

การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ
ของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาอุดมศึกษา ภาควิชานโยบาย การจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษา

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP CURRICULUM WITH ONLINE LEARNING
TO PROMOTE ENTREPRENEURSHIP FOR STUDENTS
ON HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Philosophy in Higher Education
Department of Educational Policy, Management, and Leadership
FACULTY OF EDUCATION
Chulalongkorn University
Academic Year 2021
Copyright of Chulalongkorn University

| | |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์ | การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา |
| โดย | นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี |
| สาขาวิชา | อุดมศึกษา |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริฉันท์ สติรกุล เตชพาหพงษ์ |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม | ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.อัจฉรา จันทร์ฉาย |

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต

..... คณบดีคณะครุศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช สุชีวะ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พันธ์ศักดิ์ พลสารรัมย์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริฉันท์ สติรกุล เตชพาหพงษ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.อัจฉรา จันทร์ฉาย)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปราวีณา สุวรรณณัฐโชติ)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณี หงษ์ศิริวัฒน์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.พัทตร์ผจง วัฒนสินธุ์)

พรประสิทธิ์ เตนโมหี : การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของ
นิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา. (DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP CURRICULUM WITH ONLINE
LEARNING TO PROMOTE ENTREPRENEURSHIP FOR STUDENTSON HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS) อ.ที่ปรึกษา
หลัก : ผศ. ดร.สิริฉันท์ สตรีกุล เตชพาหพงษ์, อ.ที่ปรึกษาร่วม : ศ.กิตติคุณ ดร.อัจฉรา จันทร์ฉาย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ และแนวคิด
ผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา 2) วิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี และ 3) พัฒนาหลักสูตร
ผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ
1) ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรี จำนวน 8 คน 2) ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตร
ผู้ประกอบการระดับปริญญาโท จำนวน 9 คน 3) ผู้บริหารที่เปิดหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและหน่วย
บ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 3 คน 4) ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิต
นักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 15 คน 5) ผู้ประกอบการที่เลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 20 คน 6) นิสิต
นักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 390 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตาตามประเภทมหาวิทยาลัยและเลือกมหาวิทยาลัยในแต่ละ
ละกลุ่มอย่างละ 1 แห่งใน 4 ภาคของประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบประเมินและ
แบบทดสอบ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและค่าสถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test ผลการวิจัยสรุป
ได้ดังนี้

1) ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศ พบว่า หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการทั้งระดับปริญญา
ตรีและโทในประเทศ ส่วนใหญ่ในมหาวิทยาลัยของรัฐอยู่ภายใต้คณะวิทยาการจัดการ/คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี/คณะเทคโนโลยีการ
จัดการ และรายวิชาส่วนใหญ่มาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจ แสดงให้เห็นว่า หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัยของรัฐไม่ได้เป็น
หลักสูตรเฉพาะที่จะไปส่งเสริมให้ไปเป็นผู้ประกอบการที่จะเริ่มต้นธุรกิจ (Startup) ดังนั้น ควรมีหลักสูตรเฉพาะที่จะส่งเสริมการเป็น
ผู้ประกอบการให้แก่บัณฑิตศึกษาได้มีโอกาสเรียนรู้

2) ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการ พบว่า ผู้บริหาร ผู้ประกอบการ และนิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่มีความ
ต้องการที่จะให้เปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ ที่เป็นหลักสูตรระยะสั้นและใช้เวลาในการเรียนรายวิชาละ 1-2 ชั่วโมง และวิชาที่นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่สนใจจะเรียน 5 อันดับแรก ได้แก่ การตลาด การเป็นผู้ประกอบการ การวางแผนทางธุรกิจ การเงิน และการจัดการกลยุทธ์

3) หลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาประกอบด้วย 5 วิชา ได้แก่ ผู้ประกอบการ 5.0 การตลาด 5.0 การเงิน 5.0
การบริหารการปฏิบัติการ 5.0 และการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 ภาพรวมนิสิตนักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรวมทั้ง 5 วิชา ร้อยละ
75.27 และวิชาการเงิน 5.0 มีคะแนนมากที่สุด ร้อยละ 83.36 ผลทดสอบความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจก่อนเรียนและหลัง ร้อยละ 55.86 และร้อยละ
75.57 ตามลำดับ โดยผลการทดสอบความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจก่อนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และ
3) ความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.57, SD = 0.57) ผลการวิจัยอธิบายได้ว่าหลักสูตรผู้ประกอบการที่
พัฒนาขึ้นโดยใช้แนวคิดโมเดลมีความเหมาะสมและสามารถเตรียมความพร้อมนิสิตนักศึกษาในการเริ่มต้นธุรกิจได้

สาขาวิชา อุดมศึกษา

ปีการศึกษา 2564

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม

5884246027 : MAJOR HIGHER EDUCATION

KEYWORD: ENTREPRENEUR STUDENT, STUDENT ENTREPRENEURSHIP PROGRAM, ENTREPRENEUR EDUCATION

Pornprasit Denmoree : DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP CURRICULUM WITH ONLINE LEARNING TO PROMOTE ENTREPRENEURSHIP FOR STUDENTS ON HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS . Advisor: Asst. Prof. SIRICHAN SATHIRAKUL TACHAPHAHAPONG, Ph.D. Co-advisor: Emeritus Prof. Achara Chandrachai, Ph.D.

The objectives of this research were to study the current state of entrepreneurship programs in Thailand and overseas and Concept of Entrepreneur Student ;to determine the need for entrepreneurship programs among undergraduate students and, to develop an online entrepreneurship program and promote entrepreneurship for students on higher education institution. Six sample groups were used : (1) eight administrators at universities where undergraduate entrepreneurship programs are offered; (2) nine administrators at universities where graduate entrepreneurship programs are offered; (3) 3 administrators from Department of Promotion and University Business Incubator where short-term entrepreneurship training courses are offered; (4) 15 purposively sampled administrators at universities of the demand for entrepreneurship programs; (5) 20 purposively sampled entrepreneurs; and (6) 390 quota sampled undergraduate students from each university category in each of the four regions of the country. The tools used were questionnaires, interview, assessments and tests. Data analysis was conducted through content review. The statistics used were percentage, average, standard deviation, and t-test.

Firstly, the current state of entrepreneurship programs in Thailand both bachelor's and master's degrees, most of the public universities are under the Faculty of Management Science/Faculty of Commerce/Faculty of Management Technology and most of the courses are from business administration courses. Entrepreneurship programs in public universities do not encourage entrepreneurs to start a business. Therefore, there should be a specific course that will truly promote entrepreneurship for students to have the opportunity to learn.

Secondly, it was determined that most administrators, entrepreneurs and students are in need of short-term entrepreneurship programs where each subject requires one to two hours of study. The five subjects the majority of students are interested in are marketing, entrepreneurship, business planning, finance, and strategy management.

Thirdly, the entrepreneurship program comprised five subjects: Entrepreneurship 5.0, Marketing 5.0, Finance 5.0, Operations Management 5.0, and, Business Plan Writing 5.0. The students had an overall academic achievement of 75.27% with Finance 5.0 being the subject of the highest score of 83.36%. Students had preliminary business knowledge of 55.86% and 75.57%, before and after the program, respectively, resulting in a significant difference at the level of 0.05. Thirdly, the level of satisfaction towards the entrepreneurship program is high (Mean = 3.57, SD = 0.57). From these research findings, it can be inferred that an entrepreneurship program developed using the ADDIE model is suitable and capable of preparing students for the launch of a business.

Field of Study: Higher Education

Academic Year: 2021

Student's Signature

Advisor's Signature

Co-advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความเมตตาและเอาใจใส่อย่างดีจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริฉันท สติรกุล เตชพาหพงษ์ และศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร. อัจฉรา จันทร์ฉาย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้เสียสละเวลาอันมีค่า คอยให้คำปรึกษา และให้กำลังใจตลอดระยะเวลาของการศึกษา ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พันธุ์ศักดิ์ พลสารัมย์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุณี หงษ์ศิริวัฒน์ รองศาสตราจารย์ ดร. ปราวีณยา สุวรรณณัฐโชติ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัทธ์ผจง วัฒนสินธุ์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะเพื่อความสำเร็จของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้และประสบการณ์อันหลากหลายทางการอุดมศึกษา

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ผู้บริหารมหาวิทยาลัยจากมหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท จำนวน 17 แห่ง และผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 15 แห่ง ผู้บริหารองค์กรภาครัฐ จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน ผู้ประกอบการใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง ด้านการผลิต การค้า และบริการ รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการวิจัยฉบับนี้ทุกท่าน ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการดำเนินการให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกแก่ผู้วิจัย จนกระทั่งรวบรวมข้อมูลวิจัยได้สำเร็จ

ขอขอบพระคุณ ดร. วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ ดร. ธีรชกรณัฏ อุดมรัตน์มณี ดร. สรศักดิ์ ชัยสถาผล และคุณภักย์พิชญา เฉลิมชัยวุฒิ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการบรรยายคลิปวิดีโอหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อทวีทรัพย์ ธนะชัยทวีทรัพย์ คุณแม่เตือนใจ จักรใจ คุณปรีชา ธนะชัยทวีทรัพย์ น้องชาย และคุณอังคณา ธนะชัยทวีทรัพย์ น้องสาวที่เป็นกำลังใจ ให้ความช่วยเหลือทุกอย่าง

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณการสนับสนุนทุนวิจัยจาก ทุน 90 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนรัชดาภิเษก สมโภชและทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรม จากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2564 ผู้วิจัยตั้งใจที่จะนำวิทยานิพนธ์นี้ ไปใช้และเผยแพร่ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ และมีความมุ่งมั่นที่จะใช้ความรู้และประสบการณ์เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการศึกษาความผู้ประกอบการของประเทศชาติต่อไป

พรประสิทธิ์ เต็มโมหี

สารบัญ

| | หน้า |
|------------------------------------------------------------------------------|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ค |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | ง |
| กิตติกรรมประกาศ..... | จ |
| สารบัญ..... | ฉ |
| สารบัญตาราง..... | 1 |
| สารบัญภาพ..... | 1 |
| บทที่ 1 บทนำ..... | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย..... | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... | 6 |
| คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย..... | 6 |
| ขอบเขตการวิจัย..... | 8 |
| กรอบแนวคิดการวิจัย..... | 10 |
| คำอธิบายกรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 11 |
| แนวคิดผู้ประกอบการ (Entrepreneurs)..... | 12 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 18 |
| บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง..... | 19 |
| ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (Entrepreneurs)..... | 19 |
| ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการนักศึกษา (Student Entrepreneurs)..... | 31 |
| ตอนที่ 3 หลักสูตรผู้ประกอบการที่เปิดสอนในประเทศและต่างประเทศ..... | 41 |
| ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดระบบการเรียนผ่านออนไลน์ (Online Learning)..... | 60 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย..... | 72 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| วิธีดำเนินการวิจัย..... | 72 |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... | 72 |
| กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย..... | 74 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 77 |
| การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ..... | 78 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 80 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล..... | 82 |
| บทที่ 4 ผลการวิจัย..... | 88 |
| ตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศและแนวคิด การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษา..... | 88 |
| ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความต้องการของหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนรู้ผ่านออนไลน์เพื่อ ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรี..... | 165 |
| ตอนที่ 3 การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนรู้การสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริม ความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา..... | 202 |
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ | 249 |
| สรุปผลการวิจัย | 255 |
| อภิปรายผลการวิจัย | 262 |
| ข้อเสนอแนะ | 268 |
| บรรณานุกรม..... | 270 |
| ภาคผนวก..... | 282 |
| ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 283 |
| ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย..... | 318 |
| ภาคผนวก ค รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน..... | 321 |
| ภาคผนวก ง รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรายวิชาและประเมิน(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ..... | 326 |
| ภาคผนวก จ รายชื่ออาจารย์ประจำวิชาบรรยายคลิปวิดีโอของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ..... | 330 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ภาคผนวก ฉ คู่มือการใช้หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็น ผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา | 332 |
| ภาคผนวก ช เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็น ผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา | 349 |
| ประวัติผู้เขียน | 702 |



สารบัญตาราง

| | หน้า |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ตารางที่ 2.1 สรุปแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ..... | 26 |
| ตารางที่ 2.2 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาตรี-โท- หลักสูตรระยะสั้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ..... | 43 |
| ตารางที่ 2.3 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาตรีใน ประเทศไทย..... | 44 |
| ตารางที่ 2.4 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาโทใน ประเทศไทย..... | 45 |
| ตารางที่ 2.5 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาโทใน ต่างประเทศ..... | 46 |
| ตารางที่ 2.6 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรระยะสั้นสำหรับอบรมผู้ประกอบการในประเทศไทย..... | 47 |
| ตารางที่ 3.1 จำนวนมหาวิทยาลัยแบ่งตามประเภทและที่ตั้ง..... | 73 |
| ตารางที่ 3.2 กลุ่มตัวอย่างของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี..... | 75 |
| ตารางที่ 3.3 กลุ่มตัวอย่างของผู้บริหารของมหาวิทยาลัย..... | 76 |
| ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ..... | 89 |
| ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ | 102 |
| ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ..... | 121 |
| ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ | 127 |
| ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ..... | 145 |
| ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ | 153 |
| ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ..... | 158 |
| ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญา ตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย..... | 166 |
| ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิต นักศึกษาระดับปริญญาตรี..... | 182 |
| ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา (n=390)..... | 196 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการของผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษา.... | 206 |
| ตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบความแตกต่างคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการและ นิสิตนักศึกษา | 209 |
| ตารางที่ 4.13 แสดงข้อมูลคุณลักษณะผู้ประกอบการในมุมมองของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ และไม่ใช่งroupวิทยาศาสตร์ | 211 |
| ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างคุณลักษณะผู้ประกอบการมุมมองของนิสิตนักศึกษา ระหว่างกลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่งroupวิทยาศาสตร์ | 214 |
| ตารางที่ 4.15 (ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความ เป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา | 219 |
| ตารางที่ 4.16 สรุปการประยุกต์ใช้ขั้นตอนทั้ง 5 ของ ADDIE Model ในการออกแบบหลักสูตร ผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของ นิสิตนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา..... | 236 |
| ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจก่อนเรียนและหลังเรียน (n=70)..... | 238 |
| ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการก่อนเรียนและหลังเรียน (n=70) | 239 |
| ตารางที่ 4.19 ผลทดสอบหลังเรียน 5 วิชาของนิสิตนักศึกษาแบ่งตามสาขาวิชา (n=70)..... | 240 |
| ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบความแตกต่างหลังเรียน 5 วิชาของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และ นิสิตนักศึกษาไม่ใช่งroupวิทยาศาสตร์..... | 241 |
| ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ (n=70)..... | 242 |
| ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจระหว่างนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิต นักศึกษาไม่ใช่งroupวิทยาศาสตร์ต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ..... | 244 |
| ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และ นิสิตนักศึกษาที่ไม่ใช่งroupวิทยาศาสตร์ต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ..... | 247 |

สารบัญญภาพ

| | หน้า |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| รูปที่ 1.1 แผนภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 10 |
| รูปที่ 2.1 ขอบเขตและความสามารถของแนวคิด EntreComp | 23 |
| รูปที่ 2.2 การค้นพบการฉีกพลังระหว่างการประกอบการกับอาชีพ | 24 |
| รูปที่ 2.3 การพัฒนาประสิทธิภาพของผู้ประกอบการ | 32 |
| รูปที่ 2.4 แผนภูมิภาพรวมหลักสูตรผู้ประกอบการที่มีการเปิดสอนของประเทศสหรัฐอเมริกา | 49 |
| รูปที่ 2.5 แผนภูมิรายละเอียดของหลักสูตร | 50 |
| รูปที่ 2.6 แผนภูมิอัตราการลงทะเบียนเรียนเฉลี่ยในรายวิชาต่างๆ | 51 |
| รูปที่ 2.7 แผนภูมิโอกาสของกิจกรรมนอกหลักสูตรสำหรับนักศึกษา..... | 52 |
| รูปที่ 2.8 แผนภูมิวิธีการเรียนการสอนในชั้นเรียน | 53 |
| รูปที่ 2.9 แผนภูมิหัวข้อสำคัญที่ครอบคลุมในหลักสูตร | 54 |
| รูปที่ 2.10 แผนภูมิวัตถุประสงค์การเรียนการสอนทั่วไป..... | 55 |
| รูปที่ 2.11 แผนภูมิวารสารที่ใช้กันทั่วไป (Commonly Used Periodicals)..... | 56 |
| รูปที่ 2.12 แผนภูมิวารสารวิชาการที่ใช้กันทั่วไป (Commonly Used Academic Journals)..... | 57 |
| รูปที่ 2.13 แผนภูมิการใช้แหล่งข้อมูลออนไลน์ | 58 |
| รูปที่ 2.14 ลักษณะรูปแบบการเรียน 3 ประเภท | 61 |
| รูปที่ 2.15 องค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ | 62 |
| รูปที่ 2.16 โมเดลสำหรับการเรียนรู้ออนไลน์ (The ADDIE model for e-learning)..... | 63 |
| รูปที่ 4.1 แผนภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา | 234 |
| รูปที่ 5.1 ขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์โดยใช้แอดดีโมเดล (ADDIE Model)..... | 260 |

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคนให้มีความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพที่เป็นไปตามความต้องการของตลาดงาน และ เน้นการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564) ยึด “คน” เป็นศูนย์กลางการพัฒนา ดังนั้น ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านคน จึงให้ความสำคัญลำดับสูงกับการพัฒนาคุณภาพคน เนื่องจาก “คน” เป็นทั้งเป้าหมายสุดท้ายที่จะได้รับผลประโยชน์และผลกระทบจากการพัฒนา ขณะเดียวกันเป็นผู้ขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อไปสู่เป้าประสงค์ที่ต้องการ จึงจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพคนในทุกมิติอย่างสมดุล ทั้งจิตใจ ร่างกาย ความรู้และทักษะความสามารถ และต้องเพียบพร้อมทั้งด้าน “คุณธรรม” และ “ความรู้” (สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561)

จากการที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับความท้าทายจากบริบทการเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะโมเดลการพัฒนาประเทศไทย 4.0 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งสำคัญของสังคมที่จะสามารถนำไปสู่ไทยแลนด์ 4.0 แต่สิ่งที่ขาดคือการสร้างแรงงานสอดคล้องกับอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สภาพแวดล้อมที่นำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ในการประกอบอาชีพ ดังนั้น การศึกษาจึงเป็นเครื่องมือสำคัญและปัจจัยที่สำคัญในการยกระดับคุณภาพทรัพยากรมนุษย์ในประเทศ เพื่อเตรียมกำลังคนให้พร้อมในการเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทยสู่เวทีเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติซึ่งสอดคล้องกับธีระเกียรติ เจริญเศรษฐศิลป์ (2559) กล่าวไว้ว่า การศึกษาในยุค Thailand 4.0 มีความหมายมากกว่าการเตรียมความพร้อมของคนหรือให้ความรู้กับคนเท่านั้น แต่เป็นการเตรียมมนุษย์ให้เป็นมนุษย์ กล่าวคือ นอกจากให้ความรู้แล้ว ต้องทำให้เขาเป็นคนที่ดีที่จะเรียน มีคุณธรรม และสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ด้วย นั่นก็คือการสร้างคนให้มีทักษะในศตวรรษที่ 21 นอกจากนี้แผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560-2574) ที่กำหนดทิศทางการเปลี่ยนแปลงของระบบอุดมศึกษาเพื่อเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาประเทศ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยระบบการศึกษาที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ เพราะเป็นปัจจัยสำคัญของการปฏิรูป สุขุม แยมานุ (2559) กล่าวว่า คุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษา (Quality) ยังมีปัญหาสมรรถนะของบัณฑิตด้าน Soft Skills ซึ่งหมายถึงทักษะการทำงาน กับคนที่ช่วยให้ทำงานจนประสบความสำเร็จ และปัญหาการว่างงานของบัณฑิต และสอดคล้องกับการสอนที่มุ่งพัฒนาศักยภาพผู้สอน เปิดโลกทัศน์ผู้เรียนได้รู้จริงทำจริง เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างนวัตกรรม

การที่ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่การศึกษาไทยในยุค 4.0 ได้อย่างยั่งยืนนั้น จะต้องมีการเชื่อมโยงในหลากหลายมิติให้สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ เพื่อมุ่งสร้างคนให้มีคุณภาพ ตอบโจทย์ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคต กำจร ตติยกวี (2559) กล่าวว่า การศึกษาไทยในยุค 4.0 จึงต้องจัดการศึกษาทั้งระบบตั้งแต่ ประถม มัธยม อาชีวศึกษา ไปจนถึงอุดมศึกษาดังนั้น การเตรียมคนไทย 4.0 ทำให้สถาบันอุดมศึกษาต้องมีบทบาทสำคัญในการสร้างและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัยและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมนั้น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน

หลายมิติ โดยเฉพาะการพัฒนาคน เพื่ออนาคตประเทศไทยหรือพร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

การศึกษาระบบ 4.0 จะมุ่งเน้นสร้างทักษะการฝึกฝนจากประสบการณ์ เพิ่มประสิทธิภาพสูงสุดในเชิงธุรกิจพร้อมเติมเต็มความต้องการของมนุษย์และสังคมอย่างตรงจุด (สุพจน์ ทารหนองบัว, 2557) กลยุทธ์การสร้างและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่จึงถูกบรรจุเป็น 1 ใน 7 กลยุทธ์หลักภายใต้ยุทธศาสตร์ของชาติ ทั้งยังเป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยด้วย ด้วยมุ่งเน้นสร้างเสริมขีดความสามารถและการเตรียมความพร้อมให้ผู้ที่ก้าวเป็นผู้ประกอบการใหม่ โดยการสร้างแรงจูงใจและจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการเสริมสร้างทัศนคติและประสบการณ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการรายใหม่ได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างและมีมูลค่าสูง รวมถึงสามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศหรือไอที เป็นส่วนประกอบสำคัญของการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคดิจิทัล (Digital Society)

สถาบันอุดมศึกษา จึงไม่ใช่แค่การสร้างนักศึกษาให้เป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการสร้างธุรกิจใหม่เท่านั้น แต่มีบทบาทหลักในการสร้างบุคลากรที่มีลักษณะผู้ประกอบการที่จะช่วยเป็นแรงสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ องค์กร ชุมชน หรือแม้แต่สังคมขนาดใหญ่ ให้เจริญเติบโตก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและเข้มแข็ง โดยเฉพาะการบ่มเพาะนักศึกษาให้มีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในองค์กรต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ และแตกต่างจากการใช้หลักการจัดการบริหารแบบเดิมๆ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560) สถาบันอุดมศึกษา จึงมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการจัดการศึกษาในการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการให้แก่ผู้เรียน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการเตรียมกำลังคนที่สำคัญของประเทศอีกทางหนึ่ง และยังสอดคล้องกับบทบาทของมหาวิทยาลัยตามนโยบาย Thailand 4.0 ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ชาติ ที่ภารกิจหลักของมหาวิทยาลัยคือ สู่วิถีความเป็นเลิศ สร้างคน ให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้โดยมีคุณภาพและตรงกับความต้องการของสังคมอันเป็นภาระหลักที่สถาบันอุดมศึกษาทุกแห่งต้องทำ พันธกิจของมหาวิทยาลัยจึงควรขยายขอบเขตจากการสอนและการวิจัยไปถึงการเป็นผู้ประกอบการด้วย (ธีระพร วีระถาวร, 2554)

งานศึกษาวิจัยส่วนใหญ่ ทั้งในไทยและต่างประเทศพบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยส่วนสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ผู้ที่เข้ามาเป็นผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพได้ด้วยตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2559) กล่าวว่า ระบบการศึกษาของสหรัฐอเมริกาหลายแห่ง จึงมีการเตรียมพร้อมการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ให้แก่ผู้เรียนตั้งแต่ระดับขั้นพื้นฐาน จนกระทั่งระดับมหาวิทยาลัย มีการเปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจรองรับกลุ่มนักศึกษาทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ ในที่นี้หลายมหาวิทยาลัยมีการเชื่อมต่อกับระดับขั้นพื้นฐานเตรียมพร้อมการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการให้แก่เด็กนักเรียน และด้วยหวังว่าการเชื่อมต่อดังกล่าวนี้จะเป็หนทางดึงดูดเด็กนักเรียนที่มีคุณภาพเข้าเรียนต่อในมหาวิทยาลัยด้วยอีกทางหนึ่ง เช่น มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด มีโครงการที่มีส่วนเสริมสร้างและพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการให้แก่เด็กนักเรียนและเด็กนักเรียนมัธยมศึกษาท้องถิ่น ที่มีความใฝ่ฝันและมีความมุ่งมั่นตั้งใจจริง ด้วยการให้การสนับสนุนแก่เด็กนักเรียนเหล่านี้ ในการริเริ่มดำเนินธุรกิจของตนเอง มีการประชุมเชิงปฏิบัติการการเป็นผู้ประกอบการ ที่เปิดโอกาสให้เด็กนักเรียนได้ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน

ฝึกการแก้ปัญหาและค้นหาทางออก เพราะประสบการณ์การเรียนรู้นอกห้องเรียน เป็นประสบการณ์ที่ยาก ไม่สามารถหาได้จากการเรียนในการเรียนปกติในห้องเรียน

สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันนี้ บทบาทของการเป็นผู้ประกอบการมีความเกี่ยวข้องกับนิสิตนักศึกษามากขึ้น การเรียนการสอนให้นักศึกษาได้เข้าใจการดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริง กลุ่มนักศึกษาเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างสังคมผู้ประกอบการ จึงจำเป็นต้องให้นักศึกษามีความรู้ ทักษะคิด ความคิดสร้างสรรค์ ความมั่นใจในตัวเองความเป็นผู้นำ และความสามารถในการทำงานเป็นทีม รวมทั้งคุณธรรมและจริยธรรม สิ่งเหล่านี้จะทำให้เกิดการพัฒนาด้านความคิดวิเคราะห์การแก้ปัญหานำไปปฏิบัติและการประเมินผลที่ถูกต้อง ภายใต้กระบวนการเรียนรู้ ซึ่งนั่นคือกระบวนการของการบ่มเพาะจิตวิญญาณผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นในจิตสำนึกของนักศึกษา ในขณะที่เรียนอยู่ในมหาวิทยาลัยสอดคล้องกับความต้องการของประเทศ สภาพการเปลี่ยนแปลงพบว่า นักศึกษาจบใหม่เริ่มมีความคิดที่ไม่ต้องการทำงานประจำ แต่ต้องการที่จะมีธุรกิจเป็นของตัวเอง บางคนไม่มีความรู้มากพอ แต่มีเงินทุนก็เริ่มธุรกิจของตัวเองได้แต่สุดท้ายธุรกิจประสบความล้มเหลวแม้ว่าธุรกิจสตาร์ทอัพยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นและมีแนวโน้มที่จะเติบโตอีกมากในอนาคต สถาบันเอ็มไอที (2560) กล่าวว่าธุรกิจสตาร์ทอัพหรือธุรกิจเชิงนวัตกรรมทั่วโลกมีอัตราความสำเร็จต่ำกว่า 3% นอกจากนี้รายงานจากสภาเศรษฐกิจโลก (2011) ระบุว่าเสาหลักสำคัญในระบบนิเวศของการปั้นธุรกิจให้เติบโตประกอบด้วย 1. ตลาด 2. การสร้างบุคลากร และ 3. เงินทุน

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (Office of Knowledge Management and Development : OKMD) (2558) ได้สำรวจพบว่าคน Gen-Y อายุ 20-35 ปี ที่มีความต้องการทำธุรกิจของตัวเองเมื่อเรียนจบคิดเป็นสัดส่วนถึง 38% พบว่าโอกาสที่ธุรกิจของคน Gen-Y จะประสบความสำเร็จนั้นมีเพียง 50% เท่านั้น ส่วนอีก 50% ยังล้มเหลว สาเหตุหลักมาจากไม่มีข้อมูลและไม่ได้ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ทั้งแนวโน้ม โอกาสของตลาด และเทรนด์ของลูกค้าอย่างเพียงพอ รวมทั้งการที่ไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาก่อน จากการสำรวจของหน่วยงานกำกับธุรกิจและการบัญชีสิงคโปร์ พบว่า มีการเปิดธุรกิจร้านค้าแฟรช 369 แห่งในปี 2011 แต่ในปลายปี 2014 เหลือเพียง 100 แห่งเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการประกอบธุรกิจอธิบายว่าเจ้าของธุรกิจร้านค้าแฟรชสมัครเล่น (คน Gen-Y) มักไม่ได้ทำการศึกษาตลาดอย่างดีก่อนการเริ่มธุรกิจ อีกทั้งยังขาดแคลนความรู้ที่จำเป็นสำหรับการทำธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เช่น การสต็อกวัตถุดิบ และการบริหารสภาพคล่อง

จากผลกระทบทางเศรษฐกิจ ทำให้มีตัวเลขคนตกงานจำนวนมากรายงานภาวะสังคมไทยประจำไตรมาสที่ 1/2563 โดยระบุว่า ผู้ว่างงานมีจำนวน 394,520 คน หรือคิดเป็นอัตราการว่างงานในไตรมาสแรกอยู่ที่ร้อยละ 1.03 เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่อยู่ที่ร้อยละ 0.92 ซึ่งผลกระทบจากโควิด-19 มีความเสี่ยงอาจทำให้คนตกงานอยู่ที่ 8.40 ล้านคนนอกจากนี้ยังรวมถึงกลุ่มนักศึกษาจบใหม่ราว 5.2 แสนคน ที่ในปีนี้จะหางานได้ยากมากขึ้น ก่อให้เกิดปัญหาการว่างงานของบัณฑิตจบใหม่ อันเนื่องมาจากเศรษฐกิจไทยฟื้นตัวช้าทำให้ไม่มีการจ้างงานเพิ่ม (ประชาชาติธุรกิจ, 2563) ดังนั้นบางส่วนของบัณฑิตใหม่ที่จบมาและหางานทำไม่ได้ จึงต้องหันเหตัวเองไปทำงานอาชีพอิสระส่วนตัว เช่น ทำงานในภาคการเกษตร ประกอบอาชีพอิสระ เช่น พ่อค้าแม่ค้าขายของออนไลน์ ขายเครื่องสำอาง สบู่ อาหารเสริม เปิดร้านค้าแฟรช เป็นต้น แต่ส่วนใหญ่ยังไม่ประสบความสำเร็จและยั่งยืน เพราะขาดประสบการณ์หรือขาดเทคนิคองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการนั่นเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kantabut (2016) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบให้ธุรกิจเกิดความล้มเหลว ได้แก่ 1) การบริหารการตลาดผิดพลาด 2) ขาดการบริหารจัดการแหล่ง

เงินทุน 3) ไร้ประสิทธิภาพทางการจัดการ 4) ผู้บริหารขาดทักษะในการจัดการงาน 5) ขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดหาและจัดจ้างแรงงาน 6) มีอุปสรรคหรือภัยคุกคามต่างๆ ดังนั้น จากปัจจัยที่ส่งผลกระทบให้ธุรกิจเกิดความล้มเหลวดังที่กล่าวมาจึงเป็นเหตุผลที่ต้องมีหลักสูตรผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะที่สำคัญต่างๆที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการ

วารสาร สยามโกเศศ (2561) กล่าวว่า คนรุ่นใหม่ควรมี 6 ทักษะหลัก คือ 1) เข้าใจการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 2) มีทักษะทางภาษาโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เพื่อจะได้เข้าใจและหาความรู้จากสิ่งรอบตัวได้ง่าย 3) ต้องมีปฏิสัมพันธ์ วิธีคิดการเจรจาต่อรองในการเอาตัวรอด 4) มีความรู้พื้นฐานในงานที่ทำ 5) ทักษะการริเริ่มพัฒนาอย่างต่อเนื่อง 6) ควรมีทักษะการประกอบธุรกิจหรืองานอิสระ นอกจากนี้หลักสูตรการเรียนการสอนควรปูพื้นฐานให้ผู้เรียนนำไปพัฒนาต่อยอดกับสิ่งต่างที่เกิดขึ้นใหม่ในโลกเพราะโลกยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงเร็วและเกิดทักษะใหม่ๆขึ้นมาเสมอ (โพสท์ทูเดย์, 2017)

การตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญในเรื่องการเตรียมความพร้อมและพัฒนาผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาเป็นหน้าที่ของสถาบันอุดมศึกษาที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างคนเพื่อการขับเคลื่อนพัฒนาประเทศ สร้างบัณฑิตที่มีความสามารถด้านวิชาการ มีทักษะทันสมัย บูรณาการองค์ความรู้ สร้างสรรค์นวัตกรรมด้านการเรียนการสอนและวิจัย การพัฒนานิสิตนักศึกษามีความสำคัญต่อสถาบันอุดมศึกษาเป็นอย่างมากเพราะภารกิจในการผลิตบัณฑิตเพื่อช่วยพัฒนาประเทศชาติ สามารถผลิตบัณฑิตที่มีความสมบูรณ์ ทั้งทางด้านวิชาการและวิชาชีพ สติปัญญา สังคม อารมณ์ เอกลักษณ์ ร่างกาย และคุณธรรม (สำเนา ขจรศิลป์, 2537) การสร้างบุคลากรนักศึกษามีลักษณะผู้ประกอบการที่ดีจะช่วยเป็นแรงสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ องค์กร ชุมชน หรือแม้แต่สังคมขนาดใหญ่ให้เจริญเติบโตก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว

วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา (2546) ได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนานิสิตนักศึกษาไทยไว้ว่า ผู้เรียนในระดับการศึกษาชั้นอุดมศึกษาสำคัญมากเพราะเป็นมันสมองของประเทศซึ่งต้องรับผิดชอบต่อการพัฒนาประเทศในอนาคต ดังนั้น 4 ปีของการศึกษาในระดับอุดมศึกษาจึงเป็น 4 ปี ของการเปลี่ยนแปลงชีวิต เพื่อวางรากฐานความรู้ที่สามารถนำไปประกอบอาชีพได้อย่างเหมาะสมพร้อมทั้งสร้างบุคลิกภาพนิสัย ความรับผิดชอบต่อตนเอง ครอบครัว สังคม ให้สามารถอยู่ร่วมกันโดยสันติ ทำงานกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ตลอดจนเป็นพลเมืองที่ทำประโยชน์ให้แก่ส่วนรวมได้อย่างเต็มความสามารถ ดังนั้น การบูรณาการความเชื่อค่านิยม คุณธรรมจริยธรรมของตนเองพัฒนาการดังกล่าวมิได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากการที่สถาบันอุดมศึกษาจัดให้มีองค์กรหน่วยงาน กิจกรรม โครงการ และผู้รับผิดชอบในการดำเนินการ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาให้เป็นไปตามวิถีทางที่ถูกต้อง ดังนั้นการเตรียมความพร้อมและพัฒนาผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษาจึงสำคัญมากเพราะเป็นวัยที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาความรู้ ทักษะ และลักษณะการใช้ชีวิต สู่การเป็นผู้ประกอบการให้แก่ผู้เรียน เพื่อเป็นฟันเฟืองสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบันและอนาคต

มหาวิทยาลัยจะมีบทบาทตอบสนองนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ชาติได้นั้น นอกจากภารกิจหลักที่ต้องสร้างคน ให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ โดยมีคุณภาพและตรงกับความต้องการของสังคมแล้ว การสร้างองค์ความรู้การเป็นผู้ประกอบการเพื่อใช้ความรู้ในการสร้างคนให้เป็นคนดีคนเก่ง ในการเสริมสร้างการผลิตบัณฑิตให้พร้อมทำงาน (Employability) ทักษะที่สำเร็จการศึกษาไม่ว่านิสิตนักศึกษาจะมาเป็นผู้ประกอบการเป็นเจ้าของหรือทำงานตามบริษัท หรือองค์กรต่าง ๆ

เพราะทุกคนไม่ได้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจได้ทุกคน แต่ทุกคนสามารถที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมเป็นผู้ประกอบการ หรือเข้าไปดำเนินการจัดตั้งธุรกิจได้ ดังนั้น แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสังคมประกอบการ จึงเกี่ยวข้องกับการสร้างคนในสังคมให้เป็นคนที่มีคุณภาพ สมาชิกของสังคมประกอบการนี้ ไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นผู้ประกอบการที่มีกิจการเป็นของตนเอง แต่เป็นบุคคลที่อยู่ในสาขาวิชาชีพใดก็ได้ที่ คิด ประพฤติ และปฏิบัติเหมือนกับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ นั่นคือเป็นบุคคลที่มีคุณลักษณะแสวงหาโอกาสเสมอ มีแรงขับเคลื่อนภายในตัวเอง สามารถเริ่มต้นสิ่งต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเอง มีมาตรฐานการทำงานทั้งด้านคุณภาพและประสิทธิภาพ สามารถบริหารความเสี่ยงได้มีศักยภาพในการพัฒนาตนเองสามารถกำหนดเป้าหมายที่เหมาะสม เปลี่ยนปัญหาให้เป็นโอกาสและยืนหยัดเมื่อเผชิญหน้าต่อปัญหาและอุปสรรคนอกจากนี้ยังต้องมีความอดทนทำงานหนักได้ หรือเรียกได้ว่า เป็นคนที่มีจิตวิญญาณของผู้ประกอบการอยู่ในตัวเอง

ณัฐชา ทวีแสงสกุลไทย (2561) ได้กล่าวถึงการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทั่วโลก ดังนี้ มหาวิทยาลัยซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย ได้มีการพัฒนาผู้ประกอบการนักศึกษาด้วยแนวคิดที่ว่า “ไม่เคยเรียน (Unlearn)” นักศึกษาจะได้เปิดใจที่จะเรียนรู้ข้ามศาสตร์เพื่อเป็นผู้ประกอบการ ขณะที่มหาวิทยาลัยในประเทศจีน อาทิ มหาวิทยาลัยหนานจิง และมหาวิทยาลัยเซี่ยงไฮ้ มีการสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการนักศึกษาในมหาวิทยาลัย โดยจัดเตรียมสภาพแวดล้อมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการนักศึกษา อาทิ ห้องปฏิบัติการประดิษฐ์กรรม (Fabrication Laboratory) หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า FabLab เปิดกว้างให้คนที่มีความคิดใหม่ ๆ สามารถสรรสร้างชิ้นงานนั้น ๆ ออกมาให้เป็นจริงได้ ในขณะที่มหาวิทยาลัยโคเรีย หรือ มหาวิทยาลัยเกาหลี ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนชื่อดังมากระดับแนวหน้าของเกาหลีใต้ เปิดโอกาสให้อาจารย์และนักศึกษานำสินค้าที่ตนเองคิดค้นหรือทำขึ้นมาวางขายในร้านของมหาวิทยาลัยได้และยังเปิดโอกาสที่ศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยมาสนับสนุนการลงทุนได้ ถ้าสินค้านั้นมีความเป็นไปได้ทางการตลาด

นโยบายไทยแลนด์ 4.0 เน้นการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เช่นเทคโนโลยีด้านการเงิน อุปกรณ์เชื่อมต่อออนไลน์โดยไม่ต้องใช้คน เทคโนโลยีการศึกษา อี-มาร์เก็ตเพลส อี-คอมเมิร์ซ เป็นต้น การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้สร้างนวัตกรรมทางการศึกษามุ่งพัฒนาศักยภาพผู้สอนเปิดโลกทัศน์ผู้เรียนได้รู้จริงทำจริง เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างนวัตกรรมได้ เพราะความรู้จะเกิดประโยชน์สูงสุด เมื่อมีการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับบุคคลและสังคม นวัตกรรมทางการศึกษาที่เปลี่ยนแปลงวิธีเรียนที่เป็นอยู่เดิมเป็นการเรียนที่ใช้เทคโนโลยี เช่น การเรียนการสอนผ่านดิจิทัลเลิร์นนิ่ง (Digital Learning) ซึ่งมีจุดเชื่อมโยงคือ เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นสื่อกลางของการเรียนรู้ เป็นการศึกษาที่นิสิตนักศึกษาทุกคนสามารถเข้าถึงได้ มีทางเลือกในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองอย่างมีประสิทธิภาพตามเวลาที่สะดวกที่จะเรียนรู้ นวัตกรรมการศึกษาทำให้การศึกษาแบบระบบปิดกลายเป็นระบบเปิดมีระบบการเรียนแบบ MOOC (Massive Open Online Course) ซึ่งมีมหาวิทยาลัยหลายแห่งให้บริการการเรียนการสอนแบบนี้ อีกเทคนิคหนึ่งที่เป็นนวัตกรรมทางการศึกษา คือ เกมมิฟิเคชัน (Gamification) ในการศึกษาทำการเรียนการสอนให้สนุก ดังนั้น ถ้าสามารถทำการเรียนให้เหมือนเป็นการเล่นได้ ถ้าเรียนแล้วสนุกแล้ว จะได้ผลการเรียนที่ดีเรียนอะไรได้ทุกอย่าง เพราะเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กระหายอยากรู้ ทำให้ผู้เรียนอยากเรียนและสนุกอย่างเกม ซึ่งเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับความเห็นของ Fry & Kress (2006) ได้กล่าวว่าการสอนที่ดีที่สุดคือการทำให้ผู้เรียนเกิดแรงจูงใจใน

การเรียนรู้รู้สึกสนุกสนาน และสนใจในสิ่งที่เรียน และแรงจูงใจเป็นตัวกำหนดวัตถุประสงค์และทิศทางของพฤติกรรมของคน ดังนั้น หากผู้สอนให้ผู้เรียนได้มีโอกาสเรียนรู้อย่างมีความสุขและมีเจตคติด้านบวกต่อการเรียนก็จะเป็นการช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนประสบผลสำเร็จในการเรียน (Tychsen, Hitchens & Brolund, 2008)

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันไม่เฉพาะนิสิตนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจที่สนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ นิสิตนักศึกษาคณะอื่น ๆ อาทิ วิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ เกษศาสตร์ สังคมศาสตร์ ฯลฯ ต่างก็มีความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น แต่ยังขาดโอกาสในการเข้าถึงความรู้ ถึงแม้ว่าในมหาวิทยาลัยจะมีโครงการสนับสนุนหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา แต่มีข้อจำกัดในเรื่องจำนวนผู้เรียนที่รับได้จำกัด และคุณสมบัติของผู้เรียน จึงเห็นได้ว่าในมหาวิทยาลัยยังไม่มีหลักสูตรที่เปิดกว้างให้นิสิตนักศึกษาที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจได้เลือกเรียน สอดคล้องกับรายงานสถานการณ์ระดับความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยของโครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมของประเทศไทยที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการน้อยที่สุด ได้แก่ ขาดโอกาสทางการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการในสถาบันที่ตนเองศึกษา (Bosma & Kelley, 2018)

จากปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนรู้ผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเพื่อลดช่องว่างและเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ให้กับนิสิตนักศึกษาทุกคณะทุกคนที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ มีโอกาสที่จะเรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการและเตรียมความพร้อมที่จะเข้าสู่โลกของการเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง ด้วยการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนรู้การสอนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อให้นิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาทุกคนมีโอกาสที่จะเรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการและเตรียมความพร้อมที่จะเข้าสู่โลกของการเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศและแนวคิดผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา
- 2) วิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตศึกษาระดับปริญญาตรี
- 3) พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนรู้ผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา (Student Entrepreneur) หมายถึง นักศึกษาที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ และ ใช้ความรู้ที่ได้จากมหาวิทยาลัย ในการแสวงหาโอกาสและพัฒนา เริ่มต้น และสร้างกิจการของตนเอง

หลักสูตรผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Education) หมายถึง หลักสูตรที่ให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่นักเรียนนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการให้มีแนวคิดความรู้ทางด้านธุรกิจเสริมสร้างทัศนคติคุณลักษณะที่จำเป็น และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้เรียนจบไปแล้วเป็นผู้ประกอบการที่สามารถเริ่มต้นธุรกิจใหม่ได้ และดำเนินธุรกิจหรือบริษัทใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา หมายถึง แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมนิสิตนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ โดยผ่านชุดการสอนที่เป็นโมดูล ประกอบด้วย แนวคิดและหลักการ วัตถุประสงค์ เนื้อหา ชุดวิชาการเป็นผู้ประกอบการ สื่อการสอน การวัดและประเมินผล เพื่อให้ นิสิตนักศึกษาเกิดความรู้ ทัศนคติ ทักษะตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง (Self Placed Learning) ตามสภาพความพร้อมหรืออัตราการเรียนรู้ของแต่ละคน โดยมีสาระสำคัญได้แก่

- 1) แนวคิดและหลักการของการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
- 2) วัตถุประสงค์ของการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
- 3) เนื้อหาหลักสูตรประกอบด้วย ภาคทฤษฎี และกรณีศึกษา
- 4) โมดูลเนื้อหาการเป็นผู้ประกอบการจำนวน 5 วิชา ได้แก่
 - 4.1) วิชาผู้ประกอบการ 5.0
 - 4.2) วิชาการตลาด 5.0
 - 4.3) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0
 - 4.4) วิชาการเงิน 5.0
 - 4.5) วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0
5. ระยะเวลาที่ใช้ในการเรียน จำนวน 1 เดือน
6. การวัดและประเมินผลก่อนเรียนและหลังเรียน

การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ หมายถึง การพัฒนาผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้การเรียนผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อแก้ปัญหาในเรื่อง ข้อจำกัดทางด้านสถานที่และเวลาของนักศึกษา ตลอดจนเพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษา โดยมีการเรียนรู้ภาคทฤษฎี และกรณีศึกษาผ่านการเรียนการสอนที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับผู้เรียน โดยเน้นการเรียนรู้ผ่านออนไลน์ โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง (Self Placed Learning) ตามสภาพความพร้อมหรืออัตราการเรียนรู้ของแต่ละคน

ADDIE model หมายถึง กระบวนการพัฒนารูปแบบการสอนที่นิยมใช้กัน ในออกแบบการเรียนการสอนและการฝึกอบรม องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ ได้พัฒนาโมเดลสำหรับการเรียนรู้ออนไลน์ (The ADDIE model for e-learning) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การดำเนินงาน และการประเมินผล (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2011, p. 21-24) ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ADDIE model มาประยุกต์ใน

ขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ มีกระบวนการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ 2) การออกแบบ 3) การพัฒนา 4) การดำเนินงาน และ 5) การประเมินผล ซึ่งหลักสูตรดังกล่าวประกอบด้วย 5 ชุดวิชา ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการ 5.0 2) การตลาด 5.0 3) การบริหารการปฏิบัติการ 5.0 4) การเงิน 5.0 และ 5) การเขียนแผนธุรกิจ ยุค 5.0

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยจำแนก ดังนี้

1. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

1.1) ข้อมูลสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ จากกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ผู้วิจัยศึกษาหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศจากมหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนในระดับปริญญาตรีทั้งหมด จำนวน 8 แห่ง ระดับปริญญาโททั้งหมด จำนวน 9 แห่ง มหาวิทยาลัยในต่างประเทศที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง และหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ จำนวน 2 แห่ง ดังนี้

- มหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศระดับปริญญาตรีทั้งหมด จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

- มหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศระดับปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

- มหาวิทยาลัยในต่างประเทศที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง โดยเลือกจาก Top Best Business Schools 2017 สาขาที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) แต่ละทวีปในเอเชีย อเมริกา และยุโรป ดังนี้ ในอเมริกา ได้แก่ แ็บสัน คอลเลจ (Babson College) มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) และมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University) ในยุโรป ได้แก่ มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ (University of Cambridge: Judge) จากประเทศอังกฤษสถาบัน IMD (IMD : International Institute for Management Development) จากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สถาบันไออี บิสซิเนสสคูล (Istituto de Empresa) จากประเทศสเปน และ ในเอเชีย ได้แก่มหาวิทยาลัย Ceibs (China Europe International Business School) จากประเทศจีน วิทยาลัยธุรกิจอินเดีย (Indian School of Business) จากประเทศอินเดีย วิทยาลัยธุรกิจ KUST (University of Science and Technology Clear Water; KUST Business School) จากประเทศจีน

- ศึกษาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC) และหลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI)

1.2) การวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการ จากกลุ่มตัวอย่างดังนี้

- นักศึกษาระดับปริญญาตรีจากประเภทของมหาวิทยาลัย 5 กลุ่ม ได้แก่ มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ มหาวิทยาลัยและสถาบันในสังกัดของรัฐ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล และมหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 119 สถาบัน โดยเลือกจาก 4 ภาคของประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง/กรุงเทพฯ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ และในแต่ละมหาวิทยาลัย เลือกจาก 2 กลุ่มสาขาวิชาเพื่อเป็นตัวแทน คือ กลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์ และกลุ่มที่ไม่ใช่สาขาวิทยาศาสตร์

- ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยหรือตัวแทนเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยเลือกตามประเภทมหาวิทยาลัย ๆ ละ 3 แห่ง รวมทั้งสิ้น 15 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยพายัพ

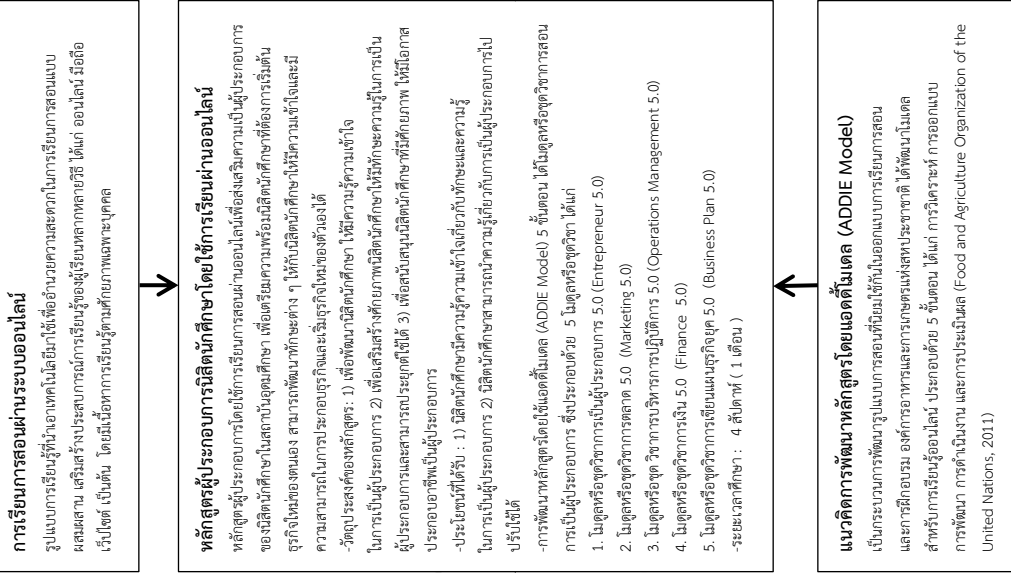
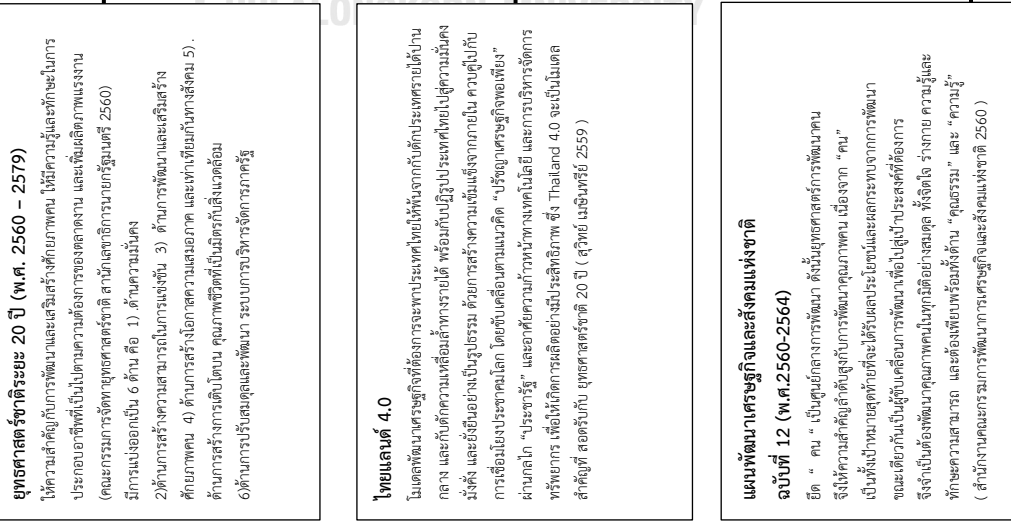
- ผู้ประกอบการใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการผลิต ผู้ประกอบการด้านการค้า ผู้ประกอบการด้านบริการ จำนวน 20 คน

2. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย หลักสูตรผู้ประกอบการที่ใช้ในการศึกษาเป็นหลักสูตรที่เปิดสอนในปีการศึกษา 2561-2563

กรอบแนวคิดการวิจัย

รายละเอียด ดังแสดงในรูปที่ 1.1 แผนภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1.1 แผนภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย

คำอธิบายกรอบแนวคิดในการวิจัย

ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) เป็นกรอบการพัฒนาระยะยาว โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคนให้มีความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพที่เป็นไปตามความต้องการของตลาดงานและ เน้นการเพิ่มผลิตภาพแรงงาน นำไปสู่การพัฒนาให้คนไทยมีความสุขและสอดคล้องกับการบรรลุผลประโยชน์ของชาติ ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี มีการแบ่งยุทธศาสตร์ออกเป็น 6 ด้าน ซึ่งหนึ่งยุทธศาสตร์ที่สำคัญคือ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นในการพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน พัฒนาทักษะผู้ประกอบการ ยกกระดับผลิตภาพแรงงานและพัฒนา SMEs สู่สากล

ไทยแลนด์ 4.0 โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจ ที่ต้องการจะพาประเทศไทยให้พ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง และกับดักความเหลื่อมล้ำทางรายได้ พร้อมกับปฏิรูปประเทศไทยไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน ควบคู่ไปกับการเชื่อมโยงประชาคมโลก โดยขับเคลื่อนตามแนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ผ่านกลไก “ประชารัฐ” และอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อให้เกิดการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง Thailand 4.0 จะเป็นโมเดลสำคัญที่ สอดรับกับ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เป็นแผนที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนการปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้ความสำคัญกับการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคง และยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

สาระสำคัญของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จะสอดคล้องกับกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะยาว 20 ปี ในลักษณะของการถ่ายทอดยุทธศาสตร์ระยะยาวลงสู่การปฏิบัติในช่วงเวลา 5 ปี โดยรูปแบบและเค้าโครงเบื้องต้นของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 กรอบหลักการของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

ส่วนที่ 2 การประเมินสถานะของประเทศ

ส่วนที่ 3 วัตถุประสงค์และเป้าหมายในภาพรวม

ส่วนที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ

ส่วนที่ 5 การขับเคลื่อนและติดตามประเมินผลแผนพัฒนา

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 เน้นให้ “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” พัฒนาคุณภาพคนตลอดช่วงชีวิต สร้างความมั่นคงของชาติ พัฒนาคนทุกวัยให้เป็น คนดี คนเก่ง ยึด “คน” เป็นศูนย์กลางการพัฒนา ดังนั้น ยุทธศาสตร์การพัฒนาคนจึงให้ความสำคัญลำดับสูงกับการพัฒนาคุณภาพคน เนื่องจาก “คน” เป็นทั้งเป้าหมายสุดท้ายที่จะได้รับผลประโยชน์และผลกระทบจากการพัฒนา ขณะเดียวกันเป็นผู้ขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อไปสู่เป้าประสงค์ที่ต้องการ จึงจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพคนในทุกมิติอย่างสมดุล ทั้งจิตใจ ร่างกาย ความรู้และทักษะความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ และต้องเพียบพร้อมทั้งด้าน “คุณธรรม” และ “ความรู้”

แนวคิดผู้ประกอบการ (Entrepreneurs)

ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้จัดตั้งธุรกิจด้วยตนเอง สามารถรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจได้ทั้งหมด แสวงหาโอกาสทางธุรกิจและส่งมอบสินค้าหรือบริการไปสู่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างผลกำไรกลับสู่ธุรกิจของตน (ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ, 2558) กรอบความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการของคณะกรรมการวิชาการยุโรป 2016 (The entrepreneurship competence framework: EntreComp conceptual model, 2016) ได้กล่าวว่า EntreComp ประกอบขึ้นจาก 3 ด้านความสามารถ และ 15 สมรรถนะ 1) ความคิดและโอกาส (Ideas and opportunities) 2) ทรัพยากร (Resources) 3) ถ่ายทอดสู่การปฏิบัติ (Translation into action) ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) ลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) คุณลักษณะที่โดดเด่นของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ การดำเนินธุรกิจ การบริหารจัดการ แนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset) สร้างภาวะผู้นำ ทักษะการแก้ปัญหาและการตัดสินใจ การจัดการความเสี่ยง มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ อันนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

แนวคิดการพัฒนาผู้ประกอบการนักศึกษา (Entrepreneur Student)

รายงานของหน่วยงานประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศอังกฤษ (The Quality Assurance Agency for Higher Education: QAA, Enterprise and Entrepreneurship Education, 2012) ได้ศึกษาการพัฒนาผู้ประกอบการนักศึกษาในประเทศอังกฤษ ซึ่งเป็นโมเดลการพัฒนาการเรียนรู้สำหรับพัฒนานักศึกษาให้เป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การรับรู้ของการเป็นผู้ประกอบการ, การพัฒนาความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ, การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและการพัฒนาประสิทธิผลของการเป็นผู้ประกอบการ

1. ความคิดของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial mindset) ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพและอัตลักษณ์ทางสังคม ความใฝ่ฝันและเป้าหมายส่วนตัว ความมั่นใจส่วนบุคคลและความยืดหยุ่น ความมีวินัยในตนเองและองค์กรส่วนบุคคล ความเข้าใจในแรงจูงใจของตัวเอง ความสามารถในการไปไกลกว่าขีดจำกัด การรับรู้และบรรลุผล ความอดทนต่อความไม่แน่นอน ความคลุมเครือ ความเสี่ยงและความล้มเหลว คุณค่าส่วนบุคคล : ความตระหนักด้านจริยธรรมสังคมและสิ่งแวดล้อม

2. ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial capability) ช่วงของพฤติกรรมลักษณะและทักษะ ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การรับรู้โอกาสสร้างและประเมินผลการตัดสินใจที่สนับสนุนโดยการวิเคราะห์และการตัดสินใจที่สำคัญ การนำความคิดไปสู่การเป็นผู้นำและการจัดการ การสะท้อนและการกระทำ ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ทักษะด้านการสื่อสารและกลยุทธ์

3. ประสิทธิภาพของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial effectiveness) ได้แก่ ทิศทางอิสระที่เป็นตัวของตัวเอง ความคืบหน้าของแต่ละเป้าหมายและวิธีการ ใช้ความคิดที่กล้าได้กล้าเสีย สร้างทางเลือกธุรกิจและอาชีพ ดำเนินการสร้างกิจการใหม่ ขึ้นชมและสร้างรูปแบบต่าง ๆ ระบุและเข้าถึงตลาดเป้าหมาย

4. ตระหนักในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial awareness) พัฒนาความรู้ความเข้าใจถึงการสร้างกิจการใหม่ และตระหนักถึงความกล้าได้กล้าเสียในการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังเห็นว่า

การเรียนรู้สามารถทำได้ผ่านหลักสูตรหรือกิจกรรมนอกหลักสูตรหรือการผสมกันของทั้งสองแบบ คุณลักษณะที่สำคัญของโมเดลนี้คือการรวมทั้งหลักสูตรและการเรียนนอกหลักสูตรเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างนักศึกษาให้เป็นผู้ประกอบการอย่างเป็นลำดับขั้นตอน

แนวคิดการพัฒนาหลักสูตรโดยแอดดีโมเดล (ADDIE Model)

ADDIE model เป็นกระบวนการพัฒนารูปแบบการสอนที่นิยมใช้กันมากในออกแบบการเรียน การสอนและการฝึกอบรม องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ ได้พัฒนาโมเดลสำหรับการเรียนรู้ออนไลน์ (The ADDIE model for e-learning) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การดำเนินงาน และการประเมินผล (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2011)

การเรียนรู้ผ่านออนไลน์ (Online Learning) หมายถึง การพัฒนาผู้ประกอบการนิสิต นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อแก้ปัญหาในเรื่อง ข้อจำกัดทางด้านสถานที่และเวลาของนักศึกษา ตลอดจนเพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษา โดยมีการเรียนรู้ภาคทฤษฎี และกรณีศึกษาผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ

องค์ประกอบของการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนรู้ผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความ เป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ไพฑูริย์ นันตะสุนทร (2561) ได้ให้นิยามของคำว่า **โมดูล** คือ หน่วยการเรียนรู้ที่เล็กที่สุดของ หลักสูตรซึ่งอาจอยู่โดยลำพังหรือสัมพันธ์กับหน่วยที่ต้องเรียนรู้มาก่อนหรือหน่วยที่ต้องเรียนรู้ควบคู่ กันไป โดยระบุหน่วยกิตและผลลัพธ์การเรียนรู้โมดูลในหลักสูตรเมื่อรวมเข้าด้วยกัน โมดูลอาจจะอยู่ใน รูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น สไลด์ ภาพ การทดลอง หนังสือหรือเอกสาร ซึ่งขึ้นอยู่กับ วัตถุประสงค์ของแต่ละสาขาวิชา

บทเรียนโมดูล คือ เป็นสื่อการเรียนชนิดหนึ่งที่มีมุ่งพัฒนาให้ผู้เรียน ได้เกิดความรู้ตามความ ต้องการ เป็นหน่วยการเรียนรู้ที่สำเร็จรูปในตัว มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง(Self – Paced Learning) ซึ่งในโมดูลหนึ่ง ๆ นั้น จะมีความสมบูรณ์ในตัว ผู้เรียนไม่จำเป็นต้องไปศึกษาค้นคว้าจากที่ อื่นเพิ่มอีก

องค์ประกอบของบทเรียนโมดูล

- 1). หลักการและเหตุผล (Prospectus)
- 2). จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม (Behavioral Objectives)
- 3). การประเมินผลก่อนเรียน (Pre-Assessment)
- 4). กิจกรรมการเรียน (Enabling Activities)
- 5). การประเมินผลหลังเรียน (Post-Assessment)

ปทีป เมธาคณวุฒิ (2544) กล่าวว่า **หลักสูตร** หมายถึง แผนการเรียนการสอน ที่ ประกอบด้วย จุดมุ่งหมายของการศึกษา วิธีการเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมาย ซึ่งหมายถึง การพิจารณา คัดเลือก จัดรวบรวมและเรียบเรียงเนื้อหาวิชาและประสบการณ์ ตลอดจนการประเมินผล เพื่อให้

ผู้เรียนที่มีสติปัญญาและคุณธรรม สามารถสร้างเสริมองค์ความรู้ คิดวิเคราะห์ได้ และนำความรู้มาแก้ปัญหาและสร้างสรรค์ในส่วนวิชาการ วิชาชีพและการดำรงชีวิต

บุญเกื้อ ควรหาเวช (2543) กล่าวว่า **บทเรียนแบบโมดูล** คือ การจัดหน่วยการสอนที่มีเนื้อหาสาระและชุดของกิจกรรมที่มีความสมบูรณ์ในตัวเอง เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ด้วยตนเอง เน้นการเรียนรู้ตามความแตกต่างของแต่ละบุคคลซึ่งผู้เรียนใช้เวลาในการเรียนรู้มากขึ้นตามความสามารถของตนเอง เลือกกิจกรรมการเรียนรู้ตามที่ต้องการ เน้นตัวผู้เรียนเป็นศูนย์กลางในการทำกิจกรรม และการเรียนรู้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยเปรียบเทียบตามเกณฑ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยไม่เปรียบเทียบกับผู้เรียนคนอื่น

องค์ประกอบของบทเรียนโมดูล

- 1). หลักการและเหตุผล (Prospectus)
- 2). จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม (Behavioral Objectives)
- 3). การประเมินผลก่อนเรียน (Pre-Assessment)
- 4). กิจกรรมการเรียนรู้ (Enabling Activities)
- 5). การประเมินผลหลังเรียน (Post-Assessment)

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบองค์ประกอบของโมดูลการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย

- 1). แนวคิดและหลักการของโมดูลการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
- 2). วัตถุประสงค์ของการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
- 3). กิจกรรมการเรียนรู้ ประกอบด้วย ภาคทฤษฎี และกรณีศึกษา
- 4). ความรู้พื้นฐานหรือ ชุดวิชาการเป็นผู้ประกอบการจำนวน 5 วิชา
- 5). ระยะเวลาที่ใช้ในการเรียน
- 6). การวัดและประเมินผลก่อนเรียนและหลังเรียน

โมดูลหรือชุดวิชาหลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา 5.0 หมายถึง การเตรียมความพร้อมให้นิสิตนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการโดยผ่านโมดูลหรือชุดวิชาการสอนการเป็นผู้ประกอบการที่จัดทำขึ้น ภายใต้แนวคิด**ผู้ประกอบการ 5.0** ซึ่งผู้วิจัยประยุกต์เพิ่มเติมจาก Society 5.0: สังคมญี่ปุ่นแห่งอนาคต (Nakanishi H., 2019) หมายถึง เจ้าของกิจการที่คิดริเริ่มจัดตั้งธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงานและดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ ปรับเปลี่ยนโอกาสไปสู่ธุรกิจและบริหารจัดการธุรกิจ ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาจากเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและนวัตกรรม มุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ด้วยการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ โดยมีการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดคล้องกับสังคมยุค 5.0 (Society 5.0) ที่เน้นถึงวิธีการแก้ปัญหาสำหรับชีวิตมนุษย์ที่ดีขึ้น (Solution for better human life)

รายวิชาของโมดูลหรือชุดวิชาหลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา 5.0 ประกอบด้วย 5 ชุดวิชา โดยแต่ละรายวิชามีความสัมพันธ์กันในการดำเนินธุรกิจในการเป็นผู้ประกอบการ 5.0 ดังนั้นผู้เรียนต้องเรียนแต่ละวิชาตามลำดับจากง่ายไปหายาก ดังนี้

1. โมดูลหรือชุดวิชาการเป็นผู้ประกอบการ 5.0 (Entrepreneur 5.0)

บูรณาการเพิ่มวิชาการเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร วิชาการจัดตั้งธุรกิจใหม่ วิชาการจัดการกลยุทธ์และวิชาการจัดการนวัตกรรม ซึ่งความโดดเด่นและพิเศษของรายวิชานี้ต่างจากที่อื่น คือ การสร้างเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการ 5.0 ที่สอดคล้องกับสังคมยุค 5.0 สามารถประเมินศักยภาพตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ ทางเลือกที่การเริ่มต้นธุรกิจได้ คือ การพัฒนาธุรกิจใหม่ เครื่องมือที่ช่วยออกแบบโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) และการฝึกปฏิบัติ นอกจากนี้มีการใช้กรณีศึกษาของประเภทของผู้ประกอบการ 4 ประเภทของธุรกิจได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจ ผู้ประกอบการค้า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการเกษตรในการดำเนินเรื่องทำให้ผู้เรียนสามารถเห็นภาพรวมขององค์ประกอบของธุรกิจและออกแบบโมเดลธุรกิจของตนเองได้

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

- 1) อธิบายความหมาย ประเภทคุณลักษณะ ทักษะและจรรยาบรรณของการเป็นผู้ประกอบการ
- 2) ประเมินศักยภาพตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ
- 3) เปรียบเทียบการพัฒนาธุรกิจใหม่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
- 4) วิเคราะห์และฝึกปฏิบัติงานตามโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ในการเป็นผู้ประกอบการ

2. โมดูลหรือชุดวิชาการตลาด 5.0 (Marketing 5.0)

บูรณาการเพิ่มวิชาการจัดการกลยุทธ์และวิชาเทคโนโลยีและสารสนเทศ ซึ่งความโดดเด่นและพิเศษของรายวิชานี้ต่างจากที่อื่น คือ การปูพื้นฐานการตลาดเบื้องต้น ได้แก่ การวิเคราะห์สินค้าและบริการ การวิเคราะห์ลูกค้า วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การตลาดยุค 5.0 ได้แก่ การใช้ช่องทางที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า (Omni-channel) การเจาะจงเฉพาะบุคคล (Personalized) การนำเทคโนโลยีเข้ามาทำงานทดแทนการใช้แทนมนุษย์ (Automation) การทำการตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์ เช่น ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการวิเคราะห์ Big Data และกลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัล ได้แก่ ขั้นตอนสู่ความสำเร็จกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด ทำให้ผู้เรียนเข้าใจแนวคิดการตลาดและการพัฒนากลยุทธ์ รวมถึงการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดคล้องกับธุรกิจของตนเองได้ นอกจากนี้ มีการใช้กรณีศึกษาของประเภทของผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการค้า และผู้ประกอบการเกษตร ในการดำเนินเรื่องทำให้ผู้เรียนเข้าใจแนวคิดการตลาดและการพัฒนากลยุทธ์ รวมถึงการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดคล้องกับธุรกิจของตนเองได้

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

- 1) อธิบายแนวคิดการตลาดและการพัฒนากลยุทธ์

- 2) วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคตามแนวความคิดการตลาดยุคดิจิทัล
- 3) ประยุกต์กลยุทธ์การตลาดและนวัตกรรมทางการตลาด

3. โมดูลหรือชุด วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 (Operation Management 5.0)

บูรณาการเพิ่มวิชาวิชาการเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร วิชาการจัดตั้งธุรกิจใหม่ วิชาการจัดการกลยุทธ์วิชาเทคโนโลยีและสารสนเทศ และวิชาการจัดการนวัตกรรม ซึ่งความโดดเด่นและพิเศษของรายวิชานี้ต่างจากที่อื่น คือ ปูความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารการปฏิบัติการ 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจการผลิต ธุรกิจการค้า และธุรกิจบริการ กลยุทธ์การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจ 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจการผลิต ธุรกิจการค้า และธุรกิจบริการ การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ หรือ artificial intelligence (AI) สำหรับธุรกิจ 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจการผลิต ธุรกิจการค้า และธุรกิจบริการ และการออกแบบ Application ต่อยอดธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทำให้ผู้เรียนสามารถเห็นภาพรวมการบริหารการปฏิบัติการแต่ละประเภทธุรกิจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ธุรกิจของตนเองได้

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

- 1) อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการปฏิบัติการ
- 2) วิเคราะห์ภาพรวมของการบริหารการปฏิบัติการ
- 3) ประยุกต์ใช้การบริหารการปฏิบัติการ

4. โมดูลหรือชุดวิชาการเงิน 5.0 (Finance 5.0)

บูรณาการเพิ่มวิชาบัญชี วิชาการจัดการกลยุทธ์และวิชาเทคโนโลยีและสารสนเทศ ซึ่งความโดดเด่นและพิเศษของรายวิชานี้ต่างจากที่อื่น คือ การเจาะประเภทของแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่ (Startup) นวัตกรรมทางการเงิน (Financial innovation) ได้แก่ เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) เทคโนโลยีทางการเงินหรือฟินเทค (FinTech) เทคโนโลยีระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตน อิเล็กทรอนิกส์ (Biometric & Digital ID) สำหรับความรู้เกี่ยวกับการเงิน นอกจากนี้มีการใช้กรณีศึกษาของบริษัท AAA จำกัด ในการดำเนินเรื่องทำให้ผู้เรียนสามารถเห็นภาพรวมของงบการเงิน ประกอบด้วย งบแสดงฐานะการเงิน ได้แก่ งบดุล งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด การวิเคราะห์ทางการเงินต่างๆ ทราบความต้องการลงทุน และสามารถนำไปประยุกต์กับธุรกิจของตนเองได้

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

- 1) อธิบายความหมาย แหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่และนวัตกรรมทางการเงิน
- 2) วิเคราะห์งบการเงินและอัตราส่วนทางการเงิน
- 3) ประยุกต์การบริหารทุนหมุนเวียน ความเสี่ยงทางการเงินและแผนการเงิน

5. โมดูลหรือชุดวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 (Business Plan 5.0)

บูรณาการเพิ่มวิชาการจัดการกลยุทธ์ ความโดดเด่น/พิเศษของรายวิชานี้ต่างจากที่อื่น คือ นอกจากปูพื้นฐานแผนธุรกิจ มีการใช้กรณีศึกษาของผู้ประกอบการในการดำเนินเรื่องในขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจใหม่ (Startup) ซึ่งออกแบบโดยเฉพาะสำหรับผู้ต้องการเริ่มต้นธุรกิจและการฝึกปฏิบัติแบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจ (Business Plan Simulation) ให้ผู้เรียนสามารถเขียนแผนธุรกิจอย่างง่ายได้

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

- 1) อธิบายความหมาย ประโยชน์และองค์ประกอบของแผนธุรกิจได้
- 2) เขียนแผนธุรกิจอย่างง่ายได้

หลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนรู้ผ่านออนไลน์ หมายถึง หลักสูตรผู้ประกอบการ โดยใช้การเรียนรู้การสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมนิสิตที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ของตนเอง สามารถพัฒนาทักษะต่าง ๆ ให้กับนิสิตนักศึกษา ให้มีความเข้าใจและมีความสามารถในการประกอบธุรกิจและเริ่มธุรกิจใหม่ของตัวเองได้

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อพัฒนานิสิตนักศึกษา ให้มีความรู้ความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการ
2. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพนิสิตนักศึกษา ให้มีทักษะความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ และสามารถประยุกต์ใช้ได้
3. เพื่อสนับสนุนนิสิตนักศึกษาที่มีศักยภาพ ให้มีโอกาสประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ

คุณสมบัติของผู้เข้าเรียน

นักศึกษาปริญญาตรีทุกสาขาชั้นปีที่ 2 ขึ้นไปที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. นิสิตนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทักษะและความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ
2. นิสิตนักศึกษาสามารถนำความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการไปปรับใช้ได้

จำนวนหน่วยกิต : ไม่มี

ระยะเวลาศึกษา : 4 สัปดาห์ (1 เดือน)

สถานภาพการศึกษา : วิชาเสริมนอกหลักสูตร

สถานที่เรียน : เรียนผ่านบทเรียนออนไลน์

ชุดวิชาที่ต้องเรียน : ในหลักสูตรประกอบด้วย 5 โมดูล ซึ่งผู้เรียนต้องเรียนรายวิชาเรียงตามลำดับดังนี้

- 1) วิชาการเป็นผู้ประกอบการ 5.0
- 2) วิชาการตลาด 5.0
- 3) วิชาการเงิน 5.0
- 4) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0
- 5) วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0

ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

จำนวนชั่วโมงที่ใช้ : ใช้เวลาเรียนจากบทเรียนบนเว็บไซต์ด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อรายวิชา หรือทั้งหมด 30 ชั่วโมง (ภายใน 4 สัปดาห์) โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง (Self-Placed Learning) ตามสภาพความพร้อมหรืออัตราการเรียนรู้ของแต่ละคน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) หลักสูตรผู้ประกอบการ โดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมนิสิตที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ของตนเอง สามารถพัฒนาความรู้ ทักษะและทัศนคติให้กับนิสิตนักศึกษา ให้ความรู้ความเข้าใจ และมีความสามารถในการประกอบธุรกิจและเริ่มธุรกิจใหม่ของตัวเองได้

2) สถาบันอุดมศึกษา ได้คู่มือหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งเป็นการศึกษาที่นิสิตนักศึกษาทุกคนสามารถเข้าถึงได้มีทางเลือกในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพตนเอง และเป็นต้นแบบในการสร้างผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่สนใจ

บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 6 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการนักศึกษา (Entrepreneurs Student) ตอนที่ 3 หลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดระบบการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ (Online Learning) และตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาโมดูลและหลักสูตรฝึกอบรม

ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (Entrepreneurs)

1. นิยามของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง ผู้ซึ่งพยายามสร้างกำไรจากการเสี่ยงและแนวความคิดริเริ่มด้วยตนเอง (พจนานุกรมอ็อกฟอร์ด, 2 พุศจิกายน 2564) บุคคลที่จัดตั้งองค์กรกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงเพื่อหวังผลกำไร(พจนานุกรมเว็บสเตอร์, 2 พุศจิกายน 2564) ผู้จัดตั้งองค์กรเป็นเจ้าของ บริหารงานและยอมรับความเสี่ยงทางธุรกิจ (Hodgetts and Kuratko, 1986) ผู้ที่จัดตั้งองค์กรและพัฒนาบริหารงานรวมทั้งยอมรับความเสี่ยงทางกิจการเพื่อผลกำไร (Kuratko and Hodgetts, 1998) การเป็นเจ้าของกิจการ หมายถึงผู้ที่ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ขององค์กรก็ได้ (Farrington, Venter and Louw, 2012 ; Samuel, Ernest and Awuah, 2013)

ปรีชา ทิวะหุด และสุพชรา มั่นพลศรี (2536) ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่า หมายถึงผู้จัดตั้งองค์กรใหม่หรือคนที่ริเริ่มกิจการขึ้นมาคอยผลักดันให้กิจการก้าวหน้าไป และเป็นคนที่คอยป้อนพลังงานให้แก่กิจการและธีรยุส วัฒนาศุโข (2542) ได้เสนอความหมายของผู้ประกอบการว่า คือบุคคลผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา และจะต้องมีความอดทน มุ่งมั่นกล้าตัดสินใจ และกล้าเสี่ยงในการที่จะนำความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ของตนเองนั้นมาปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลคุ้มค่าเชิงพาณิชย์ ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ(2558) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้จัดตั้งธุรกิจด้วยตนเอง สามารถรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจได้ทั้งหมด แสวงหาโอกาสทางธุรกิจและส่งมอบสินค้าหรือบริการไปสู่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างผลกำไรกลับสู่ธุรกิจของตน สตีเวนสัน และ จาริโอ (Stevenson & Jarillo, 1990 อ้างถึงใน อัจฉรา จันทร์ฉาย, 2561) ได้กล่าวถึงความหมายของผู้ประกอบการในบริบทต่างๆ ดังนี้ ความหมายทางวิชาการ ผู้ประกอบการ หมายถึง กระบวนการที่แต่ละบุคคลแสวงหาโอกาสโดยไม่คำนึงถึงทรัพยากรที่ตนควบคุมอยู่ ความหมายจากการร่วมลงทุน ผู้ประกอบการ หมายถึง ศิลปะแห่งการเปลี่ยนแนวคิดสู่ธุรกิจ ความหมายจากคำอธิบายของสิ่งที่ผู้ประกอบการทำ ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ประกอบการรวบรวมทรัพยากรทั้งหมดที่จำเป็น ได้แก่ เงินคนรูปแบบธุรกิจกลยุทธ์เพื่อแปลงสิ่งประดิษฐ์หรือแนวคิดให้เป็นธุรกิจที่มีศักยภาพนอกจากนี้ ผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 2 ส่วนหลักคือ 1) กระบวนการพลวัตของวิสัยทัศน์การเปลี่ยนแปลงและการสร้างซึ่งมีการใช้พลังงานและมีแรงบันดาลใจ

ในการสร้างสรรค์และใช้แนวคิดใหม่ ๆ ด้วยโซลูชันที่สร้างสรรค์ 2) ส่วนผสมที่จำเป็น ได้แก่ ความเต็มใจที่จะยอมรับความเสี่ยง ความสามารถในการกำหนดทีมร่วมทุนที่มีประสิทธิภาพ ทักษะพื้นฐานในการสร้างแผนธุรกิจที่มั่นคง วิสัยทัศน์ในการรับรู้โอกาส

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้ที่ก่อตั้งองค์กรธุรกิจ เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสเพื่อนำเอาโอกาสนั้นมาใช้ในการดำเนินธุรกิจและคอยประคับประคองให้ธุรกิจดำเนินไปภายใต้ความเสี่ยงทางธุรกิจและปัญหาต่างๆเพื่อให้เกิดผลตอบแทนกำไรกับองค์กร

2. แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2553) กล่าวว่า สมรรถนะ (Competency) หมายถึง คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะอื่นๆ ที่ทำให้บุคคลสามารถสร้างผลงานได้โดดเด่นกว่าเพื่อนร่วมงานอื่นๆ ในองค์กร

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย

งานศึกษาวิจัยจำนวนมากที่แสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยส่วนสำคัญที่จะส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ดังเช่น ณัฐวุฒิ วิเศษ (2552) ได้ศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ประกอบด้วย ความกล้าเสี่ยง ความยืดหยุ่นอดทน มนุษย์สัมพันธ์ ใฝ่ความสำเร็จ การจัดการกับความล้มเหลว แรงจูงใจและพลัง การแสวงหาข้อมูล ความคิดสร้างสรรค์ ความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าริเริ่มและรับผิดชอบ แสวงหาโอกาส และความซื่อสัตย์ สุจริต อาทิตย์ วุฒิศะโร (2543) ศึกษาลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จและจากประสบการณ์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในการจัดโครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม พบว่าคุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการคือมีความกล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ มีความผูกพันต่อเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ มีความสามารถโน้มน้าวใจผู้อื่น มีความมานะและทำงานหนัก มีความกระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง มีความสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความสนใจแสวงหาความรู้เพิ่มเติม มีความสามารถในการบริหาร มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม มีความกล้าตัดสินใจ มีความสามารถในการคิดและวิเคราะห์ มีความสามารถในการสร้างพันธมิตร มีความซื่อสัตย์ มีความประหยัดเพื่ออนาคต ถาวร ศรีสุขะโต (2543) ศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้เริ่มประกอบกิจการว่ามีลักษณะดังนี้ คือ มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูง มีความกล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง เป็นนักแก้ปัญหา เป็นผู้นำโดยธรรมชาติหลีกเลี่ยงการใช้อารมณ์ มีความกระตือรือร้นสูง มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง เป็นบุคคลที่ทำงานหนัก เห็นความสำคัญของงานและได้กล่าวถึงบุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จดังนี้ เป็นนักวิเคราะห์โอกาส ชอบค้นคว้า แสวงหาโอกาสไปสู่ความสำเร็จ เป็นนักแก้ปัญหา เป็นนักคิดที่มีเหตุผลเป็นนักบริหารตามวัตถุประสงค์ เป็นนักทำงานและเป็นนักควบคุม ฝนทิพย์ ขวาร์ไสวและคณะ (2555) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย ประกอบด้วย 9 ด้าน ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ ด้านความมีวินัยตักตวง ด้านความมุ่งมั่นอดทน ด้าน

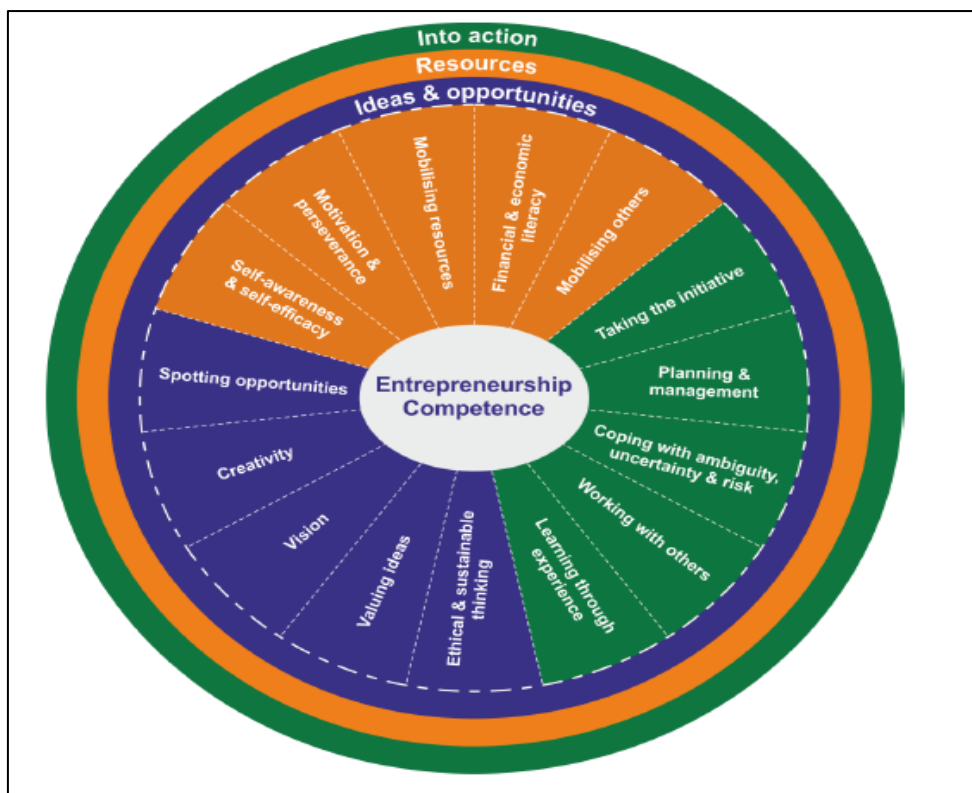
ความคิดสร้างสรรค์ ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความมั่นใจในตนเอง ด้านการตอบสนองกับปัญหาอย่างทันทีทันใด และด้านความรับผิดชอบ วิมลวิภา เกตุเทียน (2556) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ เจน จันทรสุภาเสน (2557) ศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการทางด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การมีวินัยในตนเอง การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และกล้าเสี่ยง การมีความกระตือรือร้น การชอบทำงานที่เป็นกิจวัตร การมีความเป็นระเบียบ การยึดถือเอาธุรกิจเป็นชีวิตจิตใจ การมีความตั้งใจแน่วแน่ที่จะให้ประสบความสำเร็จ การขยันหมั่นเพียร ความรู้จักรับผิดชอบต่อหน้าที่ อยู่สูง การเป็นคนมองโลกในแง่ดีและการให้ความสำคัญสูงสุดต่อทรัพยากรมนุษย์ วนวิสาข์ โชคพรหมอนันต์และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวายจังหวัดนครปฐม ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558) ศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 5 ด้านหลักคือ ด้านการมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านการทำงานเชิงรุก ด้านความกล้าที่จะแข่งขัน และด้านการมีอิสระในการบริหารงาน ชลิตา บุญญา (2559) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการและโอกาสของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ วัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง ด้านความสามารถในการโน้มน้าว ด้านการวางแผนเพื่ออนาคต ด้านความเป็นอิสระ ด้านอำนาจการตัดสินใจ ด้านการตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ด้านการเข้าใจตนเอง และด้านความมุ่งมั่นอดสาหัส วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561) ศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ 1) ศักยภาพการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ มุ่งมั่นในความสำเร็จ ทำงานเชิงรุก จิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อ จริยธรรมในการดำเนินงาน เผชิญหน้ากับความเสี่ยง เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง 2) การยอมรับในคุณค่าของผู้อื่น ได้แก่ การสร้างสัมพันธ์ภาพกับผู้อื่น และประนีประนอมพร้อมให้ความร่วมมือ และ 3) การมีปฏิสัมพันธ์สื่อสารระหว่างสังคม ได้แก่ ทักษะด้านการสื่อสาร และทักษะด้านปรากฏกาย ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ (2561) ศึกษาคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประกอบด้วย 7 คุณลักษณะ ได้แก่ 1) ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ 2) ความกล้าเสี่ยง 3) ความอดทนต่อภาวะ คลุมเครือ 4) ประเภทของแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ 5)ทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อความล้มเหลว 6) ทัศนคติที่ดีต่อความแปลกใหม่ และ 7) ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน เฉลิมชัย จันทรา (2562) ศึกษาคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจหอพักเอกชนในเขตตำบลช้างเผือกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 5 คุณลักษณะ ได้แก่ 1) แรงบันดาลใจด้านการเงิน 2) ความกล้าเสี่ยง 3) ความเชื่อมั่นในตนเอง 4) ความคิดสร้างสรรค์ และ 5) แรงบันดาลใจที่จะได้รับการยกย่องจากการดำเนินธุรกิจ เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) คุณสมบัติและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ได้แก่ 1) พันธะ ความมุ่งมั่นและความ

พยายาม 2) ความต้องการความสำเร็จและการเติบโต 3) เน้นที่โอกาสและเป้าหมาย 4) ความคิดริเริ่มและความรับผิดชอบ 5) การแก้ปัญหาอย่างไม่ย่อ 6) ความสมจริงและมีอารมณ์ขัน 7) ค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ 8) อำนาจจากภายในตน 9) คิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง 10) ความต้องการสถานภาพ และ 11) ยึดหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการในต่างประเทศ

Zimmerer and Scarborough (2003) ได้สรุปบุคลิกภาพของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไว้ดังนี้ ต้องการเป็นผู้รับผิดชอบต่อการกระทำของตนเอง ชอบความเสี่ยงในระดับปานกลาง มีความเชื่อมั่นในความสามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ ต้องการข้อมูลย้อนกลับในทันทีที่ทำงานเสร็จ ต้องมีความมั่งคั่ง ต้องรู้จักอดออม ต้องรู้จักช่วยเหลือสังคมให้เจริญ ต้องมีความมานะอดทน Lackeus (2015) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial competencies) ประกอบด้วย ปัจจัยที่สำคัญดังนี้ 1) ความรู้ (knowledge) ได้แก่ แบบจำลองทางจิต (Mental models) ซึ่งเป็นความรู้เกี่ยวกับวิธีทำสิ่งต่างๆ ให้เสร็จสิ้นโดยไม่มีทรัพยากร แบบจำลองความเสี่ยงและความน่าจะเป็น ความรู้ความเข้าใจ (Declarative knowledge) ซึ่งเป็นพื้นฐานของการเป็นผู้ประกอบการ การสร้างมูลค่าการสร้างแนวคิดโอกาสใน การทำบัญชีการเงิน เทคโนโลยีการตลาด ความเสี่ยง ฯลฯ ความเข้าใจตนเอง (Self-insight) ซึ่งเป็นการมีความรู้เกี่ยวกับบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับการเป็นผู้ประกอบการ/เป็นผู้ประกอบการ 2) ทักษะ (Skills) ได้แก่ ทักษะการตลาด (Marketing skills) ทักษะด้านทรัพยากร (Resource skills) ทักษะโอกาส (Opportunity skills) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Interpersonal skills) ทักษะการเรียนรู้ (Learning skills) ทักษะเชิงกลยุทธ์ (Strategic skills) 3) ทศนคติ (Attitudes) ได้แก่ มีหัวใจของการเป็นเจ้าของกิจการ (Entrepreneurial passion) การรับรู้ความสามารถตนเอง (Self-efficacy) อัตลักษณ์ของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial identity) ทำทุกอย่างในเชิงรุก (Proactiveness) ความไม่แน่นอน/ความคลุมเครือ (Uncertainty/ambiguity tolerance) การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) ความขยันหมั่นเพียร (Perseverance)

กรอบความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการของคณะกรรมการยุโรป 2016 (The entrepreneurship competence framework: EntreComp conceptual model, 2016) ได้กล่าวว่า EntreComp ประกอบด้วย 3 ด้านความสามารถและ 15 สมรรถนะ



รูปที่ 2.1 ขอบเขตและความสามารถของแนวคิด *EntreComp*

ที่มา: The entrepreneurship competence framework: *EntreComp* conceptual model, 2016

จากรูป *EntreComp* ประกอบขึ้นจาก 3 ด้านความสามารถและ 15 สมรรถนะ

1) **ความคิดและโอกาส** (Ideas and opportunities) ได้แก่ ระบุโอกาส (Spotting opportunities) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) วิสัยทัศน์ (Vision) คุณค่าความคิด (Valuing ideas) ความคิดเชิงจริยธรรมและยั่งยืน (Ethical and sustainable thinking)

2) **ทรัพยากร** (Resources) ได้แก่ ความตระหนักในตนเองและการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-awareness and self-efficacy) แรงจูงใจและความเพียร (Motivation and perseverance) ระดมทรัพยากร (Mobilizing resources) ความรู้ทางการเงินและเศรษฐกิจ (Financial and economic literacy) ระดมผู้อื่น (Mobilizing others)

3) **ถ่ายทอดสู่การปฏิบัติ** (Translation into action) ได้แก่ การริเริ่ม (Taking the initiative) การวางแผนและการจัดการ (Planning and management) การรับมือกับความไม่แน่นอน ความคลุมเครือและความเสี่ยง (Coping with uncertainty, ambiguity and risk) การทำงานกับคนอื่น (Working with others) เรียนรู้จากประสบการณ์ (Learning through experience)

รายงานของหน่วยงานประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศอังกฤษ (The Quality Assurance Agency for Higher Education : QAA, Enterprise and

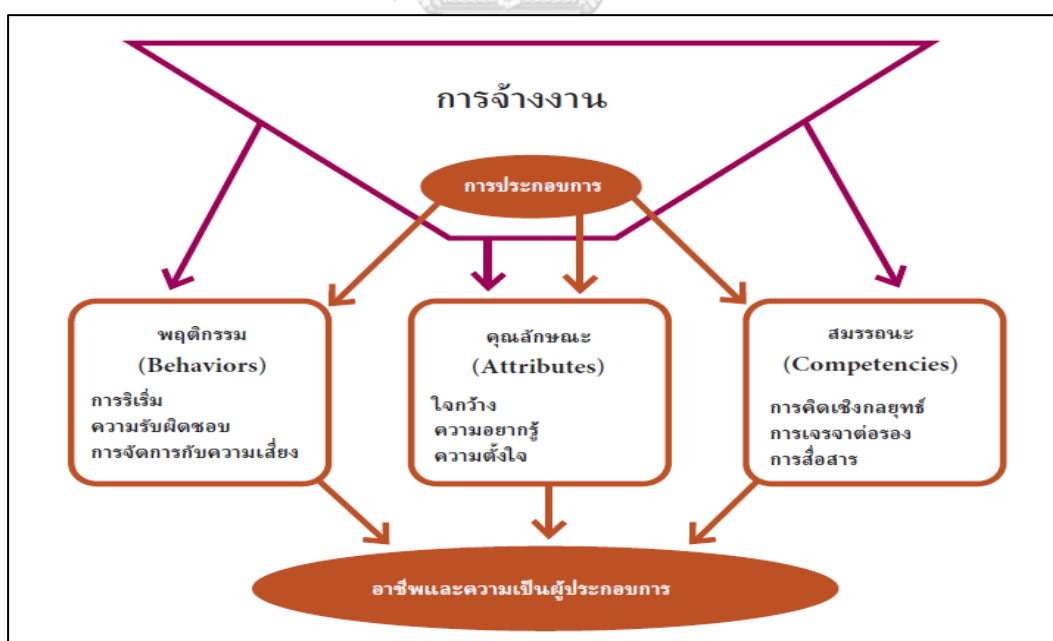
Entrepreneurship Education, 2012) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่

1) **พฤติกรรม (Behaviors)** ได้แก่ การรับรู้โอกาส (Opportunity recognition) การแก้ปัญหา (Problem solving) ดำเนินการ (Taking action) การบริหารจัดการด้วยตนเอง (Managing autonomously) การรับรู้ส่วนบุคคล (Personal awareness) เครือข่ายและการสื่อสาร (Networking and communication)

2) **คุณลักษณะ (Attributes)** ได้แก่ เป้าหมายและความทะเยอทะยาน (Goals and ambitions) ความมั่นใจในตนเอง (Self-confidence) ความเพียร (Perseverance) ตระหนักว่าพวกเขาอยู่ในการควบคุมโชคชะตาของตนเอง (Internal locus of control) ดำเนินการและเรียนรู้ทั้งจากการกระทำ (Action orientation) นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (Innovation and creativity)

3) **ทักษะ (Skills)** ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity and innovation) การชักชวนและการเจรจาต่อรอง (Persuasion and negotiation) แนวทางการจัดการ (Approach to management) ประเมินประเด็นและตัดสินใจในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือความไม่แน่นอนและความเสี่ยง ใช้ทักษะด้านเครือข่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Networking) การรับรู้โอกาส (Opportunity recognition) ความรู้ทางการเงินและธุรกิจ (Financial and business literacy)

การศึกษาสำหรับองค์กรและผู้ประกอบการ : สำหรับผู้ให้บริการการศึกษาระดับสูงในสหราชอาณาจักร (Enterprise and Entrepreneurship Education : Guidance for UK Higher Education Providers, January 2018) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่



รูปที่ 2.2 การค้นพบการผนึกพลังระหว่างการประกอบกิจการกับอาชีพ
(Discovering synergies between enterprise and employability)

ที่มา : Enterprise and Entrepreneurship Education :

Guidance for UK Higher Education Providers, January 2018

จากรูปที่ 2.2 การค้นพบการฝึกพลังระหว่างการประชุมการกับอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่

1) พฤติกรรม (Behaviors) ได้แก่ การริเริ่ม (Taking the initiative) ทำให้สิ่งต่างๆเกิดขึ้นและการสะท้อน (Making things happen, reflecting) การติดต่อสื่อสาร (Communicating) การหมุนและปรับตัว (Pivoting and adapting) การเล่าเรื่อง (Storytelling) รับผิดชอบ (Taking responsibility) เครือข่าย (Networking) ประสิทธิภาพส่วนบุคคล (Personal effectiveness) การจัดการกับความเสี่ยง (Managed risk taking)

2) คุณลักษณะ (Attributes) ได้แก่ ใจกว้าง (Open mindedness) ทำทุกอย่างในเชิงรุก (Proactivity) ความอยากรู้ (Curiosity) สมรรถนะตนเองหรือความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) มีความยืดหยุ่น (flexibility) การปรับตัว (Adaptability) ความตั้งใจ (Determination) ความสามารถที่จะฟื้นตัวเมื่อตกอยู่ในสถานการณ์ที่ยากลำบากมีแรงกดดันและความเครียดสูง โดยยังคงความมั่นใจและทัศนคติที่เป็นบวกที่จะฟื้นตัวฟื้นใจกลับมาได้ (Resilience)

3) สมรรถนะ (Competencies) ได้แก่ การตัดสินใจโดยใช้สามัญสำนึก (Intuitive decision making) การระบุถึงโอกาสทางธุรกิจ (Identifying opportunities) การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Creative problem solving) วิธีการปฏิบัติใหม่ๆ (Innovating) การคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic thinking) กระบวนการคิดเชิงออกแบบสำหรับพัฒนานวัตกรรมที่ผสมผสานการ คิดสร้างสรรค์และการคิดเชิงธุรกิจ (Design thinking) การเจรจาต่อรอง (Negotiation) การสื่อสาร (Communicating) มีอิทธิพล (Influencing) ความเป็นผู้นำและการเงิน (Leadership and financial) ธุรกิจและทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Business and digital literacy)

สรุปผลจากการศึกษางานวิจัยในต่างประเทศ ผู้วิจัยพบว่า มีการศึกษาภาพรวมสมรรถนะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ และมีการแบ่งประเภท ได้แก่ ด้านคุณลักษณะ (Attributes) ด้านพฤติกรรม (Behaviors) และด้านทักษะ (Skills) ตลอดจนการเชื่อมโยงปัจจัยแต่ละด้านของการผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 3 มิติ ได้แก่ มิติคุณลักษณะ (Attributes) มิติพฤติกรรม (Behaviors) และมิติทักษะ (Skills) มีรายละเอียดดังตารางสรุปนี้

ตารางที่ 2.1 สรุปแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

| มิติ | ปัจจัยหรือตัวแปร | ความถี่ | ผู้เขียนและแหล่งที่มา |
|----------------------|-----------------------------------------------------------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| พฤติกรรม (Behaviors) | 1) แสวงหาโอกาสและช่องทางการพัฒนาเชิงธุรกิจ | 7 | QAA(2012), EntreComp conceptual model (2016), Enterprise and Entrepreneurship Education (2018), ถาวร ศรีสุขะโต (2543), ณิชวุฒิ วิเศษ (2552), ชลิตา บุญนภา (2559), เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) |
| | 2) หาคำตอบ/แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และทันสมัย | 6 | QAA (2012), EntreComp conceptual model (2016), ถาวร ศรีสุขะโต (2543), ณิชวุฒิ วิเศษ (2552), ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558), เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) |
| | 3) เผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจอย่างเหมาะสม | 16 | Zimmerer and Scarborough (2003), EntreComp conceptual model (2016), Enterprise and Entrepreneurship Education (2018), อาทิตย์ วุฒิคะโร (2543), ถาวร ศรีสุขะโต (2543), ณิชวุฒิ วิเศษ (2552), ฝนทิพย์ ฆารไสวและคณะ (2555), วิมลวิภา เกตุเทียน (2556), เจน จันทรสุภาเสน (2557), วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558), ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558), จริยา กอสุขทวีคุณ (2561), วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561), ภัทรานิชฐ์ สรเสริมสมบัติ (2561), เจษฎา จันทรา (2562), เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) |
| | 4) บริหารจัดการและตัดสินใจเพื่อบรรลุเป้าหมายได้ด้วยตนเอง | 9 | QAA (2012), EntreComp conceptual model (2016), Enterprise and Entrepreneurship |

| มิติ | ปัจจัยหรือตัวแปร | ความถี่ | ผู้เขียนและแหล่งที่มา |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | Education (2018), อาทิตย์ วุฒิคะโร (2543), ถาวร ศรีสุขะโต (2543), วิมพ์วิภา เกตุเทียน (2556), ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558), ชลิตา บุญนภา (2559), เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) |
| | 5) แก้ไขปัญหา/อุปสรรคจากสภาพการณ์ที่ทำนายเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างมุ่งมั่น | 4 | EntreComp conceptual model (2016), ญัฐวุฒิ วิเศษ (2552), ฝนทิพย์ ฆารไสวและคณะ (2555), เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) |
| | 6) ใช้ทักษะทางสังคมในการปฏิสัมพันธ์ และทำงานร่วมกับผู้อื่น | 5 | QAA(2012), EntreComp conceptual model (2016), Enterprise and Entrepreneurship Education (2018), ญัฐวุฒิ วิเศษ (2552), วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เกษฎาลักษณ์ (2561) |
| คุณลักษณะ (Attributes) | 1) ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายและพัฒนาตนเองไปสู่ความสำเร็จ | 13 | Lackeus (2015), Enterprise and Entrepreneurship Education (2018), อาทิตย์ วุฒิคะโร (2543), ถาวร ศรีสุขะโต (2543), ญัฐวุฒิ วิเศษ (2552), ฝนทิพย์ ฆารไสวและคณะ (2555), วิมพ์วิภา เกตุเทียน (2556), เจน จันทรสุภาเสน (2557), วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์และวิโรจน์ เกษฎาลักษณ์ (2558), จรียา กอสุขทวีคุณ (2561), วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เกษฎาลักษณ์ (2561), ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ (2561), เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) |
| | 2) ความเชื่อมั่นในตัวเอง | 14 | Zimmerer and Scarborough (2003), QAA (2012), Lackeus (2015), EntreComp conceptual model (2016), Enterprise and Entrepreneurship Education |

| มิติ | ปัจจัยหรือตัวแปร | ความถี่ | ผู้เขียนและแหล่งที่มา |
|------|-----------------------------------------------------------------------|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | (2018), อาทิตย์ วุฒิคะโร (2543), ถาวร ศรีสุขะโต (2543), ณิชวุฒิ วิเศษ (2552), ฝนทิพย์ ชมารไสวและคณะ (2555), ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558), จรียา กอสุขทวิคุณ (2561), ภัทรา นิษฐ์ สรเสริมสมบัติ (2561), เจษฎา จันทรา (2562), เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) |
| | 3) ความมุ่งมั่นและอดทนต่อทุกสถานการณ์ที่ท้าทาย | 12 | Zimmerer and Scarborough (2003), QAA(2012),EntreComp conceptual model (2016), Enterprise and Entrepreneurship Education (2018), อาทิตย์ วุฒิคะโร (2543), ณิชวุฒิ วิเศษ (2552), ฝนทิพย์ ชมารไสวและคณะ (2555), เจน จันทรสุภาเสน (2557), ชลิตา บุญนภา (2559), จรียา กอสุขทวิคุณ (2561), วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561), ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ (2561), เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) |
| | 4) มีความเชื่อพลังอำนาจในตนโดยเชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเรา | 9 | QAA(2012), Lackeus (2015) , Enterprise and Entrepreneurship Education (2018), ณิชวุฒิ วิเศษ (2552), ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558), จรียา กอสุขทวิคุณ (2561), วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561), ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ (2561), เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) |
| | 5) การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์ | 7 | QAA(2012), EntreComp conceptual model (2016), อาทิตย์ วุฒิคะโร (2543), ณิชวุฒิ วิเศษ (2552), วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561), ภัทรานิษฐ์ สรเสริม |

| มิติ | ปัจจัยหรือตัวแปร | ความถี่ | ผู้เขียนและแหล่งที่มา |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | สมบัติ (2561), เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) |
| | 6) การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์ | 4 | QAA(2012), ถาวร ศรีสุขะโต (2543), ญัฐวุฒิ วิเศษ (2552), เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) |
| ทักษะ (Skills) | 1) มีทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และสามารถแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการที่หลากหลาย | 10 | QAA(2012), EntreComp conceptual model (2016), Enterprise and Entrepreneurship Education (2018), อาทิตย์ วุฒิกะโร (2543), ถาวร ศรีสุขะโต (2543), ญัฐวุฒิ วิเศษ (2552), ฟนทิพย์ ฆารไสว และคณะ (2555), เจน จันทรสุภาเสน (2557), เกษฎา จันทรา (2562), เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) |
| | 2) สามารถเจรจาต่อรองและโน้มน้าวคนรอบข้าง | 8 | Lackeus (2015), QAA(2012), EntreComp conceptual model (2016), Enterprise and Entrepreneurship Education (2018), อาทิตย์ วุฒิกะโร (2543), ญัฐวุฒิ วิเศษ (2552), ชลิตา บุญญา (2559), วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เกษฎา ลักษณ์ (2561) |
| | 3) บริการจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนินโครงการ/กิจกรรมอย่างเหมาะสม | 4 | QAA(2012), Lackeus (2015), อาทิตย์ วุฒิกะโร (2543), วิมพ์วิภา เกตุเทียน (2556) |
| | 4) สามารถประเมินสถานการณ์และตัดสินใจเพื่อควบคุมปัจจัยเสี่ยง | 16 | Zimmerer and Scarborough (2003), QAA(2012), EntreComp conceptual model (2016), อาทิตย์ วุฒิกะโร (2543), ถาวร ศรีสุขะโต (2543), ญัฐวุฒิ วิเศษ (2552), ฟนทิพย์ ฆารไสวและคณะ (2555), วิมพ์วิภา เกตุเทียน (2556), เจน จันทรสุ |

| มิติ | ปัจจัยหรือตัวแปร | ความถี่ | ผู้เขียนและแหล่งที่มา |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | ภาเสณ (2557), วันวิสาข์ โชคพรหม อนันต์และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558), ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558), จรียา กอสุขทวิคุณ (2561), วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561), ภัทรานิชฐ์ สรเสริมสมบัติ (2561), เจษฎา จันทรา (2562), เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) |
| | 5) มีทักษะการสร้างเครือข่าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน | 5 | Lackeus (2015) , QAA(2012), EntreComp conceptual model (2016), อาทิตย์ วุฒิศะโร (2543), วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561) |
| | 6) ตระหนักและเข้าใจต่อสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรเพื่อการปรับตัวสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น | 7 | QAA(2012), EntreComp conceptual model (2016), Enterprise and Entrepreneurship Education (2018), อาทิตย์ วุฒิศะโร (2543), ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558), ชลิตา บุญญา (2559), วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561) |
| | 7) แสวงหาโอกาสและชี้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร | 6 | QAA(2012), Lackeus (2015), Enterprise and Entrepreneurship Education (2018) , ถาวร ศรีสุขะโต (2543), ญัฐวุฒิ วิเศษ (2552), เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) |

ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการนักศึกษา (Student Entrepreneurs)

1. ผู้ประกอบการนักศึกษา (Student Entrepreneurs)

คณะกรรมการยุโรป (European Commission, Entrepreneurship in vocational education and training, 2009) กล่าวว่า ผู้ประกอบการนักศึกษา (Students' Enterprises: SE's) เป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักของโรงเรียนที่จะถ่ายทอดให้นักเรียนสามารถรับทักษะการเป็นผู้ประกอบการได้ นักเรียนสามารถสร้างและนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ผ่านการบริหารจัดการ เสมือนบริษัทจริง

ผู้ประกอบการนักศึกษา มีลักษณะเด่นอย่างน้อย 5 ประการ ดังนี้

- 1) ผู้ประกอบการนักศึกษา ใช้ช่วงเวลาในขณะที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยเพื่อแสวงหาโอกาส
- 2) ผู้ประกอบการนักศึกษา พึ่งพาชื่อเสียงและเครือข่ายของมหาวิทยาลัยในการสร้างน่าเชื่อถือและพัฒนาของกิจการของตนเอง
- 3) ผู้ประกอบการนักศึกษา เรียนรู้ที่จะพึ่งพาตนเองในการพัฒนากิจการของตนได้
- 4) ประสบการณ์การศึกษาของผู้ประกอบการนักศึกษาในขณะที่เรียนอยู่ในมหาวิทยาลัยมีอิทธิพลอย่างมากในการสร้างให้เป็นผู้ประกอบการ
- 5) ผู้ประกอบการนักศึกษา ใช้ทรัพยากร ความรู้และข้อมูลใหม่ ๆ ของมหาวิทยาลัยเพื่อพัฒนาตนเอง

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการนักศึกษา

ชูชัย สมितिไกร (2548) ทำการศึกษาศึกษาสภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาศึกษาสภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยไทยโดยภาพรวม มีศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง นักศึกษาที่มีเพศและเรียนกลุ่มวิชาที่แตกต่างกัน มีศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกัน นักศึกษาที่มีประสบการณ์การประกอบธุรกิจ รายได้ต่อเดือนของครอบครัว และอาชีพของบิดามารดาที่แตกต่างกัน มีศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน และทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความเป็นไปได้ในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย

รายงานของหน่วยงานประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศอังกฤษ (The Quality Assurance Agency for Higher Education: QAA, Enterprise and Entrepreneurship Education, 2012) ศึกษาการพัฒนาผู้ประกอบการนักศึกษาในประเทศอังกฤษ สร้างโมเดลการพัฒนาการเรียนรู้สำหรับพัฒนานักศึกษาให้เป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่

- 1) ความคิดของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial mindset) ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพและอัตลักษณ์ทางสังคม ความใฝ่ฝันและเป้าหมายส่วนตัว ความมั่นใจส่วนบุคคลและความยืดหยุ่น ความมีวินัยในตนเองและองค์กรส่วนบุคคล ความเข้าใจในแรงจูงใจของตัวเอง ความสามารถในการไปไกล

กว่าชีวิต จำกัด การรับรู้และบรรลุผล ความอดทนต่อความไม่แน่นอน ความคลุมเครือ ความเสี่ยงและความล้มเหลว คุณค่าส่วนบุคคล: ความตระหนักด้านจริยธรรมสังคมและสิ่งแวดล้อม

2) ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Capability) ช่วงของพฤติกรรมลักษณะและทักษะ ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การรับรู้โอกาสสร้างและประเมินผลการตัดสินใจที่สนับสนุนโดยการวิเคราะห์และการตัดสินใจที่สำคัญ การนำความคิดไปสู่การเป็นผู้นำและการจัดการ การสะท้อนและการกระทำ ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ทักษะด้านการสื่อสารและกลยุทธ์

3) ประสิทธิภาพของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial effectiveness) ได้แก่ ใช้กลยุทธ์การสร้างธุรกิจที่เหมาะสม ทิศทางอิสระที่เป็นส่วนตัวของตัวเอง ความคืบหน้าของแต่ละเป้าหมายและวิธีการ นำแนวคิดที่กล้าได้กล้าเสียมาสู่การปฏิบัติ สร้างทางเลือกธุรกิจและอาชีพ ดำเนินการสร้างกิจการใหม่ระบุดลาดเป้าหมายและกลไกคุณค่าที่เกี่ยวข้อง

4) การตระหนักในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial awareness) พัฒนาความรู้ความเข้าใจถึงการสร้างกิจการใหม่และตระหนักถึงความกล้าได้กล้าเสียในการเป็นผู้ประกอบการ



รูปที่ 2.3 การพัฒนาประสิทธิผลของผู้ประกอบการ

ที่มา : QAA (2012) Enterprise and Entrepreneurship Education: Guidance for UK higher education providers, The Quality Assurance Agency for Higher Education 2012, ISBN 9781849796927. แหล่งที่มา : www.qaa.ac.uk

รายงาน QAA นำเสนอรูปแบบการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้สำเร็จการศึกษาที่มีวุฒิภาวะระดับประสิทธิผลของผู้ประกอบการสูง (รูปที่ 2.3) นี้เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ ได้แก่ การรับรู้ของการเป็นผู้ประกอบการ การพัฒนาความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ และการพัฒนาประสิทธิผลของการเป็นผู้ประกอบการ การเรียนรู้สามารถทำได้ผ่านหลักสูตรหรือ

กิจกรรมนอกหลักสูตรหรือการผสมกันของทั้งสองแบบคุณลักษณะที่สำคัญของโมเดลนี้คือการรวมทั้งหลักสูตรและการเรียนนอกหลักสูตรเข้าด้วยกัน

เบียเลตตี (Bailetti, 2011) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาผู้ประกอบการนักศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกาวิธีที่มหาวิทยาลัยสามารถเพิ่มจำนวนของบริษัทที่ก่อตั้งขึ้นโดยผู้ประกอบการนักศึกษา โดยเฉพาะการสนับสนุนโครงการวิจัยและการสอนในสาขาการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งนักศึกษาจะได้รับทักษะความเป็นผู้ประกอบการในระหว่างที่เรียนในมหาวิทยาลัย นอกจากนี้จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค ,การนำความรู้ไปสู่การค้าขายได้จริง ช่วยให้นักศึกษายบรรลุและขยายภารกิจหลักและเพิ่มผลตอบแทนเกี่ยวกับเงินลงทุนในมหาวิทยาลัยด้านอาร์แอนด์ดี (R&D) รูปแบบและชุดของหลักการที่มหาวิทยาลัยสามารถใช้เพื่อสนับสนุนและเพิ่มจำนวนนักเรียนผู้ประกอบการในสถาบันของตนเอง

หมานเซิงและไห่เซี่ย (Mansheng Zhou and Haixia Xu, 2012) ได้กล่าวถึงสำรวจนักศึกษาในการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการของจีน เพื่อต้องการทราบมุมมองของนักศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการและการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ การสำรวจแบ่งออกเป็น 3 ช่วงดังนี้

การสำรวจช่วงที่ 1 : 2008-2009 โดยศูนย์วิจัยแห่งชาติเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยชิงหวา ข้อมูลการสำรวจที่เกี่ยวข้องกับ 30 จังหวัด, เมืองและเทศบาลทั่วประเทศจีน พบว่า ในแง่ของศักยภาพของนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการ มีความน่าจะเป็นมากขึ้นในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย มีรายงานเรื่อง "คนจีนรวยผ่านการเป็นผู้ประกอบการ" กลุ่มอายุ 26-35 ปียังคงมีสัดส่วนผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูงสุด คิดเป็น 49.7% ของผู้ประกอบการ ที่ทำการสำรวจ สัดส่วนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีและนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการคิดเป็นร้อยละ 20.5 และ 4.3 ของกลุ่มตัวอย่าง

การสำรวจช่วงที่ 2 : 2010 โดยมหาวิทยาลัยจีนจำนวน 5 แห่ง รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยของจีนจำนวน 10 แห่ง จากนักศึกษาจำนวน 4,551 คน เกี่ยวกับการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติเหล่านี้ พบว่า นักศึกษาไม่ได้เลือกการสร้างบริษัท/วิสาหกิจเพื่อแสวงหาอำนาจหรือเงินหรือเพียงแค่การจ้างงานเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับความสนใจภายในใจและแรงบันดาลใจ ซึ่งพบว่าแรงจูงใจของนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการจะเกี่ยวข้องกับประสบการณ์การทำงานของแต่ละคน (21.3%) และความรู้สึกรักความสำเร็จ (15.4%) มีเพียง 9.1% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่บอกว่าแรงจูงใจของพวกเขาเป็นเรื่องของการอยู่รอด

การสำรวจช่วงที่ 3 : 2011 โดยสมาคมเครือข่ายวัยรุ่นและเยาวชนจีน เพื่อค้นหาว่านักศึกษามหาวิทยาลัยของจีนและการเป็นผู้ประกอบการเป็นอย่างไร พบว่า ในแง่ของความสนใจและแรงจูงใจ รายงานว่าสามในสี่นักศึกษาแสดงความสนใจในการประกอบการ และมากกว่าหนึ่งในสี่วางแผนที่จะเริ่มต้นธุรกิจของตัวเอง

โดยภาพรวมผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะอายุน้อยลง เมื่อเทียบกับผลการสำรวจเมื่อปีที่แล้ว พบว่าร้อยละของผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูงเติบโตขึ้น

มารีย์และคณะ (Marian et al., 2015) ได้ศึกษาถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสาขาวิชาที่แตกต่างกันที่สนใจศึกษาด้านการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนา

ความเกี่ยวข้องและคำแนะนำสำหรับการจัดโปรแกรมการศึกษาการผู้ประกอบการตามความแตกต่าง โดยเลือกนักศึกษาจาก 370 มหาวิทยาลัย จาก 4 สาขา ได้แก่ บริหารธุรกิจ (Business administration) สารสนเทศประยุกต์ (Applied informatics) จิตวิทยา (Psychology) และการสอน (Pedagogy) มีการเปรียบเทียบ 5 ระดับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในสาขาวิชาที่แตกต่างกัน ได้แก่ ต้องการความสำเร็จ (Need for achievement) คำนวณความเสี่ยงที่เกิดขึ้น (Calculated risk taking) ต้องการความเป็นอิสระ (Need for autonomy) ความเชื่อมั่นภายในของการควบคุม (internal locus of control) แนวโน้มเชิงสร้างสรรค์ (Creative tendency) พบว่า

ระดับของแนวโน้มบุคลิกภาพแบบกล้าคิดกล้าทำโดยรวมและลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความแตกต่างกันตามสาขาวิชาที่แตกต่างกันและ 3 ระดับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ได้แก่ ต้องการความสำเร็จ คำนวณความเสี่ยงที่เกิดขึ้น ความเชื่อมั่นภายในของการควบคุม

นอกจากนี้ยังพบว่า นักศึกษาบริหารธุรกิจมีแนวโน้มที่กล้าได้กล้าเสียมากที่สุด นักศึกษาจิตวิทยามีแนวโน้มที่กล้าได้กล้าเสียน้อยที่สุด

เบอร์กมันน์ (Bergmann et al., 2016) ได้ศึกษาว่า ปัจจัยอะไรที่ทำให้เป็นผู้ประกอบการ นักศึกษา เกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยและบริบทของภูมิภาคในการสร้างนักศึกษาให้สร้างธุรกิจของตัวเอง เลือกตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบง่ายจาก 41 มหาวิทยาลัยในยุโรปตะวันตกและยุโรปกลาง ได้แก่ ออสเตรีย, ฝรั่งเศส, เยอรมนี, ฮังการี, ลักเซมเบิร์ก, เนเธอร์แลนด์, และสวิสเซอร์แลนด์ และเป็นนักศึกษาสาขาบริหารธุรกิจและสาขาเศรษฐศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่า

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสามารถส่งผลและมีอิทธิพลในระดับต่าง ๆ กัน (บุคคลมหาวิทยาลัยและภูมิภาค) ทั้งผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจ (Nascent Entrepreneurs) และผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs) ระดับบริบทที่แตกต่างกันมีความสำคัญในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการสร้างกิจการและประเภทของแนวคิดร่วมกัน กล่าวคือ

สำหรับนักศึกษาการสร้าง บริษัทใหม่ ๆ จะเกิดขึ้นจากอิทธิพลจากภูมิภาคมากกว่าบริบทขององค์กรถึงแม้ว่าลักษณะเฉพาะบุคคลเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาแต่มหาวิทยาลัยสามารถส่งผลและมีอิทธิพลต่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในระดับหนึ่ง

อิทธิพลของมหาวิทยาลัยอาจกระตุ้นให้เกิดการดำเนินการครั้งแรกในการเริ่มต้นธุรกิจ แต่ดูเหมือนจะไม่นำไปสู่การจัดตั้งบริษัทใหม่ อย่างน้อยก็ไม่ในขณะที่คนกำลังเรียนอยู่

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาดูเหมือนจะขึ้นอยู่กับลักษณะทางภูมิภาคน้อยกว่ากิจกรรมของผู้ประกอบการโดยทั่วไป ผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจ (Nascent Entrepreneurs) และการมีส่วนร่วมของกิจกรรมทางธุรกิจใหม่ ๆ ของนักศึกษาจะไม่ขึ้นอยู่กับบริบทของภูมิภาค ดังนั้น ความเป็นอิสระจากทำเลที่ตั้ง มหาวิทยาลัย จึงสามารถส่งเสริมขั้นตอนแรกของนักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการโดยนำเสนอหลักสูตรผู้ประกอบการและกระตุ้นให้นักศึกษาเข้าร่วม ซึ่งเป็นผลที่เน้นมีต่อองค์กรเนื่องจากหลักสูตรดังกล่าว ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อนักศึกษาผู้เข้าอบรมเท่านั้น แต่ยังมีผลกระทบต่อเพื่อนของนักศึกษาอีกด้วย

ผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs) ขึ้นอยู่กับแนวคิดจากภายในมหาวิทยาลัย สามารถจัดตั้งขึ้นได้ง่ายในภูมิภาคที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจและมีการรวมตัวกันเศรษฐกิจ โดยทั่วไปมีอยู่ในปัจจุบันและเศรษฐกิจในรูปแบบเมือง อาจทำให้มหาวิทยาลัยบางแห่งอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เอื้ออำนวย แต่มหาวิทยาลัยนอกเขตหลักยังสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการส่งเสริมด้วยวิธีการแตกหน่วยธุรกิจหน่วยของบริษัทมาตั้งเป็นบริษัทใหม่ (Spin-off)

เนื่องจากรัฐบาลส่วนภูมิภาคหลายแห่งมีการพัฒนาผู้ประกอบการจากนโยบายการสนับสนุนของตนเอง มักไม่ได้ให้ความสำคัญกับมหาวิทยาลัยส่วนท้องถิ่น ดังนั้นยุทธศาสตร์การประสานงานของทั้งสองฝ่ายระหว่างรัฐบาลส่วนภูมิภาคและมหาวิทยาลัยส่วนท้องถิ่น อาจประสบความสำเร็จมากกว่า ดังนั้น รัฐบาลส่วนภูมิภาคจึงควรมองว่ามหาวิทยาลัยส่วนท้องถิ่นเป็นส่วนสำคัญของระบบนิเวศของผู้ประกอบการระดับภูมิภาค ในขณะที่มหาวิทยาลัยควรตระหนักถึงบทบาทสำคัญของสภาพแวดล้อมในภูมิภาค เพื่อเป็นแรงผลักดันสำคัญในการดำเนินกิจกรรมด้านการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

ริคาโด (Riccardo et al., 2016) ได้ศึกษาถึงการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาเกี่ยวกับภูมิประชากรศาสตร์ ทักษะและอุปสรรค วิธีการสำรวจการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา จากนักศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโท 61,115 คน จาก 64 มหาวิทยาลัยในประเทศอิตาลีที่สำเร็จการศึกษาระหว่างเดือนกันยายน ถึงธันวาคม 2014 ใช้วิธีการระยะยาวเพื่อทำแผนที่การเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาของอิตาลี พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถาม : 1,664 คน (2.7%) เป็นผู้ประกอบการนักศึกษา (An New Venture) คือนักศึกษาที่ได้สร้างกิจการใหม่ระหว่างการเรียนในมหาวิทยาลัยหรือก่อนที่จะเริ่มเรียนในมหาวิทยาลัย 2,232 (3.8%) เป็นผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจ (Nascent Entrepreneurs) คือนักศึกษาที่กำลังมีส่วนร่วมในกิจกรรมการจัดตั้งธุรกิจ และ 57,219 (93.7%) ผู้ที่ยังไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ (Non-Entrepreneurs) เป็นนักศึกษาที่ไม่ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมใด ๆ ของการเป็นผู้ประกอบการ

อายุ เพศ : เพอร์เซ็นต์ที่สูงที่สุดของผู้ประกอบการนักศึกษา (มากกว่า 50%) อายุ 27 ปี (หรือมากกว่า) และมีอายุเฉลี่ยคือ 30 ปี น้อยกว่า 40% อายุ 27 ปี (หรือมากกว่า) และมีอายุเฉลี่ยคือ 27 ปี ผู้ที่ยังไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ (Non-Entrepreneurs) มีอายุน้อยสุดและมีอายุเฉลี่ย คือ 23-24 ปี ประมาณ 40% ของผู้ประกอบการนักศึกษาคือผู้หญิง (672 คน) เพอร์เซ็นต์นี้สอดคล้องกับผู้ประกอบการที่เพิ่งตั้งขึ้นใหม่ (925 คน)

สาขาการศึกษา : ประมาณ 60% ของผู้ประกอบการนักศึกษาจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประมาณ 30% จบการศึกษาระดับปริญญาโท ประมาณ 50% ของผู้ประกอบการนักศึกษาสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาในด้านสังคมศาสตร์ (เศรษฐศาสตร์ สถิติ การศึกษากฎหมาย ภาษาศาสตร์ การเมืองและจิตวิทยา) ประมาณ 40% ในสาขา STEMM (เช่นวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์คณิตศาสตร์ และการแพทย์)

แรงกระตุ้น ความสามารถ อุปสรรคและการสนับสนุน : ทั้งผู้ประกอบการนักศึกษา (76%) และนักศึกษาที่กำลังจัดตั้งธุรกิจ (Nascent Entrepreneurs) (77%) การตัดสินใจในการเป็นผู้ประกอบการได้รับอิทธิพลจากครอบครัว สำหรับความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ อาจารย์มหาวิทยาลัยมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการให้กับ

ผู้ประกอบการนักศึกษา และผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจ สำหรับอุปสรรคที่เกี่ยวข้องมากที่สุดสำหรับผู้ประกอบการนักศึกษา และผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจคือที่เกี่ยวข้องกับการเก็บภาษีและความยุ่งยากเกี่ยวกับระบบราชการมาก ผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจประสบปัญหามากในการได้หาแหล่งเงินทุนและการหาคู่ค้าที่เหมาะสม

นอกจากนี้ พบว่า เกือบ 80% ของผู้ประกอบการนักศึกษาและผู้ประกอบการที่เพิ่งตั้งขึ้นระบุว่าไม่มีหลักสูตรผู้ประกอบการในหลักสูตรของมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยได้ถามผู้ตอบแบบสอบถามว่ามีความสำคัญมากขนาดไหน โดยเฉลี่ยแล้วผู้ประกอบการที่ตั้งขึ้นใหม่ มีเห็นความสำคัญของหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มผู้ประกอบการนักศึกษา

แอมบรีน (Ambreen, 2017) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยปัญจาบกลาง ในประเทศปากีสถานและอุปสรรคที่พวกเขาเรียนรู้ในการเป็นผู้ประกอบการพบว่า นักศึกษาที่เลือกเรียนหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัยนี้ ส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูงเพราะตัดสินใจด้วยตนเองว่าต้องการที่จะมีทักษะในการเป็นผู้ประกอบการที่เข้มแข็ง เช่น สมรรถนะตนเอง ความเชื่อมั่นในตัวเอง และการควบคุมตัวเอง ขณะที่มุมมองด้านความเสี่ยงในแง่บวก มีพื้นฐานทางการเงินที่แข็งแกร่งและการบรรลุผลสำเร็จในการเรียนที่เหมาะสมในการเป็นผู้ประกอบการ

สรุป สถาบันอุดมศึกษามีบทบาทกระบวนการจัดเตรียมนักศึกษาให้เป็นผู้ประกอบการพบว่ามีมหาวิทยาลัยหลายแห่งในสหรัฐอเมริกา ยุโรป เอเชีย ได้มีพัฒนาโครงการผู้ประกอบการนักศึกษาด้วยการส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับทักษะการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Education) ให้กับนักศึกษาและสามารถนำมาใช้ปฏิบัติได้จริงในการดำเนินธุรกิจ ในงานวิจัยนี้ได้นำโมเดลการพัฒนาการเรียนรู้สำหรับพัฒนานักศึกษาให้เป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพ ของประเทศอังกฤษ ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ตระหนักในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Awareness) ขั้นตอนที่ 2 ความคิดของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset) ขั้นตอนที่ 3 ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Capability) ขั้นตอนที่ 4 ประสิทธิภาพของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Effectiveness) มาใช้ประยุกต์ใช้ในขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 วัตถุประสงค์และความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจ ขั้นตอนที่ 2 ความรู้เบื้องต้นในการเป็นผู้ประกอบการ และขั้นตอนที่ 3 การบูรณาการความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ (รายละเอียดในบทที่ 1 รูปภาพที่ 1.2 แผนภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา)

3. การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Education)

3.1 ความหมายของการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ

การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ คือ กิจกรรมที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาการเริ่มสร้างกิจการใหม่ ๆ หรือ บุคคลที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ และเพิ่มความเข้าใจในองค์ความรู้เกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ และความกล้าได้กล้าเสีย (Heinonen and Poikkijoki, 2005)

การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึงกระบวนการจัดเตรียมนักเรียนนักศึกษา หรือ ผู้สำเร็จการศึกษา ให้มีขีดความสามารถเพิ่มขึ้นเพื่อสร้างความคิดและทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ ให้เกิดขึ้น การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ นี้จะช่วยให้นักเรียนมีความรู้ความสามารถและ คุณลักษณะเพิ่มเติมที่จำเป็นในการประยุกต์ใช้ความสามารถเหล่านี้ ในบริบทของการจัดตั้งธุรกิจหรือ บริษัทใหม่ขึ้นมา ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับประสิทธิผลของผู้ประกอบการ กล่าวคือ ความสามารถในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพในฐานะผู้ประกอบการ (The Quality Assurance Agency for Higher Education, 2012)

นิยามความหมายของ “การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ” แตกต่างกันตามแนวคิดและความเข้าใจในเนื้อหาและวัตถุประสงค์ (Jones & Iredale, 2010; Neck & Greene, 2011 ; Blenker et al, 2011 ; Gibb, 2011 ; Paulsen, 2012).

- **การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ** มีจุดประสงค์เพื่อการฝึกอบรมและการมีคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น

- **การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ** มีเป้าหมายเพื่อให้นักเรียนมีทักษะที่สามารถนำมาใช้ ในบริบทของชีวิตที่ต่างกันของแต่ละบุคคล สังคมและพัฒนาอาชีพได้

- **การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ** มุ่งเน้นไปที่นวัตกรรมและความเข้าใจในพลวัตของความคิดสร้างสรรค์ ในสาขาวิชาอื่น ๆ

สรุป การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ เป็นกระบวนการจัดเตรียมนักเรียนนักศึกษา หรือ ผู้สำเร็จการศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ ให้มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการหรือเพิ่มคุณลักษณะที่จำเป็น สามารถนำมาใช้ปฏิบัติได้จริงในการดำเนินธุรกิจหรือบริษัทใหม่ได้

3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ

Zhou and Xu (2012) ได้ทำการศึกษาผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาวิทยาลัยในประเทศจีน การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาการเป็นผู้ประกอบการซึ่งเป็นแนวทางใหม่ในการเผชิญกับความท้าทายที่ต้องเผชิญกับการศึกษาในระดับสูงของจีน เป็นครั้งแรกที่กล่าวถึงเบื้องหลังสำหรับการส่งเสริมการศึกษาผู้ประกอบการในประเทศจีน วิเคราะห์โปรแกรมการศึกษาเพื่อประกอบการ และกิจกรรมในมหาวิทยาลัยที่เลือกมาสามแห่ง

ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตอย่างรวดเร็วในการศึกษาระดับอุดมศึกษาของจีน ตำแหน่งงานระดับบัณฑิตศึกษา ได้กลายเป็นปัญหาสำคัญที่วิทยาลัยและสถาบันการศึกษาต้องเผชิญ เพื่อตอบสนองกับปัญหานี้หนึ่งในนโยบายที่ริเริ่มโดยรัฐบาลจีนคือ สถาบันอุดมศึกษามุ่งให้ความสำคัญกับการศึกษาด้านผู้ประกอบการ ในปี 2012 กระทรวงศึกษาธิการของประเทศจีน ได้เปิดตัวโครงการนำร่องในการดำเนินการด้านการศึกษาเกี่ยวกับเป็นผู้ประกอบการขึ้นใน 9 สถาบันการศึกษาระดับสูงที่มีชื่อเสียงของประเทศจีนได้แก่ มหาวิทยาลัยชิงหว่า (Tsinghua University) มหาวิทยาลัยปักกิ่ง (Beijing University) มหาวิทยาลัยเหรินมิน (Renmin University) มหาวิทยาลัยเฮอหลงเจียง (Heilongjiang University) มหาวิทยาลัยเซี่ยงไฮ้เจียวทง (Shanghai Jiaotong University) มหาวิทยาลัยนานจิง (Nanjing University) มหาวิทยาลัยอู่ฮั่น (Wuhan University) มหาวิทยาลัย

ซีอานเจียวทง (Xi'an Jiaotong University) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีตะวันตกเฉียงเหนือ (Northwestern Polytechnic University) เมื่อกระทรวงศึกษาธิการเป็นผู้นำในการเลือกสถาบันที่เข้าร่วมโครงการนำร่องการศึกษาสำหรับผู้ประกอบการแห่งชาติ (National National Entrepreneurship Education Program) จำนวน 9 สถาบันมีวัตถุประสงค์ในการสำรวจโมเดลการศึกษาผู้ประกอบการ การศึกษาด้านการประกอบการยังคงเป็นไปในรูปแบบของแต่ละสถาบัน แต่ว่าโครงการนำร่องแต่ละโครงการของ 9 สถาบัน มีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับการวางตำแหน่งการดำเนินการด้านการศึกษาผู้ประกอบการ โครงการเหล่านี้สามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบได้แก่

1) รูปแบบตามห้องเรียน โครงการนำร่องส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากการเรียนการสอนในชั้นเรียน เพื่อให้การศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการเน้นการ "สร้างจิตสำนึกให้กับนักเรียนและสร้างโครงสร้างความรู้" สถาบันการศึกษาได้คิดค้นไม่กี่หลักสูตร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายเหล่านี้ ส่วนใหญ่ผ่านการเรียนในชั้นเรียน

2) รูปแบบที่มุ่งเน้นการปฏิบัติ โครงการนำร่องเหล่านี้เน้นการพัฒนาความรู้และทักษะของนักเรียน ส่วนใหญ่ผ่านการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานของสถาบัน เช่น อุทยานผู้ประกอบการ (Entrepreneurship parks) การสนับสนุนเงินทุน บริการให้คำปรึกษาและศูนย์บ่มเพาะ ตัวอย่างเช่น มหาวิทยาลัยปักกิ่ง จัดตั้งสถาบันฝึกอบรมการบริหารจัดการผู้ประกอบการซึ่งเป็นอาจารย์ประจำที่อุทิศตนเพื่อการวิจัยและการดำเนินงานของการศึกษาผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยพยายามรักษากองทุนผู้ประกอบการสามล้านหยวน (ประมาณ US\$ 400,000) เพื่อประเมินแผนธุรกิจของนักศึกษาและให้การสนับสนุนทางการเงินด้วยการทำสัญญา

3) รูปแบบไฮบริด โครงการนำร่องอื่น ๆ ใช้การรวมกันของการสอนในชั้นเรียนและฝึกปฏิบัติในการตั้งค่า ในแง่หนึ่งแสดงให้เห็นถึงนวัตกรรม พื้นฐานสำหรับการศึกษาผู้ประกอบการ การบูรณาการการศึกษาผู้ประกอบการเข้ากับสาขาวิชาที่เลือกของนักศึกษา ในอีกด้านหนึ่ง ให้คำปรึกษาด้านการเงินและเทคนิค แก่ผู้ประกอบการนักศึกษา ตัวอย่างเช่น มหาวิทยาลัย เซี่ยงไฮ้เจียวทง สร้างกรอบการทำงานสำหรับการพัฒนาไอเดียใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นจริงด้วย 3 หลักการพื้นฐานได้แก่ การศึกษาที่มีคุณภาพ (Quality education) การศึกษาตลอดชีวิต (Lifelong education) นวัตกรรมทางการศึกษา (Innovative education) มีการเปลี่ยนแปลงรูปร่าง จากผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้เชี่ยวชาญหลายด้าน จากการเรียนรู้ (Instruction) เป็นการศึกษา (Education)

ในประเทศจีน "ผู้ประกอบการ" ก็เปรียบได้กับการเริ่มต้นธุรกิจ (Start-up) กระทรวงศึกษาธิการของประเทศจีน เน้นเป้าหมาย 4 ประการสำหรับการศึกษาด้านผู้ประกอบการในประเทศจีน ได้แก่ ประการแรกนักศึกษาควรได้รับโอกาสที่ท้าทายในการจ้างงานและเพิ่มความตระหนักในการเป็นผู้ประกอบการ ประการที่สองควรวางรากฐานที่มั่นคงของความรู้เกี่ยวกับผู้ประกอบการ ประการที่สาม ควรปรับปรุงทักษะการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับวิทยาลัยและความสามารถในการเรียนทั้งในชั้นเรียนและอื่น ๆ ประการที่สี่ ควรลดความเสี่ยงในการเป็นผู้ประกอบการในหมู่นักศึกษา

พอลและท็อดด์ (Paul & Todd, 2013) ได้เสนอหลักสูตรสำหรับผู้บริหารระดับสูงของมหาวิทยาลัย กอนซาล่า ประเทศสหรัฐอเมริกา (Hogan Entrepreneurial Leadership Program hip Program,

Gonzaga University) เป็นหลักสูตรปริญญาตรีสี่ปี ดังนี้ 1) บริบทและภารกิจของโครงการ 2) คุณสมบัติเด่นของโปรแกรม 3) โครงสร้างและทุนของโครงการ 4) ผลลัพธ์ของนักเรียนและโครงการ มีรายละเอียดดังนี้

1) บริบทและภารกิจของโครงการ ปัจจัยสำคัญในความสำเร็จของโครงการโฮแกนคือ ภารกิจในการให้การศึกษาความเป็นผู้นำด้านผู้ประกอบการอย่างเข้มงวด และประสบการณ์ในความพยายามของทั้งมหาวิทยาลัยที่แพร่หลายแนวทางประเพณีการศึกษาแบบเยซุอิต

2) คุณสมบัติเด่นของโปรแกรม สร้างความสมดุลของความรู้ทางวิชาการและการเป็นผู้ประกอบการ

2.1) หลักสูตร Curriculum นักเรียนในแต่ละชั้นเรียน จะผ่านหลักสูตรเป็นกลุ่มตามรุ่น ดังนั้น ขนาดของชั้นเรียนมีขนาดเล็กและนักเรียนมีรูปแบบที่แข็งแกร่ง เป็นชุมชนการเรียนรู้แบบสหวิทยาการ

ปีที่ 1

- วิชาโลกของผู้ประกอบการ (The World of Entrepreneurship)
- วิชาเศรษฐศาสตร์จุลภาค (Microeconomics)
- วิชาการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Analysis)

ปีที่ 2

- วิชาผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship)
- การวิเคราะห์บัญชี (Accounting Analysis)

ปีที่ 3

- วิชาการสร้างกิจการใหม่ (New Venture Creation)
- ฝึกงาน (Internship)

ปีที่ 4

- โครงการบ่มเพาะ (Incubation Project)
- วิชาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Leadership)

2.2) การเรียนการสอนนอกห้องเรียน Co-Curriculum นักเรียนยังต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมนอกห้องเรียน ที่หลากหลาย ซึ่งจะนำไปสู่ชุมชนผู้ประกอบการ

2.2.1) การฝึกงาน (Internships)

2.2.2) ห้องปฏิบัติการ สำหรับการจัดตั้งธุรกิจใหม่ (NVL : New Venture Lab)

2.2.3) การแข่งขัน แผนธุรกิจ ระดับ ภูมิภาค (BPC : Regional Business Plan Competition)

2.2.4) กิจกรรมร่วมหลักสูตรอื่น ๆ (Other Co-Curricular Activities)

องค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (OECD : The Organisation for Economic Co-operation and Development) และ คณะกรรมาธิการยุโรป (European Commission) ได้ศึกษาถึงความสำคัญของการพัฒนานโยบายของผู้ประกอบการเยาวชน (Supporting Youth in Entrepreneurship, 2014) พบว่า

1) เหตุผลและโอกาสสำหรับการพัฒนานโยบายผู้ประกอบการเยาวชน การสร้างผู้ประกอบการเยาวชนเป็นสิ่งสำคัญในการรับมือกับการว่างงานที่สูงขึ้นได้ คนวัยหนุ่มสาวมีแนวโน้มที่จะชอบประกอบธุรกิจของตนเองมากกว่าวัยผู้ใหญ่ แต่อัตราประกอบธุรกิจของตนเองของคนวัยหนุ่มสาวกลับน้อยมาก ซึ่งมีสาเหตุมาจากอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการขาดความตระหนัก ทิศทางการศึกษาและการฝึกอบรม ขาดประสบการณ์ ทรัพยากรทางการเงินน้อย เครือข่ายมีจำกัด และอุปสรรคด้านการตลาด

2) ในการพัฒนาการฝึกอบรม การฝึกสอนและระบบพี่เลี้ยงให้กับผู้ประกอบการเยาวชน สิ่งสำคัญคือการพัฒนาแนวทางในบริบทปัจจุบันของเยาวชนในระบบเศรษฐกิจและสังคม โปรแกรมการฝึกอบรมควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความคิดของการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งหมายถึงการเปลี่ยนทัศนคติ ความรู้ที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการไม่ได้เกี่ยวข้องเฉพาะกับการประกอบวิชาชีพในการประกอบธุรกิจเท่านั้น แต่ยังรวมถึงทักษะและทัศนคติและตระหนัก รู้ในตนเอง แนวทางในการเรียนรู้ใน บริษัทขนาดเล็กมีการเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา และสิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องนำมาพิจารณา ต้องมีวิธีการฝึกอบรมวิธีการต้องมีหลายวิธีและสามารถกำหนดแนวทางระหว่างวิธีดั้งเดิมของการถ่ายทอดข้อมูลผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน

3) การให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ผู้ประกอบการเยาวชน ต้องมีการแบ่งกลุ่มขึ้นอยู่กับประเภทขององค์กร เช่น การประกอบธุรกิจของตนเอง และเอสเอ็มอี มีความต้องการและมีการเติบโตที่แตกต่างกัน ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ เช่น ความแตกต่างระหว่างการขับเคลื่อนด้วยความจำเป็นและตามโอกาส และความแตกต่างของกลุ่มอายุ

4) เครือข่ายผู้ประกอบการมีความสำคัญในการสนับสนุนผู้ประกอบการ เช่น เป็นแหล่งของการสร้างแรงจูงใจ ความคิด ข้อมูล คำแนะนำ คู่ค้าทางธุรกิจ พนักงาน และลูกค้า เครือข่ายแตกต่างกันไปตามธรรมชาติ จากเครือข่ายส่วนตัว (ครอบครัวและเพื่อน) ผ่านเครือข่ายตลาด (ความร่วมมือทางธุรกิจ) ไปยังเครือข่ายที่ใช้ข้อมูลเฉพาะ เช่น ความเกี่ยวเนื่องทางชาติพันธุ์ เช่นเดียวกับในความสัมพันธ์ระหว่างนักแสดง เยาวชนต้องเผชิญกับความท้าทายในการเข้าร่วมเครือข่าย เนื่องจากการขาดแคลนในทรัพยากร ขาดประสบการณ์ในการประกอบการและตลาดแรงงาน ใช้เครือข่ายเพื่อเป็นพาหนะในการฝึกอบรม การสร้างเครือข่ายเกี่ยวกับวัตถุประสงค์เฉพาะ (เช่น การเติบโตของธุรกิจ) และการพัฒนาเครือข่ายเสมือนจริง

5) ผู้เข้าอบรมได้รับการพัฒนามีความสอดคล้องกับคุณลักษณะที่สำคัญของโปรแกรมการเป็นผู้ประกอบการเยาวชนที่ประสบความสำเร็จ เกี่ยวกับทักษะ ความสามารถและทัศนคติ ควรเลือกผู้เข้าอบรมตามแรงจูงใจในการจัดตั้งธุรกิจมากกว่าลักษณะอื่น ๆ (เช่น ทางการศึกษา) และการเรียนรู้ด้วยการทำเป็นสิ่งสำคัญ การสนับสนุนทางการเงิน ควรปรับให้เข้ากับบริบทและเชื่อมโยงกับระบบพี่เลี้ยงสำหรับให้คำปรึกษา

เครือข่ายต้องสร้างแรงบันดาลใจให้กับสมาชิกและระบบพี่เลี้ยงที่ปรึกษา เพื่อกระตุ้นเยาวชน สิ่งสำคัญคือการรวมผู้ที่มีทักษะและโปรไฟล์ที่แตกต่างกัน (แม้ว่าจะมีความสนใจคล้าย ๆ กัน) การออกแบบนโยบายต้องมีความชัดเจนของวัตถุประสงค์ ผลลัพธ์ ผลสัมฤทธิ์ และตัวบ่งชี้ อาจมีการเน้นอย่างต่อเนื่องในบทเรียนที่ได้รับ เพื่อให้ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาในอนาคต ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องมีความชัดเจนเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อนและข้อพิพาท

รายงานระหว่างประเทศของโครงการแบบสำรวจนักศึกษามหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยทั่วโลก (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey , 2016) เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการนักศึกษาจาก 50 ประเทศ มหาวิทยาลัยมากกว่า 1,000 แห่งและผู้ตอบกลับแบบสำรวจที่สมบูรณ์กว่า 122,000 ฉบับ พบว่า

ความตั้งใจในการเลือกอาชีพของนักศึกษา : 80.3% ของนักศึกษาทุกคนตั้งใจจะเป็นพนักงานหลังเรียนจบ ขณะที่ 8.8% ของนักศึกษาทั้งหมดตั้งใจที่จะทำงานในธุรกิจของตนเองโดยตรงหลังจากจบการศึกษา

ความตั้งใจของผู้ประกอบการในช่วงเวลา : 38.2% ตั้งใจจะทำงานในธุรกิจของตนเอง 5 ปีหลังจากจบการศึกษา

นักศึกษาที่กำลังจัดตั้งธุรกิจ (Nascent Entrepreneurs) : 53.3% ของนักเรียนตั้งใจที่จะเป็นอาชีพหลักของพวกเขา หลังจากสำเร็จการศึกษา และ 26.7% ได้เริ่มทำธุรกิจมาก่อนแล้ว

บริบทของมหาวิทยาลัย : พบว่า มากกว่าครึ่งหนึ่งของทั้งหมดนักเรียนในตัวอย่าง ยังไม่ได้เข้าร่วมหลักสูตรใด ๆ เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการจากมหาวิทยาลัย

ทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ: พบว่า การเป็นผู้นำและผู้สื่อสาร เป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการมากที่สุด

ตอนที่ 3 หลักสูตรผู้ประกอบการที่เปิดสอนในประเทศและต่างประเทศ

1. หลักสูตรผู้ประกอบการในและต่างประเทศ

ผู้วิจัยทำการศึกษหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาตรี-โท-หลักสูตรระยะสั้น ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ จำนวน 29 หลักสูตร ดังนี้

1) ศึกษาหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศจากมหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนในระดับปริญญาตรีทั้งหมด จำนวน 8 แห่ง ปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง และ มหาวิทยาลัยในต่างประเทศที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง

1.1) มหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ ในระดับปริญญาตรี จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

1.2) มหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ ในระดับปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้า มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

1.3) มหาวิทยาลัยในต่างประเทศที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง โดยเลือกจาก Top Best Business Schools 2017 สาขาที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) แต่ละทวีป ได้แก่ อเมริกา ยุโรป และเอเชีย

2) ศึกษาหลักสูตรอบรมผู้ประกอบการในประเทศ จำนวน 2 แห่ง 3 หลักสูตร

2.1) หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้แก่ โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) และโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) เรียนผ่านเว็บไซต์

2.2) หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา (University Business Incubator/UBI)

จากการศึกษาหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 29 แห่ง พบว่า มีการสอนวิชาต่างๆ เรียงอันดับวิชาที่ใช้สอน เรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ วิชาการตลาดและวิชาการเงิน (Finance) จำนวน 27 แห่ง วิชากลยุทธ์ (Strategy) จำนวน 24 แห่ง วิชาบัญชีและวิชาการเป็นผู้นำ และพฤติกรรมในองค์กร จำนวน 19 แห่ง วิชาเศรษฐศาสตร์และวิชาเทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ จำนวน 18 แห่ง วิชาการบริหารการปฏิบัติการ จำนวน 17 แห่ง วิชาการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 14 แห่ง วิชากฎหมายธุรกิจ จำนวน 13 แห่ง ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.2



ตารางที่ 2.3 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาตรีในประเทศไทย

| วิชาแกน / วิชาบังคับ | ป.ตรี | ป.ตรี | ป.ตรี | ป.ตรี | ป.ตรี | ป.ตรี | ป.ตรี | ป.ตรี | รวม |
|---------------------------------------|------------------------|--------------------|-------------------------|----------------------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|-----|
| | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพ | มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย | |
| การตลาด | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 8 |
| การเงิน | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 8 |
| การจัดการกลยุทธ์ | ✓ | ✓ | ⊖ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ⊖ | 6 |
| บัญชี | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 8 |
| ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์กร | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ⊖ | ✓ | 7 |
| เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ⊖ | ✓ | ✓ | ✓ | 7 |
| เศรษฐศาสตร์ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 8 |
| การบริหารการปฏิบัติการ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 8 |
| การเป็นผู้ประกอบการ | ✓ | ✓ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | 2 |
| กฎหมายธุรกิจ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 8 |
| การจัดการนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา | ⊖ | ✓ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | 1 |
| การวางแผนทางธุรกิจ | ⊖ | ✓ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | 1 |
| การจัดตั้งธุรกิจใหม่ | ✓ | ⊖ | ⊖ | ✓ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | 2 |
| การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | 0 |
| การบริหารซัพพลายเชน | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | 0 |

จากตารางที่ 2.3 มหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ ในระดับปริญญาตรี จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พบว่า วิชาต่าง ๆ 10 อันดับแรก วิชาที่มีสอนในหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการทุกแห่ง ได้แก่ การเงิน การตลาด บัญชี เศรษฐศาสตร์ การบริหารการปฏิบัติการ และกฎหมายธุรกิจ รองลงมา คือ ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์กรและเทคโนโลยี และการจัดการสารสนเทศ ตามลำดับ

ตารางที่ 2.4 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาโทในประเทศไทย

| วิชาแกน / วิชาบังคับ | ป.โท | ป.โท | ป.โท | ป.โท | ป.โท | ป.โท | ป.โท | ป.โท | ป.โท | รวม |
|---------------------------------------|-----------------------|--------------------|------------------|----------------------|---------------------------------------|------------------------|--------------------|-------------------|----------------------------|-----|
| | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัยขอนแก่น | มหาวิทยาลัยมหิดล | มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพ | มหาวิทยาลัยรังสิต | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ | |
| การตลาด | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 9 |
| การเงิน | ✓ | ✓ | ✓ | ⊖ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 8 |
| การจัดการกลยุทธ์ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 9 |
| บัญชี | ⊖ | ✓ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ✓ | ✓ | ✓ | 4 |
| ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์กร | ✓ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ✓ | ⊖ | ✓ | ✓ | ⊖ | 4 |
| เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ | ✓ | ⊖ | ✓ | ✓ | ✓ | ⊖ | ✓ | ⊖ | ⊖ | 5 |
| เศรษฐศาสตร์ | ⊖ | ✓ | ✓ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ✓ | 3 |
| การบริหารการปฏิบัติการ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ✓ | ⊖ | ✓ | ⊖ | 2 |
| การเป็นผู้ประกอบการ | ⊖ | ✓ | ⊖ | ✓ | ⊖ | ✓ | ✓ | ✓ | ⊖ | 5 |
| กฎหมายธุรกิจ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ✓ | ⊖ | ⊖ | 1 |
| การจัดการนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ⊖ | ⊖ | 7 |
| การวางแผนทางธุรกิจ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ✓ | ⊖ | ⊖ | ✓ | ⊖ | ⊖ | 2 |
| การจัดตั้งธุรกิจใหม่ | ⊖ | ⊖ | ✓ | ⊖ | ✓ | ✓ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | 3 |
| การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ | ✓ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ✓ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | 2 |
| การบริหารซัพพลายเชน | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ✓ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | ⊖ | 1 |

จากตารางที่ 2.4 มหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยนครสวรรค์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหาวิทยาลัยรังสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ พบว่า วิชาต่างๆ 10 อันดับแรก วิชาที่มีสอนในหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการทุกแห่ง ได้แก่ การตลาด และบัญชี รองลงมา คือ ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์กรและการจัดการกลยุทธ์ ตามลำดับ

ตารางที่ 2.5 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาโทในต่างประเทศ

| วิชาแกน / วิชาบังคับ | USA | USA | USA | China | China | Indian | UK | Spain | Swiss | รวม |
|---------------------------------------|--------------------|----------------|----------|-------|-------|---------------------------|-----------|-------|-------|----------|
| | Harvard University | Babson College | Stanford | CEIBS | KUST | Indian School of Business | Cambridge | IE | IMD | |
| การตลาด | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ⊘ | ⊘ | ✓ | 7 |
| การเงิน | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ⊘ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 8 |
| การจัดการกลยุทธ์ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ⊘ | ✓ | 8 |
| บัญชี | ⊘ | ✓ | ✓ | ✓ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ✓ | ✓ | 5 |
| ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ⊘ | ✓ | ⊘ | ✓ | ✓ | 7 |
| เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | 4 |
| เศรษฐศาสตร์ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ⊘ | ⊘ | ✓ | ✓ | 7 |
| การบริหารการปฏิบัติการ | ✓ | ✓ | ✓ | ⊘ | ⊘ | ✓ | ⊘ | ⊘ | ✓ | 5 |
| การเป็นผู้ประกอบการ | ✓ | ✓ | ⊘ | ✓ | ⊘ | ✓ | ✓ | ⊘ | ✓ | 6 |
| กฎหมายธุรกิจ | ✓ | ✓ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | 2 |
| การจัดการนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | 0 |
| การวางแผนทางธุรกิจ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | 0 |
| การจัดตั้งธุรกิจใหม่ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | 0 |
| การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | 0 |
| การบริหารซัพพลายเชน | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | ⊘ | 0 |

ตารางที่ 2.5 มหาวิทยาลัยในต่างประเทศที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง โดยเลือก จากอันดับโลก Top Best Business Schools 2017 สาขาที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) พบว่า วิชาต่างๆ 10 อันดับแรก วิชาที่มีสอนในหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการสูงสุด ได้แก่ การตลาด เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ รองลงมา คือ การเงิน การจัดการกลยุทธ์ และการจัดตั้งธุรกิจใหม่ ตามลำดับ

ตารางที่ 2.6 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรระยะสั้นสำหรับอบรมผู้ประกอบการในประเทศไทย

| วิชาแกน / วิชาบังคับ | ระยะสั้น | ระยะสั้น | ระยะสั้น | รวม |
|---------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|----------|
| | โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ | โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (เรียนผ่านเว็บไซต์) | โครงการสนับสนุนหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา | |
| การตลาด | ✓ | ✓ | ✓ | 3 |
| การเงิน | ✓ | ✓ | ✓ | 3 |
| การจัดการกลยุทธ์ | ✓ | ∅ | ∅ | 1 |
| บัญชี | ✓ | ∅ | ✓ | 2 |
| ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ | ✓ | ∅ | ∅ | 1 |
| เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ | ✓ | ✓ | ∅ | 2 |
| เศรษฐศาสตร์ | ∅ | ∅ | ∅ | 0 |
| การบริหารการปฏิบัติการ | ✓ | ∅ | ✓ | 2 |
| การเป็นผู้ประกอบการ | ∅ | ∅ | ✓ | 1 |
| กฎหมายธุรกิจ | ✓ | ✓ | ∅ | 2 |
| การจัดการนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา | ∅ | ∅ | ∅ | 0 |
| การวางแผนทางธุรกิจ | ✓ | ✓ | ∅ | 2 |
| การจัดตั้งธุรกิจใหม่ | ∅ | ∅ | ∅ | 0 |
| การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ | ∅ | ∅ | ∅ | 0 |
| การบริหารซัพพลายเชน | ∅ | ∅ | ∅ | 0 |

จากตารางที่ 2.6 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรระยะสั้นสำหรับอบรมผู้ประกอบการในประเทศไทย จากการศึกษาหลักสูตรอบรมผู้ประกอบการในประเทศไทย จำนวน 2 แห่ง 3 หลักสูตร

หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้แก่ โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) และโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) เรียนผ่านเว็บไซต์

หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา (University Business Incubator/UBI)พบว่าวิชาที่ใช้สอนในทุกหลักสูตร ได้แก่ วิชาการเงิน (Finance) วิชาการตลาด (Marketing) วิชาบัญชี (Accounting) วิชาที่มีการสอนบางหลักสูตร ได้แก่ วิชาบัญชี (Accounting) วิชากฎหมายธุรกิจ (Business Law) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ (Operations Management)

ส่วนวิชาที่มีการสอนน้อย ได้แก่ วิชากลยุทธ์ (Strategy) วิชาการเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร (Leadership and Organizational Behavior) วิชาเทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ (Technology Information)

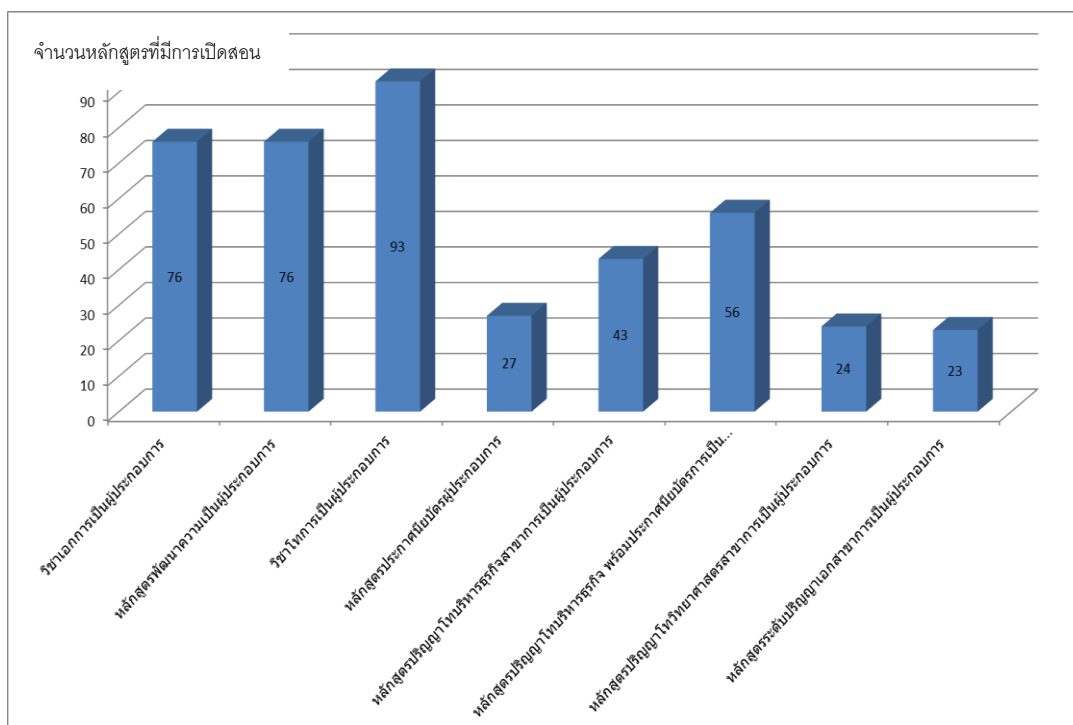
สรุปจากการศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาตรี-โท และหลักสูตรระยะสั้น ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ จำนวน 25 หลักสูตร พบว่า มีการสอนวิชาต่าง ๆ เรียงอันดับวิชาที่ใช้สอน จากมากไปหาน้อยดังนี้

- 1) วิชาการเงิน (จำนวน 25 แห่ง)
- 2) วิชาการตลาด (จำนวน 24 แห่ง)
- 3) วิชาบัญชี (จำนวน 18 แห่ง)
- 4) วิชากลยุทธ์ (จำนวน 18 แห่ง)
- 5) วิชาการเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร (จำนวน 17 แห่ง)
- 6) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ (จำนวน 16 แห่ง)
- 7) วิชาเศรษฐศาสตร์ (จำนวน 15 แห่ง)
- 8) วิชาการเป็นผู้ประกอบการ (จำนวน 12 แห่ง)
- 9) วิชาเทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ (จำนวน 11 แห่ง)
- 10) วิชากฎหมายธุรกิจ (จำนวน 10 แห่ง)

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลักสูตรผู้ประกอบการในต่างประเทศ

รายงานสำรวจของประเทศสหรัฐอเมริกาเกี่ยวกับหลักสูตรหรือโปรแกรมการศึกษาคือการเป็นผู้ประกอบการระหว่างปี 2012-2014 ของศูนย์เพื่อความเป็นเลิศของผู้ประกอบการมหาวิทยาลัยจอร์จทาวน์ (The National Survey of Entrepreneurship Education : An Overview of 2012-2014 Survey Data, The George Washington University Center for Entrepreneur Excellence, 2014) เกี่ยวกับภาพรวมเชิงของสภาพปัจจุบันของการศึกษาผู้ประกอบการในสหรัฐอเมริกา รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรหรือโปรแกรมการศึกษาคือการประกอบการทั้งหมดที่เสนอโดยวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตร 4 ปี จำนวน 206 แห่ง พบว่า

ภาพรวมหลักสูตรผู้ประกอบการที่มีการเปิดสอน โดยรวมแล้วข้อมูลที่แสดงให้เห็นว่าแนวโน้มของการศึกษาผู้ประกอบการที่ชัดเจนมากขึ้น มีการศึกษาต่อการเป็นผู้ประกอบการในหลักสูตรระดับปริญญาตรี (Undergraduate Entrepreneurship) มากกว่าในหลักสูตรระดับปริญญาโท (Entrepreneurship MBA, Entrepreneurship Master Science) หรือระดับปริญญาเอก (Entrepreneurship PhD/DBA)

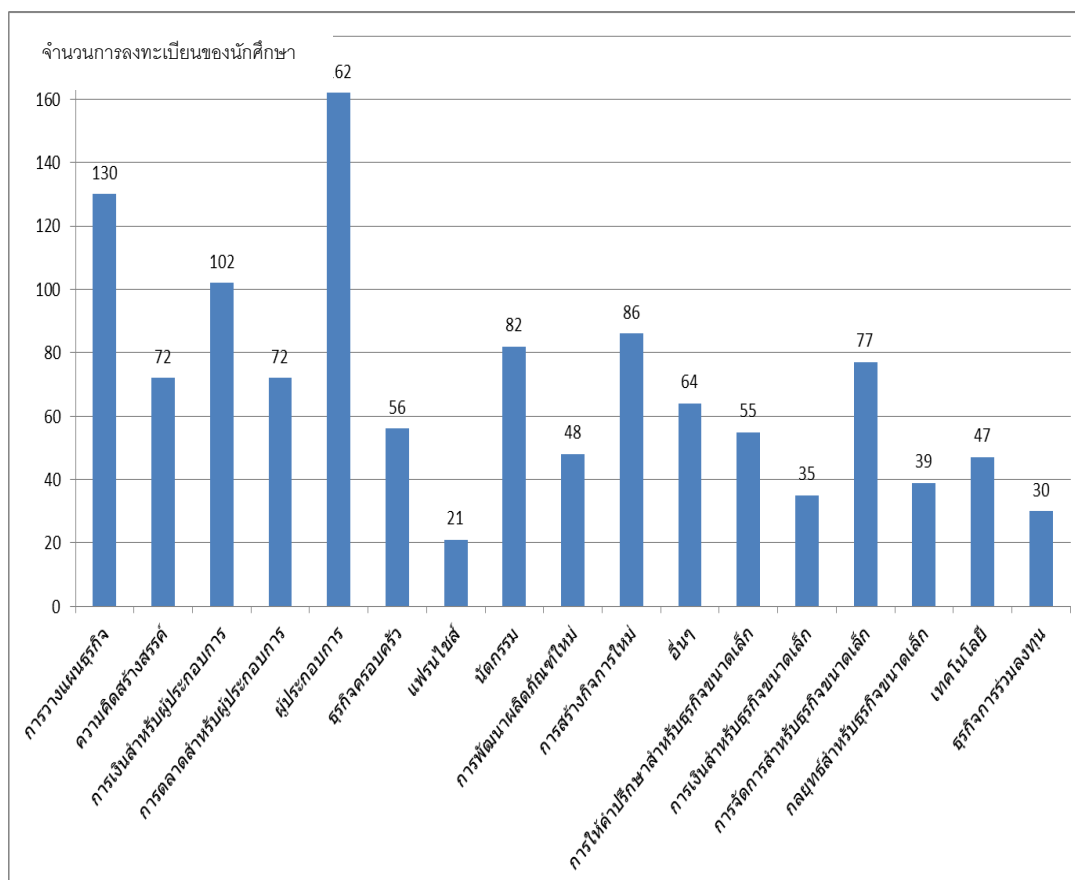


รูปที่ 2.4 แผนภูมิภาพรวมหลักสูตรผู้ประกอบการที่มีการเปิดสอนของประเทศสหรัฐอเมริกา
ที่มา : The National Survey of Entrepreneurship Education : An Overview of 2012-2014 Survey Data,
The George Washington University Center for Entrepreneurial Excellence 2014

จากรูปแสดงให้เห็นว่า การศึกษาผู้ประกอบการในระดับปริญญาตรีซึ่งมีวิชาโทการเป็นผู้ประกอบการ (Undergraduate Entrepreneurship Minor) มีคะแนนสูงสุด คือ ร้อยละ 93 ตามมาด้วยวิชาเอกการเป็นผู้ประกอบการ (Undergraduate Entrepreneurship Major) ร้อยละ 76 เท่ากันกับหลักสูตรพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการ (Undergraduate Entrepreneurship Concentration)

นอกจากนี้ เราเห็นการเพิ่มขึ้นของหลักสูตรระดับปริญญาโทมีหลักสูตรผู้ประกอบการมากขึ้น เช่น หลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจพร้อมประกาศนียบัตร (MBA with Entrepreneurship Certificate) ร้อยละ 56 หลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจสาขาการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship MBA) ร้อยละ 43

ในขณะที่หลักสูตรระดับปริญญาเอกสาขาการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship PhD/DBA) มีคะแนนสูงสุด คือ ร้อยละ 23

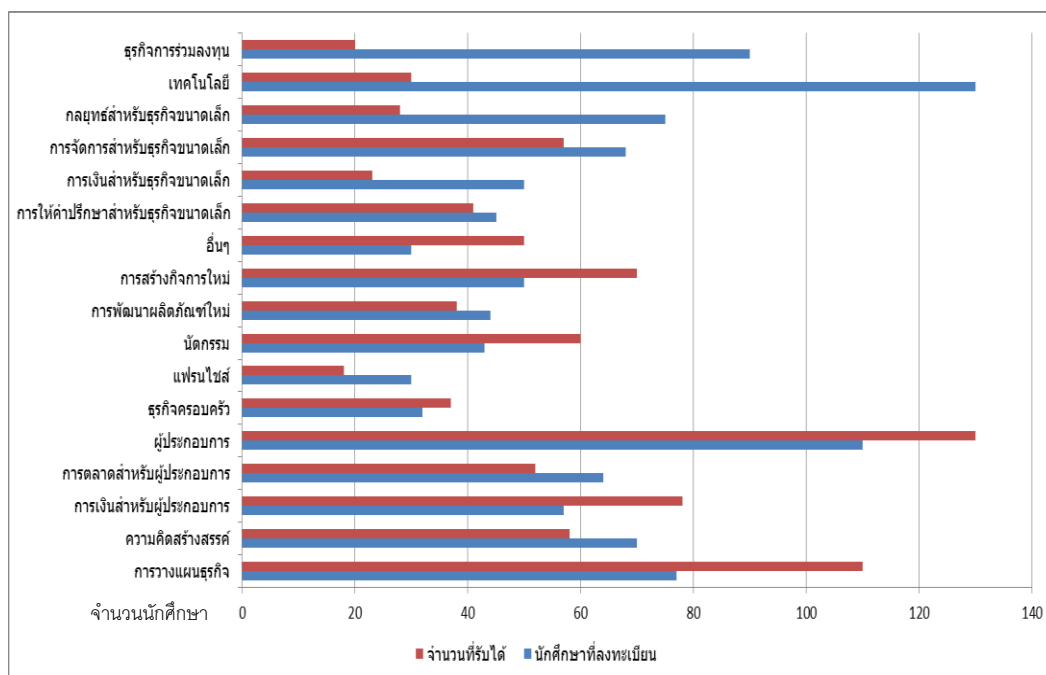


รูปที่ 2.5 แผนภูมิรายละเอียดของหลักสูตร

ที่มา : The National Survey of Entrepreneurship Education: An Overview of 2012-2014 Survey Data, The George Washington University Center for Entrepreneurial Excellence 2014

สรุปความหลากหลายของหลักสูตรในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า วิชาที่นิยมใช้สอน 5 อันดับแรกของการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ได้คะแนนสูงสุดคือ 162 คะแนน รองมา การวางแผนทางธุรกิจ (Business Planning) ได้คะแนน 130 คะแนน การเงินสำหรับผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Finance) ได้คะแนน 102 คะแนน การจัดตั้งธุรกิจใหม่ (New Venture Creation) 86 คะแนน และการจัดการนวัตกรรม (Innovation) 82 คะแนน ตามลำดับ

ขณะที่วิชาที่มีแนวโน้มใช้สอนน้อยและได้รับคะแนนต่ำสุด 3 อันดับ ได้แก่ แฟรนไชส์ (Franchising) ได้คะแนนต่ำที่สุด คือ 21 คะแนน การร่วมลงทุน (Venture Capital) 30 คะแนน และการให้สินเชื่อธุรกิจขนาดเล็ก (Small Business Financing) 35 คะแนน

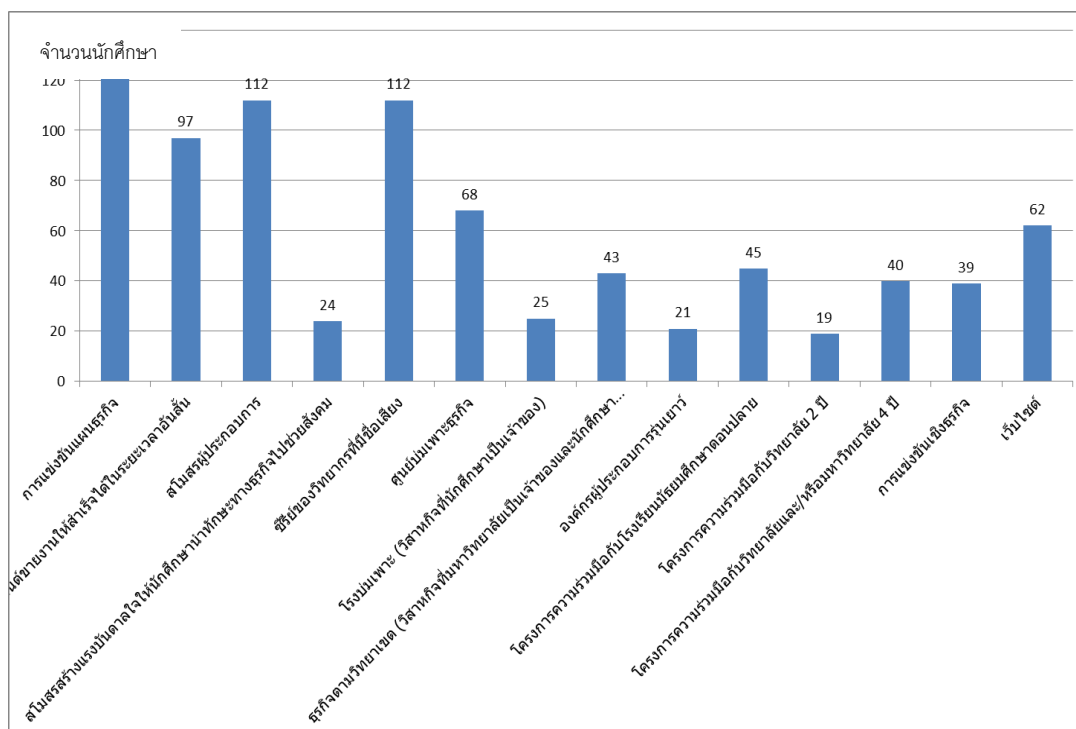


รูปที่ 2.6 แผนภูมิอัตราการลงทุนทะเบียนเรียนเฉลี่ยในรายวิชาต่างๆ

ที่มา : The National Survey of Entrepreneurship Education : An Overview of 2012-2014 Survey Data, The George Washington University Center for Entrepreneurial Excellence 2014

จากรูปที่ 2.6 พบว่า 5 รายวิชาที่มีจำนวนนักศึกษาเข้าเรียนสูงสุด ได้แก่ เทคโนโลยี (Technology) การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) การร่วมลงทุน (Venture Capital) การวางแผนทางธุรกิจ (Business Planning) และความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

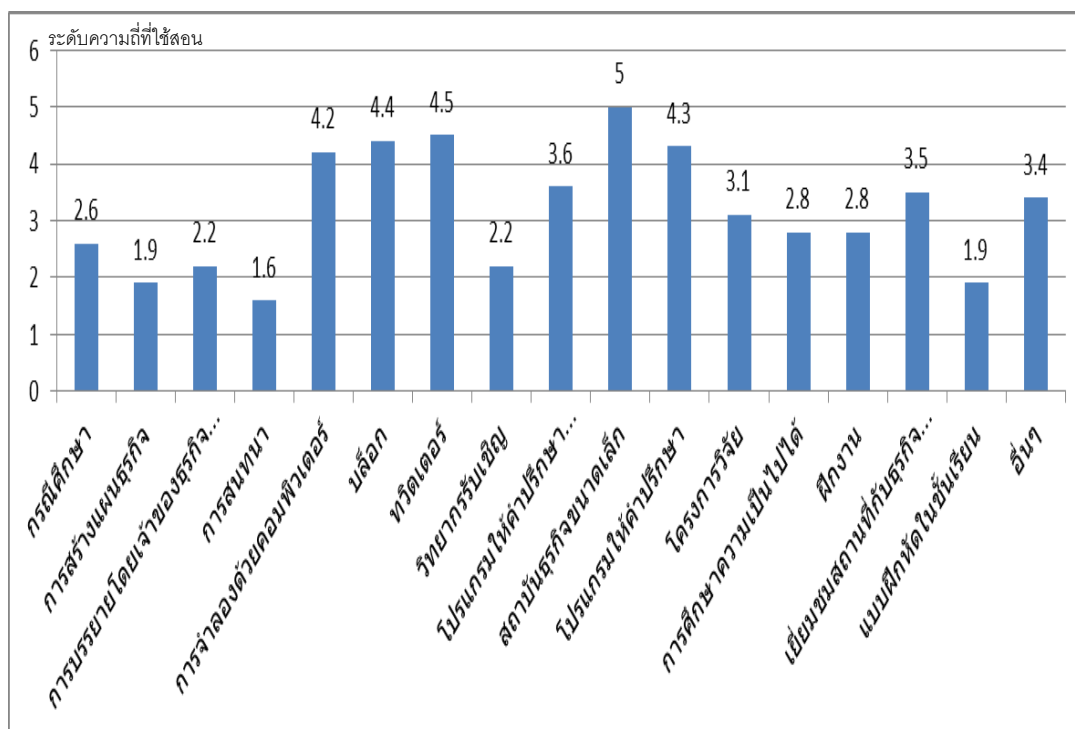
3 รายวิชาที่มีจำนวนนักศึกษาเข้าเรียนหลักสูตรที่มีจำนวนนักศึกษาเข้าเรียนน้อยที่สุด ได้แก่ แฟรนไชส์ (Franchising) ธุรกิจครอบครัว (Family Business) และที่ปรึกษาธุรกิจขนาดเล็ก (Small Business Consulting)



รูปที่ 2.7 แผนภูมิโอกาสของกิจกรรมนอกหลักสูตรสำหรับนักศึกษา

ที่มา : The National Survey of Entrepreneurship Education: An Overview of 2012-2014 Survey Data, The George Washington University Center for Entrepreneurial Excellence 2014

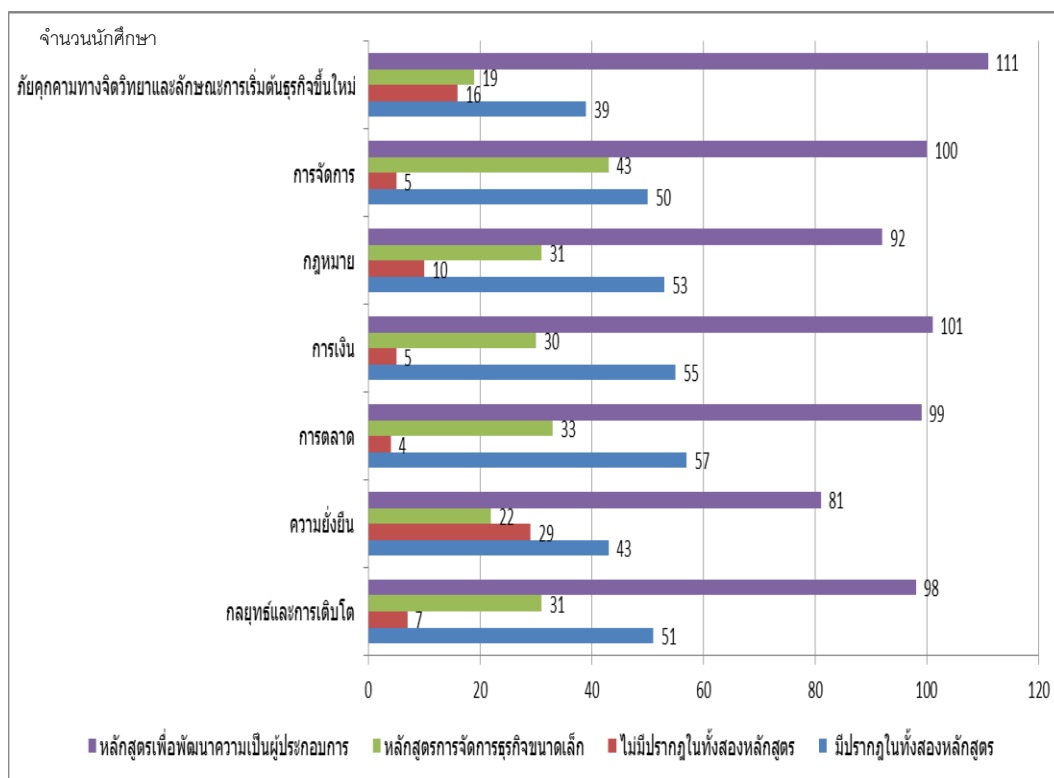
จากรูปที่ 2.7 แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมนอกหลักสูตรสำหรับนักศึกษาที่ได้รับความนิยม ได้แก่ การประกวดแผนธุรกิจ (business plan competitions) ได้คะแนนสูงสุด คือ 129 คะแนน รองลงมา ได้แก่ ชมรมผู้ประกอบการ (entrepreneurship clubs) และเชียร์ของวิทยากรที่มีชื่อเสียง (distinguished speaker series)เชียร์ของวิทยากรที่มีชื่อเสียง (distinguished speaker series) ได้คะแนนเท่ากัน คือ 112 คะแนน และการประกวดเทคนิคการพรีเซนต์ขายงานให้สำเร็จได้ในระยะเวลาอันสั้น (elevator pitch competitions) 97 คะแนน



รูปที่ 2.8 แผนภูมิวิธีการเรียนการสอนในชั้นเรียน

ที่มา: The National Survey of Entrepreneurship Education: An Overview of 2012-2014 Survey Data, The George Washington University Center for Entrepreneurial Excellence 2014

จากรูปที่ 2.8 วัดระดับความถี่ที่คณาจารย์ใช้การสอนแบบต่าง ๆ ในหลักสูตรผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญมีความถี่ต่ำ พบว่า การเรียนการสอนที่ใช้บ่อยที่สุด ได้แก่ สถาบันธุรกิจขนาดเล็ก (SBI: Small Business Institute) ทวิตเตอร์ (Twitter) บล็อก (Bloggng) การจำลองด้วยคอมพิวเตอร์ (Computer Simulations) และโปรแกรมให้คำปรึกษา (Counseling Programs)



รูปที่ 2.9 แผนภูมิหัวข้อสำคัญที่ครอบคลุมในหลักสูตร

ที่มา : The National Survey of Entrepreneurship Education: An Overview of 2012-2014 Survey Data, The George Washington University Center for Entrepreneurial Excellence 2014

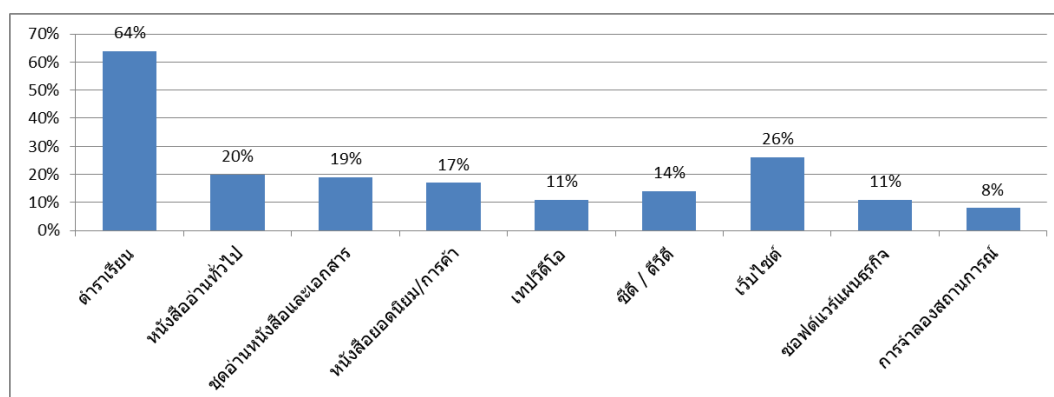
จากรูปที่ 2.9 แผนภูมิหัวข้อสำคัญที่ครอบคลุมในหลักสูตรเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ทั่วประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า 7 หัวข้อหลักรวมอยู่ในหลักสูตรเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) มากกว่าในหลักสูตรการจัดการธุรกิจขนาดเล็ก (Small Business Management) มีปรากฏในทั้งสองหลักสูตรและไม่มีปรากฏในทั้งสองหลักสูตรพบว่า

หัวข้อที่พบมากที่สุดหลักสูตรผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) คือ ภัยคุกคามทางจิตวิทยาและลักษณะการเริ่มต้นธุรกิจขึ้นใหม่ (Psychology Traits and Startup Characteristics) และหัวข้อที่พบน้อยที่สุดคือ ความยั่งยืน (Sustainability)

หัวข้อที่พบมากที่สุดในหลักสูตรการจัดการธุรกิจขนาดเล็ก (Small Business Management) คือ การตลาด (Marketing) และหัวข้อที่พบน้อยที่สุดคือ ภัยคุกคามทางจิตวิทยาและลักษณะการเริ่มต้นธุรกิจขึ้นใหม่ (Psychology Traits and Startup Characteristics)

หัวข้อที่พบมากของทั้งสองหลักสูตร ได้แก่ การเงิน (Finance) กลยุทธ์และการเติบโต (Strategy and growth) และการตลาด (Marketing)

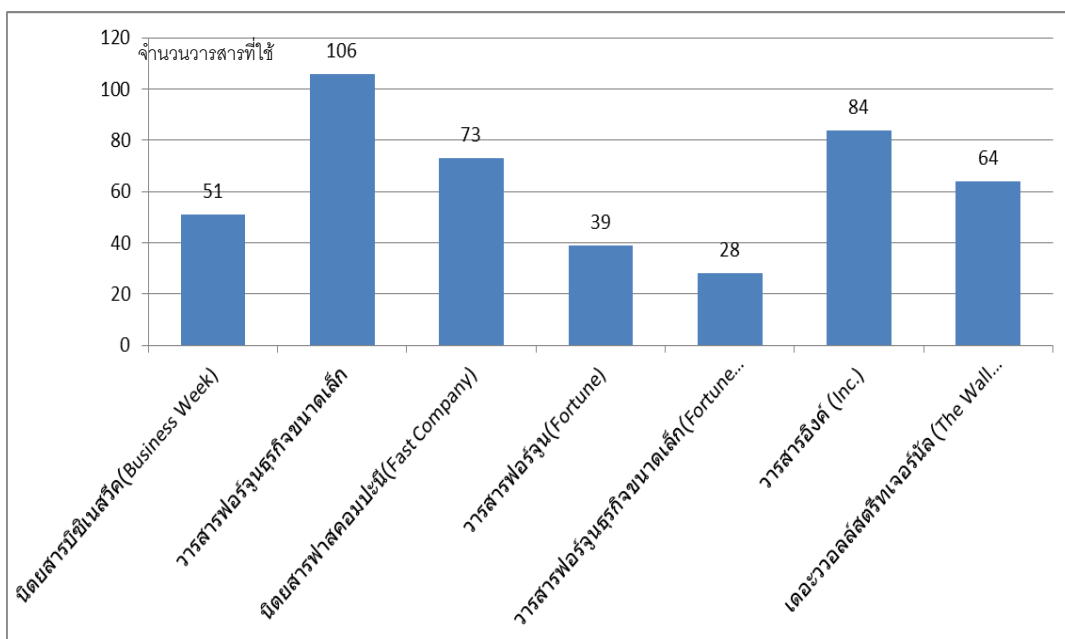
หัวข้อที่ได้รับการจัดอันดับสูงสุดไม่มีปรากฏในทั้งสองหลักสูตร คือ ความยั่งยืน (Sustainability)



รูปที่ 2.10 แผนภูมิวัสดุการเรียนการสอนทั่วไป

ที่มา : The National Survey of Entrepreneurship Education : An Overview of 2012-2014 Survey Data, The George Washington University Center for Entrepreneurial Excellence 2014

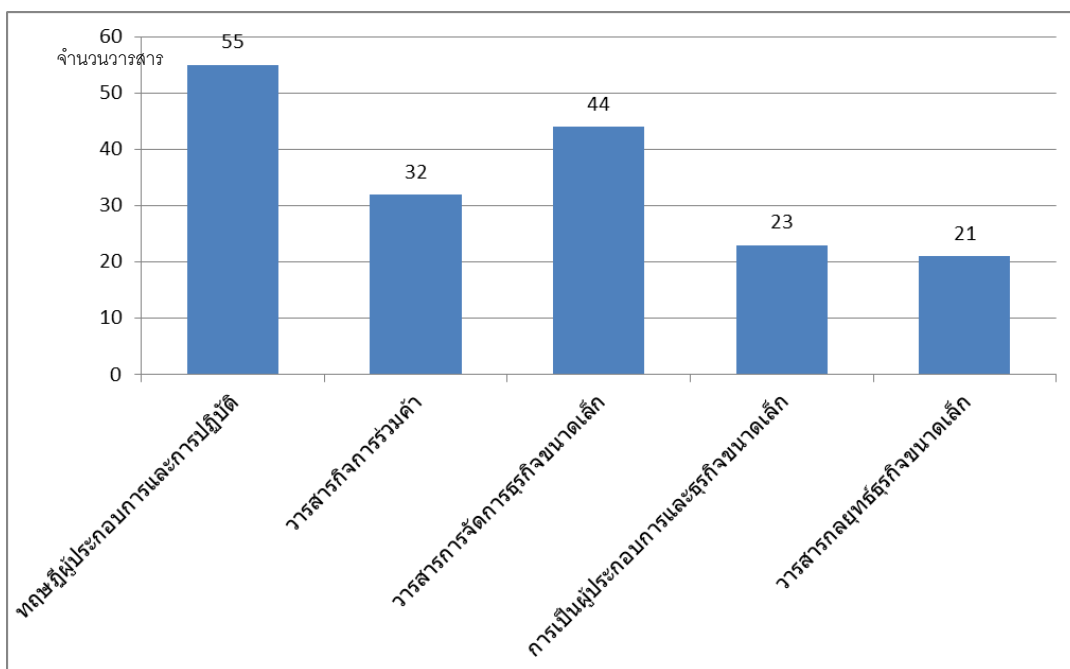
จากรูปที่ 2.10 แผนภูมิวัสดุการเรียนการสอนทั่วไปเกี่ยวกับวิธีการที่อาจารย์และนักศึกษานำเสนอข้อมูลให้กับนักศึกษา วัสดุการเรียนการสอนที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ ตำรา (Textbooks) เว็บไซต์ (Websites) อ่านหนังสือ (Reading books) ชุดอ่านหนังสือและเอกสาร (Sets of readings and text material) และหนังสือการค้า (Trade books)



รูปที่ 2.11 แผนภูมิวารสารที่ใช้กันทั่วไป (Commonly Used Periodicals)

ที่มา : The National Survey of Entrepreneurship Education : An Overview of 2012-2014 Survey Data,
The George Washington University Center for Entrepreneurial Excellence 2014

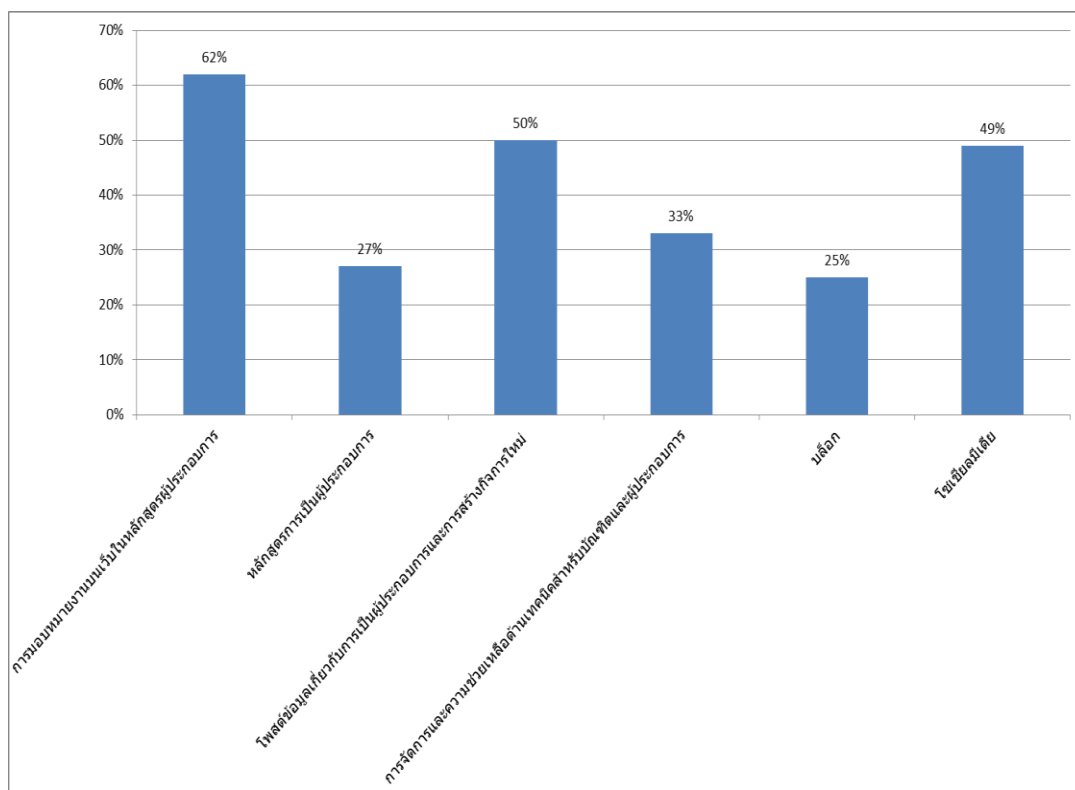
จากรูปที่ 2.11 แผนภูมิวารสารที่ใช้กันทั่วไป พบว่า วารสารที่ใช้กันทั่วไปที่ใช้อยู่ใน
ห้องเรียน ได้แก่ วารสารผู้ประกอบการ (Entrepreneur) วารสารอิงค์ (Inc.) วารสารฟาสต์คอมปะนี
(Fast Company) วารสารเดอะวอลล์สตรีทเจอร์นัล (The Wall Street Journal) วารสารบิ
ซิเนสวีค (Business Week)



รูปที่ 2.12 แผนภูมิวารสารวิชาการที่ใช้กันทั่วไป (Commonly Used Academic Journals)

ที่มา : The National Survey of Entrepreneurship Education : An Overview of 2012-2014 Survey Data,
The George Washington University Center for Entrepreneurial Excellence 2014

จากรูปที่ 2.12 แผนภูมิวารสารวิชาการที่ใช้กันทั่วไป พบว่า วารสารวิชาการที่ใช้กันทั่วไปใช้บ่อยที่สุดในห้องเรียนได้แก่ทฤษฎีและการปฏิบัติของผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Theory & Practice) วารสารการจัดการธุรกิจขนาดเล็ก (Journal of Small Business Management) และวารสารธุรกิจการลงทุน (The Journal of Business Venturing)



รูปที่ 2.13 แผนภูมิการใช้แหล่งข้อมูลออนไลน์

ที่มา : The National Survey of Entrepreneurship Education: An Overview of 2012-2014 Survey Data, The George Washington University Center for Entrepreneurial Excellence 2014

จากรูปที่ 2.13 การใช้แหล่งข้อมูลออนไลน์แสดงว่า การมอบหมายงานบนเว็บในหลักสูตรผู้ประกอบการ(web-based assignment) ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ร้อยละ 62 รองลงมา โพสต์ข้อมูลเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการและการสร้างกิจการใหม่ (Information regarding entrepreneurship and new/venture creation) ร้อยละ 50 และโซเซียลมีเดีย ร้อยละ 49

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงการเคลื่อนไหวด้านการศึกษาออนไลน์ คาดว่าจะเห็นการเพิ่มขึ้นในปีต่อ ๆ ไป ตามเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็วและการเติบโตของระบบการศึกษาออนไลน์ เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ที่เราจะเห็นการเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในด้านการศึกษาผู้ประกอบการ หลักสูตรออนไลน์มีมากขึ้นและประหยัดเวลาสำหรับนักศึกษาและวิทยาลัย/มหาวิทยาลัยที่เสนอไว้ เพื่อกำหนดระดับการปรับตัวของแหล่งข้อมูลออนไลน์โดยมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยในการศึกษาผู้ประกอบการ

หมานเซิงและไห่เซี่ย (Mansheng and Haixia, 2012) ได้ทำการศึกษาและได้การเปรียบเทียบการศึกษากับผู้ประกอบการของประเทศจีนและประเทศสหรัฐอเมริกา ดังนี้

1) ฟังก์ชัน ในอดีตการศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการได้ถูกใช้เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญสำหรับการเติบโตทางเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกา ในขณะที่ความคิดสร้างสรรค์และการประกอบการในการศึกษาระดับอุดมศึกษาของจีนได้รับการส่งเสริมเพื่อรับมือกับโครงสร้างการว่างงานของกลุ่มผู้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยของประเทศจีน

2) เป็นสาขาวิชาการศึกษา การศึกษาผู้ประกอบการได้ก่อสร้างตัวเองขึ้น เพื่อเป็นแหล่งศึกษาอย่างเต็มตัว ในช่วงต้นปี 2002 สหรัฐอเมริกาเปิดสอนหลักสูตรมากกว่า 2,200 หลักสูตรในโรงเรียนกว่า 1,600 แห่ง 44 วารสารวิชาการ มากกว่า 100 ศูนย์และองค์กรวิชาชีพด้านการศึกษาผู้ประกอบการ สถาบันอเมริกันเสนอหลักสูตรการศึกษาผู้ประกอบการระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และเอก ได้สร้างหลักสูตรที่ครอบคลุมสำหรับสาขาวิชาการศึกษาผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยหลักสูตรต่างๆ ที่เกี่ยวกับการประกอบการแต่ละด้าน ในทางตรงกันข้ามการศึกษาด้านผู้ประกอบการยังคงเป็นพื้นที่ที่เกิดขึ้นใหม่ในสถาบันการศึกษาของจีน

3) ความเป็นผู้ประกอบการภายในมหาวิทยาลัย ในประเทศสหรัฐอเมริกาหลายหลักสูตรผู้ประกอบการมีโรงเรียนธุรกิจและวิศวกรรมของสถาบันของตนเอง ตัวเลขการเติบโตของโรงเรียนธุรกิจมีการเติบโตสูง มีความเข้มแข็งหรือวิชาเอกในการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยหลายแห่งได้จัดตั้งสาขาวิชาผู้ประกอบการขึ้น กว่า 1,600 โรงเรียน เสนอหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการจึงมีแนวโน้มที่ทวีความสำคัญระดับชาติ กลายเป็นมหาวิทยาลัยแพร่หลาย และมีหลักสูตรข้ามสาขาวิชาที่มีภารกิจหลากหลายในแต่ละสถาบัน

เมื่อเปรียบเทียบมหาวิทยาลัยในประเทศจีน มีเพียงไม่กี่แห่งที่มีสาขาวิชาผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่อยู่ในขั้นตอนของความคิดริเริ่มของการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการซึ่งอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของแผนกกิจการนักศึกษา นอกจากนี้ ยังไม่มีการจัดหลักสูตรผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาในระดับต่างๆ ซึ่งมีความแตกต่างในการเตรียมการทางวิชาการและความต้องการ

4) เงินทุน ในสหรัฐอเมริการการศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากแหล่งภายนอก เช่น ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและมูลนิธิ รวมทั้งจากรัฐบาล มหาวิทยาลัยหลายแห่งได้ก่อตั้งศูนย์กลางการเป็นผู้ประกอบการและได้รับการรับรองความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จที่จบการศึกษาจากสถาบันเหล่านั้น

ในประเทศจีนการศึกษาเกี่ยวกับการผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนเป็นหลักจากรัฐบาล และการขาดเงินทุน อาจกล่าวได้ว่าเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนา

5) หลักสูตร มหาวิทยาลัยอเมริกันได้พัฒนาหลักสูตรต่างๆในการศึกษาด้านผู้ประกอบการที่หลากหลาย

5.1) หลักสูตรแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

-หลักสูตรที่สอนภาพรวมของแผนธุรกิจ

-หลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนของวงจรชีวิตทางธุรกิจ

-หลักสูตรเกี่ยวกับหน้าที่ทางธุรกิจรวมถึงประเด็นที่เกี่ยวกับการจัดการ เช่นลักษณะของผู้ประกอบการการจัดการ นวัตกรรม การสร้างทีมงาน และด้านการเงิน บัญชี ภาษี กฎหมาย และการตลาด

5.2) มหาวิทยาลัยมีกิจกรรมเสริมหลักสูตรร่วม 2 ประเภท

-กิจกรรมที่เสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ เช่น สโมสรนักศึกษา ซีรียของวิทยาการเพื่อเพิ่มความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการ

-กิจกรรมการเรียนรู้จากประสบการณ์ เช่น การประกวดแผนธุรกิจฝึกงานเพื่อส่งเสริมการพัฒนาทักษะการประกอบการ

ในประเทศจีน ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะได้รับการเสนอขายเป็นหลักสูตรแบบเดี่ยว แทนที่จะถูกรวมไว้ในเนื้อหาของหลักสูตรในแผนกหรือสาขาวิชาอื่น ๆ วิชาการเป็นผู้ประกอบการยังคงเป็นวิชาเลือกเบื้องต้น หลักสูตรมักจะเริ่มต้นด้วยคำนิยามและคำอธิบายเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการประกอบการ ก่อนที่ก้าวไปสู่ทักษะพื้นฐานของการเริ่มต้นสร้างธุรกิจและสร้างแนวคิด วิเคราะห์ตลาด หาแหล่งทุน ต่อด้วย การบริหารจัดการ และขั้นตอนทางบัญชีในการดำเนินธุรกิจ กิจกรรมเสริมหลักสูตร ได้แก่ ชมรมผู้ประกอบการ การบรรยายและวิทยากร การประชุมเชิงปฏิบัติการและการสัมมนา การประกวดแผนธุรกิจ ฝึกงาน และบ่มเพาะวิสาหกิจที่มีอยู่ แต่ส่วนใหญ่ จำกัด อยู่ที่สถาบันที่เข้าร่วมโครงการ

ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดระบบการเรียนผ่านออนไลน์ (Online Learning)

1. ความหมายของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ (Online Learning)

การเรียนผ่านออนไลน์ (Online Learning) เป็นการเรียนผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เครือข่ายอินเทอร์เน็ต อินทราเน็ต ทางสัญญาณโทรทัศน์ หรือ สัญญาณดาวเทียม ฯลฯ เป็นต้น

การเรียนรู้ออนไลน์ หมายถึง นวัตกรรมทางการศึกษาที่เปลี่ยนแปลงวิธีเรียนที่เป็นอยู่เดิมเป็นการเรียนที่ใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้า เช่น อินเทอร์เน็ต อินทราเน็ต เอ็กซ์ทราเน็ต ดาวเทียม ดังนั้น จึงหมายรวมถึงการเรียนทางไกล การเรียนผ่านเว็บ ห้องเรียนเสมือนจริง ซึ่งมีจุดเชื่อมโยง คือ เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นสื่อกลางของการเรียนรู้” (Capella University, แหล่งที่มา:

<http://www.capella.edu/elearning>, 2021)

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (โครงการตำราอีเลิร์นนิ่ง โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย ,อีเลิร์นนิ่ง: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, 2557) **การเรียนการสอนแบบออนไลน์** หมายถึง การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสารการเรียนการสอน โดยมีการกำหนดกิจกรรมการเรียน และการสอนที่ออกแบบด้วยวิธีสอนหลากหลาย มีการนำเสนอเนื้อหาสื่อแบบดิจิทัล การสื่อสาร การมีปฏิสัมพันธ์ และการวัดประเมินผลผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

การเรียนการสอนแบบออนไลน์ ได้ถูกนำมาใช้ในระบบการศึกษา เพื่อสนับสนุน และเพิ่มช่องทางการเรียนรู้ของในสถาบันการศึกษาสามารถเข้าถึงผู้เรียนที่อยู่ห่างไกล โดยไม่จำกัดสถานที่และเวลา (Anywhere-anytime learning) และสนับสนุนระบบการเรียนรู้ที่มีผู้เรียนเป็นสำคัญ (Student-Centered Learning) โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองตามสภาพความพร้อมหรือ

อัตราการเรียนรู้ของแต่ละคน (Self-Placed Learning) ระบบออนไลน์จึงเป็นช่องทางสำคัญทางหนึ่งของการเรียนรู้ของคนในยุคนี้ การเรียนการสอนแบบอีเลิร์นนิ่ง หรือการเรียนการสอนแบบออนไลน์ จัดเป็นการศึกษาในระบบทางไกลประเภทหนึ่ง ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ

องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2011) การเรียนรู้ออนไลน์ หมายถึง การใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อนำเสนอข้อมูลชั้นที่หลากหลายเพื่อให้สามารถเรียนรู้และปรับปรุงประสิทธิภาพได้

2. รูปแบบของการเรียนผ่านออนไลน์ (Online Learning)

Allen and Seaman (2005 ,อ้างถึงสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, อีเลิร์นนิ่ง : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, 2557) สมาคมสโตน ประเทศสหรัฐอเมริกา เสนอแนวความคิดการจำแนกรูปแบบการเรียนการสอนแบบอีเลิร์นนิ่งตามสัดส่วนของเนื้อหาที่นำเสนอทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของผู้เรียน ซึ่งสามารถจัดลักษณะรูปแบบการเรียนได้เป็น 3 ประเภท คือ 1) แบบการใช้เว็บเพื่อช่วยการเรียนการสอน (Web Facilitated) 2) แบบผสมผสาน (Blended/Hybrid) และ 3) แบบออนไลน์(Online) ดังแสดงในรูปภาพที่ 2.14

| สัดส่วนของการนำเสนอเนื้อหาทางอินเทอร์เน็ต | รายละเอียด | ประเภทการเรียนการสอน |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| ร้อยละ 1-29 | เป็นการเรียนการสอนที่ใช้เทคโนโลยีบนเว็บเพื่ออำนวยความสะดวกในการสอน โดยเทคโนโลยีที่ใช้อาจอยู่ในรูปแบบของระบบบริหารจัดการวิชา (Course Management System) | แบบการใช้เว็บเพื่อช่วยการเรียนการสอน (Web Facilitated) |
| ร้อยละ 30-79 | เป็นการเรียนการสอนที่มีการใช้เทคโนโลยีบนเว็บเพื่อนำเสนอเนื้อหา โดยวิธีการสอนแบบผสมผสาน (Blended Online) โดยการนำเอาวิธีการสอนแบบออนไลน์ กับวิธีพบปะผู้เรียนในห้องเรียน (Face-to-face) มาใช้ด้วยกันภายในวิชาเรียนเดียวกัน | แบบผสมผสาน (Blended/Hybrid) |
| มากกว่าร้อยละ 80 | เป็นการเรียนการสอนที่นำเสนอเนื้อหาทั้งหมดผ่านการเรียนออนไลน์ชนิดเต็มรูปแบบ และโดยทั่วไปรูปแบบการเรียนแบบนี้จะไม่มีการพบปะกับผู้เรียนในห้องเรียนเลย (No face-to-face) | แบบออนไลน์ (Online) |

รูปที่ 2.14 ลักษณะรูปแบบการเรียน 3 ประเภท

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, โครงการตำราอีเลิร์นนิ่ง โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย,

อีเลิร์นนิ่ง : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, 2557

3. องค์ประกอบของการเรียนผ่านออนไลน์ (Online Learning)

การเรียนการสอนแบบอีเลิร์นนิ่ง (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ,โครงการตำราอีเลิร์นนิ่ง โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย, อีเลิร์นนิ่ง : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, 2557) สามารถแบ่งองค์ประกอบสำคัญ คือ

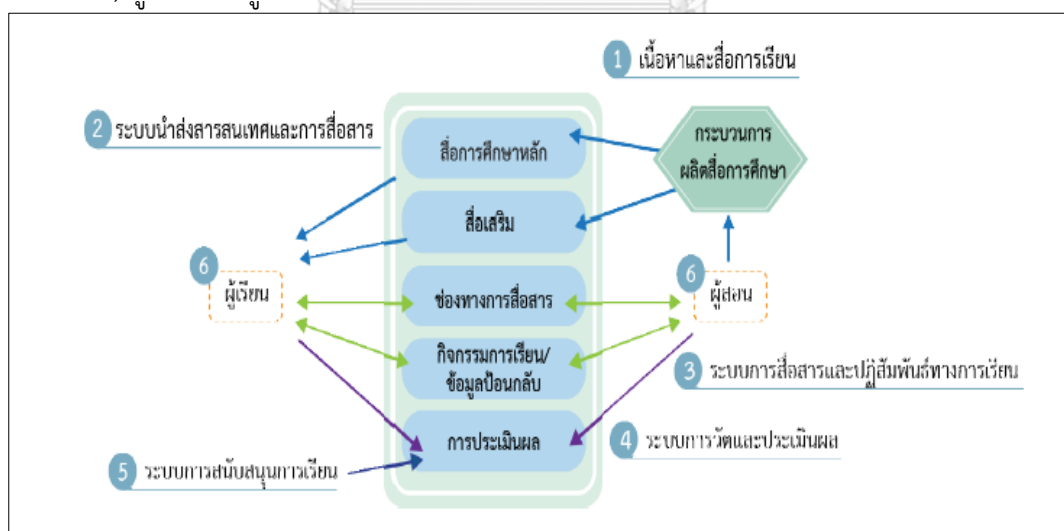
- 1) เนื้อหาและสื่อการเรียน
- 2) ระบบนำส่งสารสนเทศและการสื่อสาร
- 3) ระบบการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ทางการเรียน ประกอบด้วย ปฏิสัมพันธ์แบบประสานเวลา หรือ ทันทีทันใด (Synchronize) และปฏิสัมพันธ์แบบไม่ประสานเวลา หรือไม่ทันทีทันใด (Asynchronize)

4) ระบบการวัดและการประเมินผลใช้หลักการประเมินตามแนวทางการจัดการศึกษาแบบ “เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ” โดยมีการประเมินระหว่างเรียน (formative evaluation) ผู้เรียนจะเป็นผู้ประเมินตัวเองเป็นหลักและผู้สอนจะเป็นผู้ให้คำแนะนำและความช่วยเหลือ การประเมินผลหลังเรียน (summative evaluation) ซึ่งเป็นการประเมินผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียน ส่วนใหญ่ประเมินโดยผู้สอน

วิธีการประเมินผลในการเรียนแบบอีเลิร์นนิ่ง สามารถประเมินจากการตอบคำถาม การทำแบบทดสอบ การประเมินจากผลการเรียนรู้ของผู้เรียน และอาจทำให้ผู้เรียนประมวลความรู้ความเข้าใจออกมาในรูปรายงานหรือการนำเสนองาน ซึ่งสามารถใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีนำส่งสารและการสื่อสาร เพื่อแสดงผลการวัดและการประเมินการเรียนรู้ของผู้เรียนเช่นเดียวกับการเรียนในห้องเรียน

5) ระบบสนับสนุนการเรียน

6) ผู้สอนและผู้เรียน

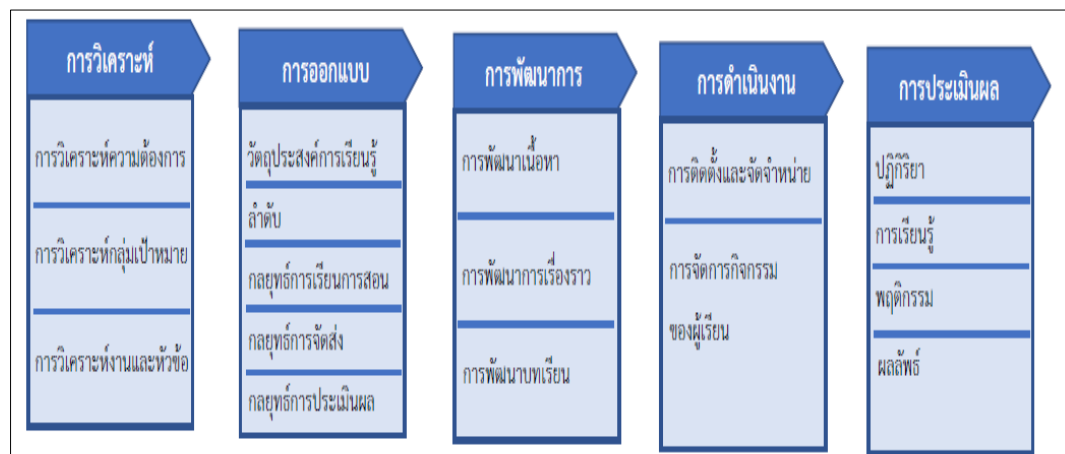


รูปที่ 2.15 องค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ,โครงการตำราอีเลิร์นนิ่ง โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย,อีเลิร์นนิ่ง : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, 2557

4. การออกแบบการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ด้วยแนวคิดแอดดีโมเดล

องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2011) ได้พัฒนาโมเดลสำหรับการเรียนรู้ออนไลน์ เรียกว่า “The ADDIE model for e-learning” ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การดำเนินงาน และการประเมินผล ซึ่งแสดงตามรูปภาพข้างล่างนี้



รูปที่ 2.16 โมเดลสำหรับการเรียนรู้ออนไลน์ (The ADDIE model for e-learning)

ที่มา : โมเดลสำหรับการเรียนรู้ออนไลน์ (The ADDIE model for e-learning), องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2011)

จากรูปภาพ 2.16 โมเดลสำหรับการเรียนรู้ออนไลน์ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ (Analysis)

1.1 การวิเคราะห์ความต้องการ (Needs analysis)

ก่อนการออกแบบหลักสูตรอีเลิร์นนิ่ง ต้องมีการวิเคราะห์ความต้องการเพื่อพิจารณาว่าจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมเพื่อเติมช่องว่างในความรู้และทักษะวิชาชีพ และอีเลิร์นนิ่งเป็นทางออกที่ดีที่สุดในการฝึกอบรม ในความเป็นจริงอาจมีสาเหตุหลายประการ ที่ทำให้เกิดปัญหาในการบรรลุเป้าหมายจากหลายปัจจัย ได้แก่ ความสามารถส่วนบุคคล : ทักษะความรู้และทัศนคติของบุคคลที่ทำงานในองค์กร

1.2 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Analysing the target audience)

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายจะต้องระบุปัจจัยต่าง ๆ ที่จะมีผลต่อการออกแบบหลักสูตร ได้แก่ ปัจจัยที่ต้องพิจารณา และมีความสำคัญอย่างไร ตัวอย่างเช่น

-ปัจจัยที่ต้องพิจารณา : ความรู้และความเชี่ยวชาญเดิมของผู้เรียนเกี่ยวกับเรื่องนี้

-มีความสำคัญอย่างไร : โดยทั่วไปแล้วผู้เรียนที่มีความรู้มาก่อนไม่จำเป็นต้องมีแบบเดียวกันหรือระดับเดียวกับผู้เริ่มฝึกหัด

1.3 การระบุเนื้อหาหลักสูตร (Identifying course content) ระบุและการวิเคราะห์เนื้อหาสามารถทำได้โดยใช้วิธีการดังต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์งาน (Task analysis) เป็นการระบุงานที่ผู้เรียนควรเรียนรู้หรือปรับปรุงและความรู้และทักษะที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาหรือเสริมแรง การวิเคราะห์งานส่วนใหญ่ใช้ในหลักสูตรที่ออกแบบมาเพื่อสร้างทักษะเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับการทำงานหรือการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคล

2) การวิเคราะห์หัวข้อดำเนินการ (Topic analysis) เพื่อระบุและจัดหมวดหมู่เนื้อหาหลักสูตร การวิเคราะห์หัวข้อมีความเหมาะสมกับหลักสูตรที่ออกแบบมาเพื่อให้ข้อมูลหรือบรรลุวัตถุประสงค์ทางการศึกษาที่กว้างขึ้น

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบ (Design)

2.1 การกำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้ (Defining learning objectives)

วัตถุประสงค์การเรียนรู้กำหนดผลที่คาดหวังของแต่ละหน่วยการเรียนรู้ ตัวอย่างเช่น ผู้เรียนสามารถจดจำขั้นตอนของขั้นตอนหรือจะสามารถดำเนินการได้จริงหรือไม่

วัตถุประสงค์การเรียนรู้รวมสององค์ประกอบหลัก ดังนี้

- 1) ระดับที่คาดหวังของประสิทธิภาพ (level of performance)
- 2) เนื้อหาการเรียนรู้ (learning content)

2.2 การกำหนดลำดับการเรียนรู้ (Defining the course sequence)

การกำหนดลำดับการเรียนรู้แบบที่ต้องเรียน วิชาจำเป็นก่อน (prerequisite method) เป็นวิธีที่ใช้ลำดับขั้นของวัตถุประสงค์การเรียนรู้ เป็นการสอนทักษะแรก ๆ ที่ดูเหมือนจะเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับทักษะอื่น ๆ ทั้งหมด ผลของการเรียงลำดับเป็นโครงสร้างหลักสูตรที่แต่ละองค์ประกอบสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้เฉพาะและก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ของเป้าหมายโดยรวม

1) โครงสร้างหลักสูตร (Course structure) เช่น ตัวอย่างโครงสร้างสำหรับหลักสูตรอีเลิร์นนิ่งแบบศึกษาด้วยตนเอง (self-paced e-learning course) หลักสูตรสามารถรวมหลายหน่วยการเรียนรู้ (Unit) และจำนวนชุดการสอน (sessions) สิ่งการเรียนรู้จะแสดงบนหน้าจอรวมถึงองค์ประกอบของข้อความและสื่อ

2) เส้นทางการเรียนรู้ส่วนบุคคล (Personal learning paths) เป็นการพัฒนาหลักสูตรโดยใช้วิธีแบบแยกเป็นโมดูล ช่วยให้สามารถกำหนดความหมายได้หลายรูปแบบ มีเส้นทางการเรียนรู้ที่สามารถตอบสนองต่อความสนใจและความต้องการของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันได้ การวิเคราะห์งาน (The task analysis) ช่วยในการสร้างการเชื่อมต่อระหว่างความต้องการของผู้เรียนและองค์ประกอบของหลักสูตรที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถเลือกชุดย่อยของชุดการสอน (sessions) ภายใต้อัตลักษณ์หลักสูตรหลักได้

นอกจากนี้มีวิธีอื่น ๆ อีกมากมายที่สามารถนำไปใช้ในการจัดระเบียบและจัดลำดับเนื้อหาได้ และสามารถนำวิธีการต่างๆมารวมกัน เพื่อออกแบบโครงสร้างที่ดีที่สุดสำหรับหลักสูตร บางส่วนของวิธีการอื่น ๆ เหล่านี้ได้แก่

- ในหลักสูตรที่มุ่งเน้นงาน เนื้อหาสามารถจัดระเบียบตามลำดับการทำงานในสภาพแวดล้อมการทำงานจริง ตามหลักการบริบทของงาน

-ในหลักสูตรที่ไม่มุ่งเน้นงาน เนื้อหาสามารถจัดได้ตามการเชื่อมต่อของโครงสร้าง เช่น อธิบายลักษณะของชั้นเรียนก่อนอธิบายสมาชิก ให้ตัวอย่างก่อนแล้วค่อยให้คำนิยาม เริ่มต้นด้วยข้อมูลที่เป็นรูปธรรมหรือเรียบง่ายแล้วดำเนินการต่อไปสู่แนวคิดที่เป็นนามธรรมหรือซับซ้อน

-หลักสูตรสามารถเริ่มต้นด้วยภาพรวมทั่วไปจากนั้นเน้นหัวข้อเฉพาะและเมื่อสิ้นสุดกลับไปสู่ข้อสรุปทั่วไป

-หลักสูตรสามารถทบทวนความคิดพื้นฐานได้หลายครั้งขึ้นอยู่กับผู้เรียนเข้าใจอย่างถ่องแท้

2.3 การกำหนดวิธีการสอน (Defining instructional methods)

เมื่อเลือกรูปแบบการถ่ายทอดเสร็จแล้ว ต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆดังนี้

1) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียน (learner-related factors)

-ความสะดวกสบายของผู้เรียนด้วยช่องทางการจัดส่ง การประชุมทางเสียงและวิดีโออาจทำให้ผู้เรียนที่ไม่ใช่เจ้าของภาษารู้สึกหงุดหงิด อีเมล (e-mail) หรือฟอรัมสนทนาที่มีความเหมาะสมเนื่องจากช่วยให้ผู้เรียนใช้เวลาในการอ่านและเขียนได้

-เวลาว่างที่เรียน หากผู้เรียนไม่ว่าง ตั้งอยู่ในโซนเวลาที่แตกต่างกันหรือไม่สามารถปฏิบัติตามตารางเวลาที่เข้มงวดได้ เนื่องจากสามารถเข้าถึงคอมพิวเตอร์ที่ใช้ร่วมกันได้เฉพาะบางช่วงเวลาเท่านั้น เครื่องมือแบบอะซิงโครนัสจึงเป็นที่ต้องการ

2) ด้านเทคโนโลยี (technology aspects)

ความสามารถด้านโครงสร้างพื้นฐานและการเชื่อมต่อของคอมพิวเตอร์ของผู้เรียน จะต้องได้รับการพิจารณาก่อนว่าผู้เรียนสามารถเข้าถึงระบบเครือข่ายได้ง่ายหรือไม่ กิจกรรมบางอย่างสามารถดำเนินการได้เฉพาะกับการสนับสนุนการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ในขณะที่บางแห่งสามารถพัฒนาขึ้นเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง (self-paced e-learning) หากมีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่จำกัด ให้พิจารณาใช้ซีดีรอมและรูปแบบออฟไลน์อื่น ๆ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถใช้หลักสูตรทั้งหมดหรือบางส่วนได้ออฟไลน์ ต่อไปนี้เป็นค่าประมาณของความเร็วในการเชื่อมต่อที่ต้องการโดยรูปแบบ e-learning ต่างๆ

3) ความต้องการขององค์กร (organizational requirements)

ช่วงของความต้องการและข้อจำกัดขององค์กร เช่นความพร้อมใช้งาน เวลาและงบประมาณ จะมีผลต่อการเลือกรูปแบบการถ่ายทอด

2.4 กำหนดกลยุทธ์การถ่ายทอด (Defining the delivery strategy)

เมื่อมีการกำหนดโครงสร้างหลักสูตรแล้ว ต้องเสนอวิธีการและเทคนิคที่ดีที่สุดสำหรับหลักสูตรอิเล็กทรอนิกส์ที่เฉพาะเจาะจง การออกแบบหลักสูตรอิเล็กทรอนิกส์จะเกี่ยวข้องกับการใช้วิธีการสอนแบบต่อไปนี้

1) วิธีการอธิบาย (Expositive Method) เป็นวิธีการเพื่อรับข้อมูลที่ต้องการให้ผู้เรียนฟังและอ่าน หรือสังเกต ซึ่งเน้นการ "ซึมซับ" ข้อมูลใหม่ ๆ ได้แก่ การนำเสนอ (Presentation) กรณีศึกษา (Case studies) ตัวอย่างการทำงาน (Worked example) การสาธิต (Demonstrations)

2) วิธีการสมัคร (Application Method) เป็นวิธีการที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียนในกิจกรรมภาคปฏิบัติ ซึ่งเน้นการใช้งานที่ผู้เรียนใช้เพื่อดำเนินการตามขั้นตอนและหลักการและสร้างความรู้ใหม่

ๆ ได้แก่ วิธีการฝึกสาธิต (Demonstrations-practice method) ช่วยงาน (Jobs aids) แบบฝึกหัดตามเคส (Case-based exercises) บทบาทสมมติ (Role plays) การจำลองและการทำงานอย่างจริงจัง (Simulations and serious work) การวิจัยที่แนะนำ (Guided research) งานโครงการ (Project work)

3) วิธีการทำงานร่วมกัน (Collaborative Method) เป็นวิธีการทำงานร่วมกันเป็นไปตามบทสนทนาและการอภิปรายระหว่างวิทยากรและผู้เรียน ซึ่งเน้นมิติทางสังคมในการเรียนรู้และกระตุ้นให้ผู้เรียนแบ่งปันความรู้และปฏิบัติงานในรูปแบบการทำงานร่วมกัน ได้แก่ การสนทนาแบบออนไลน์ (Online guided discussion) ทำงานร่วมกัน (Collaborative work) การสอนแบบเพื่อน (Peer tutoring) แต่ละวิธีสามารถจัดส่งในรูปแบบต่างๆโดยใช้สื่อและเครื่องมือสื่อสารประเภทต่างๆ เช่น ตัวอย่างเช่น งานนำเสนอสามารถจัดส่งเป็นไฟล์ Power Point หรือ งานนำเสนอวิดีโอที่บันทึกไว้ (หรือถ่ายทอดสด) ได้ รูปแบบกลยุทธ์การถ่ายทอด จะถูกเลือกตามปัจจัยเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียนด้านเทคโนโลยีและข้อจำกัดขององค์กร (เช่น งบประมาณ) และเวลา

2.5 กำหนดยุทธศาสตร์การประเมินผล (Defining the evaluation strategy)

ขั้นแรกกำหนดวัตถุประสงค์ของการประเมิน ต่อมากำหนดว่าต้องการประเมินความคืบหน้าของผู้เรียน และ/หรือการอภิปรายรับรองให้ นอกจากนี้ยังมีผลต่อการเลือกใช้การทดสอบประเมินซึ่งจะรวมเข้ากับหลักสูตร

ในความเป็นจริงอาจต้องการประเมินความรู้และทักษะของผู้เรียนก่อนเริ่มหลักสูตร มีการประเมินในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ของหลักสูตร และ/หรือหลังจากจบหลักสูตรทั้งหมด เพื่อให้แน่ใจว่าการทดสอบการประเมินผลสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนา (Development)

3.1 การพัฒนาเนื้อหา (Content Development) การเขียนหรือรวบรวมความรู้และข้อมูลที่เป็นทั้งหมด

3.2 การพัฒนาสตอรี่บอร์ด (Storyboard Development) การบูรณาการวิธีการสอน (องค์ประกอบการสอนทั้งหมดที่จำเป็นต่อการสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้) และองค์ประกอบของสื่อ ทำโดยการพัฒนาระดานเรื่องราว เอกสารที่อธิบายส่วนประกอบทั้งหมด รวมทั้งภาพ ข้อความโต้ตอบ การทดสอบ การประเมินผล

3.3 การพัฒนาบทเรียนหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Courseware Development) การพัฒนาสื่อและส่วนประกอบเชิงโต้ตอบ การผลิตหลักสูตรในรูปแบบต่าง ๆ สำหรับซีดีรอม (CD-Rom) และการจัดส่งผ่านเว็บและผสานองค์ประกอบเนื้อหาเข้ากับแพลตฟอร์มการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสามารถเข้าถึงได้

ขั้นตอนที่ 4 การดำเนินงาน (Implementation)

ในขั้นตอนนี้หลักสูตรจะถูกส่งไปยังผู้เรียน บทเรียนถูกติดตั้งบนเซิร์ฟเวอร์และเข้าถึงได้สำหรับผู้เรียน การเรียนซึ่งดำเนินการโดยผู้สอน และเกิดขึ้นในทำเลที่ตั้งที่มีอยู่จริง ขั้นตอนนี้ยังรวมถึงการจัดการและอำนวยความสะดวกในกิจกรรมของผู้เรียน

1) องค์ประกอบทั่วไปของหลักสูตรออนไลน์ โดยปกติจะจัดเป็นชุดการสอนซึ่งอาจเป็นรายวันหรือรายสัปดาห์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาของหลักสูตรและเวลาที่ผู้เรียนสามารถใช้งานได้ ได้แก่ กิจกรรมเริ่มต้น (Kickoff event) กิจกรรมการเรียนรู้ล่วงหน้า (Pre-course learning activity) วงจรของเหตุการณ์การเรียนรู้ (Cycle of learning events) การประเมินขั้นสุดท้าย (Final assessment) ข้อเสนอแนะและข้อสรุป (Feedback and conclusion)

2) กิจกรรมการวางแผนและจัดทำเอกสาร (Planning and documenting activities) กิจกรรมการวางแผนและจัดทำเอกสารเป็นสิ่งสำคัญในหลักสูตรที่อำนวยความสะดวกและผู้สอน เอกสารจะถูกใช้โดยวิทยากร/ผู้รับผิดชอบในการจัดรูปแบบและวิธีการเรียนรู้ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำกิจกรรมและสามารถแชร์กับผู้เรียนได้ตั้งแต่ต้นหรือตลอดหลักสูตร ชั้นแรกต้องมีการพัฒนาหลักสูตร หลักสูตรซึ่งจะอธิบายถึงหัวข้อเซสชันและวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ บนพื้นฐานของหลักสูตร เนื้อหากระดานเรื่องราวจะระบุกิจกรรมที่จะดำเนินการและเนื้อหาที่จะให้แก่ผู้เรียนในแต่ละชุดการสอน ในการเรียนรู้แบบพร้อมกัน (synchronous learning) เช่น ระบบประชุมออนไลน์ (e-conference) หรือห้องเรียนเสมือนจริง ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษกับความต้องการในการติดตั้งเทคโนโลยี

3) การอำนวยความสะดวกกับผู้เรียน ในการเรียนรู้แบบออนไลน์ร่วมกัน กลุ่มผู้เข้าร่วมสร้างพลังเป้าหมายการเรียนรู้ร่วมกัน ผู้ให้บริการออนไลน์ดำเนินการต่อไปนี้

- ให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานกำหนดเวลาและสถานที่ในการอัปโหลดหรือดาวน์โหลดไฟล์
- ตรวจสอบเวิร์กโฟลว์และผลลัพธ์ของแต่ละบุคคลหรือกลุ่ม
- ให้ข้อสรุปที่ส่วนท้ายของหน่วยหรือขั้นตอน
- ตอบคำถามเกี่ยวกับงานกำหนดเวลาหรือการใช้เครื่องมือการเรียนรู้
- จัดกิจกรรมประเมินผลงานอิเล็กทรอนิกส์ครั้งสุดท้าย

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผล (Evaluation)

โครงการอิเล็กทรอนิกส์ สามารถประเมินวัตถุประสงค์โดยเฉพาะได้ เช่น การประเมินปฏิกิริยาของผู้เรียน ความสำเร็จของวัตถุประสงค์การเรียนรู้ การถ่ายโอนความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับงาน และผลกระทบของโครงการต่อองค์กร

-ในระหว่างขั้นตอนการพัฒนาเพื่อปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนหรือผลิตภัณฑ์
-ในระหว่างหรือหลังขั้นตอนการดำเนินการเพื่อวัดประสิทธิผลการศึกษาศึกษาการฝึกอบรมและการเรียนรู้

-บางครั้งหลังจากที่หลักสูตรได้รับการดำเนินการเพื่อให้เข้าใจว่ามันยังคงถูกต้องหรือต้องได้รับการปรับปรุงหรือแก้ไข

สรุป ในงานวิจัยการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ใช้แนวคิดของการเรียนรู้ออนไลน์ มาประยุกต์ในการฝึกการแก้ปัญหาด้วยกรณีศึกษาในการดำเนินธุรกิจจริง เพื่อทำให้ผู้ใช้เกิดความสนใจและมีแรงจูงใจในฝึกการเรียนรู้การแก้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-based Learning) เนื่องจากเป็นการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และแสวงหาคำตอบด้วยตนเอง ทำให้ผู้เรียนมีความกล้าที่จะเผชิญกับปัญหา มีกระบวนการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ โดยผู้สอนกำหนดสถานการณ์

ปัญหาขึ้นหรือใช้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจจริง เป็นสิ่งเร้าให้เกิดการค้นหาคำตอบ ผู้สอนเป็นเพียงผู้ชี้แนะและกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้

ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรและโมดูล

1. ความหมายเกี่ยวกับหลักสูตร

ปทีป เมธาคุณวุฒิ (2544) กล่าวว่า **หลักสูตร** หมายถึง แผนการเรียนการสอน ที่ประกอบด้วย จุดมุ่งหมายของการศึกษา วิธีการเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมาย ซึ่งหมายถึง การพิจารณา คัดเลือก จัดรวบรวมและเรียบเรียงเนื้อหาวิชาและประสบการณ์ ตลอดจนการประเมินผล เพื่อให้ผู้เรียนที่มีสติปัญญาและคุณธรรม สามารถสร้างเสริมองค์ความรู้ คิดวิเคราะห์ได้ และนำความรู้มาแก้ปัญหาและสร้างสรรค์ในส่วนวิชาการ วิชาชีพและการดำรงชีวิต

ฐิตาภา ศุนาลัย (2550) กล่าวว่า **หลักสูตร** หมายถึง การวางแผนการเรียนรู้ เนื้อหาสาระ วิชา สื่อการสอน กิจกรรม ประสบการณ์ ภายใน และนอกโรงเรียน และนำ สิ่งที่เรียนรู้ มาเพื่อปรับปรุงและพัฒนาตนให้ดียิ่งขึ้น

วันเพ็ญ วรรณโกมล (2551) กล่าวว่า **หลักสูตร** หมายถึง แผน หรือโปรแกรมการศึกษา สร้างขึ้นโดยอาศัยกรอบทฤษฎี และวิจัยในอดีตเป็นพื้นฐาน ประกอบด้วยเนื้อหาสาระ ประสบการณ์ที่จำเป็นและเหมาะสม เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ พัฒนาให้มีความสามารถ เจตคติ ทักษะ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้จากที่กล่าวมา จากแนวคิดของนักการศึกษาที่มีมุมมองเกี่ยวกับหลักสูตรในแต่ละความหมายตามแนวคิด ความเชื่อและประสบการณ์

หลักสูตร หมายถึง กรอบของกิจกรรม เนื้อหา สื่อ และวิธีการวัดและประเมินผลที่ผู้จัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้เกิดกับผู้เรียน อาจเป็นความรู้ ความสามารถ ทักษะ เจตคติ คุณลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งตามช่วงเวลาที่กำหนด (สำนักบริหารระบบบริการสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต, 2560)

สรุปความหมายเกี่ยวกับหลักสูตร ได้ว่า **หลักสูตร** หมายถึง โปรแกรมการศึกษาที่จัดให้ผู้เรียนได้มีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ทักษะ เจตคติ และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามที่หลักสูตรกำหนด เพื่อปรับปรุงและพัฒนาผู้เรียนได้ให้ดียิ่งขึ้น

2. ความหมายเกี่ยวกับโมดูล

ไพฑูรย์ นันตะสุนันท์ (2561) ได้ให้นิยามของคำว่า **โมดูล** คือ หน่วยการเรียนรู้ที่เล็กที่สุดของหลักสูตรซึ่งอาจอยู่โดยลำพังหรือสัมพันธ์กับหน่วยที่ต้องเรียนรู้มาก่อนหรือหน่วยที่ต้องเรียนรู้ควบคู่กันไป โดยระบุหน่วยกิตและผลลัพธ์การเรียนรู้โมดูลในหลักสูตรเมื่อรวมเข้าด้วยกัน ทำให้เป็นเกณฑ์สำเร็จหลักสูตรระดับหนึ่ง

ความหมายของหน่วยการเรียนรู้ คือ หน่วยการเรียนรู้ที่สมบูรณ์ในตัว ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาที่ใหญ่กว่า และหน่วยการเรียนรู้ คือ ส่วนย่อยของรายวิชาวิชาหรือโปรแกรมของการศึกษา หรือการฝึกอบรม

บทเรียนโมดูล คือ หน่วยการเรียนรู้สำเร็จรูปในตัว มุ่งให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งในโมดูลหนึ่งๆ นั้น จะมีความสมบูรณ์ในตัว ผู้เรียนไม่จำเป็นต้องไปศึกษาค้นคว้าจากที่อื่นเพิ่มอีก

วัตถุประสงค์ของโมดูล

- 1) มุ่งให้ผู้เรียนมีความรับผิดชอบ แก้ปัญหากล้าตัดสินใจ
- 2) สนองความแตกต่างระหว่างบุคคล มุ่งให้บรรลุผลสำเร็จทุกคน
- 3) เกิดแรงจูงใจให้อยากเรียน
- 4) ให้เสรีภาพการเรียนรู้แก่ผู้เรียน
- 5) แก้ปัญหาความยากง่ายของบทเรียน

รูปแบบของบทเรียนโมดูล ประกอบด้วย

1. คำชี้แจง เป็นส่วนแรกที่จะบอกผู้เรียนว่าในการเรียนด้วยบทเรียนโมดูลนี้ จะต้องทำอย่างไรจึงจะประสบผลสำเร็จโดยมีหัวข้อย่อยจะต้องเขียนดังนี้

- 1) บทนำ กล่าวถึงสาระสำคัญของบทเรียนโมดูลนี้
- 2) ขอบเขตของเนื้อหา กล่าวถึงเนื้อหาที่ปรากฏในบทเรียนโมดูลนี้ซึ่งจะแบ่งเป็นตอน ๆ หรือหัวข้อย่อย

3) ความรู้พื้นฐาน จะต้องระบุว่าผู้เรียนจะต้องมีความรู้พื้นฐานในเรื่องอะไร หรือต้องมีทักษะอะไรบ้างหรือต้องผ่านบทเรียนโมดูลใดบ้างก่อนเรียนโมดูลนี้ ถ้าไม่มีความรู้พื้นฐานก็ให้ระบุว่าผู้เรียนไม่จำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานก่อนเรียนโมดูลนี้

- 4) จุดประสงค์ ให้เขียนเป็นจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมจากการวิเคราะห์หลักสูตร
- 5) การประเมินผลก่อนเรียน ต้องทำการประเมินผลตนเองก่อนเรียน โดยกำหนดเกณฑ์การผ่านบทเรียนถ้าผ่านเกณฑ์ก็ไม่ต้องศึกษาโมดูลนี้ ให้ข้ามไปศึกษาโมดูลต่อไปได้ ถ้าไม่ผ่านผู้เรียนต้องศึกษาตามกิจกรรมที่โมดูลกำหนด

- 6) กิจกรรมการเรียนรู้ ให้ระบุกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีอยู่ในโมดูล
- 7) การประเมินผลหลังเรียน เป็นการประเมินผลแบบคู่ขนานซึ่งอาจจะใช้แบบทดสอบทดสอบก่อนเรียนและแบบทดสอบหลังเรียนเป็นชุดเดียวกัน

- 8) แผนภูมิแสดงการเรียนรู้ ด้วยบทเรียนโมดูล

2. จุดประสงค์ เป็นจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมในโมดูลหนึ่ง ๆ อาจจะมีจุดประสงค์เพียงหนึ่งข้อ หรือหลายข้อก็ได้ ผู้จัดทำต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าจุดประสงค์เหล่านี้ถูกต้องและเหมาะสมที่จะเป็นจุดประสงค์ของโมดูลนี้หรือไม่ ถ้าในโมดูลหนึ่ง ๆ มีจุดประสงค์หลายข้อ จงเรียงจุดประสงค์ตามลำดับของสมรรถนะ โดยคำนึงถึงความก่อนหลังที่จะต้องเกิดขึ้น

3. ความรู้พื้นฐาน ระบุความรู้พื้นฐานของผู้เรียนหรือจะใช้แบบทดสอบความรู้พื้นฐานกับผู้เรียนก่อนก็ได้ ถ้าผู้เรียนมีความรู้พื้นฐานไม่ถึงเกณฑ์ที่กำหนด ก็ให้กลับไปศึกษาในเรื่องนั้น ๆ มาก่อน (ระบุในคำชี้แจงแล้ว)

4. การประเมินผลก่อนเรียน การประเมินผลก่อนเรียนโดยทั่วไปจะใช้แบบทดสอบแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก ซึ่งจะต้องออกข้อสอบให้ตรงกับจุดประสงค์ของโมดูลที่กำหนดและต้องทำการวิเคราะห์แบบทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นมาแล้วด้วย

5. กิจกรรมการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้นับเป็นหัวใจของโมดูล เพราะได้มาจากการวิเคราะห์จุดประสงค์ที่เขียนไว้แล้ว แปรออกมาเป็นการเรียนรู้ที่ก่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เรียนอย่างแท้จริง ส่วนที่เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ จะกำหนดกิจกรรมไว้อย่างชัดเจนเรียงลำดับความสำคัญก่อนหลัง บอกแหล่งความรู้ที่จะต้องแสวงหา หรือไม่ก็บอกให้ไปทำการทดลองในห้องทดลองหรือห้องปฏิบัติการ หากได้มีการคิดและเขียนกิจกรรมนี้ไว้เป็นอย่างดี ผู้เรียนก็สามารถเรียนรู้และมีสมรรถนะตามที่กำหนดไว้ในโมดูลได้

6. การประเมินผล การประเมินผลหลังเรียนเป็นวิธีการที่จะให้โอกาสผู้เรียนในการตรวจสอบความก้าวหน้าของตนเองจะใช้แบบทดสอบแบบเลือกตอบ ซึ่งเป็นแบบทดสอบคู่ขนานกับแบบทดสอบก่อนเรียน ทั้งนี้ในการประเมินผลหลังเรียนขึ้นอยู่กับเนื้อหาและวิธีการใช้แบบทดสอบซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบต่างๆได้

บุญเกื้อ ควรหาเวช (2543) ได้อธิบายความหมายและองค์ประกอบของ “โมดูล” ไว้ดังนี้

บทเรียนโมดูลหรือหน่วยการเรียนรู้ คือ เป็นกลุ่มประสบการณ์ที่จัดขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนได้มีโอกาสแสดงพฤติกรรมตามที่ระบุไว้ในจุดมุ่งหมายโมดูล อาจอยู่ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น สไลด์ ภาพ การทดลอง หนังสือหรือเอกสาร ซึ่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของแต่ละสาขาวิชา

บทเรียนโมดูล เป็นสื่อการเรียนชนิดหนึ่งที่มุ่งพัฒนาให้ผู้เรียน ได้เกิดความรู้ตามความต้องการ โดยที่บทเรียนนั้น จะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์เอาไว้แน่นอน มีกิจกรรมต่าง ๆ ให้ผู้เรียนเลือกตามความถนัดและความสามารถของแต่ละคน มีการประเมินผลก่อนและหลังเรียน มีการทดสอบย่อยในทุก ๆ หน่วยของโมดูล และการเรียนซ่อมเสริมด้วยกระบวนการเรียนการสอน จะเน้นที่ตัวผู้เรียนเป็นสำคัญมากกว่าผู้สอน

คุณสมบัติที่สำคัญของบทเรียนโมดูล

1). โปรแกรมทั้งหมดถูกขยายเป็นส่วน ๆ เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อน และสามารถมองเห็นโครงสร้างทั้งหมด

- 2). ยึดตัวผู้เรียนเป็นศูนย์กลางในการจัดระบบการเรียนการสอน
- 3). มีจุดประสงค์ในการเรียนที่ชัดเจน
- 4). เน้นการเรียนด้วยตนเอง
- 5). ใช้วิธีการสอนแบบต่าง ๆ ไว้หลายอย่าง
- 6). เน้นการนำเอาวิธีการระบบ (System Approach) เข้ามาใช้ในการสร้าง

องค์ประกอบของบทเรียนโมดูล

- 1). หลักการและเหตุผล (Prospectus)
- 2). จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม (Behavioral Objectives)
- 3). การประเมินผลก่อนเรียน (Pre-Assessment)

4. กิจกรรมการเรียนรู้ (Enabling Activities)
5. การประเมินผลหลังเรียน (Post-Assessment)

แบบแผนของบทเรียนโมดูล

ชื่อเรื่อง (A Title Page)

ขั้นตอนของกระบวนการเรียน (The Body of the Description) มีลำดับขั้น ดังนี้

- 1). หลักการและเหตุผล
- 2). จุดประสงค์
- 3). ความรู้พื้นฐาน
- 4). การประเมินผลก่อนเรียน
- 5). กิจกรรมการเรียนรู้
- 6). การประเมินผลหลังเรียน
- 7). การเรียนซ่อมเสริม
- 8). ภาคผนวก (Appendix)

ขั้นตอนในการสร้างบทเรียนโมดูล

- 1). การวางแผน
- 2). การสร้าง
- 3). การทดสอบต้นแบบ
- 4). ประเมินผลบทเรียน

ประโยชน์ของบทเรียนโมดูล

- 1). เป็นบทเรียนสำเร็จรูป
- 2). เป็นกระบวนการเรียนการสอนที่มีระเบียบแบบแผนและรวมการสอนหลาย ๆ อย่างเอาไว้ด้วยกัน
- 3). ช่วยให้ผู้เรียนได้ทราบถึงความสามารถและความก้าวหน้าของตนทุกกระยะ
- 4). ช่วยลดภาระของครูในการสอนข้อเท็จจริงต่าง ๆ

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศและแนวคิดผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา 2) วิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี และ 3) พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ผู้วิจัยมีการดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศและแนวคิดทฤษฎีผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ความต้องการของหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรี

ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) กลุ่มประชากรประเภทข้อมูลที่เป็นเอกสาร

1.1) เอกสารทางวิชาการ ได้แก่ หนังสือ ตำรา วารสาร งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และบทความทางวิชาการ รายงานประจำปี ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรผู้ประกอบการของประเทศไทยและต่างประเทศ เอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ จากเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต ทั้งในและต่างประเทศ

2) กลุ่มประชากรประเภทบุคคล

2.1) นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากประเภทของมหาวิทยาลัย 5 กลุ่ม ได้แก่ มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ มหาวิทยาลัยและสถาบันในสังกัดของรัฐ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล และมหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 119 สถาบัน โดยเลือกจาก 4 ภาคของประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง/กรุงเทพ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

และในแต่ละมหาวิทยาลัย เลือกจาก 2 กลุ่มสาขาวิชา เพื่อเป็นตัวแทน คือ กลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์ และกลุ่มที่ไม่ใช่สาขาวิทยาศาสตร์

ตารางที่ 3.1 จำนวนมหาวิทยาลัยแบ่งตามประเภทและที่ตั้ง

| | ประเภทมหาวิทยาลัย | ภาคเหนือ | ภาคกลาง | ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | ภาคใต้ | ประชากร |
|---------|------------------------------------|-----------|-----------|-----------------------|-----------|------------|
| กลุ่ม 1 | มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ | 3 | 9 | 1 | 2 | 15 |
| กลุ่ม 2 | มหาวิทยาลัยและสถาบันในสังกัดของรัฐ | 2 | 7 | 4 | 2 | 15 |
| กลุ่ม 3 | มหาวิทยาลัยราชภัฏ | 8 | 15 | 12 | 5 | 40 |
| กลุ่ม 4 | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล | 1 | 6 | 1 | 1 | 9 |
| กลุ่ม 5 | มหาวิทยาลัยเอกชน | 4 | 29 | 4 | 3 | 40 |
| | รวม | 18 | 66 | 22 | 13 | 119 |

2.2) ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้แทนจากมหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท

2.3) ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้แทนของสถาบันอุดมศึกษา จากประเภทของมหาวิทยาลัย 5 กลุ่ม คือ มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ มหาวิทยาลัยและสถาบันในสังกัดของรัฐ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล และมหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 119 สถาบัน (ตารางที่ 3.1 ประชากรของประเภทของมหาวิทยาลัยทั้ง 5 กลุ่ม)

2.4) ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นจากหน่วยงานภาครัฐ และการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ

2.5) ผู้ประกอบการใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการผลิต ผู้ประกอบการด้านการค้า ผู้ประกอบการด้านบริการ

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1) เอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ หนังสือ ตำรา วารสาร งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และบทความทางวิชาการ รายงานประจำปี ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องกับ

1.1) มหาวิทยาลัยในประเทศที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปริญญาตรี ทั้งหมด จำนวน 8 แห่งและระดับปริญญาโท จำนวน 11 แห่ง ดังนี้

- มหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ ในระดับปริญญาตรี จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

- มหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปริญญาโทจำนวน 11 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และมหาวิทยาลัยนเรศวร

1.2) มหาวิทยาลัยในต่างประเทศ ที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง โดยเลือกจาก Top Best Business Schools 2017 ในสาขาที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) แต่ละทวีปในเอเชีย อเมริกา และยุโรป ได้แก่

- ในอเมริกา ได้แก่ แบบสัน คอลเลจ (Babson College) มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) และมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University)

- ในยุโรป ได้แก่ มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ (University of Cambridge: Judge) จากประเทศอังกฤษ สถาบัน ไอเอ็มดี (IMD: International Institute for Management Development) จากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สถาบันไออี บิสซิเนส สคูล (Istituto de Empresa) จากประเทศสเปน

- ในเอเชีย ได้แก่ มหาวิทยาลัย CEIBS (China Europe International Business School) จากประเทศจีน วิทยาลัยธุรกิจอินเดีย (Indian School of Business) จากประเทศอินเดีย วิทยาลัยธุรกิจ KUST (University of Science and Technology Clear Water; KUST Business School) จากประเทศจีน

1.3) หลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ จากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 2 แห่งได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน ประกอบด้วยหลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC) และหลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI)

2) นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตาตามประเภท มหาวิทยาลัยและเลือกมหาวิทยาลัยในแต่ละกลุ่มอย่างละ 1 แห่งใน 4 ภาคของประเทศไทย จำนวน

13 แห่ง และในแต่ละมหาวิทยาลัยเลือกจาก 2 กลุ่มสาขาวิชาเพื่อเป็นตัวแทน คือ กลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์ และกลุ่มที่ไม่ใช่สาขาวิทยาศาสตร์ โดยเลือกกลุ่มสาขาวิชาละ 15 คน มหาวิทยาลัยละ 30 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 390 คน

ตารางที่ 3.2 กลุ่มตัวอย่างของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

| | ประเภทมหาวิทยาลัย | จำนวนมหาวิทยาลัย ที่เลือก | นักศึกษา |
|------------|------------------------------------|---------------------------|------------|
| กลุ่มที่ 1 | มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ | 2 | 60 |
| กลุ่มที่ 2 | มหาวิทยาลัยและสถาบันในสังกัดของรัฐ | 2 | 60 |
| กลุ่มที่ 3 | มหาวิทยาลัยราชภัฏ | 4 | 120 |
| กลุ่มที่ 4 | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล | 1 | 30 |
| กลุ่มที่ 5 | มหาวิทยาลัยเอกชน | 4 | 120 |
| | รวม | 13 | 390 |

3) ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้แทนจากมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตร ผู้ประกอบการในประเทศทั้งระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาโท รวมทั้งสิ้น 17 แห่ง ดังนี้

-ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้แทนจากหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

-ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้แทนจากหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ จำนวน 9 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

4) ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยหรือตัวแทนเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยเลือกตามประเภทมหาวิทยาลัย ๓ ละ 3 แห่ง รวมทั้งสิ้น 15 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยพายัพ

ตารางที่ 3.3 กลุ่มตัวอย่างของผู้บริหารของมหาวิทยาลัย

| | ประเภทมหาวิทยาลัย | ผู้บริหารของมหาวิทยาลัย |
|------------|------------------------------------|-------------------------|
| กลุ่มที่ 1 | มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ | 3 |
| กลุ่มที่ 2 | มหาวิทยาลัยและสถาบันในสังกัดของรัฐ | 3 |
| กลุ่มที่ 3 | มหาวิทยาลัยราชภัฏ | 3 |
| กลุ่มที่ 4 | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล | 3 |
| กลุ่มที่ 5 | มหาวิทยาลัยเอกชน | 3 |
| | รวม | 15 |

5) ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน ซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ มีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรและการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ

6) ผู้ประกอบการใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการผลิต ผู้ประกอบการด้านการค้า ผู้ประกอบการด้านบริการ จำนวน 20 ท่าน คุณสมบัติและเกณฑ์ของผู้ประกอบการใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง

6.1) เป็นผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของธุรกิจของตนเองมีแนวคิดในการดำเนินธุรกิจแบบสมัยใหม่จาก 3 กลุ่มธุรกิจ

6.2) เป็นผู้ประกอบการใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง มีการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องไม่ต่ำกว่า 3 ปีขึ้นไป

6.3) คัดเลือกมาจาก 3 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการผลิต ผู้ประกอบการด้านการค้า ผู้ประกอบการด้านบริการ

7) นิสิตนักศึกษาใช้ในการทดลองหลักสูตร จำนวน 30-60 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาสาสมัคร (Volunteer sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการกลุ่มตัวอย่างที่สนใจที่จะทดลองเรียนออนไลน์หลักสูตรผู้ประกอบการเป็นเวลาประมาณ 1 เดือนซึ่งเป็นการเรียนโดยสมัครใจ ดังนั้นในเบื้องต้นจึงมีการกำหนดขนาดตัวอย่าง 30-60 คน แต่เนื่องจากอาจจะมีการถอนตัวระหว่างการวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องมีการรับสมัครผู้เรียนเกินกว่าจำนวนที่กำหนดไว้ รวมทั้งต้องตรวจเช็คจำนวนผู้เรียนอยู่เป็นระยะว่าเหลือจำนวนผู้เรียนเท่าใด และต้องประชาสัมพันธ์เชิญชวนผู้มาเรียนเพิ่มเติมในกรณีที่มีผู้เรียนเลิกเรียนกลางคัน เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมต่อไป

เกณฑ์คัดเข้า : นิสิตนักศึกษาชั้นปี 2 ขึ้นไปที่สนใจเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการ สามารถมีเวลาเรียนจนจบหลักสูตร

เกณฑ์คัดออก: เลิกเรียนกลางคัน ไม่ทำแบบทดสอบตามที่กำหนด เรียนไม่ครบ 5 รายวิชา

ในกรณีที่มีนิสิตนักศึกษาสนใจที่จะเข้าร่วมเกินกว่า 30/60 คน ผู้วิจัยจะพิจารณาว่าสามารถทำแบบทดสอบตามที่กำหนดและเรียนครบ 5 รายวิชาหรือไม่ก็จะพิจารณาให้เรียนได้เพราะเป็นหลักสูตรผู้ประกอบการออนไลน์และเรียนโดยสมัครใจ

การเข้าถึงตัวอย่าง:

- 1) เลือกจากมหาวิทยาลัยที่ผู้วิจัยเคยไปสำรวจความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการ
- 2) เลือกจากนิสิตนักศึกษาชั้นปี 2 ขึ้นไปที่สนใจเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการ
- 3) เลือกจากนิสิตนักศึกษาจาก 2 กลุ่มสาขาวิชา ได้แก่ นิสิตนักศึกษาวิทยาศาสตร์ ได้แก่ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์สุขภาพ และกลุ่มนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ คือนิสิตนักศึกษากลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ สรุปลึมนิสิตนักศึกษาที่สมัครใจในการทดลองใช้หลักสูตรผู้ประกอบการฯ จำนวน 70 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย

- 1) แบบวิเคราะห์สาระ เกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 2) แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย

2.1) แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาโท รวมถึงแนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาในปัจจุบัน จำนวน 17 แห่ง

-มหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศในระดับปริญญาตรี จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และมหาวิทยาลัยราชภัฏสมเด็จพระยา

-มหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศในระดับปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

2.2) แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้น แนวคิดและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ จากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน

2.3) แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ได้แก่ รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการหรือตัวแทน จำนวน 15 แห่ง โดยเลือกตามประเภทมหาวิทยาลัย ๆ ละ 3 แห่ง รวมทั้งสิ้น 15 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยพายัพ

2.4) แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการผลิต ผู้ประกอบการด้านการค้า ผู้ประกอบการด้านบริการ จำนวน 20 ท่าน

3) แบบสอบถาม

3.1) แบบสอบถามความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 390 คน โดยผู้วิจัยแบ่งเป็นการจัดเก็บข้อมูลด้วยตนเองจำนวน 195 คนและออนไลน์จำนวน 195 คน และเป็นสัดส่วน 50:50

3.2) แบบสอบถามความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์ จำนวน 30-60 คนที่เป็นกลุ่มทดลอง

4) แบบประเมินรายวิชาและหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

4.1) แบบประเมินรายวิชาหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

4.2) แบบประเมินหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดำเนินการดังนี้

1) แบบวิเคราะห์สาระที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความชัดเจนของการใช้ภาษา เพื่อให้เครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2) แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการ รวมถึงแนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการนักศึกษา

นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความชัดเจนของการใช้ภาษา เพื่อให้เครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

3) แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน เพื่อทราบถึงแนวคิดและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความชัดเจน

ของการใช้ภาษา เพื่อให้เครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

4) **แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี** รวมถึงแนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการนักศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยมุ่งหวัง นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความชัดเจนของการใช้ภาษา เพื่อให้เครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

5) **แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง** นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความชัดเจนของการใช้ภาษา เพื่อให้เครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

6) **แบบสอบถามความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี** การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบ ปรับปรุง แก้ไข ในด้านความถูกต้องของเนื้อหา การใช้ภาษา หลังจากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความตรงเชิงโครงสร้าง ความถูกต้องด้านภาษา นำผลจากการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิมาคำนวณหาค่าดัชนี IOC (Index of Consistency) โดยแต่ละข้อมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป นำข้อเสนอแนะมาแก้ไขปรับปรุงและผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มนักศึกษา 30 คน โดยการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามนี้ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.970 ก่อนที่จะนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 390 คนต่อไป

7) **แบบประเมินรายวิชาของ (ร่าง) หลักสูตรผู้ประกอบการฯ**

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยนำ (ร่าง) รายวิชาทั้ง 5 รายวิชาให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 15 คน (ซึ่ง 1 รายวิชาต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน) ประเมินในแบบประเมินคุณภาพซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของ Likert ในด้านเนื้อหาจะประเมินเกี่ยวกับเนื้อหาวิชา การดำเนินเรื่อง การใช้ภาษา ความถูกต้อง ชัดเจน ของแบบทดสอบของแต่ละบทเรียน ฯลฯ เป็นต้น จากนั้นนำผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญแต่ละรายวิชาทั้ง 5 และหลักสูตรผู้ประกอบการมาหาค่าเฉลี่ยและเปรียบเทียบกับเกณฑ์คุณภาพ จะทำให้ทราบว่าบทเรียนของรายวิชา

ทั้ง 5 ที่พัฒนาขึ้น มีคุณภาพอยู่ในระดับใด ซึ่งต้องมีคุณภาพในแต่ละด้านอยู่ในระดับมากขึ้นไปจึงจะผ่านไปสู่ขั้นตอนการนำไปใช้ได้

8) แบบประเมิน (ร่าง) หลักสูตรผู้ประกอบการ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยนำ (ร่าง) หลักสูตรผู้ประกอบการฯ ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ประเมินในแบบประเมินคุณภาพซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของ Likert จากนั้นนำผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญต่อหลักสูตรผู้ประกอบการมาหาค่าเฉลี่ยและเปรียบเทียบกับเกณฑ์คุณภาพ จะทำให้ทราบหลักสูตรผู้ประกอบการที่พัฒนาขึ้น มีคุณภาพอยู่ในระดับใด ซึ่งต้องมีคุณภาพในแต่ละด้านอยู่ในระดับมากขึ้นไปจึงจะผ่านไปสู่ขั้นตอนการนำไปใช้ได้

9) แบบสอบถามความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผลการประเมินค่า IOC จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความตรงเชิงโครงสร้าง ความถูกต้องด้านภาษา นำผลจากการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิมาคำนวณหาค่าดัชนี IOC (Index of item-objective congruence) โดยแต่ละข้อมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป นำข้อเสนอแนะมาแก้ไขปรับปรุงและผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Try out) กับกลุ่มนิสิตนักศึกษา 30 คน โดยการทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามนี้ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.96 ถือว่าสามารถนำไปใช้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลในการวิจัย โดยจำแนกออกเป็น 9 ลักษณะดังนี้

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ได้แก่ หนังสือ ตำรา วารสาร งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และบทความทางวิชาการ รายงานประจำปี ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรผู้ประกอบการของประเทศไทยและต่างประเทศ รวมถึงข้อมูลที่สืบค้นจากฐานข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ต

ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้วยการวิเคราะห์สาระสำคัญเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงแนวคิดและการดำเนินงานในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรี จำนวน 8 แห่งและระดับปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง โดยขอหนังสือจากคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อทำหนังสือถึงผู้บริหารของมหาวิทยาลัย ขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ ติดต่อประสานงาน ขอนัดเวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์ พร้อมส่งประเด็นการสัมภาษณ์ล่วงหน้า โดยเดินทางไปสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

3) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้น จากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และหน่วยปมเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน

โดยผู้วิจัยติดต่อผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ เป็นการส่วนตัว เพื่อขอความร่วมมือในการสัมภาษณ์ อธิบายวัตถุประสงค์การวิจัย ขั้นตอนการเก็บข้อมูล เวลาที่ใช้โดยประมาณ ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยพร้อมทั้งนัดวันเวลาเพื่อสัมภาษณ์ โดยเดินทางไปสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

4) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวกับความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี รวมถึงแนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการนักศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยมุ่งหวัง โดยสัมภาษณ์ผู้บริหารของมหาวิทยาลัย คือ รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ หรือ ตัวแทนของมหาวิทยาลัย จำนวน 15 แห่ง

โดยขอหนังสือจากคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อทำหนังสือถึงผู้บริหารของมหาวิทยาลัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ ติดต่อประสานงาน ขอนัดเวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์ พร้อมส่งประเด็นการสัมภาษณ์ล่วงหน้า โดยเดินทางไปสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

5) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง ซึ่งเกี่ยวกับมุมมองของผู้ประกอบการที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ฯ สอดคล้องกับการเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ รวมถึงคุณลักษณะผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยติดต่อผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ จำนวน 20 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการผลิต ผู้ประกอบการด้านการค้า ผู้ประกอบการด้านบริการ

เพื่อขอความร่วมมือในการสัมภาษณ์ อธิบายวัตถุประสงค์การวิจัย ขั้นตอนการเก็บข้อมูล เวลาที่ใช้โดยประมาณ ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยพร้อมทั้งนัดวันเวลาเพื่อสัมภาษณ์ โดยเดินทางไปสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

6) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 390 คน

- ทางผู้วิจัยจะขอหนังสือจากคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อทำหนังสือถึงผู้บริหารของมหาวิทยาลัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

- ผู้วิจัยเตรียมการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองและแบบออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยแบ่งเป็นการจัดเก็บข้อมูลด้วยตนเองจำนวน 195 คนและออนไลน์จำนวน 195 คน และเป็นสัดส่วน 50:50

6.1) การจัดเก็บข้อมูลแบบสอบถามด้วยตนเอง

- ผู้วิจัยจะเดินทางเข้าไปเก็บข้อมูลด้วยตนเองกับกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษา เมื่อเจอกลุ่มตัวอย่าง/ผู้มีส่วนร่วมแล้ว ผู้วิจัยจะเดินเข้าไปสอบถามเลยว่าสะดวกตอบแบบสอบถามหรือไม่

- ผู้วิจัยจะมีการบอกถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและแบบสอบถามที่ได้จะนำไปใช้ประโยชน์ในการวิจัยในการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

- หลังจากนั้น ผู้วิจัยจะขอให้ทางกลุ่มตัวอย่าง/ผู้มีส่วนร่วมช่วยทำแบบสอบถามและรอรับกลับ

6.2) การจัดเก็บข้อมูลแบบสอบถามแบบออนไลน์

- ผู้วิจัยจะเดินทางเข้าไปเก็บข้อมูลด้วยตนเองกับกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษา/ผู้มีส่วนร่วม กล่าวคือ เมื่อแจกกลุ่มตัวอย่าง/ผู้มีส่วนร่วมแล้ว ผู้วิจัยจะเดินเข้าไปสอบถามเลยว่าสะดวกตอบแบบสอบถามหรือไม่
- ผู้วิจัยจะมีการบอกถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและแบบสอบถามที่ได้จะนำไปใช้ประโยชน์ในการวิจัยในการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี
- ทางผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้ผู้มีส่วนร่วมทางอีเมล/ไลน์/คิวอาร์โค้ด และรอตอบกลับในภายหลัง

7) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินรายวิชาของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ

แบบประเมินรายวิชาของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ โดยการใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ที่ผ่านการเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม และส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของการใช้ภาษา ความครอบคลุมของข้อมูลและนำไปแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

8) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมิน(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ

แบบประเมิน(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ โดยการใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ที่ผ่านการเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม และส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของการใช้ภาษา ความครอบคลุมของข้อมูลและนำไปแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

9) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

หลังจากที่ทดลองใช้หลักสูตรผู้ประกอบการฯ โดยการใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 30-60 คน ผู้วิจัยได้ให้นิสิตนักศึกษาประเมินความพึงพอใจโดยเก็บรวบรวมข้อมูลหลังจากเรียนครบทั้ง 5 รายวิชา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

- 1) **แบบวิเคราะห์สาระ** เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสาระของแนวคิดและหลักสูตรผู้ประกอบการ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
- 2) **แบบสัมภาษณ์** ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
- 3) **แบบสอบถาม**
ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (Statistical Package for Social Science: SPSS)
- 4) **แบบประเมิน** ประกอบด้วย
 - 4.1) **แบบประเมินรายวิชาของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ** ตรวจสอบความเหมาะสมของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ โดยการใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ

ของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ยและร้อยละ

4.2) **แบบประเมิน(ร่าง) หลักสูตรผู้ประกอบการฯ** ตรวจสอบความเหมาะสมของหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ยและร้อยละ

ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา จำแนกขั้นตอนดำเนินการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ และการพัฒนาผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษา

1) รวบรวมเอกสารทางวิชาการ ได้แก่ หนังสือ ตำรา วารสาร งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และบทความทางวิชาการ รายงานประจำปี ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรผู้ประกอบการของประเทศไทย และต่างประเทศ เอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ จากเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต ทั้งในและต่างประเทศ

2) สร้างแบบวิเคราะห์สาระ รวบรวมและศึกษาวิเคราะห์หลักการหลักสูตรผู้ประกอบการ และข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือผู้วิจัยนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณา ตรวจสอบ ปรับปรุง แก้ไข ในด้านความถูกต้องของโครงสร้างและรูปแบบในการบันทึกสรุปลงสาระสำคัญ

3) ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์เนื้อหาสาระสำคัญของแนวคิดการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาทั้งในและต่างประเทศ

3.1) หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ จาก 8 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

3.2) หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศจาก 11 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และมหาวิทยาลัยนเรศวร

3.3) หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำนวน 9 แห่ง โดยเลือกจาก Top Best Business Schools 2017 ของสาขาที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ในทวีปเอเชีย อเมริกา และยุโรป ดังนี้

- ในอเมริกา ได้แก่ แบบสัน คอลเลจ (Babson College) มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) และมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University)

- ในยุโรป ได้แก่ มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ (University of Cambridge: Judge) จากประเทศอังกฤษ สถาบัน IMD (IMD: International Institute for Management Development) จากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สถาบันไออี บิสซิเนสสคูล (Instituto de Empresa) จากประเทศสเปน

- ในเอเชีย ได้แก่ มหาวิทยาลัย CEIBS (China Europe International Business School) จากประเทศจีน วิทยาลัยธุรกิจอินเดีย (Indian School of Business) จากประเทศอินเดีย วิทยาลัยธุรกิจ KUST (University of Science and Technology Clear Water; KUST Business School) จากประเทศจีน

3.4) หลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ จำนวน 2 แห่ง 3 หลักสูตร ได้แก่

-หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม ได้แก่ โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) และโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) เรียนผ่านออนไลน์

-หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา (University Business Incubator/UBI) ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

4) สร้างแบบสัมภาษณ์ ได้แก่

4.1) แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีและปริญญาโท

4.2) แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการ ระยะสั้น แนวคิดและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการจากหน่วยงานของรัฐ ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบ ปรับปรุง แก้ไข ในด้านความถูกต้องของเนื้อหา การใช้ภาษา

5) นำแบบสัมภาษณ์ไปใช้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ 1) ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรี จำนวน 8 แห่งและปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง และ 2) ผู้บริหารเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นจากหน่วยงานของรัฐ จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา

6) วิเคราะห์เนื้อหาสาระที่ได้จากการศึกษาเอกสารสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยและต่างประเทศ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโท และหลักสูตรระยะสั้น มาสรุปเป็นแนวคิดศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ และการพัฒนาผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษา เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา

1). สร้างแบบสอบถามความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา และนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาจำนวน 390 คน โดยเก็บรวบรวมด้วยตนเองและแบบออนไลน์

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบ ปรับปรุง แก้ไข ในด้านความถูกต้องของเนื้อหา การใช้ภาษา หลังจากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความตรงเชิงโครงสร้าง ความถูกต้องด้านภาษา นำผลจากการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิมาคำนวณหาค่าดัชนี IOC (Index of Consistency) โดยแต่ละข้อจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.05 ขึ้นไป แล้วนำมาแก้ไขปรับปรุงเพื่อที่จะนำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มนิสิตนักศึกษา 30 คน ก่อนที่จะนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 390 คนต่อไป และเมื่อเก็บข้อมูลแล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย จำนวน ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (Statistical Package for Social Science: SPSS)

2).สร้างแบบสัมภาษณ์ ได้แก่

2.1) แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

2.2) แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาตรวจสอบ ปรับปรุง แก้ไข ในด้านความถูกต้องของเนื้อหา การใช้ภาษา

3). นำแบบสัมภาษณ์ ไปใช้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ในการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา เป็นการเลือกสื่อการสอนและพัฒนาเครื่องมือที่จะใช้ในการประเมินผล ได้แก่

3.1) การพัฒนาเนื้อหา (Content Development) การเขียนหรือรวบรวมความรู้และข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดสำหรับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์

3.2) การพัฒนาบทดำเนินเรื่อง (Storyboard Development) การเขียนภาพนิ่งและข้อความ เพื่อ กำหนดแนวทางในการถ่ายทำหรือผลิตภาพเคลื่อนไหว เช่น คลิปวิดีโอช่วยสอนที่ใช้ประกอบการเรียนการสอนแต่ละรายวิชา ต้องมีวางโครงเรื่องหลัก แนวเรื่อง ธีม เนื้อเรื่องย่อ ตัวอย่างหรือสถานที่ ลำดับเหตุการณ์คร่าวๆ เหตุการณ์แต่ละเหตุการณ์เป็นเหตุผลซึ่งกันและกัน ช่วยให้เรื่องราวลื่นไหล ช่วยให้เรื่องราวอยู่ในขอบเขต ไม่นอกเรื่อง ทำให้ปริมาณของบทสนทนาให้พอดีกับเฟรมนั้นๆ ของรายวิชา

3.3) การพัฒนาบทเรียนหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Courseware Development) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์ โดยผู้วิจัย ยกตัวอย่าง วิชาผู้ประกอบการ 5.0 ประกอบการอธิบายดังนี้

3.3.1) แนวคิดและหลักการของวิชาการเป็นผู้ประกอบการ

การเตรียมความพร้อมให้นิสิตนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการโดยผ่านชุดการสอนการเป็นผู้ประกอบการที่จัดทำเป็นโมดูล ประกอบด้วย แนวคิดและหลักการ วัตถุประสงค์ เนื้อหา หลักสูตรความรู้พื้นฐาน การวัดและประเมินผลหลังเรียนจบแต่ละบท เพื่อให้ผู้เรียนเปลี่ยนแปลงความรู้อัตนคติ ทักษะตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองตามสภาพความพร้อมหรืออัตราการเรียนรู้ของแต่ละคน (Self-Paced Learning)

3.3.2) วัตถุประสงค์ของวิชาผู้ประกอบการ 5.0 เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ความเข้าใจในทักษะการเป็นผู้ประกอบการ มีเจตคติและมีคุณธรรมและจรรยาบรรณในงานอาชีพการเป็นผู้ประกอบการ

3.3.3) กิจกรรมการเรียนรู้ ประกอบด้วย ภาคทฤษฎี และกรณีศึกษา

- ด้านภาคทฤษฎี ประกอบด้วย การกำหนดหัวข้อ เนื้อหารายวิชา กลยุทธ์การสอนวิธีการสอน การประเมินผลการเรียนการสอน มาตรฐานผลการเรียนรู้

- ด้านกรณีศึกษา ประกอบด้วย การเรียนการสอนแบบแก้ปัญหา

3.3.4) วิชาผู้ประกอบการ 5.0 ที่มีการแบ่งเนื้อหาย่อย ดังนี้

บทที่ 1 เรียนรู้สู่การเป็นผู้ประกอบการ 5.0

1.1 ความหมายของผู้ประกอบการ 5.0

1.2 ประเภทของผู้ประกอบการ ยุค 5.0

1.3 คุณลักษณะ ทักษะและจรรยาบรรณของการเป็นผู้ประกอบการ

1.4 การประเมินศักยภาพตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ

บทที่ 2 จุดประกาย “การคิดแบบเจ้าของกิจการ” ในการเริ่มต้นธุรกิจ

2.1 การพัฒนาธุรกิจใหม่ (NBV :New Business Venture)

2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD :New Product Development)

2.3 การพัฒนาบริการใหม่ (NSD :New Service Development)

บทที่ 3 เครื่องมือที่ช่วยออกแบบโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

3.1 ความหมายของโมเดลธุรกิจ

3.2 องค์ประกอบของโมเดลธุรกิจ

3.3 ประโยชน์ของโมเดลธุรกิจ

3.4 การฝึกปฏิบัติโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

3.3.5) ระยะเวลาที่ใช้ในการเรียนชุดวิชาการเป็นผู้ประกอบการจำนวน 1 วิชา ซึ่งใช้เวลาเรียนทั้งหมดภายใน 6 ชั่วโมง

3.3.6) การวัดและประเมินผลเมื่อจบแต่ละรายวิชาจะมีแบบฝึกหัด 10 ข้อให้ทำเพื่อวัดความรู้ และมีเกณฑ์ผ่านคือ 60% ซึ่งมาจากเกณฑ์ผ่านของหลักสูตร CHULA MOOC ที่เปิดสอนในปี พ.ศ.2562-2563

3.4) การตรวจสอบรายวิชาทั้ง 5 รายวิชาและหลักสูตรผู้ประกอบการให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 15 คน ประเมินในแบบประเมินคุณภาพซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของ Likert ในด้านเนื้อหาจะประเมินเกี่ยวกับเนื้อหาวิชา การดำเนินเรื่อง การใช้ภาษา ความถูกต้อง

ชัดเจน ของแบบทดสอบของแต่ละบทเรียน ฯลฯ เป็นต้น จากนั้นนำผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ แต่ละรายวิชาทั้ง 5 และหลักสูตรผู้ประกอบการมาหาค่าเฉลี่ยและเปรียบเทียบกับเกณฑ์คุณภาพ จะทำให้ทราบว่าบทเรียนของรายวิชาทั้ง 5 และหลักสูตรผู้ประกอบการที่พัฒนาขึ้น มีคุณภาพอยู่ในระดับใด ซึ่งต้องมีคุณภาพในแต่ละด้านอยู่ในระดับมากขึ้นไปจึงจะผ่านไปสู่ขั้นตอนการนำไปใช้ได้

3.5) ผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3

3.6) รับสมัครนิสิตนักศึกษาที่สนใจทดลองใช้หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 30-60 คนจาก 2 กลุ่มสาขาวิชา คือ กลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์ และกลุ่มที่ไม่ใช่สาขาวิทยาศาสตร์ โดยนิสิตนักศึกษาที่สนใจและต้องทำแบบประเมินความพร้อมของนิสิตนักศึกษาด้วยแบบทดสอบ 2 ชุด ซึ่งประกอบด้วย แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจและแบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ

3.7) ทดลองใช้หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา กับนิสิตนักศึกษา จำนวน 30-60 คนจาก 2 กลุ่มสาขาวิชา คือ กลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์ และกลุ่มที่ไม่ใช่สาขาวิทยาศาสตร์

3.8) ผู้วิจัยนำข้อมูลผลจากการทดลองหลักสูตรผู้ประกอบการฯ ดำเนินการเปรียบเทียบ ก่อนเรียนและหลังเรียนของกลุ่มตัวอย่าง และหาความพึงพอใจของหลักสูตรผู้ประกอบการ ได้แก่ 1) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นการเป็นผู้ประกอบการ 2) แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ 3) ผลการทดสอบหลังเรียน 5 วิชา และ 4) ผลความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ นำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศและแนวคิดผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา 2) วิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี และ 3) พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งจำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศและแนวคิดการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษา ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความต้องการของหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรี และตอนที่ 3 พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศและแนวคิดการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษา

1.1 ผลการวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศ

ผลจากการวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศ จากเอกสารและการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศในระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโท และหลักสูตรอบรมระยะสั้น จำแนกได้เป็น

1.1.1 ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ

1) ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศจากการวิเคราะห์เอกสาร

ผลการวิเคราะห์เอกสารและการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ จาก 8 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศไทย

| ประเด็น | ชื่อหลักสูตร (ภาษาไทย) | ชื่อหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ) | ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาไทย) | ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาอังกฤษ) | คณะ/หน่วยงานที่รับผิดชอบ | จำนวนหน่วยกิต | รูปแบบของหลักสูตร | ภาษาที่ใช้ | ปีที่เปิดสอน | จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------|-------------------|------------|-----------------------------|--------------------------|
| มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย | หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการสำหรับผู้ประกอบการ) | Bachelor of Business Administration (Entrepreneurial Management) | บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสำหรับผู้ประกอบการ | Bachelor of Business Administration (Entrepreneurial Management) | คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี | 138 หน่วยกิต | หลักสูตร 4 ปี | ภาษาไทย | มากกว่า 10 ปี | 5 คน |
| มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย | หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (การประกอบการ) | Bachelor of Business Administration Program in Entrepreneurship | บริหารธุรกิจบัณฑิต (การประกอบการ) | Bachelor of Business Administration (Entrepreneurship) | วิทยาลัยผู้ประกอบการ | 131 หน่วยกิต | หลักสูตร 4 ปี | ภาษาไทย | 13 ปี (พ.ศ.2549 - ปัจจุบัน) | 100 คน |
| มหาวิทยาลัยกรุงเทพ | หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (การเป็นเจ้าของธุรกิจ) | Bachelor of Business Administration (Entrepreneurship) | บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเป็นเจ้าของธุรกิจ) | Bachelor of Business Administration (Entrepreneurship) | คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจ และการบริหารกิจการ | 132 หน่วยกิต | หลักสูตร 4 ปี | ภาษาไทย | 8 ปี (พ.ศ.2555 - ปัจจุบัน) | 125 คน |
| มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต | หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต | Bachelor of Business Administration | บริหารธุรกิจบัณฑิต | Bachelor of Business Administration | คณะวิทยาการจัดการ | 129 หน่วยกิต | หลักสูตร 4 ปี | ภาษาไทย | 3 ปี (พ.ศ.2560 - ปัจจุบัน) | 150 คน |
| มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ | หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ | Bachelor of Business Administration in Entrepreneurship | บริหารธุรกิจบัณฑิต | Bachelor of Business Administration in Entrepreneurship | คณะวิทยาการจัดการ | 139 หน่วยกิต | หลักสูตร 4 ปี | ภาษาไทย | 9 ปี (พ.ศ.2555 - ปัจจุบัน) | 40 คน |

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

| ประเด็น | ชื่อหลักสูตร (ภาษาไทย) | ชื่อหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ) | ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาไทย) | ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาอังกฤษ) | คณะ/หน่วยงานที่รับผิดชอบ | จำนวนหน่วยกิต | รูปแบบของหลักสูตร | ภาษาที่ใช้ | ปีที่เปิดสอน | จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|---------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ | หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต | Bachelor of Business Administration | บริหารธุรกิจบัณฑิต | Bachelor of Business Administration | คณะวิทยาการจัดการ | 133 หน่วยกิต | หลักสูตร 4 ปี | ภาษาไทย | 8 ปี (พ.ศ.2555 - ปัจจุบัน) | 100 คน |
| มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา | หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ | Bachelor of Business Administration Program in Entrepreneurship | บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเป็นผู้ประกอบการ) | Bachelor of Business Administration (Entrepreneurship) | คณะวิทยาการจัดการ | 131 หน่วยกิต | หลักสูตร 4 ปี | ภาษาไทย | 11 ปี (พ.ศ.2552 - ปัจจุบัน) | 60 คน |
| มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย | หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการเป็นผู้ประกอบการ | Bachelor of Business Administration | บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการการเป็นผู้ประกอบการ) | Bachelor of Business Administration (Entrepreneurship Management) | คณะเทคโนโลยีการจัดการ | 128 หน่วยกิต | หลักสูตร 4 ปี | ภาษาไทย | 3 ปี (พ.ศ.2560 - ปัจจุบัน) | 30 คน |
| สรุป | ทุกแห่งใช้ชื่อเป็นหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต | ทุกแห่งใช้ชื่อเป็น Bachelor of Business Administration | ทุกแห่งใช้ชื่อภาษาไทยเป็น บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ/การเป็นผู้ประกอบการ/การเป็นผู้ประกอบการ | ทุกแห่งใช้ชื่อภาษาอังกฤษเป็น Bachelor of Business Administration | ส่วนใหญ่ภายใต้ คณะวิทยาการจัดการ/วิทยาลัยผู้ประกอบการ/คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจ/คณะพาณิชย์และการบัญชี | 128- 133 หน่วยกิต แห่ง และ 134- 139 หน่วยกิต แห่ง จำนวน 2 แห่ง | ทั้งหมด เป็นหลักสูตร 4 ปี | ทั้งหมด ใช้ภาษาไทยในการเรียนการสอน | เปิดสอนมากกว่า 5 ปี ขึ้นไป จำนวน 6 แห่ง และ เปิดสอนน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 2 แห่ง | รับนักศึกษาต่อปี จำนวน 100 คน/มากกว่าจำนวน 4 แห่ง และ รับนักศึกษาต่อปี จำนวน น้อยกว่า 80 คนจำนวน 4 แห่ง |

จากตารางที่ 4.1 สรุปผลการวิเคราะห์จาก เอกสาร และการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวกับ หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศที่เปิดสอนทั้งหมด 8 แห่ง พบว่า

ชื่อหลักสูตร (ภาษาไทย) : ทุกแห่งใช้ชื่อเป็นหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

ชื่อหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ) : ทุกแห่งใช้ชื่อเป็น Bachelor of Business Administration

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาไทย): ทุกแห่งใช้ชื่อภาษาไทยเป็น บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการประกอบการ/การเป็นเจ้าของธุรกิจ/การเป็นผู้ประกอบการ

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาอังกฤษ): ทุกแห่งใช้ชื่อภาษาอังกฤษ เป็น Bachelor of Business Administration

คณะ/หน่วยงานที่รับผิดชอบ :

หลักสูตรอยู่ภายใต้คณะวิทยาการจัดการ/ วิทยาลัยผู้ประกอบการ/คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจ/คณะพาณิชย์และการบัญชี จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และอยู่ภายใต้คณะเทคโนโลยีการจัดการ จำนวน 1 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร

จำนวนหน่วยกิตระหว่าง 128- 133 หน่วยกิต จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และจำนวนหน่วยกิตระหว่าง 134- 139 หน่วยกิต จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

รูปแบบของหลักสูตร : ทุกแห่งเป็นหลักสูตร 4 ปี

ภาษาที่ใช้: ทุกแห่งใช้ภาษาไทยในการเรียนการสอน

ปีที่เปิดสอน:

เปิดสอนมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และเปิดสอนน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี:

รับนักศึกษาต่อปี จำนวน 100 คนหรือมากกว่า จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตและ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และรับนักศึกษาต่อปี จำนวนน้อยกว่า 80 คนจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

สรุปผล จากการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศจาก 8 มหาวิทยาลัย พบว่า ทุกแห่งใช้ชื่อและปริญญาเป็น หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (Bachelor of Business Administration) ส่วนใหญ่อยู่ภายใต้คณะวิทยาการจัดการ/ วิทยาลัยผู้ประกอบการ/คณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจฯ/คณะพาณิชย์และการบัญชี ส่วนใหญ่จำนวนหน่วยกิตระหว่าง 128- 133 หน่วยกิตและทุกแห่งเป็นหลักสูตร 4 ปีและใช้ภาษาไทยในการเรียนการสอน และส่วนใหญ่เปิดสอนมากกว่า 5 ปีขึ้นไป

2) ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศจากการสัมภาษณ์

ผลการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศจำนวน 8 คน จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ดังแสดงในตารางที่ 4.2



ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศไทย

| ประเด็น | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพ | มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย | สรุป |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|------|
| ปรัชญาของหลักสูตร | เน้นการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงในการดำเนินธุรกิจ สอดแทรกคุณธรรมจริยธรรม เพื่อสร้างผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม | ผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถด้วยระบบการเรียนการสอนเชิงบูรณาการที่มุ่งเน้นการสร้างองค์ความรู้ทักษะและประสบการณ์การเป็นเจ้าของความ เป็นเจ้าของธุรกิจ มุ่งเน้นความเป็นสากล ความมีคุณธรรมและจริยธรรมทางธุรกิจให้นักศึกษารูจักใช้โอกาสด้านธุรกิจโดยเรียนรู้จาก การปฏิบัติงานจริง อีกทั้งยังสามารถนำศาสตร์การจัดการควบคู่ไปกับศาสตร์การบริหารธุรกิจ | ผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถด้านการบริหารจัดการและ การเป็นผู้ประกอบการ ภายใต้บริบทของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง มีคุณธรรม สำนึกจิตอาสาและความรับผิดชอบต่อสังคม | ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ด้านการเป็น ผู้ประกอบการ ให้คิดเป็น แก้ปัญหา เป็น พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอย่าง มีคุณ ธรรมและ จริยธรรม | มุ่งพัฒนาบุคคลที่มีความรู้ คุณธรรม จิตใจที่ดี ทักษะ/เจตคติที่ดี การบริหารธุรกิจ มีจรรยาบรรณในวิชาชีพทำงาน อย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ สามารถประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจ | ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความเข้าใจ และเรียนรู้จาก การปฏิบัติงานจริง ของการเป็นผู้ประกอบการด้วย ระบบการเรียน การสอนเชิงบูรณาการ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอย่าง มีความรับผิดชอบ มีความรับผิดชอบ ต่อสังคม มีคุณธรรมและ จริยธรรม | | |

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุดรดิตถ์ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏบ้าน สมเด็จ เจ้าพระยา | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราชมงคล ศรีวิชัย | สรุป |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ที่มา เหตุผล และความสำคัญ | มุ่งเน้นให้มีความรู้ ความ สามารถ ทางด้านบริหาร ธุรกิจไปพร้อมกับ ความพัฒนาระบบ ประเทศไทยอย่างยั่งยืน และสามารถ เชื่อมโยงศาสตร์ ต่างๆ เข้ากับการ วางแผน การ วิเคราะห์ การ ตัดสินใจ และเครื่องมือ ปฏิบัติงานได้อย่าง เต็มประสิทธิภาพใน สภาพแวดล้อมทาง ธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง ไป | การบ่มเพาะเป็นผู้ประ กอบการรุ่นใหม่ที่มีคุณ ภาพให้มีความรู้พัฒนา ทักษะความสามารถ เพื่อการประกอบกิจ การต่างๆ พร้อมทั้ง ปลูกฝังความรับผิดชอบ ต่อสังคมยุคThailand 4.0 | ผู้ประกอบการเป็น หนึ่งในปัจจัยที่ สำคัญของปัจจัย ทางด้านเศรษฐกิจ ศาสตร์ในการ ขับเคลื่อน เศรษฐกิจไทยให้ พร้อมเข้าสู่ยุค พร้อมเศรษฐกิจสร้าง สรรค์ ศาสตร์ วิชาการเป็น เจ้าของธุรกิจที่ มุ่งเน้นการเรียนรู้ การสอนที่เป็น ระบบและเชิง บูรณาการที่เน้น การลงมือปฏิบัติ จริงจะช่วยพัฒนา องค์ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ ธุรกิจจริงให้ บัณฑิตปริญญาชน ไทยสามารถเป็น นายจ้างตนเอง | เป็นหลักสูตรที่ตอบ สนองต่อนโยบาย ของประเทศไทยในการ ส่งเสริมการเป็น ผู้ประกอบการ รองรับการขยายตัว ของธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อม ทั้งยังเป็นหลักสูตรที่ สร้างความพร้อมให้ กับทรัพยากรบุคคล ในการสร้าง ความสำเร็จ ความสามารถในการ แข่งขันในตลาด สากล โดยเฉพาะ อย่างยิ่งในฐานะ สมาชิกประชาคม อาเซียน ปี พ.ศ. 2558 | เพื่อเป็นแหล่ง อำนวยความสะดวกที่ เพิ่มขึ้นในด้านการ บริหารจัดการ ธุรกิจ การจัดการ การเป็นผู้ประกอบการ การ โดยเฉพาะ ทฤษฎีความรู้ที่จำเป็น ในการบริหาร ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ให้แก่ผู้จบ การศึกษาในระดับ ปริญญาตรี และ ผู้บริหารที่ทำงานที่ ภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้นักศึกษา สามารถนำความรู้ที่ ไปประยุกต์ใช้ใน การทำงานได้ | พัฒนาหลักสูตร เชิงรุกที่มีศักยภาพ และสามารถปรับ เปลี่ยนได้ตามการ เปลี่ยนแปลงทาง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและ วัฒนธรรมและ รองรับการแข่งชัน ทางธุรกิจทั้งใน ประเทศไทยและ ต่างประเทศมี ความพร้อมที่จะ เป็นผู้ประกอบการ ที่ดีปฏิบัติตัวอย่าง มืออาชีพมีคุณ ธรรม/จริยธรรม | การจัดการเรียน การสอนในด้าน การเป็นผู้ประ กอบการเพื่อให้ นักศึกษาได้รับ คุณภาพโดยศึกษา กระบวนการ การ เป็นผู้ประกอบการ ที่สอดคล้องกับ สภาพแวดล้อม สภาพปัญหาและ สนองต่อความต้องการ ของสังคมใน ปัจจุบันสามารถ นำไปประยุกต์ใช้ ในการปฏิบัติงาน ได้จริง | เตรียมความพร้อม ให้กับนักศึกษาใน การก้าวสู่สภาพ การทำงานจริง และสามารถ ปฏิบัติงานได้ สร้างนวัตกรรม ใหม่ให้เกิดขึ้นใน สังคมโดยนักศึกษา สามารถบูรณาการ ความรู้กับ ความรู้จักใคร เรียนจัดทำโครง การการเป็นผู้ประ กอบการช่วยเสริม สร้างประสบการณ์ ให้พร้อมเป็นผู้ประ กอบการรุ่นใหม่ | มุ่งเน้นการเรียน การสอนที่เป็น ระบบและเชิง บูรณาการที่เน้น การลงมือปฏิบัติ จริง นำไป ประยุกต์ใช้ในการ ปฏิบัติงานได้จริง สอดคล้องกับ สภาพแวดล้อม ทางธุรกิจที่ เปลี่ยนแปลงไป นโยบายของ ประเทศในการ ส่งเสริมการเป็น ผู้ประกอบการ |

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุดรดิตต์ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏบ้าน สมเด็จ เจ้าพระยา | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราชมงคล ศรีวิชัย | สรุป |
|-----------------------------|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| วัตถุประสงค์ ของหลักสูตร | N/A | 1. เพื่อสร้างความเข้าใจกับ ผู้ประกอบการและบุคคล ทั่วไป สร้างความสำเร็จ ให้กับอาชีพของตนเอง หรือกิจการของ ครอบครัว 2. เพื่อการบ่มเพาะและ เรียนรู้เป็นการเพิ่ม ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มี คุณภาพ | 1. เพื่อให้บัณฑิตศึกษา ได้รับองค์ความรู้ การเป็น ผู้ประกอบการ บูรณาการองค์ ความรู้สู่การลงมือ ทำธุรกิจจริงจังทั้ง ทักษะ/ ประสบการณ์ 2. มีความรู้ความ สามารถในการเป็น เจ้าของธุรกิจ สามารถประยุกต์ องค์ความรู้ไป จัดตั้งธุรกิจได้อย่าง มีประสิทธิภาพ 3. พัฒนาสาขาวิชา ด้านการเป็น เจ้าของธุรกิจ 4. เพื่อผลิตบัณฑิต ไปประกอบอาชีพ การเป็นเจ้าของ ธุรกิจ | 1. มีความรู้ ความ สามารถ ทักษะ สำหรับการเป็น ผู้ประกอบการ บริหารจัดการธุรกิจ ให้ประสบ ความสำเร็จ 2. มีคุณธรรม จิต อาสา และ รับผิดชอบต่อสังคม ตามจรรยาบรรณ วิชาชีพ 3. มีความสามารถ และทักษะในการใช้ เทคโนโลยี สารสนเทศ และ ภาษาต่างประเทศ | 1. มีความรู้ความ เชี่ยวชาญด้านการ เป็นผู้ประกอบการ ที่สามารถบูรณา การเข้ากับท้องถิ่น ได้ 2. เสริมสร้างควม เข้มแข็งทางธุรกิจ ด้วยกระบวนการ คิดวิเคราะห์และใช้ เทคโนโลยี 3. สามารถประยุกต์ ความรู้และทักษะใน การแก้ไขปัญหาทาง ธุรกิจได้ 4. พัฒนาการเรียนรู้ ของตนเองและ วิชาชีพอย่าง ต่อเนื่อง 5. ปลูกฝังความเป็น ผู้ประกอบการที่ดี ให้กับบัณฑิต มี จริยธรรมทางธุรกิจ | 1. มีความรู้ ความ สามารถ/ทักษะ ในการเป็น เจ้าของธุรกิจ 2. พัฒนาผู้ประกอบการ ที่มีความรู้ความ พร้อมทางด้าน วิชาการและความ วิชาการและควม สามารถในการ ปฏิบัติการ 3. มีความรู้ความ เข้าใจการเป็น ผู้ประกอบการ ผู้ประยุกต์ใช้ และประยุกต์ได้ ที่สูงสุด 4. เป็นพลเมืองดี มี คุณธรรม จริยธรรมและ จรรยาบรรณ 5. มีทักษะชีวิต การคิดและการ แก้ปัญหา | 1. เพื่อผลิตบัณฑิต ที่มีคุณธรรม จริยธรรม และ จรรยาบรรณใน วิชาชีพการเป็น ผู้ประกอบการ พร้อมกัน 2. เพื่อผลิตบัณฑิต ให้สามารถทำงาน ร่วมกับผู้อื่นได้ 3. มีความรู้ความ เข้าใจการเป็น ผู้ประกอบการ ผู้ประยุกต์ใช้ และประยุกต์ได้ 4. มีความสามารถ คิดอย่างเป็นระบบ ประยุกต์ความรู้ ความเข้าใจและ แก้ปัญหาได้ 5. สามารถสื่อสาร และใช้เทคโนโลยี สารสนเทศได้ | 1. มีคุณธรรม จริยธรรม วินัย ซื่อสัตย์สุจริต ขยันหมั่นเพียร จรรยาบรรณ วิชาชีพรับผิดชอบ ต่อสังคม/ประเทศ 2. ความรู้และ ทักษะในการ สำหรับการเป็น ผู้ประกอบการ หรือทำงาน 3. ทักษะที่จำเป็น ในการคิด และ การตัดสินใจกับ สถานการณ์ต่างๆ 4. ทักษะทางด้าน ภาษาและการ สื่อสาร เทคโนโลยี 5. มนุษย์สัมพันธ์ และภาวะผู้นำ | เพื่อผลิตบัณฑิตให้ เป็นผู้ประกอบการ ธุรกิจที่มีความรู้ ความ สามารถ ทักษะ การประยุกต์ ความรู้ สู่การ ปฏิบัติได้ มีคุณธรรม จริยธรรม และมี จรรยาบรรณใน วิชาชีพการเป็น ผู้ประกอบการ |

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุดรดิตต์ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏบ้าน สมเด็จพระเจ้า พระยา | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราชมงคล ศรีวิชัย | สรุป |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| เปิดสอน | เปิดสอนมากกว่า 10 ปีขึ้นไป | 13 ปี (พ.ศ.2549 -ปัจจุบัน) | 8 ปี (พ.ศ.2555 - ปัจจุบัน) | 8 ปี (พ.ศ.2555 - ปัจจุบัน) | 9 ปี (พ.ศ.2554 - ปัจจุบัน) | 7 ปี (พ.ศ.2556 - ปัจจุบัน) | 11 ปี (พ.ศ.2552 - ปัจจุบัน) | 3 ปี (พ.ศ.2560 - ปัจจุบัน) | -เปิดสอนน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 1 แห่ง -เปิดสอนมากกว่า 5 ปี จำนวน 4 แห่ง -เปิดสอนมากกว่า 10 ปี จำนวน 3 แห่ง |
| จำนวน นักศึกษา | ปีการศึกษา 5 คน | ปีการศึกษา 100 คน | ปีการศึกษา 125 คน | ปีการศึกษา 100 คน | ปีการศึกษา 60 คน | ปีการศึกษา 50 คน | ปีการศึกษา 60 คน | ปีการศึกษา 30 คน | น้อยกว่า 50 คน ต่อปี จำนวน 3 แห่ง น้อยกว่า 100 คนต่อปี จำนวน 5 แห่ง และมากกว่า 100 คนต่อปี จำนวน 1 แห่ง |
| รายวิชา หลักสูตรการ เป็นผู้ประ กอบการเปิด โอกาสให้ นักศึกษาต่าง คณะสามารถ เลือกเรียน | เป็นวิชาเลือกได้ | เป็นวิชาเลือกได้ | เป็นวิชาเลือกได้ | เป็นวิชาเลือกได้ | เป็นวิชาเลือกได้ | เป็นวิชาเลือกได้ | เป็นวิชาเลือกได้ | เป็นวิชาเลือกได้ | ทุกมหาวิทยาลัย เปิดโอกาสให้ นักศึกษาต่างคณะ สามารถเลือก เรียนเป็นวิชา เลือกได้ |

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุดรดิตต์ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏบ้าน สมเด็จ เจ้าพระยา | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราชมงคล ศรีวิชัย | สรุป |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| วิชาแกน (Core subjects) | <ol style="list-style-type: none"> 1.แคลคูลัสธุรกิจ 1 2.การบัญชีการเงิน 3.การบัญชีขั้นกลาง 4.ความรู้พื้นฐาน ธุรกิจ 5.การจัดการและ องค์กร 6.การวิเคราะห์เชิง ปริมาณทางธุรกิจ 7.การจัดการด้าน การผลิตและการ ดำเนินงาน 8.กลยุทธ์ทางธุรกิจ 9.สถิติธุรกิจเบื้องต้น 10.สถิติธุรกิจ 11.การเงินเบื้องต้น 12.เศรษฐศาสตร์ ธุรกิจ 13.การเงินธุรกิจ 14.หลักการตลาด 15.เศรษฐศาสตร์ 1 16.กฎหมายธุรกิจ 1 17.กฎหมายธุรกิจ 2 | <ol style="list-style-type: none"> 1.การจัดองค์การและ การบริหาร 2.หลักการบัญชี 3.การวิเคราะห์เชิง ปริมาณสำหรับธุรกิจ 4.หลักเศรษฐศาสตร์ ธุรกิจ 5.การจัดการธุรกิจ ครอบครัว 6.หลักการตลาด 7.การเงินสำหรับ ผู้ประกอบการและการ ลงทุนของผู้ร่วมทุน 8.การเงินธุรกิจ 9.หลักการประกอบการ 10.การสร้างธุรกิจใหม่ 11.การจัดองค์การและ บริหาร 12.การภาษีและการและ กฎหมายธุรกิจ 13.การบริหารธุรกิจ จำลอง 1-2 14.การจัดการ ปฏิบัติการและบริหาร ต้นทุน | <ol style="list-style-type: none"> 1.หลักการบัญชี สำหรับเจ้าของ ธุรกิจ 2.การเงินสำหรับ เจ้าของธุรกิจ 3.การบัญชีขั้นสูงสำหรับ เจ้าของธุรกิจ 4.หลัก เศรษฐศาสตร์ 5.กฎหมายสำหรับ เจ้าของธุรกิจ 6.เทคนิคการ วิเคราะห์เชิง ปริมาณเพื่อ ผู้ประกอบการ 7.การวิจัยธุรกิจ สำหรับเจ้าของ ธุรกิจ 8.พื้นฐานของการ เป็นเจ้าของธุรกิจ 9.ความคิดเชิง สร้างสรรค์และการ พัฒนาโอกาสใน การเป็นเจ้าของ ธุรกิจ | <ol style="list-style-type: none"> 1.ภาษาอังกฤษ ธุรกิจ 2.กฎหมายธุรกิจ 3.การวิจัยทางธุรกิจ 4.หลักการบัญชี เพื่อการ จัดการ 5.การเงินธุรกิจ 6.ภาษาอังกฤษ ธุรกิจ 7.การบริหารการ ผลิตและการ ดำเนินงาน 8.หลักเศรษฐศาสตร์ เบื้องต้น 9.การวิเคราะห์เชิง ปริมาณและสถิติ 10.องค์การและการ จัดการ 11.การจัดการธุรกิจ ด้วยคอมพิวเตอร์ 12.ซอฟต์แวร์ ประยุกต์เบื้องต้น สำหรับธุรกิจ | <ol style="list-style-type: none"> 1.ภาษาอังกฤษ ธุรกิจ 2.กฎหมายธุรกิจ 3.การวิจัยทางธุรกิจ 4.หลักการบัญชี เพื่อการ จัดการ 5.การเงินธุรกิจ 6.ภาษาอังกฤษ ธุรกิจ 7.การบริหารการ ผลิตและการ ดำเนินงาน 8.หลักเศรษฐศาสตร์ เบื้องต้น 9.การวิเคราะห์เชิง ปริมาณและสถิติ 10.องค์การและการ จัดการ 11.การจัดการธุรกิจ ด้วยคอมพิวเตอร์ 12.การวิจัย เชิงกลยุทธ์ 13.เศรษฐศาสตร์ ทั่วไป 14.การวิเคราะห์เชิง ปริมาณทางธุรกิจ | <ol style="list-style-type: none"> 1.หลักการบัญชี และภาษีอากร 2.การบัญชีเพื่อ การจัดการ 3.หลักเบื้องต้น เกี่ยวกับระบบ สารสนเทศ 4.เศรษฐศาสตร์ เบื้องต้น 5.ภาษาอังกฤษ ธุรกิจ 1-2 6.การเงินธุรกิจ 7.การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ 8.กฎหมายธุรกิจ 9.องค์การและการ จัดการ 10.การบริหารการ ผลิตและการ ดำเนินงาน 11.จริยธรรมทาง ธุรกิจ 12.การจัดการ เชิงกลยุทธ์ 13.หลักการตลาด 14.สถิติธุรกิจ | <ol style="list-style-type: none"> 1.สถิติธุรกิจ 2.ภาษาอังกฤษ ธุรกิจ 1-2 3.กฎหมาย เกี่ยวกับบริการ ประกอบธุรกิจ และการภาษีอากร 4.หลักการตลาด 5.หลักการจัดการ เชิงกลยุทธ์ 6.การจัดการ เชิงกลยุทธ์ 7.การจัดการการ ผลิตและ ปฏิบัติการ 8.การประยุกต์ใช้ ซอฟต์แวร์ทาง ธุรกิจ 9.เศรษฐศาสตร์ จุลภาค 1-2 10.การวิเคราะห์ เชิงปริมาณทาง ธุรกิจ 11.หลักการบัญชี เบื้องต้น 12.การเงินธุรกิจ 13.การบัญชีเพื่อ การจัดการ | <ol style="list-style-type: none"> 1.องค์การและ หลักการจัดการ 2.การจัดการ อุตสาหกรรม 3.การบริหาร ทรัพยากรบุคคล 4.เศรษฐศาสตร์ ทั่วไป 5.สถิติประยุกต์ สำหรับธุรกิจ 6.หลักกฎหมาย ธุรกิจ 7.การตลาด 8.การบัญชี เบื้องต้น 9.ภาษีอากรธุรกิจ 10.หลักการเงิน 11.ระบบ สารสนเทศเพื่อ การจัดการ 12.การวิเคราะห์ เชิงปริมาณทาง ธุรกิจ 13.หลักการบัญชี เบื้องต้น 14.การเงินธุรกิจ 15.การบัญชีเพื่อ การจัดการ | <p>-วิชาแกนที่มีสอน ในมหาวิทยาลัย ทั้ง 8 แห่ง ได้แก่ การเงิน การตลาด บัญชี การเป็น ผู้นำและ พฤติกรรมใน องค์กร เศรษฐศาสตร์ กฎหมายธุรกิจ และสถิติ</p> <p>-วิชาแกนที่มีสอน ในมหาวิทยาลัย จำนวน 7 แห่ง คือ การบริหาร การปฏิบัติการ -วิชาแกนที่มีสอน ในมหาวิทยาลัย จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ การจัดการ กลยุทธ์ เทคโนโลยีและ การจัดการ สารสนเทศ</p> |

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศไทย (ต่อ)

| | | | | | | | | | |
|------------------------|---------------------------|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------|------|
| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุตรดิตถ์ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏบ้าน สมเด็จ เจ้าพระยา | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราชมงคล ศรีวิชัย | สรุป |
| | | 15.ธุรกิจระหว่าง ประเทศ | 10.การจัดการงาน ผลิตและการ ดำเนินงาน 11.การตลาด สำหรับเจ้าของ ธุรกิจ 12.การเงินแผน ธุรกิจ 13.กลยุทธ์ทาง ธุรกิจและการ เติบโต 14.นวัตกรรมและ เทคโนโลยีสำหรับ เจ้าของธุรกิจ 15.การ ประกอบการเพื่อ สังคม 16.การเป็น เจ้าของธุรกิจและ โอกาสทางธุรกิจใน ระดับโลก 17.การจัดการทุน มนุษย์และการเป็น ผู้นำ | | 15.คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยี สารสนเทศธุรกิจ 16.หลักสถิติ | | | | |

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบารระดับปริญญาตรีในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุดรดิตต์ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏบ้าน สมเด็จ เจ้าพระยา | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราชมงคล ศรีวิชัย | สรุป |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| วิชาเอก (Mandatory major) | 1.พื้นฐานของการ เป็นผู้ประกอบการ ธุรกิจ 2.การสร้างและ พัฒนาธุรกิจใหม่ 3.ภาวะผู้นำและการ จัดการองค์การเพื่อ การเป็น ผู้ประกอบการธุรกิจ 4.หัวข้อร่วมสมัย ด้านการจัดการเพื่อ การเป็น ผู้ประกอบการธุรกิจ 5.การใช้ คอมพิวเตอร์เพื่อ การจัดการ 6.หลักการจัดการ ธุรกิจระหว่าง ประเทศ | 1.การพัฒนาธุรกิจที่ ยั่งยืน 2.ทุนมนุษย์ในการ ประกอบการ 3.การเงินจากต่อรอง 4.ทักษะผู้ประกอบการ การออกแบบองค์การ 5.การวางแผนและ ควบคุมทางธุรกิจ 6.การบริหารการ สื่อสารในองค์กร 7.การจัดการนวัตกรรม เทคโนโลยี และการ เปลี่ยนแปลง 8.การตัดสินใจและการ แก้ปัญหาทางการ จัดการ 9.การบริหารโครงการ 10.ทักษะผู้บริหาร 11.สัมมนาการจัดการ 12.การจัดการธุรกิจ ข้ามวัฒนธรรม | 18.ภาษาอังกฤษ สำหรับเจ้าของ ธุรกิจระดับโลก 19.เสริมพื้นฐาน ภาษาอังกฤษ 1-2 | 1.หลักการเป็น ผู้ประกอบการ 2.กลยุทธ์ธุรกิจ สำหรับ ผู้ประกอบการ 3.จริยธรรมสำหรับ การเป็น ผู้ประกอบการ 4.การจัดหาทุนและ การร่วมทุน 5.การวิจัยสำหรับ ผู้ประกอบการ 6.การจัดการธุรกิจ ภายใต้เศรษฐกิจเสรี ทางการค้า 7.การสร้างธุรกิจ ใหม่ 8.สัมมนาการจัดการ การเป็น ผู้ประกอบการ 9.การเขียนแผน ธุรกิจ | 1.จริยธรรมทาง ธุรกิจ 2.การตลาดสำหรับ ผู้ประกอบการ 3.การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่และ การสร้างโอกาสทาง การตลาด 4.การจัดการธุรกิจ อิเล็กทรอนิกส์ 5.การเป็น ผู้ประกอบการและ การสร้างธุรกิจใหม่ 6.การพัฒนาองค์กร และทรัพยากร มนุษย์ 7.การบริหารเวลา เพื่อความเสี่งทาง ธุรกิจ 8.การบริหารความ เสี่ยง | 1.การเป็น ผู้ประกอบการ และการสร้าง ธุรกิจใหม่ 2.การจัดการ การตลาดสำหรับ ผู้ประกอบการ 3.การจัดการ การเงินสำหรับ ผู้ประกอบการ 4.การวิจัยสำหรับ ผู้ประกอบการ 5.การจัดการ ระบบสารสนเทศ สำหรับ ผู้ประกอบการ 5.การเป็น ผู้ประกอบการ ระหว่างประเทศ 6.การสร้างสรรค์ และนวัตกรรม 7.แผนธุรกิจ พาณิชย์ | 1.การจัดการ ผลิตภัณฑ์และตรา สินค้า 2.หลักการ ประกอบการ 3.การบริหาร ทรัพยากรบุคคล สำหรับ ผู้ประกอบการ 4.การวิจัยสำหรับ ผู้ประกอบการ 5.ยุทธศาสตร์การ จัดการการตลาด สำหรับ ผู้ประกอบการ 6.การจัดการธุรกิจ ขนาดย่อม 7.ศิลปะการขาย สำหรับ ผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการ ธุรกิจ | 1.จริยธรรมทาง ธุรกิจ 2.กลยุทธ์ทาง ธุรกิจ 3.การจัดการ โดเมนดิจิทัล 4.การสร้างธุรกิจ ใหม่และการเป็น ผู้ประกอบการ 5.โครงการสำหรับ ผู้ประกอบการ 1- 5 6.แผนธุรกิจ 7.การวิเคราะห์ โครงการเพื่อการ ลงทุน 8.สัมมนาการเป็น ผู้ประกอบการ 9.การวิจัยทาง ธุรกิจ | พบว่าส่วนใหญ่ รายชื่อจากส่วน ใหญ่ มาจาก 4 กลุ่มวิชา ได้แก่ 1.กลุ่มวิชาการ ตลาด 2.กลุ่มวิชาการ จัดการองค์กรและ ทรัพยากรมนุษย์ 3.กลุ่มวิชาการ จัดการทางธุรกิจ 4.กลุ่มวิชาการ จัดการทางระบบ สารสนเทศ |

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุตรดิตถ์ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏบ้าน สมเด็จ เจ้าพระยา | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราชมงคล ศรีวิชัย | สรุป |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| หลักการ และแนวคิดใน การเลือกวิชา ที่เรียน | 7.การจัดการการ เปลี่ยนแปลงและ วัฒนธรรมใน องค์กร 8.สหกิจศึกษาเพื่อ การเป็น ผู้ประกอบการธุรกิจ 9.การวางแผนธุรกิจ สำหรับ ผู้ประกอบการธุรกิจ 10.การศึกษาคำ เป็นไปได้และการ ประเมินโครงการ 11.พฤติกรรม ผู้บริโภค | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | 8.พลวัตของธุรกิจ ครอบครัว 9.การจัดการความ เสี่ยงและวิกฤต 10.สัมมนา เชิง ปฏิบัติการ | 10.การสร้างธุรกิจ ใหม่ด้วยนวัตกรรม 11.หลักการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ 12.พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ 13.การจัดการธุรกิจ ท่องเที่ยวและบริการ | 9.การวางแผนธุรกิจ 10.การประกอบ ธุรกิจระหว่าง ประเทศ 11.สัมมนาการ จัดการการเป็น ผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการ | 8.แผนธุรกิจการ ผลิตและการ บริการ 9.วิจัยเพื่อการ ประกอบการ 10.สัมมนาการ เป็นผู้ประกอบการ | 8.ยุทธศาสตร์ การค้าระหว่าง ประเทศ 9.การสัมมนาการ เป็นผู้ประกอบการ 10.การจัดทำแผน และโครงการสา หรับ ผู้ประกอบการ | 10.การออกแบบ และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ 11.การบัญชีเพื่อ การตัดสินใจ 12.การเงินสำหรับ ผู้ประกอบการ | ส่วนใหญ่ออก การเป็น ผู้ประกอบการ อยู่ ไม่ได้คณะ บริหารธุรกิจ/ วิทยาการจัดการ ตั้งในรายวิชา ส่วนใหญ่จึงมา จากหลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต เช่น โครงสร้างของ- |
| หลักการ และแนวคิดใน การเลือกวิชา ที่เรียน | เนื่องจากหลักสูตรนี้ รับผิดชอบร่วมกัน ระหว่าง 3 ภาควิชา "ได้แก่ ภาควิชา พาณิชยศาสตร์ ภาค วิทยาการธนาคาร และการเงิน และ ภาควิชาการตลาด ตั้งขึ้นเนื้อหา รายวิชาส่วนใหญ่จะ มาจาก 3 ภาควิชา อยู่ไม่ได้คณะพาณิช | รายวิชาส่วนใหญ่จึงมา จากหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต และประยุกต์แนวทาง จากมหาวิทยาลัยMIT มอออกแบบการเรียน การสอนในวิชาการ ประกอบการที่ ขับเคลื่อนโดย นวัตกรรม หรือ IDE 101 | -ประยุกต์แนวทาง จาก Babson College มหาวิทยาลัยที่มี ชื่อเสียงด้านการ สร้าง ผู้ประกอบการ อันดับหนึ่งของโลก -อาจารย์ประจำใน คณะยังเป็น เจ้าของธุรกิจตัว จริงในวงกว้างธุรกิจ | รายวิชาส่วนใหญ่จึง มาจากหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต | รายวิชาส่วนใหญ่ จึงมาจากหลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต | รายวิชาส่วนใหญ่ จึงมาจากหลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต | รายวิชาส่วนใหญ่ จึงมาจากหลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต | รายวิชาส่วนใหญ่ จึงมาจากหลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต แตกต่างของ หลักสูตรการเรียน เป็นผู้ประกอบการ กับสาขา บริหารธุรกิจ อยู่ที่ รายละเอียดและ เป้าหมายของการ เรียน มุ่งเน้นไปที่ | ส่วนใหญ่ออก การเป็น ผู้ประกอบการ อยู่ ไม่ได้คณะ บริหารธุรกิจ/ วิทยาการจัดการ ตั้งในรายวิชา ส่วนใหญ่จึงมา จากหลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต เช่น โครงสร้างของ- |

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุตรดิตถ์ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏบ้าน สมเด็จ เจ้าพระยา | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราชมงคล ศรีวิชัย | สรุป |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | ศาสตร์และการ บัญชี ดังนั้น ถือว่า เป็น หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต | | หลากหลาย ที่มา สอนเทคนิคและ การจัดการครบทุก รูปแบบ จาก ประสบการณ์จริง | | | | | เรื่องของ Mindset หรือ กรอบความคิดที่ เหมาะสมกับการ เป็นผู้ประกอบการ | วิชาศึกษาทั่วไป, วิชาแกน จะอิง ตามโครงสร้าง หลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต ส่วน วิชาเอกบังคับและ วิชาเอกเลือกเป็น วิชาภายใน สาขาวิชาการเป็น ผู้ประกอบการ |
| วิธีการ จัดลำดับการ เรียนแต่ละ วิชา | ปี 1 จะได้เรียนวิชา พื้นฐานทั่วไป, สังคมศาสตร์ และ พื้นฐานทางธุรกิจ วิชาเรียนในปี 1 ของหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต จะมีวิชาที่สามารถ นำไปตัดสินใจใน การเลือกสาขา วิชาเอกของตัวเอง ได้ | ปี 1 เรียนวิชาศึกษา ทั่วไป ได้แก่ องค์การและการ จัดการ หลักสูตร ตลาด หลัก เศรษฐศาสตร์ ซอฟต์แวร์ประยุกต์ เบื้องต้นสำหรับ ธุรกิจ วิชาเอกบังคับ ได้แก่ หลักการเป็น ผู้ประกอบการ การ จัดการธุรกิจ ท่องเที่ยวและ บริการ หลักการ บริหารทรัพยากร มนุษย์ วิชาในกลุ่ม | ปี 1 วิชาศึกษา ทั่วไป วิชาแกน วิชาเอกบังคับ วิชาเลือกเสรี ปี 2 วิชาแกน วิชาเลือกเสรี ปี 3 วิชาแกน วิชาเอกบังคับ วิชาเอกเลือก ปี 4 วิชาเอก บังคับ วิชาเอก เลือก จาก กลุ่ม เลือก จาก การ เรียนวิชา และการ สร้างธุรกิจใหม่ | ปี 1 วิชาศึกษา ทั่วไป วิชาแกน วิชาเอกบังคับ วิชาเลือกเสรี ปี 2 วิชาแกน วิชาเลือกเสรี ปี 3 วิชาแกน วิชาเอกบังคับ วิชาเอกเลือก ปี 4 วิชาเอก บังคับ วิชาเอก เลือก จาก กลุ่ม เลือก จาก การ เรียนวิชา และการ สร้างธุรกิจใหม่ | ปี 1 วิชาศึกษา ทั่วไป วิชาแกน วิชาเอกบังคับ วิชาเลือกเสรี ปี 2 วิชาแกน วิชาเลือกเสรี ปี 3 วิชาแกน วิชาเอกบังคับ วิชาเอกเลือก ปี 4 วิชาเอก บังคับ วิชาเอก เลือก จาก กลุ่ม เลือก จาก การ เรียนวิชา และการ สร้างธุรกิจใหม่ | ปี 1 วิชาศึกษา ทั่วไป วิชาแกน วิชาเอกบังคับ วิชาเลือกเสรี ปี 2 วิชาแกน วิชาเลือกเสรี ปี 3 วิชาแกน วิชาเอกบังคับ วิชาเอกเลือก ปี 4 วิชาเอก บังคับ วิชาเอก เลือก จาก กลุ่ม เลือก จาก การ เรียนวิชา และการ สร้างธุรกิจใหม่ | ปี 1 วิชาศึกษา ทั่วไป วิชาแกน วิชาเอกบังคับ วิชาเลือกเสรี ปี 2 วิชาแกน วิชาเลือกเสรี ปี 3 วิชาแกน วิชาเอกบังคับ วิชาเอกเลือก ปี 4 วิชาเอก บังคับ วิชาเอก เลือก จาก กลุ่ม เลือก จาก การ เรียนวิชา และการ สร้างธุรกิจใหม่ | ปี 1 เริ่มต้นจาก วิชาพื้นฐาน/ ศึกษาทั่วไป สังคมศาสตร์ และ พื้นฐานทางธุรกิจ ในปี 2 และ 3 เจาะลึก ในวิชา พื้นฐานวิชาชีพ เช่น วิชาเอก บังคับ และในชั้น ปีที่ 4 การ วางแผนธุรกิจ เตรียมความพร้อม การเป็น ผู้ประกอบการ ธุรกิจ | |

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

| ประเด็น | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพ | มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย | สรุป |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|------|
| มหาวิทยาลัย | แนวคิดทางธุรกิจ แล้วให้เงินทุนไปทำให้ธุรกิจเกิดขึ้นจริง คนละ 20,000 บาท ปีที่ 3 วิชาแกนและวิชาเอกสาขา ผู้ประกอบการ ต้องจับคู่กันทำธุรกิจ เพื่อเป็นการเรียนรู้การทำงานร่วมกัน ใช้รู้ว่าควรเลือกคนแบบไหนมาเป็นพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจ | และนำแผนธุรกิจดังกล่าวไปประกอบธุรกิจจริงในชั้นปีที่ 3 ในวิชาประสบการณ์การเป็นเจ้าของธุรกิจ ปีที่ 3 ภาคปฏิบัติ ที่ให้นักศึกษาออกไปทำธุรกิจจริง เรียนรู้ประสบการณ์ในโลกธุรกิจโดยจะมีอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นนักธุรกิจคอยให้คำปรึกษา | วิชาเฉพาะด้าน ปี 2 วิชาศึกษาทั่วไป ได้แก่ การบัญชีสำหรับธุรกิจ การเงินธุรกิจ วิชาเอกบังคับ ได้แก่ จริยธรรมทางธุรกิจ การจัดการกลยุทธ์ สำหรับธุรกิจ วิชาเอกเลือก ได้แก่ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน และกลุ่มวิชาพื้นฐาน วิชาชีพและวิชาชีพ 1-2 ปี 3 วิชาแกน 4 วิชา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ธุรกิจ การจัดการ การผลิตและการดำเนินงาน ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ วิชาเอกบังคับ 2 วิชา ได้แก่ การสร้างธุรกิจใหม่ ด้วย | และรายวิชาเฉพาะด้าน 1 วิชา ปี 2 วิชาศึกษาทั่วไป 4 วิชา วิชาแกน 3 วิชา ได้แก่ การเงิน ธุรกิจ การบัญชี เพื่อการจัดการ ภาควิชาออกธุรกิจ วิชาเอกบังคับ 4 วิชา ได้แก่ การจัดการธุรกิจ อีเล็คทรอนิกส์ การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ การพัฒนาองค์กร และทรัพยากรมนุษย์ การบริหารเวลาเพื่อธุรกิจ ความสำเร็จทางธุรกิจ วิชาเลือกเสรี 2 วิชา วิชาเอกบังคับ 3 วิชา วิชาศึกษาทั่วไป 2 วิชา | ผลิตและปฏิบัติการ การเงินธุรกิจ บังคับ ได้แก่ หลักการประกอบการ การบริหารทรัพยากรบุคคลสำหรับผู้ประกอบการ และวิชาเลือก 2 วิชา ปี 3 วิชาพื้นฐาน วิชาชีพ ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ การบัญชีเพื่อการจัดการ การประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ทางธุรกิจ กฎหมายเกี่ยวกับ การประกอบธุรกิจ และการภาษีอากร วิชาบังคับ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การจัดการการตลาด สำหรับ | ปี 2 เริ่มจากวิชาพื้นฐาน และเริ่มเจาะลึก -กลุ่มความรู้เชิงบูรณาการ/สหวิทยาการ , กลุ่มทักษะทางภาษาและการสื่อสาร, กลุ่มความรู้ทางด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ วิชาทักษะเชิงตัวเลข และทักษะการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ -แผนธุรกิจ กลยุทธ์ทางธุรกิจ หลักการเงิน หลักกฎหมาย ธุรกิจ การบริหารทรัพยากรบุคคล เศรษฐศาสตร์ทั่วไป สถิติ ประยุกต์สำหรับธุรกิจ ปี 3 เริ่มเจาะลึก -กลุ่มทักษะทาง | | | |

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบกราระดับปริญญาตรีในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุตรดิตถ์ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏบ้าน สมเด็จ เจ้าพระยา | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราชมงคล ศรีวิชัย | สรุป |
|------------------------|---------------------------|----------------------------|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| | | | | นวัตกรรม การ พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ -วิชาเอกเลือก 2 วิชา ได้แก่ กลุ่ม วิชาเฉพาะด้าน -กลุ่มวิชาพื้นฐาน วิชาชีพและวิชาชีพ 3-4 ปี 4 -วิชาเอกบังคับ 1 วิชา ได้แก่ แผน ธุรกิจ -วิชาเอกเลือก 2 วิชา ได้แก่ กลุ่ม วิชาเฉพาะด้าน | วิชาแกน 4 วิชา ได้แก่ การจัดการ ด้านการผลิตและ การดำเนินงาน คอมพิวเตอร์และ เทคโนโลยี สารสนเทศธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ การวิเคราะห์เชิง ปริมาณทางธุรกิจ -วิชาเอกบังคับ 4 วิชา ได้แก่ จริยธรรมทางธุรกิจ การบริหารความ เสี่ยง การ ประกอบธุรกิจ ระหว่างประเทศ . การวางแผนธุรกิจ -วิชาเอกเลือก 3 วิชา ได้แก่ การ จัดการธุรกิจขนาด กลางและขนาด ย่อม นโยบาย ธุรกิจและการ จัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำและการ จัดการการ | | ผู้ประกอบการ การจัดการ ผลิตภัณฑ์และตรา สินค้า การวิจัย สำหรับ ผู้ประกอบการ การจัดการธุรกิจ ขนาดย่อม ศิลปะ การขายสำหรับ ผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการ ยุทธศาสตร์การค้า ระหว่างประเทศ และวิชาเลือก 3 วิชา ปี 4 วิชาพื้นฐาน วิชาชีพ ได้แก่ การจัดการเชิงกล ยุทธ์ วิชาบังคับ ได้แก่ การจัดทำ แผนและโครงการ สำหรับ ผู้ประกอบการ การสัมมนาการ เป็นผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการ และวิชาเลือก เสรี 2 วิชา | ภาษาและการ สื่อสาร -การวิเคราะห์ โครงการเพื่อการ ลงทุน การเงิน สำหรับ ผู้ประกอบการ การบัญชีเพื่อการ ตัดสินใจ ภาษี ออกธุรกิจ การ จัดการโลจิสติกส์ จริยธรรมทาง ธุรกิจ ปี4 เริ่มวางแผน ธุรกิจ :การเตรียม ความพร้อมการ เป็นผู้ประกอบการ ธุรกิจ การจัดการ อุตสาหกรรม ระบบสารสนเทศ เพื่อการจัดการ การเป็น ผู้ประกอบการ ธุรกิจ หมายเหตุ ปี 1 เทอม 2 เป็นต้นไป จนถึงปี3 เทอม 2 | |

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุตรดิตถ์ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏบ้าน สมเด็จ เจ้าพระยา | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราชมงคล ศรีวิชัย | สรุป |
|-------------------------------------------------------------|---------------------------|----------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ข้อจำกัดใน เรื่องจำนวน ผู้เรียน หรือ ข้อจำกัดอื่นๆ | ไม่มี | ไม่มี | มีผู้สมัครเรียน มากกว่าจำนวนที่ รับได้จริง | 1. นักศึกษามี พื้นฐาน ความสามารถทาง ภาษาต่างประเทศไม่ เท่ากัน และยังไม่ สามารถสื่อสารเพื่อ การปฏิบัติงานได้ อย่างเพียงพอ และมี ประสิทธิภาพ 2. นักศึกษาบางคน มีเจตคติและ พฤติกรรมที่ไม่ | 1. นักศึกษาส่วน ใหญ่อยู่ต่างจังหวัด ที่เป็นจังหวัดเล็ก ๆ ธุรกิจของครอบครัว เป็นเกษตรกร ซึ่ง มักจะเลือกเรียน สาขาการจัดการ มากกว่าจะมาเรียน สาขาการเป็น ผู้ประกอบการ 2. มีนักศึกษาที่มา สมัครเรียนน้อย | ไม่มี | ไม่มี | 1. นักศึกษาส่วน ใหญ่อยู่ต่างจังหวัด ที่เป็นจังหวัดเล็ก ๆ ธุรกิจของ ครอบครัวเป็น เกษตรกร ซึ่ง มักจะเลือกเรียน สาขาการจัดการ มากกว่าจะมา เรียนสาขาการเป็น ผู้ประกอบการ 2. มีนักศึกษาที่มา | -ส่วนใหญ่ไม่มี เรื่อง ภาษาอังกฤษ เพราะนักศึกษาไม่มี พื้นฐาน ความสามารถทาง ภาษาต่างประเทศ ไม่เท่ากัน -ในขณะที่ มหาวิทยาลัยที่อยู่ ต่างจังหวัดจะมี นักศึกษามาสมัคร |

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุดรดิตต์ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏบ้าน สมเด็จ เจ้าพระยา | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราชมงคล ศรีวิชัย | สรุป |
|------------------------|---------------------------|----------------------------|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | สอดคล้องกับ ลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการ 3. นักศึกษางานคน มีบุคลิกภาพ มนุษย สัมพันธ์ และสุขภาพ ไม่สอดคล้องกับการ เป็นผู้ประกอบการที่ เหมาะสม | | | | สมัครเรียนน้อย | เรียนน้อยเพราะ ธุรกิจของ ครอบครัวเป็น เกษตรกรซึ่ง มักจะเลือกเรียน สาขาการจัดการ มากกว่าจะมา เรียนสาขาการ เป็นผู้ประกอบการ ส่วนมหาวิทยาลัย ที่ของรัฐและ เอกชนไม่มี ข้อจำกัดในเรื่อง จำนวนผู้เรียนที่ สามารถรับเข้า เรียน |

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุดรดิตถ์ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏบ้าน สมเด็จ เจ้าพระยา | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราชมงคล ศรีวิชัย | สรุป |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| กลยุทธ์การ สอน/กิจกรรม ในการพัฒนา คุณลักษณะ พิเศษของการ เป็น ผู้ประกอบการ ให้กับ นักศึกษา | -โครงการประกวด แผนธุรกิจสำหรับ นิสิตหลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต -บริษัทจำลอง จุฬา ฯ เป็นอีกหนึ่ง โครงการฝึกงานของ คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี ที่ช่วย ให้นิสิตได้ลองทำ ธุรกิจจริง | -การปฏิบัติภารกิจ ตั้งแต่ ปี 1-4 -การบริหารธุรกิจ จำลอง ชั้นปีที่ 2-3 ภาคฤดูร้อน -โครงการ Start-Up 'ตั้งไข่ธุรกิจ' หรือ Egg Project เปิดโอกาสให้ นักศึกษาทุกสาขาทุก คณะเสนอแนวคิดธุรกิจ ที่น่าสนใจ มีคนจากรัย และนักธุรกิจชั้นนำคอย เป็นโค้ชให้คำปรึกษา และให้ทุนตั้งต้นธุรกิจ ได้ตั้งแต่ยังเป็น นักศึกษา -โครงการแคมป์ ผู้ประกอบการรุ่นเล็ก เด็กหัวการค้า เตรียม ความพร้อมสู่การเรียน ในสาขาวิชา ผู้ประกอบการ -มีเงินทุนสนับสนุน สำหรับการส่งเสริม ธุรกิจ Startup ของ นักศึกษา | โครงการ Business Fair เพื่อเตรียมความ พร้อมให้นักศึกษา ในภาคการศึกษาที่ 1 และ ภาค การศึกษาที่ 2 ของ ชั้นปีที่ 3 ในการ ดำเนินธุรกิจจริง | 1.ส่งเสริมให้ นักศึกษาแสวงหา ข้อมูลข่าวสารด้าน ธุรกิจอย่างรอบด้าน 2.จัดโครงการ พัฒนาการเป็น ผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการ 3.จัดทำเครื่องมือ และสร้างบรรยากาศ ที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ของนักศึกษา 4.เน้นการสอนโดย ใช้กรณีศึกษาทั้งใน ระดับท้องถิ่นและ ระดับสากล เพื่อฝึก ให้นักศึกษารู้จักคิด วิเคราะห์เชื่อมโยง และประยุกต์ใช้ได้ 5.ศึกษาเรียนรู้จาก แหล่งประสบการณ์ จริง เช่น การฝึก ประสบการณ์ ทัศนศึกษานอก สถานที่ | โครงการประกวด แผนธุรกิจสำหรับ นิสิตหลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต | โครงการ BIZ Start up @CMRUจัดขึ้น โดยนักศึกษา หลักสูตรการเป็น ผู้ประกอบการ มี วัตถุประสงค์ เพื่อให้นักศึกษาได้ ฝึกทดลองขาย สินค้า เรียนรู้การ เป็นผู้ประกอบการ มีจากฐานที่สู้น น้อง และโครงการ ผู้ประกอบการ ต่างๆ | โครงการประกวด แผนธุรกิจสำหรับ นิสิตหลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต | ยังไม่มีข้อมูล เพราะเพิ่งเปิด หลักสูตร | กลยุทธ์การสอน/ กิจกรรมแตกต่าง ไปตามบริบทและ ความพร้อมของแต่ละ มหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่ได้แก่ การประกวดแผน ธุรกิจ เสนอ แนวคิดธุรกิจที่ น่าสนใจ หรือ กิจกรรมต่างๆ ใน การส่งเสริมการ เป็นผู้ประกอบการ ในมหาวิทยาลัย เช่น โครงการ ฝึกงานการทดลอง จำหน่ายสินค้า |

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบารระดับปริญญาตรีในประเทศไทย (ต่อ)

| | | | | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ประเด็น มหาวิทยาลัย กลยุทธ์ สอนที่ใช้ พัฒนาการ เรียนรู้ด้าน คุณธรรม/ จริยธรรม ให้กับนิสิต นักศึกษา | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุตรดิตถ์ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ | มหาวิทยาลัย ราชภัฏบ้าน สมเด็จ เจ้าพระยา | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราชมงคล ศรีวิชัย | สรุป |
| | สอดคล้องใน เนื้อหาการเรียนการ สอน | สอดคล้องในเนื้อหา การเรียนการสอน | สอดคล้องใน เนื้อหาการเรียน การสอน | 1.กำหนดให้ นักศึกษาเรียน รายวิชาจริยธรรม สำหรับการเป็น ผู้ประกอบการ 2.สอดคล้อง จริยธรรม ในเนื้อหาการเรียน การสอนทุกวิชา | สอดคล้องใน เนื้อหาการเรียนการ สอน | 1.วิชาแกน (Core subjects) มีวิชา จริยธรรมทาง ธุรกิจ 2.สอดคล้องในการสอน ในแต่ละวิชา | สอดคล้องใน เนื้อหาการเรียน การสอน | 1.วิชาแกน มีวิชา จริยธรรมทาง ธุรกิจ 2.สอดคล้องในการสอน ในแต่ละวิชา | -ส่วนใหญ่ สอดคล้องใน เนื้อหาการเรียนการ สอน -แต่มี 3 แห่งที่ บังคับให้เรียนวิชา จริยธรรมทางธุรกิจ ได้แก่ มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราช ภัฏเชียงใหม่ และ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล ศรีวิชัย |

หมายเหตุ การประเมินผลของหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ ทุกมหาวิทยาลัยใช้เกณฑ์ของสภา ประกอบด้วย

- 1.การทดสอบองค์ความรู้และทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ด้วยแบบทดสอบองค์ความรู้ในรายวิชา ต้องผ่านเกณฑ์การประเมินไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 (หรือได้เกรดไม่น้อยกว่า C)
- 2.ส่งเสริมให้นิสิต นักศึกษาได้มีโอกาสจัดกิจกรรมทางด้านธุรกิจและมีกาดำเนินงานทางด้านธุรกิจตามรายวิชาในหลักสูตร
- 3.ในกรณีที่นักศึกษาจะออกไปฝึกงานในโครงการต่างๆ อาทิ โครงการสหกิจศึกษา จะมีการประเมินจากบริษัทผู้ประกอบการที่นักศึกษาไปฝึกงาน

จากตารางที่ 4.2 จากการสัมภาษณ์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ พบว่า

ปรัชญาของหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัย: ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความเข้าใจ ทักษะ และคุณธรรมในการเป็นผู้ประกอบการ

ที่มา เหตุผล และความสำคัญของหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัย: มุ่งเน้นการเรียนการสอนที่เป็นระบบและเชิงบูรณาการที่เน้นการลงมือปฏิบัติจริง นำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้จริงสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ตอบสนองต่อนโยบายของประเทศในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์ของหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัย: เพื่อผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่มีความรู้ ความสามารถและทักษะและความสามารถในการประยุกต์ความรู้สู่การปฏิบัติได้ มีคุณธรรมจริยธรรม และมีจรรยาบรรณในวิชาชีพการเป็นผู้ประกอบการ

มหาวิทยาลัยเปิดสอนหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการมาเป็นเวลากี่ปี:

เปิดสอนน้อยกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 1 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

เปิดสอนมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

เปิดสอนมากกว่า 10 ปีขึ้นไป จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏสมเด็จพระเจ้าพระยาและจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จำนวนนักศึกษาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการที่รับต่อปี: น้อยกว่า 50 คนต่อปี การศึกษา จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย น้อยกว่า 100 คนต่อปีการศึกษา จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏสมเด็จพระเจ้าพระยา และมากกว่า 100 คนต่อปีการศึกษา จำนวน 1 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

รายวิชาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัย: เปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียนเป็นวิชาเลือก/วิชาเอก : ทุกมหาวิทยาลัยเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียนเป็นวิชาเลือกได้

วิชาแกน (Core subjects) :

-วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัยทั้ง 8 แห่ง ได้แก่ การเงิน การตลาด บัญชี การเป็นผู้นำ และพฤติกรรมในองค์กร เศรษฐศาสตร์ กฎหมายธุรกิจ และสถิติ

-วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัย จำนวน 7 แห่ง คือ การบริหารการปฏิบัติการ

-วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัย จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ การจัดการกลยุทธ์ เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ

-วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัย จำนวน 2 แห่ง คือ การเป็นผู้ประกอบการ

-วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัย จำนวน 1 แห่ง ได้แก่ การจัดการนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา การจัดตั้งธุรกิจใหม่ และการวางแผนทางธุรกิจ

วิชาเอก (Mandatory major) : พบว่า รายวิชาเอกส่วนใหญ่ มาจาก 4 กลุ่มวิชา ได้แก่ กลุ่มวิชาการตลาด กลุ่มวิชาการจัดการองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ กลุ่มวิชาการจัดการทางธุรกิจ และกลุ่มวิชาการจัดการทางระบบสารสนเทศ

หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน: ส่วนใหญ่หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ อยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาการจัดการ ดังนั้นรายวิชาส่วนใหญ่จึงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต เช่น โครงสร้างของ-วิชาศึกษาทั่วไป ,วิชาแกน จะอิงตามโครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ส่วนวิชาเอกบังคับและวิชาเอกเลือกเป็นวิชาภายใต้ สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ

วิธีในการจัดลำดับการเรียนแต่ละวิชา : ในปีที่1 เริ่มจากวิชาพื้นฐาน/ศึกษาทั่วไป สังคมศาสตร์ และพื้นฐานทางธุรกิจ ในปี 2และ3 เจาะลึก ในวิชาพื้นฐานวิชาชีพ เช่น วิชาเอกบังคับ และในชั้นปีที่ 4 การวางแผนธุรกิจ และเตรียมความพร้อมการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ

ข้อจำกัดในเรื่องจำนวนผู้เรียนที่สามารถรับเข้าเรียน คุณสมบัติ หรือข้อจำกัดอื่นๆ : ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องภาษาอังกฤษ เพราะนักศึกษาที่มีพื้นฐานความสามารถทางภาษาต่างประเทศไม่เท่ากัน ในขณะที่มหาวิทยาลัยที่อยู่ต่างจังหวัดจะมีนักศึกษามาสมัครเรียนน้อยเพราะ ธุรกิจของครอบครัวเป็นเกษตรกร ซึ่งมักจะเลือกเรียนสาขาการจัดการ มากกว่าจะมาเรียนสาขาการเป็นผู้ประกอบการ ส่วนมหาวิทยาลัยทั้งของรัฐและเอกชนไม่มีข้อจำกัดในเรื่องจำนวนผู้เรียนที่สามารถรับเข้าเรียน

กลยุทธ์การสอน/กิจกรรมในการพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา : กลยุทธ์การสอน/กิจกรรมแตกต่างกันไปตามปริบทและความพร้อมของแต่ละมหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่ได้แก่ การประกวดแผนธุรกิจ เสนอแนวคิดธุรกิจที่น่าสนใจ (Pitch ideas) หรือกิจกรรมต่างๆ ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัย เช่น โครงการฝึกงานการทดลองจำหน่ายสินค้า

กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม/จริยธรรมให้กับนิสิตนักศึกษา : ส่วนใหญ่สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน แต่มี 3 แห่งที่บังคับให้เรียนวิชาจริยธรรมทางธุรกิจ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

หลักสูตรมีการวัดและประเมินผลทักษะและพัฒนาการเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการในตัวผู้เรียน : 1.การทดสอบองค์ความรู้และทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ด้วยแบบทดสอบองค์ความรู้ในรายวิชา ต้องผ่านเกณฑ์การประเมินไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 (หรือได้เกรดไม่น้อยกว่า C) 2.ส่งเสริมให้นิสิต นักศึกษาได้มีโอกาสจัดกิจกรรมทางด้านธุรกิจและฝึกดำเนินงานทางด้านธุรกิจตามรายวิชาในหลักสูตร และ3.ในกรณีที่นักศึกษาจะต้องออกไปฝึกงานในโครงการต่างๆ อาทิ โครงการสหกิจศึกษา จะมีการประเมินจากบริษัทผู้ประกอบการที่นักศึกษาไปฝึกงาน

สรุปผล จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตร ผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศจำนวน 8 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ดังนี้

1) มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีจุดเด่นคือมีหลักสูตรเฉพาะ ด้านการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการที่เปิดสอนมากกว่า 10 ปีขึ้นไป รายวิชาส่วนใหญ่จะมาจาก 3 ภาควิชาคือภาควิชาพาณิชยศาสตร์ ภาควิชาการธนาคารและการเงิน และภาควิชาการตลาด อยู่ในใต้ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี แต่มีจุดด้อยคือจำนวนนักศึกษาที่รับต่อปีเพียง 5 คนเท่านั้น

2) มหาวิทยาลัยราชภัฏ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา มีจุดเด่นคือมุ่งเน้นการ ตอบสนองผู้เรียนใน สังคม/ชุมชนที่ตั้งของมหาวิทยาลัยและค่าเล่าเรียนถูก ส่วนใหญ่เปิดสอนมานาน ระหว่าง 7-11 ปี จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปีส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 50-60 คน เน้นการจัดสหกิจศึกษา เพื่อสร้างประสบการณ์ทำงานจริงให้นักศึกษารายวิชาส่วนใหญ่มาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มีจุดด้อยคือมีนักศึกษามาสมัครเรียนน้อยเพราะนักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ต่างจังหวัดที่เป็นจังหวัดเล็กๆ ธุรกิจของครอบครัวเป็นเกษตรกร ซึ่งมักจะเลือกเรียนสาขาการจัดการ หรือสาขาอื่นๆ มากกว่าจะมา เรียนสาขาการเป็นผู้ประกอบการ

3) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีจุดเด่น คือมุ่งเน้นการตอบสนองผู้เรียนในสังคม/ชุมชนที่ตั้งของมหาวิทยาลัยและค่าเล่าเรียนถูก มีจุดด้อยคือ นักศึกษามาสมัครเรียนน้อยเพราะนักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ต่างจังหวัดที่เป็นจังหวัดเล็กๆ ธุรกิจของ ครอบครัวเป็นเกษตรกร ซึ่งมักจะเลือกเรียนสาขาการจัดการ หรือสาขาอื่นๆ มากกว่าจะมาเรียน สาขาการเป็นผู้ประกอบการ

4) มหาวิทยาลัยเอกชน ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จุดเด่นคือ จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี ระหว่าง 100-125 คนและมีนักศึกษามาสมัครเรียนมากกว่าจำนวนที่ เปิดรับ มีจุดด้อยคือค่าใช้จ่ายในการเรียนค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยประเภทในกำกับของรัฐ/ มหาวิทยาลัยราชภัฏ/มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

1.1.2 ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ

ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศแบ่งเป็น 2 แหล่งที่มา ได้แก่

1) ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศจากการวิเคราะห์ เอกสาร

ผลวิเคราะห์จากการวิเคราะห์เอกสาร และการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับหลักสูตร ผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศจาก 11 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และมหาวิทยาลัยนเรศวร ดังแสดงในตารางที่
4.3



ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | ชื่อหลักสูตร (ภาษาไทย) | ชื่อหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ) | ชื่อปริญญา และสาขาวิชา (ภาษาไทย) | ชื่อปริญญาและ สาขาวิชา (ภาษาอังกฤษ) | คณะ/ หน่วยงานที่ รับผิดชอบ | จำนวน หน่วยกิต | รูปแบบของ หลักสูตร | ภาษาที่ใช้ | ปีที่เปิดสอน |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------|-----------------------|------------|-----------------------------------|
| จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | หลักสูตรวิทยาศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิชา ธุรกิจเทคโนโลยีและการ จัดการนวัตกรรม (สห สาขาวิชา) | Master of Science Program in Technopreneurshi p and Innovation Management | วิทยาศาสตร มหาบัณฑิต (วท.ม.) | Master of Science (M.Sc.) | บัณฑิตวิทยาลัย* | 42 หน่วยกิต | หลักสูตร 2 ปี | ภาษาไทย | 12 ปี (พ.ศ.2550 - ปัจจุบัน) |
| มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตสาขาวิชาการ ประกอบการ (หลักสูตร สองภาษา) | Master of Business Administration Program in Entrepreneurship (Bilingual Program) | บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (การ ประกอบการ) | Master of Business Administration (Entrepreneurship) | คณะบริหารธุรกิจ | 42 หน่วยกิต | หลักสูตร 2 ปี | ภาษาไทย | 4 ปี (พ.ศ.2557 - ปัจจุบัน) |
| มหาวิทยาลัย มทิดล | หลักสูตรภาวะ ผู้ประกอบการและ นวัตกรรม | Master of Entrepreneurship and Innovation | การจัดการ มหาบัณฑิต (วิชาเอกภาวะ ผู้ประกอบการและ นวัตกรรม) | Master of Management (Entrepreneurship) | วิทยาลัยการจัดการ | 45 หน่วยกิต | | ภาษาไทย | 3 ปี (พ.ศ.2558 - ปัจจุบัน) |
| มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระ จอมเกล้าธนบุรี | หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการสำหรับการ เป็นผู้ประกอบการ | Master of Business Administration (Entrepreneurship Management) | บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (การ จัดการสำหรับการ เป็นผู้ประกอบการ) | Master of Business Administration (Entrepreneurship Management) | บัณฑิตวิทยาลัยการ จัดการและ นวัตกรรม | 36 หน่วยกิต | หลักสูตร 18 เดือน | ภาษาไทย | 3 ปี (พ.ศ.2558 - ปัจจุบัน) |
| มหาวิทยาลัย ขอนแก่น | หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชา การเป็นผู้ประกอบการ และนวัตกรรม | Master of Business Administration Program in Entrepreneurship and Innovation | บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (การ เป็นผู้ประกอบการ และนวัตกรรม) | Master of Business Administration (Entrepreneurship and Innovation) | คณะบริหารธุรกิจ | 39 หน่วยกิต | หลักสูตร 2 ปี | ภาษาไทย | 3 ปี (พ.ศ.2558 - ปัจจุบัน) |

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | ชื่อหลักสูตร (ภาษาไทย) | ชื่อหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ) | ชื่อปริญญา และสาขาวิชา (ภาษาไทย) | ชื่อปริญญาและ สาขาวิชา (ภาษาอังกฤษ) | คณะ/ หน่วยงานที่ รับผิดชอบ | จำนวน หน่วยกิต | รูปแบบของ หลักสูตร | ภาษาที่ใช้ | ปีที่เปิดสอน |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------|------------|----------------------------------|
| มหาวิทยาลัย รังสิต | หลักสูตรการจัดการ มหาบัณฑิต สาขาวิชา การเป็นผู้ประกอบการ | Master of Management Program in Entrepreneurship : M.M. (Entrepreneurship) | การจัดการ มหาบัณฑิต (การ เป็นผู้ประกอบการ) | Master of Management (Entrepreneurship) | คณะบริหารธุรกิจ | 36 หน่วยกิต | หลักสูตร 2 ปี | ภาษาไทย | 7 ปี (พ.ศ.2556 - ปัจจุบัน) |
| มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | หลักสูตรการจัดการ มหาบัณฑิต สาขาวิชา การเป็นผู้ประกอบการ | Master of Management in Entrepreneurship (M.M.E) | การจัดการ มหาบัณฑิต (สาขาวิชาความเป็น ผู้ประกอบการ) | Master of Management (Entrepreneurship) | คณะกรรมการสร้าง เจ้าของธุรกิจและ การบริหารกิจการ | 42 หน่วยกิต | หลักสูตร 2 ปี | ภาษาไทย | 8 ปี (พ.ศ.2555 - ปัจจุบัน) |
| สถาบัน เทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น | หลักสูตรบริหารธุรกิจ การวางแผนและการ จัดการเชิงกลยุทธ์ สาขา การเป็นผู้ประกอบการ | Master of Business Administration Program in Strategic Planning and Management for Entrepreneur | บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (การ วางแผนและการ จัดการเชิงกลยุทธ์ สำหรับ ผู้ประกอบการ) | Master of Business Administration (Strategic Planning and Management for Entrepreneur) | คณะบริหารธุรกิจ | 39 หน่วยกิต | หลักสูตร 2 ปี | ภาษาไทย | 7 ปี (พ.ศ.2555 - ปัจจุบัน) |
| มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุดรดิต์ | หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขา ผู้ประกอบการ | Master of Business Administration (Entrepreneurship) | บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (สาขา ผู้ประกอบการ) | Master of Business Administration (Entrepreneurship) | คณะวิทยาการ จัดการ | 39 หน่วยกิต | หลักสูตร 2 ปี | ภาษาไทย | 7 ปี (พ.ศ.2556 - ปัจจุบัน) |
| มหาวิทยาลัย รามคำแหง | หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สำหรับ ผู้ประกอบการยุคใหม่ | M.B.A. for Modern Entrepreneurs | บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (การ เป็นผู้ประกอบการ ยุคใหม่) | Master of Business Administration (Modern Entrepreneurs) | คณะบริหารธุรกิจ | 39 หน่วยกิต | หลักสูตร 2 ปี | ภาษาไทย | ปีการศึกษา 2561 |

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | ชื่อหลักสูตร (ภาษาไทย) | ชื่อหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ) | ชื่อปริญญา และสาขาวิชา (ภาษาไทย) | ชื่อปริญญาและ สาขาวิชา (ภาษาอังกฤษ) | คณะ/ หน่วยงานที่ รับผิดชอบ | จำนวน หน่วยกิต | รูปแบบของ หลักสูตร | ภาษาที่ใช้ | ปีที่เปิดสอน |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| มหาวิทยาลัย นเรศวร | หลักสูตรวิทยาศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิชา เทคโนโลยีผู้ประกอบการ และการจัดการนวัตกรรม | Master of Science Program in Entrepreneur Technology and Innovation Management | วิทยาศาสตร มหาบัณฑิต (เทคโนโลยี ผู้ประกอบการและ การจัดการนวัตกรรม) | Master of Science (Entrepreneur Technology and Innovation Management) | บัณฑิตวิทยาลัย** | 36 หน่วยกิต | หลักสูตร 2 ปี | ภาษาไทย | ปีการศึกษา 2561 |
| สรุป | -เป็นหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จำนวน 6 แห่ง -เป็น หลักสูตรการ จัดการมหาบัณฑิต จำนวน 3 แห่ง -เป็น หลักสูตรวิทยา ศาสตร์มหาบัณฑิต จำนวน 2 แห่ง และ -เป็น หลักสูตรภาวะ ผู้ประกอบการและ นวัตกรรม จำนวน 1 แห่ง | -ใช้ชื่อเป็น Master of Business Administration จำนวน 6 แห่ง -ใช้ชื่อเป็น เป็น Master of Management Program จำนวน 3 แห่ง -ใช้ชื่อเป็น เป็น Master of Science Program จำนวน 2 แห่ง | -ใช้ชื่อเป็น บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต จำนวน 6 แห่ง -ใช้ชื่อเป็น การ จัดการมหาบัณฑิต จำนวน 3 แห่ง ใช้ชื่อเป็น วิทยา ศาสตร์มหาบัณฑิต จำนวน 2 แห่ง | -ใช้ชื่อเป็น Master of Business Administration จำนวน 6 แห่ง -ใช้ชื่อเป็น Master of Management จำนวน 3 แห่ง -ใช้ชื่อเป็น Master of Science จำนวน 2 แห่ง | ส่วนใหญ่ภายใต้ คณะบริหารธุรกิจ/ คณะ/วิทยาลัยการ จัดการ/ คณะการ สร้างเจ้าของธุรกิจฯ จำนวน 8 แห่ง -ภายใต้บัณฑิต วิทยาลัยและคณะที่ เกี่ยวข้อง จำนวน 3 แห่ง | -36 หน่วยกิต จำนวน 3 แห่ง -39 หน่วยกิต จำนวน 4 แห่ง -42 หน่วยกิต จำนวน 3 แห่ง -45 หน่วยกิต จำนวน 1 แห่ง | -ส่วนใหญ่เป็น หลักสูตร 2 ปี จำนวน 10 แห่ง -หลักสูตร 18 เดือน จำนวน 1 แห่ง | ทุกแห่งใช้ ภาษาไทยใน การเรียนการ สอน | -เปิดสอน มากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 5 แห่ง - เปิดสอน น้อย กว่า 6 ปี จำนวน 6 แห่ง |

บัณฑิตวิทยาลัย* คณะวิทยาศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี คณะนิติศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะสัตวแพทยศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย** คณะวิทยาศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร วิทยาลัยประชาคมอาเซียนศึกษา

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศพบว่า

ชื่อหลักสูตร(ภาษาไทย):

ส่วนใหญ่เป็นหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ เป็นหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยนเรศวร และเป็นหลักสูตรภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม จำนวน 1 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยมหิดล

ชื่อหลักสูตร(ภาษาอังกฤษ) :

ส่วนใหญ่ใช้ชื่อเป็น Master of Business Administration จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ใช้ชื่อเป็น Master of Management Program จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยกรุงเทพและมหาวิทยาลัยมหิดล และใช้ชื่อเป็น Master of Science Program จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยนเรศวร

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา(ภาษาไทย)

ส่วนใหญ่ใช้ชื่อเป็น บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ใช้ชื่อเป็น การจัดการมหาบัณฑิต จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยมหิดล และใช้ชื่อเป็น วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยนเรศวร

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา(ภาษาอังกฤษ)

ส่วนใหญ่ใช้ชื่อเป็น Master of Business Administration จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ใช้ชื่อเป็น Master of Management จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยมหิดล และใช้ชื่อเป็น Master of Science จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะ/หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ภายใต้คณะบริหารธุรกิจคณะ/วิทยาลัยการจัดการ/คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจฯ จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยรังสิต สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น และมหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

มหาวิทยาลัยมหิดล ภายใต้บัณฑิตวิทยาลัยและคณะที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยนเรศวร

จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร :

จำนวน 36 หน่วยกิต จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 39 หน่วยกิต จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ และมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 42 หน่วยกิต จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยกรุงเทพและจำนวน 45 หน่วยกิต จำนวน 1 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยมหิดล

รูปแบบของหลักสูตร :

ส่วนใหญ่เป็นหลักสูตร 2 ปี จำนวน 10 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยนเรศวรและมหาวิทยาลัยรามคำแหง และหลักสูตร18 เดือน จำนวน 1 แห่งคือ มหาวิทยาลัยมหิดล

ภาษาที่ใช้: ทุกแห่งใช้ภาษาไทยในการเรียนการสอน

ปีที่เปิดสอน:

เปิดสอนมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ และเปิดสอนน้อยกว่า 6 ปี จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยมหิดล และมหาวิทยาลัยนเรศวร

สรุปผล จากการวิเคราะห์เอกสารและการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวกับหลักสูตร ผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ จาก 11 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และมหาวิทยาลัยนเรศวร ดังนี้

ชื่อหลักสูตร (ภาษาไทย): ส่วนใหญ่เป็นหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จำนวน 6 แห่ง เป็นหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต จำนวน 3 แห่ง เป็นหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต จำนวน 2 แห่ง และเป็นหลักสูตรภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม จำนวน1 แห่ง

ชื่อหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ): ส่วนใหญ่ใช้ชื่อเป็น Master of Business Administration จำนวน6 แห่ง ใช้ชื่อเป็น เป็น Master of Management Program จำนวน 3 แห่ง และใช้ชื่อเป็น Master of Science Program จำนวน 2 แห่ง

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาไทย) ส่วนใหญ่ใช้ชื่อเป็น บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จำนวน 6 แห่ง ใช้ชื่อเป็น การจัดการมหาบัณฑิต จำนวน 3 แห่ง และใช้ชื่อเป็น วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต จำนวน 2 แห่ง

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาอังกฤษ) ส่วนใหญ่ใช้ชื่อเป็น Master of Business Administration จำนวน 6 แห่ง ใช้ชื่อเป็น Master of Management จำนวน 3 แห่ง และใช้ชื่อเป็น Master of Science จำนวน 2 แห่ง

คณะ/หน่วยงานที่รับผิดชอบ ภายใต้คณะบริหารธุรกิจคณะ/วิทยาลัยการจัดการ/ คณะการ
สร้างเจ้าของธุรกิจฯ จำนวน 8 แห่ง และภายใต้บัณฑิตวิทยาลัยและคณะที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 แห่ง

จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตร : อยู่ระหว่าง 36-45 หน่วยกิต โดยมีจำนวน 36
หน่วยกิต จำนวน 3 แห่ง จำนวน 39 หน่วยกิต จำนวน 4 แห่ง จำนวน 42 หน่วยกิต จำนวน 3 แห่ง
และจำนวน 45 หน่วยกิต จำนวน 1 แห่ง

รูปแบบของหลักสูตร: ส่วนใหญ่เป็นหลักสูตร 2 ปี จำนวน 10 แห่ง และหลักสูตร 18 เดือน
จำนวน 1 แห่ง

ภาษาที่ใช้: ทุกแห่งใช้ภาษาไทยในการเรียนการสอน

ปีที่เปิดสอน: เปิดสอนมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 5 แห่ง และเปิดสอนน้อยกว่า 6 ปี จำนวน
6 แห่ง

2) ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศจากการสัมภาษณ์

ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตร
ผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ จำนวน 9 คน จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิตและมหาวิทยาลัย
ราชภัฏอุดรดิตถ์ ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุดลาดงกรณี มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย ขอนแก่น | มหาวิทยาลัย มทิดล | มหาวิทยาลัย นครสวรรค์ | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระ จอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ | มหาวิทยาลัย รังสิต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏ อุตรดิตถ์ | สรุป |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ปริญญา | สร้างบุคลากรให้ มีความรู้เชิง บูรณาการและ สามารถนำไป ประยุกต์ใช้ใน การพัฒนา นวัตกรรม และ เทคโนโลยีไปสู่ ตลาดเพื่อการ พาณิชย์ | ผลิตมหาบัณฑิต ให้เป็นผู้ที่มี ความรู้ในการ เป็นผู้ประกอบการ มีความคิด สร้างสรรค์ มี ธรรมาภิบาล และจริยธรรม ทางธุรกิจ สร้าง ธุรกิจใหม่มีความ สามารถในการ แข่งขัน | สร้างสังคมผู้ ประกอบการ ธุรกิจนวัตกรรม และระบบนิเวศน์ เพื่อการเรียนรู้ สำหรับ พัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการ | ผลิตบัณฑิตที่มี ความเป็น ผู้ประกอบการ มีอาชีพที่ สามารถนำ ความรู้ไป ประยุกต์ในการ ดำเนินธุรกิจได้ | พัฒนาผู้ ประกอบการ ใหม่มีความเป็น มืออาชีพ ด้วย การบูรณาการ ศาสตร์ด้าน วิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีเข้ากับ การจัดการ สร้าง ผู้ประกอบการ รุ่นใหม่ที่มีความ รายใหม่ที่มี ความรู้ความ สามารถในการ บริหารธุรกิจที่ ทันสมัยและ ความสามารถใน การแข่งขัน | เน้นการเรียนรู้ จากสถาน การณ์จริงใน การค้าเน้น ธุรกิจสอดคล้อง ยุทธศาสตร์ เพื่อ สร้าง ผู้ประกอบการ ที่มีความ รับผิดชอบต่อ สังคม | ผลิตบัณฑิตที่มี คุณภาพด้วยระบบ การเรียนการสอน เชิงบูรณาการที่ มุ่งเน้นการสร้าง องค์ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ การเป็นเจ้าของ ธุรกิจ มุ่งเน้นความ เป็นสากล ความมี คุณธรรมและ จริยธรรมทางธุรกิจ | ผลิตบัณฑิตให้มี ความรู้ความ สามารถในการ จัดการธุรกิจ ทักษะทันสมัย มีจรรยาบรรณ ความคิด สร้างสรรค์ นำนวัตกรรม ใหม่ๆ มาใช้ในการ จัดการธุรกิจได้อย่าง มีประสิทธิภาพ | ผลิตบัณฑิตให้มี ความรู้เชิงบูรณาการ ความสามารถด้าน การจัดการ มี คุณธรรมและ จริยธรรมในการเป็น ผู้ประกอบการ ผู้ประกอบ ความคิดสร้างสรรค์ ในการนำนวัตกรรม ใหม่ๆ มาใช้ในการ จัดการธุรกิจได้อย่าง มีประสิทธิภาพ | ผลิตบัณฑิตให้มี ความรู้เชิงบูรณาการ ความสามารถด้าน การจัดการ มี คุณธรรมและ จริยธรรมในการเป็น ผู้ประกอบการ ผู้ประกอบ ความคิดสร้างสรรค์ ในการนำนวัตกรรม ใหม่ๆ มาใช้ในการ จัดการธุรกิจได้อย่าง มีประสิทธิภาพ |

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย ขอนแก่น | มหาวิทยาลัย มทิดล | มหาวิทยาลัย นครสวรรค์ | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระ จอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย รังสิต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏ อุตรดิตถ์ | สรุป |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ที่มา เหตุผล และความ สำคัญของ หลักสูตร | เพื่อผลิต มหาบัณฑิตที่มี ความรู้และมี ศักยภาพในการ วิจัย ความรู้ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ขั้นสูง และ เชื่อมโยงผลงาน การประดิษฐ์ คิดค้นจนเป็น นวัตกรรมและ บริหารจัดการ ให้เกิดประโยชน์ เชิงธุรกิจ | เพื่อพัฒนา บัณฑิตทุก สาขาวิชาให้เป็น ผู้ประกอบการ ธุรกิจ มีจิต วิญญาณความ เป็นผู้ประกอบ การสามารถ พัฒนาธุรกิจไปสู่ การเป็นธุรกิจ ระดับสากล | เพื่อพัฒนาระบบ ความคิดทาง ธุรกิจที่ใช้เหตุผล การสร้างมุมมอง ใหม่ให้กับธุรกิจ ด้วยความคิด สร้างสรรค์และ นวัตกรรมและ ทักษะในการ จัดการธุรกิจที่ จำเป็น สามารถ ตอบสนองต่อการ เปลี่ยนแปลงของ สังคมและ สิ่งแวดล้อมของโลก | พัฒนาหลักสูตร ให้สอดคล้องกับ ความต้องการ และการบริการ จัดการเชิงพื้นที่ สอดคล้องกับ แผนพัฒนา เศรษฐกิจ และ สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 นโยบายไทย แลนด์ 4.0 และ แผนกลยุทธ์ สำนักงาน คณะกรรมการ การอุดมศึกษา (สกอ.) พ.ศ. 2558-2561 | เพื่อพัฒนา ความรู้ด้านการ บริหารจัดการ ธุรกิจ ให้แก่ผู้ที่มี ความต้องการ เป็น ผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มพูน ความรู้และ แลกเปลี่ยน ประสบการณ์ การทำงาน และ นำความรู้ไป ประยุกต์ใช้ใน การทำงาน | เพื่ออบรมเฉพาะ ชั้น ผู้ประกอบการ รุ่นใหม่ ให้มี ความรู้ พัฒนา ทักษะและ ความสามารถ ในการ ประกอบ กิจการต่างๆ พร้อมทั้ง ปลูกฝังความ รับผิดชอบต่อ สังคมยุค Thailand 4.0 | มุ่งเน้นการเรียน การสอนที่เป็น ระบบและเชิง บูรณาการที่เน้น การลงมือปฏิบัติ จริง จะช่วยพัฒนา องค์ความรู้ ทักษะ และ ประสบการณ์ ธุรกิจจริงให้เกิดขึ้น สามารถเป็น นายจ้างตนเอง | สร้างบุคลากร ภาคธุรกิจ ให้มี ความรู้และ ทักษะในการ ดำเนินธุรกิจ วิเคราะห์ สถานการณ์ ธุรกิจแบบองค์ รวม | เพื่อเป็นแหล่ง ความรู้ในด้าน การบริหารการ เป็นผู้ประกอบ การ โดยเฉพาะ ความรู้ที่จำเป็น ในการเป็น ผู้ประกอบการ ได้ศึกษาเพื่อ เพิ่มพูนความรู้ นำไปประยุกต์ ใช้ในการ ทำงานได้ | เพื่อผลิตและสร้าง ผู้ประกอบการให้มี องค์ความรู้ทักษะ และสามารถนำไป ประยุกต์ใช้ในการ ดำเนินธุรกิจได้ |
| วัตถุประสงค์ ของหลักสูตร | ผลิตบัณฑิต ที่มีความรู้ ทักษะในการ เป็นผู้ประกอบ การและบูรณา การองค์ความรู้ การองค์ความรู้ | เพื่อไม่มีความรู้ การเป็น ผู้ประกอบการ และนวัตกรรม สามารถ ประยุกต์ใช้ | เรียนรู้เกี่ยวกับ ความเป็นผู้ ประกอบการ การสร้างแรง บันดาลใจในการ เริ่มต้นธุรกิจ | มีทักษะการคิด เชิงผู้ประกอบการ การสามารถ เชื่อมโยงองค์ ความรู้ความคิด สร้างสรรค์สู่การ | ผลิตบัณฑิตที่มี ความรู้ความ สามารถในการ บริหารธุรกิจและ มีศักยภาพใน การเป็น | 1.สร้างความ เป็น ผู้ประกอบการ ให้กับนักศึกษา 2.เพื่อการบ่ม เพาะและ | 1. เพื่อให้นักศึกษา ได้รับองค์ความรู้ การเป็น ผู้ประกอบการ ด้วย การบูรณาการองค์ ความรู้สู่การลงมือ | 1. เพื่อผลิตผู้ ประกอบการ 2. เพื่อพัฒนา ศักยภาพของ ผู้ประกอบการ ที่แข่งขันได้ | มีความรู้ความ เชี่ยวชาญด้าน การเป็น ผู้ประกอบการ ที่สามารถ บูรณาการองค์ | ผลิตมหาบัณฑิตให้มี ศักยภาพในการเป็น ผู้ประกอบการใหม่ มี ความรู้ความเชี่ยวชาญ ด้านการเป็น ผู้ประกอบการ สามารถ |

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย ขอนแก่น | มหาวิทยาลัย มทิดล | มหาวิทยาลัย นเรศวร | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระ จอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย รังสิต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏ อุตรดิตถ์ | สรุป |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| สหศาสตร์ด้าน ธุรกิจเทคโนโลยี และการจัดการ นวัตกรรม และ สามารถสร้าง องค์ความรู้ใหม่ และนำไปใช้ได้ เกิดประโยชน์ โดยการต่อยอด เชิงธุรกิจ | ความรู้ ก่อให้เกิดการ พัฒนานวัตกรรม ใหม่หรือวิธี ปฏิบัติงานใหม่ๆ ในสาขาวิชาการ เป็นผู้ประกอบ การและ นวัตกรรม | พัฒนาแนวคิด ธุรกิจที่อาศัย นวัตกรรมและ เทคโนโลยีมาใช้ ในการสร้างธุรกิจ และพัฒนาทักษะ ที่จำเป็นต่อการ จัดการธุรกิจใหม่ | สร้างมูลค่าเพิ่ม การจัดการ เทคโนโลยี และ นวัตกรรมไปสู่ การพัฒนา เศรษฐกิจ และ สังคม | ผู้ประกอบการ ใหม่ เพิ่ม ทางเลือกในการ ประกอบอาชีพ เช่น ผู้ประกอบการ เทคโนโลยีและ นวัตกรรม 2.ยกระดับ ความเข้มแข็ง และความ สามารถในการ แข่งขันแก่ธุรกิจ กับ ผู้ประกอบการ เดิม 3. ส่งเสริมให้เกิด ความร่วมมือ ระหว่างภาคการ ศึกษาและภาค อุตสาหกรรม | เรียนรู้การเป็น ผู้ประกอบการ รุ่นใหม่ | ทำธุรกิจจริงเพื่อ ได้รับทักษะและ ประสบการณ์การ ทำธุรกิจจริง 2. มีความรู้ ความสามารภใน การเป็นเจ้าของ ธุรกิจสามารถนำ ไปดำเนินธุรกิจได้ 3. เพื่อให้เกิดการ พัฒนาสาขาวิชา ด้านการเป็น เจ้าของธุรกิจ | ผลิตผลงาน ทางวิชาการ พัฒนาองค์ ความรู้การเป็น ผู้ประกอบการ 4. เพื่อให้ บริการวิชาการ แก่หน่วยงาน ชุมชน/สังคม ธุรกิจ | ความรู้ประยุกต์ ความรู้และ ทักษะในการ แก้ไขปัญหาเพื่อ ส่งเสริมสร้าง ความเข้มแข็ง ทางธุรกิจและ มีจริยธรรมทาง ธุรกิจ | ความรู้ประยุกต์ ความรู้และ ทักษะในการ แก้ไขปัญหาเพื่อ ส่งเสริมสร้าง ความเข้มแข็ง ทางธุรกิจและ มีจริยธรรมทาง ธุรกิจ | ความรู้ประยุกต์ความรู้ และทักษะในการแก้ไข ปัญหาตาม สถานการณ์ที่ เปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ได้ |

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย ขอนแก่น | มหาวิทยาลัย มทิดล | มหาวิทยาลัย นครสวรรค์ | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระ จอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย รังสิต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏ อุตรดิตถ์ | สรุป |
|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| จำนวนปีที่ เปิดสอน | 14 ปี (พ.ศ.2549 - ปัจจุบัน) | 3 ปี (พ.ศ.2558 - ปัจจุบัน) | 3 ปี (พ.ศ.2558 - ปัจจุบัน) | เพิ่งเปิดรับสมัคร เป็นปีแรก 2561 | 3 ปี (พ.ศ.2558 - ปัจจุบัน) | 4 ปี (พ.ศ.2557 - ปัจจุบัน) | 8 ปี (พ.ศ.2555 - ปัจจุบัน) | 7 ปี (พ.ศ.2556 - ปัจจุบัน) | 7 ปี (พ.ศ.2556 -ปัจจุบัน) | เปิดสอนน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 5 แห่ง เปิด สอนมากกว่า 5-10 ปี จำนวน 3 แห่ง เปิด สอนมากกว่า 10 ปีขึ้นไป จำนวน 1 แห่ง |
| จำนวน นักศึกษาที่รับ ต่อปี | 40 คน | 30 คน | 30 คน | 60 คน | 10 คน | 50 คน | 30 คน | 20 คน | 40 คน | น้อยกว่า 20 คน 2 แห่ง 21-40 คน จำนวน 5 แห่ง 41-50 คน จำนวน 1 แห่ง และ มากกว่า 50 คนขึ้นไป จำนวน 1 แห่ง |
| เปิดโอกาสให้ นักศึกษาต่าง คณะสามารถ เรียน | เป็นวิชาเลือกได้ | เป็นวิชาเลือกได้ | เป็นวิชาเลือกได้ | เป็นวิชาเลือกได้ | เป็นวิชาเลือกได้ | เป็นวิชาเลือกได้ | เป็นวิชาเลือกได้ | เป็นวิชาเลือกได้ | เป็นวิชาเลือกได้ | ทุกมหาวิทยาลัยเปิด โอกาสให้นักศึกษาต่าง คณะสามารถเลือก เรียนเป็นวิชาเลือกได้ |
| วิชาแกน/ วิชาบังคับ | 1. การสังเคราะห์ นวัตกรรม 1 2. การสังเคราะห์ นวัตกรรม 2 3. พานิชยกรรม เทคโนโลยี 4. สัมมนาวิทยา เชิงสร้างสรรค์ | 1. การจัดการ เทคโนโลยี สารสนเทศ 2. เศรษฐกิจไทยใน บริบทโลก 3. กลยุทธ์ การตลาด 4. การเงินธุรกิจ | 1. การเป็น ผู้ประกอบการ 2. การสร้างสรรค์ และการพัฒนา นวัตกรรมทาง ธุรกิจ 3. เศรษฐศาสตร์ สำหรับบริการเป็น | 1. การเป็น ผู้ประกอบการ และการจัดการ ธุรกิจ 2. นวัตกรรมและ การออกแบบ ธุรกิจ 3. การพัฒนา | 1. การบริหาร จัดการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ 2. การสร้างธุรกิจ ใหม่ของผู้ ประกอบการ 3. สัมมนาความคิด สร้างสรรค์ และ | 1. ทัศนคติและการ ปฏิบัติของการ ประกอบธุรกิจ 2. การตลาดของผู้ ประกอบการ 3. การเงินและ การระดมทุน ของ | 1. การฝึกปฏิบัติ วิชาชีพ 1 : ความคิด สร้างสรรค์ของ ผู้ประกอบการและ การสร้างความคิด 2. การพัฒนาโอกาส ผู้ประกอบการ 3. ผู้ประกอบการใน | 1. ภาษาอังกฤษ สำหรับ บัณฑิตศึกษา 2. การจัดการและ พฤติกรรม องค์กร 3. การเงินและ การบัญชีสำหรับ | 1. วิทยาวินิจฉัย ธุรกิจ 2. สัมมนาการ จัดการธุรกิจ สมัยใหม่ 3. การบัญชีเพื่อ การจัดการขั้นสูง 4. การจัดการทาง และการตลาด | วิชาแกน (Core subjects)/วิชาบังคับ (Mandatory subjects) วิชาที่ไม่สอนใน มหาวิทยาลัยทั้งหมด 9 แห่ง ได้แก่ การเงิน และการตลาด |

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย ขอนแก่น | มหาวิทยาลัย มทิดล | มหาวิทยาลัย นครสวรรค์ | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระ จอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย รังสิต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏ อุตรดิตถ์ | สรุป |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| มหาวิทยาลัย | 5.การวางแผน และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ 6.การเป็น ผู้ประกอบการ และสร้างธุรกิจ ใหม่ 7.การจัดการ เชิงกลยุทธ์ 8.ความเป็นผู้นำ และการบริหาร การเปลี่ยนแปลง 9.พื้นฐานการ จัดการด้าน การเงิน 10.การจัดการ ด้านการตลาด | ผู้ประกอบการ 4.การบัญชี การเงินเพื่อการ ตัดสินใจทางการ ธุรกิจ 5.การตลาดเชิง นวัตกรรม 6.การสร้าง เสถียรภาพการ ได้เปรียบในการ แข่งขัน 7.สัมมนาปัญหา ปัจจุบันทางการ เป็น ผู้ประกอบการ และนวัตกรรม | 5.การจัดทำร่วม สมัย 6.การวิจัยทาง ธุรกิจ 7.โมเดลธุรกิจและ การพัฒนากลยุทธ์ 8.การจัดการ นวัตกรรม 9.การจัดตั้งธุรกิจ ใหม่ | ลูกค้าและการ สื่อสาร 4.การประเมิน นวัตกรรมและ ธุรกิจ 5.การจัดการ เทคโนโลยี และ ทรัพย์สินทาง ปัญญา 6.การตลาด ดิจิทัล | นวัตกรรม 4.การเงินสำหรับ การเป็น ผู้ประกอบการ 5.กลยุทธ์การ จัดการตลาด 6.การจัดการ เชิงกลยุทธ์และ การควบคุมธุรกิจ 7.ภาวะผู้นำ ผู้ประกอบการ และการจัดการ ทรัพยากรบุคคล 8.การวิเคราะห์ ธุรกิจเชิงลึก เพื่อ การตัดสินใจ 9.การจัดการใช้ อุปทาน | ผู้ประกอบการ 4.การจัดการ การดำเนินงาน สำหรับ ผู้ประกอบการ 5.กลยุทธ์การ จัดการของ ผู้ประกอบการ 6.การ ประกอบการใน องค์กร 1.การปฏิบัติการ สำหรับ ผู้ประกอบการ 2.ระเบียบวิธี วิจัยธุรกิจ สำหรับ ผู้ประกอบการ 3.การเริ่มต้น ธุรกิจเชิง นวัตกรรม สร้างธุรกิจ 4.การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ และการสร้าง ตราสินค้าของ ผู้ประกอบการ | ฐานผู้นำและทีม 4.ประกอบกิจการ เพื่อสังคมโดย ออกแบบ 5.การตลาด ผู้ประกอบการในโลก ดิจิทัล 6.การมีปฏิบัติการ วิชาชีพ 2 : การ พัฒนาแผนธุรกิจของ ผู้ประกอบการ 7.การวางแผนธุรกิจ ของผู้ประกอบการ 8.การบัญชีภาคีการ และการเงินสำหรับ ผู้ประกอบการ 9.กลยุทธ์ทางธุรกิจ และการเติบโต 10.เครือข่ายและการ เจรจาต่อรองสำหรับ ผู้ประกอบการ 11.การขายและ กฎเกณฑ์ทางธุรกิจ สำหรับสำหรับ ผู้ประกอบการ 12.การส่งผ่านความ มั่งคั่งไปยังรุ่นต่อไป | ผู้ประกอบการ 4.การเป็น ผู้ประกอบการ 5.วิจัยเชิง ธุรกิจ 6.การจัดการ เชิงกลยุทธ์ 7.การจัดการ การตลาด 8.การจัดการการ ดำเนินงาน | การเงินสมัยใหม่ 5.การจัดการทาง การตลาดร่วม สมัย 6.เศรษฐศาสตร์ เพื่อการจัดการ | วิชาที่มีสอนใน มหาวิทยาลัยทั้ง 7 แห่ง ได้แก่ การ จัดการกลยุทธ์ การ เป็นผู้ประกอบการ และการจัดการ นวัตกรรมและ ทรัพย์สินทางปัญญา วิชาที่มีสอนใน มหาวิทยาลัยทั้ง 6 แห่ง ได้แก่ การเป็น ผู้นำและพฤติกรรมใน องค์กร การบริหารการ ปฏิบัติการ วิชาที่มีสอนใน มหาวิทยาลัยทั้ง 5 แห่ง ได้แก่ เทคโนโลยี และการจัดการ สารสนเทศและสถิติ วิชาที่มีสอนใน มหาวิทยาลัยทั้ง 4 แห่ง คือ บัญชี วิชาที่มีสอนใน มหาวิทยาลัยทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ เศรษฐศาสตร์ วิชาที่มีสอนใน |

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย ขอนแก่น | มหาวิทยาลัย มทิดล | มหาวิทยาลัย นครสวรรค์ | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระ จอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย รังสิต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏ อุตรดิตถ์ | สรุป |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| มหาวิทยาลัย พระจอมเกล้าธนบุรี | 1.การจัดทำ ข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อการตัดสินใจ เทคโนโลยี 3.สร้างระบบ เชิงสร้างสรรค์ 4.การพัฒนา อิเล็กทรอนิกส์ 5.การพัฒนา นวัตกรรมเชิง ธุรกิจสู่ระดับ อาเซียนและ สากล 6.นวัตกรรม เชิงกลยุทธ์ 1 | 1.การตลาดสำหรับ ผู้ประกอบการ 2.ผู้ประกอบการ ขององค์กรและ นวัตกรรม 3.สัมมนา จัดการ 4.ความคิด สร้างสรรค์ทาง ธุรกิจและการคิด เชิงออกแบบ 5.การจัดการทาง การเงินและ เทคโนโลยีสำหรับ ผู้ประกอบการ 6.กลยุทธ์ธุรกิจ และการสร้าง | 1.การจัดทำ ข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อการตัดสินใจ เทคโนโลยี 3.สร้างระบบ เชิงสร้างสรรค์ 4.การพัฒนา อิเล็กทรอนิกส์ 5.การพัฒนา นวัตกรรมเชิง ธุรกิจสู่ระดับ อาเซียนและ สากล 6.นวัตกรรม เชิงกลยุทธ์ 1 | 1.การจัดทำ ข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อการตัดสินใจ เทคโนโลยี 3.สร้างระบบ เชิงสร้างสรรค์ 4.การพัฒนา อิเล็กทรอนิกส์ 5.การพัฒนา นวัตกรรมเชิง ธุรกิจสู่ระดับ อาเซียนและ สากล 6.นวัตกรรม เชิงกลยุทธ์ 1 | 1.การจัดทำ ข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อการตัดสินใจ เทคโนโลยี 3.สร้างระบบ เชิงสร้างสรรค์ 4.การพัฒนา อิเล็กทรอนิกส์ 5.การพัฒนา นวัตกรรมเชิง ธุรกิจสู่ระดับ อาเซียนและ สากล 6.นวัตกรรม เชิงกลยุทธ์ 1 | 1.กลยุทธ์การ เจริญเติบโตทาง ธุรกิจ 2.การจัดทำ ธุรกิจครอบครัว 3.ความเป็นผู้นำ ของผู้ประกอบการ และการจัดการ ทุนมนุษย์ 4.ประสบการณ์ ของผู้ประกอบการ 5.หลักการ จิตวิทยาเพื่อ | 1.เครือข่ายและการ เจรจาต่อรองสำหรับ ผู้ประกอบการ. 2.5การขายและกฎ ทางธุรกิจสำหรับ ผู้ประกอบการ 3.กฎแห่ง ความสำเร็จในธุรกิจ ครอบครัว: กลยุทธ์ การส่งผ่านความมั่ง คั่งไปยังรุ่นต่อไป 4.การสื่อสารทาง ธุรกิจของ ผู้ประกอบการ | 1.การพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ 2.การจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ 3.กฎหมายธุรกิจ 4.สัมมนา เป็นผู้ประกอบการ 5.การจัดการ ธุรกิจระหว่าง ประเทศ 6.การจัดการ ธุรกิจแฟรนไชส์ 7.หัวข้อพิเศษ สำหรับการเป็น ผู้ประกอบการ | 1.การจัดการ และพฤติกรรม องค์กร 2.การจัดการ เชิงกลยุทธ์ 3.การจัดการ ทรัพยากรเชิงกล ยุทธ์ 4.การจัดการ ด้านการผลิต และการ ปฏิบัติการ 5.การจัดการ ธุรกิจระหว่าง ประเทศ 6.การจัดการ ด้าน การผลผลิตและการ ดำเนินงาน 7.ภาษี อากรและกฎหมาย ธุรกิจ | มหาวิทยาลัยทั้ง 2 แห่ง ได้แก่ การ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การจัดตั้งธุรกิจใหม่ และการวางแผนทาง ธุรกิจ วิชาที่มีสอนใน มหาวิทยาลัยทั้ง 1 แห่ง คือ กฎหมาย ธุรกิจ |
| วิชาเลือก (Elective) | 1.การจัดการ ทรัพยากรทาง ปัญญา 2.ทัศนศึกษา นวัตกรรม นานาชาติ 3.ปฏิบัติการ แพคเกจจิ้ง เทคโนโลยี 1 4.ปฏิบัติการ แพคเกจจิ้ง เทคโนโลยี 2 5.นวัตกรรมจาก การสร้างสรรค์ ร่วมระหว่าง สถาบันการศึกษา | 1.ระเบียบวิธีวิจัย ทางธุรกิจ 2.กฎหมายธุรกิจ และสิทธิธรรม ภิบาล 3.การจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ 4.ศิลปะการเจรจา ต่อรอง 5.การจัดการ นำเข้าและส่งออก สินค้าระหว่าง ประเทศ 6.การประเมิน โอกาสทางธุรกิจ และการสร้าง | 1.การตลาดสำหรับ ผู้ประกอบการ 2.ผู้ประกอบการ ขององค์กรและ นวัตกรรม 3.สัมมนา จัดการ 4.ความคิด สร้างสรรค์ทาง ธุรกิจและการคิด เชิงออกแบบ 5.การจัดการทาง การเงินและ เทคโนโลยีสำหรับ ผู้ประกอบการ 6.กลยุทธ์ธุรกิจ และการสร้าง | 1.การจัดทำ ข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อการตัดสินใจ เทคโนโลยี 3.สร้างระบบ เชิงสร้างสรรค์ 4.การพัฒนา อิเล็กทรอนิกส์ 5.การพัฒนา นวัตกรรมเชิง ธุรกิจสู่ระดับ อาเซียนและ สากล 6.นวัตกรรม เชิงกลยุทธ์ 1 | 1.การจัดทำ ข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อการตัดสินใจ เทคโนโลยี 3.สร้างระบบ เชิงสร้างสรรค์ 4.การพัฒนา อิเล็กทรอนิกส์ 5.การพัฒนา นวัตกรรมเชิง ธุรกิจสู่ระดับ อาเซียนและ สากล 6.นวัตกรรม เชิงกลยุทธ์ 1 | 1.กลยุทธ์การ เจริญเติบโตทาง ธุรกิจ 2.การจัดทำ ธุรกิจครอบครัว 3.ความเป็นผู้นำ ของผู้ประกอบการ และการจัดการ ทุนมนุษย์ 4.ประสบการณ์ ของผู้ประกอบการ 5.หลักการ จิตวิทยาเพื่อ | 1.เครือข่ายและการ เจรจาต่อรองสำหรับ ผู้ประกอบการ. 2.5การขายและกฎ ทางธุรกิจสำหรับ ผู้ประกอบการ 3.กฎแห่ง ความสำเร็จในธุรกิจ ครอบครัว: กลยุทธ์ การส่งผ่านความมั่ง คั่งไปยังรุ่นต่อไป 4.การสื่อสารทาง ธุรกิจของ ผู้ประกอบการ | 1.การพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ 2.การจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ 3.กฎหมายธุรกิจ 4.สัมมนา เป็นผู้ประกอบการ 5.การจัดการ ธุรกิจระหว่าง ประเทศ 6.การจัดการ ด้าน การผลผลิตและการ ดำเนินงาน 7.ภาษี อากรและกฎหมาย ธุรกิจ | 1.การจัดการ และพฤติกรรม องค์กร 2.การจัดการ เชิงกลยุทธ์ 3.การจัดการ ทรัพยากรเชิงกล ยุทธ์ 4.การจัดการ ด้านการผลิต และการ ปฏิบัติการ 5.การจัดการ ธุรกิจระหว่าง ประเทศ 6.การจัดการ ด้าน การผลผลิตและการ ดำเนินงาน 7.ภาษี อากรและกฎหมาย ธุรกิจ | วิชาเลือก (Elective) พบว่า รายวิชาที่มีการสอน มาจาก 7 กลุ่มวิชา ได้แก่ 1.นวัตกรรม 2.การ จัดการทางธุรกิจ 3. การตลาด 4.การเงิน 5.การจัดการองค์กร และทรัพยากรมนุษย์ 6.การจัดการด้าน การผลิตและการ ดำเนินงาน 7.ภาษี อากรและกฎหมาย ธุรกิจ |

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น | จุดผลการประเมินมหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัยขอนแก่น | มหาวิทยาลัยมหิดล | มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ | มหาวิทยาลัยจอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพ | มหาวิทยาลัยรังสิต | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ | สรุป | |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| มหาวิทยาลัย | กับภาคอุตสาหกรรม 6.สตาร์ทอัพ นวัตกรรมดิจิทัล 7.การบริหารและ การปรับปรุง คุณภาพ 8.การบริหาร จัดการเทคโนโลยี และนวัตกรรม 9.พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ และนวัตกรรม 10.องค์กรแห่ง การเรียนรู้และ การจัดการความรู้ ในองค์กร 11.การจัดการ 12.การเชื่อมโยง และการเรียนรู้ และ นวัตกรรม 13.การจัดการ ด้านการตลาด 14.การวางแผน | ธุรกิจใหม่ในกลุ่ม ประเทศอนุ ภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง 7.การสื่อสาร การตลาดแบบ บูรณาการ 8.การพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ 9.การวิเคราะห์ ความเป็นไปได้ใน การลงทุน 10.ระบบ เทคโนโลยี สารสนเทศเพื่อ การจัดการธุรกิจ และนวัตกรรม 11.สินค้า นวัตกรรม 12.การจัดการ ผลิตและการ ปฏิบัติการ 13.สัมมนาทาง นวัตกรรมทาง ธุรกิจ | และการนำเสนอ การขาย 7.การจัดการเชิง พหุวิชาชีพสำหรับ เทคโนโลยีและ ทรัพย์สินทาง ปัญญา 8.การพัฒนา ผลิตภัณฑ์และ แพลตฟอร์มใหม่ 9.การจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงกล ยุทธ์ 10.ห่วงโซ่อุปทาน การจัดการ องค์กรและ ทรัพยากรบุคคล 11.การเจรจาต่อรองและความ แข็งแรง ความยืดหยุ่น 12.ห่วงโซ่อุปทาน การบัญชีเพื่อ การตัดสินใจทาง ธุรกิจ และ การประกอบการ 13.การ ประกอบ เป็นผู้นำ และการบริหาร การเปลี่ยนแปลง 15.วิสาหกิจเพื่อ สังคมธรรมาภิ | ภูมิภาคเอเชีย 8.หัวข้อพิเศษด้าน การจัดการเชิงกล ยุทธ์และการ ควบคุมธุรกิจ 9.กระบวนการ องค์กรและการ จัดการทรัพยากร บุคคล 10.หัวข้อพิเศษ ด้านการจัดการ องค์กรและ ทรัพยากรบุคคล 11.การเจรจา ต่อรองและการ แข็งแรง ความ ยืดหยุ่น 12.หัวข้อพิเศษ ด้านกลยุทธ์ เครื่องมือ และ เทคนิคการจัดการ 13.การตัดสินใจ เชิงวิทยาศาสตร์ เพื่อการจัดการ 14.หัวข้อพิเศษที่ เกี่ยวกับวิธีเชิง ปริมาณ | สร้าง ความสำเร็จของ ผู้ประกอบการ 6.ทางเป็น ผู้ประกอบการ เพื่อสังคมและ การพัฒนาอย่าง ยั่งยืน 7.การ ประกอบการใน ธุรกิจบริการ 8.การตลาด ดิจิทัลสำหรับ ผู้ประกอบการ 9.ยุทธวิธี การ ขายและการ เจจงต่อรองสา หรับ ผู้ประกอบการ 10.กลยุทธ์ โลกาภิวัตน์สา หรับ ผู้ประกอบการ 11.การจัดการ ห่วงโซ่อุปทาน และโลจิสติกส์ สำหรับ | สร้าง ความสำเร็จของ ผู้ประกอบการ 6.ทางเป็น ผู้ประกอบการ เพื่อสังคมและ การพัฒนาอย่าง ยั่งยืน 7.การ ประกอบการใน ธุรกิจบริการ 8.การตลาด ดิจิทัลสำหรับ ผู้ประกอบการ 9.ยุทธวิธี การ ขายและการ เจจงต่อรองสา หรับ ผู้ประกอบการ 10.กลยุทธ์ โลกาภิวัตน์สา หรับ ผู้ประกอบการ 11.การจัดการ ห่วงโซ่อุปทาน และโลจิสติกส์ สำหรับ | สร้าง ความสำเร็จของ ผู้ประกอบการ 6.ทางเป็น ผู้ประกอบการ เพื่อสังคมและ การพัฒนาอย่าง ยั่งยืน 7.การ ประกอบการใน ธุรกิจบริการ 8.การตลาด ดิจิทัลสำหรับ ผู้ประกอบการ 9.ยุทธวิธี การ ขายและการ เจจงต่อรองสา หรับ ผู้ประกอบการ 10.กลยุทธ์ โลกาภิวัตน์สา หรับ ผู้ประกอบการ 11.การจัดการ ห่วงโซ่อุปทาน และโลจิสติกส์ สำหรับ | สร้าง ความสำเร็จของ ผู้ประกอบการ 6.ทางเป็น ผู้ประกอบการ เพื่อสังคมและ การพัฒนาอย่าง ยั่งยืน 7.การ ประกอบการใน ธุรกิจบริการ 8.การตลาด ดิจิทัลสำหรับ ผู้ประกอบการ 9.ยุทธวิธี การ ขายและการ เจจงต่อรองสา หรับ ผู้ประกอบการ 10.กลยุทธ์ โลกาภิวัตน์สา หรับ ผู้ประกอบการ 11.การจัดการ ห่วงโซ่อุปทาน และโลจิสติกส์ สำหรับ | 8.การจัดการ การ จัดซื้อและซัพ พลายเชิงกลยุทธ์ 9.การจัดการ นวัตกรรมและ การเปลี่ยนแปลง 10.การจัดการ ความเสี่ยง 11.การสื่อสาร การตลาดแบบ บูรณาการ 12.การจัดการ ผลักดันที่และ ทรานส์นาคา 13.พฤติกรรม ผู้บริโภค | ธุรกิจ 7.การบริหาร การเปลี่ยนแปลง และ นวัตกรรม 8.การจัดการ โลจิสติกส์และ โซ่อุปทาน 9.การจัด ประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล และ นวัตกรรม 10.การเป็น ผู้ประกอบการ และ การสร้าง ธุรกิจใหม่ 11.การจัดการ ธุรกิจสมัยใหม่ 12.การจัดการ การเงินสำหรับ ผู้ประกอบการ | ธุรกิจ 7.การบริหาร การเปลี่ยนแปลง และ นวัตกรรม 8.การจัดการ โลจิสติกส์และ โซ่อุปทาน 9.การจัด ประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล และ นวัตกรรม 10.การเป็น ผู้ประกอบการ และ การสร้าง ธุรกิจใหม่ 11.การจัดการ ธุรกิจสมัยใหม่ 12.การจัดการ การเงินสำหรับ ผู้ประกอบการ |

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย ขอนแก่น | มหาวิทยาลัย มทิดล | มหาวิทยาลัย นครสวรรค์ | มหาวิทยาลัย จอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย รังสิต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏ อุตรดิตถ์ | สรุป |
|------------------------|--------------------------------------------------------------|------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------------|------------------------------------|------|
| | กลยุทธ์และการ ประเมินผลเพื่อ การสื่อสารแบบ บูรณาการ | | CHULALONGKORN UNIVERSITY | บาล และความ รับผิดชอบต่อ สังคม 16.การบริหาร ทรัพยากรบุคคล 17.การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ 1 18.การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ 2 19.การจัดการ โลจิสติกส์และ ห่วงโซ่อุปทาน สำหรับการ ประกอบการ 20.พันธมิตร และการลงทุน 21.กฎหมาย และข้อบังคับทาง ธุรกิจ | 15.ระบบ สารสนเทศสำหรับ ผู้ประกอบการ 16.เทคโนโลยี ธุรกิจ อิเล็กทรอนิกส์ 17.หัวข้อพิเศษที่ เกี่ยวกับระบบ สารสนเทศการ จัดการ 18. พื้นฐานการ จัดการทางธุรกิจ และความเข้ม ผู้ประกอบการ 19.แผนธุรกิจและ เครื่องมือการ จัดการสำหรับ ธุรกิจเชิง เทคโนโลยีเกิดใหม่ 20.การพัฒนา ผลิตภัณฑ์และ บริการใหม่ 21.กฎหมาย สำหรับการเป็น ผู้ประกอบการ 22.ผู้ประกอบการ นวัตกรรมธุรกิจ | ผู้ประกอบการ 12.กฎหมาย ธุรกิจระหว่าง ประเทศและ ทรัพย์สินทาง ปัญญา | | | | |

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย ขอนแก่น | มหาวิทยาลัย มทิดล | มหาวิทยาลัย นครสวรรค์ | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระ จอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย รังสิต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏ อุตรดิตถ์ | สรุป |
|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| หลักเกณฑ์ และแนวคิด ในการเลือก วิชาที่ใช้สอน อย่างไร | หลักสูตรที่จัดการ เรียนการสอน รูปแบบของสห สาขาวิชา ของ 5 คณะ ดังนั้น รายวิชามาจาก คณะ วิทยาศาสตร์, คณะ สถาปัตยกรรม ศาสตร์, คณะ พาณิชยศาสตร์ และการบัญชี, คณะ วิศวกรรมศาสตร์ และคณะนิเทศ ศาสตร์ | หลักสูตรการเป็น ผู้ประกอบการ อยู่ใน ได้คณะ บริหารธุรกิจ/ วิทยาลัยการ จัดการ ดังนั้น รายวิชาส่วนใหญ่ มาจาก หลักสูตร บริหารธุรกิจ | หลักสูตรการเป็น ผู้ประกอบการ อยู่ใน ได้คณะ บริหารธุรกิจ/ วิทยาลัยการ จัดการ ดังนั้น รายวิชาส่วนใหญ่ มาจาก หลักสูตร บริหารธุรกิจ | หลักสูตรการเป็น ผู้ประกอบการ อยู่ใน ได้คณะ บริหารธุรกิจ/ วิทยาลัยการ จัดการ ดังนั้น รายวิชาส่วนใหญ่ มาจาก หลักสูตร บริหารธุรกิจ | หลักสูตรการเป็น ผู้ประกอบการ อยู่ใน ได้คณะ บริหารธุรกิจ/ วิทยาลัยการ จัดการ ดังนั้น รายวิชาส่วนใหญ่ มาจาก หลักสูตร บริหารธุรกิจ | หลักสูตรการ เป็นผู้ประกอบการ อยู่ในได้คณะ บริหารธุรกิจ/ วิทยาลัยการ จัดการ ดังนั้น รายวิชาส่วนใหญ่ มาจาก หลักสูตร บริหารธุรกิจ | หลักสูตรการเป็น ผู้ประกอบการ อยู่ใน ได้คณะบริหารธุรกิจ/ วิทยาลัยการ จัดการ ดังนั้น รายวิชาส่วนใหญ่ มาจาก หลักสูตร บริหารธุรกิจ | หลักสูตรการเป็น ผู้ประกอบการ อยู่ใน ได้คณะ บริหารธุรกิจ/ วิทยาลัยการ จัดการ ดังนั้น รายวิชาส่วนใหญ่ มาจาก หลักสูตร บริหารธุรกิจ | หลักสูตรการเป็น ผู้ประกอบการ อยู่ใน ได้คณะ บริหารธุรกิจ/ วิทยาลัยการ จัดการ ดังนั้น รายวิชาส่วนใหญ่ มาจาก หลักสูตร บริหารธุรกิจ | ส่วนใหญ่สาขาวิชา การเป็นผู้ประกอบการ อยู่ในได้คณะ บริหารธุรกิจ/วิทยาลัย การจัดการ ดังนั้น ก็ ยังถือเป็น หลักสูตร บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย รายวิชาส่วนใหญ่จึงมา จากหลักสูตร บริหารธุรกิจ เช่น โครงสร้างของวิชา แกน (Core subjects) จะอิง ตามโครงสร้าง หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย วิชาเอกบังคับ (Mandatory major) |

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย ขอนแก่น | มหาวิทยาลัย มทิดล | มหาวิทยาลัย นครสวรรค์ | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระ จอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย รังสิต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏ อุตรดิตถ์ | สรุป |
|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| วิธีในการจัด ลำดับการ เรียนแต่ละ วิชา | ปีที่ 1 -ภาคต้น 1) วิชาหมวดวิชา บังคับ 4 วิชา ได้แก่ การ สังเคราะห์ นวัตกรรม 1 นวัตกรรมและ การวางแผนและ พัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์ การ สร้างสรรค และการพัฒนา นวัตกรรมทาง ธุรกิจ | ปีที่ 1 -ภาคต้น วิชาหมวดวิชา บังคับ 4 วิชา ได้แก่ การจัดการ ธุรกิจ การเป็น ผู้ประกอบการ สร้างสรรค์ และการพัฒนา นวัตกรรมทาง ธุรกิจ | ปีที่ 1 -ภาคต้น 1) วิชาหมวดวิชา แกน 5 วิชา ได้แก่ Management Information Systems, Thai Economy in Global Context , Strategic Marketing Management, Corporate Finance, Contemporary Management -ภาคปลาย 2) วิชาหมวดวิชา บังคับ 4 วิชา ได้แก่ การ บัญชีการเงินเพื่อ การตัดสินใจทาง ธุรกิจ การตลาด | หลักสูตรจะถูก แบ่งออกเป็นสี่ ช่วง ช่วงละครึ่งปี ปีแรกเน้นที่การ พัฒนาผลิตภัณฑ์ ออกแบบธุรกิจ และทดสอบ สมมุติฐานทาง ธุรกิจ ปีที่สองเน้นไปที่ การขยายธุรกิจ และปรับเปลี่ยน ธุรกิจให้ดีขึ้น ทั้งนี้จะมีการ กลับมา ประเมินผลธุรกิจ เพื่อการปรับแก้ แผนการอย่าง น้อยหนึ่งครั้ง เมื่อครบสองปี ต้องผ่าน | เนื้อหาหลักของ หลักสูตร ประกอบด้วยองค์ ความรู้ที่จำเป็นใน การเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การเงิน สำหรับกรมเป็น ผู้ประกอบการ กล ยุทธ์การจัดการ ตลาด การจัดการ เชิงกลยุทธ์และ การควบคุมธุรกิจ ภาวะผู้นำใน ผู้ประกอบการ และการจัดการ ทรัพยากรบุคคล การวิเคราะห์ธุรกิจ เชิงลึกเพื่อการ ตัดสินใจ การ จัดการซัพพลาย | ปีที่ 1 -ภาคต้น วิชาแกน บริหารธุรกิจ 3 วิชา -ภาคปลาย วิชาแกน บริหารธุรกิจ 3 วิชา -ภาคคู่เรียน วิชาเอกบังคับ 2 วิชา ปีที่ 2 -ภาคต้น วิชาเอกบังคับ 2 วิชา และ วิชาเอกเลือก 1 วิชา -ภาคปลาย วิชาเอกเลือก 2 วิชาและ | ปีที่ 1 -ภาคต้น 1) วิชาหมวดวิชา บังคับ 4 วิชา ได้แก่ การ จัดการและ พฤติกรรม องค์การ วิจัย ทางธุรกิจ การ จัดการการตลาด การจัดการกร ดำเนินงาน -ภาคปลาย 1) วิชาหมวดวิชา บังคับ 3 วิชา ได้แก่ การเงิน และการบัญชี สำหรับ ผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการ การเป็น ผู้ประกอบการ Digital World | ปีที่ 1 -ภาคต้น 1) วิชาหมวดวิชา บังคับ 2 วิชา ได้แก่ วิทยวิธี วิจัยธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ เพื่อการจัดการ -ภาคปลาย 1) วิชาหมวดวิชา บังคับ 2 วิชา ได้แก่ การ จัดการทาง การตลาดร่วม สมัย การบัญชี เพื่อการจัดการ ชั้นสูง 2) วิชาหมวดวิชา เลือก 1 วิชา ปีที่ 2 -ภาคต้น | และวิชาเอกเลือกเป็น วิชาภายใน สาขาวิชา การเป็นผู้ประกอบการ | เริ่มจากวิชาพื้นฐาน ทางธุรกิจ องค์ความรู้ ที่จำเป็นในการเป็น ผู้ประกอบการ ได้แก่ การเงินสำหรับการเป็น ผู้ประกอบการ กลยุทธ์ การจัดการตลาด การ จัดการเชิงกลยุทธ์ การ จัดการทรัพยากร บุคคล การวิเคราะห์ ธุรกิจเชิงลึกเพื่อการ ตัดสินใจ การจัดการ ซัพพลายเชน การบริหารจัดการ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสร้างธุรกิจใหม่ ของผู้ประกอบการ เป็นการเรียนการสอน ที่เป็นระบบและบูรณ การองค์ความรู้ด้าน ต่างๆ เน้นการลงมือ |

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น | จุดผลการประเมินมหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัยขอนแก่น | มหาวิทยาลัยมทิดล | มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพ | มหาวิทยาลัยรังสิต | มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ | สรุป | |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| มหาวิทยาลัย | พาณิชย์กรรมเทคโนโลยี การเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่ พื้นฐานการจัดจกรทุนการเงิน ปีที่ 2 -ภาคต้น | เชิงนวัตกรรมและหมวดวิชาเลือก 2 วิชา ปีที่ 2 -ภาคต้น หมวดวิชาบังคับ 3 วิชา ได้แก่ สถิติเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ การสร้างเสถียรภาพการได้เปรียบในการแข่งขัน | Business Model and Strategy Development, Management of Innovation, New Venture Creation ปีที่ 2 -ภาคต้น 3)วิชาหมวดวิชาเลือก 2 วิชา -ภาคปลาย 3)วิชาหมวดวิชาเลือก 2 วิชา | กระบวนการออกแบบ - สร้าง- ทดสอบ - เรียนรู้ (design-build-test-learn) ธุรกิจของ ตระมมอย่างน้อยสี่ครั้ง ระหว่างกระบวนการทั้งหมดบัณฑิตจะได้ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงเทคนิคแบบบูรณาการจากหน่วยงานสนับสนุนในมหาวิทยาลัย เช่น กองบริหารการวิจัย ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ | เช่น การบริหารจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสร้างธุรกิจใหม่ของผู้ประกอบการ สันฐานความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม | การศึกษา ค้นคว้าอิสระ -ภาคฤดูร้อน สอบประมวลความรู้ | -ภาคปลาย 1) วิชาหมวดวิชาบังคับ 3 วิชา ได้แก่ Practicum 2 : Developing Entrepreneurial Business Plan , Entrepreneurial Business Planning ,Accounting, Taxation and Finance for Entrepreneur ปีที่ 2 -ภาคต้น 1) วิชาหมวดวิชาบังคับ 1 วิชา ได้แก่ Business Strategy and Growth 2)วิชาหมวดวิชาเลือก 2 วิชา -ภาคปลาย 2)วิชาหมวดวิชาเลือก 1 วิชา | -ภาคปลาย 1) วิชาหมวดวิชาเลือก 1 วิชา ได้แก่ Entrepreneurial Business Planning ,Accounting, Taxation and Finance for Entrepreneur ปีที่ 2 -ภาคต้น 1) วิชาหมวดวิชาเลือก 1 วิชา ได้แก่ Business Strategy and Growth 2)วิชาหมวดวิชาเลือก 2 วิชา -ภาคปลาย 2)วิชาหมวดวิชาเลือก 1 วิชา | การจัดการเชิงกลยุทธ์ 2)วิชาหมวดวิชาเลือก 1 วิชา | 1) วิชาหมวดวิชาบังคับ 2 วิชา ได้แก่ สัมมนา การจัดการทาง การเงินสมัยใหม่ 2)วิชาหมวดวิชาเลือก 1 วิชา -ภาคปลาย 2)วิชาหมวดวิชาเลือก 1 วิชา | ปฏิบัติจริงด้วยโครงการหรือกรณีศึกษาซึ่งนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้จริง |

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น | จุดสังเกต มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย ขอนแก่น | มหาวิทยาลัย มทิดล | มหาวิทยาลัย นครสวรรค์ | มหาวิทยาลัย จอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย รังสิต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏ อุตรดิตถ์ | สรุป |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| หลักการและ แนวคิดใน การออกแบบ การเรียนการสอน ของ แต่ละวิชาใน หลักสูตร เป็นผู้ ประกอบ การ | การเรียนการสอน รูปแบบของ สห สาขาวิชา 5 คณะ โดยรวมเอา ศาสตร์ทาง ด้าน เทคโนโลยี นวัตกรรม บริหารจัดการ บริหารจัดการ เข้ามาไว้ด้วยกัน -เป็นหลักสูตรที่ ออกแบบมาเป็น พิเศษสำหรับ พัฒนานักนวัตกรรม เพื่อให้ สามารถ สร้างนวัตกรรม ตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึง ปลายน้ำ | Problems base learning : การ สอนแบบเน้นกรณี มุ่งเน้นวิธีการสอน ที่ให้ผู้เรียนควบคุม การเรียนรู้ด้วยตนเองผู้เรียน คิดและดำเนินการ เรียนรู้กำหนด วัตถุประสงค์ และ วัตถุประสงค์ และ เลือกแหล่งเรียนรู้ ด้วยตนเอง โดย ผู้สอนเป็นผู้ให้คำ แนะนำ เป็นการ ส่งเสริมให้เกิดการ แก้ปัญหา มากกว่าการจำ เนื้อหาข้อเท็จจริง เป็นการส่งเสริม การทำงานเป็น กลุ่ม และการ พัฒนาทักษะทาง สังคม | -นำเอาแนวคิดการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ ใหม่ (New Product Development : NPD) แทรกอยู่ใน วิชาที่ใช้สอน | -เน้นให้ผู้เรียนมี ประสบการณ์จริง ในการสร้างสรรค์ นวัตกรรมและ การเป็นผู้ประกอบการ- แนวคิดของการอบ ความคิดแบบ เดิโบ การคิด เชิงออกแบบ การคิดเชิงกล ยุทธ์ การวาง ตำแหน่งของ ธุรกิจ โมเดลของ ของการทดลองที่ ขับเคลื่อนด้วย สมมติฐานทาง ธุรกิจ และการ เรียนรู้ผ่านการ ตรวจสอบความ สมเหตุสมผล | -สร้างความ แตกต่างจาก Business School ทั่วไปที่ ส่วนใหญ่มุ่งเน้น การผลิตนักบริหาร ทั่วไป อาทิ การตลาด การเงิน และบัญชี เป็นต้น -วางตัวเองไว้เป็น ผู้ผลิตนักบริหาร เทคโนโลยีและ นวัตกรรม -หลักสูตรที่ พัฒนาขึ้นมาจะอยู่ ภายใต้กรอบคิด ที่ว่า "Science & Technology" + "Management" ผ่านกระบวนการ ทั้ง 3 ด้าน คือ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ | พัฒนาวิชาการ ประกอบการศึกษา ขับเคลื่อนโดย IDE 101 ขึ้นมา โดยร่วมมือกับ สถาบัน เทคโนโลยี แมสซาชูเซตส์ หรือ MIT สหรัฐอเมริกา เป็นแห่งแรกใน ประเทศไทย เพื่อช่วย นักศึกษาทุกคน ในการปรับ แนวคิด (mindset) ทางการ ประกอบการสู่ การเป็นผู้ประกอบการที่ ขับเคลื่อนโดย นวัตกรรม วิชา ดังกล่าวเป็น การบูรณาการ แนวคิด | -ประยุกต์แนวทางการ Babson College มหาวิทยาลัยที่มี ชื่อเสียงด้านการสร้าง ผู้ประกอบการอันดับ หนึ่งของโลก -อาจารย์ประจำใน คณะยังเป็นเจ้าของ ธุรกิจตัวจริงในวงการ ธุรกิจหลากหลาย ที่มาสอนเทคนิคและ การจัดการครบทุก รูปแบบจาก ประสบการณ์จริง | สาขาวิชาการเป็น ผู้ประกอบอยู่ใน วิทยาการจัดการ จัดการ ดังนั้น รายวิชาส่วนใหญ่ จึงเน้น บริหารธุรกิจและ มีบางรายวิชาที่ เกี่ยวข้องกับ ผู้ประกอบการ | หลักสูตรการเป็น ผู้ประกอบการและแนวคิด ในการออกแบบการ เรียนการสอนของแต่ละ วิชาส่วนใหญ่มาจาก จากโครงสร้าง หลักสูตร บริหารธุรกิจ บัณฑิต ความแตกต่างของ หลักสูตรการเรียนของ แต่ละแห่งจึงมีการเพิ่ม วิชาใหม่ๆเข้าไปเพื่อ สร้างความแตกต่าง ให้กับหลักสูตรของ ตนเอง เช่น เน้น นวัตกรรม/มีการเรียน การสอนในรูปแบบ บูรณาการองค์ความรู้ ศาสตร์เป็นสห สาขาวิชา เช่น จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเรศวร ประยุกต์แนวทางการ การสอนจาก มหาวิทยาลัยใน ต่างประเทศมาเป็น | |

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย ขอนแก่น | มหาวิทยาลัย มทิดล | มหาวิทยาลัย นครสวรรค์ | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระ จอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย รังสิต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏ อุตรดิตถ์ | สรุป |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | | | กระบวนการ 24 ขั้นตอนของการ สร้างธุรกิจ โดย มุ่งเน้นการเรียนรู้ การสอนแบบ projected based learning ที่ทำ จริงตามหลักการ และ กระบวนการ ทั้ง ยังเป็นวิชาที่ไม่มี การสอบ ข้อเขียน แต่ใช้ วิธีให้นักศึกษา จัดทีมขึ้นมาขาย ไอเดีย (pitching) | | | | แนวทางการเรียนการ สอน เช่น มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย |
| ข้อจำกัด | ไม่มี | ไม่มี | ไม่มี | ไม่มี | ไม่มี | ไม่มี | ไม่มี | ไม่มี | ไม่มี | ไม่มี |
| กลยุทธ์การ สอนและ กิจกรรมใน การพัฒนา คุณลักษณะ พิเศษของ การเป็นผู้ ประกอบการ | ไม่มี | เน้นการดูของจริง ปฏิบัติจริง มี อุทยานวิทยา ศาสตร์ มหาวิทยาลัย ขอนแก่นที่มี ข้อตกลงความร่วมมือ มือกับธนาคาร | ไม่มี | ไม่มีข้อมูลเพราะ เพิ่งเปิดหลักสูตร | การเรียนรู้โดยใช้ กิจกรรมโครงการ (Project-Based Learning)และ กรณีศึกษา สามารถไม่การ แข่งขันได้จริง | การเรียนรู้การ ฝึกเป็น ผู้ประกอบการ จริง จากทุนหรือ กำไรจริง ซึ่มีข้อ แนวคิดแบบ ผู้ประกอบการ | ไม่มีเครื่องใช้ทั้งภาค ธุรกิจและภาคธุรกิจที่จะ ช่วยให้ให้นักศึกษาได้รับ การเรียนรู้ ได้รับการ ถ่ายทอดจาก ผู้ประกอบการ รวมถึงแนวทางการ | เน้นการเรียนรู้โดย เอาผู้เรียนเป็น สำคัญโดยให้ ผู้เรียนได้เรียนรู้ จากทฤษฎีทาง ธุรกิจและการฝึก ปฏิบัติผ่าน | วิธีสอนให้ นักศึกษาเป็น ศูนย์กลางและ ฝึกปฏิบัติจริง ได้แก่ การขาย ของจริง การดู งาน และการ | การเรียนการสอนเน้น นักศึกษาเป็น ศูนย์กลาง มีการเรียนรู้ หลากหลายวิธีในการ พัฒนาเป็น ผู้ประกอบการ เช่น ฝึก ปฏิบัติจริง การฝึกเป็น |

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ประเด็น มหาวิทยาลัย ประกอบการ | งานหรืองานวิจัย ของตนเองได้จาก ทุกคณะของจุฬา ฯ มีกระบวนการ เข้าไปสนับสนุน นิสิตตั้งแต่ระยะ เริ่มต้นของการ พัฒนาธุรกิจ จน ออกมาเป็นแผน ธุรกิจและผลึก ต้นให้สามารถ ออกไปสู่การเป็น บริษัทนวัตกรรม หรือเริ่มต้นธุรกิจ ได้ | มหาวิทยาลัย ขอนแก่น อมรินทร์ เพื่อร่วม มือกันพัฒนาผู้ ประกอบการ Startup และ SMEs ให้สามารถ ยกระดับขีดความ สามารถในการ แข่งขันทั้งในด้าน เทคโนโลยี การ ตลาด และการ จัดการ โดยหวัง เห็นผลสำเร็จใน ระดับรายผู้ประ กอบการ | มหาวิทยาลัย มทิดล อย่างใกล้ชิด | มหาวิทยาลัย นครสวรรค์ | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระ จอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย ผ่าน จริงจัง | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ ดำเนินธุรกิจอย่าง เต็มที่ -คัดเลือกผู้ประกอบการ รุ่นใหม่ทั้งของอายุ ไม่ต่างจากนักศึกษา แต่สามารถดำเนิน ธุรกิจจนประสบ ความสำเร็จมาเป็น ความสำเร็จมาเป็นที่ เลื่องให้กับนักศึกษา เพื่อให้นักศึกษาได้ เข้าใจและเข้าถึงการ ดำเนินธุรกิจ -จุดเด่นอีกด้านหนึ่ง คือ การพัฒนา ออกแบบหลักสูตรให้ ผู้เรียนได้มีภาคปฏิบัติ มากขึ้น -การจัดหา เวทีให้กับนักศึกษาได้ แสดงศักยภาพของ ตนเองในหลากหลาย รูปแบบ เช่น การทำ ธุรกิจจำลอง แบบฝึกหัดทางธุรกิจ การเสนอแผนธุรกิจ ต่อนักลงทุนภายนอก -การพัฒนา หลักสูตร ในรูปแบบนี้ช่วยให้ | มหาวิทยาลัย รังสิต โครงการด้วย ประสบการณ์จริง ตามแนวคิดที่ว่า "ไม่ได้สอนให้ เป็นลูกจ้าง แต่ สร้างให้เป็น ผู้ประกอบการ" | มหาวิทยาลัย ราชภัฏ อุตรดิตถ์ อบรมสัมมนาใน ท้องถิ่น | สรุป ผู้ประกอบการจริง (Project-Based Learning) การดูงาน การพัฒนาธุรกิจและ แผนธุรกิจ |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบารระดับปริญญาโทในประเทศไทย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | มหาวิทยาลัย ขอนแก่น | มหาวิทยาลัย มทิดล | มหาวิทยาลัย นครสวรรค์ | มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระ จอมเกล้าธนบุรี | มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย | มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มหาวิทยาลัย รังสิต | มหาวิทยาลัย ราชภัฏ อุตรดิตถ์ | สรุป |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------------|
| มหาวิทยาลัย | | | | | | | นักศึกษาได้เข้าใจ ภาคทฤษฎีและภาค ปฏิบัติควบคู่กัน | | | |
| กลยุทธ์การ สอนที่ใช้ พัฒนาการ เรียนรู้ด้าน คุณธรรม/ จริยธรรม | สอดแทรกอยู่ใน เนื้อหาการเรียน การสอน | สอดแทรกอยู่ใน เนื้อหาการเรียน การสอน | สอดแทรกอยู่ใน เนื้อหาการเรียน การสอน | สอดแทรกอยู่ใน เนื้อหาการเรียน การสอน | สอดแทรกอยู่ใน เนื้อหาการเรียน การสอน | สอดแทรกอยู่ใน เนื้อหาการเรียน การสอน | สอดแทรกอยู่ใน เนื้อหาการเรียน การสอน | สอดแทรกอยู่ใน เนื้อหาการเรียน การสอน | สอดแทรกอยู่ใน เนื้อหาการเรียน การสอน | สอดแทรกอยู่ในเนื้อหา การเรียนการสอน |

หมายเหตุ หลักสูตรมีการวัดและประเมินผลทักษะและพัฒนากับการเป็นผู้ประกอบกรในตัวผู้เรียน ทุกมหาวิทยาลัยใช้เกณฑ์ของ สกอ กล่าวคือ

1. การทดสอบองค์ความรู้และทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ด้วยแบบทดสอบองค์ความรู้ในรายวิชา ต้องผ่านเกณฑ์การประเมินไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 (หรือได้เกรดไม่น้อยกว่า C
2. ส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีโอกาสดำเนินงานทางธุรกิจและฝึกดำเนินงานทางด้านธุรกิจตามรายวิชาในหลักสูตร

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโท ในประเทศจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตร ผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ จำนวน 9 คน สรุปผลดังนี้

ปรัชญาของหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัย : ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้เชิงบูรณาการ ความสามารถด้านการจัดการ มีคุณธรรมและจริยธรรมในการเป็นผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์ในการนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในการจัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ที่มา เหตุผล และความสำคัญของหลักสูตร : เพื่อผลิตและสร้างผู้ประกอบการ ให้มี องค์ความรู้ ทักษะ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร : ผลิตมหาบัณฑิตให้มีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการเป็นผู้ประกอบการ สามารถบูรณาการความรู้ประยุกต์ความรู้และทักษะในการแก้ไขปัญหาตาม สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงทางธุรกิจได้

มหาวิทยาลัยเปิดสอนหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการมาเป็นเวลากี่ปี :

เปิดสอนน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เปิดสอนมากกว่า 5-10 ปี จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต และ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ และเปิดสอนมากกว่า 10 ปีขึ้นไป จำนวน 1 แห่ง คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จำนวนนักศึกษาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการที่รับต่อปี :

น้อยกว่า 20 คน จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีและ มหาวิทยาลัยรังสิต 21-40 คน จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ 41-50 คน จำนวน 1 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมากกว่า 50 คนขึ้นไป จำนวน 1 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยนเรศวร

รายวิชาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียน : ทุกมหาวิทยาลัยเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียนเป็นวิชาเลือกได้

วิชาแกน (Core subjects)/วิชาบังคับ (Mandatory subjects):

วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัยทั้ง 8 แห่ง ได้แก่ การเงิน การตลาด บัญชี การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร เศรษฐศาสตร์ กฎหมายธุรกิจ และสถิติ วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัย จำนวน 7 แห่ง คือ การบริหารการปฏิบัติการ วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัย จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ การจัดการกลยุทธ์ เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัย จำนวน 2 แห่ง คือ การเป็นผู้ประกอบการ และวิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัย จำนวน 1 แห่ง ได้แก่ การจัดการนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา การจัดตั้งธุรกิจใหม่ และการวางแผนทางธุรกิจ

วิชาเลือก (Elective): พบว่า รายวิชาที่มีการสอนมาจาก 7 กลุ่มวิชา ได้แก่ 1.นวัตกรรม 2. การจัดการทางธุรกิจ 3.การตลาด 4.การเงิน 5.การจัดการองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ 6.การจัดการด้านการผลิตและการดำเนินงาน และ 7.ภาษาและการกฎหมายธุรกิจ

หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน:

ส่วนใหญ่สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาลัยการจัดการ ดังนั้น ก็ยังถือเป็น หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รายวิชาส่วนใหญ่จึงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เช่น โครงสร้างของวิชาแกน (Core subjects) จะอิงตามโครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ส่วนวิชาเอกบังคับ(Mandatory major) และวิชาเอกเลือกเป็นวิชาภายใต้สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ

วิธีในการจัดลำดับการเรียนรู้แต่ละวิชา :

เริ่มจากวิชาพื้นฐานทางธุรกิจ องค์ความรู้ที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การเงิน สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การจัดการตลาด การจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัดการทรัพยากรบุคคล การวิเคราะห์ธุรกิจเชิงลึกเพื่อการตัดสินใจ การจัดการซัพพลายเชน การบริหารจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสร้างธุรกิจใหม่ของผู้ประกอบการ เป็นการเรียนการสอนที่เป็นระบบและบูรณาการองค์ความรู้ด้านต่างๆ เน้นการลงมือปฏิบัติจริงด้วยโครงการหรือกรณีศึกษาซึ่ง นำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้จริง

หลักการและแนวคิดในการออกแบบการเรียนการสอนของแต่ละวิชาในหลักสูตรผู้ประกอบการ :

หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ หลักการและแนวคิดในการออกแบบการเรียนการสอนของแต่ละวิชาส่วนใหญ่มาจากโครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจ ความแตกต่างของหลักสูตรการเรียนของแต่ละแห่งจึงมีการเพิ่มวิชาใหม่ๆเข้าไปเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับหลักสูตรของตนเอง เช่น เน้นนวัตกรรม/มีการเรียนการสอนในรูปแบบบูรณาการองค์ความรู้ข้ามศาสตร์เป็นสหสาขาวิชา เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ประยุกต์แนวทางจากการสอนจากมหาวิทยาลัยในต่างประเทศมาเป็นแนวทางการเรียนการสอนเช่น มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ข้อจำกัดในเรื่องจำนวนผู้เรียนที่สามารถรับเข้าเรียน คุณสมบัติ หรือข้อจำกัดอื่นๆ : ทุกแห่งไม่มี

กลยุทธ์การสอน/กิจกรรมในการพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา :

การเรียนการสอนเน้นนักศึกษาเป็นศูนย์กลาง มีการเรียนรู้หลากหลายวิธีในการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการ เช่น ฝึกปฏิบัติจริง ทำกิจกรรมโครงการ (Project-Based Learning) และกรณีศึกษา

กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม/จริยธรรมให้กับนิสิตนักศึกษา : สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน

1.1.3 ผลการวิเคราะห์หลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ

1) ผลการวิเคราะห์หลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศจากการเอกสาร

ผลการวิเคราะห์จาก เอกสาร และการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวกับหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ พบว่ามีจำนวน 3 หลักสูตร จาก 2 หน่วยงาน ได้แก่

1) หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม ได้แก่ โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) และโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) เรียนผ่านออนไลน์

2) หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา (University Business Incubator/UBI) ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

ผลการวิเคราะห์หลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 4.5



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ

| หลักสูตร ประเด็น | หลักสูตรผู้ประกอบการในการ สร้างผู้ประกอบการของกรม ส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC) | หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้าง ผู้ประกอบการของกรมส่งเสริม อุตสาหกรรม(NEC) แบบออนไลน์ | หลักสูตรผู้ประกอบการ ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ | กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม | กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ร่วมกับ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย | สำนักงานประสานงานหน่วยบ่มเพาะ วิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ |
| วัตถุประสงค์ | 1) เพื่อผลักดันให้เกิดวิสาหกิจใหม่ฯ 2) เพื่อสนับสนุน นักศึกษาจบใหม่ ผู้ว่างงาน และพนักงานลูกจ้างที่มี ศักยภาพ ให้สามารถสร้างโอกาส ประกอบธุรกิจด้วยตนเอง 3) เพื่อเพิ่มความเข้มแข็ง แก่ วิสาหกิจขนาดเล็กในช่วงก่อตั้ง กิจการ (3 ปีแรก) ให้อยู่รอดและ รักษาสภาพการจ้างงาน 4) เพื่อเตรียมความพร้อม ให้แก่ "ทายาทธุรกิจ" ในการสืบทอด กิจการให้สามารถรักษาสภาพการ จ้างงานและสร้างโอกาสขยายธุรกิจ ต่อไปในอนาคต | สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม | 1) เพื่อสร้างนิสิต นักศึกษา คณาจารย์ ศิษย์เก่าและบุคลากร ใน มหาวิทยาลัย รวมทั้งบุคคลภายนอก ที่มีศักยภาพและสนใจเป็น ผู้ประกอบการ 2) เพื่อจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐาน ระบบ กลไก มาตรการจูงใจ และ องค์ประกอบ อื่น ๆ ที่สามารถ สนับสนุนการวิจัยและพัฒนา ยกระดับเทคโนโลยี สร้างนวัตกรรม 3) เพื่อเป็นกลไกสนับสนุนให้เกิด ความร่วมมือ ระหว่าง สถาบันการศึกษา ภาคธุรกิจเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ 4) ดำเนินการบ่มเพาะธุรกิจ และ เสริมสร้างผู้ประกอบการ/วิสาหกิจ ใหม่ๆ |
| กลุ่มเป้าหมาย ของโครงการ | ผู้ว่างงาน นักศึกษาจบใหม่ ทายาท ของเจ้าของธุรกิจผู้ประกอบการอาชีพ อื่น และผู้ประกอบการ ที่เริ่มต้น ธุรกิจในระยะ 1-3 ปี ที่ต้องการเป็น ผู้ประกอบการ | ผู้มีความสนใจจะก้าวเป็น ผู้ประกอบการใหม่ | นิสิต นักศึกษา นักวิชาการ ศิษย์เก่า คณาจารย์ ตลอดจน ผู้ประกอบการธุรกิจ มีศักยภาพและสนใจเป็น ผู้ประกอบการ ให้สามารถเป็น ผู้ประกอบการรายใหม่ |
| คุณสมบัติ ขั้นต้นของ ผู้เข้าร่วม โครงการ | 1) ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ที่จบ การศึกษาเกิน 1 ปี ว่างงาน หรือถูก เลิกจ้าง มีความสนใจที่จะ ประกอบการในธุรกิจที่ตนเองมี ประสบการณ์ 2) บัณฑิตใหม่ หรือผู้ที่สำเร็จ การศึกษา ไม่เกิน 1 ปี และยังหา งานทำไม่ได้ 3) ทายาทของเจ้าของธุรกิจ 4) ผู้ประกอบการใหม่ ที่เป็นเจ้าของ หรือหุ้นส่วนผู้จัดการในธุรกิจอยู่แล้ว ดำเนินกิจการไม่เกิน 3 ปี 5) ลูกจ้าง พนักงาน หรือข้าราชการ ที่มีแนวคิดที่จะประกอบธุรกิจ 6) อายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ และ ไม่เกิน 60 ปี ในวันที่ยื่นใบสมัคร 7) สำเร็จการศึกษา ระดับ ปวช. หรือเทียบเท่าขึ้นไป | ไม่มีข้อจำกัด | ไม่มีข้อจำกัด |

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ (ต่อ)

| หลักสูตร ประเด็น | หลักสูตรผู้ประกอบการในการ สร้างผู้ประกอบการของกรม ส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC) | หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้าง ผู้ประกอบการของกรมส่งเสริม อุตสาหกรรม(NEC) แบบออนไลน์ | หลักสูตรผู้ประกอบการ ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| รูปแบบ การอบรม | ส่วนใหญ่ที่ผ่านมาทั้งหมดเป็นการ ฝึกอบรมความรู้ทั้งทางทฤษฎีและ เทคนิคปฏิบัติการเป็น ผู้ประกอบการจากกิจกรรมใน ห้องเรียน | เป็นการเรียนการสอนแบบออนไลน์ | เป็นการเรียนการสอนแบบโปรแกรม การบ่มเพาะด้านต่างๆ ที่จำเป็น สำหรับประกอบการและจัดที่ปรึกษา พร้อมสถานที่สำนักงานในบางกรณี ตามความเหมาะสม |
| เนื้อหา การอบรม | หลักสูตรส่วนใหญ่ที่สอนออกแบบ กว้างๆ ประกอบด้วยวิชาต่างๆ ได้แก่ การเงิน การตลาด การ จัดการกลยุทธ์ บัญชี ภาวะผู้นำและ พฤติกรรมองค์กร เทคโนโลยีและ การจัดการสารสนเทศ การบริหาร การปฏิบัติการและกฎหมายธุรกิจ | หลักสูตรเน้นด้านการตลาดออนไลน์ ประกอบด้วยวิชา 1) การสร้างแนวคิดทางธุรกิจสู่ยุค ดิจิทัล 2) การประเมินและการวางแผนด้าน การตลาดออนไลน์ 3) การออกแบบและพัฒนาร้านค้า ออนไลน์ 4) การประมาณเงินลงทุนธุรกิจและ วางแผนบริหารทางการเงิน 5) การจัดแผนธุรกิจและการทำ แบบจำลองธุรกิจ และเทคนิคการ นำเสนอแบบจำลองธุรกิจ 6) กฎหมายและจริยธรรมของความ เป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล | โปรแกรมการบ่มเพาะด้านต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับประกอบการและ จัดที่ปรึกษาตามความเหมาะสม เน้นการวินิจฉัยปัญหาของผู้เข้า รับการบ่มเพาะ |
| ระยะเวลา อบรม | เป็นหลักสูตรระยะสั้น 36 , 60 , 72, 78 ,96 ชั่วโมง | ไม่มีข้อจำกัด | เป็นหลักสูตรระยะยาว 12-24 เดือน |
| กิจกรรมพิเศษ นอกจากการ อบรม | 1) การศึกษาดูงาน 2) ปรึกษาแนะนำ | ไม่มี | 1) การศึกษาดูงาน 2) ปรึกษาแนะนำ |
| จำนวนที่รับ (คน) | 35-40 คน | จำนวนที่รับไม่จำกัด เพราะเป็นการ เรียนการสอนบนเว็บไซต์ | 2-3 คน |
| ค่าธรรมเนียม (บาท) | ไม่มีค่าใช้จ่าย | ไม่มีค่าใช้จ่าย | ไม่มีค่าใช้จ่าย |
| เกณฑ์การผ่าน การอบรม | 1)ผู้เข้าร่วมโครงการจะต้องมีเวลา เรียนไม่น้อยกว่า 80% ของเวลา เรียนทั้งหมด 2) แผนธุรกิจ : บางหลักสูตรก็มีบาง หลักสูตรก็ไม่มี ซึ่งไม่ค่อยจริงจังมาก ขาดการนำไปต่อยอดในการพัฒนา ผู้เข้าอบรม | 1) ทดสอบความระดับความรู้แต่ละ โมดูล | 1) มีการประเมินผลการ ดำเนินงานของผู้ประกอบการ ต่อ คณะกรรมการและสำนักงาน คณะกรรมการอุดมศึกษา 2) มีการประเมินผล : รอบ 6 เดือน, รอบ 12 เดือน , รอบ 18 เดือน , รอบ 24 เดือน |

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์หลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ พบว่า

หน่วยงานที่รับผิดชอบ:

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม มีหลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการ จำนวน 2 หลักสูตร ได้แก่ โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) และโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) เรียนผ่านออนไลน์ร่วมกับคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ มีหลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา (University Business Incubator/UBI)

วัตถุประสงค์ :

หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC) มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อผลักดันให้เกิดวิสาหกิจใหม่ๆ 2) เพื่อสนับสนุน นักศึกษาจบใหม่ ผู้ว่างงาน และพนักงานลูกจ้างที่มีศักยภาพ ให้สามารถสร้างโอกาสประกอบธุรกิจด้วยตนเอง 3) เพื่อเพิ่มความเข้มแข็ง แก่วิสาหกิจขนาดเล็กในช่วงก่อตั้งกิจการ (3 ปีแรก) ให้อยู่รอดและรักษาสภาพการจ้างงาน และ 4) เพื่อเตรียมความพร้อม ให้แก่ "ทายาทธุรกิจ" ในการสืบทอดกิจการให้สามารถรักษาสภาพการจ้างงานและสร้างโอกาสขยายธุรกิจต่อไปในอนาคต

หลักสูตรโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เรียนผ่านออนไลน์ ร่วมกับคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์ คือ พัฒนาสื่อความรู้ให้ทันสมัย โดยอาศัยเทคโนโลยีของเว็บในการถ่ายทอดเนื้อหา และเผยแพร่องค์ความรู้ ให้กับผู้มีความสนใจจะก้าวเป็นผู้ประกอบการใหม่โดยพัฒนาระบบการจัดการหลักสูตรฝึกอบรมการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ด้วยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาและยังลดช่องว่างในการเข้าถึงโอกาสการเรียนรู้ความเป็นผู้ประกอบการใหม่ ด้วยระบบการเรียนรู้ทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-learning)

หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อสร้างนิสิตนักศึกษา คณาจารย์ ศิษย์เก่าและบุคลากร ในมหาวิทยาลัย รวมทั้งบุคคลภายนอกที่มีศักยภาพและสนใจเป็นผู้ประกอบการ ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการรายใหม่หรือเกิดการร่วมทุน โดยใช้องค์ความรู้หรือผลงานวิจัยของสถาบันอุดมศึกษา มาแปลงเป็นผลิตภัณฑ์สร้างมูลค่าสู่ภาควิสาหกิจ ,สนับสนุนการถ่ายทอดองค์ความรู้จากการวิจัยและพัฒนาของมหาวิทยาลัยสู่การใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม และการดำเนินการเชิงพาณิชย์ 2) เพื่อจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐาน ระบบ กลไก มาตรการจูงใจ และองค์ประกอบ อื่น ๆ ที่สามารถสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา ยกระดับเทคโนโลยี สร้างนวัตกรรม และส่งเสริมวัฒนธรรมวิจัยในภาคเอกชน และ 3) เพื่อเป็นกลไกสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา ภาคธุรกิจเอกชน และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมถึง ประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดตั้งบริษัท และสร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับภาคอุตสาหกรรมเอกชน 4)ดำเนินการบ่มเพาะธุรกิจ และเสริมสร้างผู้ประกอบการ/วิสาหกิจใหม่ๆที่มีศักยภาพสูง ในระดับ Startup Companies & Spin-off Companies

กลุ่มเป้าหมายของโครงการ :

หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC) กลุ่มเป้าหมายของโครงการ ได้แก่ 1) ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ที่จบการศึกษาเกิน 1 ปี ว่างงาน หรือถูกเลิกจ้าง มีพื้นฐานการศึกษาดี หรือประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้อง และมีความสนใจที่จะประกอบการในธุรกิจที่ตนเองมีประสบการณ์ 2) บัณฑิตใหม่ หรือผู้ที่สำเร็จการศึกษา ไม่เกิน 1 ปี และยังหางานทำไม่ได้ มีพื้นฐานการศึกษาดี และมีความสนใจที่จะประกอบธุรกิจส่วนตัว 3) ทายาทของเจ้าของธุรกิจ ลูกหลาน หรือ คู่สมรส ที่กำลังเตรียมตัวเข้ารับช่วงถ่ายโอนกิจการของครอบครัว หรือได้เข้าร่วมบริหารกิจการของครอบครัว 4) ผู้ประกอบการใหม่ ที่เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนผู้จัดการในธุรกิจอยู่แล้ว ดำเนินกิจการไม่เกิน 3 ปี และเป็นกิจการที่ดำเนินการอยู่ยังไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์ หรือจดทะเบียนใดๆ กับรัฐ (ในกรณีที่เป็นหุ้นส่วนของกิจการจะต้องมีส่วนในการบริหารด้วย) 5) ลูกจ้าง พนักงาน หรือข้าราชการที่มีแนวคิดที่จะประกอบธุรกิจ มีแผนการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบวิชาชีพอิสระที่ยังไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์ 6) อายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ และไม่เกิน 60 ปี ในวันที่ยื่นใบสมัคร และ 7) สำเร็จการศึกษา ระดับ ปวช. หรือเทียบเท่าขึ้นไป

หลักสูตรโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เรียนผ่านออนไลน์ กลุ่มเป้าหมายของโครงการ เปิดกว้างไม่มีข้อจำกัด

หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) กลุ่มเป้าหมายของโครงการ ได้แก่ การเพาะบ่มนิสิต นักศึกษา นักวิชาการ ศิษย์เก่า คณาจารย์ ตลอดจน ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้นำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาแปลงเป็นทรัพยากรการผลิตในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ สู่วิสาหกิจไทยในขณะที่พัฒนาศักยภาพในการบริหารงานและประกอบการจากภูมิปัญญาของตนเอง

คุณสมบัติขั้นต้นของผู้เข้าร่วมโครงการ:

หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC) คุณสมบัติขั้นต้นของผู้เข้าร่วมโครงการ คือ 1) ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ที่จบการศึกษาเกิน 1 ปี ว่างงาน หรือถูกเลิกจ้าง มีพื้นฐานการศึกษาดี หรือประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้อง และมีความสนใจที่จะประกอบการในธุรกิจที่ตนเองมีประสบการณ์ 2) บัณฑิตใหม่ หรือผู้ที่สำเร็จการศึกษา ไม่เกิน 1 ปี และยังหางานทำไม่ได้ มีพื้นฐานการศึกษาดี และมีความสนใจที่จะประกอบธุรกิจส่วนตัว 3) ทายาทของเจ้าของธุรกิจ ลูกหลาน หรือ คู่สมรส ที่กำลังเตรียมตัวเข้ารับช่วงถ่ายโอนกิจการของครอบครัว หรือได้เข้าร่วมบริหารกิจการของครอบครัว 4) ผู้ประกอบการใหม่ ที่เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนผู้จัดการในธุรกิจอยู่แล้ว ดำเนินกิจการไม่เกิน 3 ปี และเป็นกิจการที่ดำเนินการอยู่ยังไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์ หรือจดทะเบียนใดๆ กับรัฐ (ในกรณีที่เป็นหุ้นส่วนของกิจการจะต้องมีส่วนในการบริหารด้วย) 5) ลูกจ้าง พนักงาน หรือข้าราชการที่มีแนวคิดที่จะประกอบธุรกิจ มีแผนการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบวิชาชีพอิสระที่ยังไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์ 6) อายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ และไม่เกิน 60 ปี ในวันที่ยื่นใบสมัคร และ 7) สำเร็จการศึกษา ระดับ ปวช. หรือเทียบเท่าขึ้นไป

หลักสูตรโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เรียนผ่านออนไลน์ คุณสมบัติขั้นต้นของผู้เข้าร่วมโครงการ คือ กลุ่มผู้เรียนที่ไม่ได้อยู่ในระบบโรงเรียนหรือการศึกษาปกติ แต่ต้องการเป็นผู้ประกอบการใหม่

หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) คุณสมบัติขั้นต้นของผู้เข้าร่วมโครงการ คือ นักศึกษาภาคปกติ ภาคพิเศษ บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย และประชาชนผู้สนใจทั่วไป

รูปแบบการอบรม:

หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC) รูปแบบการอบรม ส่วนใหญ่ที่ผ่านมามีทั้งหมดเป็นการฝึกอบรมความรู้ทั้งทางทฤษฎีและเทคนิค ปฏิบัติการเป็นผู้ประกอบการจากกิจกรรมในห้องเรียน

หลักสูตรโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม รูปแบบการอบรมเป็นหลักสูตรออนไลน์

หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) รูปแบบการอบรมเป็นโปรแกรมการบ่มเพาะด้านต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับประกอบการและจัดที่ปรึกษา พร้อมสถานที่สำนักงานในบางกรณีตามความเหมาะสม

เนื้อหาการอบรม :

หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC) เนื้อหาการอบรม ได้แก่ 1.หลักสูตรส่วนใหญ่ที่สอนค่อนข้างออกแบบกว้างๆหลวมๆ " Mass " อันเนื่องจากทรัพยากรที่จำกัดทั้งเวลา กลุ่มผู้เข้ารับการอบรม วิทยากร งบประมาณ ฯลฯ จึงทำให้รายวิชาที่สอนอาจจะไม่ครบถ้วน หรือตรงกับความต้องการของผู้เรียน 2.หลักสูตรส่วนใหญ่ที่สอนแตกต่างออกไปตามวิทยากร ซึ่งขึ้นอยู่กับความรู้และประสบการณ์ของวิทยากรผู้สอนแต่ละหลักสูตร เนื่องจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมแต่ละแห่งหรือหน่วยงานที่รับโครงการต่อจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไปจัดหลักสูตรอบรมเป็นผู้จัดวิทยากรเอง ดังนั้นถึงแม้จะเป็นรายวิชาเดียวกันอาจจะมีเนื้อหาแตกต่างกันได้ 3. เนื้อหา ประกอบด้วยวิชาต่างๆ อย่างน้อย 4 กลุ่มวิชา ตามหลัก 4 M (ผลิต-ตลาด-เงิน-คน) ได้แก่ การเงิน การตลาด การจัดการกลยุทธ์ บัญชี ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์กร เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ การบริหารการปฏิบัติการและกฎหมายธุรกิจ

หลักสูตรโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เรียนผ่านออนไลน์ เนื้อหาการอบรม เป็น หลักสูตรเน้นด้านการตลาดออนไลน์ เนื้อหาประกอบด้วยรายวิชา ดังนี้ วิชาการสร้างแนวคิดทางธุรกิจ สู่ยุคดิจิทัล วิชาการประเมินและการวางแผนด้านการตลาดออนไลน์ วิชาการออกแบบและพัฒนาร้านค้าออนไลน์ วิชาการประเมินเงินลงทุนธุรกิจและวางแผนบริหารทางการเงิน วิชาการจัดแผนธุรกิจและการทำแบบจำลองธุรกิจ และเทคนิคการนำเสนอแบบจำลองธุรกิจ และวิชากฎหมายและจริยธรรมของความเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล

หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) เนื้อหาการอบรมได้แก่ โปรแกรมการบ่มเพาะด้านต่างๆที่จำเป็นสำหรับประกอบการและจัดที่ปรึกษาตามความเหมาะสม เน้นการวินิจฉัยโครงการของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ

ระยะเวลาอบรม :

หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC) เป็นหลักสูตรระยะสั้น 36 , 60 , 72, 78 ,96 ชั่วโมง

หลักสูตรโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเนื่องจากเป็น เรียนผ่านออนไลน์ ไม่กำหนดระยะเวลาเรียน

หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) เป็นหลักสูตรระยะยาว 12-24 เดือน

กิจกรรมพิเศษนอกจากการอบรม :

หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC) ได้แก่

1) การศึกษาดูงาน และ2) ปรีกษาแนะนำ

หลักสูตรโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เรียนผ่านออนไลน์ “ไม่ระบุ “

หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) ได้แก่ 1)จับคู่(Matching) กับผู้ประกอบการที่ผ่านการคัดเลือกตามความต้องการของผู้ประกอบการ 2)มีการเยี่ยมชมสถานประกอบการเพื่อให้เห็นกระบวนการทำงานแล้วนำมาวิเคราะห์ปัญหาการดำเนินงาน 3)ให้คำปรึกษาและข้อมูล ในการจัดตั้งบริษัทของหน่วยบ่มเพาะและจัดฝึกอบรม ให้ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้ ความเข้าใจในฐานะผู้ประกอบการ และ4)ประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดตั้งบริษัท

จำนวนที่รับ (คน):

หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม(NEC)จำนวนที่รับ35-40 คน

หลักสูตรโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เรียนผ่านออนไลน์ จำนวนที่รับไม่จำกัด เพราะเป็นการเรียนการสอนบนเว็บไซต์

หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) จำนวนที่รับ 2-3 คน

ค่าธรรมเนียม (บาท):

ไม่มีค่าใช้จ่ายทั้ง 3 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC) หลักสูตรโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เรียนผ่านออนไลน์ และหลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI)

เกณฑ์การผ่านการอบรม :

หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC) เกณฑ์การผ่านการอบรม คือ ผู้เข้าร่วมโครงการจะต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่า 80% ของเวลาเรียนทั้งหมด

หลักสูตรโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เรียนผ่านออนไลน์ เกณฑ์การผ่านการอบรม คือ ทดสอบความระดับความรู้ผ่านแต่ละโมดูล

หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) เกณฑ์การผ่านการอบรม คือ 1)มีการประเมินผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ต่อคณะกรรมการและสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา 2)มีการประเมินผล : รอบ 6 เดือน, รอบ 12 เดือน , รอบ 18 เดือน , รอบ 24 เดือน

สรุปผลการวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ

หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC) กลุ่มเป้าหมายของโครงการ ได้แก่ ผู้ว่างงานที่มีความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการ ทายาทของเจ้าของธุรกิจ หรือผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ รูปแบบการอบรม ส่วนใหญ่เป็นการฝึกอบรมความรู้ทั้งทางทฤษฎีและเทคนิคปฏิบัติการเป็นผู้ประกอบการจากกิจกรรมในห้องเรียน เนื้อหาการอบรมประกอบด้วยวิชาต่างๆ ได้แก่ การเงิน การตลาด การจัดการกลยุทธ์ บัญชี ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์กร เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ การบริหารการปฏิบัติการและกฎหมายธุรกิจ เป็นหลักสูตรระยะสั้นระยะเวลาอบรมตั้งแต่ 36 , 60 , 72, 78 ,96 ชั่วโมง จำนวนที่รับ 35-40 คน ไม่มีค่าใช้จ่าย เกณฑ์การผ่านการอบรม คือ ผู้เข้าร่วมโครงการจะต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่า 80% ของเวลาเรียนทั้งหมด

หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม(NEC) แบบออนไลน์ กลุ่มเป้าหมายของโครงการ คือ ผู้มีความสนใจจะก้าวเป็นผู้ประกอบการใหม่ รูปแบบการอบรมเป็นหลักสูตรออนไลน์ เนื้อหาประกอบด้วยรายวิชา ดังนี้ วิชาการสร้างแนวคิดทางธุรกิจ สู่ยุคดิจิทัล วิชาการประเมินและการวางแผนด้านการตลาดออนไลน์ วิชาการออกแบบและพัฒนาร้านค้าออนไลน์ วิชาการประมาณเงินลงทุนธุรกิจและวางแผนบริหารทางการเงิน วิชาการจัดแผนธุรกิจและการทำแบบจำลองธุรกิจ และเทคนิคการนำเสนอแบบจำลองธุรกิจ และวิชากฎหมายและจริยธรรมของความเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล ระยะเวลาอบรมเนื่องจากเป็น เรียนผ่านออนไลน์ ไม่กำหนดระยะเวลาเรียน จำนวนที่รับไม่จำกัด เพราะเป็นการเรียนการสอนบนเว็บไซต์ ไม่มีค่าใช้จ่ายและทดสอบความระดับความรู้ผ่านแต่ละโมดูล

หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) กลุ่มเป้าหมายของโครงการ ได้แก่ นิสิตนักศึกษา นักวิชาการ ศิษย์เก่า คณาจารย์ และผู้ประกอบการ รูปแบบการอบรมเป็นโปรแกรมการบ่มเพาะด้านต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับประกอบการ เนื้อหาการอบรม ได้แก่ โปรแกรมการบ่มเพาะด้านต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับประกอบการและจัดที่ปรึกษาตามความเหมาะสม เน้นการวินิจฉัยโครงการของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ เป็นระยะเวลาอบรมเป็นหลักสูตรระยะยาว 12-24 เดือน จำนวนที่รับ 2-3 คน ไม่มีค่าใช้จ่าย เกณฑ์การผ่านการอบรม คือ 1)มีการประเมินผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ต่อคณะกรรมการและสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา 2)มีการประเมินผล : รอบ 6 เดือน, รอบ 12 เดือน , รอบ 18 เดือน , รอบ 24 เดือน

2) ผลการวิเคราะห์หลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศจากการสัมภาษณ์

ผลการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ จำนวน 2 แห่ง พบว่ามี 2 โครงการ ได้แก่ โครงการ

เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) และหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลาง
ตอนบน ดังตารางที่ 4.6



ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ

| โครงการเสริมสร้าง ผู้ประกอบการใหม่ (NEC) | หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| หน่วยงานของท่านมีการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ | |
| <p>กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ดำเนินงานโครงการมาตั้งแต่ปี 2545และต่อเนื่องมาจนถึง ปัจจุบัน 18 ปี</p> | <p>หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาค กลางตอนบน ประกอบด้วย 11 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มหาวิทยาลัยราช ภัฏจันทรเกษม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มหาวิทยาลัยสวน ดุสิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี</p> |
| กลุ่มเป้าหมาย | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1) ผู้ว่างงานที่มีความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการ 2) นักศึกษาจบใหม่ ซึ่งมีแนวคิดและตั้งใจจะเป็น ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ 3) ผู้ประกอบการ ที่เริ่มต้นประกอบธุรกิจในระยะ1-3 ปีที่ ผ่านมา แต่ธุรกิจยังไม่เข้มแข็งจำเป็นต้องได้รับความรู้และ การบ่มเพาะในการสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคง 4) ทายาทเจ้าของกิจการ ที่เตรียมตัวเข้ารับการสืบทอด กิจการหรือร่วมบริหารกิจการด้วยการขยายกิจการหรือ จัดตั้งธุรกิจใหม่เป็นของตนเอง 5) ผู้ประกอบอาชีพอื่นอยู่แล้ว เช่น ข้าราชการ พนักงาน ผู้ประกอบการวิชาชีพอิสระ (เช่น หนวยความ สถาปนิก ฯลฯ)หรือผู้รับจ้างอิสระแต่ตั้งใจจะเปลี่ยนมาเป็น ผู้ประกอบการ <ol style="list-style-type: none"> 1) ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ที่จบการศึกษาเกิน 1 ปี ว่างงาน หรือถูกเลิกจ้าง มีพื้นฐานการศึกษาดี หรือประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้อง และมีความ สนใจที่จะประกอบการในธุรกิจที่ตนเองมีประสบการณ์ 2) บัณฑิตใหม่ หรือผู้ที่สำเร็จการศึกษา ไม่เกิน 1 ปี และยัง หางานทำไม่ได้ มีพื้นฐานการศึกษาดี 3) ทายาทของเจ้าของธุรกิจ ลูกหลาน หรือ คู่สมรส ที่กำลัง เตรียมตัวเข้ารับช่วงถ่ายโอนกิจการของครอบครัว หรือได้ เข้าร่วมบริหารกิจการของครอบครัว | <p>นิสิต นักศึกษา นักวิชาการ ศิษย์เก่า คณาจารย์ ตลอดจน ผู้ประกอบธุรกิจมีศักยภาพและสนใจเป็น ผู้ประกอบการ ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการรายใหม่</p> |

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ (ต่อ)

| โครงการเสริมสร้าง ผู้ประกอบการใหม่ (NEC) | หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| กลุ่มเป้าหมาย (ต่อ) | |
| <p>4) ผู้ประกอบการใหม่ ที่เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนผู้จัดการในธุรกิจอยู่แล้ว ดำเนินกิจการไม่เกิน 3 ปี และเป็นกิจการที่ดำเนินการอยู่ยังไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์ หรือจดทะเบียนใดๆ กับรัฐ (ในกรณีที่หุ้นส่วนของกิจการจะต้องมีส่วนในการบริหารด้วย)</p> <p>5) ลูกจ้าง พนักงาน หรือข้าราชการที่มีแนวคิดที่จะประกอบธุรกิจ มีแผนการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการวิชาชีพอิสระที่ยังไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์</p> <p>6) อายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ และไม่เกิน 60 ปี ในวันที่ยื่นใบสมัคร</p> <p>7) สำเร็จการศึกษา ระดับ ปวช. หรือเทียบเท่าขึ้นไป</p> | |
| หลักสูตรฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วยวิชา | |
| <p>ประกอบด้วยวิชาต่างๆ อย่างน้อย 4 กลุ่มวิชา ตามหลัก 4 M (ผลิต-ตลาด-เงิน-คน) ได้แก่ การเงิน การตลาด การจัดการกลยุทธ์ บัญชี ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์กร เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ การบริหารการปฏิบัติการและกฎหมายธุรกิจ</p> | <p>เห็นว่าวิชาความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี ได้แก่ การเงิน การตลาด บัญชี การบริหารการปฏิบัติการ และการเป็นผู้ประกอบการ</p> |
| หลักสูตรฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการมีทั้งหมดกี่หลักสูตร | |
| <p>ประกอบด้วย 2 หลักสูตรหลัก คือ โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC)และโครงการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม</p> | <p>เป็นลักษณะของการให้บริการคำปรึกษา และสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดธุรกิจใหม่ในรูปแบบของการบ่มเพาะ</p> |
| จำนวนผู้เข้ารับการอบรมที่คาดว่าจะรับต่อปี | |
| <p>ประมาณ 900 คนทั่วประเทศ</p> | <p>3-4 คน ต่อมหาวิทยาลัย</p> |
| งบประมาณของการจัดหลักสูตรฝึกอบรมต่อปี/ค่าใช้จ่ายในการอบรมต่อหัว | |
| <p>ค่าใช้จ่ายในการอบรมต่อหัวประมาณ 15,000บาท</p> | <p>ค่าใช้จ่ายในการอบรมบ่มเพาะต่อหัวประมาณ 100,000บาท</p> |

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ (ต่อ)

| โครงการเสริมสร้าง ผู้ประกอบการใหม่ (NEC) | หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน | |
| <p>1) ขั้นตอนการพัฒนาแนวคิดทางธุรกิจ โดยผู้เข้าร่วมจะได้รับการถ่ายทอดความรู้ด้วยการฝึกอบรมในหลักสูตรพื้นฐานเรื่องการจัดการธุรกิจ การพัฒนาแนวคิดและการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ</p> <p>2) ขั้นตอนกระบวนการเพิ่มทักษะการประกอบการ เพื่อพัฒนาแนวคิดสู่การปฏิบัติ หรือความเป็นจริงมากขึ้น โดยจะได้รับการดูแลและให้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์และชี้แนะเทคนิคการประกอบการอย่างมืออาชีพและยั่งยืน</p> | <p>แนวคิดของกระบวนการสร้างผู้ประกอบการใหม่ แบ่งเป็น 3 ระยะ</p> <p>1) ระยะแรก (Pre-incubating) คือ การเสาะแสวงหาผลงานและผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ</p> <p>2) ระยะที่สอง (Incubating) คือ การบ่มเพาะธุรกิจ และแนวคิดในเชิงพาณิชย์ให้พร้อมที่จะเกิดเป็นวิสาหกิจที่แข็งแรง และสามารถแยกตัวออกไปจากหน่วยบ่มเพาะฯ ได้</p> <p>3) ระยะที่สาม (Post-incubating) คือ ผลักดันบริษัทบ่มเพาะออกไปดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง</p> |
| แนวคิดในการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมแต่ละวิชาที่ใช้สอน | |
| <p>ให้ความรู้ทางด้านวิชาการภายใต้เนื้อหาหลักๆ ต้องประกอบด้วยอย่างน้อย 4 กลุ่มวิชา ตามหลัก 4 M (ผลิต-ตลาด-เงิน-คน) ควบคู่ไปกับการฝึกอบรมบ่มเพาะ</p> | <p>ใช้แนวทางฝึกอบรมบ่มเพาะ กล่าวคือ โครงการทางธุรกิจของผู้ประกอบการจะได้รับการฟุ่มเฟือยและดูแลเป็นพิเศษเพื่อเริ่มต้นจัดตั้งธุรกิจ งบประมาณที่เพียงพอให้เจริญเติบโตจนประสบความสำเร็จ</p> |
| หลักสูตรฝึกอบรมของท่านมีวิธีในการจัดลำดับการเรียนรู้แต่ละวิชา | |
| <p>ใช้แนวทางการสร้างแนวคิดทางธุรกิจ การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ การพิจารณาธุรกิจที่เหมาะสมกับตนเองควบคู่ไปกับการฝึกอบรมบ่มเพาะจนสามารถจัดทำแผนธุรกิจที่เป็นของตนเองได้</p> | <p>ใช้แนวทางฝึกอบรมบ่มเพาะ</p> |
| หลักสูตรฝึกอบรมของท่านมีกิจกรรมที่จัดให้กับผู้เข้ารับการอบรม | |
| <p>การบริการช่วยเหลือต่อเนื่อง ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งนี้เพื่อให้สามารถจัดตั้งหรือขยายธุรกิจได้สำเร็จ อาทิ การจัดกิจกรรมเปิดตัวธุรกิจสินค้าและบริการ เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด และการเชื่อมประสานกับแหล่งเงินทุน รวมทั้งการจับคู่เจรจาธุรกิจ การเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการใหม่และผู้ประกอบการเดิม</p> | <p>สนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ รวมไปถึงการฝึกอบรม การให้คำปรึกษา การเป็นที่ปรึกษา การให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิค การให้ความช่วยเหลือด้านการเงิน และการเชื่อมโยงศูนย์บ่มเพาะกับตลาด ซัพพลายเออร์ เทคโนโลยี การสร้างแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น</p> |
| เกณฑ์ในการผ่าน | |
| <p>เข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนชั่วโมงตามหลักสูตร</p> | <p>หลังเข้ารับการบ่มเพาะครบ 360 วัน ต้องสามารถจัดตั้งบริษัทใหม่ (Startup) ได้</p> |

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ (ต่อ)

| โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) | หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ข้อจำกัด | |
| ข้อจำกัดด้านงบประมาณที่น้อยลงทุกปี ทำให้แผนงานที่จะสร้าง/พัฒนาผู้มีศักยภาพที่ผู้ประกอบการต้องปรับลดตามงบประมาณที่ได้รับ | ข้อจำกัดด้านงบประมาณและทรัพยากร |
| ถ้ามีหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์ (Anytime, Anywhere) ทางหน่วยงานของท่านมีความสนใจนำไปใช้สอนหรือไม่ | |
| สนใจแต่ขอพิจารณาก่อนว่าจะนำไปใช้หรือเสริมในวิชาอะไรได้บ้าง | สนใจแต่ขอดูเนื้อหาวิชาวิทยาก่อน |
| ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ | |
| กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้จัดทำ "SME Academy Learning " โครงการ “สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม” ได้พัฒนาสื่อความรู้ให้ทันสมัย โดยอาศัยเทคโนโลยีของเว็บในการถ่ายทอดเนื้อหาและเผยแพร่องค์ความรู้ ให้กับผู้ที่สนใจจะก้าวเป็นผู้ประกอบการใหม่โดยพัฒนาระบบการจัดการหลักสูตรฝึกอบรมการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ด้วยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาและยังลดช่องว่างในการเข้าถึงโอกาสการเรียนรู้ความเป็นผู้ประกอบการใหม่ ด้วยระบบการเรียนรู้ทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-learning) | หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน ได้ร่วมมือกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ออกแบบการสอนออนไลน์ระบบเปิดสำหรับสถาบันอุดมศึกษา Thai MOOC (Thailand Massive Open Online Course) สำหรับผู้สนใจสามารถเรียนรู้ความรู้ด้านธุรกิจขั้นพื้นฐานได้ |

จากตารางที่ 4.6 จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ พบว่า

โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ดำเนินงานโครงการมาตั้งแต่ปี 2545และต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน 18 ปี กลุ่มเป้าหมายหลักๆ ได้แก่ 1) ผู้ว่างงานที่มีความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการ 2) นักศึกษาจบใหม่ 3) ผู้ประกอบการที่เริ่มต้นประกอบธุรกิจ 4) ทายาทเจ้าของกิจการ 5) ผู้ประกอบอาชีพอื่น หรือผู้รับจ้างอิสระ 6) ผู้ที่สำเร็จการศึกษาแต่ว่างงาน หรือถูกเลิกจ้าง 8) ทายาทของเจ้าของธุรกิจ หลักสูตรฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วย ประกอบด้วยวิชาต่างๆ อย่างน้อย 4 กลุ่มวิชา ตามหลัก 4 M (ผลิต-ตลาด-เงิน-คน) ได้แก่ การเงิน การตลาด การจัดการกลยุทธ์ บัญชี ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ การบริหารการปฏิบัติการและกฎหมายธุรกิจ จำนวนผู้เข้ารับ

การอบรมที่คาดว่าจะรับต่อปี ประมาณ 900 คนทั่วประเทศ ค่าใช้จ่ายในการอบรมต่อหัวประมาณ 15,000บาท เกณฑ์ในการผ่าน คือ เข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนชั่วโมงตามหลักสูตร

หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน ประกอบด้วย 11 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กลุ่มเป้าหมาย คือ นิสิต นักศึกษา นักวิชาการ ศิษย์เก่า คณาจารย์ ตลอดจน ผู้ประกอบธุรกิจมีศักยภาพและสนใจเป็นผู้ประกอบการ ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ หลักสูตรฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วยวิชา 1.ด้านบัญชี 2.ด้านการเงิน 3.ด้านการผลิต 4.ด้านการตลาด 5.ด้านการจัดการ จำนวนผู้เข้ารับการอบรมที่คาดว่าจะรับต่อปี 3-4 คน ต่อมหาวิทยาลัยค่าใช้จ่ายในการอบรมบ่มเพาะต่อหัวประมาณ 100,000 บาท เกณฑ์ในการผ่าน คือ หลังเข้ารับการบ่มเพาะครบ 360 วัน ต้องสามารถจัดตั้งบริษัทใหม่ (Startup) ได้

1.2 ผลการวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในต่างประเทศ

ผลการวิเคราะห์จาก เอกสาร และการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำนวน 9 แห่ง โดยเลือกจาก Top Best Business Schools 2017 สาขาที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) แต่ละทวีป ได้แก่ อเมริกา ยุโรป และเอเชีย พบว่า

ในอเมริกา ได้แก่ แบบสัน คอลเลจ (Babson College) มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) และมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University)

ในยุโรป ได้แก่ มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ (University of Cambridge: Judge) จากประเทศอังกฤษสถาบัน IMD (IMD: International Institute for Management Development) จากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สถาบันไออี บิสซิเนสสคูล (Instituto de Empresa) จากประเทศสเปน

ในเอเชีย ได้แก่ มหาวิทยาลัยCeibs (China Europe International Business School) จากประเทศจีน วิทยาลัยธุรกิจอินเดีย (Indian School of Business) จากประเทศอินเดีย วิทยาลัยธุรกิจ KUST (University of Science and Technology Clear Water; KUST Business School) จากประเทศจีน

ผลการวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในต่างประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสู่ผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ (ต่อ)

| มหาวิทยาลัย ประเด็น | ฉบับสัน คอลเลจ | มหาวิทยาลัย สแตนฟอร์ด | มหาวิทยาลัย ฮาร์วาร์ด | มหาวิทยาลัย เคมบริดจ์ | สถาบัน IMD | สถาบันไออี บีซีเอสเอสดูล | มหาวิทยาลัย Ceibs | วิทยาลัย ธุรกิจ KUST | วิทยาลัยธุรกิจ อินเดีย | สรุป |
|------------------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | 7. ผู้นำเชิงกลยุทธ์ 8. การเงินธุรกิจ 9. การวิเคราะห์ ข้อมูลและการตัดสินใจ 10. การเงิน 11. การบริหาร จัดการทรัพยากร มนุษย์ 12. การจัดการ สารสนเทศ 13. เศรษฐศาสตร์ มหภาค 14. การบัญชี บริหาร 15. การตลาด 16. เศรษฐศาสตร์ จุลภาค 17. การปฏิบัติการ 18. กลยุทธ์ การตลาด | 8. การจัดการเชิง ประกอบการ 9. การเงิน 2 10.ภาวะการเป็น ผู้นำและความ รับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจ | | | 3)การบริหาร ตัดสินใจสำหรับ ผู้บริหาร 4)การบัญชีบริหาร 5)การเงินธุรกิจ 3.บูรณาการ มุมมองการจัดการ ทั่วไป 1)กลยุทธ์การ บริหารคนและ ทีมงาน 2)การจัดการ การตลาด | 2) เศรษฐ ศาสตร์มหภาค 3)การวิเคราะห์ ข้อมูล 4)การจัดการ การดำเนินงาน 3. การเงิน การบัญชี 1)บัญชีการเงิน 2)การบัญชี บริหาร 3)การเงินธุรกิจ 4)การตลาด 1)การจัดการ การตลาด 5. พฤติกรรม องค์การและ การจัดการ ทรัพยากร มนุษย์ 1)พฤติกรรม องค์การ 2)จริยธรรม ธุรกิจและการ กำกับดูแล กิจการ | 4.การจัดการ บัญชี: การ บัญชีสำหรับ การตัดสินใจ และการ ควบคุม 5.การเงิน ธุรกิจ: ธุรกิจ การเงินเพื่อ การเติบโต เชิงกลยุทธ์ 6.การบริหาร ทรัพยากร มนุษย์และ องค์กร: นำ คนสู่ ความสำเร็จ 7.กลยุทธ์ การตลาด: การสร้าง คุณค่าให้กับ ลูกค้า 8.การ ดำเนินงาน และการ จัดการห่วงโซ่ คุณค่า: การ จัดการการ | | 6.การเป็น ผู้ประกอบการ จำนวน 6 แห่ง 7.บัญชี จำนวน 5 แห่ง 8.การบริหารการ ปฏิบัติการ จำนวน 5 แห่ง 9.เทคโนโลยีและ การจัดการ สารสนเทศจำนวน 4 แห่ง 10.นวัตกรรม จำนวน 3 แห่ง |

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ (ต่อ)

| มหาวิทยาลัย ประเด็น | ฉบับสัน คอลเลจ | มหาวิทยาลัย สแตนฟอร์ด | มหาวิทยาลัย เคมบริดจ์ | สถาบัน IMD | สถาบันไออี บีซีเอสเอสคูล | มหาวิทยาลัย Ceibs | วิทยาลัย ธุรกิจ KUST | วิทยาลัยธุรกิจ อินเดีย | สรุป |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| มหาวิทยาลัย พระเจดีย์ | | | | | | | จัดทำหนังสือ ของห้องโถง คุณค่าเพื่อ เสริมสร้าง การแข่งขัน ขององค์กร 9.กลยุทธ์การ จัดการ: ปรับ ทิศทางธุรกิจ ผ่านกลยุทธ์. | | |
| หมวด วิชาเลือก | 1. การสร้าง ทักษะและการ ปฐมนิเทศ 2. โครงการ ผู้ประกอบการชั้น นำ 3. สร้างคุณ: สร้างชีวิตมือ อาชีพของคุณ | 1. การบัญชี 2. ผู้ประกอบการ 3. การเงิน (2) 4. การจัดการ ทั่วไป 5. เศรษฐศาสตร์ การจัดการ 6. การตลาด (2) 7. การดำเนินงาน และเทคโนโลยี 8. พฤติกรรม องค์กร 9. เศรษฐศาสตร์ การเมือง 10. การจัดการ เชิงกลยุทธ์ | 1. การเรียนการสอน แบบออนไลน์/ ออนไลน์ผสม 1. การนำเสนอและ เครือข่ายนักลงทุน 2. ผู้ประกอบการ ภายใน 3. การออกแบบ: การ สร้างการสร้างสรรค์ การออกแบบบริการ 4) Becoming a Startup Engineer | 1. การจัดการ องค์กรและ การเปลี่ยนแปลง 2. การเงิน 3. Leadership and Organizational behavior 4. การผู้นำ และ พฤติกรรม องค์กร 5. การพัฒนา อย่างยั่งยืน 6. การจัดการ กลยุทธ์และ | 1. ผู้ประกอบการ ธุรกิจ 2. นวัตกรรม รูปแบบธุรกิจของ องค์กร 3. เรียนรู้ความท้าทาย Big Data 4. การใช้กลยุทธ์ 5. การบริหารการ เปลี่ยนแปลง 6. การกำกับดูแล กิจการและสวัสดิ ของคณะกรรมการ | 1. การวิเคราะห์ งบการเงิน 2. การเงินของ องค์กรขั้นสูง 3. ภาคเอกชน และเงินร่วม ลงทุน 5. การเงินและ การควบคุม กิจการ 6. การปรับ โครงสร้าง องค์กร: การ ถอนการลงทุน การเพิ่มทุนการ ซื้อและการ ควบรวม | 1. เทคโนโลยี และการ จัดการ ความรู้ 2. การจัดการ นวัตกรรม 3. การค้นพบ ทั่วโลก 4. การศึกษา นอกสถานที่ ได้รับการ ออกแบบมา เพื่อให้บรรลุ เป้าหมาย สำคัญตาม ประการ 5. เพื่อพัฒนา มุมมองที่ ทั่วโลก | 1. ข้อมูลการ บัญชีสำหรับ ผู้จัดการ 2. เศรษฐศาสตร์ สำหรับผู้จัดการ 3. เศรษฐศาสตร์ โลก 4. การจัดการ องค์กรและผู้นำ เพื่อการ เปลี่ยนแปลง 5. การจัดการ การตลาด 6. กลยุทธ์การ แข่งขัน 7. การจัดการ การดำเนินงาน ทั่วโลก | พบว่า วิทยาลัยที่มี การสอน มาจาก 7 กลุ่มวิชา ได้แก่ 1. กลุ่มวิชา นวัตกรรม 2. กลุ่มวิชาการ จัดการทางธุรกิจ 3. กลุ่มวิชาการ ตลาด 4. กลุ่มวิชาบัญชี การเงิน 5. กลุ่มวิชาการ จัดการองค์กรและ ทรัพยากรมนุษย์ 6. กลุ่มวิชาการ จัดการด้านการผลิต และการดำเนินงาน 7. กลุ่มวิชาการ |

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการศึกษาในต่างประเทศ (ต่อ)

| มหาวิทยาลัย ประเด็น | ฉบับสัน คอลเลจ | มหาวิทยาลัย สแตนฟอร์ด | มหาวิทยาลัย ฮาร์วาร์ด | มหาวิทยาลัย เคมบริดจ์ | สถาบัน IMD | สถาบันไออี บีซีเอสเอสดูล | มหาวิทยาลัย Ceibs | วิทยาลัย ธุรกิจ KUST | วิทยาลัยธุรกิจ อินเดีย | สรุป |
|------------------------|-------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| | | | | | การ เปลี่ยนแปลง 7.สตอรี่ บอร์ด 8.บริการ ด้านอาชีพ 9. ความสามารถ ในการ สื่อสาร 10.วิธีการ เชิงปริมาณ 11.การ เจรจา ต่อรอง | | 7 คณะกรรมการ การลงทุน ภาคเอกชน. 8.นวัตกรรม ทางการเงิน ทางภาษี และความ ล้มเหลวของ ตลาด 9.ผลกระทบ จากการลงทุน 10.ตราสารหนี้ 11.วิจัย การตลาด 12.พฤติกรรม ผู้บริโภค 13.การกำหนด กลยุทธ์ในยุค ดิจิทัล 14.การสร้าง แบรนด์ในยุค ดิจิทัล 15.ทฤษฎีเกม และการตลาด เชิงกลยุทธ์ 16.การตลาด ให้กับองค์กร 17.การไปสู่อุต | สิ่งที่ เกี่ยวกับแนว ธุรกิจระดับโลก 6.เพื่อเพิ่ม ความ หลากหลาย ทาง วัฒนธรรมใน บริบททาง ธุรกิจระดับโลก 7.เพื่อสำรวจ แนวปฏิบัติที่ ดีที่สุดของ นวัตกรรม และการ จัดการ ผู้ประกอบการ ทั่วโลก 8.การเป็นผู้ นำ และ เหนือกว่า 9.การสร้าง ทีม - ปฏิบัติการ เรียนรู้เชิง ปฏิบัติการ | 8.ตลาดทุนและ กลยุทธ์ในการ ระดมทุน 9.ราคาสินค้า และบริการเพื่อ ทำกำไร 10.กลยุทธ์ การตลาดเชิง แข่งขัน 11.พันธมิตร เชิงกลยุทธ์และ กลยุทธ์การ เติบโตของ องค์กร 12.กลยุทธ์ องค์กรการควบ รวมกิจการ 13.การเจรจา เชิงกลยุทธ์ 14..นวัตกรรม และการเป็น ผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการ 15.การสร้างทีม ที่มีประสิทธิภาพ สูงและการ จัดการ ความสามารถ พิเศษ | อาการและกฎหมาย ธุรกิจ |

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักผู้ประกอบการศึกษาในต่างประเทศ (ต่อ)

| มหาวิทยาลัย ประเด็น | ฉบับสัน คอลเลจ | มหาวิทยาลัย สแตนฟอร์ด | มหาวิทยาลัย ฮาร์วาร์ด | มหาวิทยาลัย เคมบริดจ์ | สถาบัน IMD | สถาบันไออี บีซีเอสเอสดูล | มหาวิทยาลัย Ceibs | วิทยาลัย ธุรกิจ KUST | วิทยาลัยธุรกิจ อินเดีย | สรุป |
|------------------------|-------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| | | | | | | | ยุทธศาสตร์ตลาด 18การตลาด ข้อมูลขนาด 19.ล่อจิก นวัตกรรม | 10.การ แข่งขันและ การทำงาน ร่วมกัน - การจำลอง ธุรกิจ 11.การ สะท้อนกลับ - การ ฝึกอบรมการ สะท้อนความ เป็นผู้นำ | 16.ผู้นำและการ พัฒนาที่ยั่งยืน 17.การจัดการ ความสามารถใน การทำกำไร เชิงกลยุทธ์ 18.กลยุทธ์ระดับ โลกและองค์กร 19.พลักสูตร ความเป็นผู้นำ และคุณ 20.พลักสูตรการ สื่อสารด้าน จริยธรรมและ ธุรกิจ | |

จากตารางที่ 4.7 สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์จากเอกสารแนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในต่างประเทศ พบว่า

ชื่อหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ)

หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ส่วนใหญ่ใช้ชื่อเป็น Master of Business Administration จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด สถาบัน IMD สถาบันไออี บิสซิเนสสคูล มหาวิทยาลัย Ceibs วิทยาลัยธุรกิจ KUST และวิทยาลัยธุรกิจอินเดีย ใช้ชื่อเป็น Master of Science in Management in Entrepreneurial Leadership จำนวน 1 แห่ง คือ แบ็บสัน คอลเลจ และใช้ชื่อเป็น Master of Studies in Entrepreneurship จำนวน 1 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์

หมวดวิชาแกนและหมวดวิชาบังคับ (Curriculum)

ส่วนใหญ่ประกอบด้วยกลุ่มวิชาหลักๆ ได้แก่ กลุ่มวิชาบัญชีและการเงิน (Account and Finance) กลุ่มวิชาการตลาด (Marketing) กลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์ (Economics) กลุ่มวิชาการจัดการดำเนินงาน (Operations Management) กลุ่มวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ (Strategy Management for Entrepreneur) และกลุ่มวิชาการจัดการทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management)

หมวดวิชาเลือก หรืออื่นๆ (Elective/Additional Coursework)

ส่วนใหญ่ประกอบด้วยกลุ่มวิชาหลักๆ เหมือนหมวดวิชาแกนและหมวดวิชาบังคับ (Curriculum) แต่ลงรายละเอียดมากขึ้นตามความสนใจของผู้เรียน

สรุปผลศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศและการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษา ดังนี้

หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ: ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศจำนวน 8 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พบว่า ส่วนใหญ่เปิดสอนมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปีน้อยกว่า 100 คน ทุกแห่งเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียนรายวิชาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิชาเลือกได้ วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัยทุกแห่ง ได้แก่ การเงิน การตลาด บัญชี การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร เศรษฐศาสตร์ กฎหมายธุรกิจ และสถิติ รายวิชาเอกส่วนใหญ่ มาจาก 4 กลุ่มวิชา ได้แก่ กลุ่มวิชาการตลาด กลุ่มวิชาการจัดการองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ กลุ่มวิชาการจัดการทางธุรกิจ และกลุ่มวิชาการจัดการทางระบบสารสนเทศ ส่วนใหญ่หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาการจัดการ ดังนั้นรายวิชาส่วนใหญ่จึงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต เช่น

โครงสร้างของวิชาศึกษาทั่วไปและวิชาแกนจะอิงตามโครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ส่วนวิชาเอกบังคับและวิชาเอกเลือกเป็นวิชาภายใต้สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ

หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ: ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศจำนวน 9 คน จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหาวิทยาลัยรังสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ พบว่า ส่วนใหญ่เปิดสอนน้อยกว่า 5 ปี จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี น้อยกว่า 40 คน ทุกแห่งเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียนรายวิชาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิชาเลือกได้ วิชาแกนที่มีสอนในทุกแห่ง ได้แก่ การเงิน การตลาด บัญชี การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร เศรษฐศาสตร์ กฎหมายธุรกิจ และสถิติ รายวิชาเลือก มาจาก 7 กลุ่มวิชา ได้แก่ 1.นวัตกรรม 2.การจัดการทางธุรกิจ 3.การตลาด 4.การเงิน 5.การจัดการองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ 6.การจัดการด้านการผลิตและการดำเนินงาน 7.ภาวะผู้นำและกฎหมายธุรกิจ ส่วนใหญ่สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ อยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาลัยการจัดการ ดังนั้น ก็ยังถือเป็น หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รายวิชาส่วนใหญ่จึงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ: ผลการวิเคราะห์ เอกสาร และการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำนวน 9 แห่ง โดยเลือกจาก Top Best Business Schools 2017 สาขาที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) แต่ละทวีป ได้แก่ อเมริกา ยุโรป และเอเชีย พบว่า หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ส่วนใหญ่ใช้ชื่อเป็น Master of Business Administration หมวดวิชาแกนและหมวดวิชาบังคับส่วนใหญ่ประกอบด้วยกลุ่มวิชาหลักๆ ได้แก่ กลุ่มวิชาบัญชีและการเงิน กลุ่มวิชาการตลาด กลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์ กลุ่มวิชาการจัดการการดำเนินงาน กลุ่มวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการและกลุ่มวิชาการจัดการทรัพยากรบุคคล หมวดวิชาเลือก ส่วนใหญ่ประกอบด้วยกลุ่มวิชาหลักๆ เหมือนหมวดวิชาแกนและหมวดวิชาบังคับแต่ลงรายละเอียดมากขึ้นตามความสนใจของผู้เรียน

หลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ: ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ จำนวน 2 แห่ง พบว่ามี 2 โครงการ ได้แก่

โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ดำเนินงานโครงการมาตั้งแต่ปี 2545และต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน 18 ปี กลุ่มเป้าหมายหลักๆ ได้แก่ 1) ผู้ว่างงานที่มีความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการ 2) นักศึกษาจบ 3) ผู้ประกอบการที่เริ่มต้นประกอบธุรกิจ 4) ทายาทเจ้าของกิจการ 5) ผู้ประกอบอาชีพอื่น หรือผู้รับจ้างอิสระ 6) ผู้ที่สำเร็จการศึกษาแต่ว่างงาน หรือถูกเลิกจ้าง 8) ทายาทของเจ้าของธุรกิจ หลักสูตรฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วย ประกอบด้วยวิชาต่างๆ อย่างน้อย 4 กลุ่มวิชา ตามหลัก 4 M (ผลิต-ตลาด-เงิน-คน) ได้แก่ การเงิน การตลาด การจัดการกลยุทธ์ บัญชี ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์กร เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ การบริหารการปฏิบัติการและกฎหมายธุรกิจ จำนวนผู้เข้ารับ

การอบรมที่คาดว่าจะรับต่อปี ประมาณ 900 คนทั่วประเทศ ค่าใช้จ่ายในการอบรมต่อหัวประมาณ 15,000บาท เกณฑ์ในการผ่าน คือ เข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80ของจำนวนชั่วโมงตามหลักสูตร

หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน ประกอบด้วย 11 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กลุ่มเป้าหมาย คือ นิสิต นักศึกษา นักวิชาการ ศิษย์เก่า คณาจารย์ ตลอดจน ผู้ประกอบธุรกิจมีศักยภาพและสนใจเป็นผู้ประกอบการ ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ หลักสูตรฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วยวิชา 1.ด้านบัญชี 2.ด้านการเงิน 3.ด้านการผลิต 4.ด้านการตลาด 5.ด้านการจัดการ จำนวนผู้เข้ารับการอบรมที่คาดว่าจะรับต่อปี 3-4 คน ต่อมหาวิทยาลัยค่าใช้จ่ายในการอบรมบ่มเพาะต่อหัวประมาณ 100,000 บาท เกณฑ์ในการผ่าน คือ หลังเข้ารับการบ่มเพาะครบ 360 วัน ต้องสามารถจัดตั้งบริษัทใหม่ (Startup) ได้

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความต้องการของหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนรู้ผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรี

ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรีของผู้บริหารมหาวิทยาลัย ผู้ประกอบการ และนิสิตนักศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริหารมหาวิทยาลัย

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 15 คนจาก มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพและมหาวิทยาลัยพายัพ นำเสนอตามตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบกิจการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากกการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย

| | | | | | | | | |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ประเด็น มหาวิทยาลัย | หลักสูตร ผู้ประกอบกิจการที่ เป็นหลักสูตรเสริม สำหรับนักศึกษา ที่สนใจมี ประโยชน์ ต่อนักศึกษาใน การประกอบ อาชีพด้านธุรกิจ | นักศึกษาต้องการ เรียนหลักสูตรนี้ หรือไม่ | องค์ความรู้ใน การเป็น ผู้ประกอบการ สามารถเป็น ทางเลือกในการ เป็น ผู้ประกอบการ หรือทำงานใน องค์กรต่างๆ | ทุกมหาวิทยาลัย ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ หรือไม่ | หลักสูตร ผู้ประกอบกิจการ สามารถเตรียม ความพร้อมในการ เป็นผู้ประกอบการ ให้กับนักศึกษาได้ หรือไม่ | มหาวิทยาลัยมีการ ส่งเสริมให้นักศึกษา คณะอื่นๆที่ไม่ได้ เรียนสาย บริหารธุรกิจเป็น ผู้ประกอบการ | วิธีการสอนการเป็น ผู้ประกอบการของ นักศึกษา วิธีดีที่เหมาะสมและ ได้ผลมากที่สุดกับยุค ปัจจุบัน | รูปแบบหลักสูตร ผู้ประกอบกิจการ ควรจะเป็น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท |
| มหาวิทยาลัยมหิดล | มีประโยชน์สำหรับ นักศึกษาที่มี ศักยภาพและสนใจ ที่จะเป็น ผู้ประกอบการ ให้ สามารถเป็น ผู้ประกอบการใหม่ ได้จริง | ต้องการเรียน เพราะจะได้รู้จัก ตนเองมากขึ้น รวมถึง แนวทาง เริ่มต้นเป็น ผู้ประกอบการต้อง ทำอย่างไร เพื่อจะ มีความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับการ ดำเนินงานธุรกิจได้ | ได้ เพราะสร้าง มุมมองใหม่ ให้กับธุรกิจ และ ทักษะในการ จัดการธุรกิจที่ จำเป็นด้วยการ ลงมือปฏิบัติ | ขึ้นอยู่กับ ศักยภาพ ความ พร้อมของแต่ละ มหาวิทยาลัย | ได้ในระดับเบื้องต้น | เปิดโอกาสให้ นักศึกษาคณะอื่น สามารถมาลง วิชาการเป็น ผู้ประกอบการเป็น วิชาเลือกได้ | เน้นการเรียนการ สอนแบบ Experience - based Learning โดยผู้สอนจะต้องเป็น พี่เลี้ยง ให้นักศึกษา และดูแลนักศึกษาแต่ ละคนตามแนวคิด ของการบ่มเพาะ ธุรกิจ | สามารถเป็นได้ทั้ง หลักสูตรระยะสั้น หรือหลักสูตรปริญญา ตรี หรือหลักสูตร ปริญญาโท ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความพร้อม ของแต่ละ มหาวิทยาลัยว่าพร้อม หรือไม่ แต่ควรจะมี ในสิ่งไม่มีมหาวิทยาลัย ของตัวเองต้นและมี ความเชี่ยวชาญ |

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการการหลักสูตรของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากภาคสัมพันธ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

| | | | | | | | | |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ประเด็น มหาวิทยาลัย | หลักสูตร ผู้ประกอบการที่เป็น หลักสูตรเสริม สำหรับนักศึกษาที่ สนใจมีประสบการณ์ ต่อนักศึกษาในการ ประกอบอาชีพด้าน ธุรกิจ | นักศึกษาต้องการ เรียนหลักสูตรนี้ หรือไม่ | องค์ความรู้ใน การเป็น ผู้ประกอบการ สามารถเป็น ทางเลือกในการ เป็น ผู้ประกอบการ หรือทำงานใน องค์กรต่างๆ | ทุกมหาวิทยาลัย ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ หรือไม่ | หลักสูตร ผู้ประกอบการ สามารถเตรียม ความพร้อมในการ เป็นผู้ประกอบการ ให้กับนักศึกษาได้ หรือไม่ | มหาวิทยาลัยมีการ ส่งเสริมให้นักศึกษา คณะอื่นๆที่ไม่ได้ เรียนสาย บริหารธุรกิจเป็น ผู้ประกอบการ | วิธีการสอนการเป็น ผู้ประกอบการของ นักศึกษา วิธีดีที่เหมาะสมและ ได้ผลมากที่สุดกับยุค ปัจจุบัน | รูปแบบหลักสูตร ผู้ประกอบการ ควรจะเป็น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท |
| มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ | มีประโยชน์ในระดับ เบื้องต้น เพราะ ขึ้นอยู่กับตัวผู้เรียน เนื้อหาของหลักสูตร และระบบนิเวศของ กระบวนการที่ ชัดเจน | ต้องการเรียน เพราะต้องการ เพิ่มเติมความรู้การ เป็นผู้ประกอบการ | ได้ เพราะองค์ ความรู้ทั้ง 2 ด้าน คือ องค์ความรู้ เชิงทฤษฎีและ องค์ความรู้เชิง ปฏิบัติ สามารถ นำไปประยุกต์ใช้ ได้ทุกองค์กร | ขึ้นอยู่กับความ พร้อมของแต่ละ มหาวิทยาลัย แต่ ไม่จำเป็น เพราะ สามารถเรียน คอร์สสั้นๆแทน ระดับปริญญาได้ | ได้ แต่ต้องมี ปฏิบัติจริง | มีเรียนเป็นวิชาหมวด วิชาศึกษาทั่วไป | เน้นการลงมือปฏิบัติ จริง | ควรจะเป็นหลักสูตร ระยะสั้น เพราะ เกิดเร็วและมีโอกาส มีการเปลี่ยนแปลง ตลอดเวลา |
| มหาวิทยาลัย วลัยลักษณ์ | มีประโยชน์กับ นักศึกษาบางคน ไม่ใช้กับนักศึกษาทุก คนเพราะขึ้นอยู่กับ แรงจูงใจในตัว บัณฑิตใจของตัวเอง นักศึกษาเอง | ต้องการการเรียนรู้ แต่ไม่มากเพราะ นักศึกษาไทยส่วน ใหญ่ขาดแรง บันดาลใจในการ เป็นผู้ประกอบการ แต่นักศึกษาไทย อยากรับราชการ หรือทำงานกิน เงินเดือนกับ บริษัทเอกชน | ได้ เพราะองค์ความรู้ ในการ ผู้ประกอบการ สามารถนำมาใช้ใน องค์กรได้ไม่ว่า นักศึกษาจะมาทำงาน เป็นพนักงานของ บริษัทต้องมีคาม เป็นเจ้าของ หรือใน อนาคตถ้านักศึกษา จะออกจากบริษัทไป ประกอบธุรกิจของ ตนเองก็ได้รับการ ปลูกฝังความเป็น ผู้ประกอบการ | สมควรเปิด เพราะนักศึกษา ทุกสาขา สามารถเป็น ผู้ประกอบการได้ และแรงบันดาลใจ ไม่ได้จำกัด สาขา | ได้ เพราะเป็นการ ความรู้พื้นฐานทาง ธุรกิจ | เปิดโอกาสให้ นักศึกษาคณะอื่น สามารถมา เรียนการเป็น ผู้ประกอบการเป็น วิชาเลือกได้ | สัมผัสมากเป็นจริง กล่าวคือกรอบของ หลักสูตรการเป็น ผู้ประกอบการในคณะที่ ยังเป็นนักศึกษา ต้องทำ ให้รายได้จากฝึกการ เป็นผู้ประกอบการใน ระหว่างที่เรียนตามหลัก บทเฉพาะการเป็น ผู้ประกอบการเป็นการ เรียนรู้จากประสบการณ์ จริง (Experience Learning) | สามารถทำได้ทุกรูปแบบ ตามกลุ่ม เป้าหมายที่แตกต่างกัน -หลักสูตรระยะสั้นเป็น หลักสูตรเสริมที่เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ ต้องการเทคนิคที่นำไปใช้ ในการดำเนินการเปิด ธุรกิจจริง -หลักสูตรปริญญาตรี และ หลักสูตรปริญญาโท สอน ให้เป็นผู้ประกอบการแบบ รู้กว้าง |

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบอาชีพการศึกษาระดับปริญญาตรีจากภาคการสัมมนาผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

| ประเด็น มหาวิทยาลัย | หลักสูตร ผู้ประกอบการที่เป็น หลักสูตรเสริม สำหรับนักศึกษาที่ สนใจมีประโยชน์ ต่อนักศึกษาในการ ประกอบอาชีพด้าน ธุรกิจ | นักศึกษาต้องการ เรียนหลักสูตรนี้ หรือไม่ | องค์ความรู้ใน การเป็น ผู้ประกอบการ สามารถเป็น ทางเลือกในการ เป็น ผู้ประกอบการ หรือทำงานใน องค์กรต่างๆ | ทุกมหาวิทยาลัย ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ หรือไม่ | หลักสูตร ผู้ประกอบการ สามารถเตรียม ความพร้อมในการ เป็นผู้ประกอบการ ให้กับนักศึกษาได้ หรือไม่ | มหาวิทยาลัยมีการ ส่งเสริมให้นักศึกษา คณะอื่นๆที่ไม่ได้ เรียนสาย บริหารธุรกิจเป็น ผู้ประกอบการ | วิธีการสอนการเป็น ผู้ประกอบการของ นักศึกษา วิธีดีที่เหมาะสมและ ได้ผลมากที่สุดกับยุค ปัจจุบัน | รูปแบบหลักสูตร ผู้ประกอบการ ควรจะเป็น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| มหาวิทยาลัยขอนแก่น | มีประโยชน์สำหรับ กับนักศึกษาบางกลุ่ม ว่ามีแรงบันดาลใจ และต้องการที่จะเป็น ผู้ประกอบการจริงๆ | ต้องการเรียน แต่ ควรเป็นหลักสูตร ระยะสั้นที่ ตอบสนองความ ต้องการเฉพาะ มี ผลการเรียนรู้ที่ ชัดเจน | ได้ เพราะทำให้มี ทักษะในการ ประยุกต์ใช้ ความรู้ที่ได้จาก การเรียนเข้าสู่ การทำงาน เข้าใจถึงลักษณะ งาน สามารถตี โจทย์ความ ต้องการของ องค์กรได้ | ขึ้นอยู่กับความ พร้อมของแต่ละ มหาวิทยาลัย | ได้ แต่ขึ้นอยู่กับ Mindset ของตัว นักศึกษาว่า พร้อม ที่จะปรับตัว เรียนรู้ และพัฒนาตนเอง มากน้อยเพียงใด | เปิดโอกาสให้ นักศึกษาคณะอื่น สามารถมาลง วิชาการเป็น ผู้ประกอบการเป็น ผู้ประกอบการได้ | เรียนด้วยการกระทำ (Learning by Doing) ให้มากที่สุด เพื่อจะได้เกิดการ เรียนรู้ได้ และจำได้ นาน รวมถึงการได้ลง มือปฏิบัติจริงและ ทราบผลการปฏิบัติ ของตนเอง | ควรเป็นหลักสูตร ปริญญาโท เพราะ นักศึกษาจะได้เก็บ เกี่ยวประสบการณ์ และค้นหาตัวเองให้ เจอว่าชอบหรือสนใจ อะไร หลังจากนั้นก็ มาแสวงหา ศึกษาและ พัฒนาองค์ความรู้ได้ อย่างจริงจัง เฉพาะ ด้าน |
| สถาบันบัณฑิต พัฒนบริหารศาสตร์ | มีประโยชน์ เพราะจะ ได้ทราบแนวทางการ หลักการเป็น ผู้ประกอบการ | ต้องการเรียน เพราะจะได้ทราบ แนวทางและ หลักการเป็น ผู้ประกอบการ สอดคล้องกับทิศทาง ของประเทศที่มีการ ส่งเสริมให้การ สนับสนุน | ได้ เพราะองค์ ความรู้ในการเป็น ผู้ประกอบการ สามารถนำไปรับ ใช้ทั้งการเป็น เจ้าของกิจการเอง หรือทำงานใน องค์กรต่างๆได้ | ไม่สมควรเปิดทุก มหาวิทยาลัยแต่ ขึ้นอยู่กับว่า มหาวิทยาลัย ไหนมีความ สามารถ และมีบุคลากร พร้อมหรือไม่ | ได้ในระดับหนึ่ง ขึ้นอยู่กับความ ตั้งใจที่จะเป็น ผู้ประกอบการของ นักศึกษา ภูมิหลัง และสภาพแวดล้อม ของนักศึกษาด้วย | เปิดโอกาสให้ นักศึกษาคณะอื่นมา ลงเรียนวิชาของคณะ บริหารธุรกิจที่ เกี่ยวข้องกับการเป็น ผู้ประกอบการได้ | เรียนเชิงปฏิบัติ (Learning by doing) ผู้เรียนได้กระทำสิ่ง ต่างๆด้วยตนเอง ผ่าน การปฏิบัติจริง | -หลักสูตรระยะสั้น เหมาะสม เพราะเรียนเอา ไปปฏิบัติ ไม่จำเป็นต้องมีใบ ปริญญา - หลักสูตรปริญญาตรี เหมาะกับหลายธุรกิจ เรียนแบบกว้าง แฝงเนื้อหา (face up) กับเทคนิคใหม่ ๆ -หลักสูตรปริญญาโท ไม่ จำเป็น |

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากภาคีสภามหาวิทยาลัย (ต่อ)

| ประเด็น | หลักสูตร ผู้ประกอบการที่เป็น หลักสูตรเสริม สำหรับนักศึกษาที่ สนใจมีประโยชน์ ต่อนักศึกษาในการ ประกอบอาชีพด้าน ธุรกิจ | นักศึกษาต้องการ เรียนหลักสูตรนี้ หรือไม่ | องค์ความรู้ใน การเป็น ผู้ประกอบการ สามารถเป็น ทางเลือกในการ เป็น ผู้ประกอบการ หรือทำงานใน องค์กรต่างๆ | ทุกมหาวิทยาลัย ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ หรือไม่ | หลักสูตร ผู้ประกอบการ สามารถเตรียม ความพร้อมในการ เป็นผู้ประกอบการ ให้กับนักศึกษาได้ หรือไม่ | มหาวิทยาลัยมี ส่งเสริมให้นักศึกษา คนอื่นที่ไม่ได้ เรียนสาย บริหารธุรกิจเป็น ผู้ประกอบการ | วิธีการสอนการเป็น ผู้ประกอบการของ นักศึกษา วิธีที่เหมาะสมและ ได้ผลมากที่สุดกับยุค ปัจจุบัน | รูปแบบหลักสูตร ผู้ประกอบการ ควรจะเป็น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| มหาวิทยาลัย นครสวรรค์ | มีประโยชน์เพราะ ศึกษาเรียนเองจาก การอ่านหรือจาก อินเทอร์เน็ต เพราะมี ผู้เชี่ยวชาญมาพูด และวิเคราะห์ที่ฟัง | ต้องการระดับหนึ่ง เพราะขึ้นอยู่กับ ปัจจัยหลาย อย่างเช่น ผู้เรียน ต้องการอะไร ผู้ออกแบบ หลักสูตรต้องการ อะไร และ สภาพแวดล้อมใน การเรียน | ได้ มีความเข้าใจ ในแนวทางการ จัดการที่ เฉพาะเจาะจง กับการดำเนิน ธุรกิจ มีความ รอบรู้ในหลักการ บริหารและการ จัดการที่ เหมาะสม | ถ้ามหาวิทยาลัย นั้นมีหลักสูตร Business ก็ควร จะเปิด ขึ้นอยู่กับ ความพร้อมของ แต่ละ มหาวิทยาลัย | ได้ในระดับหนึ่งในเรื่อง ของแนวคิด และพื้นฐานในการ เป็นผู้ประกอบ | 1) มีเรียนเป็นวิชา หมวดวิชาศึกษา ทั่วไป 2) เปิดโอกาสให้ นักศึกษาคนอื่น สามารถมาลง วิชาการเป็น ผู้ประกอบการเป็น วิชาเลือกได้ | ให้ทำแบบทดสอบ และWorkshop แต่ เหมาะกับนักศึกษา 25-40 คน แต่ถ้า นักศึกษามีจำนวน 175 คน อาจจะทำให้ พัฒนาได้น้อยลง | ควรจะเป็นหลักสูตร ระยะสั้น เพราะคนที่ สนใจหรืออยากการ เป็นผู้ประกอบการ จริงๆมาเรียน ไม่ใช่ การบังคับให้มาเรียน |
| มหาวิทยาลัย ราชภัฏภูเก็ต | มีประโยชน์ เพราะได้ เรียนรู้การทำธุรกิจ เพื่อสังคมทั้งใน ภาคทฤษฎีและการ ปฏิบัติ | ต้องการ เพราะ เด็กรุ่นใหม่อยาก ทำงานประจำหรือ ลูกจ้าง และเริ่มหา ธุรกิจของตัวเอง | ได้ มีความเข้าใจ ในแนวทางการ จัดการที่ เฉพาะเจาะจง กับการดำเนิน ธุรกิจ มีความ รอบรู้ในหลักการ บริหารและการ จัดการที่ เหมาะสม | ควรเปิดตาม ความพร้อมของ แต่ละ มหาวิทยาลัย | ได้ เพราะสามารถ นำองค์ความรู้ไป ประยุกต์ใช้ได้ | ให้นักศึกษาคนอื่น มาลงเรียนวิชาของ คณะบริหารธุรกิจที่ เกี่ยวข้องกับความเป็น ผู้ประกอบการได้ | แบบผสมผสาน ได้แก่ 1) การจัดการเรียนรู้ แบบเน้น ประสบการณ์ (Experiential Learning) 2) การ สอนแบบโครงการ (Project Based Learning) โดยการ สอนแบบโครงการ | สามารถเป็นได้ทั้ง หลักสูตรระยะสั้น หรือหลักสูตรระดับ ปริญญาตรี ขึ้นอยู่กับ ความพร้อมและความ เชี่ยวชาญของแต่ละ มหาวิทยาลัย |

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการการหลักสูตรของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

| | | | | | | | | |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ประเด็น มหาวิทยาลัย</p> | <p>หลักสูตร ผู้ประกอบการที่เป็น หลักสูตรเสริม สำหรับนักศึกษาที่ สนใจมีประโยชน์ ต่อนักศึกษาในการ ประกอบอาชีพด้าน ธุรกิจ</p> | <p>นักศึกษาต้องการ เรียนหลักสูตรนี้ หรือไม่</p> | <p>องค์ความรู้ใน การเป็น ผู้ประกอบการ สามารถเป็น ทางเลือกในการ เป็น ผู้ประกอบการ หรือทำงานใน องค์กรต่างๆ</p> | <p>ทุกมหาวิทยาลัย ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ หรือไม่</p> | <p>หลักสูตร ผู้ประกอบการ สามารถเตรียม ความพร้อมในการ เป็นผู้ประกอบการ ให้กับนักศึกษาได้ หรือไม่</p> | <p>มหาวิทยาลัยมีการ ส่งเสริมให้นักศึกษา คณะอื่นๆที่ไม่ได้ เรียนสาย บริหารธุรกิจเป็น ผู้ประกอบการ</p> | <p>วิธีการสอนการเป็น ผู้ประกอบการของ นักศึกษา วิธีที่เหมาะสมและ ได้ผลมากที่สุดกับยุค ปัจจุบัน</p> | <p>รูปแบบหลักสูตร ผู้ประกอบการ ควรจะเป็น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท</p> |
| <p>มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่</p> | <p>มีประโยชน์เพราะ เป็นการวาง รากฐานให้กลุ่มนิสิต นักศึกษาได้มีความรู้ ความเข้าใจพื้นฐาน ทางด้านธุรกิจที่ ถูกต้อง บทบาท หน้าที่ของการเป็น ผู้ประกอบการ</p> | <p>ต้องการ เพราะ สามารถทำให้ นักศึกษาทราบ แนวคิดที่ดีและองค์ ความรู้ในการทำ ธุรกิจ</p> | <p>ได้ เพราะสามารถ สร้างแรงบันดาลใจ และกระตุ้นให้ ผู้เรียนบางคนได้มี แนวคิดที่สามารถ นำไปสร้างสรรค์ และประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างงาน หรือ ธุรกิจที่เป็นของ ตนเองได้</p> | <p>ควรเปิดตาม ความพร้อมของ แต่ละ มหาวิทยาลัย</p> | <p>ได้ เพราะได้ความรู้ และทักษะในการ เป็นเจ้าของกิจการ สามารถนำความรู้ ไปประยุกต์ใช้ใน การจัดตั้งธุรกิจได้</p> | <p>ให้นักศึกษาคณะอื่น มาลงเรียนวิชาของ คณะบริหารธุรกิจที่ เกี่ยวข้องกับธุรกิจเป็น ผู้ประกอบการได้</p> | <p>แบบผสมผสาน ได้แก่ วิธีการสอนโดยใช้กรณี ตัวอย่าง (Case study) นอกจากนี้ มี การเรียนรู้จากการดู งาน เชิญ ผู้ประกอบการจริงมา แชร์ประสบการณ์ และ ให้นักศึกษาฝึก ปฏิบัติงานในสถานที่ ประกอบการ</p> | <p>สามารถเป็นได้ทั้ง หลักสูตรระยะสั้น หรือหลักสูตรระดับ ปริญญาตรี</p> |

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการการหลักสูตรของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากภาคสัมพันธ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

| | | | | | | | | |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ประเด็น มหาวิทยาลัย</p> | <p>หลักสูตร ผู้ประกอบการที่เป็น หลักสูตรเสริม สำหรับนักศึกษาที่ สนใจมีประโยชน์ ต่อนักศึกษาในการ ประกอบอาชีพด้าน ธุรกิจ</p> | <p>นักศึกษาต้องการ เรียนหลักสูตรนี้ หรือไม่</p> | <p>องค์ความรู้ใน การเป็น ผู้ประกอบการ สามารถเป็น ทางเลือกในการ เป็น ผู้ประกอบการ หรือทำงานใน องค์กรต่างๆ</p> | <p>ทุกมหาวิทยาลัย ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ หรือไม่</p> | <p>หลักสูตร ผู้ประกอบการ สามารถเตรียม ความพร้อมในการ เป็นผู้ประกอบการ ให้กับนักศึกษาได้ หรือไม่</p> | <p>มหาวิทยาลัยมีการ ส่งเสริมให้นักศึกษา คณะอื่นๆที่ไม่ได้ เรียนสาย บริหารธุรกิจเป็น ผู้ประกอบการ</p> | <p>วิธีการสอนการเป็น ผู้ประกอบการของ นักศึกษา วิธีดีที่เหมาะสมและ ได้ผลมากที่สุดกับยุค ปัจจุบัน</p> | <p>รูปแบบหลักสูตร ผู้ประกอบการ ควรจะเป็น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท</p> |
| <p>มหาวิทยาลัย ราชภัฏพระนคร</p> | <p>มีประโยชน์ในการ ส่งเสริมให้เป็น ผู้ประกอบการได้ เพราะ ผู้ประกอบการที่มี ความสามารถแต่ขาด ความรู้มีจำนวนมาก หากมีหลักสูตร ผู้ประกอบการจะมี ประโยชน์ในการเติม เต็มด้านวิชาการให้ เป็นผู้ประกอบการที่ สมบูรณ์ ทำให้ ผู้ประกอบการทั้ง ความรู้และ ความสามารถ ซึ่งมี เพียงความรู้</p> | <p>ต้องการ เพราะ หลักสูตร ผู้ประกอบการจะมี ประโยชน์สามารถ พัฒนาความรู้และ ทักษะในการ ประกอบธุรกิจได้ จริงและ แข่งขันใน โลกแห่งความจริง ได้</p> | <p>ได้ หลักสูตร ผู้ประกอบการ สอดคล้องกับ การส่งเสริมให้ เกิดธุรกิจใหม่ (Start Up) หาก นำนักศึกษาคิด โครงการที่ได้</p> | <p>ไม่เห็นด้วยที่ทุก มหาวิทยาลัยจะ เปิดหลักสูตร ดังกล่าว เนื่องจากความรู้ ความชำนาญ ของแต่ละ มหาวิทยาลัยมี จุดเด่นที่แตกต่าง กัน ควรเปิดกับ มหาวิทยาลัยที่มี คณะ/สาขาที่ เกี่ยวข้องกับ บริหารธุรกิจ</p> | <p>ได้ สามารถนำ ความรู้ที่ศึกษาไป ใช้ในการประกอบ อาชีพอื่นๆได้</p> | <p>ให้นักศึกษาคณะอื่น มาลงเรียนวิชาของ คณะบริหารธุรกิจที่ เกี่ยวข้องกับความเป็น ผู้ประกอบการได้</p> | <p>ให้นักศึกษาจัดตั้ง ธุรกิจจริง ผล ประกอบการให้ เป็นไปตามที่ควรจะเป็น แต่ต้องมีการทำ การประเมินความ เป็นไปได้ก่อนที่จะ ดำเนินธุรกิจจริง ตั้งนั้นหลักสูตรจึงต้อง สนับสนุนให้นักศึกษา เห็นถึงการที่มีความรู้ ด้านวิชาการเสริม เพิ่มเติมจะทำให้ตัว นักศึกษาที่เป็น ผู้ประกอบการมีความ เหนือคู่แข่งในตลาด อย่างเห็นข้ออ่อนอย่างไร</p> | <p>ควรเป็นหลักสูตร ปริญญาตรี เพราะ บัณฑิตที่จะเป็น สามารถเป็น ผู้ประกอบการได้ควร เป็นผู้ประกอบการ ตั้งแต่ยังไม่สำเร็จ การศึกษา โดยการให้ ทุนยืมควบคู่กับการ ปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง</p> |

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรของนิสิตนักศึกษาการศึกษาระดับปริญญาตรีจากภาคการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

| | | | | | | | | |
|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ประเด็น มหาวิทยาลัย</p> | <p>หลักสูตร ผู้ประกอบการที่เป็น หลักสูตรเสริม สำหรับนักศึกษาที่ สนใจมีประโยชน์ ต่อนักศึกษาในการ ประกอบอาชีพด้าน ธุรกิจ</p> | <p>นักศึกษาต้องการ เรียนหลักสูตรนี้ หรือไม่</p> | <p>องค์ความรู้ใน การเป็น ผู้ประกอบการ สามารถเป็น ทางเลือกในการ เป็น ผู้ประกอบการ หรือทำงานใน องค์กรต่างๆ</p> | <p>ทุกมหาวิทยาลัย ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ หรือไม่</p> | <p>หลักสูตร ผู้ประกอบการ สามารถเตรียม ความพร้อมในการ เป็นผู้ประกอบการ ให้กับนักศึกษาได้ หรือไม่</p> | <p>มหาวิทยาลัยมีการ ส่งเสริมให้นักศึกษา คณะอื่นๆที่ไม่ได้ เรียนสาย บริหารธุรกิจเป็น ผู้ประกอบการ</p> | <p>วิธีการสอนการเป็น ผู้ประกอบการของ นักศึกษา วิธีดีที่เหมาะสมและ ได้ผลมากที่สุดกับยุค ปัจจุบัน</p> | <p>รูปแบบหลักสูตร ผู้ประกอบการ ควรจะเป็น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท</p> |
| <p>มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล ศรีวิชัย</p> | <p>มีประโยชน์เพราะ สามารถเตรียมความ พร้อมสำหรับก้าว สู่การเป็น ผู้ประกอบการได้</p> | <p>ต้องการ เพราะ สามารถส่งเสริมให้ นักศึกษาที่มี ศักยภาพสามารถ เป็นผู้ประกอบการ รุ่นใหม่</p> | <p>ได้ สามารถเสริม ทักษะความรู้ ด้านการ ประกอบการ หลักการ บริหารธุรกิจ สมัยใหม่ และ ดำเนินธุรกิจที่ ถูกต้องเหมาะสม</p> | <p>ควรเปิดเป็นวิชา เลือกเสรี ที่ นักศึกษาสนใจ สามารถลงเรียน ได้ตามความ สมัครใจ</p> | <p>ได้ เพราะมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับความเป็น ผู้ประกอบการ และประยุกต์ ความรู้สู่การปฏิบัติ ได้</p> | <p>เปิดโอกาสให้ นักศึกษาคณะอื่น สามารถมาลง วิชาการเป็น ผู้ประกอบการเป็น วิชาเลือกได้</p> | <p>การสอนแบบ โครงการ (Project Based Learning) โดยการสอนแบบ โครงการเป็นกิจกรรม เดี่ยว ให้ทำงาน และดูแลลักษณะที่ ต้องการพัฒนา วางแผนและกำหนด เกณฑ์อย่างกว้างๆ แล้วให้นักศึกษา วางแผนดำเนินการ ศึกษาค้นคว้าข้อมูล ด้วยตนเองโดยผู้สอน มีบทบาทเป็นผู้ให้ คำปรึกษา จากนั้นให้ นักศึกษานำเสนอ แนวคิด ออกแบบ กระบวนการ/สินค้า/ บริการ พร้อมให้</p> | <p>ควรเป็นหลักสูตร ปริญญาตรี เพราะ นักศึกษาสามารถเป็น ผู้ประกอบการได้หาก ได้รับการปลูกฝัง แนวความคิดความเป็น ผู้ประกอบการ มี ความรู้ความเข้าใจใน หลักการบริหารธุรกิจ สมัยใหม่ มีความคิด สร้างสรรค์ จะ สามารถดำเนินธุรกิจ และสร้างธุรกิจของ ตนเองขึ้นมาได้</p> |

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรของนิสิตนักศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

| | | | | | | | | |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ประเด็น มหาวิทยาลัย | หลักสูตร ผู้ประกอบการที่เป็น หลักสูตรเสริม สำหรับนักศึกษาที่ สนใจมีประโยชน์ ต่อนักศึกษาในการ ประกอบอาชีพด้าน ธุรกิจ | นักศึกษาต้องการ เรียนหลักสูตรนี้ หรือไม่ | องค์ความรู้ใน การเป็น ผู้ประกอบการ สามารถเป็น ทางเลือกในการ เป็น ผู้ประกอบการ หรือทำงานใน องค์กรต่างๆ | ทุกมหาวิทยาลัย ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ หรือไม่ | หลักสูตร ผู้ประกอบการ สามารถเตรียม ความพร้อมในการ เป็นผู้ประกอบการ ให้กับนักศึกษาได้ หรือไม่ | มหาวิทยาลัยมีการ ส่งเสริมในนักศึกษา คณะอื่นๆที่ไม่ได้ เรียนสาย บริหารธุรกิจเป็น ผู้ประกอบการ | วิธีการสอนการเป็น ผู้ประกอบการของ นักศึกษา วิธีที่เหมาะสมและ ได้ผลมากที่สุดกับยุค ปัจจุบัน | รูปแบบหลักสูตร ผู้ประกอบการ ควรจะเป็น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท |
| | | | | | | | เหตุผลประกอบจา การค้นคว้า ให้ผู้สอน พิจารณาร่วมกับการ อภิปรายในชั้นเรียน จากนั้นนักศึกษาจะลง มือปฏิบัติทำสินค้า/ บริการ/ กระบวนการ และสร้างความประทับใจ ตามกำหนด การ ประเมินผลจะ ประเมินตามสภาพ จริง โดยมีเกณฑ์การ ประเมินกำหนดไว้ ล่วงหน้าและแจ้งให้ ผู้เรียนทราบก่อนลง มือทำโครงการและมี การเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ ร่วมประเมินผล | |

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการศึกษาของบัณฑิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

| | | | | | | | | |
|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ประเด็น มหาวิทยาลัย</p> | <p>หลักสูตร ผู้ประกอบการที่เป็น หลักสูตรเสริม สำหรับนักศึกษาที่ สนใจมีประโยชน์ ต่อนักศึกษาในการ ประกอบอาชีพด้าน ธุรกิจ</p> | <p>นักศึกษาต้องการ เรียนหลักสูตรนี้ หรือไม่</p> | <p>องค์ความรู้ใน การเป็น ผู้ประกอบการ สามารถเป็น ทางเลือกในการ เป็น ผู้ประกอบการ หรือทำงานใน องค์กรต่างๆ</p> | <p>ทุกมหาวิทยาลัย ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ หรือไม่</p> | <p>หลักสูตร ผู้ประกอบการ สามารถเตรียม ความพร้อมในการ เป็นผู้ประกอบการ ให้กับนักศึกษาได้ หรือไม่</p> | <p>มหาวิทยาลัยมีการ ส่งเสริมให้นักศึกษา คณะอื่นๆที่ไม่ได้ เรียนสาย บริหารธุรกิจเป็น ผู้ประกอบการ</p> | <p>วิธีการสอนการเป็น ผู้ประกอบการของ นักศึกษา วิธีที่เหมาะสมและ ได้ผลมากที่สุดกับยุค ปัจจุบัน</p> | <p>รูปแบบหลักสูตร ผู้ประกอบการ ควรจะเป็น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท</p> |
| <p>มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราชมงคล รัตนโกสินทร์</p> | <p>มีประโยชน์เพราะ สามารถพัฒนาและ ส่งเสริมความรู้ด้าน การเป็น ผู้ประกอบการได้</p> | <p>ต้องการ แต่หลักสูตรต้อง เด่น มีความเฉพาะ ความแตกต่างกับ หลักสูตรทั่วไปใน ตลาด</p> | <p>ได้ พัฒนา ศักยภาพบัณฑิต ให้มีความรู้ ความสามารถ ด้านวิชาการและ ทักษะวิชาชีพ พร้อมเข้าสู่ตลาด งานที่ หลากหลาย ทั้ง ผู้ประกอบการ รายใหม่ เจ้าของ ธุรกิจ หรือ พนักงานใน องค์กรธุรกิจ</p> | <p>ควรเปิดหลักสูตร ผู้ประกอบการ แต่ต้องมี แตกต่าง มี นวัตกรรม สามารถสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับ ผู้เรียนได้</p> | <p>ได้ เพราะหลักสูตร สาขานวัตกรรม เป็นผู้ประกอบการ ธุรกิจการประกอบ อาหารสามารถ ทำงานเป็นอาชีพได้ ช่วยรับและ สามารถเป็น เจ้าของธุรกิจ ร้านอาหาร</p> | <p>ไม่เปิดให้นักศึกษา คณะอื่นมาเรียน เพราะเป็นหลักสูตร อินเตอร์มีการเรียน การสอนเป็น ภาษาอังกฤษ</p> | <p>แบบผสมผสาน ได้แก่1) การสอน แบบเน้นฝึกปฏิบัติ ผู้สอนวางแผนและ ออกแบบกิจกรรมที่ เน้นการฝึกทักษะ เช่น การฝึกทักษะ ทางอาหาร โดยจัด กิจกรรมที่กระตุ้นให้ ผู้เรียนได้ฝึกทักษะซ้ำ ๆ อาจเป็นในลักษณะ ใช้โปรแกรมช่วยสอน เช่น คลิปวีดีโอ สำหรับการฝึก ทำอาหาร โดยผู้สอน มีบทบาทให้ คำแนะนำ อำนวย ความสะดวก กระตุ้น ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม ในชั้นเรียน</p> | <p>ควรเปิดเป็นหลักสูตร ปริญญาตรี เพื่อ พัฒนานักศึกษาให้มี ความพร้อม สามารถ พร้อมเข้าสู่การเป็น ผู้ประกอบการที่มี ประสิทธิภาพ เป็นที่ ยอมรับในตลาด</p> |

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบงานของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากภาคการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

| | | | | | | | | |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ประเด็น มหาวิทยาลัย | หลักสูตร ผู้ประกอบการที่เป็น หลักสูตรเสริม สำหรับนักศึกษาที่ สนใจมีประโยชน์ ต่อนักศึกษาในการ ประกอบอาชีพด้าน ธุรกิจ | นักศึกษาต้องการ เรียนหลักสูตรนี้ หรือไม่ | องค์ความรู้ใน การเป็น ผู้ประกอบการ สามารถเป็น ทางเลือกในการ เป็น ผู้ประกอบการ หรือทำงานใน องค์กรต่างๆ | ทุกมหาวิทยาลัย ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ หรือไม่ | หลักสูตร ผู้ประกอบการ สามารถเตรียม ความพร้อมในการ เป็นผู้ประกอบการ ให้กับนักศึกษาได้ หรือไม่ | มหาวิทยาลัยมีการ ส่งเสริมให้นักศึกษา คณะอื่นๆที่ไม่ได้ เรียนสาย บริหารธุรกิจเป็น ผู้ประกอบการ | วิธีการสอนการเป็น ผู้ประกอบการของ นักศึกษา วิธีที่เหมาะสมและ ได้ผลมากที่สุดกับยุค ปัจจุบัน | รูปแบบหลักสูตร ผู้ประกอบการ ควรจะเป็น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท |
| มหาวิทยาลัย เทคโนโลยี ราชมงคลกรุงเทพ | มีประโยชน์เพราะ สามารถพัฒนาและ เตรียมความพร้อม พื้นฐานความรู้การ เป็นผู้ประกอบการได้ | ต้องการ แต่ควร เป็นหลักสูตรระยะ สั้นหรือวิชาเลือก เสรี | ได้ สำหรับ นักศึกษาที่สนใจ จะมีกิจการเป็น ของตนเอง | ไม่จำเป็นที่ทุก มหาวิทยาลัย ต้องเปิดหลักสูตร ผู้ประกอบการ เพราะหลาย มหาวิทยาลัย อาจจะยังไม่ พร้อม ควรเพิ่ม ทักษะการเป็น ผู้ประกอบการ เข้าไปใน หลักสูตรการ เรียนการสอน | ได้ มีความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับ ด้านธุรกิจและ ขั้นตอนการจัดตั้ง ธุรกิจได้ | เปิดโอกาสให้ นักศึกษาคณะอื่นมา ลงเรียนวิชาของคณะ บริหารธุรกิจที่ เกี่ยวข้องกับการเป็น ผู้ประกอบการได้ | 2) การสอนแบบ โครงการ (Project Based Learning) 3) การสอนแบบใช้ ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning) | ควรเปิดเป็นหลักสูตร ระยะสั้น หรือรายวิชา เลือกเสรีในระดับ ปริญญาตรี |

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบกิจการหลักสูตรของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากภาคการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

| | | | | | | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ประเด็น มหาวิทยาลัย</p> | <p>หลักสูตร ผู้ประกอบการที่เป็น หลักสูตรเสริม สำหรับนักศึกษาที่ สนใจมีประโยชน์ ต่อนักศึกษาในการ ประกอบอาชีพด้าน ธุรกิจ</p> | <p>นักศึกษาต้องการ เรียนหลักสูตรนี้ หรือไม่</p> | <p>องค์ความรู้ใน การเป็น ผู้ประกอบการ สามารถเป็น ทางเลือกในการ เป็น ผู้ประกอบการ หรือทำงานใน องค์กรต่างๆ</p> | <p>ทุกมหาวิทยาลัย ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ หรือไม่</p> | <p>หลักสูตร ผู้ประกอบการ สามารถเตรียม ความพร้อมในการ เป็นผู้ประกอบการ ให้กับนักศึกษาได้ หรือไม่</p> | <p>มหาวิทยาลัยมีการ ส่งเสริมให้นักศึกษา คณะอื่นๆที่ไม่ได้ เรียนสาย บริหารธุรกิจเป็น ผู้ประกอบการ</p> | <p>วิธีการสอนการเป็น ผู้ประกอบการของ นักศึกษา วิธีที่เหมาะสมควรและ ได้ผลมากที่สุดกับยุค ปัจจุบัน</p> | <p>รูปแบบหลักสูตร ผู้ประกอบการ ควรจะเป็น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท</p> |
| <p>มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย</p> | <p>มีประโยชน์ เพราะ สามารถสร้างแรง บันดาลใจในการ ประกอบธุรกิจให้กับ นักศึกษาในการ เรียนรู้การดำเนิน ธุรกิจ</p> | <p>ต้องการ เพราะมี จุดมุ่งหมายที่ ชัดเจนว่าต้องการ มาเรียนรู้การเป็น เจ้าของกิจการ เพื่อ เป็นผู้ประกอบการ เพื่อบริหารธุรกิจ ของตัวเองหรือ ครอบครัว</p> | <p>ได้ สามารถ เสริมสร้าง ศักยภาพ นักศึกษาใหม่ กรอบความคิด (Mindset) และ ทักษะความเป็น ผู้ประกอบการที่ พร้อมจะเป็น ผู้ประกอบการ หรือทำงาน</p> | <p>วิชาบังคับใน หมวดวิชา การศึกษาทั่วไป หรือสอดแทรก เข้าไปวิชาหลัก ศึกษา</p> | <p>ได้ เพราะได้ พัฒนาความรู้ ความสามารถใน การเป็นเจ้าของ ธุรกิจที่ตรงตาม ความต้องการ สามารถประยุกต์ องค์ความรู้ไปจัดตั้ง ธุรกิจได้อย่างมี ประสิทธิภาพ</p> | <p>เปิดวิชาการ ประกอบการที่ ขับเคลื่อนโดย นวัตกรรม (IDE 101)ซึ่งเป็นวิชาศึกษา ทั่วไป ให้กับนักศึกษา จากทุกคณะสามารถ เรียนได้ โดยภาค การศึกษา ที่ผ่านมามี นักศึกษาเรียนวิชานี้ แล้วประมาณ 1,500 คน</p> | <p>เน้นการเรียนการ สอนแบบ projected based learning ซึ่ง ไม่มีการสอบข้อเขียน แต่ให้นักศึกษาจัดทำ ชิ้นมาขายไอเดีย (pitching) โดย มหาวิทยาลัยจะ สนับสนุนของรางวัล หรือมอบเงินให้กับ โปรเจกต์ที่มีความ เป็นไปได้มากที่สุด เพื่อให้ให้นักศึกษาไปต่อ ยอดเป็นธุรกิจจริง”</p> | <p>สามารถเป็นได้ทั้ง หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี และหลักสูตรปริญญาโท ขึ้นอยู่กับความ พร้อมของแต่ละ มหาวิทยาลัย เพราะมี เป้าหมาย วัตถุประสงค์ กลุ่ม ผู้เรียน การเรียนการ สอนที่แตกต่างกัน</p> |

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบาของนิสิตนักศึกษาการศึกษาระดับปริญญาตรีจากกาการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

| | | | | | | | | |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ประเด็น มหาวิทยาลัย | หลักสูตร ผู้ประกอบการที่เป็น หลักสูตรเสริม สำหรับนักศึกษาที่ สนใจมีประโยชน์ ต่อนักศึกษาในการ ประกอบอาชีพด้าน ธุรกิจ | นักศึกษาต้องการ เรียนหลักสูตรนี้ หรือไม่ | องค์ความรู้ใน การเป็น ผู้ประกอบการ สามารถเป็น ทางเลือกในการ เป็น ผู้ประกอบการ หรือทำงานใน องค์กรต่างๆ | ทุกมหาวิทยาลัย ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ หรือไม่ | หลักสูตร ผู้ประกอบการ สามารถเตรียม ความพร้อมในการ เป็นผู้ประกอบการ ให้กับนักศึกษาได้ หรือไม่ | มหาวิทยาลัยมีการ ส่งเสริมให้นักศึกษา คณะอื่นๆที่ไม่ได้ เรียนสาย บริหารธุรกิจเป็น ผู้ประกอบการ | วิธีการสอนการเป็น ผู้ประกอบการของ นักศึกษา วิธีดีที่เหมาะสมและ ได้ผลมากที่สุดกับยุค ปัจจุบัน | รูปแบบหลักสูตร ผู้ประกอบการ ควรจะเป็น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท |
| มหาวิทยาลัย กรุงเทพ | มีประโยชน์ สามารถ เพิ่มความรู้ ความ เข้าใจ และ ความสามารรถด้าน การเป็น ผู้ประกอบการ จาก ประสบการณ์ตรง จากผู้ประกอบการที่ | ต้องการ เพราะ นักศึกษาที่มาเรียน มีความตั้งใจมุ่งมั่น ที่จะประกอบ กิจการส่วนตัว หรือ เป็นทนายธุรกิจ ครอบครัว | ได้ เพราะ กระบวนการ เรียนการสอน แบบบูรณาการที่ มุ่งเน้นให้ผู้เรียน ได้องค์ความรู้ ใหม่ และทักษะ ประสบการณ์ | ควรเปิดตาม ความพร้อมและ ความเชี่ยวชาญ ของแต่ละ มหาวิทยาลัย แต่ อย่างน้อยที่สุด อาจจะเปิดเป็น วิชาบังคับใน | ได้ เพราะสามารถ บูรณาการองค์ ความรู้ ทักษะและ ประสบการณ์การ เป็นเจ้าของธุรกิจ สู่ การลงมือทำธุรกิจ จริง | เปิดโอกาสให้ นักศึกษาคณะอื่น สามารถมาลง วิชาการเป็น ผู้ประกอบการเป็น วิชาเลือกได้ | เน้นการพัฒนาองค์ ความรู้อย่างเป็น ระบบด้วยการเรียน การสอนเชิงบูรณา การ และเน้นการลง มือปฏิบัติฝึกฝนให้ เกิดทักษะและ ประสบการณ์จริงใน ประสบการณ์จริงใน | สามารถเป็นได้ทั้ง หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี และหลักสูตรปริญญา โท ขึ้นอยู่กับความ พร้อม ความเชี่ยวชาญ การบริหารจัดการของ แต่ละมหาวิทยาลัย |

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการการหลักสูตรผู้ประกอบงานของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากภาคการสัมมนาการบริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

| | | | | | | | | |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ประเด็น มหาวิทยาลัย | หลักสูตร ผู้ประกอบการที่เป็น หลักสูตรเสริม สำหรับนักศึกษาที่ สนใจมีประโยชน์ ต่อนักศึกษาในการ ประกอบอาชีพด้าน ธุรกิจ | นักศึกษาต้องการ เรียนหลักสูตรนี้ หรือไม่ | องค์ความรู้ใน การเป็น ผู้ประกอบการ สามารถเป็น ทางเลือกในการ เป็น ผู้ประกอบการ หรือทำงานใน องค์กรต่างๆ | ทุกมหาวิทยาลัย ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ หรือไม่ | หลักสูตร ผู้ประกอบการ สามารถเตรียม ความพร้อมในการ เป็นผู้ประกอบการ ให้กับนักศึกษาได้ หรือไม่ | มหาวิทยาลัยมีการ ส่งเสริมให้นักศึกษา คณะอื่นๆที่ไม่ได้ เรียนสาย บริหารธุรกิจเป็น ผู้ประกอบการ | วิธีการสอนการเป็น ผู้ประกอบการของ นักศึกษา วิธีที่เหมาะสมและ ได้ผลมากที่สุดกับยุค ปัจจุบัน | รูปแบบหลักสูตร ผู้ประกอบการ ควรจะเป็น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท |
| มหาวิทยาลัยพายัพ | ประสบความสำเร็จ และสร้างแรงบันดาลใจ ในการเป็น ผู้ประกอบการให้กับ นักศึกษาได้ | ต้องการเรียน แต่ ควรเป็นหลักสูตร ระยะสั้นที่นักศึกษา ทุกคนสามารถมี โอกาสเรียนได้ | ได้ แนวคิดและองค์ ความรู้ในธุรกิจ สามารถนำไปใช้ในการ ตัดสินใจต่างๆ การ เลือกทรัพยากรที่ ถูกต้องเหมาะสม โดยเฉพาะธุรกิจที่ เริ่มต้นใหม่ เพราะเป็นธุรกิจขนาด เล็ก การใช้ทรัพยากรที่ มีอยู่อย่างน้อยให้ เกิดประโยชน์สูงสุด | ไม่จำเป็นที่ทุก มหาวิทยาลัย ต้องเปิดหลักสูตร ผู้ประกอบการ แต่เปิดเป็น หลักสูตรระยะ สั้นสำหรับ นักศึกษาทุก คณะที่สนใจมา เรียน | ได้ เพราะได้เรียนรู้ กระบวนการ เป็นผู้ประกอบการ สามารถนำไป ประยุกต์ใช้ในการ ปฏิบัติงานได้จริง | เปิดโอกาสให้ นักศึกษาคณะอื่น สามารถมาลง วิชาการเป็น ผู้ประกอบการเป็น วิชาเลือกได้ | แบบผสมผสาน ได้แก่ การจัดการเรียนรู้แบบ เน้นประสบการณ์ (Experiential Learning) การสอน แบบโครงการ(Project Based Learning) และ การสอนแบบใช้ ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning) | ควรเปิดเป็นหลักสูตร ระยะสั้นที่มีการลงมือ ทำจริง เช่น การสร้าง ธุรกิจและได้ออกงาน แสดงสินค้าจริง |

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบาของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากภาคการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

| | | | | | | | | |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ประเด็น มหาวิทยาลัย</p> | <p>หลักสูตร ผู้ประกอบาที่เป็น หลักสูตรเสริม สำหรับนัก ศึกษาที่ สนใจมีประโยชน์ ต่อนักศึกษาในการ ประกอบอาชีพด้าน ธุรกิจ</p> | <p>นักศึกษาต้องการ เรียนหลักสูตรนี้ หรือไม่</p> | <p>องค์ความรู้ใน การเป็น ผู้ประกอบา สามารถเป็น ทางเลือกในการ เป็น ผู้ประกอบา หรือทำงานใน องค์กรต่างๆ</p> | <p>ทุกมหาวิทยาลัย ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบา หรือไม่</p> | <p>หลักสูตร ผู้ประกอบา สามารถเตรียม ความพร้อมในการ เป็นผู้ประกอบา ให้กับนักศึกษาได้ หรือไม่</p> | <p>มหาวิทยาลัยมีการ ส่งเสริมให้นักศึกษา คณะอื่นๆที่ไม่ได้ เรียนสาย บริหารธุรกิจเป็น ผู้ประกอบา</p> | <p>วิธีการสอนการเป็น ผู้ประกอบาของ นักศึกษา วิธีดีที่เหมาะสมและ ได้ผลมากที่สุดกับยุค ปัจจุบัน</p> | <p>รูปแบบหลักสูตร ผู้ประกอบา ควรจะเป็น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท</p> |
| <p>สรุป</p> | <p>ทุกมหาวิทยาลัยเห็น ว่ามีประโยชน์ เพราะทราบถึง ขั้นตอนและแนวทาง เริ่มต้นในการเป็น ผู้ประกอบา เพื่อ จะมีความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับการ ดำเนินงานธุรกิจได้</p> | <p>ส่วนใหญ่ ต้องการ เรียน เพื่อจะมี ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับความเป็น เจ้าของกิจการหรือ แนวทางการค้าเงิน ธุรกิจของตัวเอง</p> | <p>ทุกมหาวิทยาลัย เห็นว่า ได้ เพราะ องค์ ความรู้ของการ เป็นผู้ประกอบา ผู้ประกอบา ทั้งความรู้เชิง ทฤษฎีและ ความรู้เชิงปฏิบัติ สามารถนำไป ประยุกต์ใช้ได้กับ ทุกองค์กร</p> | <p>ส่วนใหญ่เห็นว่า ไม่จำเป็นที่ทุก มหาวิทยาลัย ต้องเปิดหลักสูตร ผู้ประกอบา ขึ้นอยู่กับความ พร้อมและ เชี่ยวชาญของแต่ละ มหาวิทยาลัย อาจจะเปิดเป็น หลักสูตรระยะ สั้นสำหรับ นักศึกษาทุก คณะที่สนใจมา เรียน หรือ วิชา บังคับในหมวด วิชาการศึกษา ทั่วไป</p> | <p>ทุกมหาวิทยาลัย เห็นว่า ได้ เพราะ สามารถเตรียม ความพร้อมใน เบื้องต้นให้กับ นักศึกษาในการ เป็นผู้ประกอบา ได้</p> | <p>ส่วนใหญ่เปิดโอกาส ให้นักศึกษาคณะอื่น สามารถมาลง วิชาการเป็น ผู้ประกอบาเป็น วิชาเลือกได้</p> | <p>ส่วนใหญ่ เห็นว่า วิธีการสอนการเป็น ผู้ประกอบาของ นักศึกษาควรเป็น แบบผสมผสานและ บูรณาการ เน้นการลง มือปฏิบัติ เช่นให้ โจทย์กับนักศึกษา แก้ปัญหา(Problems Base Learning) นำเสนอโครงการ (Project Based Learning)แลกรณี ตัวอย่าง (Case study</p> | <p>สามารถเป็นได้ทั้ง หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี และหลักสูตรปริญญา โท ขึ้นอยู่กับความ พร้อมของแต่ละ มหาวิทยาลัย แต่ส่วน ใหญ่เห็นว่า ควรเปิด เป็นหลักสูตรระยะสั้น มากกว่า เพราะ เกิดผลเร็ว และ นักศึกษาสนใจที่จะ เรียนมากกว่า</p> |

จากตารางที่ 4.8 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี สรุปได้ดังนี้

หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนิสิตนักศึกษาที่สนใจ มีประโยชน์ต่อนิสิตนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ: ทุกมหาวิทยาลัยเห็นว่า มีประโยชน์ เพราะทราบถึงขั้นตอนและแนวทางในเริ่มต้นในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อจะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานธุรกิจได้

นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้: ส่วนใหญ่ต้องการเรียน เพื่อจะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของกิจการหรือแนวทางการดำเนินธุรกิจของตัวเอง

องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการ หรือทำงานในองค์กรต่างๆ : ส่วนใหญ่เห็นว่า ได้ เพราะองค์ความรู้ของการเป็นผู้ประกอบการ ทั้งความรู้เชิงทฤษฎีและความรู้เชิงปฏิบัติ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกองค์กร

มหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการให้นักศึกษาระดับต่างๆ: ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่จำเป็นที่ทุกมหาวิทยาลัยต้องเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ เพราะขึ้นอยู่กับความพร้อมและความเชี่ยวชาญของแต่ละมหาวิทยาลัย แต่ควรเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้นสำหรับนักศึกษาทุกคณะที่สนใจมาเรียนหรือวิชาบังคับในหมวดวิชาการศึกษาทั่วไป (General Education)

หลักสูตรผู้ประกอบการ สามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา: ทุกมหาวิทยาลัยเห็นว่า ได้ เพราะสามารถเตรียมความพร้อมในเบื้องต้นให้กับนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการได้

มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาระดับอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ : ส่วนใหญ่เปิดโอกาสให้นักศึกษาระดับอื่นสามารถมาลงวิชาการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิชาเลือกได้

วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา วิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน : ส่วนใหญ่ เห็นว่าวิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาควรเป็นแบบผสมผสานและบูรณาการ เน้นการลงมือ ปฏิบัติ เช่นให้โจทย์กับนักศึกษาแก้ปัญหา (Problems Base Learning) และนำเสนอโครงการ (Project Based Learning)

รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการ ควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรีหรือหลักสูตรปริญญาโท : สามารถเป็นได้ทั้งหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี และหลักสูตรปริญญาโท ขึ้นอยู่กับความพร้อมของแต่ละมหาวิทยาลัย แต่ส่วนใหญ่เห็นว่า ควรเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้นมากกว่า เพราะเกิดผลเร็ว และนักศึกษาสนใจที่จะเรียนมากกว่า

สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ดังนี้ ทุกแห่งเห็นว่าหลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนิสิตนักศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนิสิตนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจและหลักสูตรผู้ประกอบการ สามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา

ได้ ส่วนใหญ่เห็นว่านิสิตนักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เห็นว่าองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการ หรือทำงานในองค์กรต่างๆได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่จำเป็นที่ทุกมหาวิทยาลัยต้องเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ เพราะขึ้นอยู่กับความพร้อมและความเชี่ยวชาญของแต่ละมหาวิทยาลัย แต่ควรเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้น เพราะเกิดผลเร็ว และนักศึกษาสนใจที่จะเรียนมากกว่า วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาควรเป็นแบบผสมผสานและบูรณาการ

2.2 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับ

ปริญญาตรีของผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จำนวน 20 คน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการด้านการผลิต จำนวน 8 คน ผู้ประกอบการด้านการค้า 5 และผู้ประกอบการด้านบริการ จำนวน 7 คน ผลการวิจัยแสดงในตารางที่ 4.9



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี (ต่อ)

| | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| ประเด็น | หลักสูตรผู้ ประกอบการ มีประโยชน์ใน การส่งเสริม การเป็นผู้ ประกอบการ | หลักสูตรผู้ ประกอบการ สามารถเตรียม ความพร้อมใน การเป็นผู้ประ กอบการได้ กับนักศึกษา | หลักสูตรผู้ ประกอบการ สอดคล้อง กับการส่งเสริม ผู้ประกอบการใหม่ | หลักสูตรผู้ ประกอบการ สนองตอบ ความต้องการ ของผู้เรียนเพื่อ การเข้าสู่อาชีพ | ทุกทหา วิทยา ลัย ควรวเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบ การ | ความร่วมมือ กันมหา ลัยใน การส่งเสริม นักศึกษาเป็น ผู้ประกอบ การ | วิธีการสอนการ ที่เหมาะสม | รูปแบบหลักสูตร ที่เหมาะสม | กิจกรรมการ ส่งเสริมการ ผู้ประกอบการ | ปัจจัยความ สำเร็จใน การเป็นผู้ ประกอบ การ | ความรู้ที่ผู้ประ กอบการต้องมี |
| ประเด็น | | | | | เพื่อสร้าง ธุรกิจใหม่ ของตนเอง ได้ | | ผู้ประกอบการ เพราะไม่ใช่ นักศึกษาทุกคนที่ ต้องการเป็น ผู้ประกอบการ | | | | |
| ผู้ประกอบการ คนที่ 6 | มีประโยชน์ | ได้ | ได้ | สนองตอบความ ต้องการของ ผู้เรียนได้ เฉพาะคนที่ ต้องการเป็นผู้ ประกอบการ | การเปิด เพราะ ส่งเสริม นักศึกษา ที่สนใจ ประกอบ ธุรกิจของ ตนเอง สามารถ เริ่มต้น อาชีพด้วย ตนเองได้ | ไม่มี | ให้ ผู้ประกอบการที่ มีประสบการณ์ และประสบ ความสำเร็จมา สอน | หลักสูตรระดับ ปริญญาตรี เพียงพอแล้ว เพราะจะได้มีเวลา ในการฝึกปฏิบัติ | ทำการสำรวจ ทดสอบทาง การตลาด | คิดและลง มือทำ | การตลาด การเป็นผู้นำ และพฤติกรรม ในองค์กร การวางแผน ทางธุรกิจ |
| ผู้ประกอบการ คนที่ 7 | มีประโยชน์ | ได้ | ได้ | ไม่แน่ใจ | การเปิด เป็น หลักสูตร ระยะสั้น สำหรับ หลังจบ การศึกษา | ไม่มี | ทดลองปฏิบัติ จริงขายจริง | ควรเป็นหลักสูตร ระยะสั้นหลังเรียน จบ | ทำความเข้าใจ พื้นฐานการ เป็น ผู้ประกอบการ ด้วยการฝึกงาน ก่อนเข้าสู่การ เป็น | มีความฝัน และ ขับเคลื่อนผู้ ความสำเร็จ ความมุ่งมั่น ความมุ่งมั่น เข้าใจ สถานการณ์ | การเงิน เทคโนโลยีและ การจัดการ สารสนเทศ การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริหารการ |

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของบัณฑิตศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัย (ต่อ)

| ประเด็น | หลักสูตรผู้ประกอบ การมีประโยชน์ในการส่งเสริม การเป็นผู้ประกอบการ | หลักสูตรผู้ ประกอบการ สามารถพร้อมใน การเป็นผู้ประกอบการได้ กับนักศึกษา | หลักสูตรผู้ ประกอบการ สอดคล้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ | หลักสูตรผู้ ประกอบการ ต้องการส่งเสริม การเรียนเพื่อ การเข้าสู่อาชีพ | ทุกหา วิทยา ลัย การเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ | ความร่วมมมือ กับมหา วิทยา ลัย ใน การส่งเสริม นักศึกษาเป็น ผู้ประกอบการ | วิธีการสอนการ ที่เหมาะสม | รูปแบบหลักสูตร ที่เหมาะสม | กิจกรรมการ ส่งเสริมการ เป็นผู้ประกอบการ | ปัจจัยความ สำคัญใน การเป็นผู้ ประกอบ การ | ความรู้ที่ผู้ประ กอบการต้องมี |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| ประเด็น | | | | | | | | | | | |
| คนที่ 13 | ให้ความรู้ ความเข้าใจใน แนวคิดการ เป็น ผู้ประกอบการ | ขึ้น | หลักสูตรผู้ ประกอบการ ต้องการส่งเสริม การเรียนเพื่อ การเข้าสู่อาชีพ | ต้องการของ ผู้เรียนได้ แต่ ขึ้นกับตัวของ นักศึกษาเอง ด้วย | เพื่อให้ นักศึกษา ได้เตรียม ความ พร้อม ก่อนที่จะ ไปดำเนินการ ธุรกิจของตนเอง | ฝึกงานสหกิจ | ปริญญาตรี | จริง โดยมี ผู้ประกอบการ เป็นที่เลี้ยง | | | ทางธุรกิจ การ บริหารการ ปฏิบัติการ การตลาด บัญชี การเงิน |
| ผู้ประกอบการ คนที่ 14 | มีประโยชน์ เรียนรู้แนวคิด การเป็น ผู้ประกอบการ และดำเนิน ธุรกิจให้ ประสบ ความสำเร็จ | ได้ | อาจจะ สนองตอบความ ต้องการของ ผู้เรียนได้ไม่มาก หรือเฉพาะบาง กลุ่มที่สนใจ | ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ | ไม่มี | การที่ได้ลงมือ ทำธุรกิจจริง เช่น ไปฝึกงาน ขยายที่ร้าน กาแฟอเมซอน | หลักสูตรระยะสั้น | ทดลองฝึกเป็น ผู้ประกอบการ ที่ภาคศึกษา สนใจ เช่น เปิด ร้านขายน้ำผลไม้ | เรียนรู้อยู่ ตลอดเวลา รู้จักวิธีใน การนำมา ประยุกต์ใช้ ไม่กลัวความ ล้มเหลวใน การ ประกอบ ธุรกิจ | กฎหมายธุรกิจ บัญชี การเงิน | |
| ผู้ประกอบการ คนที่ 15 | มีประโยชน์ สามเ็นในการ คิดริเริ่มดำเนิน ธุรกิจให้กับ นักศึกษาที่ | ได้ ถ้ามีแรงจูงใจ มุ่งมั่น อยากร สำเร็จ | สนองตอบความ ต้องการของ ผู้เรียนได้ ขึ้นอยู่ กับความพร้อม ของนักศึกษา | ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ | ไม่มี | การที่ได้ลงมือ ทำธุรกิจจริง เช่น ไปฝึกงาน ขยายที่ร้าน กาแฟอเมซอน | หลักสูตรระดับ ปริญญาตรี เพราะ สามารถปลูกฝัง แนวคิดการเป็น ผู้ประกอบการได้ | ฝึกงานกับ บริษัท ผู้ประกอบการ | สิ่งที่มีค่าที่ สุดคือการ ได้ทดลอง ความกล้าที่ จะทำ ธุรกิจ | การเงิน การตลาด การ เป็นผู้นำและ พฤติกรรมใน องค์การ | |

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี (ต่อ)

| ประเด็น | หลักสูตรผู้ประกอบ การมีประโยชน์ในการส่งเสริม การเป็นผู้ประกอบการ | หลักสูตรผู้ ประกอบการ สามารถเตรียม ความพร้อมใน การเป็นผู้ประกอบการได้ กับนักศึกษา | หลักสูตรผู้ ประกอบการ สอดคล้อง กับ การส่งเสริม ผู้ประกอบการใหม่ | หลักสูตรผู้ ประกอบการ ต้องการของ ผู้เรียนได้ ขึ้นอยู่ กับความพร้อม ของนักศึกษาแต่ละ คน | หลักสูตรผู้ ประกอบการ ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ | ไม่มี | เข้าไปฝึกงาน จริงกับ ผู้ประกอบการ แบบสหกิจ ศึกษาและทำ โครงการร่วมกับ ผู้ประกอบการ จริง | ปริญญาโทเพราะ การที่ผ่าน ประสบการณ์มา พอสมควร เวลา เจอโจทย์ทางธุรกิจ สามารถเข้าใจได้ ง่าย ต่อยอดและ ประยุกต์ได้เร็ว | ทำโครงการ ร่วมกับ ผู้ประกอบการ จริง | มีเป้าหมาย ทำงานหนัก ทุ่มเทให้กับ งาน เพื่อให้ บรรลุ ความสำเร็จ ตามช่องทาง ที่วางไว้ กล้า เสี่ยง | ความรู้ที่ผู้ประ กอบการต้องมี |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| ประเด็น | | | | สร้างแรง บันดาลใจให้กับ นักศึกษา | ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ | | | | | | |
| ผู้ประกอบการ คนที่ 19 | มีประโยชน์ สร้างศักยภาพ ผู้ประกอบการ ได้ | ได้ | ได้ | ต้องการของ ผู้เรียนได้ ขึ้นอยู่ กับความพร้อม ของนักศึกษาแต่ละ คน | ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ | ไม่มี | เข้าไปฝึกงาน จริงกับ ผู้ประกอบการ แบบสหกิจ ศึกษาและทำ โครงการร่วมกับ ผู้ประกอบการ จริง | ปริญญาโทเพราะ การที่ผ่าน ประสบการณ์มา พอสมควร เวลา เจอโจทย์ทางธุรกิจ สามารถเข้าใจได้ ง่าย ต่อยอดและ ประยุกต์ได้เร็ว | ทำโครงการ ร่วมกับ ผู้ประกอบการ จริง | มีเป้าหมาย ทำงานหนัก ทุ่มเทให้กับ งาน เพื่อให้ บรรลุ ความสำเร็จ ตามช่องทาง ที่วางไว้ กล้า เสี่ยง | บัญชี การเงิน การเป็นผู้นำ และพฤติกรรม ในองค์กร การตลาด การ บริหารการ ปฏิบัติการ |
| ผู้ประกอบการ คนที่ 20 | เป็นประโยชน์ เพราะได้ทราบ ถึงหลักการ และแนวคิดใน การเป็น ผู้ประกอบการ | ได้ เพราะเป็น การเตรียมความพร้อมขั้นพื้นฐาน ก่อนที่จะไป ทำงานจริง | ได้ | สนองตอบความ ต้องการของ ผู้เรียนได้ ความรู้พื้นฐาน ด้านธุรกิจในการ เป็น ผู้ประกอบการ สามารถนำไป ประยุกต์ใช้ใน โลกธุรกิจได้ | ควรเปิด หลักสูตร ผู้ประกอบการ สามารถ ปฏิบัติงาน ความคิด ในการเป็น ผู้ประกอบการ ให้กับการ นักศึกษา ได้ | ไม่มี | เรียนรู้จากการ ลงมือปฏิบัติงาน จริง | ควรจะเป็น ปริญญาโทเพราะ เป็นช่วงที่ตกผลึก ทางความคิด ในขณะที่ช่วง ปริญญาตรีเป็น ช่วงที่เน้นศึกษา งานและ ประสบการณ์ | ให้นักศึกษาได้ ลงมือปฏิบัติทำ ภารกิจจริงใน การเป็น ผู้ประกอบการ เช่น ทดสอบ ตลาดและพา ไปขายในตลาด จริง | ความอดทน คิดบวก มี คอนเนคชั่น และ เครือข่ายที่ดี | บัญชี การตลาด การ เป็นผู้นำและ พฤติกรรมใน องค์กร |

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการ พบว่า

หลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ: ผู้ประกอบการทั้งหมดเห็นว่า มีประโยชน์ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการให้นักศึกษาได้ เพราะเป็นการปูพื้นฐานความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการและดำเนินธุรกิจที่ต้องการมีธุรกิจเป็นของตนเอง

หลักสูตรผู้ประกอบการ สามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา: ผู้ประกอบการทั้งหมดเห็นว่า ได้ เพราะเป็นการให้แนวคิดและความรู้พื้นฐานทางธุรกิจกับนักศึกษาที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ

หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับทิศทางการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ : ส่วนใหญ่เห็นว่า ได้ เพราะสามารถปลูกฝังความคิดในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาในการนำไปประกอบอาชีพสำหรับอนาคต

หลักสูตรดังกล่าวสามารถสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพหลังจบการศึกษา : ส่วนใหญ่เห็นว่า ได้ แต่ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น เนื้อหาของหลักสูตร ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียน ความพร้อมของนักศึกษาแต่ละคน

มหาวิทยาลัยสมควรที่จะเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ : ส่วนใหญ่เห็นว่า ควรเปิด แต่ขึ้นอยู่กับความพร้อมของแต่ละมหาวิทยาลัย

องค์กร/บริษัทมีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมให้นักศึกษาเป็นผู้ประกอบการ: ส่วนใหญ่ 17 แห่ง ไม่มีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย มีเพียง 3 แห่งเท่านั้นที่มีรับนิสิตนักศึกษาฝึกงานสหกิจ

วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา วิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน : ส่วนใหญ่ เห็นว่าวิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาที่เหมาะสม คือ การฝึกหรือทดลองปฏิบัติจริง

รูปแบบของหลักสูตรผู้ประกอบการ ควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หรือหลักสูตรปริญญาโท : ส่วนใหญ่จำนวน 11 แห่ง เห็นว่าควรเป็นหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาโท จำนวน 3 แห่ง เป็นหลักสูตรระดับปริญญาตรี จำนวน 4 แห่ง สามารถเป็นได้ทั้งหลักสูตรระยะสั้นหรือปริญญาตรี จำนวน 2 แห่ง

กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษา : ส่วนใหญ่ เห็นว่ากิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาควรจะเป็นการฝึกปฏิบัติจริง เช่น ขายของออนไลน์หรือฝึกงานกับบริษัทผู้ประกอบการ

ปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ : ส่วนใหญ่ เห็นว่าปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การมีเป้าหมาย มีความมุ่งมั่น อดทนไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค สามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลง

รายวิชาที่ควรเปิดสอน : ส่วนใหญ่เห็นว่าความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี 6 ลำดับ ดังนี้ การตลาด จำนวน 16 คน (ร้อยละ 80) การเงิน จำนวน 14 คน (ร้อยละ 70) บัญชี จำนวน 12 คน (ร้อยละ 60) การบริหารการปฏิบัติการ จำนวน 9 คน (ร้อยละ 45) การวางแผนทางธุรกิจ จำนวน 8 คน (ร้อยละ 40) กฎหมายธุรกิจ และการเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร จำนวน 7 คน (ร้อยละ 35)

สรุปผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการทั้งหมดเห็นว่าหลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการและหลักสูตรผู้ประกอบการ สามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา ส่วนใหญ่เห็นว่า หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับทิศทางการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ สามารถสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพหลังจบการศึกษาและ มหาวิทยาลัยสมควรที่จะเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ เห็นว่าความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี 6 ลำดับ ได้แก่ การตลาด การเงิน บัญชี การบริหารการปฏิบัติการ การวางแผนทางธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ และการเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร

2.3 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีของนิสิตนักศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากนิสิตนักศึกษา จำนวน 390 คน พบว่า

กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาจำนวน 390 คน จากกลุ่มมหาวิทยาลัย 5 ประเภท ได้แก่ มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีและมหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยราชภัฏ จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และมหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 4 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและมหาวิทยาลัยรังสิต พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 245 คน (ร้อยละ 62.82) โดยเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 จำนวน 126 คน (ร้อยละ 32.31) ชั้นปีที่ 2 จำนวน 121 คน (ร้อยละ 31.03) ชั้นปีที่ 3 จำนวน 118 คน (ร้อยละ 30.26) กลุ่มตัวอย่างมาจากกลุ่มมหาวิทยาลัย 5 ประเภท ได้แก่ มหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 120 คน (ร้อยละ 30.77) มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ จำนวน 90 คน (ร้อยละ 23.08) มหาวิทยาลัยในสังกัดของรัฐ จำนวน 60 คน (ร้อยละ 15.38) มหาวิทยาลัยราชภัฏ จำนวน 60 คน (ร้อยละ 15.38) และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำนวน 60 คน (ร้อยละ 15.38)

นักศึกษาที่สนใจจะเรียน จำนวน 360 คน (ร้อยละ 92) วิชาที่สนใจที่จะเรียนมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การตลาด จำนวน 187 คน (ร้อยละ 47.95) การเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 159

คน (ร้อยละ 40.77) การวางแผนทางธุรกิจ จำนวน 125 คน (ร้อยละ 32.05) การเงิน จำนวน 116 คน (ร้อยละ 29.74) และการจัดการกลยุทธ์ จำนวน 97 คน (ร้อยละ 24.87) จำนวนชั่วโมงที่เหมาะสมควรจะ 1-2 ชั่วโมงต่อรายวิชา จำนวน 248 คน (ร้อยละ 63.59) วิธีการสอนที่เหมาะสมจากการฝึกงาน/การปฏิบัติจริง จำนวน 221 คน (ร้อยละ 56.67) สื่อการสอนที่ต้องการ คือ มัลติมีเดีย จำนวน 200 คน (ร้อยละ 51.28) รายละเอียดดังตาราง 4.10



ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา (n=390)

| ข้อมูล | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------------------------------|-------|--------|
| เพศ | | |
| ชาย | 145 | 37.18 |
| หญิง | 245 | 62.82 |
| รวม | 390 | |
| ระดับการศึกษา | | |
| กำลังศึกษาปริญญาตรี ปีที่ 1 | 126 | 32.31 |
| กำลังศึกษาปริญญาตรี ปีที่ 2 | 121 | 31.03 |
| กำลังศึกษาปริญญาตรี ปีที่ 3 | 118 | 30.26 |
| กำลังศึกษาปริญญาตรี ปีที่ 4 | 24 | 6.15 |
| กำลังศึกษาปริญญาตรี ปีที่ 5 ขึ้นไป | 1 | 0.26 |
| ประเภทของมหาวิทยาลัย | | |
| มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ | 90 | 23.08 |
| มหาวิทยาลัยในสังกัดของรัฐ | 60 | 15.38 |
| มหาวิทยาลัยราชภัฏ | 60 | 15.38 |
| มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล | 60 | 15.38 |
| มหาวิทยาลัยเอกชน | 120 | 30.77 |
| ประเภทของกลุ่มวิชา | | |
| นักศึกษากลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์/เทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์สุขภาพ | 195 | 50.00 |
| กลุ่มวิชาไม่ใช่วิทยาศาสตร์ | 195 | 50.00 |
| อาชีพของบิดา | | |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 105 | 26.92 |
| เกษตรกร | 97 | 24.87 |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 87 | 22.31 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 59 | 15.13 |
| รับจ้าง | 18 | 4.62 |
| อื่นๆ | 24 | 6.15 |
| อาชีพของมารดา | | |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 157 | 40.26 |
| เกษตรกร | 94 | 24.10 |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 41 | 10.51 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 39 | 10.00 |
| แม่บ้าน | 24 | 6.15 |
| รับจ้าง | 20 | 5.13 |
| อื่นๆ | 15 | 3.85 |

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา (n=390) (ต่อ)

| ข้อมูล | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------------------------------------|-------|--------|
| วิชาการเป็นผู้ประกอบการ | | |
| เคยเรียน | 184 | 47.18 |
| ไม่เคยเรียน | 206 | 52.82 |
| เรียนจากที่ใด (กรณีที่เคยเรียน) | | |
| จากมหาวิทยาลัยที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน | 160 | 86.96 |
| อบรมกับหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน | 15 | 8.15 |
| เรียนก่อนศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย | 7 | 3.80 |
| เรียนผ่านหลักสูตรออนไลน์ | 2 | 1.09 |
| ถ้ามีหลักสูตรให้ความรู้การเป็นผู้ประกอบการ มีความสนใจที่จะเรียน | | |
| สนใจ | 360 | 92.31 |
| ไม่สนใจ | 30 | 7.69 |
| เหตุผลที่ต้องการเรียน | | |
| ต้องการทำธุรกิจของตนเอง | 122 | 31.28 |
| แสวงหาความรู้เพิ่มเติม | 117 | 30.00 |
| ความก้าวหน้าในอาชีพ | 95 | 24.36 |
| แสวงหาเครือข่ายเพื่อดำเนินธุรกิจ | 28 | 7.18 |
| ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ | 25 | 6.41 |
| อนาคตของครอบครัว | 3 | 0.77 |
| ถ้ามีหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการขึ้นในมหาวิทยาลัย มีความสนใจในวิชา* | | |
| การตลาด | 188 | 48.21 |
| การเป็นผู้ประกอบการ | 156 | 40.00 |
| การวางแผนทางธุรกิจ | 126 | 32.31 |
| การเงิน | 118 | 30.26 |
| การจัดการกลยุทธ์ | 96 | 24.62 |
| การจัดตั้งธุรกิจใหม่ | 84 | 21.54 |
| การบริหารการปฏิบัติการ | 60 | 15.38 |
| เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ | 57 | 14.62 |
| การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร | 53 | 13.59 |
| การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ | 53 | 13.59 |
| บัญชี | 52 | 13.33 |
| กฎหมายธุรกิจ | 47 | 12.05 |
| เศรษฐศาสตร์ | 42 | 10.77 |
| การบริหารซัพพลายเชน | 19 | 4.87 |
| การจัดการนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา | 19 | 4.87 |

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา (n=390) (ต่อ)

| ข้อมูล | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------------------------------------------------|-------|--------|
| จำนวนชั่วโมงต่อวิชาที่สอนทั้งหมดที่เหมาะสมในการเรียน | | |
| ควรจะ 1-2 ชั่วโมงต่อวิชาที่สอน | 248 | 63.59 |
| ควรจะ 3-5 ชั่วโมงต่อวิชาที่สอน | 69 | 17.69 |
| ควรจะมากกว่า 8 ชั่วโมงต่อวิชาที่สอน | 35 | 8.97 |
| ควรจะ 6-7 ชั่วโมงต่อวิชาที่สอน | 21 | 5.38 |
| ควรจะน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวิชาที่สอน | 17 | 4.36 |
| จำนวนชั่วโมงต่อวันที่เหมาะสมในการเรียน | | |
| 1-2 ชั่วโมงต่อวัน | 234 | 60.00 |
| 2-3 ชั่วโมงต่อวัน | 76 | 19.49 |
| 3-4 ชั่วโมงต่อวัน | 50 | 12.82 |
| น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน | 24 | 6.15 |
| 6-8 ชั่วโมงต่อวัน | 3 | 0.77 |
| 3-5 ชั่วโมงต่อวัน | 2 | 0.51 |
| เรียนได้ทั้งวัน ถ้าเป็นเรื่องที่สนใจ | 1 | 0.26 |
| จำนวนวันต่อสัปดาห์ที่เหมาะสมในการเรียน | | |
| 2 วันต่อสัปดาห์ | 172 | 44.10 |
| 3 วันต่อสัปดาห์ | 86 | 22.05 |
| 1 วันต่อสัปดาห์ | 74 | 18.97 |
| 4 วันต่อสัปดาห์ | 43 | 11.03 |
| มากกว่า 5 วันต่อสัปดาห์ | 14 | 3.59 |
| บางสัปดาห์ | 1 | 0.26 |
| รวม | 390 | 100.00 |
| วิธีการสอนสำหรับหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการที่ต้องการ* | | |
| การเรียนการสอนจากการฝึกงาน/การปฏิบัติจริงจากการทำงาน | 221 | 56.67 |
| การเรียนการสอนในห้องเรียน | 192 | 49.23 |
| การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ | 143 | 36.67 |
| การเรียนการสอนผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย | 98 | 25.13 |
| สื่อการสอนที่เหมาะสมกับในการเรียน* | | |
| มัลติมีเดีย | 208 | 53.33 |
| สื่อสังคมออนไลน์ | 153 | 39.23 |
| สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่นำเสนอข้อมูลต่าง ๆ เพื่อการเรียนการสอน | 139 | 35.64 |
| เอกสารประกอบการสอน หรือเอกสารคำสอนที่ผู้สอนใช้เพื่อประกอบการสอนกับผู้เรียน | 123 | 31.54 |
| หนังสือและตำราเรียน | 118 | 30.26 |
| เว็บไซต์ | 103 | 26.41 |

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา (n=390) (ต่อ)

| ข้อมูล | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|
| วารสารผู้ประกอบการ และการค้า | 73 | 18.72 |
| หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ | 61 | 15.64 |
| บทบาทของผู้สอนสำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการแบบใดที่ อยากเรียนด้วย* | | |
| มีความรู้และประสบการณ์จริง สามารถแก้ปัญหาให้กับผู้เรียนได้ | 295 | 75.64 |
| สามารถบูรณาการสิ่งที่ต้องการให้ผู้เรียนได้เรียนรู้เชื่อมโยงกับ ประสบการณ์เดิมของผู้เรียน | 247 | 63.33 |
| สอนเนื้อหาตรงตามตามวัตถุประสงค์ และกำหนดการในตาราง เรียน | 158 | 40.51 |
| มีอารมณ์ขันตลอดเวลาเรียน | 1 | 0.26 |
| การประเมินผลสำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการ ควรเป็นแบบใด* | | |
| ประเมินจากการความรู้ความเข้าใจด้วยสอบข้อเขียนผ่านเกณฑ์ ตามที่กำหนด | 248 | 63.59 |
| ประเมินจากโครงการที่ได้รับมอบหมายให้ทำในรายวิชาที่เรียน | 203 | 52.05 |
| ประเมินจากการเวลาเข้าชั้นเรียน | 93 | 23.85 |
| การให้ผู้เรียนทำธุรกิจระหว่างเรียน และประเมินจากผล ประกอบการของธุรกิจ | 3 | 0.77 |
| ประเมินจากความเข้าใจด้วยการพูด การทำ ไม่ใช่การเขียนเพราะ ใครๆก็ท่องจำมาสอบได้ | 2 | 0.51 |
| ประเมินจากสิ่งที่ทำได้จริงและเห็นผล | 1 | 0.26 |
| ประเมินตนเอง | 1 | 0.26 |
| ประยุกต์ใช้ได้จริง | 1 | 0.26 |
| สามารถแก้ปัญหาได้จริง | 1 | 0.26 |
| ถ้ามีหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านแบบ ออนไลน์ | | |
| สนใจ | 337 | 86.41 |
| ไม่สนใจ | 53 | 13.59 |
| รวม | 390 | 100.00 |
| ถ้ามีการสอนเขียนแผนธุรกิจและให้สามารถนำเสนอแผน ธุรกิจให้กับผู้เชี่ยวชาญได้ | | |
| สนใจ | 329 | 84.36 |
| ไม่สนใจ | 61 | 15.64 |
| รวม | 390 | 100.00 |
| ต้องการให้มหาวิทยาลัยของท่าน ส่งเสริมและสนับสนุนการ เป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา* | | |

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา (n=390) (ต่อ)

| ข้อมูล | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|
| กำหนดให้เป็นรายวิชาให้เลือกเรียนได้ เช่น หมวดวิชาการศึกษาทั่วไป | 152 | 38.97 |
| ทำเป็นหลักสูตรออนไลน์ และเปิดให้ผู้สนใจเลือกเรียนแบบสมัครใจ | 138 | 35.38 |
| ต้องการให้มหาวิทยาลัยสร้างเครือข่ายระหว่างนักศึกษากับผู้ประกอบการในการต่อยอดสินค้าและบริการที่นักศึกษาผลิตคิดค้นขึ้นมา | 110 | 28.21 |
| เชิญวิทยากรหรือผู้ประกอบการมีประสบการณ์จากภายนอกมาบรรยายให้ความรู้การเป็นผู้ประกอบการ | 108 | 27.69 |
| เพิ่มรายวิชาโทหรือวิชาเลือกที่เน้นการเป็นผู้ประกอบการและนักศึกษาจากทุกคณะสามารถเข้าเรียนได้ | 101 | 25.90 |
| ต้องการให้มหาวิทยาลัยจัดตั้งสถานที่จำหน่ายสินค้าและบริการของนักศึกษาจากทุกคณะ | 74 | 18.97 |
| ต้องการให้มหาวิทยาลัยจัดหาแหล่งเงินทุนสำหรับนักศึกษาที่เริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการ | 68 | 17.44 |
| เมื่อสำเร็จการศึกษา มีความตั้งใจที่จะไปเป็นผู้ประกอบการ | | |
| ยังไม่ตัดสินใจว่าจะทำธุรกิจของตนเอง | 132 | 33.85 |
| ตั้งใจค่อนข้างมากที่จะทำธุรกิจของตนเอง | 114 | 29.23 |
| ทำธุรกิจของตนเองหลังจบการศึกษาแน่นอน | 109 | 27.95 |
| มีความตั้งใจค่อนข้างน้อยที่จะทำธุรกิจของตนเอง | 25 | 6.41 |
| ไม่ต้องการที่จะทำธุรกิจของตนเองหลังสำเร็จการศึกษา | 8 | 2.05 |
| ทำงานประจำควบคู่กับทำธุรกิจตัวเอง | 1 | 0.26 |
| เป็นทางเลือกที่จะทำธุรกิจตัวเองในอนาคตเมื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์และความรู้มากเพียงพอต่อการทำธุรกิจตนเอง | 1 | 0.26 |

* เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากการสำรวจเกี่ยวกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาจำนวน 390 คน พบว่า เคยเรียนวิชาการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 184 คน (ร้อยละ 47.18) และไม่เคยเรียนวิชาการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 206 คน (ร้อยละ 52.82)

ถ้ามีหลักสูตรให้ความรู้การเป็นผู้ประกอบการ มีความสนใจที่จะเรียนจำนวน 360 คน (ร้อยละ 92.31) โดยเหตุผลที่ต้องการเรียนเพื่อต้องการทำธุรกิจของตนเองที่มีสัดส่วนสูงที่สุดจำนวน 122 คน (ร้อยละ 31.28)

สนใจในวิชาต่างๆ 6 อันดับแรก ดังนี้ การตลาด จำนวน 188 คน (ร้อยละ 48.21) การเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 156 คน (ร้อยละ 40) การวางแผนทางธุรกิจจำนวน 126 คน (ร้อยละ 32.31) การเงิน จำนวน 118 คน (ร้อยละ 30.26) การจัดการกลยุทธ์ จำนวน 96 คน (ร้อยละ 24.62) และการจัดตั้งธุรกิจใหม่ จำนวน 84 คน (ร้อยละ 21.54)

จำนวนชั่วโมงต่อวิชาที่สอนทั้งหมดที่เหมาะสมในการเรียนควรจะ 1-2 ชั่วโมงต่อวิชาที่สอน มีสัดส่วนสูงที่สุด จำนวน 248 คน (ร้อยละ 63.59) จำนวนชั่วโมงต่อวันที่เหมาะสมในการเรียน ควรจะเป็น 1-2 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 234 คน (ร้อยละ 60) และจำนวนวันต่อสัปดาห์ที่เหมาะสมในการเรียน ควรจะเป็น 2 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 172 คน (ร้อยละ 44.10)

วิธีการสอนสำหรับหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการที่นักศึกษาต้องการ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเรียนการสอนจากการฝึกงาน/การปฏิบัติจริงจากการทำงาน จำนวน 221 คน (ร้อยละ 56.67) การเรียนการสอนในห้องเรียน จำนวน 192 คน (ร้อยละ 49.23) และการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ จำนวน 143 คน (ร้อยละ 36.67)

สื่อการสอนที่เหมาะสมกับในการเรียน 3 อันดับแรก ได้แก่ มัลติมีเดีย จำนวน 208 คน (ร้อยละ 53.33) สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 153 คน (ร้อยละ 39.23) และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่นำเสนอข้อมูลต่างๆ เพื่อการเรียนการสอน จำนวน 139 คน (ร้อยละ 35.64)

บทบาทของผู้สอนสำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการแบบใดที่นิสิตนักศึกษาอยากเรียนด้วย ที่มีสัดส่วนสูงที่สุด คือ มีความรู้และประสบการณ์จริง สามารถแก้ปัญหาให้กับผู้เรียนได้ จำนวน 295 คน (ร้อยละ 75.64)

การประเมินผลสำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการ 2 อันดับแรกที่มีสัดส่วนสูง ได้แก่ ประเมินจากการความรู้ความเข้าใจด้วยสอบข้อเขียนผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด จำนวน 248 คน (ร้อยละ 63.59) และประเมินจากโครงการที่ได้รับมอบหมายให้ทำในรายวิชาที่เรียน จำนวน 203 คน (ร้อยละ 52.05)

ถ้ามีหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านแบบออนไลน์ พบว่า สนใจที่จะเรียน จำนวน 337 คน (ร้อยละ 86.41)

ถ้ามีการสอนเขียนแผนธุรกิจและให้สามารถนำเสนอแผนธุรกิจให้กับผู้เชี่ยวชาญได้พบว่า สนใจที่จะเรียน จำนวน 329 คน (ร้อยละ 84.36)

ต้องการให้มหาวิทยาลัยส่งเสริมและสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอย่างไร 2 อันดับแรกที่มีสัดส่วนสูง ได้แก่ กำหนดให้เป็นรายวิชาให้เลือกเรียนได้ เช่น หมวดวิชาการศึกษาทั่วไป จำนวน 152 คน (ร้อยละ 38.97) และทำเป็นหลักสูตรออนไลน์ และเปิดให้ผู้สนใจเลือกเรียนแบบสมัครใจ จำนวน 138 คน (ร้อยละ 35.38)

สรุปผลการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาจำนวน 390 คน พบว่า ส่วนใหญ่สนใจในวิชา การตลาด การเป็นผู้ประกอบการ การวางแผนทางธุรกิจ การเงิน การจัดการกลยุทธ์ การจัดตั้งธุรกิจใหม่ ตามลำดับ ส่วนใหญ่เห็นว่า จำนวนชั่วโมงต่อวิชาที่สอนทั้งหมดที่เหมาะสมในการเรียนควรจะ 1-2 ชั่วโมงต่อวิชาที่สอน วิธีการสอนที่เหมาะสม ได้แก่ การเรียนการสอนจากการฝึกงาน/การปฏิบัติจริงจากการทำงาน การเรียนการสอนในห้องเรียน และการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ สื่อการสอนที่เหมาะสม ได้แก่ มัลติมีเดีย สื่อสังคมออนไลน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการประเมินผลที่เหมาะสม คือ ประเมินจากการความรู้ความเข้าใจด้วยสอบข้อเขียนผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดและประเมินจากโครงการที่ได้รับมอบหมายให้ทำในรายวิชาที่เรียน

ตอนที่ 3 การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริม ความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ผลการศึกษาและการนำเสนอการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ดังนี้

3.1 การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้แนวคิดแอดดีโมเดล (ADDIE MODEL)

3.2 ผลการทดลองหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

จากผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการและการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา สรุปได้ว่า รายวิชาสำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย 5 วิชา ได้แก่

1) วิชาผู้ประกอบการ 5.0 : บูรณาการเพิ่มวิชาการเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร วิชาการจัดตั้งธุรกิจใหม่ วิชาการจัดการกลยุทธ์และวิชาการจัดการนวัตกรรม

2) วิชาการตลาด 5.0 : บูรณาการเพิ่มวิชาการจัดการกลยุทธ์และวิชาเทคโนโลยีและสารสนเทศ

3) วิชาการเงิน 5.0 : บูรณาการเพิ่มวิชาบัญชี วิชาการจัดการกลยุทธ์และวิชาเทคโนโลยีและสารสนเทศ

4) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 : บูรณาการเพิ่มวิชาวิชาการเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร วิชาการจัดตั้งธุรกิจใหม่ วิชาการจัดการกลยุทธ์วิชาเทคโนโลยีและสารสนเทศ และวิชาการจัดการนวัตกรรม

5) วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 : บูรณาการเพิ่มวิชาการจัดการกลยุทธ์

ซึ่งรายวิชาดังกล่าวจะได้นำไปพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้แนวคิดแอดดีโมเดล (ADDIE MODEL)

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดโมเดลสำหรับการเรียนรู้ออนไลน์ “The ADDIE model for e-learning” ขององค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ เป็นรูปแบบระบบการเรียนการสอนที่นิยมนำมาใช้ในการออกแบบและพัฒนาสื่อการเรียนการสอน เนื่องจากเป็นรูปแบบที่ง่ายและมีขั้นตอนชัดเจนสามารถนำไปใช้ได้กับการออกแบบและพัฒนา สื่อหลายรูปแบบโดยเฉพาะการพัฒนาสื่อ

มัลติมีเดียลักษณะต่าง ๆ ขั้นตอนของ ADDIE Model ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ (Analysis) ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบ (Design) ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนา (Development) ขั้นตอนที่ 4 การนำไปใช้ (Implementation) และขั้นตอนที่ 5 การประเมินผล (Evaluation) รายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ ประกอบด้วย วิเคราะห์ความต้องการ วิเคราะห์เนื้อหาหลักสูตร ผู้ประกอบการและวิเคราะห์ผู้เรียน

1) วิเคราะห์ความต้องการ

จากการสำรวจความต้องการของนิสิตนักศึกษาด้วยแบบสอบถามความต้องการของนิสิตนักศึกษาเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการ จำนวน 390 คน พบว่า 5 วิชาอันดับแรกที่ต้องการเรียน ได้แก่ วิชาการตลาด จำนวน 188 คน (ร้อยละ 48.21) วิชาการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 156 คน (ร้อยละ 40) วิชาการวางแผนทางธุรกิจ จำนวน 126 คน (ร้อยละ 32.31) วิชาการเงิน จำนวน 118 คน (ร้อยละ 30.26) และวิชาการจัดการกลยุทธ์ จำนวน 96 คน (ร้อยละ 24.62) จำนวนชั่วโมงต่อวิชาที่สอนทั้งหมดที่เหมาะสมในการเรียนควรจะเป็น 1-2 ชั่วโมงต่อวิชาที่สอนมีสัดส่วนสูงสุด จำนวน 248 คน (ร้อยละ 63.59) จำนวนชั่วโมงต่อวันที่เหมาะสมในการเรียน ควรจะเป็น 1-2 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 234 คน (ร้อยละ 60) จำนวนวันต่อสัปดาห์ที่เหมาะสมในการเรียน ควรจะเป็น 2 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 172 คน (ร้อยละ 44.10) สำหรับวิธีการสอนสำหรับหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการที่ต้องการ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเรียนการสอนจากการฝึกงาน/การปฏิบัติจริงจากการทำงาน จำนวน 221 คน (ร้อยละ 56.67) การเรียนการสอนในห้องเรียน จำนวน 192 คน (ร้อยละ 49.23) และการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ จำนวน 143 คน (ร้อยละ 36.67) สื่อการสอนที่เหมาะสมกับการเรียน 3 อันดับแรก ได้แก่ มัลติมีเดีย จำนวน 208 คน (ร้อยละ 53.33) สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 153 คน (ร้อยละ 39.23) และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้นำเสนอข้อมูลต่าง ๆ เพื่อการเรียนการสอน จำนวน 139 คน (ร้อยละ 35.64) บทบาทของผู้สอนสำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการแบบใดที่อยากเรียนด้วย ที่มีสัดส่วนสูงสุด คือ มีความรู้และประสบการณ์จริง สามารถแก้ปัญหาให้กับผู้เรียนได้ จำนวน 295 คน (ร้อยละ 75.64)

จากการสัมภาษณ์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีของผู้บริหารมหาวิทยาลัย พบว่า ทุกแห่งเห็นว่าหลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนิสิตนักศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนิสิตนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจและหลักสูตรผู้ประกอบการ สามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้ ส่วนใหญ่เห็นว่านิสิตนักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เห็นว่าองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการ หรือทำงานในองค์กรต่างๆได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่จำเป็นที่ทุกมหาวิทยาลัยต้องเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ เพราะขึ้นอยู่กับความพร้อมและความเชี่ยวชาญของแต่ละมหาวิทยาลัย แต่ควรเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้น เพราะเกิดผลเร็ว และนักศึกษาสนใจที่จะเรียนมากกว่า วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาควรเป็นแบบผสมผสานและบูรณาการ

จากการสัมภาษณ์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีของผู้ประกอบการ พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่าความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี 6 ลำดับ ดังนี้ การตลาด

จำนวน 16 คน (ร้อยละ 80) การเงิน จำนวน 14 คน (ร้อยละ 70) บัญชี จำนวน 12 คน (ร้อยละ 60) การบริหารการปฏิบัติการ จำนวน 9 คน (ร้อยละ 45) การวางแผนทางธุรกิจ จำนวน 8 คน (ร้อยละ 40) กฎหมายธุรกิจและการเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร จำนวน 7 คน (ร้อยละ 35) วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาที่เหมาะสม คือ การฝึกหรือทดลองปฏิบัติจริง รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการ ควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้น กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาควรฝึกปฏิบัติการจริง เช่น ขายของออนไลน์ หรือฝึกงานกับบริษัทผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ และปัจจัยความสำเร็จ ในการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การมีเป้าหมาย มีความมุ่งมั่น อดทนไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค สามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลง

2) วิเคราะห์เนื้อหาหลักสูตรผู้ประกอบการฯ เพื่อนำมาเป็นสิ่งกำหนดหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ได้มาจากผลการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการ เป็นหลักสูตรปริญญาตรี จำนวน 8 คน หลักสูตรปริญญาโท จำนวน 9 คนและหลักสูตรระยะสั้น จำนวน 3 คนรวมถึงการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรปริญญาโทต่างประเทศ จำนวน 9 แห่ง จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของผู้บริหาร จำนวน 15 คนและผู้ประกอบการจำนวน 20 คนและจากการสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนิสิตนักศึกษาจำนวน 390 คน ในประเด็นดังนี้

- วิเคราะห์ผู้เรียน: ระดับชั้น อายุ เพศ ความต้องการ และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ
- วิเคราะห์เนื้อหา: วิชาอะไร เน้นเนื้อหา ปฏิบัติ หรือทักษะ
- วิเคราะห์เวลา: จำนวนเวลาที่ใช้ในการเรียนรู้แต่ละวิชา และทั้งหลักสูตร

3) วิเคราะห์ผู้เรียน: คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

3.1) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างมุมมองของ

ผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษา

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างมุมมองของผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษาพบว่า

ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นกับคุณลักษณะผู้ประกอบการในระดับมากในทุกๆ ด้าน โดยมีคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านคุณลักษณะ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่นๆ ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมา คือ ด้านพฤติกรรม ($\bar{X} = 3.92$) และด้านทักษะ ($\bar{X} = 3.77$) ในขณะที่นิสิตนักศึกษามีความคิดเห็นกับคุณลักษณะผู้ประกอบการในระดับมาก ในด้านคุณลักษณะ ($\bar{X} = 3.51$) แต่ในด้านพฤติกรรม ($\bar{X} = 3.35$) และด้านทักษะ ($\bar{X} = 3.30$) มีความคิดเห็นกับคุณลักษณะผู้ประกอบการในระดับปานกลาง

ด้านพฤติกรรม (Behaviors) พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นกับคุณลักษณะผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น ส่วนนิสิตนักศึกษามีความคิดเห็นกับคุณลักษณะผู้ประกอบการในระดับมาก 3 ประเด็น อันได้แก่ บริหารจัดการและตัดสินใจเพื่อมุ่งเป้าหมายได้ด้วยตนเอง ($\bar{X} = 3.45$) แก้ไขปัญหา/อุปสรรคจากสภาพการณ์ที่ท้าทายเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างมุ่งมั่น

($\bar{X} = 3.47$) และใช้ทักษะทางสังคมในการปฏิสัมพันธ์ และทำงานร่วมกับผู้อื่น ($\bar{X} = 3.49$) และมีความคิดเห็นกับคุณลักษณะผู้ประกอบการในระดับดีปานกลาง 3 ประเด็น ได้แก่ แสวงหาโอกาสและช่องทางการพัฒนาเชิงธุรกิจ ($\bar{X} = 3.25$) หาคำตอบ/แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และทันสมัย ($\bar{X} = 3.26$) และเผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจอย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 3.19$)

ด้านคุณลักษณะ (Attributes) พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นกับคุณลักษณะผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น ส่วนนิสิตนักศึกษามีความคิดเห็นกับคุณลักษณะผู้ประกอบการในระดับมาก จำนวน 3 ประเด็น ได้แก่ ความมุ่งมั่นและอดทนต่อทุกสถานการณ์ที่ท้าทาย มีความเชื่อพลังอำนาจในตนโดยเชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเรา เกิดจากการกระทำของเราเอง และเราสามารถควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์ ส่วนระดับปานกลาง จำนวน 3 ประเด็น ได้แก่ ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายและพัฒนาตนเองไปสู่ความสำเร็จ ความเชื่อมั่นในตัวเอง และการแก้ไข้ปัญหาและอุปสรรคได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์

ด้านทักษะ (Skills) พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นกับคุณลักษณะผู้ประกอบการในระดับดีมากในทุก ๆ ประเด็น ส่วนนิสิตนักศึกษามีความคิดเห็นกับคุณลักษณะผู้ประกอบการในระดับปานกลางในทุก ๆ ประเด็น รายละเอียดดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการของผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษา

| คุณลักษณะผู้ประกอบการ | มุมมองของ | \bar{X} | S.D. | ระดับ ความเห็น |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------|-------|-------------------|
| ด้านพฤติกรรม (Behaviors) | ผู้ประกอบการ | 3.92 | 0.733 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.35 | 0.963 | ปานกลาง |
| 1. แสวงหาโอกาสและช่องทางการพัฒนาเชิงธุรกิจ 2. หาคำตอบ/แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และ ทันสมัย 3. เผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจอย่าง เหมาะสม 4. บริหารจัดการและตัดสินใจเพื่อบรรลุเป้าหมายได้ด้วย ตนเอง 5. แก้ไขปัญหา/อุปสรรคจากสภาพการณ์ที่ท้าทายเพื่อการ บรรลุเป้าหมายอย่างมุ่งมั่น 6. ใช้ทักษะทางสังคมในการปฏิสัมพันธ์ และทำงานร่วมกับ ผู้อื่น | ผู้ประกอบการ | 3.85 | 0.671 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.25 | 0.970 | ปานกลาง |
| | ผู้ประกอบการ | 3.80 | 0.696 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.26 | 0.914 | ปานกลาง |
| | ผู้ประกอบการ | 3.95 | 0.826 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.19 | 0.944 | ปานกลาง |
| | ผู้ประกอบการ | 4.10 | 0.718 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.45 | 0.936 | ปานกลาง |
| | ผู้ประกอบการ | 4.15 | 0.671 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.47 | 0.995 | ปานกลาง |
| | ผู้ประกอบการ | 3.65 | 0.813 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.49 | 1.018 | ปานกลาง |
| ด้านคุณลักษณะ (Attributes) | ผู้ประกอบการ | 4.07 | 0.653 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.51 | 0.975 | มาก |
| 7. ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายและพัฒนาตนเอง ไปสู่ความสำเร็จ 8. ความเชื่อมั่นในตัวเอง 9. ความมุ่งมั่นและอดทนต่อทุกสถานการณ์ที่ท้าทาย 10. มีความเชื่อพลังอำนาจในตนโดยเชื่อว่าสิ่งต่างๆ ที่เกิด ขึ้นกับตัวเรา เกิดจากการกระทำของเราเอง และเรา สามารถควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ 11. การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์ 12. การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคได้อย่างเหมาะสมและ สร้างสรรค์ | ผู้ประกอบการ | 3.85 | 0.587 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.43 | 0.948 | ปานกลาง |
| | ผู้ประกอบการ | 4.30 | 0.657 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.46 | 1.020 | ปานกลาง |
| | ผู้ประกอบการ | 4.10 | 0.641 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.54 | 1.007 | มาก |
| | ผู้ประกอบการ | 4.00 | 0.795 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.53 | 1.028 | มาก |
| | ผู้ประกอบการ | 4.05 | 0.686 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.62 | 0.954 | มาก |
| | ผู้ประกอบการ | 4.10 | 0.553 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.46 | 0.894 | ปานกลาง |

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการของผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษา (ต่อ)

| คุณลักษณะผู้ประกอบการ | มุมมองของ | \bar{X} | S.D. | ระดับ ความเห็น |
|----------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------|-------|-------------------|
| ด้านทักษะ (Skills) | ผู้ประกอบการ | 3.77 | 0.736 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.30 | 0.948 | ปานกลาง |
| 13. มีทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และสามารถแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการที่หลากหลาย | ผู้ประกอบการ | 3.75 | 0.910 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.24 | 0.943 | ปานกลาง |
| 14. สามารถเจรจาต่อรองและโน้มน้าวคนรอบข้าง | ผู้ประกอบการ | 3.70 | 0.571 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.30 | 0.943 | ปานกลาง |
| 15. บริหารจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนินโครงการ/กิจกรรมอย่างเหมาะสม | ผู้ประกอบการ | 3.80 | 0.768 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.29 | 0.948 | ปานกลาง |
| 16. สามารถประเมินสถานการณ์และตัดสินใจเพื่อควบคุมปัจจัยเสี่ยง | ผู้ประกอบการ | 3.75 | 0.786 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.27 | 0.931 | ปานกลาง |
| 17. มีทักษะการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน | ผู้ประกอบการ | 3.90 | 0.718 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.26 | 0.934 | ปานกลาง |
| 18. ตระหนักและเข้าใจต่อสภาพการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร | ผู้ประกอบการ | 3.60 | 0.681 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.32 | 0.974 | ปานกลาง |
| 19. แสวงหาโอกาสและชี้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร | ผู้ประกอบการ | 3.90 | 0.718 | มาก |
| | นิสิตนักศึกษา | 3.44 | 0.960 | ปานกลาง |

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านต่าง ๆ ของคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างมุมมองของผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษา ได้แก่ ด้านพฤติกรรม ด้านคุณลักษณะ และด้านทักษะ พบว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการของผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยสูงกว่่านักศึกษาทุกด้าน โดยค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการ ในด้านพฤติกรรม ด้านคุณลักษณะ และด้านทักษะ มีค่าเท่ากับ 3.92, 4.07 และ 3.77 ตามลำดับ ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของนิสิตศึกษามีค่า 3.35, 3.51 และ 3.30 ตามลำดับ

ด้านพฤติกรรม (Behaviors) คุณลักษณะผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.15$) คือ แก้ไขปัญหา/อุปสรรคจากสภาพการณ์ที่ทำนายเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างมุ่งมั่น และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.65$) คือ ใช้ทักษะทางสังคมในการปฏิสัมพันธ์ และทำงานร่วมกับผู้อื่น ส่วนคุณลักษณะผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.49$) คือ ใช้ทักษะทางสังคมในการปฏิสัมพันธ์ และทำงานร่วมกับผู้อื่น และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.15$) คือ เผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจอย่างเหมาะสม

ด้านคุณลักษณะ (Attributes) คุณลักษณะผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.30$) คือ ความเชื่อมั่นในตัวเอง และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.85$) คือ ความสามารถในการ

กำหนดเป้าหมายและพัฒนาตนเองไปสู่ความสำเร็จ ส่วนคุณลักษณะผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 43.62$) คือ การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์ และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.43$) คือ ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายและพัฒนาตนเองไปสู่ความสำเร็จ

ด้านทักษะ (Skills) คุณลักษณะผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.90$) มี 2 ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ มีทักษะการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และแสวงหาโอกาสและชี้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.60$) คือ ตระหนักและเข้าใจต่อสภาพการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร ส่วนคุณลักษณะผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.44$) คือ แสวงหาโอกาสและชี้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.24$) คือ มีทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และสามารถแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการที่หลากหลาย รายละเอียดดังตารางที่ 4.15

เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษา ในด้านพฤติกรรม (Behaviors) ด้านคุณลักษณะ (Attributes) และด้านทักษะ (Skills) พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการและนักศึกษามีค่าเฉลี่ยของตัวแปรทั้ง 3 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นผู้ประกอบการสูงกกว่านิสิตนักศึกษา ยกเว้นในด้านทักษะ ประเด็นตระหนักและเข้าใจต่อสภาพการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร ที่มีค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะผู้ประกอบการในระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการและนักศึกษาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบความแตกต่างคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษา

| คุณลักษณะผู้ประกอบการ | t | df | Sig. | Mean Diff. (i - j) | Levene Statistic | Sig. |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------|---------------|--------------------|------------------|--------------|
| ด้านพฤติกรรม (Behaviors) | -6.13 | 29.788 | 0.000* | -0.564 | 7.957 | 0.005 |
| 1. แสวงหาโอกาสและช่องทางการพัฒนาเชิงธุรกิจ | -3.78 | 23.278 | 0.001* | -0.596 | 6.317 | 0.012 |
| 2. หาคำตอบ/แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และทันสมัย | -2.61 | 408 | 0.009* | -0.541 | 3.283 | 0.071 |
| 3. เผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจอย่างเหมาะสม | -3.52 | 408 | 0.000* | -0.758 | 1.675 | 0.196 |
| 4. บริหารจัดการและตัดสินใจเพื่อมุ่งเป้าหมายได้ด้วยตนเอง | -3.05 | 408 | 0.002* | -0.649 | 3.788 | 0.052 |
| 5. แก้ไขปัญหา/อุปสรรคจากสภาพการณ์ที่ท้าทายเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างมุ่งมั่น | -4.30 | 23.515 | 0.000* | -0.681 | 6.388 | 0.012 |
| ด้านคุณลักษณะ (Attributes) | -4.87 | 25.339 | 0.003* | -0.560 | 6.605 | 0.011 |
| 7. ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายและพัฒนาตนเองไปสู่ความสำเร็จ | -3.02 | 24.397 | 0.006* | -0.422 | 9.573 | 0.002 |
| 8. ความเชื่อมั่นในตัวเอง | -5.37 | 23.974 | 0.000* | -0.836 | 5.135 | 0.024 |
| 9. ความมุ่งมั่นและอดทนต่อทุกสถานการณ์ที่ท้าทาย | -3.68 | 24.105 | 0.001* | -0.559 | 10.164 | 0.002 |
| 10. มีความเชื่อพลังอำนาจในตนโดยเชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเรา เกิดจากการกระทำของเราเอง และเราสามารถควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ | -2.03 | 408 | 0.043* | -0.474 | 3.655 | 0.057 |
| 11. การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์ | -2.67 | 22.938 | 0.014* | -0.429 | 6.246 | 0.013 |
| 12. การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์ | -4.87 | 24.422 | 0.000* | -0.641 | 12.749 | 0.000 |
| ด้านทักษะ (Skills) | -2.61 | 408 | 0.009* | -0.468 | 3.574 | 0.059 |
| 13. มีทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และสามารถแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการที่หลากหลาย | -2.35 | 408 | 0.019* | -0.506 | 0.008 | 0.931 |
| 14. สามารถเจรจาต่อรองและโน้มน้าวคนรอบข้าง | -2.93 | 24.658 | 0.007* | -0.400 | 5.161 | 0.024 |
| 15. บริหารจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนินโครงการ/กิจกรรมอย่างเหมาะสม | -2.38 | 408 | 0.018* | -0.513 | 0.748 | 0.388 |
| 16. สามารถประเมินสถานการณ์และตัดสินใจเพื่อควบคุมปัจจัยเสี่ยง | -2.26 | 408 | 0.025* | -0.478 | 0.823 | 0.365 |
| 17. มีทักษะการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน | -3.01 | 408 | 0.003* | -0.638 | 2.417 | 0.121 |
| 18. ตระหนักและเข้าใจต่อสภาวะการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร | -1.27 | 408 | 0.206 | -0.279 | 2.625 | 0.106 |
| 19. แสวงหาโอกาสและขึ้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร | -2.72 | 22.630 | 0.012* | -0.456 | 7.294 | 0.007 |

หมายเหตุ * $p < 0.05$, i คือ นิสิตนักศึกษา, j คือ ผู้ประกอบการ

3.2) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างมุมมองของนิสิต นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่งานกลุ่มวิทยาศาสตร์

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านต่างๆ ของคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างนิสิต นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่งานกลุ่มวิทยาศาสตร์ ได้แก่ ด้านพฤติกรรม (Behaviors) ด้านคุณลักษณะ (Attributes) และด้านทักษะ (Skills) พบว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาไม่ใช่งานกลุ่มวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ทุกด้าน โดยค่าเฉลี่ยของนิสิตนักศึกษากลุ่มที่ไม่ใช่วิทยาศาสตร์ ในด้านพฤติกรรม (Behaviors) ด้านคุณลักษณะ (Attributes) และด้านทักษะ (Skills) มีค่าเท่ากับ 3.42, 3.59 และ 3.40 ตามลำดับ ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีค่า 3.28, 3.42 และ 3.21 ตามลำดับ

ด้านพฤติกรรม (Behaviors) คุณลักษณะผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.43$) คือ ใช้ทักษะทางสังคมในการปฏิสัมพันธ์ และทำงานร่วมกับผู้อื่น และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.14$) คือ เผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจอย่างเหมาะสม ส่วนคุณลักษณะผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษากลุ่มไม่ใช่วิทยาศาสตร์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.56$) คือ แก้ไขปัญหา/อุปสรรคจากสภาพการณ์ที่ท้าทายเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างมุ่งมั่น และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.25$) คือ เผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจอย่างเหมาะสม

ด้านคุณลักษณะ (Attributes) คุณลักษณะผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.52$) คือ การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์ และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.14$) คือ ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายและพัฒนาตนเองไปสู่ความสำเร็จ และข้อที่สอง คือ ความเชื่อมั่นในตัวเอง ส่วนคุณลักษณะผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษากลุ่มไม่ใช่วิทยาศาสตร์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.72$) คือ การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์ และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.49$) คือ ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายและพัฒนาตนเองไปสู่ความสำเร็จ

ด้านทักษะ (Skills) คุณลักษณะผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.36$) คือ แสวงหาโอกาสและขึ้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.16$) คือ บริการจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนินโครงการ/กิจกรรมอย่างเหมาะสม ส่วนคุณลักษณะผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษากลุ่มไม่ใช่วิทยาศาสตร์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.52$) คือ แสวงหาโอกาสและขึ้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.32$) มีด้วยกันสองข้อ ข้อแรก คือ มีทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และสามารถแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการที่หลากหลาย และข้อสอง มีทักษะการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน คือ รายละเอียดดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงข้อมูลคุณลักษณะผู้ประกอบการในมุมมองของนิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์

| คุณลักษณะผู้ประกอบการ | มุมมองของนิสิตนักศึกษา | \bar{x} | S.D. | ระดับความเห็น |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------|-------|---------------|
| ด้านพฤติกรรม (Behaviors) | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.28 | 0.816 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.42 | 0.787 | ปานกลาง |
| 1. แสวงหาโอกาสและช่องทางการพัฒนาเชิงธุรกิจ 2. หาคำตอบ/แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และทันสมัย 3. เผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจอย่างเหมาะสม 4. บริหารจัดการและตัดสินใจเพื่อมุ่งเป้าหมายได้ด้วยตนเอง 5. แก้ไขปัญหา/อุปสรรคจากสภาพการณ์ที่ท้าทายเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างมุ่งมั่น 6. ใช้ทักษะทางสังคมในการปฏิสัมพันธ์ และทำงานร่วมกับผู้อื่น | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.19 | 0.990 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.32 | 0.948 | ปานกลาง |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.15 | 0.951 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.36 | 0.865 | ปานกลาง |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.14 | 0.956 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.25 | 0.931 | ปานกลาง |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.40 | 0.944 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.50 | 0.927 | มาก |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.37 | 1.004 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.56 | 0.979 | มาก |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.43 | 0.994 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.54 | 1.041 | มาก |
| ด้านคุณลักษณะ (Attributes) | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.42 | 0.830 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.59 | 0.829 | มาก |
| 7. ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายและพัฒนาตนเองไปสู่ความสำเร็จ 8. ความเชื่อมั่นในตัวเอง 9. ความมุ่งมั่นและอดทนต่อทุกสถานการณ์ที่ 10. มีความเชื่อพลังอำนาจในตนโดยเชื่อว่าสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเรา เกิดจากการกระทำของเราเองและเราสามารถควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ 11. การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์ 12. การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์ | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.36 | 0.950 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.49 | 0.944 | ปานกลาง |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.36 | 1.002 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.57 | 1.030 | มาก |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.47 | 1.007 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.61 | 1.006 | มาก |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.41 | 1.058 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.64 | 0.987 | มาก |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.52 | 0.986 | มาก |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.72 | 0.912 | มาก |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.40 | 0.916 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.52 | 0.870 | มาก |

ตารางที่ 4.13 แสดงข้อมูลคุณลักษณะผู้ประกอบการในมุมมองของนิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ (ต่อ)

| คุณลักษณะผู้ประกอบการ | มุมมองของนิสิตนักศึกษา | \bar{x} | S.D. | ระดับความเห็น |
|----------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------|-------|---------------|
| ด้านทักษะ (Skills) | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.21 | 0.788 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.40 | 0.793 | ปานกลาง |
| 13. มีทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และสามารถแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการที่หลากหลาย | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.17 | 0.895 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.32 | 0.985 | ปานกลาง |
| 14. สามารถเจรจาต่อรองและโน้มน้าวคนรอบข้าง | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.25 | 0.931 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.35 | 0.954 | ปานกลาง |
| 15. บริหารจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนินโครงการ/กิจกรรมอย่างเหมาะสม | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.16 | 0.920 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.42 | 0.962 | ปานกลาง |
| 16. สามารถประเมินสถานการณ์และตัดสินใจเพื่อควบคุมปัจจัยเสี่ยง | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.17 | 0.963 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.37 | 0.889 | ปานกลาง |
| 17. มีทักษะการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.20 | 0.900 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.32 | 0.965 | ปานกลาง |
| 18. ตระหนักและเข้าใจต่อสภาพการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.17 | 0.972 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.47 | 0.954 | ปานกลาง |
| 19. แสวงหาโอกาสและขึ้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.36 | 0.993 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.52 | 0.921 | มาก |

เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างนิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ ในด้านพฤติกรรม (Behaviors) ด้านคุณลักษณะ (Attributes) และด้านทักษะ (Skills) พบว่า มุมมองของนิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรคุณลักษณะผู้ประกอบการ ในคุณลักษณะ (Attributes) และด้านทักษะ (Skills) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนมุมมองของนิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรคุณลักษณะผู้ประกอบการ ในด้านพฤติกรรม (Behaviors) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากนั้นทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างนิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ ในด้านพฤติกรรม (Behaviors) รายข้อย่อย พบว่า มุมมองของนิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรคุณลักษณะผู้ประกอบการ ประเด็นหาคำตอบ/แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และทันสมัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างนิสิต นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่งานวิทยาศาสตร์ ในด้านคุณลักษณะ (Attributes) รายข้อย่อย พบว่า มุมมองของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่งาน วิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรคุณลักษณะผู้ประกอบการ ข้อ ความเชื่อมั่นในตัวเอง ข้อ มีความ เชื่อพลังอำนาจในตนโดยเชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเรา เกิดจากการกระทำของเราเอง และเรา สามารถควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ และข้อ การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างนิสิต นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่งานวิทยาศาสตร์ ในด้านทักษะ (Skills) รายข้อย่อย พบว่า มุมมองของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่งานวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ย ของตัวแปรคุณลักษณะผู้ประกอบการ ข้อ บริการจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนิน โครงการ/กิจกรรมอย่างเหมาะสม ข้อ สามารถประเมินสถานการณ์และตัดสินใจเพื่อควบคุมปัจจัย เสี่ยง และข้อ ตระหนักและเข้าใจต่อสภาวะการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างคุณลักษณะผู้ประกอบการมุมมองของนิสิตนักศึกษา ระหว่างกลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์

| คุณลักษณะผู้ประกอบการ | t | df | Sig. | Mean Diff. (i - j) | Levene Statistic | Sig. |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------|--------|--------------------|------------------|-------|
| ด้านพฤติกรรม (Behaviors) | 1.748 | 388 | 0.081 | 0.142 | 0.041 | 0.840 |
| 1. แสวงหาโอกาสและช่องทางการพัฒนาเชิงธุรกิจ | 1.307 | 388 | 0.192 | 0.128 | 0.005 | 0.943 |
| 2. หาคำตอบ/แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์ และทันสมัย | 2.284 | 388 | 0.023* | 0.210 | 0.003 | 0.955 |
| 3. เผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจอย่างเหมาะสม | 1.127 | 388 | 0.260 | 0.108 | 0.178 | 0.674 |
| 4. บริหารจัดการและตัดสินใจเพื่อมุ่งเป้าหมายได้ด้วยตนเอง | 1.083 | 388 | 0.280 | 0.103 | 0.000 | 0.991 |
| 5. แก้ไขปัญหา/อุปสรรคจากสภาพการณ์ที่ท้าทายเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างมุ่งมั่น | 1.889 | 388 | 0.060 | 0.190 | 0.116 | 0.734 |
| 6. ใช้ทักษะทางสังคมในการปฏิสัมพันธ์ และทำงานร่วมกับผู้อื่น | 1.094 | 388 | 0.275 | 0.113 | 1.336 | 0.249 |
| ด้านคุณลักษณะ (Attributes) | 2.023 | 388 | 0.044* | 0.170 | 0.182 | 0.670 |
| 7. ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายและพัฒนาตนเองไปสู่ความสำเร็จ | 1.337 | 388 | 0.182 | 0.128 | 0.040 | 0.841 |
| 8. ความเชื่อมั่นในตัวเอง | 2.043 | 388 | 0.042* | 0.210 | 0.656 | 0.418 |
| 9. ความมุ่งมั่นและอดทนต่อทุกสถานการณ์ที่ท้าทาย | 1.359 | 388 | 0.175 | 0.138 | 0.002 | 0.962 |
| 10. มีความเชื่อพลังอำนาจในตนโดยเชื่อว่าสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเรา เกิดจากการกระทำของเราเอง และเราสามารถควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ | 2.227 | 388 | 0.026* | 0.231 | 1.190 | 0.276 |
| 11. การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์ | 2.026 | 388 | 0.043* | 0.195 | 1.277 | 0.259 |
| 12. การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์ | 1.304 | 388 | 0.193 | 0.118 | 0.349 | 0.555 |
| ด้านทักษะ (Skills) | 2.303 | 388 | 0.022* | 0.184 | 0.117 | 0.732 |
| 13. มีทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และสามารถแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการที่หลากหลาย | 1.560 | 388 | 0.120 | 0.149 | 3.845 | 0.051 |
| 14. สามารถเจรจาต่อรองและโน้มน้าวคนรอบข้าง | 1.128 | 388 | 0.260 | 0.108 | 0.683 | 0.409 |
| 15. บริหารจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อดำเนินโครงการ/กิจกรรมอย่างเหมาะสม | 2.691 | 387.233 | 0.007* | 0.256 | 4.535 | 0.034 |
| 16. สามารถประเมินสถานการณ์และตัดสินใจเพื่อควบคุมปัจจัยเสี่ยง | 2.076 | 388 | 0.039* | 0.195 | 0.005 | 0.942 |
| 17. มีทักษะการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน | 1.302 | 388 | 0.194 | 0.123 | 2.821 | 0.094 |
| 18. ตระหนักและเข้าใจต่อสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร | 3.102 | 388 | 0.002* | 0.303 | 1.112 | 0.292 |
| 19. แสวงหาโอกาสและขึ้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร | 1.639 | 388 | 0.102 | 0.159 | 0.357 | 0.551 |

หมายเหตุ * $p < 0.05$, i คือ กลุ่มวิทยาศาสตร์, j คือ ไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบ (Design)

นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนวิเคราะห์ (Analysis) เพื่อนำมาออกแบบหลักสูตร โดยจะต้องพิจารณาในประเด็นต่าง ๆ เช่น วัตถุประสงค์ กิจกรรมการเรียนรู้ วิชาที่ใช้สอน ชุดวิชาการเป็นผู้ประกอบการ รูปแบบการสอน สื่อที่ใช้ ผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน

1) องค์ประกอบของการออกแบบ ได้แก่

1.1) วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน (data based) ที่จะนำมาเป็นปัจจัยในการพัฒนาหลักสูตร ได้แก่ สภาพปัญหาและความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการ เนื้อหา ความต้องการของผู้เรียน และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

1.2) กำหนด วัตถุประสงค์ (objectives) เพื่อเป็นสิ่งที่คาดหวังว่านักศึกษาผู้เข้าอบรมจะได้รับหลังจากเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย สมรรถนะด้านความรู้ (knowledge) สมรรถนะด้านทักษะ (skill) และสมรรถนะด้านพหุคุณ (attribute)

1.3) สร้างหลักสูตร (developing the curriculum) ผู้วิจัยกำหนดเนื้อหาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์ฯ ภายใต้แนวคิดผู้ประกอบการ 5.0 ซึ่งผู้วิจัยประยุกต์เพิ่มเติมจาก Society 5.0: สังคมญี่ปุ่นแห่งอนาคต (Nakanishi H., 2019) หมายถึง เจ้าของกิจการที่คิดริเริ่มจัดตั้งธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงานและดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ ปรับเปลี่ยนโอกาสไปสู่ธุรกิจและบริหารจัดการธุรกิจ ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาจากเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและนวัตกรรม มุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ด้วยการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ โดยมีการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดคล้องกับสังคมยุค 5.0 (Society 5.0) ที่เน้นถึงวิธีการแก้ปัญหาสำหรับชีวิตมนุษย์ที่ดีขึ้น (Solution for better human life)

รายวิชาของหลักสูตรผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 5 ชุดวิชา โดยแต่ละรายวิชามีความสัมพันธ์กันในการดำเนินธุรกิจในการเป็นผู้ประกอบการ 5.0 ดังนั้นผู้เรียนต้องเรียนแต่ละวิชาตามลำดับจากง่ายไปหายาก ดังนี้

1) วิชาผู้ประกอบการ 5.0 : บูรณาการเพิ่มวิชาการเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร วิชาการจัดตั้งธุรกิจใหม่ วิชาการจัดการกลยุทธ์และวิชาการจัดการนวัตกรรม ซึ่งความโดดเด่นและพิเศษของรายวิชานี้ต่างจากที่อื่น คือ การสร้างเข้าใจการเป็นผู้ประกอบการ 5.0 ที่สอดคล้องกับสังคมยุค 5.0 สามารถประเมินศักยภาพตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ ทางเลือกที่การเริ่มต้นธุรกิจได้ คือ การพัฒนาธุรกิจใหม่ เครื่องมือที่ช่วยออกแบบโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) และการฝึกปฏิบัติ มีการใช้กรณีศึกษาของประเภทของผู้ประกอบการ (แบ่งตามประเภทของธุรกิจ) ในการดำเนินเรื่องทำให้ผู้เรียนสามารถเห็นภาพรวมขององค์ประกอบของธุรกิจและออกแบบโมเดลธุรกิจของตนเองได้

2) วิชาการตลาด 5.0 : บูรณาการเพิ่มวิชาการจัดการกลยุทธ์และวิชาเทคโนโลยีและสารสนเทศ ซึ่งความโดดเด่นและพิเศษของรายวิชานี้ต่างจากที่อื่น คือ บูรณาการการตลาดเบื้องต้น ได้แก่ การวิเคราะห์สินค้าและบริการ การวิเคราะห์ลูกค้า วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การตลาดยุค 5.0 ได้แก่ การใช้ ช่องทาง (Channel) ที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า การเจาะจงเฉพาะบุคคล

(Personalized) การนำเทคโนโลยีเข้ามาทำงานทดแทนการใช้แทนมนุษย์ (Automation) การทำการตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์ เช่น ใช้ ปัญญาประดิษฐ์(AI)ในการวิเคราะห์ Big Data และกลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัล ได้แก่ ขั้นตอนสู่ความสำเร็จกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Analysis) การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด ทำให้ผู้เรียนเข้าใจแนวคิดการตลาดและการพัฒนากลยุทธ์ รวมถึงการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดคล้องกับธุรกิจของตนเองได้ มีการใช้กรณีศึกษาของประเภทของผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการค้า และผู้ประกอบการเกษตร ในการดำเนินเรื่องทำให้ผู้เรียนเข้าใจแนวคิดการตลาดและการพัฒนากลยุทธ์ รวมถึงการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดคล้องกับธุรกิจของตนเองได้

3) วิชาการเงิน 5.0: บูรณาการเพิ่มวิชาบัญชี วิชาการจัดการกลยุทธ์และวิชาเทคโนโลยีและสารสนเทศ ซึ่งความโดดเด่นและพิเศษของรายวิชานี้ต่างจากที่อื่น คือ เจาะประเภทของแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่ นวัตกรรมทางการเงิน (Financial innovation) ได้แก่ เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) เทคโนโลยีทางการเงินหรือฟินเทค (FinTech) เทคโนโลยีระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตน อิเล็กทรอนิกส์ (Biometric & Digital ID) สำหรับความรู้เกี่ยวกับการเงิน มีการใช้กรณีศึกษาของบริษัท AAA จำกัด ในการดำเนินเรื่องทำให้ผู้เรียนสามารถเห็นภาพรวมของของงบการเงินประกอบด้วย งบแสดงฐานะการเงิน ได้แก่ งบดุล งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด การวิเคราะห์ทางการเงินต่างๆ ทราบความต้องการลงทุน และสามารถนำไปประยุกต์กับธุรกิจของตนเองได้

4) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 : บูรณาการเพิ่มวิชาวิชาการเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร วิชาการจัดตั้งธุรกิจใหม่ วิชาการจัดการกลยุทธ์วิชาเทคโนโลยีและสารสนเทศ และวิชาการจัดการนวัตกรรม ซึ่งความโดดเด่นและพิเศษของรายวิชานี้ต่างจากที่อื่น คือ ปูความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารการปฏิบัติการ 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจการผลิต ธุรกิจการค้า และธุรกิจบริการ กลยุทธ์การลงทุนสำหรับธุรกิจ 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจการผลิต ธุรกิจการค้า และธุรกิจบริการ การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ หรือ artificial intelligence (AI) 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจการผลิต ธุรกิจการค้า และธุรกิจบริการ และการออกแบบ Application ต่อยอดธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทำให้ผู้เรียนสามารถเห็นภาพรวมการบริหารการปฏิบัติการ 3 ประเภทและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ธุรกิจของตนเองได้

5) วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 : บูรณาการเพิ่มวิชาการจัดการกลยุทธ์ ความโดดเด่นและพิเศษของรายวิชานี้ต่างจากที่อื่น คือ นอกจากปูพื้นฐานแผนธุรกิจ มีการใช้กรณีศึกษาของผู้ประกอบการในการดำเนินเรื่องในขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจใหม่ (Startup) ซึ่งออกแบบโดยเฉพาะสำหรับผู้ต้องการเริ่มต้นธุรกิจและการฝึกปฏิบัติแบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจ (Business Plan Simulation) ให้ผู้เรียนสามารถเขียนแผนธุรกิจอย่างง่ายได้

การวัดและประเมินผล: หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60 ซึ่งมาจากเกณฑ์ผ่านของหลักสูตร CHULA MOOC ที่เปิดสอนในปี พ.ศ. 2562-2563

1.4) กำหนดกระบวนการเรียนการสอน (training process) หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้ การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาใน สถาบันอุดมศึกษา มีขั้นตอนการเรียน 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนก่อนเรียน เป็นการทำแบบทดสอบก่อนเรียน ประกอบด้วย 1) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ และ 2) แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ

ขั้นตอนระหว่างเรียน 5 รายวิชา ซึ่งในแต่ละรายวิชาหลังจากที่เรียนจบแต่ละบทจะมีการทำแบบทดสอบ

ขั้นตอนหลังเรียน เป็นการทำแบบทดสอบก่อนเรียน ประกอบด้วย 1) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ และ 2) แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ

1.5) ระบบการติดตามผู้เรียนหรือการกระตุ้นผู้เรียน เช่น การตรวจข้อสอบและส่งผลคะแนนทางอีเมล

-หลังจากเรียนจบแต่ละบทในแต่ละรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน(Google Documents) โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60 โดยจะมีประเมินผลการเรียนโดยแจ้งกลับไปให้ผู้เรียนแต่ละคนตามเบอร์มือถือ /ไลน์ไอดี/อีเมลที่ผู้เรียนต้องกรอกข้อมูลในแบบทดสอบความรู้หลังเรียน(Google Documents) ทุกครั้ง

-ข้อมูลแบบทดสอบหลังเรียนของแต่ละบทเรียนที่ผู้เรียนแต่ละคนทำเสร็จแล้วจะถูกส่งจัดเก็บแบบออนไลน์(Google Documents) หลังจากนั้น ผู้วิจัยจะทำการตรวจคะแนนของผู้เรียนแต่ละคนและแจ้งคะแนนกลับไปให้ผู้เรียนแต่ละคนทราบผ่านเบอร์มือถือ /ไลน์ไอดี/อีเมลที่ผู้เรียนแต่ละคนแจ้งไว้ภายใน 1-2 วัน ในกรณีที่ผู้เรียนคะแนนไม่ถึงร้อยละ 60 ทางผู้วิจัยจะแจ้งให้ทราบว่าต้องไปอ่านเพิ่มและทำแบบทดสอบใหม่อีกครั้ง

1.5) ดำเนินการเรียน (Training) นักศึกษาผู้เข้าฝึกอบรมศึกษาเนื้อหาประกอบการเรียนด้วยตนเอง โดยใช้สื่อประกอบการสอน ได้แก่

-สื่อการสอนในรูปแบบของ PowerPoint / เอกสาร

-บทเรียนมัลติมีเดีย เช่น การใช้เสียง ภาพ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอคลิป

นอกจากนี้ยังมีบริการสนับสนุน เช่น e-Mail, Web Page, Chat, Search และทำกิจกรรมที่กำหนดไว้ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น e-Mail, Web Board รวมถึงการค้นหาทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมผ่านเว็บอื่นๆ และติดต่อสื่อสารผ่านเว็บบอร์ด (Web board)

1.6) การประเมินผล (Evaluation) เก็บข้อมูลของผู้เข้าเรียนและผลสัมฤทธิ์ของผู้เข้าเรียน ดังนี้ 1) ทดสอบความรู้ก่อนเรียน 2)ทดสอบความรู้หลังเรียน

1.7) สมรรถนะที่พึงประสงค์ (Needed competency) ได้แก่ สมรรถนะด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) และด้านทัศนคติ (Attitude)

1.8) ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เป็นกระบวนการให้ข้อมูลเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไของค์ประกอบที่มีข้อบกพร่อง เพื่อให้หลักสูตรผู้ประกอบการฯ มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น ประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนา (Development)

1) การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริม ความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

นำข้อมูลจากการออกแบบมาพัฒนาเป็นร่างหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา รวมทั้งตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยได้พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาซึ่งประกอบด้วย 5 ชุดวิชาได้แก่ วิชาผู้ประกอบการ 5.0 วิชาการตลาด 5.0 วิชาการเงิน 5.0 วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 และวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 และได้พัฒนาเนื้อหา รวมถึงบทเรียนแต่ละวิชาให้เรียนผ่านทางเว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com โดยกิจกรรมการเรียนการสอนเป็นรูปแบบการบรรยาย การยกตัวอย่างกรณีศึกษาและสถานการณ์จำลองที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาผ่านสื่อการสอนที่เป็นคลิปวิดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย เปิดโอกาสให้ผู้เรียนสอบถาม และแลกเปลี่ยนความเห็นกับผู้สอนบนเว็บไซต์ อีเมล และไลน์ โดยใช้ระยะเวลาศึกษาวิชาละ 6 ชั่วโมง รวมทั้งหมด 30 ชั่วโมง (ภายใน 4 สัปดาห์) ทั้งนี้ ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองตามสภาพความพร้อมหรืออัตราการเรียนรู้ของแต่ละคน ส่วนการประเมินผลประกอบด้วย 1) การประเมินความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจก่อนและหลังเรียน 2) การประเมินผลหลังเรียนของแต่ละรายวิชา ซึ่งนักศึกษาจะต้องแสดงให้เห็นถึงการมีความรู้และทักษะตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของแต่ละวิชาโดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

ผลการประเมินหลักสูตรจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 คน พบว่า ภาพรวมหลักสูตรผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 มีระดับความเหมาะสมในระดับมากที่สุดสามารถนำไปใช้ได้ ส่วนผลการประเมินรายวิชา ดังนี้ วิชาผู้ประกอบการ 5.0 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 วิชาการเงิน 5.0 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 วิชาการตลาด 5.0 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 และวิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 โดยทั้ง 5 รายวิชา มีระดับความเหมาะสมในระดับมากที่สุดแสดงให้เห็นว่า ทุกวิชา มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดสามารถนำไปใช้ในการสอนได้ รายละเอียดดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 (ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริม ความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

| โครงสร้างหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>หลักการ</p> <p>ในปัจจุบันนี้บทบาทของการเป็นผู้ประกอบการมีความเกี่ยวข้องกับนิสิตนักศึกษามากขึ้น เนื่องจากสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว กระแส "Startup Business" ในยุค Thailand 4.0 และการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยียุคดิจิทัลที่ทำให้นิสิตนักศึกษาจบใหม่เริ่มมีความคิดที่ไม่ต้องการทำงานประจำ แต่ต้องการที่จะมีธุรกิจเป็นของตัวเองหลังจากจบการศึกษาซึ่งมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ หากแต่ไม่ใช่ทุกคนจะประสบความสำเร็จ ดังนั้น การเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาจึงมีความสำคัญอย่างมาก เพราะนิสิตนักศึกษาที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการใหม่ (Startup) ควรต้องมีความรู้และมีการเตรียมตัวอย่างเหมาะสมก่อนที่จะเริ่มธุรกิจใหม่ของตนเอง เพื่อจะช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสความสำเร็จในธุรกิจได้มากขึ้น</p> <p>การเรียนการสอนให้นิสิตนักศึกษาได้เข้าใจการดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริงนั้น จึงจำเป็นต้องให้นิสิตนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทักษะและความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจทั้งด้านการตลาด การบริหารปฏิบัติการ การเงิน และวางแผนธุรกิจและนำไปใช้ได้จริง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ให้กับนิสิตนักศึกษาทุกคนและทุกคนที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ และเตรียมความพร้อมที่จะเข้าสู่โลกของการเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาอยู่ภายใต้ความเชื่อที่ว่านิสิตนักศึกษาสามารถเป็นผู้ประกอบการได้ และจะช่วยให้นิสิตนักศึกษาทุกคนมีโอกาสที่จะเรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการและเตรียมพร้อมที่จะเข้าสู่โลกของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้อย่างแท้จริง</p> <p>วัตถุประสงค์ของหลักสูตร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อพัฒนานิสิตนักศึกษา ให้มีความรู้ความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการ 2. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพนิสิตนักศึกษาให้มีทักษะความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการและสามารถประยุกต์ใช้ได้ 3. เพื่อสนับสนุนนิสิตนักศึกษาที่มีศักยภาพ ให้มีโอกาสประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ <p>คุณสมบัติของผู้เข้าเรียน</p> <p>นักศึกษาปริญญาตรีทุกสาขาชั้นปีที่ 2 ขึ้นไปที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ</p> <p>ประโยชน์ที่ได้รับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นิสิตนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทักษะและความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ 2. นิสิตนักศึกษาสามารถนำความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการไปปรับใช้ได้ |

โมดูล : หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

| | |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| คุณสมบัติของผู้เรียน : | นิสิตนักศึกษาปริญญาตรีทุกสาขาชั้นปีที่ 2 ขึ้นไปที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ |
| จำนวนหน่วยกิต : | ไม่มี |
| ระยะเวลาศึกษา : | 4 สัปดาห์ (1 เดือน) |
| สถานภาพการศึกษา : | วิชาเสริมนอกหลักสูตร |
| สถานที่เรียน : | เรียนผ่านบทเรียนออนไลน์ |
| ชุดวิชาที่ต้องเรียน : | ในหลักสูตรประกอบด้วย 5 โมดูล ซึ่งผู้เรียนต้องเรียนรายวิชาเรียงตามลำดับจากง่ายไปยากดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1) วิชาการเป็นผู้ประกอบการ 5.0 2) วิชาการตลาด 5.0 3) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 4) วิชาการเงิน 5.0 5) วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 |
| ผู้พัฒนาเนื้อหา : | นายพรประสิทธิ์ เต็มโมฬี |
| จำนวนชั่วโมงที่ใช้ : | ใช้เวลาเรียนจากบทเรียนบนเว็บไซต์ด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อรายวิชา หรือทั้งหมด 30 ชั่วโมง (ภายใน 4 สัปดาห์) โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองตามสภาพความพร้อมหรืออัตราการเรียนรู้ของแต่ละคน (Self-Placed Learning) |

รายละเอียดบทเรียนชุดวิชา(Module)

หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์
เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

1. ลักษณะของโมดูล

โมดูลหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย 5 วิชา ดังนี้

1) วิชาผู้ประกอบการ 5.0 (Entrepreneur 5.0)

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง

- สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ประกอบด้วย คลิปวิดีโอความยาวประมาณ 12 นาทีและบทเรียนมัลติมีเดีย/เอกสารประกอบ

- รายวิชาวิชานี้มีการฝึกปฏิบัติโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

2) วิชาการตลาด 5.0 (Marketing 5.0)

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง

- สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ประกอบด้วย : คลิปวิดีโอความยาวประมาณ 12 นาทีและบทเรียนมัลติมีเดีย/เอกสารประกอบ

3) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 (Operations Management 5.0)

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง

- สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ประกอบด้วย : คลิปวิดีโอความยาวประมาณ 12 นาทีและบทเรียนมัลติมีเดีย/เอกสารประกอบ

4) วิชาการเงิน 5.0 (Finance5.0)

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง

- สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอนประกอบด้วย: คลิปวิดีโอความยาวประมาณ 12 นาทีและบทเรียนมัลติมีเดีย/เอกสารประกอบ

5) วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 (Business Plan 5.0)

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง

- สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ประกอบด้วย : คลิปวิดีโอความยาวประมาณ 12 นาทีและบทเรียนมัลติมีเดีย/เอกสารประกอบ

- รายวิชาวิชานี้มีการฝึกปฏิบัติเขียนแผนธุรกิจใหม่ (Business Plan for Startup)

2. จุดมุ่งหมาย

เมื่อผ่านการเรียนชุดวิชานี้แล้ว นิสิตนักศึกษาสามารถ

2.1 อธิบายความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการได้

2.2 ประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการในการประกอบอาชีพการเป็นผู้ประกอบการได้

3. ความรู้พื้นฐาน: มีทักษะในการใช้งานคอมพิวเตอร์เบื้องต้น

4. กิจกรรมการเรียนการสอน

4.1 เรียนจากบทเรียนผ่านเว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com

4.2 ทำกิจกรรมการเรียน การสอบถามและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้สอนบนเว็บบอร์ด และ chat room

4.3 ผู้สอนกำหนดเนื้อหาแบ่งเป็นบทๆ ให้นิสิตนักศึกษาได้ศึกษาจากบทเรียนในคลิปวิดีโอ และสื่อการสอนในรูปแบบของบทเรียนมัลติมีเดียรวมถึงยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับบทเรียนบนเว็บไซต์

www.entrepreneuronline-learning.com

4.4 ผู้สอนกำหนดให้นิสิตนักศึกษาฝึกปฏิบัติทำโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ในรายวิชาผู้ประกอบการ 5.0 และแบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจใหม่การเขียนแผนธุรกิจใหม่ (Business Plan for Startup) ในรายวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0

4.5 นิสิตนักศึกษาเอกสารการสอนเพิ่มเติมตามที่คุณสอนมอบหมายในแต่ละบทเรียน

5. การประเมินผล

5.1 การประเมินผลก่อนเรียน

นิสิตนักศึกษาทำแบบทดสอบความรู้พื้นฐานธุรกิจและทัศนคติของการเป็นผู้ประกอบการก่อนเข้าเรียนเพื่อประเมินความรู้พื้นฐานก่อนเข้าเรียน

5.2 การประเมินผลหลังเรียน

นิสิตนักศึกษาทำแบบทดสอบความรู้หลังจากเรียนจบในแต่ละบทเรียนจะต้องแสดงให้เห็นถึงการมีความรู้ทักษะตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของชุดวิชา มีการประเมินผลและให้คะแนน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

6. อุปกรณ์การเรียน

นิสิตนักศึกษาจำเป็นต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์หรือมือถือที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ผ่านทางเว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com และบทเรียนบางบทเป็นคลิปวิดีโอ นิสิตนักศึกษาจะต้องมี Window Media Player ในเครื่องคอมพิวเตอร์และเอกสารประกอบที่ใช้เป็นไฟล์ PDF

7. ระยะเวลาเรียน

เนื้อหาของหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย 5 รายวิชา ใช้เวลาเรียนจากบทเรียนบนเว็บไซต์ด้วยตนเอง 6 ชั่วโมง ต่อรายวิชา หรือทั้งหมด 30 ชั่วโมง (ภายใน 4 สัปดาห์) โดยนิสิตนักศึกษาสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองตามสภาพความพร้อม หรืออัตราการเรียนรู้ของแต่ละคน (Self-Placed Learning)

โมเดลวิชาผู้ประกอบการ 5.0 (Entrepreneur 5.0)

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. อธิบายความหมาย ประเภทคุณลักษณะ ทักษะและจรรยาบรรณของการเป็นผู้ประกอบการ
2. ประเมินศักยภาพตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ
3. เปรียบเทียบการพัฒนาธุรกิจใหม่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
4. วิเคราะห์และฝึกปฏิบัติงานตามโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ในการเป็นผู้ประกอบการ

กิจกรรมการเรียนการสอน

บรรยายด้วยคลิปวิดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน

- คลิปวิดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
- เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียน

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชา

ดร.วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์
CEO บจก.โนบิตเทอร์

ผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

เนื้อหา

บทที่ 1 เรียนรู้สู่การเป็นผู้ประกอบการ 5.0

- 1.1 ความหมายของผู้ประกอบการ 5.0
- 1.2 ประเภทของผู้ประกอบการ ยุค 5.0
- 1.3 คุณลักษณะ ทักษะและจรรยาบรรณของการเป็นผู้ประกอบการ
- 1.4 การประเมินศักยภาพตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ

บทที่ 2 จุดประกาย “การคิดแบบเจ้าของกิจการ” ในการเริ่มต้นธุรกิจ

- 2.1 การพัฒนาธุรกิจใหม่ (NBV :New Business Venture)
- 2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD :New Product Development)
- 2.3 การพัฒนาบริการใหม่ (NSD :New Service Development)

บทที่ 3 เครื่องมือที่ช่วยออกแบบโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

- 3.1 ความหมายของโมเดลธุรกิจ
- 3.2 องค์ประกอบของโมเดลธุรกิจ
- 3.2 ประโยชน์ของโมเดลธุรกิจ
- 3.4 การฝึกปฏิบัติโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

โมดูลวิชาการตลาด 5.0 (Marketing 5.0)

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. อธิบายอธิบายแนวคิดการตลาดและการพัฒนากลยุทธ์
2. วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคตามแนวคิดการตลาดยุคดิจิทัล
3. ประยุกต์กลยุทธ์การตลาดและนวัตกรรมทางการตลาด

กิจกรรมการเรียนการสอน

บรรยายด้วยคลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน

- คลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
- เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียน

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชา

ดร.ธีรชกรณ์ อุตมรัตน์มณี

ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจและการตลาด บริษัทไทยเจริญ จิวเวอรี่ จำกัด

ผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

เนื้อหา

บทที่ 1 พื้นฐานการตลาดเบื้องต้น

- 1.1 การวิเคราะห์สินค้าและบริการ
- 1.2 การวิเคราะห์ลูกค้า
- 1.3 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
- 1.4. การตลาดยุค 5.0
 - 1) ส่วนที่ 1 การใช้ช่องทาง (Channel) ที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า
 - 2) ส่วนที่ 2 การเจาะจงเฉพาะบุคคล (Personalized)

3) ส่วนที่ 3 การนำเทคโนโลยีเข้ามาทำงานทดแทนการใช้แทนมนุษย์ (Automation)

4) ส่วนที่ 4 การทำการตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์

บทที่ 2 กลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัล

2.1 6 ขั้นตอนสู่ความสำเร็จกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

2.2 วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Analysis) ด้วยกลยุทธ์ 5A

2.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด

1) การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน (5 Force Model)

2) การประเมินศักยภาพของธุรกิจ (SWOT Analysis)

โมดูลวิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 (Operations Management 5.0)

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการปฏิบัติการ
2. วิเคราะห์ภาพรวมของการบริหารการปฏิบัติการ
3. ประยุกต์ใช้การบริหารการปฏิบัติการ

กิจกรรมการเรียนการสอน

บรรยายด้วยคลิปวิดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน

- คลิปวิดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
- เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียน

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชา

คุณพรประสิทธิ์ เต็มโมฬี CEO Revitalize Innovation Co., Ltd

อดีตผู้บริหารบริษัท BMW , Sony, Haier, Jardine, Thai Summit Group, CP All

ผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เต็มโมฬี

เนื้อหา

บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารการปฏิบัติการ

- 1.1 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต
- 1.2 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า

1.3 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจบริการ

บทที่ 2 การประยุกต์ใช้การจัดการการปฏิบัติการและแนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัล

2.1 การประยุกต์ใช้การจัดการการปฏิบัติการกับการลดต้นทุน

2.1.1 การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการผลิต

2.1.2 การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการค้า

2.1.3 การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจบริการ

2.2 แนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัลและการประยุกต์

2.2.1 การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ หรือ Artificial Intelligence (AI)

1) การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ กับธุรกิจการผลิต

2) การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ธุรกิจบริการ(ผู้ประกอบการฟาร์มออร์แกนิก)

3) การนำเทคโนโลยี AI มาประยุกต์ใช้ธุรกิจการค้า

2.2.2 การออกแบบ Application ต่อยอดธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

“Talat Phlu @Food – Tourism 4.0”

โมดูลวิชาการเงิน 5.0 (Finance 5.0)

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. อธิบายความหมาย แหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่และนวัตกรรมทางการเงิน
2. วิเคราะห์งบการเงินและอัตราส่วนทางการเงิน
3. ประยุกต์การบริหารทุนหมุนเวียน ความเสี่ยงทางการเงินและแผนการเงิน

กิจกรรมการเรียนการสอน

บรรยายด้วยคลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน

- คลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
- เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียน

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชา

คุณภักย์พิชญา เฉลิมชัยวุฒิ ผู้ช่วยผู้จัดการ แผนกการบริหารเงิน ฝ่ายบัญชีและการเงิน

Toyota Daihatsu Engineering & Manufacturing Co., Ltd.

ผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

เนื้อหา**บทที่ 1 แหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่และนวัตกรรมทางการเงิน****1.1 ประเภทของแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่**

- 1.1.1 การหาเงินมาใช้ในบริษัทด้วยเงินส่วนตัวของเราเองผสมกับรายได้ในช่วงแรก (Bootstrap)
- 1.1.2 แหล่งเงินทุนใกล้ตัว (3F: Family, Friend, Fool)
- 1.1.3 การระดมทุนด้วยวิธี Crowd funding
- 1.1.4 นักลงทุนอิสระที่ให้ทุนในระยะเริ่มต้นธุรกิจ (Angel Investment)
- 1.1.5 การร่วมลงทุน (Venture Capital) และกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund)
- 1.1.6 องค์กรที่มีหน่วยงานเพื่อลงทุนในกองทุนหรือสตาร์ทอัพซึ่งมีโอกาสเติบโตไปพร้อมกับบริษัท

(Corporate Venture Capital)

1.2 นวัตกรรมทางการเงิน (Financial Innovation)

- 1.2.1 ระบบการเงินรูปแบบใหม่ผ่านบล็อกเชน (Blockchain)
- 1.2.2 เทคโนโลยีทางการเงิน หรือฟินเทค (FinTech)
- 1.2.3 เทคโนโลยีระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตนอิเล็กทรอนิกส์ (Biometric & Digital ID)

บทที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการเงิน**2.1 ความรู้เกี่ยวกับการเงิน**

- 2.1.1 งบการเงินสำหรับผู้ประกอบการ
- 2.1.2 การวิเคราะห์ทางการเงิน
- 2.1.3 การวิเคราะห์การวิเคราะห์อัตราส่วนอื่นๆ
- 2.1.4 การบริหารทุนหมุนเวียน
- 2.1.5 ความเสี่ยงทางการเงิน

2.2 การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจใหม่

- 2.2.1 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านธุรกิจ
- 2.2.2 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการดำเนินงาน
- 2.2.3 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

2.3 การจัดทำแผนการเงิน

- 2.3.1 การทำแผนการเงินง่ายๆ ด้วย 3 ขั้นตอน

โมดูลวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 (Business Plan 5.0)

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

- 1. อธิบายความหมาย ประโยชน์และองค์ประกอบของแผนธุรกิจได้
- 2. เขียนแผนธุรกิจอย่างง่ายได้

กิจกรรมการเรียนการสอน

บรรยายด้วยคลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน

- คลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
- เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียน

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชา

ดร.สรศักดิ์ ชัยสถาผล

- อดีตอาจารย์ ประจำคณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ผู้ช่วยผู้จัดการศูนย์ความเป็นเลิศด้านการค้า EXIM Bank

ผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

เนื้อหา

บทที่ 1. แผนธุรกิจ

- 1.1 ความหมายของแผนธุรกิจ
- 1.2 ประโยชน์ของแผนธุรกิจ
- 1.3 องค์ประกอบของแผนธุรกิจ
 - 1) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร
 - 2) รายละเอียดผลิตภัณฑ์
 - 3) การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและสถานการณ์
 - 4) แผนการบริหารจัดการ
 - 5) แผนการตลาด
 - 6) แผนการดำเนินงาน/การผลิต
 - 7) แผนการเงิน
 - 8) แผนความเสี่ยง

บทที่ 2. ขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจใหม่ (Startup)

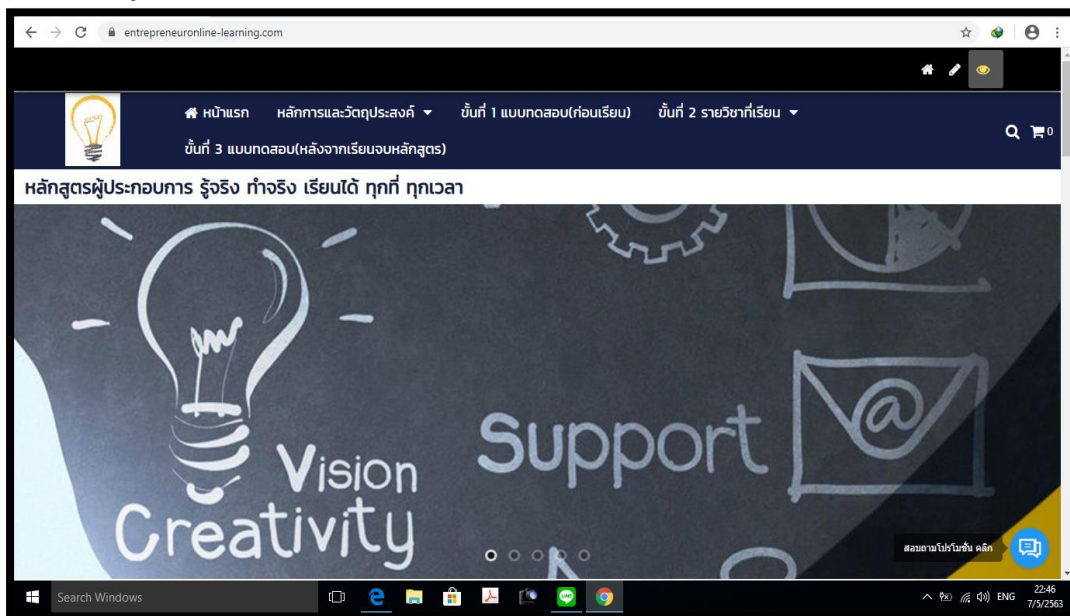
- 2.1 ขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจใหม่
- 2.2 การฝึกปฏิบัติแบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจใหม่ (Business Plan Simulation)

2) การสร้างบทเรียนออนไลน์ โดยใช้เว็บไซต์สำเร็จรูปของ ReadyPlanet สำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

การเรียนการสอนในปัจจุบันได้นำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าช่วยแก้ปัญหาทางการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้นักศึกษาสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเนื้อหาบทเรียนได้ตลอดทุกที่ ทุกเวลา จึงควรรนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ประโยชน์ในลักษณะของการสอนบนเว็บไซต์ ซึ่งเป็นวิธีการที่ช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และพัฒนาไปตามความสามารถและศักยภาพของแต่ละบุคคลนั้นว่าเป็นสื่อการเรียนการสอนที่มีประโยชน์อย่างมาก ผู้สอนสามารถใช้ในการสอนเนื้อหาโดยผู้เรียนสามารถทบทวนบทเรียน ทำแบบฝึกหัดและแบบทดสอบด้วยตนเองได้

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้เว็บไซต์สำเร็จรูปของ ReadyPlanet ซึ่งมีระบบบริหารข้อมูล (CMS:Content Management System) และรูปแบบสำเร็จรูป (Templates) โดยผู้วิจัยได้จดโดเมน www.entrepreneuronline-learning.com มีขั้นตอนการออกแบบออกแบบหน้าจอและเทมเพลตในการการสร้างบทเรียนออนไลน์ โดยใช้เว็บไซต์สำเร็จรูปของ ReadyPlanet ดังนี้

1. ผู้เรียนล็อกอิน (login) ที่เว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com



2. เมื่อผู้เรียนล็อกอิน (login) เสร็จแล้วก็เข้าสู่หน้าจอแรกขั้นตอนที่ 1 ในเว็บไซต์ คือ เริ่มทำแบบทดสอบก่อนเรียน โดยผู้เรียนต้องกรอกข้อมูลที่จำเป็นในแบบทดสอบก่อนเรียน (Google Documents) ได้แก่

ชื่อ-นามสกุล
 นักศึกษาชั้นปีที่
 คณะ
 มหาวิทยาลัย
 เบอร์มือถือ /ไลน์ไอดี/อีเมล

แบบทดสอบก่อนเรียน ประกอบด้วย

- 1) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ
- 2) แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ

หลังจากผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนเสร็จแล้ว ข้อมูลจะถูกส่งจัดเก็บแบบออนไลน์(Google Documents) หลังจากนั้น ผู้วิจัยจะทำการตรวจคะแนนของผู้เรียนแต่ละคนและจัดเก็บไว้

entrepreneuronline-learning.com/17541473/ชั้นที่-1-แบบทดสอบก่อนเรียน

หน้าแรก หลักการและวัตถุประสงค์ ▾ ชั้นที่ 1 แบบทดสอบ(ก่อนเรียน) ชั้นที่ 2 รายวิชาที่เรียน ▾

ชั้นที่ 3 แบบทดสอบ(หลังจากเรียนจบหลักสูตร)

หน้าแรก > ชั้นที่ 1 แบบทดสอบ(ก่อนเรียน)

ชั้นที่ 1 แบบทดสอบ(ก่อนเรียน)

คำชี้แจง : ขอให้ใช้สติศึกษาทุกท่านทำแบบทดสอบทั้งสองรายการให้เสร็จ ก่อนที่จะเข้าไปเรียนแต่ละรายวิชาในขั้นที่ 2

- 1.แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ (ก่อนเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการ)
 - > คลิกทำแบบทดสอบ
 - <https://forms.gle/AJW7hjvL1g5VnfiDa7>
2. แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ(ก่อนเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการ)
 - > คลิกทำแบบทดสอบ
 - <https://forms.gle/ykG2EFh91R37Hjt#9>

3. ผู้เรียนเข้าสู่ขั้นตอนที่ 2.ในเว็บไซต์ คือ รายวิชาของหลักสูตรผู้ประกอบการประกอบด้วย 5 รายวิชา โดยเรียงลำดับตามความยากง่ายของเนื้อหาแต่ละรายวิชา

-เริ่มเรียนจากวิชาผู้ประกอบการ 5.0 ก่อน ตามด้วยวิชาการตลาด วิชาการเงินวิชาการบริหารปฏิบัติการ และวิชาสุดท้ายคือวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0

-หลังจากเรียนจบแต่ละบทในแต่ละรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน(Google Documents) โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60 โดยจะมีประเมินผลการเรียนโดยแจ้งกลับไปให้ผู้เรียนแต่ละคนตามเบอร์มือถือ /ไลน์ไอดี/อีเมลที่ผู้เรียนต้องกรอกข้อมูลในแบบทดสอบความรู้หลังเรียน (Google Documents) ทุกครั้ง

-ข้อมูลแบบทดสอบหลังเรียนของแต่ละบทเรียนที่ผู้เรียนแต่ละคนทำเสร็จแล้วจะถูกส่งจัดเก็บแบบออนไลน์(Google Documents) หลังจากนั้น ผู้วิจัยจะทำการตรวจคะแนนของผู้เรียนแต่ละคนและแจ้งคะแนนกลับไปให้ผู้เรียนแต่ละคนทราบผ่านเบอร์มือถือ /ไลน์ไอดี/อีเมลที่ผู้เรียนแต่ละคนแจ้งไว้ภายใน 1-2 วัน ในกรณีที่ผู้เรียนคะแนนไม่ถึงร้อยละ 60 ทางผู้วิจัยจะแจ้งให้ทราบว่าต้องไปอ่านเพิ่มและทำแบบทดสอบใหม่อีกครั้ง

4. ผู้เรียนมีการบูรณาการความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการด้วยการฝึกปฏิบัติงานตามโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ในการเป็นผู้ประกอบการในวิชาผู้ประกอบการ 5.0 และวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0



5. หลังจากผู้เรียนเรียนจบหลักสูตรผู้ประกอบการ ฯ ในชั้นที่ 2 แล้วผู้เรียนต้องทำแบบทดสอบหลังเรียนจบในขั้นตอนที่ 3 ในเว็บไซต์

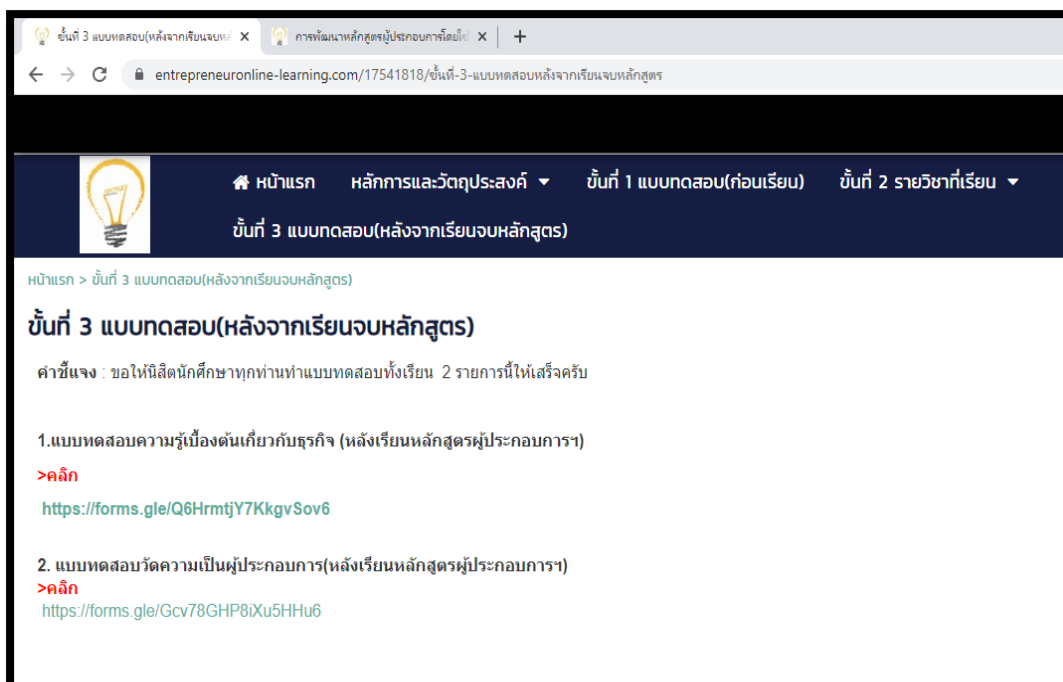
แบบทดสอบหลังเรียน ประกอบด้วย

- 1) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ
- 2) แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ

-หลังจากผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียนเสร็จแล้ว ข้อมูลจะถูกส่งจัดเก็บแบบออนไลน์(Google Documents)

-ผู้วิจัยจะทำการตรวจคะแนนของผู้เรียนแต่ละคนและเปรียบเทียบผลคะแนนก่อนเรียนกับหลังเรียน

-แจ้งคะแนนกลับไปให้ผู้เรียนแต่ละคนทราบผ่านเบอร์มือถือ /ไลน์ไอดี/อีเมลที่ผู้เรียนแต่ละคนแจ้งไว้ภายใน 1-2 วัน



entrepreneuronline-learning.com/17541818/ชั้นที่-3-แบบทดสอบหลังจากเรียนจบหลักสูตร

หน้าแรก หลักการและวัตถุประสงค์ ชั้นที่ 1 แบบทดสอบ(ก่อนเรียน) ชั้นที่ 2 รายวิชาที่เรียน **ชั้นที่ 3 แบบทดสอบ(หลังจากเรียนจบหลักสูตร)**

หน้าแรก > ชั้นที่ 3 แบบทดสอบ(หลังจากเรียนจบหลักสูตร)

ชั้นที่ 3 แบบทดสอบ(หลังจากเรียนจบหลักสูตร)

คำชี้แจง : ขอให้นิสิตนักศึกษาทุกท่านทำแบบทดสอบทั้งเรียน 2 รายการนี้ให้เสร็จครบ

- แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ (หลังเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการ)

>คลิก

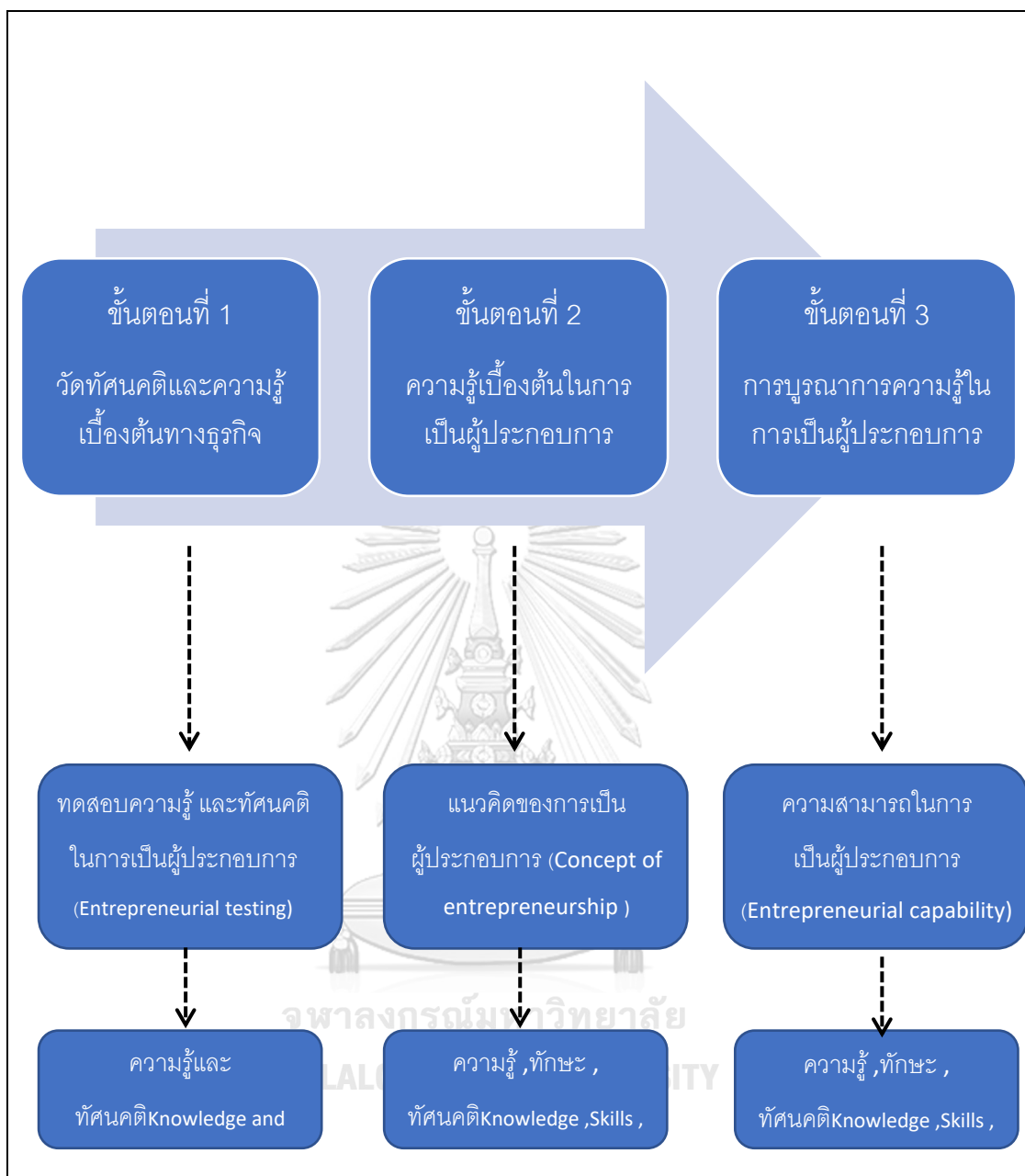
<https://forms.gle/Q6HrmtjY7KkgvSov6>
- แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ(หลังเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการ)

>คลิก

<https://forms.gle/Gcv78GHP8iXu5HHu6>

2) การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ผู้วิจัยได้มีการพัฒนาการศีกษาของนิสิตนักศึกษาโดยมีการนำไปใช้ใน 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 วัดทัศนคติและความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจ ขั้นตอนที่ 2 ความรู้เบื้องต้นในการเป็นผู้ประกอบการ และ ขั้นตอนที่ 3 การบูรณาการความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ รายละเอียดดังรูปภาพที่ 4.1



รูปที่ 4.1 แผนภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ขั้นตอนที่ 1 วัดทัศนคติและความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจ : เปรียบเทียบผลการทดสอบความรู้และทัศนคติในการเป็นผู้ประกอบการก่อนเรียนและหลังเรียน

ขั้นตอนที่ 2 ความรู้เบื้องต้นในการเป็นผู้ประกอบการ : แนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการ (Concept of entrepreneurship) เป็นการพัฒนานิสิตนักศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการโดยมีการสอดแทรกในวิชาผู้ประกอบการ 5.0 และวิเคราะห์ผลการทดสอบหลังเรียนของรายวิชาดังกล่าว

ขั้นตอนที่ 3 การบูรณาการความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ : ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial capability) เป็นการพัฒนานิสิตนักศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการและสร้างศักยภาพนิสิตนักศึกษาให้มีทักษะความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ และสามารถประยุกต์ใช้ได้ วิเคราะห์ผลการทดสอบหลังเรียนของ 5 วิชาและผลคะแนนรวมเฉลี่ยของทั้ง 5 วิชา

ขั้นตอนที่ 4 การนำไปใช้ (Implementation)

1) การทดลองหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

2) นำหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ไปทดลองใช้กับนิสิตนักศึกษา จำนวน 30-60 คน

3) การเข้าถึงตัวอย่าง: ผู้วิจัยติดต่ออาจารย์/มหาวิทยาลัยเพื่อขอความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา การเข้าร่วมเรียนออนไลน์โดยสมัครใจผ่านเว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com

3.1) เริ่มต้นตั้งแต่การเลือกมหาวิทยาลัยโดยเลือกจากมหาวิทยาลัยที่ผู้วิจัยเคยไปสำรวจความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการ

3.2) เลือกจากนิสิตนักศึกษาชั้นปี 2 ขึ้นไปที่สนใจเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการ

3.3) เลือกจากนิสิตนักศึกษาจากกลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์และกลุ่มไม่ใช่สาขาวิทยาศาสตร์

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผล (Evaluation)

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้หลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาจำนวน 70 คน เปรียบเทียบคะแนนจากแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนของกลุ่มตัวอย่าง และหาความพึงพอใจของหลักสูตรผู้ประกอบการ

สรุปผลการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาด้วย 5 ขั้นตอนของ ADDIE Model ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.16 สรุปการประยุกต์ใช้ขั้นตอนทั้ง 5 ของ ADDIE Model ในการออกแบบหลักสูตร ผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนรู้ผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา

| สรุปการประยุกต์ใช้ขั้นตอนทั้ง 5 ของ ADDIE Model ในการออกแบบหลักสูตรผู้ประกอบการ โดยใช้การเรียนรู้ผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. ขั้นตอนวิเคราะห์ (Analysis) | <p>การวิเคราะห์ความต้องการ</p> <p>1.1 วิเคราะห์ผู้เรียน: ระดับชั้น อายุ เพศ ความต้องการและคุณลักษณะผู้ประกอบการ</p> <p>1.2 วิเคราะห์เนื้อหา: วิชาอะไร เน้นเนื้อหา ปฏิบัติ หรือทักษะ</p> <p>1.3 วิเคราะห์เวลา: จำนวนเวลาที่ใช้ในการเรียนรู้แต่ละวิชา และทั้งหลักสูตร</p> |
| 2. ขั้นตอนการออกแบบ (Design) | <p>2.1 วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน (data based) ที่จะนำมาเป็นปัจจัยในการพัฒนาหลักสูตร ได้แก่ สภาพปัจจุบัน/ปัญหา และความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการ เนื้อหา และความต้องการของผู้เรียน</p> <p>2.2 กำหนด วัตถุประสงค์ (objectives) เพื่อเป็นสิ่งที่คาดหวังว่า นักศึกษาผู้เข้าอบรมจะได้รับหลังจากเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนรู้ผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย สมรรถนะด้านความรู้ (knowledge) สมรรถนะด้านทักษะ (skill) และสมรรถนะด้านทัศนคติ (Attitude)</p> <p>2.3 สร้างหลักสูตร (developing the curriculum) โดยกำหนดเนื้อหาหลักสูตรผู้ประกอบการฯ ประกอบด้วย 5 ชุติวิชา ได้แก่ 1) วิชาผู้ประกอบการ 5.0 2) วิชาการตลาด 5.0 3) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 4) วิชาการเงิน 5.0 และ 5) วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0</p> <p>2.4 กำหนดกระบวนการเรียนการสอนของหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนรู้ผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา มี 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นก่อนเรียน ขั้นตอนเรียน 5 รายวิชา และขั้นตอนหลังเรียน</p> <p>2.5 ดำเนินการเรียน นิสิตนักศึกษาผู้เข้าเรียนศึกษาเนื้อหาประกอบการฝึกอบรมด้วยตนเอง โดยใช้สื่อประกอบการฝึกอบรม ได้แก่ 1). สื่อการสอนในรูปแบบของ PowerPoint / เอกสาร 2). บทเรียนมัลติมีเดีย เช่น การใช้เสียง ภาพ กราฟิก</p> |

| สรุปการประยุกต์ใช้ขั้นตอนทั้ง 5 ของ ADDIE Model ในการออกแบบหลักสูตรผู้ประกอบการ โดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>ภาพเคลื่อนไหว และคลิปวิดีโอ</p> <p>2.6 การประเมินผล (Evaluation) เก็บข้อมูลของผู้เข้าเรียนและผลสัมฤทธิ์ของผู้เข้าเรียน ดังนี้ 1) ทดสอบความรู้ก่อนเรียน 2) ทดสอบความรู้หลังเรียน</p> <p>2.7 สมรรถนะที่พึงประสงค์ (Needed competency) ได้แก่ สมรรถนะด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านพฤติกรรม</p> <p>2.8 ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เป็นกระบวนการให้ข้อมูลเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไของค์ประกอบที่มีข้อบกพร่อง เพื่อให้หลักสูตรผู้ประกอบการฯ มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น 1) ประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา</p> |
| 3. ขั้นตอนการพัฒนา (Development) | <p>3.1 เนื้อหา: เตรียมเนื้อหา ออกแบบเนื้อหา (ความเข้าใจ ปฏิบัติ หรือทักษะ) และการออกแบบข้อความสำหรับการประเมิน</p> <p>3.2 เตรียมกราฟิก เสียง ภาพ ภาพเคลื่อนไหว</p> <p>3.3 พัฒนาแบบฝึกหัด : แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน</p> <p>3.4 พัฒนาโปรแกรม: นำหลักการ เนื้อหา กราฟิก ที่เตรียมไว้มาพัฒนาเป็นบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ</p> <p>3.5 นำข้อมูลจากการออกแบบมาพัฒนาเป็นร่างหลักสูตรผู้ประกอบการฯ รวมทั้งตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ</p> |
| 4. ขั้นตอนการนำไปใช้ (Implementation) | ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30-60 คนเพื่อหาประสิทธิภาพของบทเรียนของแต่ละรายวิชาและหลักสูตร |
| 5. ขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) | ประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียนทั้งก่อนเรียนและหลังเรียน |

3.2 ผลการทดลองหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

- 1) ผลทดสอบความรู้เบื้องต้นการเป็นผู้ประกอบการ
- 2) ผลทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ
- 3) ผลการสอบหลังเรียน 5 วิชาของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

4) ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการ

1) ผลทดสอบความรู้เบื้องต้นการเป็นผู้ประกอบการ

ในภาพรวม พบว่า ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 55.86 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 75.57 รายละเอียดดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจก่อนเรียนและหลังเรียน (n=70)

| กลุ่มนิสิตนักศึกษา | แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจ | \bar{x} | S.D. | t | df | Sig. |
|----------------------------------|-----------------------------------|-----------|--------|---------|----|--------|
| กลุ่มวิทยาศาสตร์ (n=42) | ก่อนเรียน | 55.71 | 13.818 | -9.980 | 41 | 0.000* |
| | หลังเรียน | 75.24 | 8.622 | | | |
| ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ (n=28) | ก่อนเรียน | 56.07 | 11.333 | -9.431 | 27 | 0.000* |
| | หลังเรียน | 76.07 | 7.860 | | | |
| ภาพรวม (n=70) | ก่อนเรียน | 55.86 | 12.796 | -13.705 | 69 | 0.000* |
| | หลังเรียน | 75.57 | 8.277 | | | |

$p < 0.05$

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการทดสอบความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจก่อนเรียนและหลังเรียนของนิสิตนักศึกษาทั้งหมด 70 คน

ภาพรวม พบว่า ผลทดสอบความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 55.86 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 75.57

นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 55.71 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 75.24 และเมื่อทดสอบด้วยค่าสถิติการทดสอบรายคู่ (Paired Samples t test) พบว่า ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

นิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 56.07 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 76.07 และเมื่อทดสอบด้วยค่าสถิติการทดสอบรายคู่ (Paired Samples t test) พบว่า ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2) ผลทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ

ในภาพรวม พบว่า ผลทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 59.19 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 70.11 รายละเอียดดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการก่อนเรียนและหลังเรียน (n=70)

| กลุ่มนิสิตนักศึกษา | แบบทดสอบ ความเป็น ผู้ประกอบการ | \bar{x} | S.D. | t | df | Sig. |
|----------------------------------|--------------------------------------|-----------|-------|---------|----|--------|
| กลุ่มวิทยาศาสตร์ (n=42) | ก่อนเรียน | 60.14 | 7.505 | -13.258 | 41 | 0.000* |
| | หลังเรียน | 71.98 | 7.273 | | | |
| ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ (n=28) | ก่อนเรียน | 57.75 | 5.739 | -8.189 | 27 | 0.000* |
| | หลังเรียน | 67.32 | 7.479 | | | |
| ภาพรวม (n=70) | ก่อนเรียน | 59.19 | 6.910 | -15.219 | 69 | 0.000* |
| | หลังเรียน | 70.11 | 7.655 | | | |

$p < 0.05$

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการก่อนเรียนและหลังเรียนของนิสิตนักศึกษาทั้งหมด 70 คน

ภาพรวม พบว่า ผลทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 59.19 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 70.11

นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 60.14 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 71.98 และเมื่อทดสอบด้วยค่าสถิติการทดสอบรายคู่ (Paired Samples t test) พบว่า ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

นิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 57.75 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 67.32 และเมื่อทดสอบด้วยค่าสถิติการทดสอบรายคู่ (Paired Samples t test) พบว่า ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการทดสอบหลังเรียน 5 วิชาของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่งานวิทยาศาสตร์

ภาพรวมของนิสิตนักศึกษา: ผลการสอบหลังเรียนรวมทั้ง 5 วิชาเท่ากับร้อยละ 75.27 ($\bar{X} = 15.05$, $SD=1.13$) และค่าเฉลี่ยในรายวิชาต่างๆดังนี้ วิชาการเงิน 5.0 มีค่าเฉลี่ยของคะแนนมากที่สุด ร้อยละ 83.36 ($\bar{X} = 16.67$, $SD=1.61$) รองลงมาคือ วิชาการตลาด 5.0 ร้อยละ 75 ($\bar{X} = 15$, $SD=1.95$) วิชาผู้ประกอบการ 5.0 ร้อยละ 73.88 ($\bar{X} = 14.78$, $SD=1.98$) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 ร้อยละ 71.39 ($\bar{X} = 14.28$, $SD=1.32$) และที่ได้คะแนนต่ำที่สุดคือวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 ร้อยละ 71.31 ($\bar{X} = 14.26$, $SD=1.38$)

นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์: ผลการสอบหลังเรียนรวมทั้ง 5 วิชาเท่ากับร้อยละ 76.56 ($\bar{X} = 15.31$, $SD=1.12$) และค่าเฉลี่ยในรายวิชาต่างๆดังนี้ วิชาการเงิน 5.0 มีค่าเฉลี่ยของคะแนนมากที่สุด ร้อยละ 84.22 ($\bar{X} = 16.84$, $SD=1.80$) รองลงมา คือ วิชาการตลาด 5.0 ร้อยละ 77.34 ($\bar{X} = 15.47$, $SD=1.97$) วิชาผู้ประกอบการ 5.0 ร้อยละ 77.08 ($\bar{X} = 15.42$, $SD=2.02$) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 ร้อยละ 73.13 ($\bar{X} = 14.63$, $SD=1.19$) และที่ได้คะแนนต่ำที่สุดคือวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 ร้อยละ 71.56 ($\bar{X} = 14.31$, $SD= 1.20$)

นิสิตนักศึกษาไม่ใช่งานวิทยาศาสตร์: ผลการสอบหลังเรียนรวมทั้ง 5 วิชาเท่ากับร้อยละ 73.84 ($\bar{X} = 14.77$, $SD=1.09$) และค่าเฉลี่ยในรายวิชาต่างๆดังนี้ วิชาการเงิน 5.0 มีค่าเฉลี่ยของคะแนนมากที่สุด ร้อยละ 82.41 ($\bar{X} = 16.48$, $SD=1.38$) รองลงมา คือ วิชาการตลาด 5.0 ร้อยละ 72.41 ($\bar{X} = 14.48$, $SD=1.83$) วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 ร้อยละ 71.03 ($\bar{X} = 14.21$, $SD=1.57$) วิชาผู้ประกอบการ 5.0 ร้อยละ 70.34 ($\bar{X} = 14.07$, $SD=1.69$) และที่ได้คะแนนต่ำที่สุดคือ วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 ร้อยละ 69.48 ($\bar{X} = 13.90$, $SD=1.37$) รายละเอียดดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ผลทดสอบหลังเรียน 5 วิชาของนิสิตนักศึกษาแบ่งตามสาขาวิชา (n=70)

| วิชา | นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ (n =42) | | | นิสิตนักศึกษาไม่ใช่งานวิทยาศาสตร์ (n =28) | | | ภาพรวม (n =70) | | |
|--------------------------|---------------------------------------|-----------|------|-------------------------------------------|-----------|------|----------------|-----------|------|
| | % | \bar{X} | S.D. | % | \bar{X} | S.D. | % | \bar{X} | S.D. |
| การเงิน 5.0 | 84.22 | 16.84 | 1.80 | 82.41 | 16.48 | 1.38 | 83.36 | 16.67 | 1.61 |
| การตลาด 5.0 | 77.34 | 15.47 | 1.97 | 72.41 | 14.48 | 1.83 | 75.00 | 15.00 | 1.95 |
| ผู้ประกอบการ 5.0* | 77.08 | 15.42 | 2.02 | 70.34 | 14.07 | 1.69 | 73.88 | 14.78 | 1.98 |
| การบริหารปฏิบัติการ 5.0 | 73.13 | 14.63 | 1.19 | 69.48 | 13.90 | 1.37 | 71.39 | 14.28 | 1.32 |
| การเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 | 71.56 | 14.31 | 1.20 | 71.03 | 14.21 | 1.57 | 71.31 | 14.26 | 1.38 |
| ค่าเฉลี่ยผลรวม 5 วิชา | 76.56 | 15.31 | 1.12 | 73.84 | 14.77 | 1.09 | 75.27 | 15.05 | 1.13 |

หมายเหตุ วิชาผู้ประกอบการ 5.0* คะแนนเต็ม 30 คะแนน, ส่วนวิชาอื่นคะแนนเต็ม 20 คะแนน

เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ผลการทดสอบหลังเรียน 5 วิชาของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ และไม่ใช่นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ พบว่า คะแนนของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ในวิชาผู้ประกอบการ 5.0 วิชาการตลาด 5.0 วิชาการบริหาร การปฏิบัติการ 5.0 และวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นวิชาการเงิน 5.0 ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้คะแนนของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์สูงกว่านิสิตนักศึกษากลุ่มไม่ใช่นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ทุกรายวิชา รายละเอียดดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบความแตกต่างหลังเรียน 5 วิชาของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์

| วิชา | t | df | Sig. | Mean Diff. (i - j) | Levene Statistic | Sig. |
|----------------------------|-------|----|--------|--------------------|------------------|-------|
| ผู้ประกอบการ 5.0* | 5.693 | 68 | 0.000* | 3.071 | 14.514 | 0.000 |
| การตลาด 5.0 | 3.429 | 68 | 0.001* | 1.476 | 1.565 | 0.215 |
| การเงิน 5.0 | 1.936 | 68 | 0.057 | 0.714 | 0.462 | 0.499 |
| การบริหารการปฏิบัติการ 5.0 | 3.263 | 68 | 0.002* | 0.964 | 0.577 | 0.450 |
| การเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 | 3.693 | 68 | 0.000* | 1.119 | 0.175 | 0.677 |

หมายเหตุ p < 0.05, i คือ นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์, j คือ นักศึกษาไม่ใช่นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์

4) ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

พบว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, $SD=0.574$) กล่าวคือ ด้านรายละเอียดของหลักสูตรมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.73$, $SD=0.673$) รองลงมา คือ ด้านเนื้อหาวิชา ($\bar{X} = 3.70$, $SD=0.608$) ด้านสื่อ เอกสาร และอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.64$, $SD=0.595$) ด้านผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร ($\bar{X} = 3.58$, $SD=0.566$) และด้านวิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.56$, $SD=0.572$) และนิสิตนักศึกษามีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านองค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ ($\bar{X} = 3.38$, $SD=0.503$) และด้านการประเมินผล ($\bar{X} = 3.37$, $SD=0.502$) ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ (n=70)

| รายการประเมิน | กลุ่มนิสิตนักศึกษา | \bar{X} | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---------------------------------------------------|------------------------|-----------|-------|------------------|
| 1. รายละเอียดของหลักสูตร | ทั้งหมด | 3.73 | 0.673 | มาก |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.70 | 0.677 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.78 | 0.668 | มาก |
| 2. เนื้อหาวิชา | ทั้งหมด | 3.70 | 0.608 | มาก |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.65 | 0.610 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.78 | 0.595 | มาก |
| 3. วิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน | ทั้งหมด | 3.56 | 0.572 | มาก |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.57 | 0.574 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.55 | 0.567 | มาก |
| 4. สื่อ เอกสารและอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน | ทั้งหมด | 3.64 | 0.595 | มาก |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.68 | 0.592 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.58 | 0.596 | มาก |
| 5. การประเมินผล | ทั้งหมด | 3.37 | 0.502 | ปานกลาง |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.51 | 0.505 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.15 | 0.513 | ปานกลาง |
| 6. องค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ | ทั้งหมด | 3.38 | 0.503 | ปานกลาง |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.46 | 0.499 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.24 | 0.516 | ปานกลาง |
| 7. ผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร | ทั้งหมด | 3.58 | 0.566 | มาก |
| | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.64 | 0.574 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.49 | 0.559 | ปานกลาง |
| ภาพรวม | ทั้งหมด | 3.57 | 0.574 | มาก |
| | วิทยาศาสตร์ | 3.60 | 0.576 | มาก |
| | ไม่ใช่วิทยาศาสตร์ | 3.51 | 0.573 | มาก |

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาทั้งหมด จำนวน 70 คน พบว่า นิสิตนักศึกษามีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมาก 4 ด้าน โดยที่ด้านรายละเอียดของหลักสูตรมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่นๆ ($\bar{X} = 3.73$) รองลงมา คือ ด้านเนื้อหาวิชา ($\bar{X} = 3.70$) ด้านสื่อเอกสารและอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.64$) ด้านผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร ($\bar{X} = 3.58$) และด้านวิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.56$) และนิสิตนักศึกษามีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านการประเมินผล ($\bar{X} = 3.37$) และด้านองค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ ($\bar{X} = 3.38$)

จากนั้นทำการผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจจำแนกตามกลุ่มนิสิตนักศึกษาาระหว่างนิสิต นักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่งroupsวิทยาศาสตร์ ต่อหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้ การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา พบว่า นิสิต นักศึกษา กลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ด้าน โดยที่ด้าน รายละเอียดของหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.70$) รองลงมา คือ ด้านสื่อ เอกสารและ อุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.67$) ด้านเนื้อหาวิชา ($\bar{X} = 3.65$) ด้านผลลัพธ์การเรียนรู้ หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร ($\bar{X} = 3.64$) ด้านวิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.57$) ด้านการประเมินผล ($\bar{X} = 3.51$) และด้านองค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ ($\bar{X} = 3.46$) ในขณะที่ นิสิตนักศึกษาไม่ใช่งroupsวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับ มาก จำนวน 4 ด้าน โดยที่ด้านรายละเอียดของหลักสูตร ($\bar{X} = 3.78$) และด้านเนื้อหาวิชา ($\bar{X} = 3.78$) มี ค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่น ๆ รองลงมา คือ ด้านสื่อ เอกสารและอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.58$) ด้านวิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.55$) และด้านผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้ เรียนในหลักสูตร ($\bar{X} = 3.49$) ขณะที่ด้านองค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ ($\bar{X} = 3.24$) และด้านการประเมินผล ($\bar{X} = 3.15$) ที่มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาด้านรายละเอียดของหลักสูตร พบว่า นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับ ความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น ยกเว้น ประเด็นคุณสมบัติของผู้ เข้าเรียน ($\bar{X} = 3.26$) มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน นิสิตนักศึกษาไม่ใช่งroupsวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น ยกเว้น ประเด็นคุณสมบัติของผู้เข้าเรียน ($\bar{X} = 3.07$) ที่มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตร ผู้ประกอบการในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาด้านเนื้อหาวิชา พบว่า นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อ หลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่งroupsวิทยาศาสตร์มีระดับ ความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็นเช่นเดียวกัน

เมื่อพิจารณาด้านวิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน พบว่า นิสิตนักศึกษากลุ่ม วิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น ส่วนนิสิต นักศึกษาไม่ใช่งroupsวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น ยกเว้น ประเด็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ประยุกต์แนวคิดศาสตร์ทางการเป็นวิชาชีพและ/หรือ ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการเรียนรู้ ($\bar{X} = 3.11$) ที่มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการ ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาด้านสื่อ เอกสารและอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน พบว่า นิสิตนักศึกษากลุ่ม วิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น และนิสิต นักศึกษาไม่ใช่งroupsวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็นเช่นเดียวกัน

เมื่อพิจารณาด้านประเมินผล พบว่า นิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น ยกเว้น ประเด็นเกณฑ์การให้คะแนนผ่านที่ร้อยละ 60 ($\bar{X} = 3.38$) ที่มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลาง ส่วนนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น

เมื่อพิจารณาด้านองค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ พบว่า นิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น ยกเว้น ประเด็นความสม่ำเสมอของรูปแบบตลอดของเว็บไซต์ ได้แก่ การมีรูปแบบ กราฟิก โทนสีและการตกแต่งต่าง ๆ ในแต่ละหน้าบนเว็บไซต์ที่มีความคล้ายคลึงกัน และเป็นแนวเดียวกันไปตลอด ($\bar{X} = 3.29$) ที่มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลาง ส่วนนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลางในทุกๆ ประเด็น

เมื่อพิจารณาด้านผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร พบว่า นิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น ส่วนนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น ยกเว้น ประเด็นมีความต้องการที่จะเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 3.32$) ที่มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลาง รายละเอียดดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจระหว่างนิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ต่อหลักสูตรผู้ประกอบการ

| รายการประเมิน | นิสิตนักศึกษา | \bar{X} | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|-------------------------------------------------------|------------------------|-----------|-------|------------------|
| รายละเอียดของหลักสูตร | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.70 | 0.677 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.78 | 0.668 | มาก |
| 1. หลักการและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.86 | 0.521 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.79 | 0.568 | มาก |
| 2. คุณสมบัติของผู้เข้าเรียน | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.26 | 0.627 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.07 | 0.604 | ปานกลาง |
| 3. ประโยชน์ของหลักสูตรและสามารถนำไปใช้ได้จริง | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.67 | 0.650 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.79 | 0.568 | มาก |
| 4. จำนวนรายวิชาที่มีความเหมาะสม | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.93 | 0.677 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 4.11 | 0.685 | มาก |
| 5. การจัดลำดับรายวิชาที่ต้องเรียนก่อน-หลัง | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.69 | 0.643 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.75 | 0.701 | มาก |
| 6. ระยะเวลาทั้งหมดในการเรียน 4 สัปดาห์ (หรือ 1 เดือน) | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.86 | 0.683 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 4.11 | 0.629 | มาก |
| 7. จำนวนชั่วโมงที่ใช้เรียนในแต่ละรายวิชา | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.67 | 0.612 | มาก |

| รายการประเมิน | นิสิตนักศึกษา | \bar{x} | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------|-------|------------------|
| (6 ชั่วโมงต่อรายวิชา) | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.86 | 0.591 | มาก |
| เนื้อหาวิชา | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.65 | 0.610 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.78 | 0.595 | มาก |
| 8. เนื้อหาที่นำเสนอสอดคล้องและครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของแต่ละรายวิชา | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.55 | 0.504 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.46 | 0.637 | ปานกลาง |
| 9. เนื้อหาของแต่ละวิชามีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกัน | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.62 | 0.661 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.57 | 0.573 | มาก |
| 10. เนื้อหาที่มีความทันสมัย เหมาะสมกับสภาพในปัจจุบันและส่งเสริมความรู้และทักษะของผู้เรียนในอนาคต | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.76 | 0.656 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 4.04 | 0.637 | มาก |
| 11. เนื้อหาวิชาที่เรียนมีความน่าสนใจ | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.95 | 0.582 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 4.11 | 0.567 | มาก |
| 12. เนื้อหามีส่วนช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาความรู้ ทักษะและทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการได้ | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.62 | 0.539 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.86 | 0.591 | มาก |
| 13. เนื้อหามีส่วนช่วยให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้การเป็นผู้ประกอบการไปใช้ได้จริง | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.60 | 0.627 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.71 | 0.535 | มาก |
| 14. เนื้อหาของบทเรียนจัดลำดับอย่างเป็นระบบและเข้าใจง่าย | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.81 | 0.634 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.93 | 0.539 | มาก |
| 15. เนื้อหาสอดคล้องกับภาพที่ใช้ประกอบ | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.67 | 0.570 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.86 | 0.651 | มาก |
| 16. เนื้อหาสอดคล้องกับเวลาที่ใช้ในการเรียน | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.52 | 0.552 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.68 | 0.548 | มาก |
| 17. การแบ่งเนื้อหาบทเรียนเป็นบทและหัวข้อย่อยในแต่ละวิชา | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.43 | 0.547 | ปานกลางมาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.61 | 0.567 | |
| วิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.57 | 0.574 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.55 | 0.567 | มาก |
| 18. วิธีการสอนสอดคล้องกับลักษณะวิชาและวัตถุประสงค์ | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.52 | 0.505 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.64 | 0.488 | มาก |
| 19. วิธีการสอนกระตุ้นการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ และการแก้ปัญหา | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.45 | 0.504 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.57 | 0.573 | มาก |
| 20. อาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิและประสบการณ์เหมาะสมกับรายวิชาที่สอน | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.88 | 0.633 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 4.00 | 0.609 | มาก |
| 21. อาจารย์สอนตรงตามเนื้อหาและมีวิธีการที่หลากหลาย | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.55 | 0.504 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.43 | 0.504 | ปานกลาง |
| 22. อาจารย์อธิบายเนื้อหาได้ชัดเจนเข้าใจง่ายและใช้ภาษาที่ใช้เหมาะสม | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.57 | 0.501 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.57 | 0.634 | มาก |
| 23. การส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ประยุกต์แนวคิด | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.43 | 0.590 | ปานกลาง |

| รายการประเมิน | นิสิตนักศึกษา | \bar{x} | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------|-------|------------------|
| ศาสตร์ทางการเป็นวิชาชีพและ/หรือศาสตร์ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการเรียนรู้ | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.11 | 0.416 | ปานกลาง |
| สื่อ เอกสารและอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.68 | 0.592 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.58 | 0.596 | มาก |
| 24. ระบบการเรียนการสอนผ่านออนไลน์เอื้อต่อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.60 | 0.587 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.54 | 0.693 | มาก |
| 25. มีการใช้สื่อ/เอกสารประกอบการสอนผ่านออนไลน์อย่างเหมาะสม | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.79 | 0.565 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.75 | 0.518 | มาก |
| 26. สื่อเหมาะสมกับเนื้อหาและกิจกรรมการเรียนรู้ที่กำหนด | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.64 | 0.577 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.46 | 0.637 | ปานกลาง |
| การประเมินผล | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.51 | 0.505 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.15 | 0.513 | ปานกลาง |
| 27. วิธีการประเมินผลสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกิจกรรมการเรียนการสอน | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.62 | 0.492 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.21 | 0.418 | ปานกลาง |
| 28. ความเหมาะสมในการตั้งคำถามของแบบทดสอบหลังเรียนแต่ละวิชาสะท้อนผลการเรียนรู้ของผู้เรียน | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.52 | 0.505 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.18 | 0.390 | ปานกลาง |
| 29. เกณฑ์การให้คะแนนผ่านที่ร้อยละ 60 | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.38 | 0.492 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.07 | 0.466 | ปานกลาง |
| องค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.46 | 0.499 | ปานกลางปานกลาง |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.24 | 0.516 | กลาง |
| 30. ความเรียบง่ายเหมาะสมของเว็บไซต์ | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.60 | 0.544 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.25 | 0.441 | ปานกลาง |
| 31. ความสม่ำเสมอของรูปแบบตลอดของเว็บไซต์ ได้แก่ การมีรูปแบบ กราฟิก โทนสีและการตกแต่งต่าง ๆ ในแต่ละหน้าบนเว็บไซต์ที่มีความคล้ายคลึงกัน และเป็นแนวเดียวกันไปตลอด | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.29 | 0.457 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.14 | 0.356 | ปานกลาง |
| 32. ความสวยงามดึงดูดความสนใจของเว็บไซต์ | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.43 | 0.501 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.21 | 0.418 | ปานกลาง |
| 33. ความง่ายต่อการใช้งาน | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.52 | 0.594 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.29 | 0.460 | ปานกลาง |
| 34. เชื่อมโยงระหว่างเมนูต่าง ๆ ของเว็บไซต์มีความสะดวกและมีความรวดเร็ว รวมทั้งมีความเป็นมิตรกับผู้ใช้งาน | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.48 | 0.505 | ปานกลาง |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.29 | 0.460 | ปานกลาง |
| ผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.64 | 0.574 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.49 | 0.559 | ปานกลาง |
| 35. มีความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.62 | 0.492 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.54 | 0.508 | มาก |

| รายการประเมิน | นิสิตนักศึกษา | \bar{x} | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|----------------------------------------|------------------------|-----------|-------|------------------|
| 36. มีความต้องการที่จะเป็นผู้ประกอบการ | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.55 | 0.633 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.32 | 0.548 | ปานกลาง |
| 37. มีทัศนคติดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.76 | 0.576 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.61 | 0.567 | มาก |
| ภาพรวม | กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.60 | 0.576 | มาก |
| | ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ | 3.51 | 0.573 | มาก |

หมายเหตุ นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ คือ นักศึกษาสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและสาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ, นิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ คือ นักศึกษาสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ต่อหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา ในด้านรายละเอียดของหลักสูตร ด้านเนื้อหาวิชา ด้านวิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านสื่อ เอกสารและอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน ด้านการประเมินผล ด้านองค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ และด้านผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร พบว่า ความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ และนิสิตนักศึกษากลุ่มที่ไม่ใช่วิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ 2 ด้านที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการประเมินผล และด้านองค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ โดย 2 ด้านดังกล่าว พบว่า คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ สูงกว่านิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ ส่วนในด้านรายละเอียดของหลักสูตร ด้านเนื้อหาวิชา ด้านวิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านสื่อ เอกสารและอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน และด้านผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตรนั้นมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ และนิสิตนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ต่อหลักสูตรผู้ประกอบการ

| รายการประเมิน | <i>t</i> | df | Sig. | Mean Diff. (i - j) | Levene Statistic | Sig. |
|---------------------------------------|----------|----|-------|--------------------|------------------|-------|
| 1. รายละเอียดของหลักสูตร | -0.816 | 68 | 0.417 | -0.077 | 0.319 | 0.574 |
| 2. เนื้อหาวิชา | -1.275 | 68 | 0.207 | -0.130 | 0.599 | 0.442 |
| 3. วิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน | 0.160 | 68 | 0.873 | 0.014 | 0.877 | 0.352 |

| รายการประเมิน | t | df | Sig. | Mean Diff. (i - j) | Levene Statistic | Sig. |
|---------------------------------------------------|-------|--------|--------|--------------------|------------------|-------|
| 4. สื่อ เอกสารและอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน | 0.794 | 68 | 0.430 | 0.091 | 1.166 | 0.284 |
| 5. การประเมินผล | 3.827 | 68 | 0.000* | 0.353 | 3.059 | 0.085 |
| 6. องค์กรประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ | 2.406 | 64.932 | 0.019* | 0.226 | 6.250 | 0.015 |
| 7. ผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร | 1.470 | 59.693 | 0.146 | 0.155 | 0.018 | 0.893 |

หมายเหตุ * $p < 0.05$, i คือ นิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์, j คือ นิสิตนักศึกษาไม่ใช่อกลุ่มวิทยาศาสตร์



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในครั้งนี้ มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ และแนวคิดผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา
2. วิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี
3. พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

ประชากร

1. ประเภทข้อมูลที่เป็นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ หนังสือ ตำรา วารสาร งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และบทความทางวิชาการ รายงานประจำปี ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ

2. ประเภทข้อมูลจากบุคคล ประกอบด้วย

- 2.1 ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่เปิดหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีและโทในประเทศไทย
- 2.2 ผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการและการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการจากหน่วยงานภาครัฐ
- 2.3 ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง
- 2.4 นักศึกษาชั้นปี 2 ขึ้นไปจากกลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์ จาก 5 ประเภทของมหาวิทยาลัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ มหาวิทยาลัยในสังกัดของรัฐ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล และมหาวิทยาลัยเอกชน จำนวนทั้งหมด 119 แห่ง

กลุ่มตัวอย่าง

1. ประเภทข้อมูลที่เป็นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ หนังสือ ตำรา วารสาร งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และบทความทางวิชาการ รายงานประจำปี ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องกับ มหาวิทยาลัยในประเทศที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปริญญาตรี จำนวน 6 แห่งและระดับปริญญาโท จำนวน 8 แห่ง มหาวิทยาลัยในต่างประเทศที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง โดยเลือกจาก Top Best Business Schools 2017 ในสาขาที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) แต่ละทวีปในเอเชีย อเมริกา และยุโรป และหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ จำนวน 2 แห่ง

ได้แก่ หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC) และ หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI)

2. ประเภทข้อมูลจากบุคคล ประกอบด้วย

2.1 ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรี จำนวน 8 คน เพื่อศึกษาแนวคิดและการดำเนินงานของหลักสูตรผู้ประกอบการในปัจจุบันและวิเคราะห์ ปรัชญา/ที่มา เหตุผลและความสำคัญของหลักสูตร วัตถุประสงค์ของหลักสูตร จำนวนปีที่เปิดสอน จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี การเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเรียน วิชาแกน/วิชาบังคับ วิชาเลือก (Elective) หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน วิธีในการจัดลำดับการเรียนแต่ละ วิชา หลักการและแนวคิดในการออกแบบการเรียนการสอนของแต่ละวิชาในหลักสูตรการเป็น ผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสอน/กิจกรรมในการพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของการเป็นผู้ประกอบการ และข้อจำกัด

2.2 ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโท จำนวน 9 คน เพื่อศึกษาแนวคิดและการดำเนินงานของหลักสูตรผู้ประกอบการในปัจจุบันและวิเคราะห์ ปรัชญา/ที่มา เหตุผลและความสำคัญของหลักสูตร วัตถุประสงค์ของหลักสูตร จำนวนปีที่เปิดสอน จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี การเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเรียน วิชาแกน/วิชาบังคับ วิชาเลือก (Elective) หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน วิธีในการจัดลำดับการเรียนแต่ละ วิชา หลักการและแนวคิดในการออกแบบการเรียนการสอนของแต่ละวิชาในหลักสูตรการเป็น ผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสอน/กิจกรรมในการพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของการเป็นผู้ประกอบการ และข้อจำกัด

2.3 ผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตร ฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นและการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ จากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 คน จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษามัธยมศึกษาตอนบน เพื่อศึกษาแนวคิดและการดำเนินงานของสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นใน ประเทศ ได้แก่ ปรัชญา/ที่มา เหตุผลและความสำคัญของการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมและให้ความรู้ แก่ผู้ประกอบการ กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยวิชา/หลักสูตร จำนวนผู้เข้ารับการอบรมที่คาดว่าจะรับ ต่อปี งบประมาณของการจัดหลักสูตรฝึกอบรมการต่อปี/ค่าใช้จ่ายในการอบรมต่อหัว หลักเกณฑ์และ แนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน แนวคิดในการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมแต่ละวิชาที่ใช้สอน การ จัดลำดับการเรียนแต่ละวิชา กิจกรรมที่จัดให้กับผู้เข้ารับการอบรม เกณฑ์ในการผ่านการอบรม และ ข้อจำกัด

2.4 ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตร ผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี เลือกแบบเฉพาะเจาะจง ตามประเพณีมหาวิทยาลัย ๆ ละ 3 แห่ง รวมทั้งสิ้น 15 แห่ง จำนวน 15 คน เพื่อศึกษาความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อ หลักสูตรผู้ประกอบการของนักศึกษา แนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการ เป็นผู้ประกอบการนักศึกษาตามที่มีมหาวิทยาลัยมุ่งหวัง

2.5 ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง จำนวน 20 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการผลิต ผู้ประกอบการด้านการค้า ผู้ประกอบการด้าน

บริการ เพื่อศึกษา มุมมองของผู้ประกอบการที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ว่าเป็น สอดคล้องกับการเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ รวมถึงคุณลักษณะผู้ประกอบการ ได้แก่ ในด้านพฤติกรรม ด้านคุณลักษณะและด้านทักษะ

2.6 นิสิตนักศึกษาจำนวน 390 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตาตามประเภทมหาวิทยาลัยและเลือกมหาวิทยาลัย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตาและการเลือกแบบเจาะจง ใน 4 ภาคของประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง/กรุงเทพ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ เลือกจากประเภทมหาวิทยาลัย รวม 13 สถาบัน และในแต่ละมหาวิทยาลัย เลือกกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และไม่ใช้วิทยาศาสตร์อย่างละ 15 คน ได้มหาวิทยาลัยละ 30 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 390 คน เพื่อศึกษาความต้องการหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

2.7 ผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตร/หลักสูตรผู้ประกอบการและการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการจากมหาวิทยาลัย หน่วยงานภาครัฐและเอกชน จำนวน 15 คน เพื่อร่วมประเมินรายวิชาของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ และประเมิน(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ ก่อนที่จะนำไปทดลอง

2.8 นักศึกษาที่สมัครใจในการทดลองใช้หลักสูตรผู้ประกอบการฯ จำนวน 70 คน จากกลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์และไม่ใช้กลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 9 ชุด ได้แก่ 1) แบบวิเคราะห์สาระ 2) แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรี 3) แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการแนวคิดและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ 4) แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี 5) แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง 6) แบบสอบถามความต้องการหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี 7) แบบประเมินรายวิชาของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ 8) แบบประเมิน(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ 9) แบบสอบถามความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ โดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่องการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา จำแนกขั้นตอนดำเนินการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ และ การพัฒนาผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษา

ขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์ แนวคิดและการดำเนินงานของหลักสูตรผู้ประกอบการในปัจจุบัน ซึ่งนำไปสู่แนวคิดหลักในการสร้างและพัฒนารูปแบบการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา การดำเนินงานแบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโทในประเทศและต่างประเทศ และหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ ได้แก่ หนังสือ ตำรา วารสาร งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และบทความทางวิชาการ รายงานประจำปี ฯลฯ เพื่อต้องการทราบว่า ชื่อหลักสูตรผู้ประกอบการ ชื่อปริญญาและสาขาวิชา คณะ/หน่วยงานที่รับผิดชอบ จำนวนหน่วยกิต รูปแบบของหลักสูตร หมวดวิชาแกนและหมวดวิชาบังคับ หมวดวิชาเลือก หรืออื่นๆ ภาษาที่ใช้ ปีที่เปิดสอน จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี

ส่วนที่ 2 ศึกษาความเห็นของผู้บริหารของมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรี จำนวน 8 คน เพื่อศึกษาแนวคิดและการดำเนินงานของหลักสูตรผู้ประกอบการในปัจจุบันและวิเคราะห์ปรัชญา/ที่มา เหตุผลและความสำคัญของหลักสูตร วัตถุประสงค์ของหลักสูตร จำนวนปีที่เปิดสอน จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี การเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเรียน วิชาแกน/วิชาบังคับ วิชาเลือก (Elective) หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน วิธีในการจัดลำดับการเรียนแต่ละวิชา หลักการและแนวคิดในการออกแบบการเรียนการสอนของแต่ละวิชาในหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสอน/กิจกรรมในการพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของการเป็นผู้ประกอบการ และข้อจำกัดต่างๆ ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 8 คน โดยวิธีการสัมภาษณ์ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ให้ได้มาซึ่ง สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 3 ศึกษาความเห็นของผู้บริหารของมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโท จำนวน 9 คน เพื่อศึกษาแนวคิดและการดำเนินงานของหลักสูตรผู้ประกอบการในปัจจุบันและวิเคราะห์ปรัชญา/ที่มา เหตุผลและความสำคัญของหลักสูตร วัตถุประสงค์ของหลักสูตร จำนวนปีที่เปิดสอน จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี การเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเรียน วิชาแกน/วิชาบังคับ วิชาเลือก (Elective) หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน วิธีในการจัดลำดับการเรียนแต่ละวิชา หลักการและแนวคิดในการออกแบบการเรียนการสอนของแต่ละวิชาในหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสอน/กิจกรรมในการพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของการเป็นผู้ประกอบการ และข้อจำกัดต่างๆ ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 8 คน โดยวิธีการสัมภาษณ์ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ให้ได้มาซึ่ง สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโท

ส่วนที่ 4 ศึกษาความเห็นของผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นและการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ จากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน เพื่อศึกษาแนวคิดและการดำเนินงานของสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้น

ในประเทศ ได้แก่ ปรัชญา/ที่มา เหตุผลและความสำคัญของการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยวิชา/หลักสูตร จำนวนผู้เข้ารับการอบรมที่คาดว่าจะรับต่อปี งบประมาณของการจัดหลักสูตรฝึกอบรมการต่อปี/ค่าใช้จ่ายในการอบรมต่อหัว หลักสูตรและแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน แนวคิดในการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมแต่ละวิชาที่ใช้สอน การจัดลำดับการเรียนรู้แต่ละวิชา กิจกรรมที่จัดให้กับผู้เข้ารับการอบรม เกณฑ์ในการผ่านการอบรม และข้อจำกัด จำนวน 3 คน โดยวิธีการสัมภาษณ์ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ให้ได้มาซึ่ง สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา

ขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์ความต้องการงานของหลักสูตรผู้ประกอบการ ซึ่งนำไปสู่แนวคิดหลักในการสร้างและพัฒนา รูปแบบการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา การดำเนินงานแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ศึกษาความเห็นของผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 15 คน เพื่อศึกษาว่า หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนิสิตนักศึกษาที่สนใจ ประโยชน์ต่อนิสิตนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจนักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้หรือไม่ องค์กรความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการ หรือทำงานในองค์กรต่างๆ ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการหรือไม่หลักสูตรผู้ประกอบการ สามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจ(Non Business) เป็นผู้ประกอบการวิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา วิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หรือหลักสูตรปริญญาโท

ส่วนที่ 2 ศึกษาความเห็นของผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ จำนวน 20 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการผลิต ผู้ประกอบการด้านการค้า ผู้ประกอบการด้านบริการ เพื่อศึกษาว่า มุมมองของผู้ประกอบการที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ๓ สอดคล้องกับการเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ รวมถึงคุณลักษณะผู้ประกอบการ ได้แก่ ในด้านพฤติกรรม ด้านคุณลักษณะและด้านทักษะ

ส่วนที่ 3 ศึกษาความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีของนักศึกษาจำนวน 390 คน เพื่อศึกษานักศึกษามีสนใจในวิชาใด จำนวนชั่วโมงต่อวิชา จำนวนชั่วโมงต่อหลักสูตร วิธีการสอนที่ต้องการ สื่อการสอนที่เหมาะสมกับในการเรียน บทบาทของผู้สอนแบบใดที่นักศึกษาอยากเรียนด้วย การประเมินผลสำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการควรเป็นแบบใด และต้องการให้มหาวิทยาลัยส่งเสริมและสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอย่างไร

ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ส่วนที่ 1 จัดทำโครงร่างหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 และ 2 มากำหนดเป็นโครงร่างรูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ADDIE model มาประยุกต์ใช้ในขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา มีกระบวนการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ 2) การออกแบบ 3) การพัฒนา 4) การดำเนินงาน และ 5) การประเมินผล ซึ่งหลักสูตรดังกล่าวประกอบด้วย 5 ชูติวิชา (โมดูล) ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการ 5.0 2) การตลาด 5.0 3) การเงิน 5.0 4) การบริหารการปฏิบัติการ 5.0 และ 5) การเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 โดยมีแบบทดสอบหลังเรียนจบแต่ละบทเรียน นอกจากนี้มีแบบทดสอบความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจ แบบทดสอบความเป็นผู้ประกอบการซึ่งผู้เรียนจะต้องทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

ส่วนที่ 2 การตรวจสอบโครงร่างหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ผู้วิจัยนำรายวิชาทั้ง 5 รายวิชาและหลักสูตรผู้ประกอบการให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 15 คน ประเมินในแบบประเมินคุณภาพซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ของ Likert ในด้านเนื้อหาจะประเมินเกี่ยวกับเนื้อหาวิชา การดำเนินเรื่อง การใช้ภาษา ความถูกต้อง ชัดเจน ของแบบทดสอบของแต่ละบทเรียน ฯลฯ เป็นต้น จากนั้นนำผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญแต่ละรายวิชาทั้ง 5 และหลักสูตรผู้ประกอบการมาหาค่าเฉลี่ยและเปรียบเทียบกับเกณฑ์คุณภาพ จะทำให้ทราบว่าบทเรียนของรายวิชาทั้ง 5 และหลักสูตรผู้ประกอบการที่พัฒนาขึ้น มีคุณภาพอยู่ในระดับใด ซึ่งต้องมีคุณภาพในแต่ละด้านอยู่ในระดับมากขึ้นไปจึงจะผ่านไปสู่ขั้นตอนการนำไปใช้ได้

ส่วนที่ 3 การทดลองใช้หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

นำหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาผ่านการเรียนการสอนออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 70 คน โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกคือ เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ สนใจร่วมทดลองเรียนโดยสมัครใจ และลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com ที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้น

ส่วนที่ 4 ประเมินผลหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการเปรียบเทียบก่อนเรียนและหลังเรียนของกลุ่มตัวอย่าง และหาความพึงพอใจของหลักสูตรผู้ประกอบการ ได้แก่ 1) ความรู้เบื้องต้นการเป็นผู้ประกอบการ 2) ความเป็นผู้ประกอบการ 3) ผลการทดสอบหลังเรียน 5 วิชา และ 4) ผลความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัย เรื่องการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1. สภาพปัจจุบันของผลการศึกษานแนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ

1. ผลการวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศ

จากการวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศ จากเอกสารและการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศในระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโท และหลักสูตรอบรมระยะสั้น ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ

ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ จากการศึกษาเอกสารและจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศจำนวน 8 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พบว่า ทุกแห่งใช้ชื่อเป็นหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (Bachelor of Business Administration) และรูปแบบของหลักสูตร 4 ปี ส่วนใหญ่อยู่ภายใต้คณะวิทยาการจัดการ/วิทยาลัยผู้ประกอบการ/คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจ/คณะพาณิชย์และการบัญชี จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตรระหว่าง 128- 133 หน่วยกิต ส่วนใหญ่เปิดสอนมากกว่า 5 ปีและจำนวนนักศึกษาที่รับต่อปีน้อยกว่า 100 คน ทุกแห่งเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียนรายวิชาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิชาเลือกได้ วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัยทุกแห่ง ได้แก่ การเงิน การตลาด บัญชี การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร เศรษฐศาสตร์ กฎหมายธุรกิจ และสถิติ รายวิชาเอกส่วนใหญ่ มาจาก 4 กลุ่มวิชา ได้แก่ 1) กลุ่มวิชาการตลาด 2) กลุ่มวิชาการจัดการองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ 3) กลุ่มวิชาการจัดการทางธุรกิจ และ 4) กลุ่มวิชาการจัดการทางระบบสารสนเทศ รายวิชาส่วนใหญ่มาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต กลยุทธ์การสอน/กิจกรรมในการพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาส่วนใหญ่ได้แก่ การประกวดแผนธุรกิจ เสนอแนวคิดธุรกิจที่น่าสนใจ (Pitch ideas) หรือกิจกรรมต่างๆ ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัย เช่น โครงการฝึกงานการทดลองจำหน่ายสินค้า

1.2 ผลวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ

ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ จากการศึกษาเอกสาร และจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ จำนวน 9 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอม

เกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (Master of Business Administration) ส่วนใหญ่อยู่ภายใต้คณะบริหารธุรกิจคณะวิทยาลัยการจัดการและบัณฑิตวิทยาลัย จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตรส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 36-42 หน่วยกิต ส่วนใหญ่เป็นหลักสูตร 2 ปีและเปิดสอนน้อยกว่า 5 ปี จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี อยู่ระหว่าง 21-40 คน รายวิชาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัยเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียน : ทุกมหาวิทยาลัยเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียนเป็นวิชาเลือกได้ วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัยทุกแห่ง ได้แก่ การเงิน การตลาด บัญชี การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร เศรษฐศาสตร์ กฎหมายธุรกิจ และสถิติ วิชาเลือก (Elective) มาจาก 7 กลุ่มวิชา ได้แก่ 1.นวัตกรรม 2.การจัดการทางธุรกิจ 3.การตลาด 4.การเงิน 5.การจัดการองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ 6.การจัดการด้านการผลิตและการดำเนินงาน 7.ภาษาอารและกฎหมายธุรกิจ รายวิชาส่วนใหญ่จึงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลยุทธ์การสอน/กิจกรรมในการพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา ส่วนใหญ่เน้นนักศึกษาเป็นศูนย์กลาง มีการเรียนรู้หลากหลายวิธีในการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการ เช่น ฝึกปฏิบัติจริง ทำกิจกรรมโครงการ (Project-Based Learning) และกรณีศึกษา

1.3 ผลวิเคราะห์หลักสูตรอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ

1.3.1 จากการวิเคราะห์เอกสาร

ผลการวิเคราะห์หลักสูตรอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศจาก เอกสารและจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) และหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน พบว่า

โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ดำเนินงานโครงการมาตั้งแต่ปี 2545และต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน 18 ปี กลุ่มเป้าหมายหลักๆ ได้แก่ 1) ผู้ว่างงานที่มีความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการ 2) นักศึกษาจบ 3) ผู้ประกอบการที่เริ่มต้นประกอบธุรกิจ 4) ทายาทเจ้าของกิจการ 5) ผู้ประกอบอาชีพอื่น หรือผู้รับจ้างอิสระ 6) ผู้ที่สำเร็จการศึกษาแต่ว่างงาน หรือถูกเลิกจ้าง 8) ทายาทของเจ้าของธุรกิจ หลักสูตรฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วย ประกอบด้วยวิชาต่างๆ อย่างน้อย 4 กลุ่มวิชา ตามหลัก 4 M (ผลิต-ตลาด-เงิน-คน) ได้แก่ การเงิน การตลาด การจัดการกลยุทธ์ บัญชี ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์กร เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ การบริหารการปฏิบัติการและกฎหมายธุรกิจ จำนวนผู้เข้ารับการอบรมที่คาดว่าจะรับต่อปี ประมาณ 900 คนทั่วประเทศ ค่าใช้จ่ายในการอบรมต่อหัวประมาณ 15,000บาท เกณฑ์ในการผ่าน คือ เข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80ของจำนวนชั่วโมงตามหลักสูตร

หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน ประกอบด้วย 11 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวน

สุนันทา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กลุ่มเป้าหมาย คือ นิสิต นักศึกษา นักวิชาการ ศิษย์เก่า คณาจารย์ ตลอดจน ผู้ประกอบธุรกิจมีศักยภาพและสนใจเป็นผู้ประกอบการ ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ หลักสูตรฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วยวิชา 1.ด้านบัญชี 2.ด้านการเงิน 3.ด้านการผลิต 4.ด้านการตลาด 5.ด้านการจัดการ จำนวนผู้เข้ารับการอบรมที่คาดว่าจะรับต่อปี 3-4 คน ต่อมหาวิทยาลัยค่าใช้จ่ายในการอบรมบ่มเพาะต่อหัวประมาณ 100,000 บาท เกณฑ์ในการผ่าน คือ หลังเข้ารับการบ่มเพาะครบ 360 วัน ต้องสามารถจัดตั้งบริษัทใหม่ (Startup) ได้

2. สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการในต่างประเทศ

ผลการวิเคราะห์จาก เอกสาร และการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ จำนวน 9 แห่ง โดยเลือกจาก Top Best Business Schools 2017 สาขาที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) แต่ละทวีป ได้แก่ อเมริกา ยุโรป และเอเชีย พบว่า หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ ส่วนใหญ่ใช้ชื่อเป็น Master of Business Administration หมวดวิชาแกนและหมวดวิชาบังคับ (Curriculum): ส่วนใหญ่ประกอบด้วยกลุ่มวิชาหลักๆ ได้แก่ กลุ่มวิชาบัญชีและการเงิน (Account and Finance) กลุ่มวิชาการตลาด (Marketing) กลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์ (Economics) กลุ่มวิชาการจัดการการดำเนินงาน (Operations Management) กลุ่มวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ (Strategy Management for Entrepreneur) และกลุ่มวิชาการจัดการทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) และหมวดวิชาเลือก หรืออื่นๆ (Elective/Additional Coursework): ส่วนใหญ่ประกอบด้วยกลุ่มวิชาหลักๆ เหมือนหมวดวิชาแกนและหมวดวิชาบังคับ (Curriculum) แต่ลงรายละเอียดมากขึ้นตามความสนใจของผู้เรียน

ส่วนที่ 2 ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีในประเทศ

ผลการศึกษาค้นคว้าความต้องการของมหาวิทยาลัย ผู้ประกอบการ และนิสิตนักศึกษา ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัย

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 15 คน ได้แก่ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยพายัพ พบว่า ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยทั้งหมดมีความคิดเห็นว่า หลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมนิสิตนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการและนักศึกษาต้องการ

เรียนหลักสูตรนี้ เพราะองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการ หรือทำงานในองค์กรต่าง ๆ ได้ ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ เห็นว่าไม่จำเป็นที่ทุกมหาวิทยาลัยต้องเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการเพราะขึ้นอยู่กับความพร้อมและความเชี่ยวชาญของแต่ละมหาวิทยาลัย แต่ควรเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้นสำหรับนักศึกษาทุกคณะที่สนใจมาเรียน ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ารูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้น เพราะเกิดผลเร็ว และนักศึกษาสนใจที่จะเรียนมากกว่า ส่วนด้านวิธีการสอน ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าการสอนที่เหมาะสม คือการสอนแบบประสบการณ์จริง/ลงมือปฏิบัติจริง การสอนผสมผสานทฤษฎีและปฏิบัติ และวิธีการสอนแบบโครงการ ด้านรายวิชาที่สนใจ ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่ารายวิชาที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ 5 อันดับแรก ได้แก่ การตลาด การเงิน การบริหารการปฏิบัติการ การวางแผนทางธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีของผู้ประกอบการ

สรุปผลจากสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ จำนวน 20 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการผลิต จำนวน 8 คน ผู้ประกอบการด้านการค้าจำนวน 5 คน และผู้ประกอบการด้านบริการจำนวน 7 คน พบว่า ผู้ประกอบการทั้งหมดมีความคิดเห็นว่าการเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการและสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาได้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เห็นว่า หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับทิศทางการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เห็นว่า หลักสูตรดังกล่าวสามารถสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพหลังจบการศึกษาได้ และเห็นว่า รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรเป็นหลักสูตรระยะสั้น วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาที่เหมาะสม และได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน คือ ฝึกปฏิบัติจริง วิธีการสอนแบบผสมผสานทฤษฎีและปฏิบัติ และวิธีการสอนแบบให้ผู้ประกอบการ มาถ่ายทอดประสบการณ์ สำหรับกิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าการฝึกงานกับบริษัทผู้ประกอบการ/สหกิจ และฝึกปฏิบัติจริงกับงานที่ได้รับมอบหมาย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่ารายวิชาที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ 5 อันดับแรก ได้แก่ การตลาด การเงิน บัญชี การบริหารการปฏิบัติการ และการวางแผนทางธุรกิจ ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีของนักศึกษา

จากการสอบถามความต้องการของกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาจำนวน 390 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 245 คน (ร้อยละ 62.82) โดยเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 จำนวน 126 คน (ร้อยละ 32.31) ชั้นปีที่ 2 จำนวน 121 คน (ร้อยละ 31.03) ชั้นปีที่ 3 จำนวน 118 คน (ร้อยละ 30.26) กลุ่มตัวอย่างมาจากกลุ่มมหาวิทยาลัย 5 ประเภท ได้แก่

มหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 120 คน (ร้อยละ 30.77) มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ จำนวน 90 คน (ร้อยละ 23.08) มหาวิทยาลัยในสังกัดของรัฐ จำนวน 60 คน (ร้อยละ 15.38) มหาวิทยาลัยราชภัฏ จำนวน 60 คน (ร้อยละ 15.38) และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำนวน 60 คน (ร้อยละ 15.38) พบว่า นิสิตนักศึกษาที่สนใจจะเรียน จำนวน 360 คน (ร้อยละ 92) วิชาที่สนใจที่จะเรียนมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การตลาด จำนวน 187 คน (ร้อยละ 47.95) การเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 159 คน (ร้อยละ 40.77) การวางแผนทางธุรกิจ จำนวน 125 คน (ร้อยละ 32.05) การเงิน จำนวน 116 คน (ร้อยละ 29.74) และการจัดการกลยุทธ์ จำนวน 97 คน (ร้อยละ 24.87) จำนวนชั่วโมงที่เหมาะสมควรจะ 1-2 ชั่วโมงต่อรายวิชา จำนวน 248 คน (ร้อยละ 63.59) และควรจะ 3-5 ชั่วโมงต่อรายวิชา จำนวน 69 คน (ร้อยละ 17.69) วิธีการสอนที่เหมาะสมคือจากการฝึกงาน/การปฏิบัติจริง จำนวน 221 คน (ร้อยละ 56.67) การเรียนการสอนในห้องเรียน จำนวน 192 คน (ร้อยละ 49.23) และการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ จำนวน 143 คน (ร้อยละ 36.67) สื่อการสอนที่ต้องการ คือ มัลติมีเดีย จำนวน 200 คน (ร้อยละ 51.28) สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 156 คน (ร้อยละ 40) และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 138 คน (ร้อยละ 35.38) บทบาทของผู้สอน คือ มีความรู้และประสบการณ์จริง และสามารถแก้ปัญหาให้กับผู้เรียนได้ จำนวน 290 คน (ร้อยละ 74.36) และสามารถบูรณาการสิ่งที่ต้องการให้ผู้เรียนได้เรียนรู้เชื่อมโยงกับประสบการณ์เดิมของผู้เรียนจำนวน 248คน (ร้อยละ 63.59) การประเมินผลที่เหมาะสม จากการสอบข้อเขียนผ่านเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน 236 คน (ร้อยละ 60.51) และจากโครงการที่ได้รับมอบหมายให้ทำในรายวิชาที่เรียน จำนวน 232 คน (ร้อยละ 59.49) ต้องการให้มหาวิทยาลัยส่งเสริมและสนับสนุน คือ ทำเป็นหลักสูตรออนไลน์ และเปิดให้ผู้สนใจเลือกเรียนแบบสมัครใจ จำนวน 139 คน (ร้อยละ 35.64) กำหนดเป็นรายวิชาให้เลือกเรียนได้ เช่น หมวดวิชาการศึกษาทั่วไป จำนวน 135 คน (ร้อยละ 34.62) และเพิ่มรายวิชาโทหรือวิชาเลือกที่เน้นการเป็นผู้ประกอบการและนักศึกษาจากทุกคณะสามารถเข้าเรียนได้ จำนวน 92 คน (ร้อยละ 23.59) เมื่อสำเร็จการศึกษามีความตั้งใจที่จะไปเป็นผู้ประกอบการ ยังไม่ตัดสินใจว่าจะทำธุรกิจของตนเอง จำนวน 126 คน (ร้อยละ 32.31) ทำธุรกิจของตนเองหลังจบการศึกษาแน่นอน จำนวน 122 คน (ร้อยละ 31.28) และตั้งใจค่อนข้างมากที่จะทำธุรกิจของตนเอง จำนวน 105 คน (ร้อยละ 26.92)

ส่วนที่ 3 การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการ

แนวคิด ADDIE model เป็นกระบวนการพัฒนารูปแบบการสอนที่นิยมใช้กันนอกแบบการเรียนการสอนและการฝึกอบรม องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ ได้พัฒนาโมเดลสำหรับการเรียนรู้ออนไลน์ (The ADDIE model for e-learning) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การดำเนินงาน และการประเมินผล (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2011) ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ADDIE model มาประยุกต์ในขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ มีกระบวนการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ 2) การออกแบบ 3) การพัฒนา 4) การดำเนินงาน และ 5) การประเมินผล ซึ่งหลักสูตรดังกล่าวประกอบด้วย 5 ชุดวิชา ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการ 5.0 2) การตลาด 5.0 3) การเงิน 5.0 4) การบริหารการปฏิบัติการ 5.0 และ 5) การเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 ตามแผนภาพที่ 5.1 ดังนี้

| ขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ โดยใช้ ADDIE Model | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| การวิเคราะห์ | การออกแบบ | การพัฒนา | การดำเนินงาน | การประเมินผล |
| 1. ความต้องการ 2. กลุ่มเป้าหมาย 3. งานและหัวข้อ | 1. การกำหนดวัตถุประสงค์การเรียนรู้ 2. การกำหนดลำดับการเรียนรู้ 3. การกำหนดวิธีการสอน 4. การกำหนดกลยุทธ์การถ่ายทอด 5. กำหนดการประเมินผล | 1.. พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาผ่านการเรียนการสอนออนไลน์ 2. การพัฒนาเนื้อหา 3. การพัฒนาบทเรียนหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ | 1. สร้างบทเรียนออนไลน์ บนเว็บไซต์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น 2. การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนบนเว็บไซต์ | 1.ปฏิกิริยาของผู้เรียน 2.การบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ 3.การถ่ายโอนความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับงานได้ 4. ความรู้ ความเข้าใจ |
| หลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาผ่านการเรียนการสอนออนไลน์ ประกอบด้วย 5 ชุติวิชา โดยมีลำดับการเรียนจากง่ายไปหายากดังนี้ | | | | |
| 1.ผู้ประกอบการ 5.0 | 2. การตลาด 5.0 | 3. การบริหารการปฏิบัติการ 5.0 | 4. การเงิน 5.0 | 5.การเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 |

รูปที่ 5.1 ขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์โดยใช้แอดดีโมเดล (ADDIE Model)
(ที่มา : ผู้วิจัย)

หลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์โดยใช้แอดดีโมเดล ประกอบด้วย 5 ชุติวิชา ได้แก่ วิชาผู้ประกอบการ 5.0 วิชาการตลาด 5.0 วิชาการเงิน 5.0 วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 และวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 ผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้หลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาจำนวน 70 คนจากกลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ เพื่อเปรียบเทียบก่อนเรียนและหลังเรียนของกลุ่มตัวอย่างและหาความพึงพอใจของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ ดังนี้

ผลการทดสอบความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจก่อนเรียนและหลังเรียนของนิสิตนักศึกษาทั้งหมด 70 คน

พบว่า ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 55.86 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

75.57 นิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์ ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 55.71 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 75.24 และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่อีกกลุ่มวิทยาศาสตร์ ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 56.07 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 76.07

ผลการทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการก่อนเรียนและหลังเรียนของนิสิตนักศึกษาทั้งหมด 70 คน

พบว่า ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 59.19 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 70.11 นิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์ ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 60.14 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 71.98 และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่อีกกลุ่มวิทยาศาสตร์ ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 57.75 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 67.32

ผลการสอบหลังเรียน 5 วิชาของนิสิตนักศึกษาทั้งหมด 70 คน

พบว่า ภาพรวมของนิสิตนักศึกษา: ผลการสอบหลังเรียนรวมทั้ง 5 วิชาเท่ากับร้อยละ 75.27 ($\bar{X}=15.05$, $SD=1.13$) และค่าเฉลี่ยในรายวิชาต่างๆดังนี้ วิชาการเงิน 5.0 มีค่าเฉลี่ยของคะแนนมากที่สุด ร้อยละ 83.36 ($\bar{X}=16.67$, $SD=1.61$) รองลงมาคือ วิชาการตลาด 5.0 ร้อยละ 75 ($\bar{X}=15$, $SD=1.95$) วิชาผู้ประกอบการ 5.0 ร้อยละ 73.88 ($\bar{X}=14.78$, $SD=1.98$) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 ร้อยละ 71.39 ($\bar{X}=14.28$, $SD=1.32$) และที่ได้คะแนนต่ำที่สุดคือวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 ร้อยละ 71.31 ($\bar{X}=14.26$, $SD=1.38$)

นิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์: ผลการสอบหลังเรียนรวมทั้ง 5 วิชาเท่ากับร้อยละ 76.56 ($\bar{X}=15.31$, $SD=1.12$) และค่าเฉลี่ยในรายวิชาต่างๆดังนี้ วิชาการเงิน 5.0 มีค่าเฉลี่ยของคะแนนมากที่สุด ร้อยละ 84.22 ($\bar{X}=16.84$, $SD=1.80$) รองลงมา คือ วิชาการตลาด 5.0 ร้อยละ 77.34 ($\bar{X}=15.47$, $SD=1.97$) วิชาผู้ประกอบการ 5.0 ร้อยละ 77.08 ($\bar{X}=15.42$, $SD=2.02$) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 ร้อยละ 73.13 ($\bar{X}=14.63$, $SD=1.19$) และที่ได้คะแนนต่ำที่สุดคือวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 ร้อยละ 71.56 ($\bar{X}=14.31$, $SD=1.20$)

นิสิตนักศึกษาไม่ใช่อีกกลุ่มวิทยาศาสตร์: ผลการสอบหลังเรียนรวมทั้ง 5 วิชาเท่ากับร้อยละ 73.84 ($\bar{X}=14.77$, $SD=1.09$) และค่าเฉลี่ยในรายวิชาต่างๆดังนี้ วิชาการเงิน 5.0 มีค่าเฉลี่ยของคะแนนมากที่สุด ร้อยละ 82.41 ($\bar{X}=16.48$, $SD=1.38$) รองลงมา คือ วิชาการตลาด 5.0 ร้อยละ 72.41 ($\bar{X}=14.48$, $SD=1.83$) วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 ร้อยละ 71.03 ($\bar{X}=14.21$, $SD=1.57$) วิชาผู้ประกอบการ 5.0 ร้อยละ 70.34 ($\bar{X}=14.07$, $SD=1.69$) และที่ได้คะแนนต่ำที่สุดคือ วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 ร้อยละ 69.48 ($\bar{X}=13.90$, $SD=1.37$)

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ ของนิสิตนักศึกษาทั้งหมด 70 คน

พบว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57, SD=0.574$) กล่าวคือ ด้านรายละเอียดของหลักสูตรมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่น ๆ ($\bar{X} = 3.73, SD=0.673$) รองลงมา คือ ด้านเนื้อหาวิชา ($\bar{X} = 3.70, SD=0.608$) ด้านสื่อ เอกสาร และอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.64, SD=0.595$) ด้านผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร ($\bar{X} = 3.58, SD=0.566$) และด้านวิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.56, SD=0.572$) และนิสิตนักศึกษามีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านองค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ ($\bar{X} = 3.38, SD=0.503$) และด้านการประเมินผล ($\bar{X} = 3.37, SD=0.502$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันของผลการศึกษานวนคิดเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศ

ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรี พบว่า หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในมหาวิทยาลัยของรัฐอยู่ภายใต้คณะวิทยาการจัดการ/คณะพาณิชย์/คณะเทคโนโลยีการจัดการ และส่วนมหาวิทยาลัยเอกชนอยู่ภายใต้วิทยาลัยผู้ประกอบการ/คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ รายวิชาส่วนใหญ่ในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ขณะนี้หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศของรัฐ พบว่าส่วนใหญ่อยู่ภายใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาลัยการจัดการ จำนวน 4 แห่ง และบัณฑิตวิทยาลัย จำนวน 3 แห่ง รายวิชาส่วนใหญ่จะอิงตามโครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ดังนั้นหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีและปริญญาโท มุ่งสอนให้เป็นมนุษย์เงินเดือน ทำงานในองค์กร เน้นในเรื่องวิธีการบริหารธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน มากกว่าที่จะมุ่งเน้นเรื่องสอนให้เป็นเจ้าของกิจการตั้งแต่เริ่มต้นธุรกิจ พัฒนาธุรกิจ ธุรกิจเติบโตและการออกจากธุรกิจ แสดงให้เห็นว่า หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัยของรัฐไม่ได้เป็นหลักสูตรเฉพาะที่จะไปส่งเสริมให้ไปเป็นผู้ประกอบการที่จะเริ่มต้นธุรกิจ (Startup) ดังนั้นควรมีหลักสูตรเฉพาะที่จะส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง สอดคล้องกับรายงานวิจัยการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ, 2561 ,p.83-86) ได้กล่าวถึงความแตกต่างระหว่างหลักสูตรการบริหารธุรกิจขนาดเล็กกับหลักสูตรเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการว่า หลักสูตรการบริหารธุรกิจขนาดเล็กจะมุ่งเน้นในเรื่องของการขายตามปกติ การทำกำไรและเติบโตภายในธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันให้สำเร็จตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์โดยทั่วไปของหลักสูตรคือทำให้นิสิตนักศึกษาทราบวิธีการบริหารและดำเนินการกับธุรกิจขนาดเล็ก หรือบริษัทที่เริ่มดำเนินการมาแล้ว รวมถึงการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ การเป็นผู้นำ การวางแผน การจัดองค์กรและการควบคุมธุรกิจขนาดเล็กให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ ในทางตรงกันข้ามหลักสูตรเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการจะมุ่งเน้นในเรื่องของการริเริ่มธุรกิจและพัฒนาสู่การเติบโตที่มีความเสี่ยง และจะเน้นมากในเรื่องการทำกำไรให้สูงการเติบโตที่รวดเร็ว และกลยุทธ์ในการออกจากธุรกิจได้อย่างได้ประโยชน์ ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่า การสร้างหลักสูตรผู้ประกอบการที่แท้จริงในการเตรียมความพร้อมนักศึกษาในการ

เริ่มต้นธุรกิจนั้น หลักสูตรออนไลน์ระยะสั้นน่าจะเป็นทางออกที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนิสิตนักศึกษา โดยอาจจะเปิดเป็นหลักสูตรประกาศนียบัตร (Non-degree) ซึ่งนิสิตนักศึกษาทุกคนสามารถลงเรียนได้ สอดคล้องกับมหาวิทยาลัยต่างๆของไทยเริ่มเปิดหลักสูตรออนไลน์ระยะสั้น เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จัดตั้งวิทยาลัยบูรณาการศาสตร์ เพื่อดำเนินโครงการบัณฑิตพันธุ์ใหม่ โดยผลิตหลักสูตรระยะสั้น (Module) ที่มีการบูรณาการศาสตร์ในหลากหลายด้านเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในตัว ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประกอบอาชีพได้ และส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ และการเกษตรสมัยใหม่ (Smart Farming) แบบเน้นการปฏิบัติจริง โดยผู้เรียนสามารถเริ่มต้นธุรกิจใหม่ (Startup) หรือเป็นเกษตรกรผู้ประกอบการ ตามชุดวิชาที่เลือก (วิทยาลัยบูรณาการศาสตร์, 2021ออนไลน์)

ขณะที่หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ชื่อเป็น Master of Business Administration และอยู่ภายใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาลัยการจัดการ รายวิชาของหมวดวิชาแกนและหมวดวิชาบังคับ: ส่วนใหญ่ประกอบด้วยกลุ่มวิชาหลักๆ ได้แก่ กลุ่มวิชาบัญชีและการเงิน กลุ่มวิชาการตลาดกลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์ กลุ่มวิชาการจัดการดำเนินงาน กลุ่มวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ และกลุ่มวิชาการจัดการทรัพยากรบุคคล ส่วนหมวดวิชาเลือก ส่วนใหญ่ประกอบด้วยกลุ่มวิชาหลักๆ เหมือนหมวดวิชาแกนและหมวดวิชาบังคับ แต่ลงรายละเอียดมากขึ้นตามความสนใจของผู้เรียน

2. ความต้องการหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการในประเทศ

ผลการวิเคราะห์ความต้องการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาไทยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการ พบว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่สนใจจะเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการ จำนวน 360 คน (ร้อยละ 92) และต้องการทำธุรกิจของตนเองหลังจบการศึกษาแน่นอน จำนวน 122 คน (ร้อยละ 31.28) และตั้งใจค่อนข้างมากที่จะทำธุรกิจของตนเอง จำนวน 105 คน (ร้อยละ 26.92) ต้องการให้มหาวิทยาลัยส่งเสริมและสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ กำหนดให้เป็นรายวิชาให้เลือกเรียนได้ เช่น หมวดวิชาการศึกษาทั่วไป จำนวน 152 คน (ร้อยละ 38.97) และทำเป็นหลักสูตรออนไลน์และเปิดให้ผู้สนใจเลือกเรียนแบบสมัครใจ จำนวน 138 คน (ร้อยละ 35.38) ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การศึกษาด้านผู้ประกอบการยังเป็นเรื่องใหม่ที่ยังขาดการส่งเสริมองค์ความรู้ในการผู้ประกอบการ สอดคล้องกับ Bosma and Kelley (2018, p.109) ได้จัดทำรายงานสถานภาพระดับความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยของโครงการศึกษาสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมของประเทศไทยที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการน้อยที่สุด ได้แก่ ขาดโอกาสทางการศึกษาด้านการเป็นผู้ประกอบการในสถาบันที่ตนเองศึกษา สอดคล้องกับรายงานของคณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ สภาพขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ เรื่อง การสร้างสังคมผู้ประกอบการ (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2559 ,p.3-5) ได้กล่าวถึงว่า โครงสร้างพื้นฐานและมาตรการสนับสนุนของภาครัฐยังไม่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ รวมถึงขาดการส่งเสริมการเรียนรู้ให้ผู้ประกอบการหลังจากสำเร็จการศึกษา นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยที่อยู่ในระยะเรียนรู้/ทดลอง มักไม่มีพื้นฐานความรู้ในการทำธุรกิจที่เพียงพอ จึงอาจต้องลองผิดลองถูก

และล้มเหลวในการตั้งต้นธุรกิจหลายครั้ง ในขณะที่คุณภาพการให้ความรู้และการพัฒนาทักษะด้านการจัดการบริหารธุรกิจของคนไทย (Quality of Management School) ยังมีช่องว่างให้พัฒนาได้อีกมาก โดยการประเมินของ WEF (ปี 2015-2016) บ่งชี้ไทยอยู่อันดับที่ 77 ต่างกับสิงคโปร์ มาเลเซีย ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 4 และ 22 ตามลำดับ

สำหรับด้านรายวิชาที่สนใจ พบว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่สนใจจะเรียนวิชาในวิชาต่าง ๆ 5 อันดับแรก ได้แก่ การตลาด การเป็นผู้ประกอบการ การวางแผนทางธุรกิจ การเงิน และการจัดการกลยุทธ์ สอดคล้องกับผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่มีความคิดเห็นว่า รายวิชาที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ 5 อันดับแรก ได้แก่ การตลาด การเงิน บัญชี การบริหารการปฏิบัติการ และการวางแผนทางธุรกิจ และสอดคล้องกับผู้บริหารของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่า รายวิชาที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ 5 อันดับแรก ได้แก่ การตลาด การเงิน การบริหารการปฏิบัติการ การวางแผนทางธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับผลสำรวจของประเทศสหรัฐอเมริกาเกี่ยวกับหลักสูตรหรือโปรแกรมการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ ระหว่างปี ค.ศ. 2012-2014 ของศูนย์เพื่อความเป็นเลิศของผู้ประกอบการมหาวิทยาลัยจอร์จวอชิงตัน (The National Survey of Entrepreneurship Education, 2014, p. 8,17) พบว่า มีหลักสูตรผู้ประกอบการและการบริหารธุรกิจขนาดเล็ก มากถึง 1,200 หลักสูตร ตั้งแต่หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรระดับปริญญาตรี ปริญญาโทและปริญญาเอก พบว่า วิชาที่นิยมใช้สอน 5 อันดับแรกของการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การเป็นผู้ประกอบการ การวางแผนทางธุรกิจ การเงิน สำหรับผู้ประกอบการ การจัดตั้งธุรกิจใหม่ และการจัดการนวัตกรรม

3. การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการ

1) การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาผ่านการเรียนการสอนออนไลน์โดยใช้แอดดีโมเดล

หลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์โดยใช้แอดดีโมเดล ประกอบด้วย 5 ชุติวิชา ได้แก่ วิชาผู้ประกอบการ 5.0 วิชาการตลาด 5.0 วิชาการเงิน 5.0 วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 และวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 ใช้เวลาเรียนจากบทเรียนบนเว็บไซต์ด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อรายวิชาหรือทั้งหมด 30 ชั่วโมง (ภายใน 4 สัปดาห์) และผลการประเมินหลักสูตรจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ภาพรวมหลักสูตรผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.74 มีระดับความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ส่วนผลการประเมินรายวิชาทั้ง 5 รายวิชา มีระดับความเหมาะสมในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาผ่านการเรียนการสอนออนไลน์โดยใช้แอดดีโมเดล ทำให้หลักสูตรผู้ประกอบการมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด สามารถนำไปใช้ได้ในการสอนได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pralabraksa (2016 p.110-114) ได้มีการพัฒนารูปแบบการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมโดยใช้แอดดีโมเดล พบว่า ผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบของรูปแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.84$) และผลการประเมินความเหมาะสมของขั้นตอนการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียโดยผู้เชี่ยวชาญ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.82$)

2) การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรวมทั้ง 5 วิชาของนิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ พบว่า คะแนนของนิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์สูงกว่านิสิตนักศึกษาในกลุ่มไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ทุกรายวิชา กล่าวคือ นิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์มีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรวมทั้ง 5 วิชาเท่ากับร้อยละ 76.56 และนิสิตนักศึกษาในกลุ่มไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์มีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรวมทั้ง 5 วิชาเท่ากับร้อยละ 73.84

ผลการทดสอบความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจก่อนเรียนและหลังเรียนของนิสิตนักศึกษาทั้งหมด 70 คน พบว่า ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 55.86 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 75.57 และผลการทดสอบหลังเรียน 5 วิชา พบว่า โดยภาพรวมนิสิตนักศึกษามีค่าเฉลี่ยในรายวิชาต่างๆ ดังนี้ วิชาการเงิน 5.0 มีค่าเฉลี่ยของคะแนนมากที่สุด(ร้อยละ 83.36) รองลงมา คือ วิชาการตลาด 5.0 (ร้อยละ 75) วิชาผู้ประกอบการ 5.0 (ร้อยละ 73.88) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 (ร้อยละ 71.39) และวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 (ร้อยละ 71.31) ตามลำดับ ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60 ของแต่ละรายวิชา แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาผ่านการเรียนการสอนออนไลน์โดยใช้แอดดีโมเดลมีความสัมพันธ์กับการเสริมสร้างผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนได้ดี สอดคล้องกับ Jongburanasit (2019, p.12) กล่าวว่า แอดดีโมเดลเป็นกระบวนการออกแบบและพัฒนารูปแบบการสอนที่นักเทคโนโลยีการศึกษานิยมนำมาใช้ในการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนเป็นรูปแบบที่ง่ายและมีขั้นตอนชัดเจน สามารถนำมาใช้ในการออกแบบและพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนได้เป็นอย่างดี และงานวิจัยของ Prakobpol (2020, p.9-13) ที่กล่าวว่า การออกแบบและพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนโดยใช้แอดดีโมเดลพบว่า ทำให้บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพและประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chulniam (2020, p.12-14) ที่ศึกษาการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมออนไลน์เพื่อส่งเสริมสมรรถนะด้านไอซีทีในการจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครูโดยกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกัน จากผลการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมออนไลน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน คะแนนก่อนฝึกอบรมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 54.16 และมีคะแนนหลังการฝึกอบรมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 74.83 สรุปได้ว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการเรียนรู้ร่วมกันหลังการฝึกอบรมออนไลน์สูงกว่าก่อนการฝึกอบรมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องผลการวิจัยของ Leesa and Thanapatmeemamee (2020, p.9-10) พบว่า การเรียนจากบทเรียนบนเว็บไซต์ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหามากขึ้นกว่าเดิมและบทเรียนบนเว็บไซต์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นให้นักเรียนคิดวิเคราะห์จากสถานการณ์ตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้น เว็บไซต์มีการแสดงเนื้อหาหลากหลายทั้งข้อความ ภาพนิ่งและไฟล์วิดีโอ ช่วยกระตุ้นนักเรียนให้เกิดความสนใจ มีแรงจูงใจในการเรียน คุณสมบัติของการเรียนแบบผสมผสานเป็นการเรียนที่ช่วยให้ผู้เรียนได้รับความรู้ความเข้าใจ และทักษะปฏิบัติได้ดียิ่งขึ้น

ภาพรวมนิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57, SD = 0.574$) แสดงให้เห็นว่าหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาผ่านการเรียน

การสอนออนไลน์ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rajit (2014, p. 67-74) กล่าวว่า การออกแบบการเรียนการสอนด้วยระบบแบบออนไลน์ เพื่อพัฒนาผู้เรียนนั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับโลกยุคไอทีในปัจจุบัน เพราะการเรียนการสอนแบบออนไลน์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและผู้สอนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังช่วยลดข้อจำกัดหลายอย่างของการเรียนการสอน นอกจากนี้ยังพบว่า ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อบทเรียนแบบออนไลน์ ผู้เรียนมีความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนด้วยบทเรียน E-learning โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.64)

3) ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่งานกลุ่มวิทยาศาสตร์ต่อหลักสูตรผู้ประกอบการพบว่า รายการประเมินความพึงพอใจข้อที่ (5) การประเมินผล และ (6) องค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านประเมินผล พบว่า นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 3.51$) นิสิตนักศึกษาไม่ใช่งานกลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$) และด้านองค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ พบว่า นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 3.46$) และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่งานกลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ จตุพัฒน์ ประพจนสมบูรณ์ (2562) จากการวิจัยการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างภาวะผู้ประกอบการของนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พบว่า สภาพแวดล้อมการศึกษาวិชาผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการสร้างทักษะความเป็นผู้ประกอบการในนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยส่วนใหญ่แล้วนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจะมีความตั้งใจและมีทักษะของการประกอบอาชีพนั้นๆตามคณะหรือสาขาวิชาที่ได้ศึกษามา มีเพียงนักศึกษาส่วนน้อยเท่านั้นที่ค้นพบว่าคณะหรือสาขาที่ได้เรียนมานั้นไม่ตรงกับความต้องการของตัวเองจึงได้ออกหาประสบการณ์ หรือการเรียนรู้อื่นๆมาเพิ่มเติม ยกเว้นในนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีประยุกต์ เช่น นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ และนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่มีการเรียนการสอนสอดแทรกวิชาผู้ประกอบการเข้าไปในเนื้อหาหลักสูตรอยู่บ้าง ทำให้นักศึกษาในสาขานี้มีความรู้และความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมากกว่าเมื่อเทียบกับนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์สุขภาพและนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์บริสุทธิ์

4) ผลการทดสอบความแตกต่างหลังเรียน 5 วิชาของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่งานกลุ่มวิทยาศาสตร์ พบว่า วิชาการเงิน 5.0 ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า วิชาการเงิน 5.0 ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนวิชาการเงิน 5.0 เท่ากับร้อยละ 84.22 และนิสิตนักศึกษากลุ่มไม่ใช่งานกลุ่มวิทยาศาสตร์ มีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนวิชาการเงิน 5.0 เท่ากับร้อยละ 82.41 เนื่องจากวิชาการเงิน มีการใช้การคำนวณค่อนข้างมาก นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ที่มีการใช้คณิตศาสตร์ในการเรียนมาตลอด ดังนั้นเมื่อมาเรียนวิชาการเงินซึ่งส่วนใหญ่เป็นการคำนวณ จึงทำให้นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ทำคะแนนวิชาการเงินได้ไม่แตกต่างกับนักศึกษากลุ่มไม่ใช่งานกลุ่มวิทยาศาสตร์

5) การเปรียบเทียบผลทดสอบวัดความเป็นความเป็นผู้ประกอบการก่อนเรียนและหลังเรียนของนิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ พบว่า นิสิตนักศึกษาในกลุ่มวิทยาศาสตร์ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 60.14 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 71.98 และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่งานวิทยาศาสตร์ ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 57.75 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 67.32 แสดงให้เห็นว่าหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาผ่านการเรียนการสอนออนไลน์ สามารถเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการให้กับผู้เรียนได้ และนิสิตนักศึกษาทั้งกลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่งานวิทยาศาสตร์ต่างก็มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Gá et al. (2015, pp. 7-12) ได้ทำการคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา 4 สาขา ได้แก่ บริหารธุรกิจ สารสนเทศเชิงประยุกต์ จิตวิทยา และครุศาสตร์ โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ คะแนนสูง (44 ถึง 54 คะแนน) แสดงว่ามีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง คะแนนปานกลาง (27 ถึง 43 คะแนน) แสดงว่ามีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง และคะแนนต่ำ (0 ถึง 26 คะแนน) แสดงว่ามีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับต่ำ ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษา 4 สาขาที่มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอยู่ที่ระดับปานกลาง และสอดคล้องงานวิจัยของ เมธาวิ เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562, p.1) ได้ศึกษาและเปรียบเทียบคุณลักษณะและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำนวน 400 คน พบว่า ระดับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการโดยรวมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรภาษาไทย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต อยู่ในระดับสูง และมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก

6) ผลการทดสอบความแตกต่างคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษาพบว่า ด้านทักษะ (Skills) ในประเด็นที่ 18. ในประเด็นข้อตระหนักและเข้าใจต่อสภาพการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรเพื่อการปรับตัวสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ที่มีค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะผู้ประกอบการในระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยเห็นว่า ทั้งผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษาต่างเห็นว่าการตระหนักและเข้าใจต่อสภาพการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรเพื่อการปรับตัวสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของด้านทักษะของการเป็นผู้ประกอบการ เพราะสภาพแวดล้อมในการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ธุรกิจต้องมีการปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งต้องมีการพิจารณาถึง เงินทุน ทักษะ เวลา กำลังคน และทรัพยากรอื่น ๆ ที่องค์กรที่ตนเองมี ดังนั้นจำเป็นที่จะต้องอาศัยทักษะและความรอบคอบในการจัดการธุรกิจเพื่อบรรลุตามเป้าหมายที่ได้ตั้งเอาไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของอาทิตย์ วุฒิศะโร (2543) ได้ทำการศึกษาข้อมูลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในการจัดโครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมมาตั้งแต่ปี 2523 พบว่า ประเด็นของความสามารถในการปรับสภาพแวดล้อมเป็นหนึ่งในคุณสมบัติผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องไม่พอใจสิ่งที่เป็นอยู่ปัจจุบัน ไม่ชอบทำตามแบบดั้งเดิม จะนำเอาประสบการณ์ที่

ผ่านมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ ๆ ที่ดีกว่าเดิมในการทำงาน ต้องมีความสนใจ แสวงหาความรู้เพิ่มเติม ในอดีตผู้ประกอบการมักไม่ได้เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับสูง แต่ก็ได้เรียนรู้ มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิต ดังนั้นผู้ประกอบการที่ดีจะต้องขวนขวายหาความรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา

7) การที่นิสิตนักศึกษาเข้ามาเรียนด้วยตนเอง และวิธีการที่สามารถทำให้สามารถรักษาคนที่เข้ามาเรียนได้จำนวนมาก คือ รับ 100 คงอยู่ 70 ต้องมีการสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนอยู่ในระบบต่อไป ด้วย การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง (Self-Placed Learning) ตามสภาพความพร้อมหรืออัตราการเรียนรู้ของแต่ละคน ได้แก่ รายวิชาจึงถูกออกแบบให้กระชับ เข้าใจง่าย ใช้เวลาเรียนไม่มากแต่ละรายวิชามีการใช้กรณีศึกษาของบริษัทต่างๆในการดำเนินเรื่อง ทำให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงความรู้ หรือสร้างความรู้ให้เกิดขึ้นในตนเองหลังจากเรียนจบแต่ละเรื่องได้ทันที หลังจากผู้เรียนทำแบบทดสอบของแต่ละบทเสร็จ ทางผู้วิจัยก็จะมีผลการแจ้งผลคะแนนให้ผู้เรียนทราบภายใน 1 วันทำให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับกิจกรรมการเรียนรู้และอยากที่จะเรียนวิชาอื่นๆ ต่อไป จนจบ สอดคล้องกับปราวินยา สุวรรณณัฐโชติ (2564) กล่าวว่า กิจกรรมการเรียนรู้ออนไลน์ ผู้สอนจะต้องพิจารณา 2 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การให้ข้อมูลป้อนกลับแก่ผู้เรียน การได้รับข้อเสนอแนะจะทำให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ได้จากข้อเสนอแนะของผู้สอน โดยการให้ ข้อเสนอแนะอาจจะมาหลังจากช่วงเวลาให้ผู้สอนกระตุ้นให้ผู้เรียนทำงานใดๆ แล้ว (Delayed-time Feedback to Learners) หรือให้ข้อเสนอแนะแบบทันทีทันใด (Real-time Feedback to Learners) กับผู้เรียน ทั้งนี้การให้ข้อเสนอแนะ อาจไม่ได้มาจากในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากการที่อาจารย์ออกแบบทดสอบไว้ให้ผู้เรียนแล้วเฉลยทันทีที่ผู้เรียนทำ 2) การจัดกิจกรรมที่สนับสนุนความสามารถของผู้เรียน ผู้สอนควรพิจารณาลักษณะของกิจกรรม หรือผลการเรียนรู้ (Learning Outcomes) ที่ออกแบบไว้ เนื่องด้วยบางกิจกรรมอาจเหมาะสำหรับการพัฒนาเป็นรายบุคคล (Individual) หรือบางกิจกรรมจำเป็นต้องพิจารณา การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ร่วมกัน (Collaboration Skills) ดังนั้นการออกแบบกิจกรรมจึงสามารถออกแบบได้หลากหลาย มากขึ้นทั้งรายบุคคล เป็นคู่ หรือเป็นกลุ่มย่อย เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำไปใช้และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ผลการวิจัยครั้งนี้มีการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา ระดับปริญญาตรี พบว่า มีนิสิตนักศึกษาที่สนใจจะเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการฯ จำนวน 360 คน (ร้อยละ 92) เมื่อสำเร็จการศึกษาตั้งใจค่อนข้างมากที่จะทำธุรกิจของตนเองและทำธุรกิจของตนเอง หลังจบการศึกษาแน่นอน จำนวน 223 คน (ร้อยละ 57.19) ดังนั้นควรมีหลักสูตรเฉพาะที่จะส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง ผู้บริหารมหาวิทยาลัยสามารถนำไปใช้วางแผนรายวิชาที่นิสิตนักศึกษาสนใจที่จะเรียนได้ โดยเปิดเป็นวิชาเลือกให้นิสิตนักศึกษาทุกคนสามารถลงเรียนได้ตาม

ความสนใจ เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาก่อนที่จะเริ่มต้นธุรกิจจริงในอนาคต โดยอาจจะใช้สอนผ่านช่องทางการเรียนออนไลน์ของแต่ละมหาวิทยาลัย

1.2 สามารถนำเอาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาผ่านการเรียนการสอนออนไลน์นี้ไปใช้สอนกับนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยอื่นๆ ที่มีความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมความพร้อมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของไทย โดยอาจจะใช้สอนผ่านช่องทางการเรียนออนไลน์ของแต่ละมหาวิทยาลัย หรือช่องทางการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ Thai MOCC ซึ่งเป็นการศึกษาที่นิสิตนักศึกษาทุกคนสามารถเข้าถึงได้มีทางเลือกในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพตนเองและเป็นต้นแบบในการสร้างผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่สนใจและสามารถนำไปปรับปรุงให้บุคคลทั่วไปที่สนใจเป็นผู้ประกอบการใช้เรียนได้ ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์ต่อวงการการศึกษา

1.3 จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบว่านิสิตนักศึกษาทั้งกลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช้กลุ่มวิทยาศาสตร์ต่างก็มีสมรรถนะหรือคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำผลการวิจัยไปใช้ในแนวทางในการออกแบบการพัฒนาศักยภาพคุณลักษณะผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา เพราะคุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ และควรได้รับการส่งเสริมจากมหาวิทยาลัยที่นักศึกษาสังกัดในการนำแนวคิดสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการนี้ไปใช้ในการพัฒนานิสิตนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเพื่อต่อยอดและขยายผลไปสู่การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการเฉพาะด้านสำหรับของนิสิตนักศึกษา เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น หลักสูตรผู้ประกอบการด้านวิศวกรรมชีวการแพทย์ (Biomedical Engineering) หลักสูตรผู้ประกอบการด้านอาหารสุขภาพ (Food and Health) และหลักสูตรผู้ประกอบการด้านการศึกษาดิจิทัล (Digital Education)

2.2 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการประเภทอื่นๆ เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจใหม่ที่สอดคล้องกับ New S-Curve ผู้ประกอบการออกแบบสื่อดิจิทัล ผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์หุ่นยนต์อาจจะมีความคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการไม่เหมือนกัน เพราะสมรรถนะหรือคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ ควรปฏิบัติคู่ขนานกันระหว่างการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการกับการพัฒนาศักยภาพคุณลักษณะผู้ประกอบการ

2.3 ในการพัฒนาเนื้อหาวิชาหลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นขั้นสูง อาจจะต้องมีเนื้อหาที่มากกว่านี้และเป็นเชิงลึก และใช้เวลาในการศึกษาแต่ละโมดูลมากกว่า 60 นาที และผู้เรียนอาจจะต้องมีการค้นคว้าด้วยตนเองเพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนบูรณาการข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศ และนำไปสู่การสร้างความคิดรวบยอดองค์ความรู้การเป็นผู้ประกอบการ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กัตัญญู หิรัญญูสมบุรณ์. (2544). การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. เท็กซ์ แอนด์เจอร์นัลพับลิเคชั่น.
- กรรณิการ์ ปัญญาตี. (2558). ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุกออนไลน์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ 3 ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2560). IDE ปลุกปั้นผู้ประกอบการพันธุ์นวัตกรรม.
<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/743165>
- กำจร ตติยกวี. (2559, 14 ตุลาคม). ขับเคลื่อนการศึกษาไทยสู่ ไทยแลนด์ 4.0. ไทยโพสต์.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2559, 27 พฤษภาคม). ฮาร์วาร์ดบ่มเพาะผู้ประกอบการรุ่นเยาว์. สยามรัฐ.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2552). รายงานการวิจัยศักยภาพและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ 2551.
- ขวัญเชิญ ภาคฐิน. (2546). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการอุตสาหกรรม อาหารขนาดกลางและขนาดย่อม [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จตุพัฒน์ ประพจนสมบุรณ์. (2562). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างภาวะผู้ประกอบการของ นักศึกษาสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในมหาวิทยาลัยมหิดล [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จรรยา กอสุขทวีคุณ. (2561). การศึกษาแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของ นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร.
- จันทวีร์ คล้ายสังข์ และ ประกอบ กรณีกิจ. (2559). การออกแบบเว็บเพื่อการเรียนการสอน. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2563, 1 มกราคม). พันธกิจของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2560.
<https://www.chula.ac.th/about/vision/vision-and-strategy/>
- เจน จันทรสุภาเสน. (2557). คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการทางด้านการท่องเที่ยว. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 3(2), 29-30.
- เจษฎา จันทรา. (2562). คุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจหอพักเอกชนในเขตตำบล ช่างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราช

ภักดิ์เชียงใหม่.

ชนม์ณัฐชา กังวานศุภพันธ์. (2557). ทุนมนุษย์-ปัจจัยเร่งการเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศในยุคการค้าเสรีอาเซียน. วารสารบริหารธุรกิจคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 37(142), 1-15.

ชลิตา บุญญา. (2559). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและโอกาสของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชุติมา หวังเบ็ญหมัด และ เจตน์สฤกษ์ สังกพันธ์. (2555). รายงานการวิจัยสมรรถนะทางด้านบริหารธุรกิจและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในจังหวัดสงขลา. คณะบริหารธุรกิจ และ คณะศิลปศาสตร์และศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

ชูชัย สมितिไกร. (2548). บทความการวิจัยศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ฉัฐิมา พิภูลทอง. (2548). ลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจ [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณัฐชา ทวีแสงสกุลไทย. (2561). การศึกษาเพื่อสร้างนวัตกรรมรุ่นเยาว์และผู้ประกอบการนวัตกรรม. โครงการปาฐกถาปาฐกถาศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสอาน ครั้งที่ 9. ห้องประชุมคุณดวงเดือน พิศาลบุตร อาคารประชุมสุขุ อาชีวอำรุง คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐวุฒิ วิเศษ. (2552). รายงานการวิจัยคุณลักษณะและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาการเป็นผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยาลัยราชพฤกษ์.

ธีรยุทธ วัฒนาศุภโชค. (2542). Entrepreneurship: ฤจะเป็นฟางเส้นสุดท้ายต่อระบบเศรษฐกิจไทย. จุฬาลงกรณ์วารสาร, 12(45), 65-75.

ธีระเกียรติ เจริญเศรษฐศิลป์. (2559). การพัฒนานักศึกษาสู่ Thailand 4.0. ใน การประชุมสัมมนาวิชาการด้านพัฒนานักศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 6. 1 ธันวาคม 2559 ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพมหานคร.

นภาพร ไอรรัตน์. (2561a). รายงานผลการวิจัยเรื่องการบริหารงานกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น. กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

นภาพร ไอรรัตน์. (2561b). รายงานผลการวิจัยเรื่องความต้องการและความพึงพอใจในสวัสดิการของบุคลากร กองกิจการศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น. กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

นิศรา จันทร์เจริญสุข. (2542). ทศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะวิชา

- บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ [การค้นคว้าแบบอิสระ]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเกื้อ ควรหาเวช. (2543). **นวัตกรรมการศึกษา** (พิมพ์ครั้งที่ 5). SR Printing.
- ปฎิภาณ เสี้ยจันท์บริบูรณ์. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปีสุดท้ายระดับปริญญาตรี คณะการจัดการและการท่องเที่ยว ภาคปกติ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตบางแสน** [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปทีป เมธาคณวุฒิ. (2544). **หลักสูตรอุดมศึกษา: การประเมินและการพัฒนา**. นิชิน แอดเวอร์ไทซิง.
- ปราวีณยา สุวรรณณัฐโชติ. (2564). **คู่มือการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลผู้เรียนแบบออนไลน์ภายใต้สถานการณ์และมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019**. สำนักบริหารวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฝนทิพย์ ฆารไสว ณิชเชษฐ์ พูลเจริญ และ ไฉ จามรมาน. (2555). การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. **วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์**, 7(1), 43-44.
- พรรณนิสา จันแยม. (2558). **การพัฒนาชุดกิจกรรมด้วยกลยุทธ์เกมมิฟิเคชันและผังความคิดกราฟฟิกแบบร่วมมือออนไลน์ในการเรียนโดยใช้โครงงานเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์เชิงธุรกิจและจริยธรรมของนักศึกษาปริญญาตรีสาขาบริหารธุรกิจ** [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิโรตม ไหลตระกุก. (2554). **การสื่อสารการตลาดโดยอาศัยกระบวนการเกม** [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพฑูรย์ นันตะสุนทร. (2561, 26 มิถุนายน). **การจัดทำบทเรียนโมดูล (Module)**. www.edu.ru.ac.th/coved/pdf/
- ภัทรานิชฐ์ สรเสริมสมบัติ. (2563). **คุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่**. **วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่**, 15(2 (กรกฎาคม - ธันวาคม)), 127.
- ภาสกร แซ่มประเสริฐ. (2546). **การเปรียบเทียบภูมิหลังและลักษณะความเป็นผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและในการดำเนินกิจการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่** [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภูมิสิริ พูลเพิ่ม. (2560). **อิทธิพลของการทำการตลาดบนเฟซบุ๊กด้วยเกมที่มีต่อความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า** [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เมธาวี เกียรติพรพิเชฐ และ จริญญา ปานเจริญ. (2562). **คุณสมบัติและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต**. **วารสาร**

- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 7(2), 155-156.
- ยุพิน นิลวลัยกุล. (2541). การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่ส่งผลให้บุคคลประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพอิสระในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วชิร โอภิชากร. (2533). ความสัมพันธ์ระหว่างการอบรมสร้างเสริมในครอบครัวและสถานศึกษา กับจิตลักษณะที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอาชีวศึกษาในภาคใต้ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณมา ฉายาวัฒน์. (2544). รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ ความชำนาญ และความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อม ในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ โลหะและ พลาสติก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดดอนหาวายจังหวัดนครปฐม. *Veridian E Journal*, 8(2), 969-970.
- วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา. (2556). การพัฒนานิสิตนักศึกษา. ภาควิชาอุดมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2542). SMEs: เสาหลักของอุตสาหกรรมกู่ชาติ (พิมพ์ครั้งที่ 2). สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- วิทยาลัยบูรณาการศาสตร์. (2564, 24 มิถุนายน). ศาสตร์แห่งแผ่นดินเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. <https://sis.ku.ac.th/ksld/ปรัชญาของหลักสูตร/>
- วินิจ วีรยางกูร. (2528). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิมลวิภา เกตุเทียน. (2556). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- วิรวินท์ ศรีโหมด. (2017, 28 ธันวาคม). ทักษะบัณฑิตใหม่ต้องมี! อนาคต ไม่ตกงาน-ไม่อดตาย. โพสต์ทูเดย์.
- วิล พึ่งผล และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2561). คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(2), 310.
- ศักดิ์พล เจือศรีกุล. (2561). IDE Center ชู 'นวัตกรรม' คืออนาคตของผู้ประกอบการยุคใหม่. <https://themomentum.co/successful-feature-ide-center-invention-x->

commercialization/

- ศิริพร ยาวิชัย. (2552). **ความต้องการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้** [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ. (2558). **คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร** [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภกร ธีรมงคลจิต. (2558). **ผลของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้วิชาวิทยาศาสตร์ตามแนวคิดเกมพีเคชั้นเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2** [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง. (2559, 1 มีนาคม). **สำรวจ 'ความฝัน Gen-Y' ไทยหนึ่งท่อมธุรกิจล้ม 50-50 Startup ทั่วโลกสะดุด**.
<https://www.tcijthai.com/news/2016/06/scoop/6527>
- สมชาย หิรัญกิตติ. (2542). **การบริหารธุรกิจขนาดย่อม: Small Business Management**. ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สำคัญสุด สีหุตลานนท์. (2560). **ปัจจัยแวดล้อมที่เกื้อหนุนต่อการเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์กรณีศึกษานักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]**. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2564). **คู่มือการพัฒนาข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา ก่อนแต่งตั้งให้มีและเลื่อนเป็นวิทยฐานะชำนาญการพิเศษโดยยึดถือภารกิจและพื้นที่ปฏิบัติงานเป็นฐาน ด้วยระบบ TEPE Online**.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2550). **กรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปีฉบับที่ 2 (ระหว่าง พ.ศ.2551-2565)**.
<http://www.mua.go.th/users/bpp/developplan/index.htm>
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2557). **โครงการตำราอิเล็กทรอนิกส์ โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย ,อิเล็กทรอนิกส์: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ**.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2553). **คู่มือการกำหนดสมรรถนะในราชการพลเรือน: คู่มือสมรรถนะหลัก. สำนักพัฒนาระบบบำนาญตำแหน่งและค่าตอบแทน**.
<https://www.ocsc.go.th>
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2564, 1 ตุลาคม). **ยุทธศาสตร์ สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)**. <http://www.ocsc.go.th>

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). **แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12** (พ.ศ.2560 - 2564). <http://www.nesdb.go.th>
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2562). **รายงานวิจัยการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ**. สำนักวิจัยและพัฒนาการศึกษา.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2559). **รายงานของคณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ เรื่องการสร้างสังคมผู้ประกอบการ**. สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, หน้า 3-5.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). **ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ**. <http://sme.go.th>
- สำนักบริหารระบบบริการสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต. (2560). **การพัฒนาหลักสูตรอบรมแบบเน้นผลลัพธ์**.
- สิทธิพงษ์ ศิริมาศเกษม. (2559). **90% ของ Startup ที่เจ๊งเป็นความผิดพลาดของใคร?** <https://medium.com/gengsittipong/https-medium-com-gengsittipong-why-90percent-startup-dead-f5a4f5e6de6b>
- สุธีรา อะทะวงษา. (2556). **คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย** [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- สุธีรา อะทะวงษา และ สมบูรณ์วัลย์ สัตยารักษ์วิทย์. (2556). **คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการ ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย**. วารสารสุทธิปริทัศน์, 28(85), 75-93.
- สุพจน์ ทารหนองบัว. (2557). **นวัตกรรมความคิดในห้องเรียน Chula Engineering Education 4.0**. <http://www.prachachat.net>
- สุเมธ แยมุ่น. (2559). **การวางแผนเพื่อการเปลี่ยนแปลงของระบบอุดมศึกษาในระยะ 15 ปี ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560-2574) และ แผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)**.
- เสน่ห์ ศรีสุวรรณ. (2559). **Startup คืออะไรกันแน่**. <http://www.smartsme.tv/content/20023>
- อัจฉรา จันทร์ฉาย. (2561). **เอกสารประกอบการสอนการประเมินความเป็นผู้ประกอบการและโอกาส (Overview Entrepreneurship and Opportunity Evaluation)**.
- อัฐพล เชื้อนคำ. (2548). **คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่** [การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง]. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- อาศิรา โสภณวชิรวงศ์. (2552). **อำนาจพยากรณ์ของความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค
ลักษณะการอบรมเลี้ยงดูและแรงจูงใจภายในที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของ
นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่** [การค้นคว้าแบบอิสระ]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อาทิตย์ วุฒิศะโร. (2543). **อุดมศึกษากับการสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการ. จุฬาลงกรณ์วารสาร,**
12(46 (ม.ค.-มี.ค. 2543)), 39-48.
- อำนาจ ธีระวนิช. (2546). **การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.**

ภาษาอังกฤษ

- A Nikkei Company. (2017). **Business school rankings Global MBA Ranking 2017.**
<https://rankings.ft.com/rankings/2710/global-mba-ranking-2017>
- Almobaireek, W. N., & Manolova, T. S. (2012). Who wants to be an entrepreneur?
Entrepreneurial intentions among Saudi university students. **African Journal of
Business Management, 6(11), 4029-4040.**
- Arslan Namli, N. (2016). GAMIFICATION AND EFFECTS ON STUDENTS' SCIENCE LESSON
ACHIEVEMENT. **International Journal on New Trends in Education and Their
Implications, 7(1), 41-48.**
- Bailetti, T. (2011). Fostering Student Entrepreneurship and University Spinoff Companies.
Technology Innovation Management Review, 1, 7-12.
<https://doi.org/10.22215/timreview/485>
- Bailetti, T. (2011, October). **Fostering student entrepreneurship and university
spinoff companies, Technology Innovation Management Review.** Retrieved 5
June 2021 from <https://timreview.ca/article/485>
- Bergmann, H., Hundt, C., & Sternberg, R. (2016). What makes student entrepreneurs? On
the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for
student start-ups. **Small Business Economics, 47(1), 53-76.**
<https://doi.org/10.1007/s11187-016-9700-6>
- Best Graduate Entrepreneurship Programs in USA. (2017). **Part of Best Business
Schools.** www.usnews.com/best-graduate-schools/top-business-schools/entrepreneurship-rankings
- Bloom, B. S. (1976). **Human characteristics and school learning.** McGraw-Hill.
- Bosma, N., & Kelley, D. (2018). **Global entrepreneurship monitor 2018/2019 Global**

- report.** Retrieved January 10, 2021 from <https://www.gemconsortium.org/report>
- Buller, P., & Finkle, T. (2013). The Hogan Entrepreneurial Leadership Program: An innovative model of entrepreneurship education. **Journal of Entrepreneurship Education, 16**, 113-132.
- Chickering, A. W., & Reisser, L. (1993). **Education and identity** (2nd ed. ed.). San Francisco Jossey-Bass.
- Drachen, A., Hitchens, M., & Drachen, T. (2008). **Motivations for Play in Computer Role-playing Games (Pre-print).** <https://doi.org/10.1145/1496984.1496995>
- Duval-Couetil, N., & Long, Z. (2014). Career Impacts of Entrepreneurship Education: How and When Students Intend to Utilize Entrepreneurship in their Professional Lives. **Journal of Business and Entrepreneurship, 26**, 63.
- European Commission. (2012). **Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education.** Entrepreneurship Unit Directorate-General for Enterprise and Industry European Commission B-1049 Brussels.
<https://ec.europa.eu/docsroom/documents/375/attachments/1/translations/en/renditions/native>
- European Union. (2016). **EntreComp : The Entrepreneurship Competence Framework.** Luxembourg: Publication Office of the European Union.
- Fini, R., Meoli, A., Sobrero, M., Ghiselli, S., & Ferrante, F. (2016). **Student Entrepreneurship: Demographics, Competences and Obstacles.** Technical Report - Almalaurea Consortium. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3126.7602>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). **Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research.** Reading, MA: Addison-Wesley.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2011). **E-learning methodologies: a guide for designing and developing e-learning courses.** Rome, Italy, 21-24.
- Fry, E. B., & Kress, J. E. (2006). **The reading teacher's book of lists** (5th ed. ed.).
- Gál, P., Holienková, J., & Holienka, M. (2015). **Entrepreneurial characteristics of students in different fields of study: a view from entrepreneurship education perspective.** International Science Exploration Event 2019 Seminar, 7-8 November, 2019. Rzeszow, Poland.

- Holienka, M., Holienkova, J., & Gál, P. (2015). Entrepreneurial Characteristics of Students in Different Fields of Study: a View from Entrepreneurship Education Perspective. **Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis**, **63**, 1879-1889. <https://doi.org/10.11118/201563061879>
- Khursheed, A. (2017). Entrepreneurial Perceptions of Students of University of Central Punjab, Lahore and Also Finding the Hindrances They Perceive. **Journal of Business & Financial Affairs**, **06**. <https://doi.org/10.4172/2167-0234.1000263>
- Klemke, R., Eradze, M., & Antonaci, A. (2018). The Flipped MOOC: Using Gamification and Learning Analytics in MOOC Design—A Conceptual Approach. **Education Sciences**, **8**(1). <https://doi.org/10.3390/educsci8010025>
- L., C., & F., N. (2003). **The ‘making’ of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among Engineering students.** <https://www.readcube.com/articles/10.1111%2F1467-9310.00288>
- Lackeus, M. (2013). **Developing entrepreneurial competencies: an action-based approach and classification in entrepreneurial education** [Master's Thesis]. University of Technology Gothenburg.
- Lackeus, M. (2015). **Entrepreneurship in education: what, why, when, how.** Local Economic and Employment Development, Division of the Organization for Economic Co-operation and Development. https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP_Entrepreneurship-in-Education.pdf
- Lorz, M. (2011). **The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention** [Doctoral Dissertation]. The University of St. Gallen, School of Management, Economics, Law, Social Sciences and International Affairs.
- Marchand, J., Hermens, A., & Sood, S. (2015). Student Entrepreneurship: a Research Agenda. **International Journal of Organizational Innovation**, **8**, 266.
- Mayhew, M. J., Simonoff, J. S., Baumol, W. J., Selznick, B. S., & Vassallo, S. J. (2016). Cultivating Innovative Entrepreneurs for the Twenty-First Century: A Study of U.S. and German Students. **The Journal of Higher Education**, **87**(3), 420-455. <https://doi.org/10.1080/00221546.2016.11777408>
- Mustapha, M., & Selvaraju, M. (2015). Personal attributes, family influences, entrepreneurship education and entrepreneurship inclination among university

- students. *Kajian Malaysia*, **33**, 155-172.
- Nakanishi, H. (2019, 9 January). **Modern society has reached its limits. Society 5.0 will liberate us.** <https://www.weforum.org/agenda/2019/01/modern-society-has-reached-its-limits-society-5-0-will-liberate-us/>
- Nayara, B., & Lima, M. (2016). **Framework for Evaluating Educational Games: Motivational and Learning Aspects.** http://educationdocbox.com/Homework_and_Study_Tips/66053241-Framework-for-evaluating-educational-games-motivational-and-learning-aspects.html
- Nguyen, M., & Phan, A. (2014). Entrepreneurial Traits and Motivations of the Youth – an Empirical Study in Ho Chi Minh City – Vietnam. *International Journal of Business and Social Science*, **5**(5(1)), 53 - 62.
- Nguyen, V. C. K. (2015). **Gamification Framework for Marketing Courses** [Bachelor's Thesis]. Lahti University of Applied Sciences.
- Osipov, I., Nikulchev, E., & Prasikova, A. (2015). Study of Gamification Effectiveness in Online e-Learning Systems. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, **6**, 71-77. <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2015.060211>
- Rasmussen, A., Moberg, K., & Jensen, C. (2015). **A Taxonomy of Entrepreneurship Education – perspectives on goals, teaching, and evaluation.**
- Reeves, P., Zappe, S., Kisenwether, E., Follmer, D. J., & Menold, J. (2015). Comparisons of Faculty and Student Definitions of Entrepreneurship. *The Journal of Engineering Entrepreneurship*, **6**. <https://doi.org/10.7814/jeenv6n2p2>
- Romm-Livermore, C. (2014). E-Learning, Traditional Education, and the Corporatizing of Higher Education. *Journal of Information Technology Case and Application Research*, **16**(1), 3-8. <https://doi.org/10.1080/15228053.2014.912468>
- Sel, V. (2017). **The Role of Gamification on Learning Management Systems** Bahchesehir University.
- The George Washington University Center for Entrepreneurial Excellence. (2014, 2 December). **The National Survey of Entrepreneurship Education, An Overview of 2012-2014 Survey Data.** http://www.nationalsurvey.org/files/2014KauffmanReport_Clean.pdf

The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) and European Commission. (2014). **Supporting Youth in Entrepreneurship** Summary report of a policy development seminar organised by the OECD and the European Commission, Brussels, 22nd-23rd September 2014.

<https://www.oecd.org/cfe/leed/SummaryReportSeminarYouthEntrepreneurshipRev.pdf>

The Quality Assurance Agency for Higher Education (QAA). (2018). **Enterprise and Entrepreneurship Education: Guidance for UK higher education providers.**

The Quality Assurance Agency for Higher Education.

https://www.qaa.ac.uk/docs/qaas/enhancement-and-development/enterprise-and-entrepreneurship-education-2018.pdf?sfvrsn=15f1f981_8

Turker, D., & Sonmez Selcuk, S. (2009). Which Factors Affect Entrepreneurial Intention of University Students? **Journal of European Industrial Training**, 33.

<https://doi.org/10.1108/03090590910939049>

Wilson, C. M. (2015). **Increasing Student Engagement through Gamification** Vancouver Island University.

Zamcu, E. (2013). Study about Students Entrepreneurship Spirit. **The USV Annals of Economics and Public Administration**, 13(2(18)).

Zhou, M., & Xu, H. (2012). A Review of Entrepreneurship Education for College Students in China. **Administrative Sciences**, 2(1). <https://doi.org/10.3390/admsci2010082>

Online ภาษาอังกฤษ

แบ็บสัน คอลเลจ (Babson College) ประเทศสหรัฐอเมริกา. Available from:

www.babson.edu/Academics/graduate/mseI/Pages/home.aspx

มหาวิทยาลัย Ceibs (China Europe International Business School) ประเทศจีน. Available

from: www.ceibs.edu/mba/core-courses

มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ (University of Cambridge: Judge) ประเทศอังกฤษ. Available from:

www.jbs.cam.ac.uk/entrepreneurship/programmes/launchpad/master-of-studies-in-entrepreneurship/programme-content

มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) ประเทศสหรัฐอเมริกา. Available from:

<http://www.gsb.stanford.edu/programs/mba/academicexperience/curriculum/firs>

t-year-curriculum

มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University) ประเทศสหรัฐอเมริกา. Available from:

www.hbs.edu/mba/academicexperience/curriculum/Pages/required-curriculum.aspx

วิทยาลัยธุรกิจ KUST (University of Science and Technology Clear Water KUST

BusinessSchool) ประเทศจีน. Available from: www.msba.ust.hk/program-courses/program-curriculum

วิทยาลัยธุรกิจอินเดีย (Indian School of Business) ประเทศอินเดีย. Available from:

www.isb.edu/pgppro/programme-overview/curriculum/core-courses

สถาบัน IMD (IMD: International Institute for Management Development) ประเทศ

สวิตเซอร์แลนด์. Available from: www.imd.org/mba/program/one-year-mba-program

สถาบันไออี บิสซิเนสสคูล (IE: Instituto de Empresa) ประเทศสเปน. Available from:

www.ie.edu/business-school/degrees/international-mba


สภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum; WEF). Available from:

<https://www.weforum.org/>



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยที่ 1 แบบวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ

เครื่องมือวิจัยที่ 2 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการ รวมถึงแนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการนักศึกษา

เครื่องมือวิจัยที่ 3 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารที่มีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ

เครื่องมือวิจัยที่ 4 แบบสอบถามความต้องการความต้องการหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

เครื่องมือวิจัยที่ 5 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ตัวแทนของมหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

เครื่องมือวิจัยที่ 6 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง

เครื่องมือวิจัยที่ 7 แบบประเมินรายวิชาของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ

เครื่องมือวิจัยที่ 8 แบบประเมิน(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ

เครื่องมือวิจัยที่ 9 แบบสอบถามความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

เครื่องมือวิจัยที่ 1 แบบวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในประเทศและ
ต่างประเทศรวมถึงหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ

| เครื่องมือวิจัยที่ 1 แบบวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย แบบวิเคราะห์เอกสารนี้ใช้ในการจัดจำแนก ลงบันทึกข้อมูลที่สืบค้นมา เพื่อสร้างข้อสรุปการ ค้นคว้าเอกสาร และเพื่อสะดวกในการยืนยันตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเอกสาร</p> |
| <p>แหล่งที่มา :</p> <p>ผู้เขียน/ผู้แต่ง :</p> <p>เลขหมู่/การอ้างอิงตามหลัก APA:</p> <p>รหัสเอกสาร:</p> <p>คำสำคัญ/ชื่อเรื่อง ประเด็นที่ 1:</p> <p>ประเด็นที่ 2:</p> <p>ประเด็นที่ 3:</p> <p>ประเด็นที่ 4:</p> <p>ประเด็นที่ 5:</p> <p>สรุปสาระสำคัญ:</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> |

ตัวอย่าง แบบวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ


| | มหาวิทยาลัย 1 | มหาวิทยาลัย 2 | มหาวิทยาลัย n | สรุป |
|------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------|
| ชื่อหลักสูตร (ภาษาไทย) | | | | |
| ชื่อหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ) | | | | |
| ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาไทย) | | | | |
| ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาอังกฤษ) | | | | |
| คณะ/หน่วยงานที่รับผิดชอบ | | | | |
| จำนวนหน่วยกิต | | | | |
| รูปแบบของหลักสูตร | | | | |
| ภาษาที่ใช้ | | | | |
| ปีที่เปิดสอน | | | | |
| จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี | | | | |

เครื่องมือวิจัยที่ 2 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตร
ผู้ประกอบการ รวมถึง แนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการ
เป็นผู้ประกอบการนักศึกษา

| เครื่องมือวิจัยที่ 2 | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของมหาวิทยาลัยของหลักสูตร ผู้ประกอบการ รวมถึงแนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการนักศึกษา | |
| วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับคณะและหน่วยงานของมหาวิทยาลัย แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ และตอนที่ 2 แนวคิดและ การดำเนินงานของมหาวิทยาลัย | |
| ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ 1. ชื่อ นามสกุล | |
| 2. ตำแหน่งปัจจุบัน..... | |
| 3. วันที่ให้สัมภาษณ์ เวลา สถานที่ | |
| ตอนที่ 2 สภาพปัจจุบันของมหาวิทยาลัย แนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหารของมหาวิทยาลัย โปรดแสดงทัศนะหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพ ปัจจุบันของมหาวิทยาลัย แนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็น ผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษา ดังนี้ | |
| ประเด็นการสัมภาษณ์ | |
| 1 | มหาวิทยาลัยของท่านมีการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาอย่างไร |
| 2 | มหาวิทยาลัยของท่านมีการจัดการสอนหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาหรือไม่ |
| 3 | คณะ/หน่วยงานใดเป็นผู้รับผิดชอบ นักศึกษาเป้าหมายกลุ่มใดคณะใด |
| 4 | หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัยของท่านเป็นหลักสูตรในเวลา หรือนอก เวลา หรือ กิจกรรมเสริม |
| 5 | วิธีที่ใช้สอนเป็นอย่างไร การเรียนการสอนแบบเดิมในห้องเรียน หรือแบบใด |
| 6 | มีข้อจำกัดในเรื่องจำนวนผู้เรียนที่รับได้หรือไม่ หรือมีข้อจำกัดในเรื่องคุณสมบัติของผู้เรียน หรือไม่ เช่น รับเฉพาะนักศึกษาที่เรียนในคณะที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการเท่านั้น (เช่น คณะบริหารธุรกิจ) |
| ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี นิสิตปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย | |

เครื่องมือวิจัยที่ 3 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญที่มีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ

| เครื่องมือวิจัยที่ 3 | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญที่มีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน</p> | |
| <p>วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย</p> <p>แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญที่มีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ</p> | |
| <p>ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์</p> <p>1. ชื่อ นามสกุล</p> <p>2. ตำแหน่งปัจจุบัน.....</p> <p>3. วันที่ให้สัมภาษณ์ เวลา สถานที่</p> | |
| <p>ตอนที่ 2 สภาพปัจจุบันของหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ แนวคิดและการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์กรของท่าน</p> <p>ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญของหน่วยงานหรือองค์กร โปรดแสดงทัศนะหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหน่วยงานหรือองค์กรของท่าน แนวคิดและการดำเนินงานของการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ดังนี้</p> | |
| ประเด็นการสัมภาษณ์ | |
| 1 | แนวคิดของหน่วยงานของท่านในการพัฒนาหลักสูตรและการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเป็นอย่างไร |
| 2 | หน่วยงานของท่านส่งเสริมและสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการอย่างไร เป้าหมายกลุ่มใดคณะใด |
| 3 | การจัดการสอนหลักสูตรฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการของหน่วยงานของท่าน วิธีที่ใช้สอนเป็นอย่างไร ระยะเวลาที่ใช้สอนนานเท่าใด ประกอบด้วยวิชาอะไรบ้าง |
| 4 | มีข้อจำกัดในเรื่องจำนวนผู้เรียนที่รับได้หรือไม่ หรือมีข้อจำกัดในเรื่องคุณสมบัติของผู้เรียนหรือข้อจำกัดอะไรบ้าง |
| 5 | ท่านคิดว่า วิธีสอนสำหรับหลักสูตรการฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการ วิธีใดที่เหมาะสมกับหน่วยงานของท่าน |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6 | ถ้ามีหลักสูตรฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนแบบออนไลน์ โดยมีระยะเวลาที่ใช้ในการเรียนจำนวน 3 เดือน และเรียนแบบออนไลน์(Any time , Any place) ทางหน่วยงานของท่านมีความสนใจนำไปใช้สอนหรือไม่ |
| 7 | ถ้ามีหลักสูตรฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนแบบออนไลน์ มีการสอนเขียนแผนธุรกิจและผู้ที่ใช้รับการฝึกอบรมสามารถนำเสนอแผนธุรกิจให้กับผู้เชี่ยวชาญ เพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ทางหน่วยงานของท่านมีความสนใจนำไปใช้สอนหรือไม่ |
| 8 | ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับบทบาทของหน่วยงานของท่านในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ |
| <p style="text-align: center;">  ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ นายพรประสิทธิ์ เต็มโมฬี นิสิตปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย </p> | |

เครื่องมือวิจัย 4 แบบสอบถามความต้องการความต้องการหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการของนิสิต
นักศึกษา ระดับปริญญาตรี

| เครื่องมือวิจัย 4 แบบสอบถามความต้องการหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการ ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>คำชี้แจง</p> <p>การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ข้อมูลจากท่านเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี</p> <p>คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย</p> <p>การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง การให้ความรู้ ทักษะ คุณลักษณะที่จำเป็น และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมความพร้อมให้นิสิตนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการสามารถเริ่มต้นธุรกิจใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>หลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา หมายถึง หลักสูตรเตรียมความพร้อมให้นิสิตนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการโดยผ่านชุดการสอนที่จัดทำเป็นโมดูล ประกอบด้วย แนวคิดและหลักการ วัตถุประสงค์ เนื้อหา หลักสูตรความรู้พื้นฐาน หรือ ชุดวิชาการเป็นผู้ประกอบการ การวัดและประเมินผลก่อนเรียนและหลังเรียน เพื่อให้ผู้เรียนเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ ทักษะตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้</p> <p>ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ได้รับความกรุณาจากท่านในการสละเวลาให้ข้อมูลและประสบการณ์อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้</p> <p style="text-align: center;">นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี นิสิตปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อีเมลล์ : pornprasit_tsh@hotmail.com เบอร์โทร : 094-9416395</p> |
| <p>วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย</p> <p>แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 2 ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี</p> |
| <p>ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม</p> <p>1. เพศ</p> <p><input type="checkbox"/> ชาย</p> <p><input type="checkbox"/> หญิง</p> <p>2. อายุ</p> |

- 18 ปี หรือต่ำกว่า
- 19 ปี
- 20 ปี
- 21 ปี
- 22 ปีขึ้นไป

3.ระดับการศึกษา

- กำลังศึกษาปริญญาตรี ปีที่ 1
- กำลังศึกษาปริญญาตรี ปีที่ 2
- กำลังศึกษาปริญญาตรี ปีที่ 3
- กำลังศึกษาปริญญาตรี ปีที่ 4
- กำลังศึกษาปริญญาตรี ปีที่ 5 ขึ้นไป

4. มหาวิทยาลัยที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน

- มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
- มหาวิทยาลัยในสังกัดของรัฐ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
มหาวิทยาลัยนเรศวร
- มหาวิทยาลัยราชภัฏ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
- มหาวิทยาลัยเอกชน
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยพายัพ

5.กลุ่มสาขาวิชา ที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน

5.1 กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

- อักษรศาสตร์/มนุษยศาสตร์
- ครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์
- สังคมศาสตร์
- รัฐศาสตร์
- นิติศาสตร์
- นิเทศศาสตร์
- บริหารธุรกิจ / เศรษฐศาสตร์
- อื่นๆ ระบุ.....

5.2 กลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์

1) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- วิทยาศาสตร์
- วิศวกรรมศาสตร์
- เกษตรศาสตร์
- อื่นๆ ระบุ.....

2) กลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

- แพทย์ศาสตร์
- ทันตแพทยศาสตร์
- เภสัชศาสตร์
- เทคนิคการแพทย์/สหเวชศาสตร์
- อื่นๆ ระบุ.....



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

6.อาชีพของบิดา

- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- เกษตรกร
- บิดาเสียชีวิต
- อื่นๆ ระบุ.....

7.อาชีพของมารดา

- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- เกษตรกร
- มารดาเสียชีวิต

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | อื่นๆ ระบุ..... |
| ตอนที่ 2 ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี | |
| 8. ท่านเคยเรียนวิชาการเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ | |
| <input type="checkbox"/> | เคย |
| <input type="checkbox"/> | ไม่เคย |
| 9. จากข้อ 8 ถ้าท่านเคยเรียนวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ท่านเรียนจากที่ใด | |
| <input type="checkbox"/> | จากมหาวิทยาลัยที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน |
| <input type="checkbox"/> | อบรมกับหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน |
| | ชื่อหลักสูตร จัดโดย..... |
| <input type="checkbox"/> | เรียนผ่านหลักสูตรออนไลน์ |
| | ชื่อหลักสูตร จัดโดย..... |
| <input type="checkbox"/> | อื่นๆ ระบุ..... |
| 10. ถ้ามีหลักสูตรให้ความรู้การเป็นผู้ประกอบการ ท่านมีความสนใจที่จะเรียนหรือไม่ | |
| <input type="checkbox"/> | สนใจ |
| <input type="checkbox"/> | ไม่สนใจ |
| 11. จากข้อ 10 เหตุผลที่ท่านต้องการเรียนเพื่ออะไร | |
| <input type="checkbox"/> | ความก้าวหน้าในอาชีพ |
| <input type="checkbox"/> | แสวงหาความรู้เพิ่มเติม |
| <input type="checkbox"/> | ต้องการทำธุรกิจของตนเอง |
| <input type="checkbox"/> | ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ |
| <input type="checkbox"/> | แสวงหาเครือข่ายเพื่อดำเนินธุรกิจ |
| <input type="checkbox"/> | อื่นๆ ระบุ..... |
| 12. ถ้ามีหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการขึ้นในมหาวิทยาลัยที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน ท่านมีความสนใจในวิชาอะไร (เลือกได้ 3 วิชาเท่านั้น) | |
| <input type="checkbox"/> | การเงิน (Finance) |
| <input type="checkbox"/> | การตลาด (Marketing) |
| <input type="checkbox"/> | บัญชี (Accounting) |
| <input type="checkbox"/> | การจัดการกลยุทธ์ (Strategy Management) |
| <input type="checkbox"/> | การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร (Leadership and Organizational Behavior) |
| <input type="checkbox"/> | การบริหารการปฏิบัติการ (Operations Management) |
| <input type="checkbox"/> | เศรษฐศาสตร์ (Economics) |
| <input type="checkbox"/> | เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ (Technology and Information) |
| <input type="checkbox"/> | กฎหมายธุรกิจ (Business Law) |
| <input type="checkbox"/> | |

การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)
 การบริหารซัพพลายเชน (Supply Chain Management)
 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD :New product Development)
 การจัดการนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา (Innovation and Property Management)
 การจัดตั้งธุรกิจใหม่ (New Venture Creation)
 การวางแผนทางธุรกิจ (Business Planning)
 อื่นๆ ระบุ.....

13. ท่านคิดว่าจำนวนชั่วโมงต่อวิชาที่สอนทั้งหมดที่เหมาะสมกับท่านในการเรียนมากที่สุด ควรจะเป็นเท่าใด

ควรจะน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวิชาที่สอน
 ควรจะ 1-2 ชั่วโมงต่อวิชาที่สอน
 ควรจะ 3-5 ชั่วโมงต่อวิชาที่สอน
 ควรจะ 6-7 ชั่วโมงต่อวิชาที่สอน
 ควรจะมากกว่า 8 ชั่วโมงต่อวิชาที่สอน
 อื่นๆ ระบุ.....

14. ท่านคิดว่า ท่านมีเวลาที่จะเรียน กี่ชั่วโมงต่อวัน

น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน
 1-2 ชั่วโมงต่อวัน
 2-3 ชั่วโมงต่อวัน
 3-4 ชั่วโมงต่อวัน
 มากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน
 อื่นๆ ระบุ.....

15. ท่านคิดว่า ท่านมีเวลาที่จะเรียน กี่วันต่อสัปดาห์

1 วันต่อสัปดาห์
 2 วันต่อสัปดาห์
 3 วันต่อสัปดาห์
 4 วันต่อสัปดาห์
 มากกว่า 5 วันต่อสัปดาห์
 อื่นๆ ระบุ.....

16. ท่านต้องการวิธีการสอนสำหรับหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการแบบใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ (Online Learning)
 การเรียนการสอนผ่านโซเชียลมีเดีย (Social Media) เช่น Facebook YouTube

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | การเรียนการสอนในห้องเรียน เช่น การบรรยาย การฝึกอบรม |
| <input type="checkbox"/> | การเรียนการสอนจากการฝึกงาน/การปฏิบัติจริงจากการทำงาน (Work Integrated-Learning) |
| <input type="checkbox"/> | อื่นๆ ระบุ..... |
| 17. ท่านคิดว่า สื่อการสอนแบบใดที่เหมาะสมกับท่านในการเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) | |
| <input type="checkbox"/> | หนังสือและตำราเรียน (Book and Textbooks) |
| <input type="checkbox"/> | วารสารผู้ประกอบการ และการค้า (Entrepreneur and Trade Journal) |
| <input type="checkbox"/> | หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Books) |
| <input type="checkbox"/> | สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่นำเสนอข้อมูลต่าง ๆ เพื่อการเรียนการสอน เช่น PowerPoint Slide หรือ Presentation Files |
| <input type="checkbox"/> | เอกสารประกอบการสอน หรือเอกสารคำสอนที่ผู้สอนใช้เพื่อประกอบการสอนกับผู้เรียน เช่น Document Files, Text Files และ PDF Files |
| <input type="checkbox"/> | มัลติมีเดียได้แก่ ภาพเคลื่อนไหว และเสียงที่นำเสนอผ่านคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้สอนหรือการฝึกอบรม |
| <input type="checkbox"/> | เว็บไซต์ (Websites) |
| <input type="checkbox"/> | สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น ยูทูบ (YouTube) เฟซบุ๊ก(Facebook) |
| <input type="checkbox"/> | อื่นๆ ระบุ..... |
| 18. ท่านคิดว่า บทบาทของผู้สอนสำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการ แบบใดที่ท่านอยากเรียนด้วย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) | |
| <input type="checkbox"/> | สามารถบูรณาการสิ่งที่ต้องการให้ผู้เรียนได้เรียนรู้เชื่อมโยงกับประสบการณ์เดิมของผู้เรียน |
| <input type="checkbox"/> | สอนเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ และกำหนดการในตารางเรียน |
| <input type="checkbox"/> | มีความรู้และประสบการณ์จริง สามารถแก้ปัญหาให้กับผู้เรียนได้ |
| <input type="checkbox"/> | อื่นๆ ระบุ..... |
| 19. ท่านคิดว่า การประเมินผลสำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการ ควรเป็นแบบใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) | |
| <input type="checkbox"/> | ประเมินจากการเวลาเข้าชั้นเรียน |
| <input type="checkbox"/> | ประเมินจากการรู้ความเข้าใจด้วยสอบข้อเขียนผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด |
| <input type="checkbox"/> | ประเมินจากโครงการที่ได้รับมอบหมายให้ทำในรายวิชาที่เรียน |
| <input type="checkbox"/> | อื่นๆ ระบุ..... |
| 20. ถ้ามีหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านแบบออนไลน์ (ทุกที่ ทุกเวลา) ท่านสนใจเรียนหรือไม่ | |
| <input type="checkbox"/> | สนใจ |
| <input type="checkbox"/> | ไม่สนใจ |

21. ถ้ามีการสอนเขียนแผนธุรกิจและให้สามารถนำเสนอแผนธุรกิจให้กับผู้เชี่ยวชาญได้ ท่านสนใจเรียนหรือไม่

- สนใจ
 ไม่สนใจ

22. ท่านต้องการให้มหาวิทยาลัยของท่าน ส่งเสริมและสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอย่างไร

- เพิ่มรายวิชาโทหรือวิชาเลือกที่เน้นการเป็นผู้ประกอบการและนักศึกษาจากทุกคณะ
สามารถเข้าเรียนได้
- กำหนดให้เป็นรายวิชาให้เลือกเรียนได้ เช่น หมวดวิชาการศึกษาทั่วไป
- ทำเป็นหลักสูตรออนไลน์ และเปิดให้ผู้สนใจเลือกเรียนแบบสมัครใจ
- เชิญวิทยากรหรือผู้ประกอบการมีประสบการณ์จากภายนอกมาบรรยายให้ความรู้การเป็นผู้ประกอบการ
- ต้องการให้มหาวิทยาลัยจัดตั้งสถานที่จำหน่ายสินค้าและบริการของนักศึกษาจากทุกคณะ
- ต้องการให้มหาวิทยาลัยจัดหาแหล่งเงินทุนสำหรับนักศึกษาที่เริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการ
- ต้องการให้มหาวิทยาลัยสร้างเครือข่ายระหว่างนักศึกษากับผู้ประกอบการในการต่อยอด
สินค้าและบริการที่นักศึกษผลิตคิดค้นขึ้นมา
- อื่นๆ ระบุ.....

23. เมื่อสำเร็จการศึกษา ท่านมีความตั้งใจที่จะไปเป็นผู้ประกอบการเพียงใด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- ทำธุรกิจของตนเองหลังจบการศึกษาแน่นอน
- ตั้งใจค่อนข้างมากที่จะทำธุรกิจของตนเอง
- ยังไม่ตัดสินใจว่าจะทำธุรกิจของตนเอง
- มีความตั้งใจค่อนข้างน้อยที่จะทำธุรกิจของตนเอง
- ไม่ต้องการที่จะทำธุรกิจของตนเองหลังสำเร็จการศึกษา
- อื่นๆ ระบุ.....

24. ท่านคิดว่า ท่านมีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ มากน้อยเพียงใด

ระดับความคิดเห็น

| | น้อย ที่สุด | น้อย | ปาน กลาง | มาก | มาก ที่สุด |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------|------|-------------|-----|---------------|
| ด้านพฤติกรรม (Behaviors) | | | | | |
| 1. แสวงหาโอกาสและช่องทางการพัฒนาเชิงธุรกิจ | | | | | |
| 2. หาคำตอบ/แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และทันสมัย | | | | | |
| 3. เผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจอย่างเหมาะสม | | | | | |
| 4. บริหารจัดการและตัดสินใจเพื่อมุ่งเป้าหมายได้ด้วยตนเอง | | | | | |
| 5. แก้ไขปัญหา/อุปสรรคจากสภาพการณ์ที่ท้าทายเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างมุ่งมั่น | | | | | |
| 6. ใช้ทักษะทางสังคมในการปฏิสัมพันธ์ และทำงานร่วมกับผู้อื่น | | | | | |
| ด้านคุณลักษณะ (Attributes) | | | | | |

| | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 7. ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายและพัฒนาตนเองไปสู่ความสำเร็จ | | | | | |
| 8. ความเชื่อมั่นในตัวเอง | | | | | |
| 9. ความมุ่งมั่นและอดทนต่อทุกสถานการณ์ที่ท้าทาย | | | | | |
| 10. มีความเชื่อพลังอำนาจในตนโดยเชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเรา เกิดจากการกระทำของเราเอง และเราสามารถควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ | | | | | |
| 11. การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์ | | | | | |
| 12. การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์ | | | | | |
| ด้านทักษะ (Skills) | | | | | |
| 13. มีทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และสามารถแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการที่หลากหลาย | | | | | |
| 14. สามารถเจรจาต่อรองและโน้มน้าวคนรอบข้าง | | | | | |
| 15. บริหารจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนินโครงการ/กิจกรรมอย่างเหมาะสม | | | | | |
| 16. สามารถประเมินสถานการณ์และตัดสินใจเพื่อควบคุมปัจจัยเสี่ยง | | | | | |
| 17. มีทักษะการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน | | | | | |
| 18. ตระหนักและเข้าใจต่อสภาพการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร | | | | | |
| 19. แสวงหาโอกาสและชี้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร | | | | | |
| <p>ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ได้รับความกรุณาจากท่านในการสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม</p> <p>นายพรประสิทธิ์ เต็มโมหี</p> <p>นิสิตปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา</p> <p>คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p> <p>อีเมลล์ : pornprasit_tsh@hotmail.com</p> <p>เบอร์โทร : 094-9416395</p> | | | | | |

เครื่องมือวิจัย 5 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ตัวแทนของมหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

| เครื่องมือวิจัยที่ 5 | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ตัวแทนของมหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี | |
| วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย | |
| แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับคณะและหน่วยงานของมหาวิทยาลัย แบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ และตอนที่ 2 แนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย | |
| ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ | |
| 1. ชื่อ นามสกุล | |
| 2. ตำแหน่งปัจจุบัน..... | |
| 3. วันที่ให้สัมภาษณ์ เวลา สถานที่ | |
| ตอนที่ 2 ความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี | |
| ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหารของมหาวิทยาลัย โปรดแสดงทัศนะหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี แนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษา ดังนี้ | |
| ประเด็นการสัมภาษณ์ | |
| 1 | แนวคิด (Concept) ของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาในความคิดของท่านคืออะไร |
| 2 | มหาวิทยาลัยของท่านส่งเสริมและสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาอย่างไร |
| 3 | โปรดให้ข้อมูลหรือยกตัวอย่างแนวปฏิบัติที่ดีในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาที่มหาวิทยาลัยของท่านได้มีการดำเนินงานมาแล้ว |
| 4 | วิธีสอนสำหรับหลักสูตรการฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา วิธีใดที่เหมาะสมกับมหาวิทยาลัยของท่าน |
| 5 | ข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับบทบาทของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษา |
| ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี นิสิตปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย | |

เครื่องมือวิจัย 6 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนิน
ธุรกิจของตนเอง

| เครื่องมือวิจัยที่ 6 | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง | |
| วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย | |
| แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง แบ่งออกเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ตอนที่ 2 แนวคิดและการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และตอนที่ 3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ | |
| ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ | |
| 1. ชื่อ นามสกุล | |
| 2. ตำแหน่งปัจจุบัน..... | |
| 3. ประเภทของธุรกิจ..... | |
| 4. วันที่ให้สัมภาษณ์ เวลา สถานที่ | |
| ตอนที่ 2 แนวคิดและการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ | |
| ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง โปรดแสดงทัศนะหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดและการดำเนินงานของธุรกิจของท่าน ดังนี้ | |
| ประเด็นการสัมภาษณ์ | |
| 1 | ท่านเห็นว่าหลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการได้หรือไม่อย่างไร |
| 2 | ท่านคิดว่าหลักสูตรผู้ประกอบการ สามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่ อย่างไร |
| 3 | ท่านเห็นว่าหลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับทิศทางการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่มากน้อยเพียงใด |
| 4 | ท่านคิดว่า หลักสูตรดังกล่าวสามารถสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพหลังจบการศึกษาหรือไม่ อย่างไร |
| 5 | ท่านเห็นวามหาวิทยาลัยสมควรที่จะเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ หรือไม่ เพราะเหตุใด |
| 6 | องค์กรของท่านมีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมให้นักศึกษาเป็นผู้ประกอบการหรือไม่อย่างไร |
| 7 | ท่านคิดว่า วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา วิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน เพราะเหตุใด |
| 8 | ท่านคิดว่ารูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการ ควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หรือหลักสูตรปริญญาโท เพราะเหตุใด |
| 9 | ท่านคิดว่า กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาควรเป็นอย่างไร |
| 10 | ปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ ในความคิดของท่านเป็นอย่างไร |
| 11 | ท่านคิดว่า ความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี ควรประกอบด้วยวิชาความรู้ด้านไหนบ้าง วิชาไหนสำคัญและควรเรียน เพราะเหตุใด |

ตอนที่ 3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ
 ท่านคิดว่า คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการต่อไปนี้ คุณสมบัติข้อไหนสำคัญ

ระดับความคิดเห็น

| | น้อย ที่สุด | น้อย | ปาน กลาง | มาก | มาก ที่สุด |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|------|-------------|-----|---------------|
| ด้านพฤติกรรม (Behaviors) | | | | | |
| 1. แสวงหาโอกาสและช่องทางการพัฒนาเชิงธุรกิจ | | | | | |
| 2. หาคำตอบ/แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และ ทันสมัย | | | | | |
| 3. เผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจอย่าง เหมาะสม | | | | | |
| 4. บริหารจัดการและตัดสินใจเพื่อมุ่งเป้าหมายได้ด้วย ตนเอง | | | | | |
| 5. แก้ไขปัญหา/อุปสรรคจากสภาพการณ์ที่ทำนายเพื่อการ บรรลุเป้าหมายอย่างมุ่งมั่น | | | | | |
| 6. ใช้ทักษะทางสังคมในการปฏิสัมพันธ์ และทำงานร่วมกับ ผู้อื่น | | | | | |
| ด้านคุณลักษณะ (Attributes) | | | | | |
| 7. ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายและพัฒนาตนเอง ไปสู่ความสำเร็จ | | | | | |
| 8. ความเชื่อมั่นในตัวเอง | | | | | |
| 9. ความมุ่งมั่นและอดทนต่อทุกสถานการณ์ที่ทำนาย | | | | | |
| 10. มีความเชื่อพลังอำนาจในตนโดยเชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิด ขึ้นกับตัวเรา เกิดจากการกระทำของเราเอง และเรา สามารถควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ | | | | | |
| 11. การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์ | | | | | |
| 12. การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคได้อย่างเหมาะสมและ สร้างสรรค์ | | | | | |
| ด้านทักษะ (Skills) | | | | | |
| 13. มีทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และสามารถแก้ไขปัญหา ด้วยวิธีการที่หลากหลาย | | | | | |
| 14. สามารถเจรจาต่อรองและโน้มน้าวคนรอบข้าง | | | | | |
| 15. บริการจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนิน โครงการ/กิจกรรมอย่างเหมาะสม | | | | | |
| 16. สามารถประเมินสถานการณ์และตัดสินใจเพื่อควบคุม | | | | | |

| | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| ปัจจัยเสี่ยง | | | | | |
| 17. มีทักษะการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน | | | | | |
| 18. ตระหนักและเข้าใจต่อสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร | | | | | |
| 19. แสวงหาโอกาสและชี้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร | | | | | |
| <p>ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ได้รับความกรุณาจากท่านในการสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม</p> <p>นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี</p> <p>นิสิตปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา</p> <p>คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p> <p>อีเมล : pornprasit_tsh@hotmail.com</p> <p>เบอร์โทร : 094-9416395</p> | | | | | |

| |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>เครื่องมือวิจัยที่ 6 (version Thai –English-Chinese)</p> <p>แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง</p> <p>Interview form with new entrepreneurs who succeeded in running his own business</p> <p>模拟面谈成功经营自己的企业的年轻企业家</p> |
| <p>คำชี้แจง /Explanation / 说明</p> <p>การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิต นักศึกษาระดับปริญญาตรี ข้อมูลจากท่านเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี</p> <p>The purpose of this study is to analyze the needs of entrepreneurial courses of undergraduate students. Your information very useful in the development of entrepreneurial courses of undergraduate students.</p> <p>本研究的目的是分析本科生创业课程的需求,您的信息对于本科生创业课程的开发非常有用。</p> <p>คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย/ Definitions used in research/ 研究意义</p> <p>การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง การให้ความรู้และเตรียมความพร้อมนักเรียน นักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการให้มีแนวคิดความรู้ทางด้านธุรกิจ เสริมสร้างทัศนคติ คุณลักษณะที่จำเป็น และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้เรียนจบไปแล้วเป็นผู้ประกอบการที่สามารถเริ่มต้นธุรกิจใหม่ได้ และดำเนินธุรกิจหรือบริษัทใหม่ได้อย่างมี</p> |

ประสิทธิภาพ

Entrepreneurship education means Education and preparation for students interested in becoming entrepreneurs , to have a business knowledge concept , strengthen the attitude , necessary features and skills of entrepreneurship. To allow the student to be an entrepreneur who can start a new business and conduct business or new company effectively

创业教育是提供知识并帮助对创业感兴趣的学生，使其具备商业知识，端正态度和创业技巧。当学生毕业，可具备企业家的精神，准备好并有效地运营新的业务或公司

หลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา หมายถึง หลักสูตรที่เตรียมความพร้อมให้นิสิตนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการโดยผ่านชุดการสอนที่จัดทำเป็นโมดูล ประกอบด้วย แนวคิดและหลักการ วัตถุประสงค์ เนื้อหา หลักสูตรความรู้พื้นฐาน หรือ ชุดวิชาการเป็นผู้ประกอบการ การวัดและประเมินผลก่อนเรียนและหลังเรียน เพื่อให้ผู้เรียนเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

Entrepreneurship courses for students means the courses that prepare students who are interested in becoming entrepreneurs by module of teaching , consisting of concepts and principles, objectives, curriculum content, basic knowledge or academic sets as entrepreneurs , measurement and evaluation before and after learning, to allow learners to change their knowledge, attitudes and skills according to the objectives

学生创业课程是指通过一系列模块为学生创造兴趣的课程，这些模块由概念和原则，目标，课程内容，基础知识或学术科目组成。学前和学后进行测试和评估，为了研究学生的知识，态度和技能的变化。

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ได้รับความกรุณาจากท่านในการสละเวลาให้ข้อมูลและประสบการณ์อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

I would like to thank you for your kindness for your valuable time to provide information and experiences that will benefit research and would like to thank you very much for this opportunity.

非常感谢您花时间提供有用的信息和经验，非常感谢您给予的机会。

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

Mr. Pornprasit Denmoree

นิสิตปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา

Ph.D. Candidate of Education ,Higher Education

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Faculty of Education, Chulalongkorn University อีเมลล์ :pornprasit_tsh@hotmail.com E-mail :pornprasit_tsh@hotmail.com เบอร์โทร :094-9416395 Tel : 094-9416395 Line : pornprasit 2515 Wechat : pornprasit 2515 | |
| วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย/ Objectives of research tools /研究工具的目标 แบบสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ตอนที่ 2 ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี และ ตอนที่ 3 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ The interview form is divided into 3 parts, namely, Part 1, personal information of interviewees, part 2, requirements for entrepreneurial courses of undergraduate students and part 3, entrepreneurial characteristics. 访谈表分为3部分, 第1部分, 受访者的个人信息; 第2部分, 本科生创业课程的要求; 第3部分, 企业家特征。 | |
| ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์/ Personal information of interviewees/ 第1部分, 受访者的个人信息 1. ชื่อ/Name/名..... นามสกุล/Surname/姓 2. ตำแหน่งปัจจุบัน/Position/职位..... บริษัท/Company/公司..... 3. วันที่ให้สัมภาษณ์ /Date/面谈日期 เวลา/Time/时间 สถานที่/Place/地点..... | |
| ตอนที่ 2 ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี/ Requirements for entrepreneurial courses of undergraduate students/ 第2部分, 本科生创业课程的要求 ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง โปรดแสดงทัศนะหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดและการดำเนินงานของธุรกิจของท่าน ดังนี้ You are an entrepreneur , please show your views or opinions about the needs of the entrepreneurial program of undergraduate students of the university. 您对大学本科课程需求的看法或意见 | |
| ประเด็นการสัมภาษณ์/ Interview issues/ 面谈问题 | |
| 1 | ท่านเห็นว่าหลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการได้หรือไม่ อย่างไร Do you think that entrepreneurial courses are useful in promoting |

| | |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | entrepreneurship? How ? 您是否认为创业课程对促进创业有用? |
| 2 | ท่านคิดว่าหลักสูตรผู้ประกอบการ สามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่ อย่างไร Do you think that entrepreneurial courses can prepare for being a entrepreneur for students? How? /你认为创业课程可以帮助学生成为企业家吗? |
| 3 | ท่านเห็นว่าหลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับทิศทางการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่มากน้อยเพียงใด Do you think that entrepreneurial courses matching with the direction of the promotion of new entrepreneurs? 创业课程能帮助新企业家吗。 |
| 4 | ท่านคิดว่า หลักสูตรดังกล่าวสามารถสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพหลังจบการศึกษาหรือไม่ อย่างไร Do you think that this courses can meet the needs of learners for entry into a career after graduation or not ? How ? 您是否认为该计划能够满足学生毕业后进入职业生涯的需要? |
| 5 | ท่านเห็นว่ามหาวิทยาลัยสมควรที่จะเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ หรือไม่ เพราะเหตุใด Do you think that the university should open an entrepreneurial course? What reason ? 您是否认为大学应该开设创业课程? 为什么? |
| 6 | องค์กรของท่านมีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมให้นักศึกษาเป็นผู้ประกอบการหรือไม่อย่างไร Does your organization cooperate with the university to encourage students to be entrepreneurs? How ? 您的公司是否与大学合作鼓励学生成为企业家? |
| 7 | ท่านคิดว่า วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา วิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน เพราะเหตุใด Do you think that how to teach students to be entrepreneurs ? Which method is most appropriate and effective for the current era? What reason ? 如何教学生创业, 目前哪种方法最合适有效? 为什么? |
| 8 | ท่านคิดว่ารูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการ ควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หรือหลักสูตรปริญญาโท เพราะเหตุใด Do you think that the entrepreneurial course should be a short course or Bachelor's Degree Program or a Master's degree program ? What reason ? 创业课程应该是一个短期课程, 学士学位课程还是硕士学位课程, 为什 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 么? |
| 9 | ท่านคิดว่า กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาควรเป็นอย่างไร What do you think that the entrepreneurial promotion activities for students should be? 学生的创业推广活动应该是什么? |
| 10 | ปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ ในความคิดของท่านเป็นอย่างไร What Factors of success in being a entrepreneur in your opinion? 成为企业家的成功因素是什么? |
| 11 | ท่านคิดว่า ความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี ควรประกอบด้วยวิชาความรู้ด้านไหนบ้าง วิชาไหนสำคัญและควรเรียน เพราะเหตุใด Do you think that what kind of knowledge that entrepreneurs must have ? Which subjects are important and should be studied ? What reason ? 你认为企业家应该有那些知识，包括那些专业知识，哪些科目重要，为什么? |
| ตอนที่ 3 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ 第三部：企业家特征 ท่านคิดว่า คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการต่อไปนี้ คุณสมบัติข้อไหนสำคัญ You think you have a entrepreneurial style. How much 您认为您有企业家特点吗 | |



ระดับความคิดเห็น

| | น้อย ที่สุด Least 无 | น้อย Little 少 | ปานกลาง Medium 中等 | มาก Very much 多 | มาก ที่สุด Most 很多 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| ด้านพฤติกรรม (Behaviors) 行为 | | | | | |
| 1. แสวงหาโอกาสและช่องทางการพัฒนาเชิงธุรกิจ Seeking opportunities and business development channels 寻求业务发展机会和渠道 | | | | | |
| 2. หาคำตอบ/แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และ ทันสมัย Find answers / solve problems with creative and modern methods. 用创造性和现代方法寻找答案/解决问题 | | | | | |
| 3. เผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจ อย่างเหมาะสม Facing problems and dealing with business risks appropriately 解决问题并妥善处理业务风险 | | | | | |
| 4. บริหารจัดการและตัดสินใจเพื่อมุ่งเป้าหมายได้ ด้วยตนเอง Manage and decide to aim for yourself. 管理并专注自己的目标。 | | | | | |
| 5. แก้ไขปัญหา/อุปสรรคจากสภาพการณ์ที่ท้าทาย เพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างมุ่งมั่น Solve problems / obstacles from challenging situations for achieving goals 解决实现目标中的问题/障碍 | | | | | |
| 6. ใช้ทักษะทางสังคมในการปฏิสัมพันธ์ และทำงาน ร่วมกับผู้อื่น Use social skills In interaction And working with others 使用社交技巧并与合作 | | | | | |
| ด้านคุณลักษณะ (Attributes) 特征 | | | | | |
| 7. ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายและพัฒนา | | | | | |

| | น้อย ที่สุด Least 无 | น้อย Little 少 | ปานกลาง Medium 中等 | มาก Very much 多 | มาก ที่สุด Most 很多 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| ตนเองไปสู่ความสำเร็จ Ability to set goals and develop oneself to success 设定目标并努力实现目标 | | | | | |
| 8. ความเชื่อมั่นในตัวเอง Self-confidence 自信 | | | | | |
| 9. ความมุ่งมั่นและอดทนต่อทุกสถานการณ์ที่ท้าทาย Determination and tolerance for all challenging situations 迎接挑战，并有耐心 | | | | | |
| 10. มีความเชื่อพลังอำนาจในตนโดยเชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเรา เกิดจากการกระทำของเราเอง และเราสามารถควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ Have faith in their power by believing that things that happen to us caused by our own actions and we can control different situations 相信自己有能力控制不同情况的发生。 | | | | | |
| 11. การพัฒนาตนเองจากการกระทำและ ประสบการณ์ Self-development from action and experience 从行动和经验中自我发展。 | | | | | |
| 12. การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคได้อย่างเหมาะสม และสร้างสรรค์ Solving problems and obstacles appropriately and creatively 适当和创造性地解决问题和障碍。 | | | | | |
| ด้านทักษะ (Skills) / 技术 | | | | | |
| 13. มีทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และสามารถแก้ไข ปัญหาด้วยวิธีการที่หลากหลาย | | | | | |

| | น้อย ที่สุด Least 无 | น้อย Little 少 | ปานกลาง Medium 中等 | มาก Very much 多 | มาก ที่สุด Most 很多 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| Have creative thinking skills and can solve problems with various methods. 具有创造性思维能力，可以用各种方法解决问题 | | | | | |
| 14. สามารถเจรจาต่อรองและโน้มน้าวคนรอบข้าง able to negotiate and convince those around you 能够谈判和说服周围的人。 | | | | | |
| 15. บริหารจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อดำเนินโครงการ/กิจกรรมอย่างเหมาะสม Management services and priorities for project / activity implementation appropriately 管理服务 and 事项，为了成功的实施项目/活动。 | | | | | |
| 16. สามารถประเมินสถานการณ์และตัดสินใจเพื่อควบคุมปัจจัยเสี่ยง Can assess the situation and decide to control risk factors 评估情况并决定控制风险因素 | | | | | |
| 17. มีทักษะการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน Networking skills to increase work efficiency 拥有网络技能以提高工作效率。 | | | | | |
| 18. ตระหนักและเข้าใจต่อสภาพการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร Realize and understand the circumstances that affect the organization. 了解影响组织的因素。 | | | | | |
| 19. แสวงหาโอกาสและขึ้นำธุรกิจไปสู่ผลประโยชน์ประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร | | | | | |

| | น้อย ที่สุด Least 无 | น้อย Little 少 | ปานกลาง Medium 中等 | มาก Very much 多 | มาก ที่สุด Most 很多 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| Seek opportunities and direct the business to the operational results of the organization's goals. 寻求机会并引导企业实现目标 | | | | | |



เครื่องมือวิจัยที่ 7 แบบประเมินรายวิชาของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการ

| เครื่องมือวิจัยที่ 7 | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| แบบประเมินรายวิชาของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการ | | | | | |
| <p>วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย</p> <p>เพื่อประเมินความเหมาะสมของรายวิชาของโครงสร้างหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา</p> <p>ชื่อผู้ประเมิน :</p> <p>ตำแหน่ง:</p> <p>รายวิชาที่ประเมิน :</p> <p>แบบประเมินความเหมาะสมของรายวิชาของโครงสร้างหลักสูตรผู้ประกอบการ</p> <p>คำชี้แจง : ขอให้ท่านใส่เครื่องหมาย(/) ลงในช่องความคิดเห็นพร้อมให้ข้อเสนอที่เป็นประโยชน์ในการการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป</p> | | | | | |
| รายการประเมิน | ระดับความเหมาะสม | | | | |
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| วัตถุประสงค์ของรายวิชา | | | | | |
| 1. มีความชัดเจน | | | | | |
| 2. มีความครอบคลุมทุกเนื้อหาสาระของรายวิชา | | | | | |
| 3. มีความเป็นไปได้ | | | | | |
| 4. เหมาะสมกับนิสิตนักศึกษาที่เข้าเรียน | | | | | |
| เนื้อหาของรายวิชา | | | | | |
| 5. เนื้อหาของบทเรียนเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของรายวิชา | | | | | |
| 6. เนื้อหาบทเรียนทันสมัย | | | | | |
| 7. เนื้อหาสอดคล้องกับภาพ | | | | | |
| 8. เนื้อหา มีประโยชน์ต่อการนำไปใช้ | | | | | |
| 9. การจัดเรียงลำดับเนื้อหาของรายวิชา | | | | | |
| 10. มีตัวอย่างและกรณีศึกษาประกอบที่ทำให้เข้าใจง่าย | | | | | |
| 11. ความเหมาะสมของหัวข้อหลัก | | | | | |
| 12. ความเหมาะสมของหัวข้อย่อย | | | | | |

| | | | | | |
|------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 13. การใช้ภาษาและการเรียบเรียงเข้าใจง่าย | | | | | |
| กิจกรรมการเรียนการสอน | | | | | |
| 14. กิจกรรมการเรียนการสอนมีความสอดคล้องกับเนื้อหา | | | | | |
| 15. มีลำดับขั้นตอน | | | | | |
| 16. ลักษณะวิธีการ เข้าใจง่าย สามารถปฏิบัติได้ | | | | | |
| สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน | | | | | |
| 17. ช่วยส่งเสริมให้กิจกรรมบรรลุวัตถุประสงค์ของรายวิชา | | | | | |
| 18. ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับสื่อประกอบการเรียนการสอน | | | | | |
| การวัดและประเมินผล | | | | | |
| 19. ความเหมาะสมของเกณฑ์การประเมินผล | | | | | |
| 20. ความเหมาะสมของแบบทดสอบหลังเรียน | | | | | |
| ระยะเวลาที่ใช้ในการเรียน | | | | | |
| 21.ความเหมาะสมของเวลาที่ใช้ในการเรียนกับเนื้อหา รายวิชา | | | | | |

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....
 จฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY
 ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์

นายพรประสิทธิ์ เต๋นโมหี: ผู้วิจัย

เครื่องมือวิจัยที่ 8 แบบประเมิน(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ

| เครื่องมือวิจัยที่ 8 | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| แบบประเมิน (ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ | | | | | |
| <p>วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย</p> <p>เพื่อประเมินความเหมาะสมของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย 5 รายวิชา ได้แก่ วิชาผู้ประกอบการ 5.0 วิชาการตลาด 5.0 วิชาการเงิน 5.0 วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 และวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค5.0</p> <p>ชื่อผู้ประเมิน :</p> <p>ตำแหน่ง : หน่วยงาน :</p> <p>แบบประเมินความเหมาะสมของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์</p> <p>คำชี้แจง : ขอให้ท่านใส่เครื่องหมาย(/) ลงในช่องความคิดเห็นพร้อมให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป</p> | | | | | |
| รายการประเมิน | ระดับความเหมาะสม | | | | |
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| รายละเอียดของหลักสูตร | | | | | |
| 1. หลักการ/ความสำคัญของหลักสูตร | | | | | |
| 2. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร | | | | | |
| 3. คุณสมบัติของผู้เรียน | | | | | |
| 4. ประโยชน์ของนิสิตนักศึกษาที่เรียนจะได้รับ | | | | | |
| 5. จำนวนรายวิชาในหลักสูตร 5 วิชา | | | | | |
| 6. การเรียงลำดับรายวิชาที่ต้องเรียน | | | | | |
| 7. ระยะเวลาทั้งหมดในการเรียน 4 สัปดาห์ (1 เดือน) | | | | | |
| 8. จำนวนชั่วโมงที่ใช้เรียนในแต่ละรายวิชา (6 ชั่วโมงต่อรายวิชา) | | | | | |
| 9. กิจกรรมการเรียนการสอนของหลักสูตร | | | | | |
| 10. สื่อประกอบการเรียนการสอนของหลักสูตร | | | | | |
| 11. การประเมินผลสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร | | | | | |
| เนื้อหาบทเรียนในแต่ละชุดวิชา (Module) ของหลักสูตร | | | | | |
| 1. วิชาผู้ประกอบการ 5.0 | | | | | |
| 12. วัตถุประสงค์ของรายวิชา | | | | | |
| 13. กิจกรรมการเรียนการสอน | | | | | |
| 14. สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน | | | | | |
| 15. การวัดและประเมินผล | | | | | |

| | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 16. เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด | | | | | |
| 17. เนื้อหาบทเรียนที่ 1 : เรียนรู้สู่การเป็นผู้ประกอบการ 5.0 | | | | | |
| 18. เนื้อหาบทเรียนที่ 2 : จุดประกาย “การคิดแบบเจ้าของกิจการ” ในการเริ่มต้นธุรกิจ | | | | | |
| 19. เนื้อหาบทเรียนที่ 3 : เครื่องมือที่ช่วยออกแบบโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) | | | | | |
| 2. วิชาการตลาด 5.0 | | | | | |
| 20. วัตถุประสงค์ของรายวิชา | | | | | |
| 21. กิจกรรมการเรียนการสอน | | | | | |
| 22. สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน | | | | | |
| 23. การวัดและประเมินผล | | | | | |
| 24. เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด | | | | | |
| 25. เนื้อหาบทเรียนที่ 1 พื้นฐานการตลาดเบื้องต้น | | | | | |
| 26. เนื้อหาบทเรียนที่ 2 กลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัล | | | | | |
| 3. วิชาการเงิน 5.0 | | | | | |
| 27. วัตถุประสงค์ของรายวิชา | | | | | |
| 28. กิจกรรมการเรียนการสอน | | | | | |
| 29. สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน | | | | | |
| 30. การวัดและประเมินผล | | | | | |
| 31. เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด | | | | | |
| 32. เนื้อหาบทเรียนที่ 1 : แหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่และนวัตกรรมทางการเงิน | | | | | |
| 33. เนื้อหาบทเรียนที่ 2 : ความรู้เกี่ยวกับการเงิน | | | | | |
| 4. วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 | | | | | |
| 34. วัตถุประสงค์ของรายวิชา | | | | | |
| 35. กิจกรรมการเรียนการสอน | | | | | |
| 36. สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน | | | | | |
| 37. การวัดและประเมินผล | | | | | |
| 38. เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด | | | | | |
| 39. เนื้อหาบทเรียนที่ 1 : ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารการปฏิบัติการ | | | | | |
| 40. เนื้อหาบทเรียนที่ 2 : การประยุกต์ใช้การจัดการการปฏิบัติการและแนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัล | | | | | |
| 5. วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 | | | | | |
| 41. วัตถุประสงค์ของรายวิชา | | | | | |

| | | | | | |
|------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 42. กิจกรรมการเรียนการสอน | | | | | |
| 43. สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน | | | | | |
| 44. การวัดและประเมินผล | | | | | |
| 45. เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด | | | | | |
| 46. เนื้อหาบทเรียนที่ 1 : แผนธุรกิจ | | | | | |
| 47. เนื้อหาบทเรียนที่ 2 : ขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจใหม่ (Startup) | | | | | |

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์
นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี: ผู้วิจัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

เครื่องมือวิจัยที่ 9 แบบสอบถามความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

| เครื่องมือวิจัยที่ 9 แบบสอบถามความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย</p> <p>เพื่อประเมินความพึงพอใจของหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย 5 รายวิชา ได้แก่ วิชาผู้ประกอบการ 5.0 วิชาการตลาด5.0 วิชาการเงิน 5.0 วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 และวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0</p> <p>ชื่อผู้ประเมิน:</p> <p>นักศึกษาชั้นปีที่ :</p> <p>คณะ :</p> <p>มหาวิทยาลัย :</p> <p>เบอร์มือถือ /ไลน์ไอดี/อีเมล :</p> |

คำชี้แจง : ขอให้ท่านใส่เครื่องหมาย(/) ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป

| รายการประเมิน | ระดับความพึงพอใจ | | | | |
|----------------------------------------------------------------|------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| รายละเอียดของหลักสูตร | | | | | |
| 1. หลักการและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร | | | | | |
| 2. คุณสมบัติของผู้เข้าเรียน | | | | | |
| 3. ประโยชน์ของหลักสูตรและสามารถนำไปใช้ได้จริง | | | | | |
| 4. จำนวนรายวิชาที่มีความเหมาะสม | | | | | |
| 5. การจัดลำดับรายวิชาที่ต้องเรียนก่อน-หลัง | | | | | |
| 6. ระยะเวลาทั้งหมดในการเรียน 4 สัปดาห์ (หรือ 1 เดือน) | | | | | |
| 7. จำนวนชั่วโมงที่ใช้เรียนในแต่ละรายวิชา (6 ชั่วโมงต่อรายวิชา) | | | | | |
| เนื้อหาวิชา | | | | | |

| รายการประเมิน | ระดับความพึงพอใจ | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| 8. เนื้อหาที่นำเสนอสอดคล้องและครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของแต่ละรายวิชา | | | | | |
| 9. เนื้อหาของแต่ละวิชามีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกัน | | | | | |
| 10. เนื้อหาที่มีความทันสมัย เหมาะสมกับสภาพในปัจจุบันและส่งเสริมความรู้และทักษะของผู้เรียนในอนาคต | | | | | |
| 11. เนื้อหาวิชาที่เรียนมีความน่าสนใจ | | | | | |
| 12. เนื้อหามีส่วนช่วยให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาความรู้ ทักษะและทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการได้ | | | | | |
| 13. เนื้อหามีส่วนช่วยให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้การเป็นผู้ประกอบการไปใช้ได้จริง | | | | | |
| 14. เนื้อหาของบทเรียนจัดลำดับอย่างเป็นระบบและเข้าใจง่าย | | | | | |
| 15. เนื้อหาสอดคล้องกับภาพที่ใช้ประกอบ | | | | | |
| 16. เนื้อหาสอดคล้องกับเวลาที่ใช้ในการเรียน | | | | | |
| 17. การแบ่งเนื้อหาบทเรียนเป็นบทและหัวข้อย่อยในแต่ละวิชา | | | | | |
| วิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน | | | | | |
| 18. วิธีการสอนสอดคล้องกับลักษณะวิชาและวัตถุประสงค์ | | | | | |
| 19. วิธีการสอนกระตุ้นการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ และการแก้ปัญหา | | | | | |
| 20. อาจารย์ผู้สอนมีคุณวุฒิและประสบการณ์เหมาะสมกับรายวิชาที่สอน | | | | | |
| 21. อาจารย์สอนตรงตามเนื้อหาและมีวิธีการที่หลากหลาย | | | | | |
| 22. อาจารย์อธิบายเนื้อหาได้ชัดเจนเข้าใจง่ายและใช้ภาษาที่ใช้เหมาะสม | | | | | |
| 23. การส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ประยุกต์แนวคิด | | | | | |

| รายการประเมิน | ระดับความพึงพอใจ | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| ศาสตร์ทางการเป็นวิชาชีพและ/หรือศาสตร์ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการเรียนรู้ | | | | | |
| สื่อ เอกสารและอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน | | | | | |
| 24. ระบบการเรียนการสอนผ่านออนไลน์เอื้อต่อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง | | | | | |
| 25. มีการใช้สื่อ/เอกสารประกอบการสอนผ่านออนไลน์อย่างเหมาะสม | | | | | |
| 26. สื่อเหมาะสมกับเนื้อหาและกิจกรรมการเรียนรู้ที่กำหนด | | | | | |
| การประเมินผล | | | | | |
| 27. วิธีการประเมินผลสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกิจกรรมการเรียนการสอน | | | | | |
| 28. ความเหมาะสมในการตั้งคำถามของแบบทดสอบหลังเรียนแต่ละวิชาสะท้อนผลการเรียนรู้ของผู้เรียน | | | | | |
| 29. เกณฑ์การให้คะแนนผ่านที่ร้อยละ 60 | | | | | |
| องค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ | | | | | |
| 30. ความเรียบง่ายเหมาะสมของเว็บไซต์ | | | | | |
| 31. ความสม่ำเสมอของรูปแบบตลอดของเว็บไซต์ ได้แก่ การมีรูปแบบ กราฟิก โทนมสีและการตกแต่งต่างๆ ในแต่ละหน้าบนเว็บไซต์ที่มีความคล้ายคลึงกัน และเป็นแนวเดียวกันไปตลอด | | | | | |
| 32. ความสวยงามดึงดูดความสนใจของเว็บไซต์ | | | | | |
| 33. ความง่ายต่อการใช้งาน | | | | | |
| 34. เชื่อมโยงระหว่างเมนูต่างๆ ของเว็บไซต์มีความสะดวกและมีความรวดเร็ว รวมทั้งมีความเป็นมิตรกับผู้ใช้งาน | | | | | |
| ผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร | | | | | |
| 35. มีความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ | | | | | |

| รายการประเมิน | ระดับความพึงพอใจ | | | | |
|----------------------------------------|------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | มากที่สุด (5) | มาก (4) | ปานกลาง (3) | น้อย (2) | น้อยที่สุด (1) |
| 36. มีความต้องการที่จะเป็นผู้ประกอบการ | | | | | |
| 37. มีทัศนคติดีต่อการเป็นผู้ประกอบการ | | | | | |

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

โปรดตอบคำถามทุกข้อตามความเป็นจริงเพราะคำตอบที่เป็นจริงและสมบูรณ์เท่านั้นจึงจะช่วยให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ โดยคำตอบของท่านนั้นทางผู้ศึกษาวิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะภาพรวมเท่านั้น

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์
นายพรประสิทธิ์ เต่นโมฬี: ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย 1
(แบบวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศรวมถึงหลักสูตร
ฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริฉันท์ สติรกุล เตชพาพงษ์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม : ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร. อัจฉรา จันทร์ฉาย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย 2
(แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการ รวมถึง
แนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการนักศึกษา)

1. ผศ.ดร. อรุณี หงษ์ศิริวัฒน์

-อาจารย์ประจำสาขาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. ดร.อวิรุทธ์ ฉัตรมาลาทอง

-สาขาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. ดร.ขวัญรัฐ สวนพงษ์

-อาจารย์ประจำสาขาการจัดการเพื่อเป็นผู้ประกอบการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย 3 และ 4
(แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญที่มีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตร
ฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ)

1. ผศ.ดร. อรุณี หงษ์ศิริวัฒน์

-อาจารย์ประจำสาขาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. ดร.อวิรุทธ์ ฉัตรมาลาทอง

-สาขาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. ดร.สรศักดิ์ ชัยสถาผล

-อาจารย์ประจำคณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย 5, 6, 7, 8
(แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ตัวแทนของมหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการของ
มหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรี)

1. ดร.สรศักดิ์ ชัยสถาผล
-อาจารย์ประจำคณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
2. ผศ. ดร.พิชญลักษณ์ พิชญกุล
-อาจารย์ภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
-รองคณบดีวิทยาลัยนานาชาตินวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. ดร.กิตติชัย ราชมหา
-ประธานหลักสูตรผู้ประกอบการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย 9
(แบบสอบถามความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ)

1. ผศ.ดร. อรุณี หงษ์ศิริวัฒน์
-อาจารย์ประจำสาขาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. ดร.อวิรุทธ์ ฉัตรมาลาทอง
-สาขาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. ดร.ศิริลักษณ์ หล่อพันธ์มณี
-อาจารย์ผู้สอนคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
-อธิการผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
-อธิการรองคณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ภาคผนวก ค
รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ค รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

**รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์จากผู้บริหารมหาวิทยาลัย
หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา
หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ**

1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย:

ดร. ขวัญรัตน์ ส่วนพงษ์ อาจารย์ประจำสาขาการจัดการเพื่อเป็นผู้ประกอบการ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

2. มหาวิทยาลัยหอการค้า

ดร. รวีดา วิริยกิจจา คณบดี (วิทยาลัยผู้ประกอบการ)

3. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ดร. สรศักดิ์ ชัยสถาผล อาจารย์ประจำคณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

4. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ดร. อนุศรา สาวังชัย ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการการเป็นผู้ประกอบการ

5. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

ผศ. ธิดารัตน์ เหมือนเดชา หัวหน้าหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการเป็นผู้
ประกอบการ

6. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

อาจารย์ พัชรินทร์ อุดมจรัสเดช ประธานหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ

7. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย (วิทยาเขตนครศรีธรรมราช)

ผศ.ดร.กิตติศักดิ์ แสงทอง หัวหน้าสาขาการจัดการ คณะเทคโนโลยีการจัดการ

8.มหาวิทยาลัยราชภัฏสมเด็จพระเจ้าพระยา

อาจารย์ นภัสพร นิยะวานนท์ ประธานสาขาวิชา (วิชาการเป็นผู้ประกอบการ)

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์จากผู้บริหารมหาวิทยาลัย
หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา
หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ

1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ดร. ขวัญรัตน์ ส่วนพงษ์ อาจารย์ประจำสาขาการจัดการเพื่อเป็นผู้ประกอบการ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

2. มหาวิทยาลัยหอการค้า

ดร.รวิดา วิริยกิจจา คณบดี (วิทยาลัยผู้ประกอบการ)

3. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ดร. สรศักดิ์ ชัยสถาผล อาจารย์ประจำคณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

4. มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ดร.นารา กิตติเมธีกุล ประธานคณะกรรมการบริหาร (หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการ
เป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (วิทยาเขตหนองคาย)

5. มหาวิทยาลัยรังสิต

ดร.ณกมล จันทร์สม ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ
คณะบริหารธุรกิจ

6. มหาวิทยาลัยมหิดล

ดร.กิตติชัย ราชมหา ประธานหลักสูตรผู้ประกอบการ วิทยาลัยการจัดการ

7. มหาวิทยาลัยนเรศวร

ดร. วรารุช ฤกษ์วรารักษ์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

8. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

ผศ. ธิดารัตน์ เหมือนเดชา หัวหน้าหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการเป็นผู้
ประกอบการ

9. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปภัศร ชัยวัฒน์

ดร.วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ รักษาการประธานหลักสูตรการจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ

**รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์จากผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา
หลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ**

- 1.คุณภาสกร ชัยรัตน์. รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- 2.คุณวิจักขณ์ รัตนสุวรรณ ผู้อำนวยการกองส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- 3.คุณ เยาวนิจ แซ่ตั้ง ผู้อำนวยการกลุ่มสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- 4.รศ.ดร. ศิริพร ดำรงค์ศักดิ์กุล
-ผู้อำนวยการหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
-เลขาธิการหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน



รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์จากผู้ประกอบการรุ่นใหม่

ผู้ประกอบการด้านการผลิต จำนวน 8 คน

1. Phil Meddings , BentSpoke Brewing Company, Melbourne, Australian
2. Henryk Maedler , Maedler (1989) Inc. , Québec, Canada
3. Wei Wei, Am Tech Beijing Co. Ltd , Beijing , the People's Republic of China (PRC)
4. Fang Liu , Shenzhen JiaTeAn Technology Co.,Ltd , the People's Republic of China (PRC)
5. Ny Lyheng, Baitang (Kampuchea) Plc. , Battambang , Combodia
6. คุณภูวรัตน์ ปานศิริชัย ใส่อ้วยายปี ลำพูน
7. คุณชาวไร่ กาญจน์มัย สวนอุ้งนงชาวฟ้า เชียงราย
8. คุณพัฒนพงศ์ สุวรรณชาติ,เจ้าของกิจการ , PIZZATHAI(พิซซ่าไทย) , กรุงเทพฯ

ผู้ประกอบการด้านการค้า จำนวน 5 คน

1. Khemdy , Nendo Addicts , Brussels , Belgium
2. Sisavanh Southammavong, Gnodnyom Company Ltd., Vientiane, the Lao People's Democratic Republic
3. Be Shiang , K Thong Huot Telecom Co., Ltd. , Phnom penh , Combodia
4. คุณอภิรักษ์ นิมิตรสถาพร,เจ้าของกิจการ ,ร้านกิจเสรี ,จังหวัดระนอง
5. คุณจิรวรรณ วงศ์โสภา บริษัท ดับเบิลยู บิวตี้แอนด์มอร์ , กรุงเทพฯ

ผู้ประกอบการด้านบริการ จำนวน 7 คน

1. Wanvisa Luangsuwimol ,Nawa Thai Cuisine , United States of America
2. Senglaty Savankham ,Vientiane Automation and Solution Engineering , Vientiane, the Lao People's Democratic Republic
3. คุณตรีรัตน์ ชิวันเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ เชียงใหม่
4. คุณรัชพร แก้วลำดวน บริษัท ก่อแก้วชลบุรี จำกัด ชลบุรี
5. คุณพรพงษ์ เลิศทำนองธรรม ร้าน Salad Terrace (สลัดเทอเรส) เชียงใหม่
6. คุณณณรัตน์ ทาม่วง หจก. สงวนสินปิโตรเลียม. จันทบุรี
7. คุณปวิวิติ ประจันตะเสน บริษัท ที ฟอรัช จำกัด ชลบุรี

ภาคผนวก ง
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรายวิชาและประเมิน(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ง รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรายวิชาและประเมิน(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรายวิชาของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ

รายวิชาที่ประเมิน: ผู้ประกอบการ 5.0

1. ดร.วิลาส น้าเลิศวัฒน์
 - CEO บจก.โนบิตเทอร์
 - ผู้เขียนหนังสือ การเดินทางของเหล่ายูนิคอร์น The Journey of Unicorns
 - ผู้เขียนหนังสือ iMarketing 10.0 :10 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เขย่าโลก
 - ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันบัตรออนไลน์ bud โซลูชันไร้กระดาษเพื่อการทำธุรกิจของ SMEs ไทย
2. ผศ. ดร.พิชญลักษณ์ พิชญกุล
 - อาจารย์ภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 - รองคณบดีวิทยาลัยนานาชาตินวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. ดร.กิตติชัย ราชมหา
 - ประธานหลักสูตรผู้ประกอบการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

รายวิชาที่ประเมิน : การตลาด 5.0

1. นายปฐม อินทโรดม
 - ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัทสยามไอซีโอ จำกัด
 - อดีตประธานเจ้าหน้าที่บริษัท เออาร์ไอพี จำกัด (มหาชน)
 - กรรมการ Creative Digital Economy สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
 - กรรมการสภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย
 - อุปนายกสมาคมดิจิทัลไทย ที่ปรึกษาสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย
 - ผู้ร่วมก่อตั้งสมาคมบล็อกเชนไทย
2. ดร.ลภัสรดา จ่างแก้ว
 - อาจารย์พิเศษ ระดับปริญญาตรี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - อาจารย์พิเศษ ระดับปริญญาโท ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 - อาจารย์พิเศษ ระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุซงกีบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร
3. ผศ. ดร. ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์
 - อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
 - เลขาธิการสมาคมเครือข่ายที่ปรึกษาภาคเหนือ (NCNA)

รายวิชาที่ประเมิน : การเงิน 5.0

1. รศ ดร สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์
 - ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
 - อดีตคณบดีสำนักวิชาการจัดการ
 - อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

2 คุณผุสดี ชุ่มดวง

-อดีตนายกสมาคมสมาคมเครือข่ายที่ปรึกษาภาคเหนือ

-ผู้ตรวจสอบบัญชี,ที่ปรึกษาด้านบัญชี

-กรรมการบริษัท แอคเคาท์-คอนซัลแทนท์ โซลูชั่น จำกัด

3 นายพัฒนพงศ์ สุวรรณชาติ

-หัวหน้าเจ้าหน้าที่บริหารด้านการเงิน บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

รายวิชาที่ประเมิน : การบริหารการปฏิบัติการ 5.0

1. ดร. วีรวัฒน์ ปัญญาธนาคุณ

-Vice President(Strategic & Business Development) /Thai LM Group of Companies ,

-Trainer , Purchasing and Supply Chain Management Association of Thailand (PSCMT)

2. นายเกรียงศักดิ์ กลับไชย

-Vice President (Production Refrigerator) บริษัท ไฮเออร์ อีเล็คทริก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)

3.ดร.ศิริลักษณ์ หล่อพันธ์มณี

-อาจารย์ผู้สอนคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

-อดีตรองผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

-อดีตรองคณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

รายวิชาที่ประเมิน : การเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0

1.นายธีระ สมนิยาม

-อดีตประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายบัญชีและการเงิน บริษัท อกริเพียว โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)

2. ดร.จินต์ กล้าวิกรณ์

-ผู้จัดการธุรกิจสัมพันธ์ ธนาคารกรุงเทพจำกัด สำนักธุรกิจประตูช้างเผือก จังหวัดเชียงใหม่

3. คุณผุสดี ชุ่มดวง

-อดีตนายกสมาคมสมาคมเครือข่ายที่ปรึกษาภาคเหนือ

-ผู้ตรวจสอบบัญชี,ที่ปรึกษาด้านบัญชี

-กรรมการบริษัท แอคเคาท์-คอนซัลแทนท์ โซลูชั่น จำกัด

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการ

1. นายปฐม อินทโรดม
 - ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัทสยามไอซีโอ จำกัด
 - อดีตประธานเจ้าหน้าที่บริษัท เออาร์ไอพี จำกัด (มหาชน)
 - กรรมการ Creative Digital Economy สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
 - กรรมการสภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย
 - อุปนายกสมาคมดิจิทัลไทย ที่ปรึกษาสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย
 - ผู้ร่วมก่อตั้งสมาคมบล็อกเชนไทย
2. ดร.วิลาส น้าเลิศวัฒน์
 - CEO บจก.โนบิตเทอร์
 - ผู้เขียนหนังสือ การเดินทางของเหล่ายูนิคอร์น The Journey of Unicorns
 - ผู้เขียนหนังสือ iMarketing 10.0 :10 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เขย่าโลก
 - ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันบัตรออนไลน์ bud โซลูชั่นไร้กระดาษเพื่อการทำธุรกิจของ SMEs ไทย
3. รศ. ดร. สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์
 - ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
 - อดีตรองคณบดีสำนักวิชาการจัดการ
 - อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
4. ผศ. ดร. พิชญ์ลักษณ์ พิชญกุล
 - อาจารย์ภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ,
 - รองคณบดีวิทยาลัยนานาชาตินวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
5. ดร.ศิริลักษณ์ หล่อพันธ์มณี
 - อาจารย์ผู้สอนคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
 - อดีตรองผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
 - อดีตรองคณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ภาคผนวก จ

รายชื่ออาจารย์ประจำวิชาบรรยายคลิปวิดีโอของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก จ รายชื่ออาจารย์ประจำวิชาบรรยายคลิปวิดีโอของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

รายชื่ออาจารย์ประจำวิชาบรรยายคลิปวิดีโอหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

วิชาผู้ประกอบการ 5.0

ดร.วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์

-CEO บจก.บัวตนา

-ผู้เขียนหนังสือ การเดินทางของเหล่ายูนิคอร์น The Journey of Unicorns

-ผู้เขียนหนังสือ iMarketing 10.0 :10 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เขย่าโลก

-ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันบัตรออนไลน์ bud โซลูชั่นไร้กระดาษเพื่อการทำธุรกิจของ SMEs ไทย

วิชาการตลาด 5.0

ดร.ธีรศักดิ์ อุดมรัตน์มณี

-ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจและการตลาด บริษัทไทยเจริญ จิวเวอรี่จำกัด

วิชาการเงิน 5.0

คุณกัญญ์พิชญา เฉลิมชัยวุฒิ

-ผู้ช่วยผู้จัดการ แผนกการบริหารเงิน ฝ่ายบัญชีและการเงิน

Toyota Daihatsu Engineering & Manufacturing Co., Ltd

วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0

คุณพรประสิทธิ์ เต๋นโมหี

-CEO Revitalize Innovation Co.,Ltd

-อดีตผู้บริหารบริษัท BMW , Sony , Haier , Jardine ,Thai Summit Group , CP All

วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0

ดร.สรศักดิ์ ชัยสถาผล

-ผู้ช่วยผู้จัดการศูนย์ความเป็นเลิศด้านการค้า EXIM Bank

-อดีตอาจารย์ประจำคณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ภาคผนวก ฉ

คู่มือการใช้หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็น
ผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

คู่มือการใช้ หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนรู้ผ่านออนไลน์

เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

หลักสูตรผู้ประกอบการ **รู้จริง ทำจริง เรียนได้ทุกที่ ทุกเวลา** www.entrepreneuronline-learning.com



ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เด่นไม่พี

เอกสารนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต

เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนรู้ผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาใน
สถาบันอุดมศึกษา สาขาอุดมศึกษา ภาควิชานโยบาย การจัดการและการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



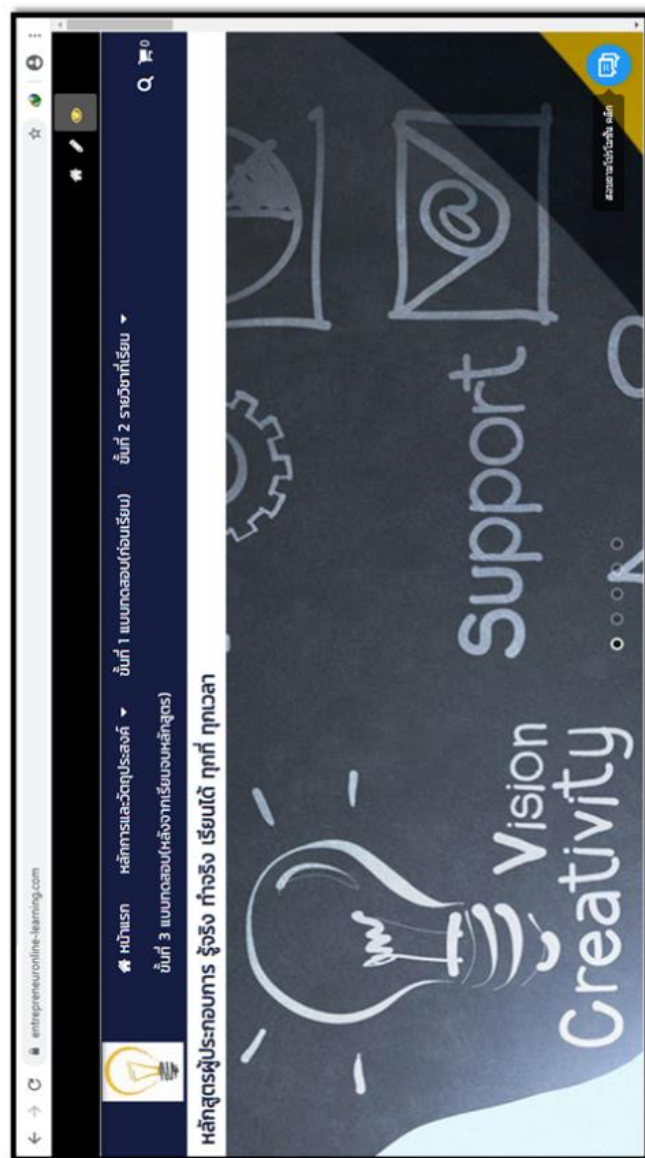
หลักสูตรผู้ประกอบการ **รู้จัก ทำจริง เรียนได้ทุกที่ ทุกเวลา**

หลักสูตรผู้ประกอบการเรียนผ่านออนไลน์
เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา
ประกอบด้วย 5 โมดูล ซึ่งผู้เรียนต้องเรียนรายวิชาเรียงตามลำดับดังนี้

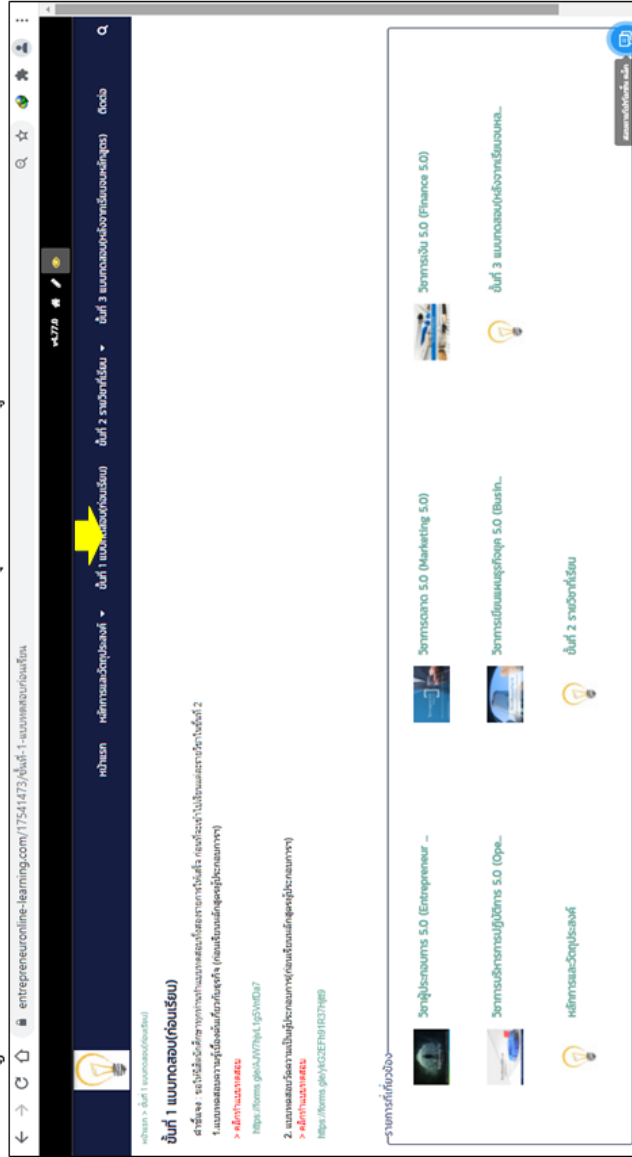
- 1 วิชาการเป็นผู้ประกอบการ 5.0
- 2 วิชาการตลาด 5.0
- 3 วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0
- 4 วิชาการเงิน 5.0
- 5 วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0

www.entrepreneuronline-learning.com

1. ผู้เรียน ล็อกอิน (login) ที่เว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com



3. ผู้เรียน **คลิกที่ ขั้นตอนที่ 1** แบบทดสอบก่อนเรียน ประกอบด้วยแบบทดสอบ จำนวน **2 ชุด** ได้แก่ **1)** แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ และ **2)** แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ผู้ประกอบการ หลังจากผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนจำนวน **2 ชุด** เสร็จแล้ว จึงเข้าสู่ขั้นตอนถัดไป





ขั้นตอนที่ 1 แบบทดสอบก่อนเรียน

1) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ

FApQLS84QNwB8FA5wBjTtwcv3JfK7SLIFZ5-GG94_9j6g/viewform

แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ (ก่อนเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการฯ)

คำชี้แจง: ระบุท่านได้หรือยังคะ (/) ลงในช่องว่างข้างหลังของทำ

ลงชื่อเข้าใช้ Google เพื่อบันทึกความคืบหน้า [ดูข้อมูลเพิ่มเติม](#)
*4/4 เป็น

ชื่อ-นามสกุล *
คำขอของครู

นักศึกษาชั้นปีที่ *
คำขอของครู

คณะ *
คำขอของครู

มหาวิทยาลัย *

2) แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ

7f1PjPQLSeTfSjWdNmgHqjGk1n4Fwv4duCh84-GMXEfuDy5w0rjgg/viewform

แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ (ก่อนเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการฯ)

ลงชื่อเข้าใช้ Google เพื่อบันทึกความคืบหน้า [ดูข้อมูลเพิ่มเติม](#)
*4/4 เป็น

ชื่อ-นามสกุล *
คำขอของครู

นักศึกษาชั้นปีที่ *
คำขอของครู

คณะ *
คำขอของครู

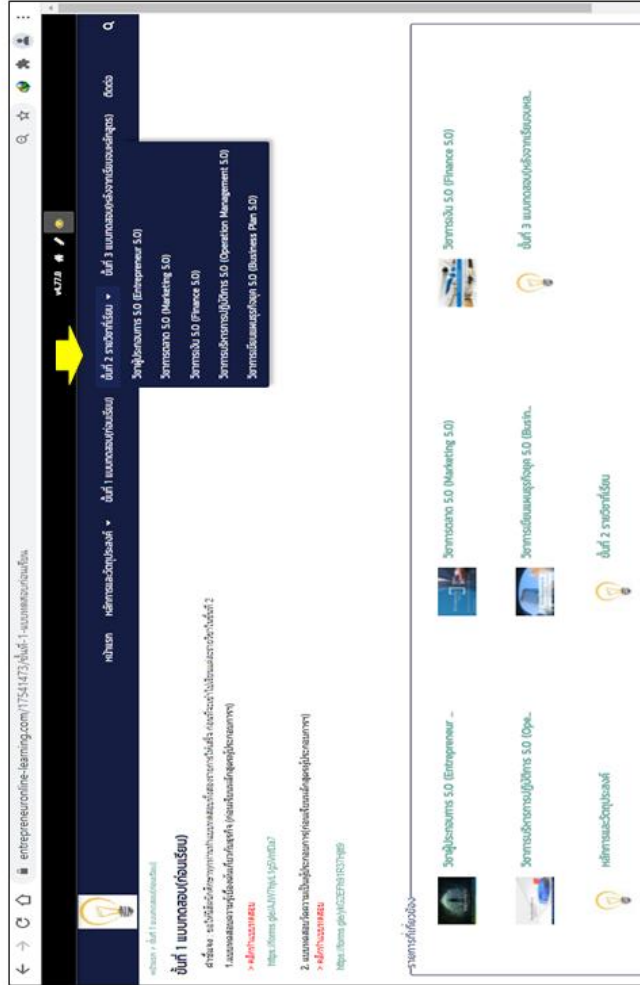
มหาวิทยาลัย *



4. ผู้เรียน **คลิกที่** **ขั้นตอนที่ 2** **รายวิชาที่เรียน** **ประกอบด้วย 5** **ศูควิชาหรือ โมดูล (Module)**

ผู้เรียนต้องเรียนรายวิชาเรียงตามลำดับดังนี้

- 1) **วิชาการเป็นผู้ประกอบการ 5.0**
- 2) **วิชาการตลาด 5.0**
- 3) **วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0**
- 4) **วิชาการเงิน 5.0**
- 5) **วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0**



- หน้าจะแสดงข้อมูลเบื้องต้นของวิชาผู้ประกอบการ 5.0

หน้าแรก > ขั้นที่ 2 ราวกับเริ่มต้น > วงล้อประกอบการ 5.0 (Entrepreneur 5.0)

หน้าแรก หลักสูตรและวัตถุประสงค์ > ขั้นที่ 1 แนวคิดเบื้องต้น > ขั้นที่ 2 ราวกับเริ่มต้น > ขั้นที่ 3 แนวคิดเชิงจรรยาบรรณเชิงธุรกิจ

หน้า 1 เริ่มการเรียนรู้ประกอบการ 5.0

หน้า 2 จุดประสงค์, "กรณีศึกษาของ forms" ในกรณีธุรกิจ

หน้า 3 เครื่องมือที่ช่วยออกแบบใน canvas (Business Model Canvas)

วงล้อประกอบการ 5.0 (Entrepreneur 5.0)

วัตถุประสงค์การเรียนรู้

1. อธิบายความหมาย ประเภทของวิสาหกิจ และระบบนิเวศของวิสาหกิจประกอบการ
2. อธิบายความหมาย ประเภทของวิสาหกิจ และระบบนิเวศของวิสาหกิจประกอบการ
3. อธิบายความหมาย ประเภทของวิสาหกิจ และระบบนิเวศของวิสาหกิจประกอบการ
4. วิเคราะห์และระบุผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจ (Business Model Canvas) ในกรณีผู้ประกอบการ

ผลสัมฤทธิ์ของการเรียนรู้

เมื่อเรียนจบแล้วผู้เรียนสามารถ

- อธิบายความหมาย ประเภทของวิสาหกิจ และระบบนิเวศของวิสาหกิจประกอบการ
- อธิบายความหมาย ประเภทของวิสาหกิจ และระบบนิเวศของวิสาหกิจประกอบการ
- อธิบายความหมาย ประเภทของวิสาหกิจ และระบบนิเวศของวิสาหกิจประกอบการ

การวัดผลสัมฤทธิ์

ผลสัมฤทธิ์ของการเรียนรู้

- สอบวัดผลสัมฤทธิ์
- สอบวัดผลสัมฤทธิ์

กิจกรรมการเรียนรู้

กิจกรรมการเรียนรู้

- กิจกรรมการเรียนรู้
- กิจกรรมการเรียนรู้
- กิจกรรมการเรียนรู้

เอกสารประกอบ

เอกสารประกอบ

- เอกสารประกอบ
- เอกสารประกอบ
- เอกสารประกอบ

การวัดผลสัมฤทธิ์

ผลสัมฤทธิ์ของการเรียนรู้

- สอบวัดผลสัมฤทธิ์
- สอบวัดผลสัมฤทธิ์

เอกสารประกอบ

เอกสารประกอบ

- เอกสารประกอบ
- เอกสารประกอบ
- เอกสารประกอบ

หน้าแรก > ขั้นที่ 2 ราวกับเริ่มต้น > วงล้อประกอบการ 5.0 (Entrepreneur 5.0)

<https://www.google.com/learn/courses/learn/entrepreneur-50>

- หลังจากทำบทที่ 1 เสร็จแล้วก็มาเรียนต่อไปของรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการ 5.0 เสร็จแล้ว ผู้เรียน ผู้เรียน **คลิกที่ บทที่ 2** **เริ่มเรียน** โดยกดเข้าไปตามลิงก์ที่มีตามลำดับ > อ่านเอกสารบทที่ 2 > แล้วดูคลิปบทที่ 2 > หลังจากนั้นก็แบบทดสอบบทที่ 2

entrepreneuronline-learning.com/17541448/บทที่-2-จุดประกาย-"การคิดแบบเจ้าของกิจการ"-ในการเริ่มต้นธุรกิจ

หน้าหลัก หน้าแรกและวัตถุประสงค์ > บทที่ 1 แนวคิดเบื้องต้น > **บทที่ 2 จุดประกาย** > บทที่ 3 แนวคิดเชิงจิตวิทยา (จิตวิทยา)

หน้าแรก > บทที่ 2 จุดประกาย > 2.1 การคิดเชิงธุรกิจ (NBV/ New Business Venture) > 2.2 การคิดเชิงพัฒนา (NPD/ New Product Development) > 2.3 การคิดเชิงบริการ (NSD/ New Service Development)

บทที่ 2 จุดประกาย "การคิดแบบเจ้าของกิจการ" ในการเริ่มต้นธุรกิจ

เนื้อหา

บทที่ 2 จุดประกาย "การคิดแบบเจ้าของกิจการ" ในการเริ่มต้นธุรกิจ

2.1 การคิดเชิงธุรกิจ (NBV/ New Business Venture)

2.2 การคิดเชิงพัฒนา (NPD/ New Product Development)

2.3 การคิดเชิงบริการ (NSD/ New Service Development)

>บทเรียนบทที่ 2
https://drive.google.com/file/d/1xZGz0DQVTL71j0LXBJ_BlmVYZzWEG0Veev0usp-wbating

>แบบทดสอบที่ 2
<https://drive.google.com/file/d/146L6V7F6CnACTR6Sjgq7VhVZ81Tz8A>

>แบบทดสอบบทที่ 2
<https://forms.gle/VQjE8Frm6cbHh3A>



5. ผู้เรียน คลิกที่ **ขั้นตอนที่ 3** แบบทดสอบหลังเรียน

ประกอบด้วยแบบทดสอบ จำนวน 2 ชุด ได้แก่ 1) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ และ 2) แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ
หลังจากผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนจำนวน 2 ชุด เสร็จแล้ว จึงเข้าสู่ขั้นตอนถัดไป

The screenshot shows a web browser interface for an online learning platform. The address bar displays the URL: entrepreneuronline-learning.com/17541818/ขั้นที่-3-แบบทดสอบวัดความรู้จากขั้นเรียนหลักสูตร. The page content is organized into a grid of assessment items. A yellow arrow points to the 'ขั้นที่ 3 แบบทดสอบวัดความรู้' (Step 3 Knowledge Test) item in the top navigation bar. Two red arrows point to the first two items in the main grid: '1. แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ (แบบประเมินผู้เรียนผู้ประกอบการ)' and '2. แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ (แบบประเมินผู้เรียนผู้ประกอบการ)'. The grid also includes items for 'ขั้นที่ 1' and 'ขั้นที่ 2' of the course, such as '50 การตลาด 5.0 (Marketing 5.0)' and '50 การเงิน 5.0 (Finance 5.0)'. The page title is 'แบบทดสอบวัดความรู้จากขั้นเรียนหลักสูตร'.



ขั้นตอนที่ 3 แบบทดสอบหลังเรียน

1) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ

Post-testแบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ (หลังเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการฯ)

ลงมือทำใช้ Googleเพื่อฝึกทบทวนกับ คู่และผู้ลงเงินเดิม *4*เป็น

ชื่อ-นามสกุล *
ค่าของของจุด

นักศึกษา ชั้นปีที่ *
ค่าของของจุด

คณะ *
ค่าของของจุด

มหาวิทยาลัย *
ค่าของของจุด

2) แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ

Post-testแบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ (หลังเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการฯ)

ลงมือทำใช้ Googleเพื่อฝึกทบทวนกับ คู่และผู้ลงเงินเดิม

ชื่อ-นามสกุล
ค่าของของจุด

นักศึกษา ชั้นปีที่
ค่าของของจุด

คณะ
ค่าของของจุด

มหาวิทยาลัย





- หลังจากผู้เรียน เรียนจนครบทั้ง 3 ชั้นตอนแล้ว
- ข้อมูลของผู้เรียนจากการทำแบบทดสอบต่างๆ ตั้งแต่ขั้นตอนที่ 1-3 ผู้วิจัยจะทำการตรวจคะแนนของผู้เรียนแต่ละคนและเปรียบเทียบกับผลคะแนนก่อนเรียนกับหลังเรียน
- แจ้งคะแนนกลับไปให้ผู้เรียนแต่ละคนทราบผ่านเบอร์มือถือ /ไลน์ ไลน์/อีเมลที่ผู้เรียนแต่ละคนแจ้งไว้
- ผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาก็มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบกรฯ ให้ผู้เรียนแต่ละคน





Thank You



ภาคผนวก ข

เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็น
ผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์

เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

หลักสูตรผู้ประกอบการ **จริงจัง** ทำจริง เรียนได้ทุกที่ ทุกเวลา
www.entrepreneuronline-learning.com



ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เต็มโมพิ

เอกสารนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต

เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
สาขาวิชาอุดมศึกษา ภาควิชานโยบาย การจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หลักสูตรผู้ประกอบการ **รู้จัก ทำจริง เรียนได้ทุกที่ ทุกเวลา**

www.entrepreneuronline-learning.com



หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์
เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
ประกอบด้วย 5 โมดูล ซึ่งผู้เรียนต้องเรียนรายวิชาเรียงตามลำดับดังนี้

- 1 วิชาผู้ประกอบการ 5.0
- 2 วิชาการตลาด 5.0
- 3 วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0
- 4 วิชาการเงิน 5.0
- 5 วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์

เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

หลักการ

ในปัจจุบันนี้บทบาทของการเป็นผู้ประกอบการมีความเกี่ยวข้องกับนิสิตนักศึกษามากขึ้น เนื่องจากสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว กระแส "Startup Business" ในยุค Thailand 4.0 และการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่เริ่มมีความคิดที่ไม่ต้องการงานประจำ แต่ต้องการที่จะมีธุรกิจเป็นของตัวเอง หลังจากจบการศึกษาซึ่งมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ หากแต่ไม่ใช่ว่าทุกคนจะประสบความสำเร็จ ดังนั้น การเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาจึงมีความสำคัญอย่างมาก เพราะนิสิตนักศึกษาที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการใหม่ (Startup) ควรต้องมีความรู้และมีความพร้อมที่เหมาะสมก่อนที่จะเริ่มธุรกิจให้ตนเอง เพื่อจะชวยลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสความสำเร็จในธุรกิจได้มากขึ้น

การเรียนการสอนให้นิสิตนักศึกษาได้เข้าใจการดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริงนั้น จึงจำเป็นต้องให้นิสิตนักศึกษาที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทักษะและความรู้ในการประกอบการสามารถวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจทั้งด้านการตลาด การบริหารปฏิบัติการ และวางแผนธุรกิจและนำไปใช้ได้จริง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความ และเตรียมความพร้อมให้พร้อมที่จะเข้าสู่โลกของการทำงานจริง การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาอยู่ที่ความเชื่อที่ว่า นิสิตนักศึกษาสามารถเป็นผู้ประกอบการได้ และจะช่วยให้ นิสิตนักศึกษาทุกคนมีโอกาสที่จะเรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้อย่างแท้จริง



วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อพัฒนานิสิตนักศึกษา ให้มีความรู้ความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการ
2. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพนิสิตนักศึกษาให้มีทักษะความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการและสามารถประยุกต์ใช้ได้
3. เพื่อสนับสนุนนิสิตนักศึกษาที่มีศักยภาพ ให้มีโอกาสประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ

คุณสมบัติของผู้เข้าเรียน

นักศึกษาปริญญาตรีทุกสาขาชั้นปีที่ 2 ขึ้นไปที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. นิสิตนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทักษะและความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ
2. นิสิตนักศึกษาสามารถนำความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการไปปรับใช้ได้

ชุดวิชาหรือโมดูล (Module)

หลักสูตรผู้ประกอบการด้านการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

คุณสมบัติของผู้เรียน: นิสิตนักศึกษาปริญญาตรีทุกสาขาชั้นปีที่ 2 ขึ้นไปที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ

จำนวนหน่วยกิต: ไม่มี

สถานภาพการศึกษา : วิชาเสริมนอกหลักสูตร

สถานที่เรียน : เรียนผ่านทเรียนออนไลน์

รายวิชาเรียนตามลำดับดังนี้

ชุดวิชาที่ต้องเรียน : ในหลักสูตรประกอบด้วย 5 โมดูล ซึ่งผู้เรียนต้องเรียน

- 1) วิชาผู้ประกอบการ 5.0
- 2) วิชาการตลาด 5.0
- 3) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0
- 4) วิชาการเงิน 5.0
- 5) วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0

ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เต็มโนทัย

อาจารย์ที่ปรึกษา :

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริฉันท์ สกริกุล เตชพาพงษ์
ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร. อัจฉรา จันทร์ฉาย

จำนวนชั่วโมงที่ใช้ : ใช้เวลาเรียนจากบทเรียนบนเว็บไซต์ด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อรายวิชา หรือทั้งหมด 30 ชั่วโมง (ภายใน 4 สัปดาห์) โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองตามสภาพความพร้อมหรืออัตราการการเรียนรู้ของแต่ละคน (Self Placed Learning)



รายละเอียดบทเรียนวิชาหรือโมดูล (Module)

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา



1. ลักษณะของบทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล(Module)


โมดูลหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย 5 วิชา ดังนี้

วิชาผู้ประกอบการ 5.0

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง
- สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ประกอบด้วย คลิปวิดีโอความยาวประมาณ 12 นาทีและบทเรียนมัลติมีเดีย/เอกสารประกอบ
- รายวิชาวิชานี้มีการฝึกปฏิบัติโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

วิชาการตลาด 5.0 (Marketing 5.0)

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง
- สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ประกอบด้วย : คลิปวิดีโอความยาวประมาณ 12 นาทีและบทเรียนมัลติมีเดีย/เอกสารประกอบ



วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 (Operations Management 5.0)

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง
- สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ประกอบด้วย : คลิปวีดีโอความยาวประมาณ 12 นาทีและบทเรียน มัลติมีเดีย/เอกสารประกอบ

วิชาการเงิน 5.0 (Finance 5.0)

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง
- สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ประกอบด้วย : คลิปวีดีโอความยาวประมาณ 12 นาทีและบทเรียนมัลติมีเดีย/เอกสารประกอบ

วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 (Business Plan 5.0)

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง
 - สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ประกอบด้วย : คลิปวีดีโอความยาวประมาณ 12 นาทีและบทเรียนมัลติมีเดีย/เอกสารประกอบ
 - รายวิชาวิชานี้มีการฝึกปฏิบัติเขียนแผนธุรกิจใหม่ (Business Plan for Startup)
- 



2. จุดมุ่งหมาย

เมื่อผ่านการเรียนชุดวิชานี้แล้ว นิสิตนักศึกษาสามารถ

- 2.1 อธิบายความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการได้
- 2.2 ประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการประกอบการอาชีพการเป็นผู้ประกอบการได้

3. ความรู้พื้นฐาน

มีทักษะในการใช้งานคอมพิวเตอร์เบื้องต้น





4. กิจกรรมการเรียนรู้การสอน

- 4.1 เรียนจากบทเรียนผ่านเว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com
- 4.2 ทำกิจกรรมการเรียนรู้ การสอบถามและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้สอนบนเว็บบอร์ด และ chat room
- 4.3 ผู้สอนกำหนดเนื้อหาแบบเป็นบทๆ ให้นิสิตนักศึกษาได้ศึกษาได้จากบทเรียนในคลิปรีดีโอ และสื่อการสอนในรูปแบบของบทเรียนมัลติมีเดียรวมถึงยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับบทเรียนบนเว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com
- 4.4 ผู้สอนกำหนดให้นิสิตนักศึกษาฝึกปฏิบัติทำโมเดลธุรกิจ(Business Model Canvas) ในรายวิชาผู้ประกอบการ 5.0 และแบบจำลองการเรียนรู้แผนธุรกิจใหม่ (Business Plan for Startup) ในรายวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0
- 4.5 นิสิตนักศึกษาเอกสารการสอนเพิ่มเติมตามที่คุณสอนมอบหมายในแต่ละบทเรียน





5. การประเมินผล


5.1 การประเมินผลก่อนเรียน

นิสิตนักศึกษากำแบบทดสอบความรู้พื้นฐานธุรกิจและทัศนคติของการเป็นผู้ประกอบการก่อนเข้าเรียนเพื่อประเมินความรู้พื้นฐานก่อนเข้าเรียน

5.2 การประเมินผลหลังเรียน

นิสิตนักศึกษากำแบบทดสอบความรู้หลังจากเรียนจบในแต่ละบทเรียน ว่าจะต้องแสดงให้เห็นถึงการมีความรู้ ทักษะตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของชุดวิชา มีการประเมินผลและให้คะแนน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60






6. อุปกรณ์การเรียนรู้

นิสิตนักศึกษาจำเป็นต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์หรือมือถือที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ผ่านทางเว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com และ บทเรียนบางบทเป็นคลิบวีดีโอ นิสิตนักศึกษาจะต้องมี Window Media Player ในเครื่องคอมพิวเตอร์และเอกสารประกอบที่ใช้เป็นไฟล์ PDF

7. ระยะเวลาเรียน

เนื้อหาของหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนรู้การสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย 5 รายวิชา ใช้เวลาเรียนจากบทเรียนบนเว็บไซต์ด้วยตนเอง 6 ชั่วโมง ต่อรายวิชา หรือทั้งหมด 30 ชั่วโมง (ภายใน 4 สัปดาห์) โดยนิสิต นักศึกษาสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองตามสภาพความพร้อม หรืออัตราการการเรียนรู้ของแต่ละคน (Self Placed Learning)





บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านเพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

วิชาผู้ประกอบการ 5.0



ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เต็มมีพี



บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

วิชาการตลาด 5.0



ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เต็มมีพี



บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

วิชาการบริหารการปฏิบัติการ



ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เต็มเม็พ



บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

วิชาการเงิน 5.0



ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เด่นมณี



บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0



ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เต็มไม้พี

เริ่มเข้าสู่บทเรียน

หลักสูตรผู้ประกอบการเรียนรู้ผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ประกอบกิจการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา



หลักสูตรผู้ประกอบการ รู้จริง ทำจริง เรียนได้ทุกที่ ทุกเวลา



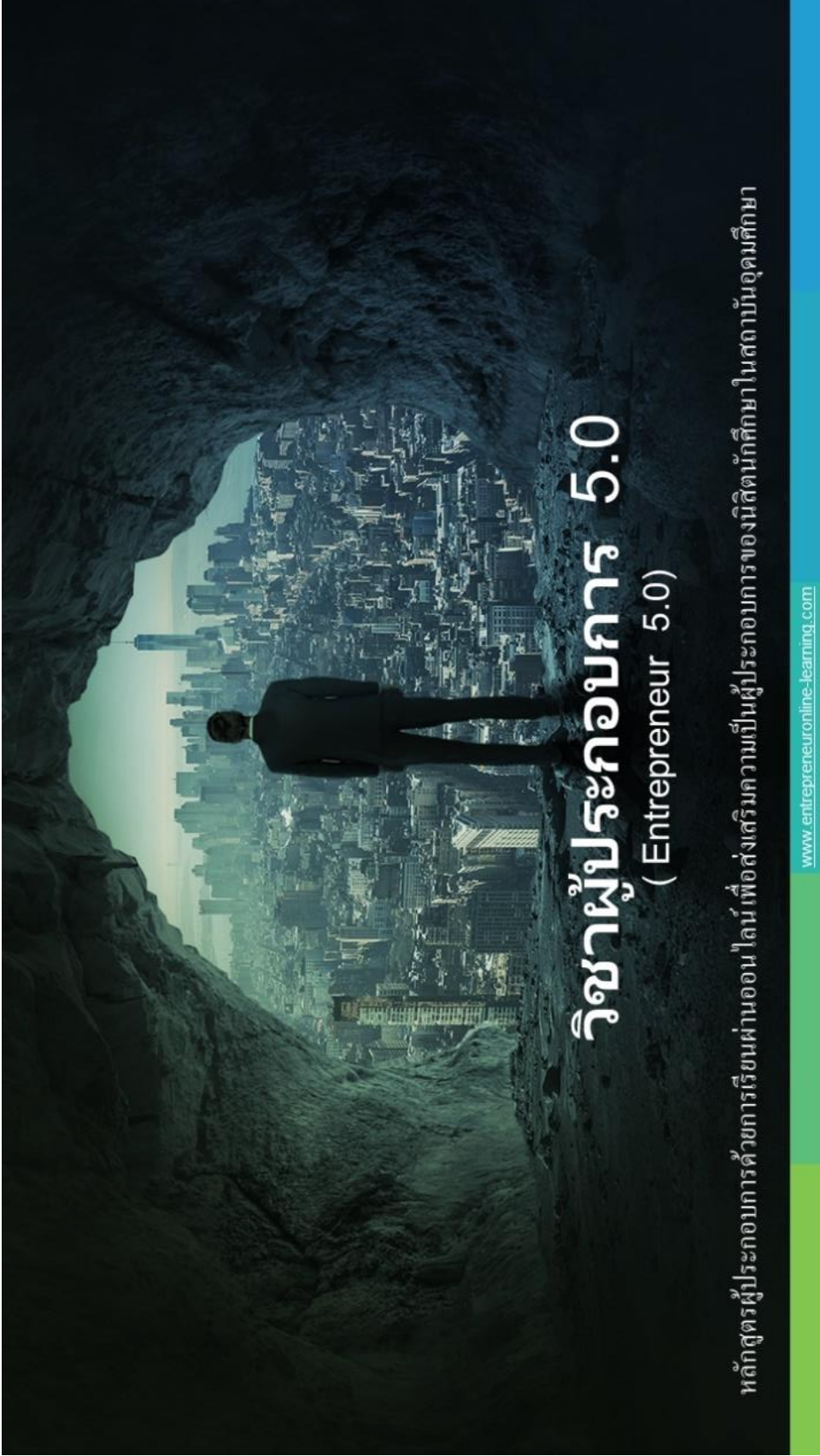
บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

วิชาผู้ประกอบการ 5.0



ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เต็มเม็พื



วิชาผู้ประกอบการ 5.0 (Entrepreneur 5.0)

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

www.entrepreneuronline-learning.com



วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. อธิบายความหมาย ประเภทคุณลักษณะ ทักษะและจรรยาบรรณของการเป็นผู้ประกอบการ
2. ประเมินศักยภาพตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ
3. เปรียบเทียบการพัฒนาธุรกิจใหม่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
4. วิเคราะห์และฝึกปฏิบัติงานตามโมเดลธุรกิจ(Business Model Canvas) ในการเป็นผู้ประกอบการ

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน

บรรยายด้วยคลิบวิดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนรู้การสอน

- คลิบวิดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
- เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด

6 ชั่วโมง ต่อรายวิชา

อาจารย์ประจำวิชา

ดร.วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ CEO บจก. โนเบิลเทเจอร์

ผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เต็มโนทัย

เนื้อหาบทเรียน

1 เรียนรู้สู่การเป็นผู้ประกอบการ 5.0

- 1.1 ความหมายของผู้ประกอบการ 5.0
- 1.2 ประเภทของผู้ประกอบการ ยุค 5.0
- 1.3 คุณลักษณะ ทักษะและจรรยาบรรณของการเป็นผู้ประกอบการ
- 1.4 การประเมินศักยภาพตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ

2 จุดประกาย “การคิดแบบเจ้าของกิจการ” ในการเริ่มต้นธุรกิจ

- 2.1 การพัฒนาธุรกิจใหม่ (NBV :New Business Venture)
- 2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD :New Product Development)
- 2.3 การพัฒนาบริการใหม่ (NSD :New Service Development)

3 เครื่องมือที่ช่วยออกแบบโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

- 3.1 ความหมายของโมเดลธุรกิจ
- 3.2 องค์ประกอบของโมเดลธุรกิจ
- 3.3 ประโยชน์ของโมเดลธุรกิจ
- 3.4 การฝึกปฏิบัติโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)



บทเรียนที่ 1 เรียนรู้สู่การเป็นผู้ประกอบการ 5.0

(Learn to Be an New Entrepreneur 5.0)

www.entrepreneuronline-learning.com



บทเรียนที่ 1 เรียนรู้สู่การเป็นผู้ประกอบการ 5.0

- 1.1 ความหมายของผู้ประกอบการ 5.0
- 1.2 ประเภทของผู้ประกอบการ ยุค 5.0
- 1.3 คุณลักษณะ ทักษะและจรรยาบรรณของการเป็นผู้ประกอบการ
- 1.4 การประเมินศักยภาพตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. บอกความหมายของผู้ประกอบการ 5.0
2. จำแนกประเภทของผู้ประกอบการ ยุค 5.0
3. วิเคราะห์คุณลักษณะ ทักษะและจรรยาบรรณของการเป็นผู้ประกอบการ
4. ประเมินศักยภาพตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ 5.0

ความหมายของผู้ประกอบการ 5.0

- ✓ เจ้าของกิจการที่คิดริเริ่มจัดตั้งธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง
- ✓ มีการวางแผนการค้าดำเนินงานและดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง
- ✓ มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ ปรับเปลี่ยนโอกาสไปสู่ธุรกิจและบริการจัดการธุรกิจ
- ✓ ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาลงจากเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและนวัตกรรม
- ✓ มุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากความคิดสร้างสรรสร้างเสริมมูลค่าของสินค้าและบริการ **โดยมีการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดคล้องกับสังคม 5.0 (Society 5.0) ที่เน้นถึงวิธีการแก้ปัญหาสำหรับชีวิตมนุษย์ที่ดีขึ้น (Solution for better human life)**

- ✓ **ทำไมถึงต้องเป็นผู้ประกอบการ 5.0**
- ✓ สังคมที่มีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง มีความสมดุลของ ความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและการแก้ปัญหาทางสังคม
- ✓ นำระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่สามารถเชื่อมโยงพื้นที่เสมือน (ไฮเบอร์สเปซ) และพื้นที่ทางกายภาพ (พื้นที่จริง) เข้าด้วยกัน
- ✓ ใช้ประโยชน์จากวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI)



สังคมยุค 5.0 (Society 5.0)

- ✓ สิ่งต่างๆ และระบบต่าง ๆ จะเชื่อมต่อกันในโลกเสมือน และ กระบวนการจะนำคุณค่าใหม่ๆ มาสู่อุตสาหกรรมและสังคมในแบบที่ไม่เคยทำได้มาก่อน
- ✓ นำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ 5.0 ที่มีการประยุกต์เทคโนโลยี และนวัตกรรมให้สอดคล้องกับสังคมยุค 5.0 ที่เน้นถึงวิธีการแก้ปัญหาสำหรับชีวิตมนุษย์ที่ดีขึ้น

ตัวอย่างสังคมยุค 5.0 (Society 5.0)

- ✓ สังคม 5.0 กับการเดินทางในอนาคต
- ✓ สังคม 5.0 กับการดูแลสุขภาพและการดูแลผู้ป่วยในอนาคต
- ✓ สังคม 5.0 กับการผลิตในอนาคต
- ✓ สังคม 5.0 กับการเกษตรในอนาคต

ที่มา : ผู้วิจัยประยุกต์เพิ่มเติมจาก Society 5.0: สังคมผู้เป็นแห่งอนาคต

ผู้ประกอบการ 5.0 (Entrepreneur 5.0)

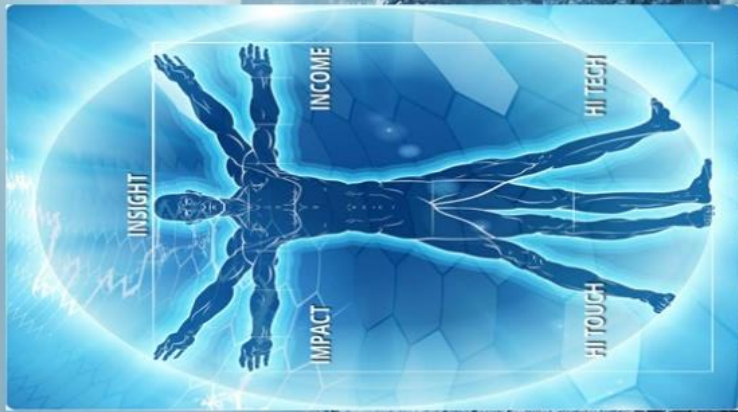
ผู้ประกอบการ 5.0 หมายถึง เจ้าของกิจการที่คิดริเริ่มจัดตั้งธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ ปรับเปลี่ยนโอกาสไปสู่งานและบริหารจัดการธุรกิจ และยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ ตลอดเวลาจากเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและนวัตกรรม มุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ด้วยการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ **โดยมีนวัตกรรมเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดคล้องกับสังคมยุค 5.0 (Society 5.0) ที่เน้นถึงวิธีการแก้ปัญหาสำหรับชีวิตมนุษย์ที่ดีขึ้น (Solution for better human life)**

(ที่มา : ผู้วิจัยประยุกต์เพิ่มเติมจาก Society 5.0 : สังคมญี่ปุ่นแห่งอนาคต)

ทำไมถึงต้องเป็นผู้ประกอบการ 5.0 (Entrepreneur 5.0)

ปี 2562 หัวข้อสำคัญในการประชุมสุดยอด G20 ที่เมืองดาโวส คือ **สังคมยุค 5.0 (Society 5.0)** : สังคมที่เป็นแห่งอนาคตเป็นแนวคิดใหม่ล่าสุดที่นำเสนอโดยรัฐบาลญี่ปุ่นเพื่ออธิบายถึงการปฏิวัติครั้งที่ 5 ที่กำลังจะมาถึงซึ่งเริ่มขึ้นในปี 2563 กล่าวคือ วิสัยทัศน์สังคม 5.0 ของญี่ปุ่นหมายถึงสังคมที่มีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง เป็นสังคมที่มีความสมดุลของความรู้ทางเศรษฐกิจและการแก้ปัญหาทางสังคมผ่านการนำระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่สามารถเชื่อมโยงพื้นที่เสมือน (ไซเบอร์สเปซ) และพื้นที่ทางกายภาพ (พื้นที่จริง) เข้าด้วยกัน และใช้ประโยชน์จากการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งทำให้สามารถบริหารจัดการเรื่องต่างๆ ในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

แหล่งที่มา : <https://www.thailandff.org/post/society-5-0>



สังคม 5.0 นำเสนอแผนพัฒนาเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ฉบับที่ 5 ในฐานะสังคมในอนาคตที่ผู้คนควรให้ความสำคัญ ที่ผ่านมา ในสังคมข้อมูลสารสนเทศ (Society 4.0) ผู้คนเห็นว่าเพียงแค่การแบ่งปันความรู้และข้อมูลนั้นยังไม่เพียงพอ อีกทั้งความร่วมมือระหว่างกันของคนและองค์กรยังเกิดขึ้นได้ยาก ช่องจำกัดที่สำคัญคือ ปริมาณข้อมูลจำนวนมากที่ล้นเกิน การวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้เป็นเวลานาน นอกจากรณี การทำงานถูกจำกัดจากอายุของคนผู้สูงขึ้น ระดับความสามารถที่มีแตกต่างกัน ความท้าทายในภาพรวมของญี่ปุ่น คือ อัตราการเกิดลดลง การเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุ และการลดลงของประชากร

สังคม 5.0 เกิดขึ้นได้จากเทคโนโลยีปัจจุบันที่เอื้อให้เกิดการเชื่อมกันระหว่างพื้นที่เสมือนกับพื้นที่ทางกายภาพหรือพื้นที่จริง ในสังคมข้อมูลสารสนเทศที่ผ่านมา (Society 4.0) ผู้คนจะเข้าถึงข้อมูลผ่านบริการคลาวด์และฐานข้อมูลในโลกเสมือน ผ่านการเชื่อมต่อทางอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถสืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตนได้ ส่วนในสังคม 5.0 ข้อมูลต่างๆ จากพื้นที่ทางกายภาพจำนวนมากจะถูกสะสมในโลกเสมือน โดยในโลกเสมือนนั้น ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) จะได้รับการวิเคราะห์โดยมีระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI)

ในสังคมข้อมูลที่ผ่านมา การจับคู่ตัวไป คือ การรวบรวมข้อมูลผ่านทางเครือข่ายและทำการวิเคราะห์โดยมนุษย์ แต่ในสังคม 5.0 คน สิ่งต่างๆ และระบบต่างๆ จะเชื่อมต่อกันในโลกเสมือน และผลลัพธ์ที่ดีที่สุดจากปัญญาประดิษฐ์จะส่งมอบกลับสู่โลกจริง กระบวนการนี้จะนำคุณค่าใหม่ๆ มาสู่อุตสาหกรรมและส่งคืนในแบบที่ไม่เคยทำได้มาก่อน

แหล่งที่มา : <https://www.thailandff.org/post/society-5-0>

ตัวอย่างสังคมยุค 5.0 (Society 5.0)

01

สังคม 5.0 กับการเดินทางในอนาคต

- ✓ มีการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อใช้ประโยชน์สำหรับเดินทาง
- ✓ ใช้ข้อมูลที่ได้รับจากรถยนต์ อากาศยานใหม่เกี่ยวกับสภาพอากาศการจราจรที่พิกอาหารและเครื่องดื่ม และประวัติส่วนตัว
- ✓ ทำให้การเดินทางขึ้นมาก เช่น ท่องเที่ยวจะง่ายดายขึ้นมาก เช่น ทำให้เส้นทางการท่องเที่ยวตรงกับความต้องการส่วนบุคคล

02

สังคม 5.0 กับการดูแลสุขภาพ/ผู้ป่วยในอนาคต

- ✓ วิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อดูแลสุขภาพและผู้ป่วย
- ✓ โดยข้อมูลครอบครัวในเวลารับ ข้อมูลทาง การแพทย์ ข้อมูลทาง รักษา การติดตามสิ่งแวดล้อม สิ่ง ทำให้สามารถตรวจสุขภาพแบบเรียลไทม์

03

สังคม 5.0 กับการผลิตในอนาคต

- ✓ วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค ข้อมูลสินค้า และคลังของผู้จัดจำหน่าย
- ✓ ระบบเรียลไทม์ด้วยระบบปัญญาประดิษฐ์ สามารถวางแผนการผลิตที่ยืดหยุ่นและจัดการสินค้าคงคลังเพื่อตอบสนองความต้องการในปัจจุบัน

04

สังคม 5.0 กับการเกษตรในอนาคต

- ✓ วิเคราะห์ข้อมูลทางอุตุนิยมวิทยา ข้อมูลการเจริญเติบโตของพืชสภาพตลาด แนวโน้มความต้องการอาหารแบบเรียลไทม์ด้วยระบบปัญญาประดิษฐ์จากการเชื่อมโยงระบบผ่าน Internet of Things (IoT)

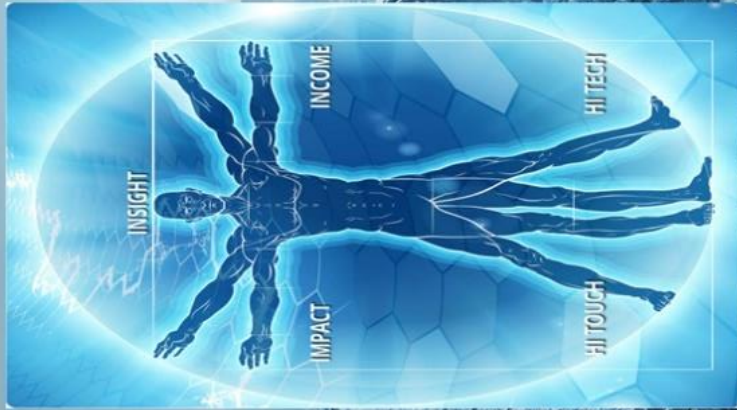
ตัวอย่างสังคมยุค 5.0 (Society 5.0)

สังคม 5.0 กับการเดินทางในอนาคต

ในสังคม 5.0 จะมีการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อใช้ประโยชน์สำหรับเดินทาง โดยผู้ใช้ข้อมูลที่ได้รับจากรถยนต์ ข้อมูลเรียลไทม์เกี่ยวกับสภาพอากาศการจราจร ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม และประวัติส่วนตัว ทำให้การเดินทางและการท่องเที่ยวจะง่ายดายขึ้นมาก เช่น ทำให้เส้นทางการท่องเที่ยวตรงกับความต้องการส่วนบุคคล และเสนอแผนการเดินทางที่ดีที่สุดจากการพิจารณาจากสภาพอากาศและความแออัด การเดินทางจะเป็นไปได้อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย โดยไม่เกิดความแออัดและลดอุบัติเหตุผ่านรถยนต์ที่ขับเคลื่อนตัวเอง นอกจากนี้ การเดินทางจะสิ้นเปลืองพลังงานจากแบตเตอรี่ที่ชาร์จกับการขนส่งสาธารณะ ผู้สูงอายุและผู้พิการทางร่างกายก็สามารถเดินทางด้วยตัวเองผ่านการใช้เก้าอี้ล้อเลื่อนอัตโนมัติ

สังคม 5.0 กับการดูแลสุขภาพและการดูแลสุขภาพผู้ป่วยในอนาคต

สังคม 5.0 จะเปิดโอกาสให้เราวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อดูแลสุขภาพและผู้ป่วย โดยข้อมูลครอบคลุมข้อมูลทางสรีรวิทยา ในเวลาจริง ข้อมูลทางการแพทย์ ข้อมูลการศึกษา การติดตามและข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม จึงทำให้สามารถตรวจสุขภาพแบบเรียลไทม์ ทำให้สุขภาพที่ดีและตรวจหาความเจ็บป่วยได้สะดวก ผู้ป่วยสามารถใช้ชีวิตที่สะดวกสบายด้วยตัวเอง สามารถใช้หุ่นยนต์เพื่อลดภาระการดูแลสุขภาพและการแพทย์ ผู้ป่วยสามารถใช้บริการรักษาที่ดีที่สุดโดยการแบ่งปันข้อมูลด้านสรีรวิทยาและข้อมูลทางการแพทย์ สังคม 5.0 จึงช่วยลดต้นทุนทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ การดูแลและแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงานในสถานบริการด้านสุขภาพ



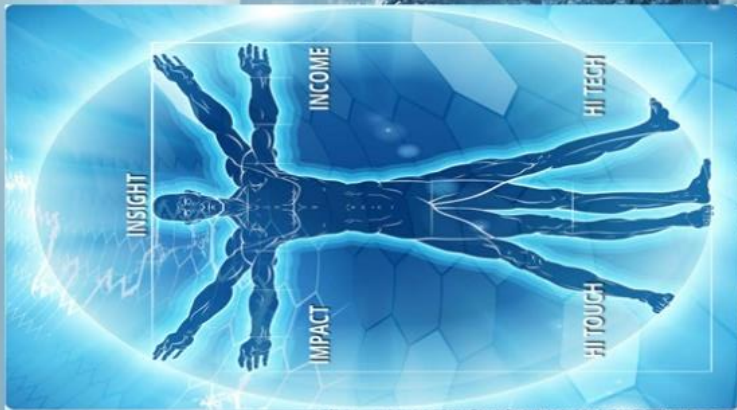
แหล่งที่มา : <https://www.thailandff.org/post/society-5-0>

สังคม 5.0 กับการผลิตในอนาคต

ช่วยให้เกิดการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค ข้อมูลสินค้าคงคลังของผู้จำหน่ายและข้อมูลการจัดส่งสินค้าแบบเรียลไทม์โดยระบบปัญญาประดิษฐ์ ทำให้สามารถวางแผนการผลิตที่ยืดหยุ่นและจัดการสินค้าคงคลังเพื่อตอบสนองความต้องการในปัจจุบันด้วยกระบวนการเชื่อมโยงกับซัพพลายเออร์ในอุตสาหกรรม สามารถใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และหุ่นยนต์เพื่อประสานงานเพื่อให้เกิดการผลิตที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นประหยัดแรงงาน ทำให้ให้การกระจายสินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยสามารถขนส่งสินค้าข้ามอุตสาหกรรมร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และช่วยให้ลูกค้าและผู้บริโภคสามารถรับสินค้าราคาถูกลงได้อย่างรวดเร็วจากจัดส่งตามความต้องการ เป็นความหวังเพื่อเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น รวมถึงการตอบสนองต่อยุคดิจิทัล การลดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน การตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย รวมถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าและกระตุ้นการบริโภค

สังคม 5.0 กับการเกษตรในอนาคต

การวิเคราะห์ข้อมูลทางอุตุนิยมวิทยา ข้อมูลการเจริญเติบโตของพืช สภาพตลาด แนวโน้มความต้องการอาหารแบบเรียลไทม์โดยระบบปัญญาประดิษฐ์จากเครื่องระบบผ่าน Internet of Things (IoT) จะช่วยให้เกิดการทำการฟาร์มแบบอัจฉริยะที่สามารถประหยัดแรงงานและมีประสิทธิภาพสูงด้านการทำางานโดยอัตโนมัติ ในฟาร์ม ช่วยประหยัดแรงงานผ่านการใช้หุ่นยนต์ เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการน้ำตามการคาดการณ์สภาพอากาศ ข้อมูลแนะนำ สามารถจัดทำแผนการทำเกษตรด้วยการกำหนดผลผลิตพืชที่เหมาะสมกับการ เพิ่มประสิทธิภาพ การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานร่วมกับเกษตรกรคาดการณ์สภาพอากาศ การแบ่งปันประสบการณ์และความรู้และการขยายฐานลูกค้า ทำให้เกษตรกรสามารถผลิตสินค้าเกษตรได้ตามความต้องการของตลาดและส่งผลผลิตในฟาร์มให้กับผู้บริโภคเมื่อพวกเขาต้องการโดยยานพาหนะขับเคลื่อนอัตโนมัติ การแก้ปัญหาเหล่านี้จะช่วยเพิ่มการผลิตอาหารและสร้างเสถียรภาพของอุปทาน แก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานในพื้นที่การเกษตร ลดเศษเหลือจากอาหารและกระตุ้นการบริโภค



แหล่งที่มา : <https://www.thailandff.org/post/society-5-0>

ประเภทของผู้ประกอบการ (แบ่งตามประเภทของธุรกิจ)

| | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม</p> | <p>Industrial Entrepreneur</p> | <p>-เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ใช้ทรัพยากรที่มีผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค</p> | <p>ผู้ประกอบการค้า</p> | <p>Trading Entrepreneur</p> | <p>-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้าจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่งเป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค</p> | <p>ผู้ประกอบการเกษตร</p> | <p>Agricultural Entrepreneur</p> | <p>-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก จนถึงปลายน้ำ</p> | <p>ผู้ประกอบการธุรกิจ</p> | <p>Business Entrepreneur</p> | <p>-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง</p> | <p>ผู้ประกอบการในองค์กร</p> | <p>Corporate Entrepreneur</p> | <p>-ใช้ทักษะความคิดสร้างสรรค์ในการบริหารจัดการในองค์กรที่ตนเองบริหารงานอยู่</p> |
| | <p>หงษ์ไข่ ลูกชิ้นปลา</p> <p>-หงษ์ไข่ ลูกชิ้นปลา ผลิตจากเนื้อปลาทะเล คัดพิเศษ ไม่มีแป้งผสม ด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปี รับประกัน อร่อย เย็น เทียนนุ่ม ไม่คาว ได้คุณประโยชน์จากปลาทะเล</p> | | <p>เอบี โกลบอล ซัพพลาย</p> <p>-เปิดหน้าร้าน 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนครราชสีมาและจังหวัดใกล้เคียง</p> <p>-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ</p> | | <p>เมลอน คาเฟ่ แอนต์ เจลฟาร์ม</p> <p>-ปลูกเมล่อนน้ำ และแปลงผักออกแกล็นต์ให้ลูกค้าชิมมากมาย</p> <p>-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ</p> <p>-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก</p> | | <p>พิซซ่าไทย (Pizza Thai)</p> <p>-จากการสังเกตผู้บริโภคชาวไทย ตลาดคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเชียงใหม่และประเทศในต่างประเทศ</p> <p>-อาหารในต่างประเทศ อันดับ 1 ของไทย</p> | | <p>William L. McKnight</p> <p>-จากพนักงานตำแหน่งผู้ช่วย เหมินนัมยู่ซี วัย 20 ปี ต่อมาอีก 40 ปี ที่ได้ก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งประธานคณะกรรมการบริหารของ 3M</p> | | | | | |

แหล่งที่มา : ศิวิชัย

สรุปคุณลักษณะและทักษะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ประสบความสำเร็จ

ด้านคุณลักษณะ
(Attributes)

15A



1. ต้องการรู้ความสำเร็จ
2. มีลักษณะนิสัยชอบเสี่ยง
3. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ หรือมีจินตนาการที่ไม่เหมือนคนอื่น
4. ความพยายาม ไม่ย่อท้อ กล้าเผชิญกับอุปสรรค
5. เชื่อมั่นในตนเอง
6. กล้าเปลี่ยนแปลงสิ่งที่เป็น โอกาส
7. อดทนต่อความไม่แน่นอน
8. มีความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้า
9. กล้าตัดสินใจ
10. ความเป็นผู้นำ
11. ความรักในสิ่งที่ทำ
12. แสวงหาโอกาส
13. รับมือความเสี่ยงอย่างเหมาะสม
14. พัฒนาตนเองจากการทำงานและประสบการณ์
15. เชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเรา เกิดจากการ

ด้านทักษะ
(Skills)

15S



1. ความสามารถในการจัดการเงิน
2. ความสามารถในการสร้างแบรนด์ของตัวเอง
3. ความสามารถในการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร
4. ความสามารถในการขาย
5. ความสามารถในการใช้การตลาดขั้นพื้นฐาน
6. ความสามารถด้านการผลิตสินค้าหรือบริการ
7. ความสามารถในการสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพ
8. ความสามารถในการจัดการกับความล้มเหลว
9. ความสามารถในการสร้างเครือข่ายธุรกิจ
10. ความรู้ทางด้านกฎหมาย
11. การเขียนแผนธุรกิจและการ Pitching
12. การวางกลยุทธ์องค์กรและการมีวิสัยทัศน์ที่ดี
13. การปรับตัวและความยืดหยุ่น
14. การปรับตัวกับเทคโนโลยีของตัวเองให้เป็นบวกอยู่เสมอ
15. เชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเรา เกิดจากการ

แหล่งที่มา : ผู้วิจัย

จรรยาบรรณผู้ประกอบการรุ่นใหม่ 6 ประการ



1.4 การประเมินศักยภาพตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ

- > แบบทดสอบการประเมินตนเองก่อนการเริ่มต้นธุรกิจชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางการพร้อมในการเป็นเจ้าของธุรกิจหรือไม่ ทั้งนี้คนที่ได้จากแบบทดสอบไม่ใช่ เครื่องบ่งชี้ว่าท่านควรหรือไม่ควรที่จะประกอบธุรกิจ
- > แบบทดสอบจะประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 40 ข้อ ซึ่งแต่ละคำถามจะประกอบไปด้วยตัวเลือก 5 ข้อ โดยคำถามในแบบทดสอบนี้ ไม่มีตัวเลือกที่ถูกหรือผิด ดังนั้นขอให้ท่านตอบคำถามให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด และตอบคำถามทุกข้อเหมือนเป็นคำถามข้อใหม่
- > การตอบคำถาม หากท่านเห็นด้วยกับคำถาม ให้เลือกตอบในแนวทางขวามือ (ใช่) และหากท่านไม่เห็นด้วยกับคำถาม ให้เลือกตอบในแนวทางซ้ายมือ (ไม่ใช่)

แบบประเมินศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการ

คลิกที่ลิงค์ <http://mis.rmutt.ac.th/sme/Headings/BusinessTest.htm>

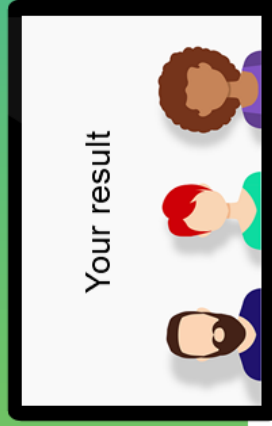
ที่มา: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

หมายเหตุ : หลังจากทำแบบประเมินเสร็จก็แนบมาในเสร็จ ให้ส่งคะแนนที่ได้จากการทำแบบประเมิน พร้อมทั้งกรณคดีที่ได้รับ มาที่ pornprasit_tsh@hotmail.com

แบบประเมินศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการ

คลิกที่ลิงก์ <http://mis.rmutt.ac.th/sme/Headings/BusinessTest.htm>

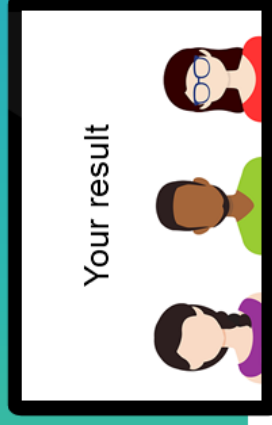
หมายเหตุ : หลังจากทำแบบประเมินคนถึงขั้นที่แนะนำมาแล้วก็ให้ส่งคะแนนที่ได้จากการทำแบบประเมิน พร้อมทั้งเกรดที่ได้รับ มาที่ pornprasit_tsh@hotmail.com



High

เกณฑ์การประเมิน

เกรด A = คุณมีความพร้อมสูงที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ
เกรด B = คุณค่อนข้างมีความพร้อมที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ



Low

เกณฑ์การประเมิน

เกรด C = คุณมีความพร้อมที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจค่อนข้างน้อย
เกรด D = คุณไม่มีความพร้อมที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ

ที่มา: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

คลังประกอบการเรียนการสอนเพิ่มเติม

> วิดีโอเคเบิลธุรกิจใหม่ | SPACE by Chulalongkorn Business School <https://www.youtube.com/watch?v=xhq7bvHuu2M>
เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม(Online) แหล่งที่มา :<http://mis.rmutt.ac.th/sme/Headings/BusinessTest.htm> (3 มกราคม 2563)
- คุณสมบัติ 10 ประการของผู้ประกอบการที่ดี แหล่งที่มา : <http://www.brightbbc.com/readercorner/leader.html> (3 มกราคม 2563)
- ผู้ประกอบการที่ดีต้องมี 10 ข้อนี้ แหล่งที่มา : <https://cheechongruay.smartme.co.th/content/8263> (3 มกราคม 2563)
- จรรยาบรรณของผู้ประกอบการ (2563:Online) แหล่งที่มา : <https://www.gotoknow.org/posts/494333> (3 มกราคม 2563)
- สมศักดิ์ ดำรงสุนทรชัย.(2545:Online) 3M Culture 100 ปีแห่งนวัตกรรม, นิตยสารผู้จัดการ ธันวาคม 2545, (3 มกราคม 2563)
- แหล่งที่มา:<http://info.gotomanager.com/news/details.aspx?id=4149> (3 มกราคม 2563)
- 4 ทักษะที่ผู้ประกอบการ Startup & SME ต้องมี แหล่งที่มา : <https://www.finnomena.com/fundtalk/4-skill-for-startup-sme/> (3 มกราคม 2563)
- 9 ทักษะที่จำเป็นสำหรับ “ผู้ประกอบการ” ที่อยากประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมี แหล่งที่มา : <https://www.scholarship.in.th/9-skills-business-owner/> (3 มกราคม 2563)
- 10 ทักษะจำเป็นต้องมี ถ้าอยากได้ดีในการเป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัว แหล่งที่มา : <https://www.blueoclock.com/the-10-skills-required-to-succeed-as-an-entrepreneur/> (3 มกราคม 2563)
- 10 ลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ – 2020 แหล่งที่มา : <https://tai.talkingofmoney.com/10-characteristics-of-successful-entrepreneurs>
- 10 คุณสมบัติจำเป็นของผู้ประกอบการใหม่ แหล่งที่มา : <https://www.na-vigator.com/Article/Detail/51595> (3 มกราคม 2563)
- Society 5.0: สังคมญี่ปุ่นแห่งอนาคต แหล่งที่มา : <https://www.thailandff.org/post/society-5-0> (3 มกราคม 2563)
- 5.0 [Online]. 2012 Available From <https://entrepreneur5.geniusu.com/freetraining/> (3 มกราคม 2563)
- Hitesh Bhasin.(2019:Online) .Characteristics and Types of Entrepreneurs based on Classification, Available from : <https://www.marketing91.com/types-of-entrepreneur/> (3 มกราคม 2563)

เครดิต free powerpoint templates

<https://www.free-powerpoint-templates-design.com/free-powerpoint-templates-design/>



บทเรียนที่ 2. จุดประกาย “การคิดแบบเจ้าของกิจการ” ในการเริ่มต้นธุรกิจ

(Learn to Be an New Entrepreneur 5.0)

www.entrepreneuronline-learning.com

บทเรียนที่ 2 จุดประกาย “การคิดแบบเจ้าของกิจการ” ในการเริ่มต้นธุรกิจ

- 2.1 การพัฒนาธุรกิจใหม่ (NBV :New Business Venture)
- 2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD :New Product Development)
- 2.3 การพัฒนาบริการใหม่ (NSD :New Service Development)

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. สามารถอธิบายความหมายและองค์ประกอบของการพัฒนาธุรกิจใหม่
2. สามารถอธิบายความหมายและองค์ประกอบของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่



2.1 การพัฒนาธุรกิจใหม่ (NBV :New Business Venture)

การพัฒนาธุรกิจใหม่ (NBV :New Business Venture) หมายถึง การจัดตั้งธุรกิจใหม่ การลงมือประกอบธุรกิจ และการพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโตผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความรู้ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบขององค์กรธุรกิจ

ผู้ประกอบการสามารถกระทำได้หลายวิธีการขึ้นอยู่กับลักษณะของการดำเนินงานของแต่ละธุรกิจและความเหมาะสมสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลักได้แก่

1.1 บุคคลธรรมดา

- 1.1.1 กิจการเจ้าของคนเดียว
- 1.1.2 ห้างหุ้นส่วนสามัญ(ผสม)

1.2 เป็นนิติบุคคล

- 1.2.1 ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล(หสน)
- 1.2.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด(หจก)
- 1.2.3 บริษัทจำกัด
- 1.2.4 บริษัทมหาชนจำกัด

2. รูปแบบวิธีการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบการสามารถกระทำได้หลายวิธีการขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจผู้ประกอบการ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และเงินทุนที่มีอยู่ ซึ่งรูปแบบวิธีการเริ่มต้นประกอบธุรกิจที่เหมาะสมสามารถแบ่งออกเป็น 3 วิธีการ

- 2.1 ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่ (Start Up)
- 2.2 ธุรกิจที่ซื้อต่อมาจากผู้อื่น (Buyout/Take Over)
- 2.3 ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้า (Franchise)

1.1 บุคคลธรรมดา

1.1.1 กิจการเจ้าของคนเดียว เป็นการดำเนินกิจการที่บุคคลเพียงคนเดียว เป็นเจ้าของลงทุน ประกอบกิจการเพื่อแสวงหาผลกำไร และรับผิดชอบต่อการดำเนินงานแต่เพียงผู้เดียว ถ้าเป็นกิจกรรมขนาดเล็ก ผู้ประกอบการลักษณะนี้เรียกว่า เจ้าของ แต่ในกรณีที่กิจการมีขนาดใหญ่ มักเรียกว่า ผู้จัดการ โดยทั่วไปแล้ว การประกอบการแบบนี้ อาจมีป้ายหรือยี่ห้อ โดยอาศัยชื่อเจ้าของร้าน

-กิจการที่มีบุคคลคนเดียวเป็นผู้ลงทุนและเจ้าของกิจการ

-เมื่อกิจการมีผลกำไรหรือขาดทุน เจ้าของกิจการจะเป็นผู้รับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

1.1.2 ห้างหุ้นส่วนสามัญ(ทสม) เป็นกิจการที่มีบุคคล ตั้งแต่สองคนขึ้นไปเป็นเจ้าของโดยตกลงร่วมทุนกันลงทุนเป็นเงินสด สิ้นทรัพย์อื่นหรือแรงงานก็ได้ ผู้เป็นหุ้นส่วนจะตกลงทำสัญญาจัดตั้งห้างหุ้นส่วนสัญญานี้อาจทำด้วยวาจาหรือเป็นลายลักษณ์อักษรก็ได้

-เป็นห้างหุ้นส่วนประเภทที่ บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงทำการค้าร่วมกันเพื่อแสวงหากำไร และมุ่งหวังที่จะแบ่งผลกำไรจากการดำเนินกิจการนั้น

-ผู้เป็นหุ้นส่วนสามารถถือหุ้นด้วย เงิน ทรัพย์สิน หรือแรงงานก็ได้

-ทุกคนจะต้องรับผิดชอบในหนี้สินของห้างหุ้นส่วนอย่างไม่จำกัด

1.2 เป็นนิติบุคคล

1.2.1 ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล(หสน)

- เป็นห้างหุ้นส่วนประเภทที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงทำการค้าร่วมกัน เพื่อแสวงหากำไร และมุ่งหวังที่จะแบ่งผลกำไรจากการดำเนินงานนั้น
- เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญที่ได้จดทะเบียนจัดตั้งกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า มีสภาพเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย
- เมื่อจดทะเบียนแล้วจะได้รับ "เลขทะเบียนนิติบุคคล" 13 หลัก ซึ่งใช้เป็นเลขประจำตัวผู้เสียภาษีในการยื่นแบบภาษีเงิน ได้นิติบุคคล
- การฟ้องร้อง ต้องฟ้องทั้งก่อน หากทรัพย์สินไม่พอจึงฟ้องหุ้นส่วน

1.2.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด(หจก)

ห้างจะต้องมีหุ้นส่วน 2 ประเภท ได้แก่

- 1) หุ้นส่วนประเภทที่จำกัดความรับผิดชอบ (Limited Partner) มีคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ รับผิดชอบจำกัดไม่เกินจำนวนเงินที่ตกลงจะนำมาลงทุน แต่ไม่มอำนาจจัดการหุ้นส่วน และสามารถโอนให้ผู้อื่นได้ง่าย
- 2) หุ้นส่วนประเภทไม่จำกัดความรับผิดชอบ (General Partner) เป็นส่วนที่รับผิดชอบในหนี้สินของห้างฯ โดยไม่จำกัดจำนวน ดังนั้น หุ้นส่วนประเภทนี้จึงมีสิทธิ์ในการเป็นผู้จัดการของห้างหุ้นส่วน

1.2.3 บริษัทจำกัด

- เป็นกิจการที่มีผู้ร่วมก่อการตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป จัดตั้งเป็นประเภทนิติบุคคล
- มีการแบ่งทุนออกเป็นหุ้นมูลค่าหุ้นละเท่า ๆ กัน แต่ละคนอาจมีจำนวนหุ้นไม่เท่ากันก็ได้ ผู้ถือหุ้นแต่ละคนจะมีส่วนแบ่งกำไรของบริษัทตามสัดส่วนหุ้นที่ตนเองถืออยู่
- ผู้ถือหุ้นทุกคนจะรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังชำระ ไม่ครบมูลค่าหุ้นที่ตนถือเท่านั้น
- คณะกรรมการบริษัทไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท แต่อาจเป็นบุคคลภายนอกที่เป็นมืออาชีพก็ได้

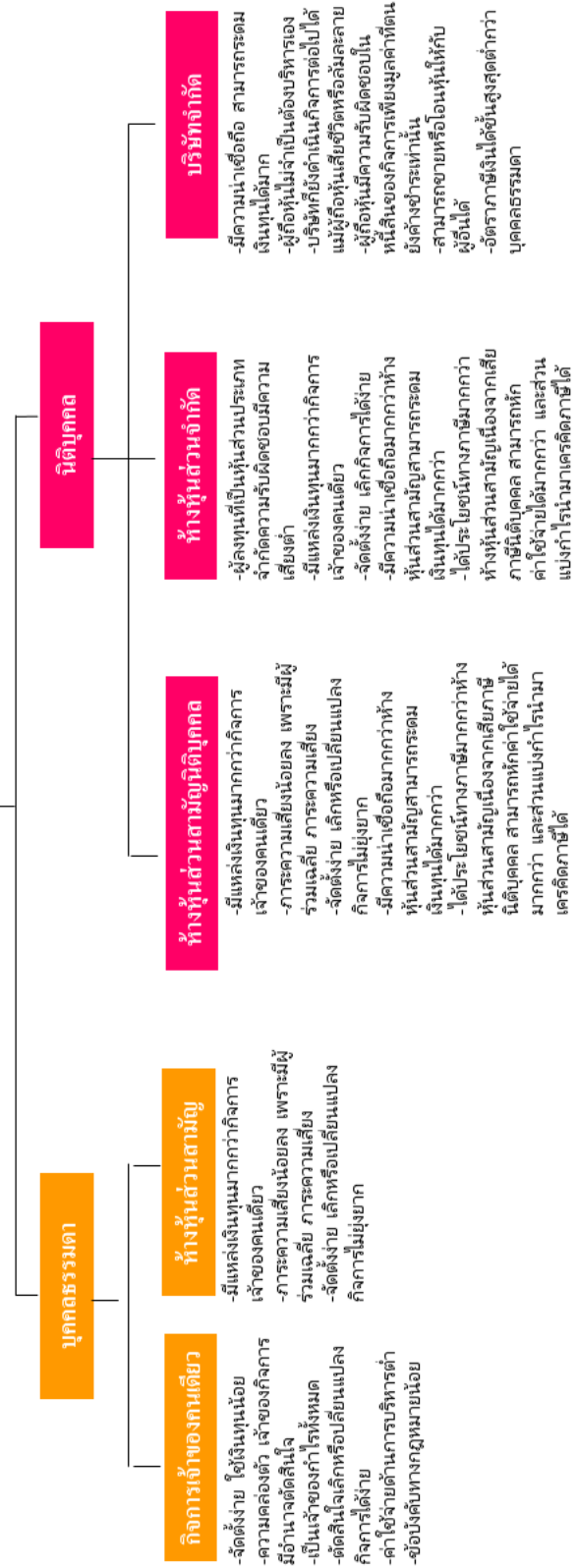
เปรียบเทียบรูปแบบขององค์กรธุรกิจ

| รายละเอียด | เจ้าของคนเดียว | ห้างหุ้นส่วนสามัญ | ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล | ห้างหุ้นส่วนจำกัด | บริษัท |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| จำนวนผู้เริ่มก่อตั้ง | 1 คน | 2 คนขึ้นไป | 2 คนขึ้นไป | 2 คนขึ้นไป (มีหุ้นส่วน 2 ประเภท จำกัด และไม่จำกัด) | 3 คนขึ้นไป |
| ผู้บริหารงาน | เจ้าของ | หุ้นส่วนทั้งหมด | หุ้นส่วนผู้จัดการ | หุ้นส่วนผู้จัดการ | กรรมการ |
| ผลกำไรขาดทุน | ไม่ต้องแบ่งใคร | แบ่งกัน ระหว่างหุ้นส่วน | แบ่งกัน ระหว่างหุ้นส่วน | แบ่งกัน ระหว่างหุ้นส่วน | จ่ายเป็นเงินเป็นผล ตามจำนวนหุ้นที่ถือ |
| ความรับผิดชอบต่อ หนี้สินของกิจการ | เจ้าของ รับผิดชอบ ไม่จำกัดจำนวน | หุ้นส่วนแต่ละคน รับผิดชอบ ไม่จำกัดจำนวน | หุ้นส่วนแต่ละคน รับผิดชอบไม่จำกัด จำนวน | จำกัดเฉพาะ หุ้นส่วนที่จำกัด ความรับผิดชอบ | ผู้ถือหุ้นทุกคน รับผิดชอบจำกัด |
| การจดทะเบียน | จดทะเบียน พาณิชย์ (ถ้าเข้าขาย พรม. ทะเบียนพาณิชย์) | จดทะเบียน พาณิชย์ (ถ้าเข้าขาย พรม. ทะเบียนพาณิชย์) | จดทะเบียนจัดตั้ง ห้างหุ้นส่วน | จดทะเบียนจัดตั้ง ห้างหุ้นส่วน | จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท |
| ภาระหน้าที่ เกี่ยวกับบัญชี | บางกิจการ ต้องทำรายงาน รายรับ รายจ่าย | บางกิจการ ต้องทำรายงาน รายรับ รายจ่าย | ทำบัญชี ส่งงบการเงิน เก็บรักษามบัญชี | ทำบัญชี ส่งงบการเงิน เก็บรักษามบัญชี | ทำบัญชี ส่งงบการเงิน ทำสมุดทะเบียนหุ้น จัดประชุมสามัญและ วิสามัญผู้ถือหุ้น |
| ผู้ทำบัญชี(คนสมมติ ตาม พรม.การบัญชี) | ไม่จำเป็นต้องมี | ไม่จำเป็นต้องมี | ต้องมี | ต้องมี | ต้องมี |
| ผู้ตรวจสอบบัญชี | ไม่จำเป็นต้องมี | ไม่จำเป็นต้องมี | ต้องมี | ต้องมี | ต้องมี |
| การเสียภาษี | ภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา (ภงด.90,94) | ภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา (ภงด.90,94) | ภาษีเงินได้บุคคล (ภงด.50,51) | ภาษีเงินได้บุคคล (ภงด.50,51) | ภาษีเงินได้บุคคล (ภงด.50,51) |
| ความน่าเชื่อถือ ต่อบุคคลภายนอก | น้อย | ปานกลาง | ค่อนข้างมาก | ค่อนข้างมาก | มาก |

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากรูปแบบขององค์กรธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ข้อดี

รูปแบบขององค์กร



กิจการเจ้าของคนเดียว

- จัดตั้งง่าย ใช้เงินลงทุนน้อย
- ความคล่องตัว เจ้าของกิจการมีอำนาจตัดสินใจ
- เป็นเจ้าของกำไรทั้งหมด
- ตัดสินใจเลิกหรือเปลี่ยนแปลงกิจการได้ง่าย
- ค่าใช้จ่ายด้านการบริหารต่ำ
- ข้อบังคับทางกฎหมายน้อย

ห้างหุ้นส่วนสามัญ

- มีแหล่งเงินทุนมากกว่ากิจการเจ้าของคนเดียว
- ภาระความเสี่ยงน้อยลง เพราะมีผู้ร่วมเฉลี่ย ภาระความเสี่ยง
- จัดตั้งง่าย เลิกหรือเปลี่ยนแปลงกิจการไม่ยุ่งยาก

ห้างหุ้นส่วนตามสัญญานิติบุคคล

- มีแหล่งเงินทุนมากกว่ากิจการเจ้าของคนเดียว
- ภาระความเสี่ยงน้อยลง เพราะมีผู้ร่วมเฉลี่ย ภาระความเสี่ยง
- จัดตั้งง่าย เลิกหรือเปลี่ยนแปลงกิจการไม่ยุ่งยาก
- มีความน่าเชื่อถือมากกว่าห้างหุ้นส่วนสามัญสามารถระดมเงินทุนได้มากกว่า
- ได้ประโยชน์ทางภาษีมากกว่าห้างหุ้นส่วนสามัญเนื่องจากเสียภาษีนิติบุคคล สามารถหักค่าใช้จ่ายได้มากกว่า และส่วนแบ่งกำไรนำมาเครดิตภาษีได้

ห้างหุ้นส่วนจำกัด

- ผู้ลงทุนเป็นส่วนประกอบจำกัดความรับผิดชอบมีความเสี่ยงต่ำ
- มีแหล่งเงินทุนมากกว่ากิจการเจ้าของคนเดียว
- จัดตั้งง่าย เลิกกิจการได้ง่าย
- มีความน่าเชื่อถือมากกว่าห้างหุ้นส่วนสามัญสามารถระดมเงินทุนได้มากกว่า
- ได้ประโยชน์ทางภาษีมากกว่าห้างหุ้นส่วนสามัญเนื่องจากเสียภาษีนิติบุคคล สามารถหักค่าใช้จ่ายได้มากกว่า และส่วนแบ่งกำไรนำมาเครดิตภาษีได้

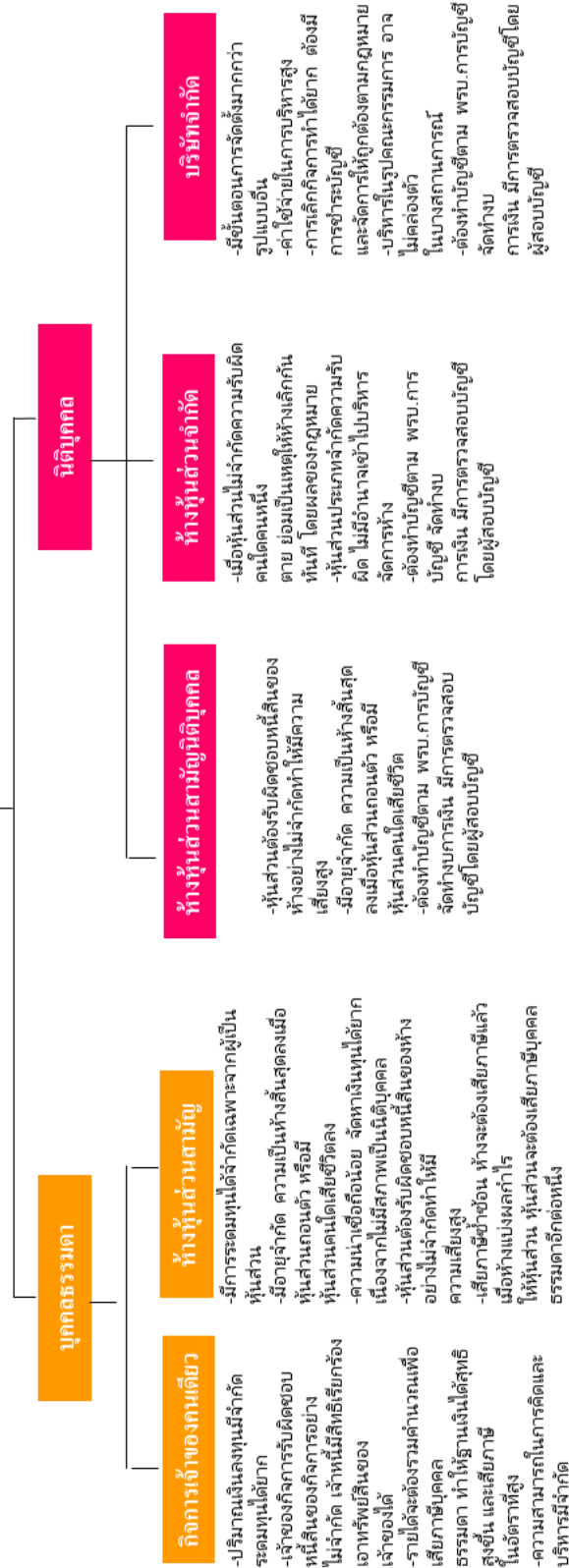
บริษัทจำกัด

- มีความน่าเชื่อถือ สามารถระดมเงินทุนได้มาก
- ผู้ถือหุ้นไม่จำเป็นต้องบริหารเอง
- บริษัทก็ยังดำเนินกิจการต่อไปได้แม้ผู้ถือหุ้นเสียชีวิตหรือล้มละลาย
- ผู้ถือหุ้นมีความรับผิดชอบในหนี้สินของกิจการเพียงมูลค่าที่ตนยังค้างชำระเท่านั้น
- สามารถขายหรือโอนหุ้นให้กับผู้อื่นได้
- อัตราภาษีเงินได้ขั้นสูงสุดต่ำกว่าบุคคลธรรมดา

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากรูปแบบขององค์กรธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ข้อเสีย

รูปแบบขององค์กร



ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากรูปแบบขององค์กรธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

2. รูปแบบวิธีการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบการสามารถกระทำ ได้หลายวิธีการขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจผู้ประกอบการ สามารถแบ่งออกเป็น 3 วิธีการ ได้แก่

2.1 ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่ (Start Up)

เป็นวิธีการที่ผู้ประกอบการนิยมดำเนินการมากที่สุด เพราะสามารถมีอิสระในการเลือก องค์ประกอบของธุรกิจให้เป็นไปตามแนวคิดของตนเองได้ แต่การก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่จะมีความเสี่ยงค่อนข้างสูง

2.2 ธุรกิจที่ซื้อต่อมาจากผู้อื่น (Buyout/Take Over)

เป็นวิธีการที่ผู้ประกอบการสามารถลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจลงได้ส่วนหนึ่ง เพราะ ได้เห็นผลการดำเนินงานจากผู้ประกอบการคนเดิมแล้ว และธุรกิจที่ซื้อต่อมาจากผู้อื่นมักจะมีความรู้ที่มากกว่าธุรกิจที่ก่อตั้งตัวจากศูนย์ ดังเช่นธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่

2.3 ธุรกิจการรับสิทธิ์ทางการค้า (Franchise)

การทำธุรกิจโดยมีการให้สิทธิ์ และส่วนการควบคุมการบริหารจัดการและกำหนดจำหน่ายทั้งหมดในมือของผู้ได้รับการรับสิทธิ์ โดยชอบธรรม โดยบริษัทจะให้สิทธิ์เครื่องหมายความการค้าและวิธีการในการทำธุรกิจที่จะถ่ายทอดให้ในรูปแบบของการทำงานทั้งหมด เช่น ระบบการผลิต ระบบการขาย ระบบการบริหารการตลาด เพื่อให้รูปแบบวิธีดำเนินงานธุรกิจในทุกสาขาให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกันตามต้นแบบของบริษัท

3 รูปแบบสำหรับวิธีการเริ่มต้นประกอบธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการใหม่



นิยมดำเนินการมากที่สุด เพราะอิสระในการเลือก องค์กรประกอบ ของธุรกิจให้เป็นไปตามแนวคิด ของตนเองแต่มีความเสี่ยง ค่อนข้างสูง

ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่ (Start Up)



สามารถลดความเสี่ยงในการ ประกอบธุรกิจลงได้ส่วนหนึ่ง เพราะได้เห็นผลการดำเนินงานแล้ว จากผู้ประกอบการคนเดิมแล้ว

ธุรกิจที่ซื้อต่อมาจากผู้อื่น (Buyout/Take Over)




บริษัทจะให้สิทธิเครื่องหมาย การค้าและวิธีการในการทำธุรกิจที่ จะถ่ายทอดให้ในรูปแบบของการ ทำงานทั้งหมด

ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้า (Franchise)

แหล่งที่มา : ผู้วิจัย

2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD :New Product Development)

ผู้ประกอบการใหม่หลายท่านอาจมีความสนใจที่จะเริ่มต้นประกอบธุรกิจด้วยตนเอง ซึ่งธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่ (Start Up) นั้นต้องมีความรู้ในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนั้นในหัวข้อต่อไปนี้จะอธิบายขั้นตอนที่สำคัญในการประยุกต์ใช้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD :New Product Development) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีแนวคิดใหม่หรือ เป็นการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีอยู่แล้วซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะต้องมีผลให้ผู้บริโภคพึงพอใจผลิตภัณฑ์มากขึ้นกว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์เดิมหรืออาจจะเป็นผลิตภัณฑ์เดิมนำเสนอในตลาดใหม่ (Mccathy & Pereaull, Jr. ,Basic Marketing, 1991 - P. 342)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

- 1) **Innovation** หมายถึง ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ ที่ไม่เคยมีมาก่อนในตลาด
- 2) **Modified** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ โดยการปรับเปลี่ยน ดัดแปลงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีความแปลกใหม่มากขึ้น
- 3) **Me-too** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบ โดยการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับบริษัท แต่เท่าในตลาด

1) ความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผลประกอบการของบริษัทในด้านหลายด้าน เช่น ช่วยเพิ่มยอดขายและกำไร เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน พัฒนาคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม และช่วยบริหารต้นทุนการผลิตสินค้า ได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2) ขั้นตอนในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

- ขั้นที่ 1 ค้นหาความคิดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เราสงใจ (Idea Discovery)
- ขั้นที่ 2 การสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Idea Generation)
- ขั้นที่ 3 การประเมินและคัดเลือกแนวความคิด (Idea Screening)
- ขั้นที่ 4 การพัฒนาและทดสอบแนวความคิด (Concept Development and Testing)
- ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business analysis)
- ขั้นที่ 6 การพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy Development)
- ขั้นที่ 7 การพัฒนาผลิตภัณฑ์(Product Development)
- ขั้นที่ 8 การทดสอบตลาด (Market Testing)
- ขั้นที่ 9 การดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ (Commercialization)

แหล่งที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจาก Reproduced from Cooper & Kleinschmidt , 2001

ขั้นที่ 1 ค้นหาความคิดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เราสั่งใจ (Idea Discovery)

วิธีการค้นหาความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่

- คิดที่ตรงกันข้ามหรือออกนอกกรอบความเคยชินของลูกค้า
- ค้นหาจากปัญหา หรือความต้องการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ประโยชน์ต่อลูกค้าจริง ๆ หรือไม่
- ต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ด้วยการปรับเปลี่ยนหรือประยุกต์

ขั้นที่ 2 การสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Idea Generation)

เป็นการค้นหา ความคิดต่าง ๆ ที่เป็นไปได้และเห็นช่องทางที่จะขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ นั้น แบ่งออกเป็น 3 แหล่งด้วยกัน คือ

- ภายในองค์กร เช่น ตัวเอง ยุติติพี่น้อง เพื่อน พนักงานขาย ฝ่ายวิจัยและพัฒนา
- ภายนอกองค์กร ได้แก่ ลูกค้า พ่อค้าส่ง ตัวแทนจำหน่าย หรือพ่อค้าปลีก คู่แข่งขัน
- แหล่งข้อมูลอื่นๆ เช่น งานวิจัย วารสาร นิตยสาร เว็บไซต์

ขั้นที่ 3 การประเมินและคัดเลือกแนวความคิด (Idea Screening)

- หลังจากได้อะเดียหรือความคิดใหม่ๆ เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เราต้องการที่จะทำแล้ว
- ต้องประเมินความเป็นไปได้ว่า สามารถนำมาต่อยอดพัฒนาเป็นธุรกิจใหม่หรือสินค้าใหม่ได้จริงหรือไม่
- ต้องมีหลักเกณฑ์ (criteria) ในคัดเลือก เช่น การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility study) ; ด้านเทคโนโลยี ด้านตลาด ด้านการเงิน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการแข่งขัน

ขั้นที่ 4 การพัฒนาและทดสอบแนวความคิด (Concept Development and Testing)

-เมื่อได้แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมที่สุดและผ่านการคัดเลือกแล้ว
-นำแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ได้ไปทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อวัดความรู้สึกและการยอมรับในผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น

การวิเคราะห์โลกคำด้วยทฤษฎี 6W1H

- 1). ลुकค่าเป็นใครหรือใครคือลुकค่า (Who)
- 2). ลुकค่าต้องการซื้ออะไร (What)
- 3). ทำไมลुकค่าถึงซื้อ (Why)
- 4). ลुकค่าซื้อสินค้าเมื่อไร (When)
- 5). ลुकค่าซื้อที่ไหน (Where)
- 6). ใครมีส่วนรวมในการตัดสินใจซื้อ (Whom)
- 7). ลुकค่าซื้ออย่างไร (How)

ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business analysis)

1) ประมาณการยอดขาย ต้นทุน กำไร เช่น

- ประมาณการยอดขายประจำเดือนและปี
- ประมาณการค่าใช้จ่ายประจำเดือนและปี
- ประมาณการกำไรประจำเดือนและปี

2) การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความคุ้มค่าหรือไม่ อย่างไร เช่น

- ระยะเวลาการคืนทุน (Payback Period)
- อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI: Return on Investment)
- ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk)

3) พิจารณาภารกิจหลัก นโยบาย วัตถุประสงค์ของกิจการ เช่น

วัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจน SMART

S (Specific)กำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน

M (Measurable) วัตถุประสงค์ที่ต้องเป็นตัวเลขที่วัดได้

A (Achievable) วัตถุประสงค์ต้องใช้ความพยายามเพื่อให้บรรลุผลได้

R (Relevant) ต้องมีความสอดคล้อง สมเหตุสมผล

T (Timed) กำหนดระยะเวลาที่ชัดเจน

ขั้นที่ 6 การพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy Development)

เป็นการพัฒนาเครื่องมือทางการตลาด เพื่อใช้ในการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ เข้าสู่ตลาด ให้สามารถ

ตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

-ส่วนที่ 1 : **ขนาด โครงสร้าง และพฤติกรรมของตลาดเป้าหมาย** เป็นการวางแผนกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ ยอดขาย ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) และเป้าหมายกำไร (Profit) ในระยะ 2-3 ปีแรก

การวิเคราะห์ **STP**

S (Segmentation) : การแบ่งส่วนตลาด

T (Target Group) : ตลาดเป้าหมาย

P (Positioning) : ตำแหน่งของสินค้า

-ส่วนที่ 2 : การพัฒนากลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด **4P (Marketing Mix)**

P : ผลิตภัณฑ์

P : ราคา

P : การจัดจำหน่าย

P : การส่งเสริมการตลาด

-ส่วนที่ 3 : **ยอดขายและกำไรตามเป้าหมายและกลยุทธ์ทางการตลาดในระยะยาว** เป็นการวางแผนกิจกรรมทางการตลาดในระยะยาว ซึ่งเป็นกิจกรรมในอนาคตที่จะทำให้บริษัทสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่วางแผนที่

ขั้นที่ 7 การพัฒนาผลิตภัณฑ์(Product Development)

1) เป็นการนำแนวความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผ่านมาการวิเคราะห์ทางธุรกิจมาวิจัยและพัฒนา โดยการผลิต ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ(Prototype) ขึ้นมา

2) พิจารณาความเป็นไปได้ในเชิงเทคนิคและด้านตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- สินค้าที่ผลิตออกมามีความแปลกใหม่หรือมีนวัตกรรมหรือไม่
- มีคุณภาพ มีความอร่อยและเป็นไปตามมาตรฐานหรือไม่ สะอาดปลอดภัยหรือไม่
- กระบวนการผลิตเป็นอย่างไรมีเครื่องจักร เครื่องมือ ฝัງงาน ปริมาณการผลิตวันและเท่าไร เทคนิคในการผลิตมีไหม
- เปรียบเทียบ และข้อบังคับเรื่องผลิตภัณฑ์ จำเป็นต้องขอมาตรฐานการผลิตอะไรบ้าง
- ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของเราในตลาดว่ามีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือไม่
- มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร ช่องว่างทางตลาดกว้างหรือไม่
- ช่องทางจำหน่ายเป็นอย่างไร
- ลูกค้าจะยอมรับหรือไม่ ผลิตภัณฑ์ของเราสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เพียงใด

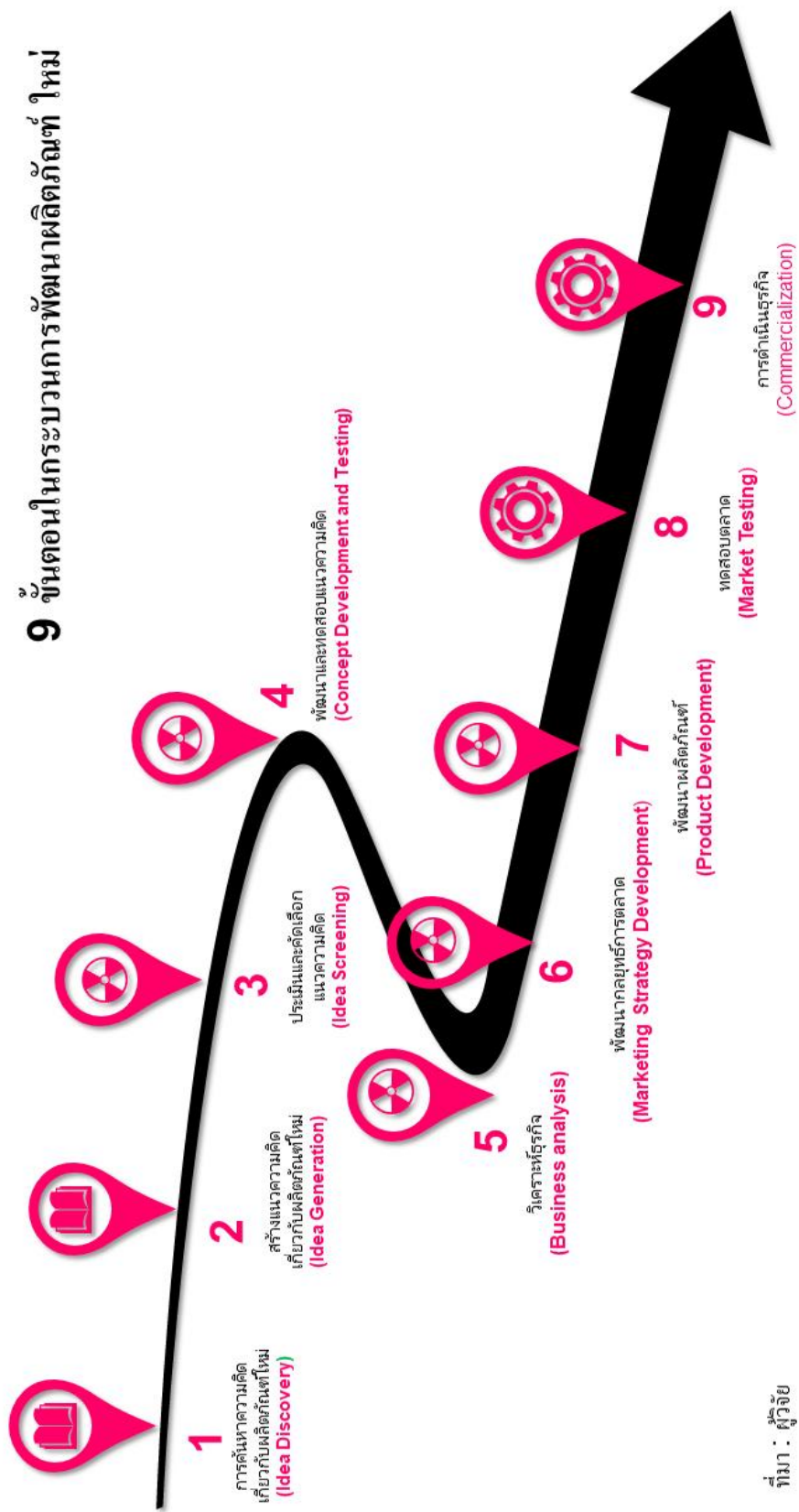
ขั้นที่ 8 การทดสอบตลาด (Market Testing)

- ทำแผนการทดสอบตลาด โดยเหมือนแผนการตลาดจริง
- นำผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาแล้ว ไปทดสอบกับตลาดเป้าหมายให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายจริง สภาพการแข่งขั้นและผู้แข่งจริง โดยสินค้าที่นำไปทดสอบต้องมีตราสินค้า มีการบรรจุหีบห่อ และดำเนินกิจกรรมทางการตลาดจริง
- วัตถุประสงค์ในการทดสอบตลาดคือ เพื่อศึกษาว่าผู้บริโภคและช่องทางจำหน่ายมีปฏิกิริยาต่อการใช้สินค้าอย่างไร เป็นการหาข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข ปรับแผนการตลาด ก่อนการนำผลิตภัณฑ์ออกขายในตลาดจริง

ขั้นที่ 9 การดำเนินงานธุรกิจ (Commercialization)

- 1) เมื่อผลิตภัณฑ์ได้ผ่านการทดสอบตลาดแล้ว
 - 2) นำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกวางจำหน่ายจริงตามแผนการตลาดที่ได้วางแผนเอาไว้
 - 3) ต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ เช่น
 - ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในการวางตลาดครั้งแรกและขอบเขตของตลาด
 - การบริหารการปฏิบัติการ (OM: Operations Management)
- คือ การจัดการให้กระบวนการภายในองค์กร/การค้าดำเนินงานต่างๆ ที่ใช้ปัจจัยนำเข้า (Input) เช่น คน เงินทุน วัตถุดิบ และผ่านกระบวนการแปรรูปให้กลายเป็นปัจจัยนำออก (Output) ในรูปของสินค้าและบริการ อย่างมีประสิทธิภาพ /มูลค่าและสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่คาดหวัง

9 ขั้นตอนในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ใหม่



ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

บริษัท พิซซ่าไทย จำกัด

| | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1</p> <p>การค้นหาคำความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Idea Discovery)</p> | <p>2</p> <p>สร้างแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Idea Generation)</p> | <p>3</p> <p>ประเมินและคัดเลือกแนวความคิด (Idea Screening)</p> | <p>4</p> <p>พัฒนาและทดสอบแนวความคิด (Concept Development and Testing)</p> |
| <p>อยากทำพิซซ่าให้ได้ รสชาติถูกใจคนไทยและ ราคาประหยัดให้คนไทย ซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึง ร้อยบาท</p> | <p>คิดค้น” สูตรพิซซ่าให้ รสชาติถูกใจคนไทย” -แหล่งข้อมูลภายในองค์กร เช่น พนักงานขาย -แหล่งข้อมูลภายนอกองค์กร เช่น คู่แข่ง คู่แทน จำหน่าย เฟรนไชส์ -แหล่งข้อมูลอื่น เช่น งานวิจัย</p> | <p>-ได้สูตรพิซซ่าหลากหลาย สูตร -เลือกสูตรพิซซ่าที่มีความ เป็นไปได้สำหรับเป็น ผลิตภัณฑ์ตัวใหม่</p> | <p>-เลือกสูตรพิซซ่าที่มีความเป็นไปได้มา พัฒนาผลิตภัณฑ์นำไปทดสอบกับกลุ่ม ผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อวัดความรู้สึกและ การยอมรับในตลาดกลุ่มตัวใหม่เช่น การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคด้วย ทฤษฎี 6W1H</p> |



ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ




พิซซ่าไทย เกิดจากการสังสม
ประสิทธิภาพใช้วัตถุดิบคลุกเคล้า
กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายใน
เมืองไทย คัดจนเป็นประสิทธิภาพใน
การทำธุรกิจอาหารต่างประเทศ
ซึ่งดีในเรื่องการผลิตพิซซ่าให้ได้
รสชาติถูกใจคนไทย และ
ชาวต่างชาติที่ชื่นชอบอาหาร
รสชาติแบบไทยๆ

www.pizzathai.net

ตัวอย่างกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

บริษัท พิซซ่าไทย จำกัด

| | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>5</p> <p>วิเคราะห์ธุรกิจ (Business analysis)</p> | <p>วิเคราะห์ธุรกิจ 1) ประมาณการยอดขาย ต้นทุน กำไร 2) การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความคุ้มค่าหรือไม่ อย่างไร -ระยะเวลาการคืนทุน -อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน 3) ที่जारณาการกัหลัก นโยบาย วัตถุประสงค์ของกิจการ</p> | <p>6</p> <p>พัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy Development)</p> | <p>วิเคราะห์ 4P P: ผลิตภัณฑ์ P: ราคา P: การจัดจำหน่าย P: การส่งเสริมการตลาด</p> <p>วิเคราะห์ STP S: การแบ่งส่วนตลาด T: ตลาดเป้าหมาย P: ตำแหน่งของสินค้า</p> | <p>7</p> <p>พัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)</p> | <p>พัฒนาแนวความคิดให้เป็นผลิตภัณฑ์สินค้าพิซซ่าที่เป็นรูปเป็นร่างพร้อมที่ออกสู่ตลาด “ผลิตภัณฑ์พิซซ่าต้นแบบ “</p> | <p>8</p> <p>ทดสอบตลาด (Market Testing)</p> | <p>-ก่อนที่จะนำผลิตภัณฑ์พิซซ่าออกวางจำหน่ายจริง ต้องมีการทดสอบตลาดก่อน -โดยอาจจะวางจำหน่ายในบางจุดก่อน หรือให้ผู้บริโภคทำการทดลองชิม</p> | <p>9</p> <p>การค้าเน้นธุรกิจ (Commercialization)</p> | <p>-เมื่อผลิตภัณฑ์พิซซ่าได้ผ่านการทดสอบตลาดแล้ว -นำเอาผลิตภัณฑ์พิซซ่าออกวางขายจริงตามแผนการตลาดที่ได้วางเอาไว้</p> |  |  |  |
|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|

ที่มา : ผู้วิจัย

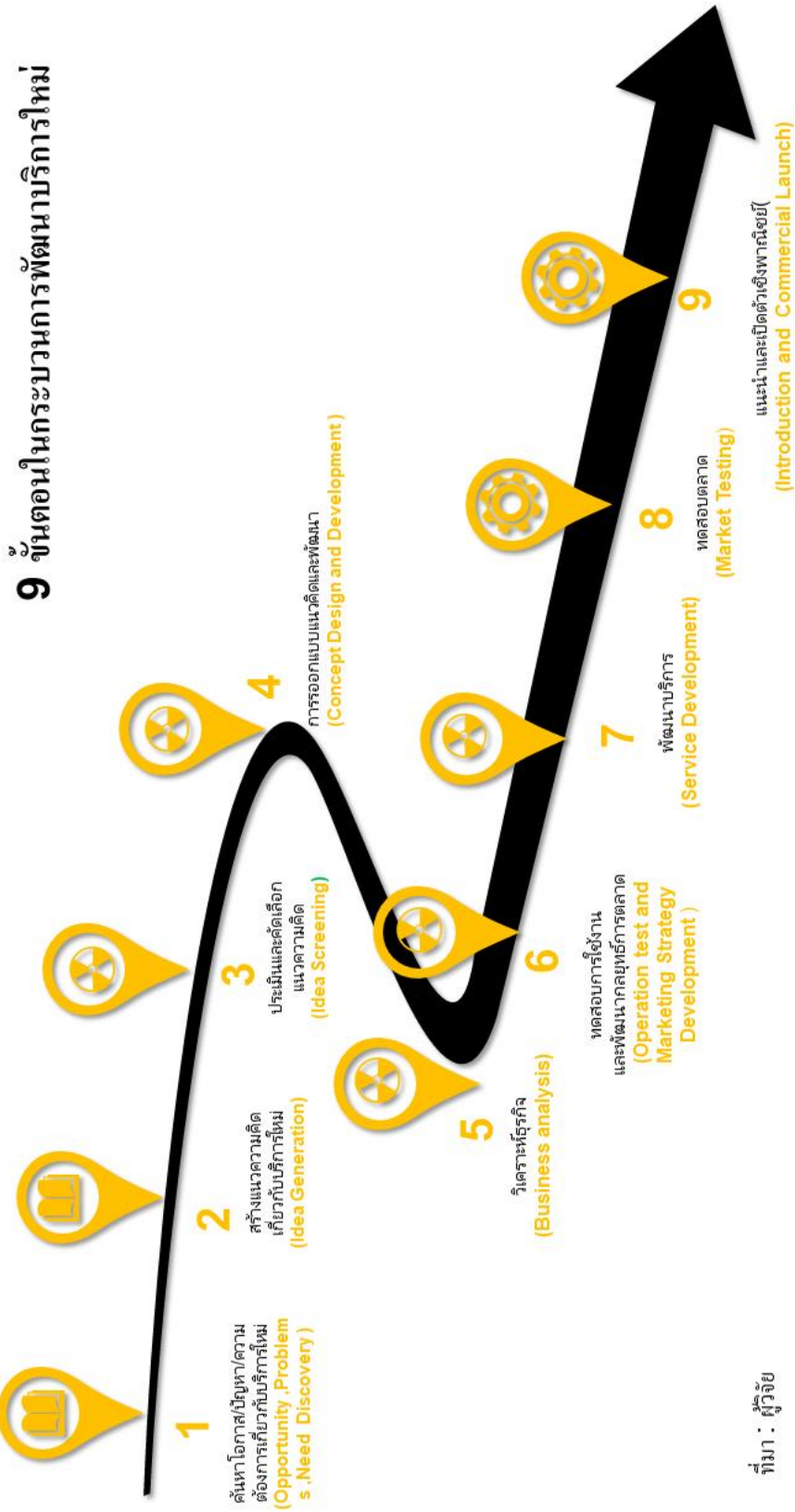
2.3 การพัฒนาบริการใหม่ (NSD :New Service Development)

ผู้ประกอบการใหม่หลายท่านอาจมีความสนใจที่จะเริ่มต้นประกอบธุรกิจด้วยตนเองในรูปแบบของการพัฒนาบริการใหม่ จึงควรทราบถึงขั้นตอนที่สำคัญเพื่อนำไปการประยุกต์ใช้ดังนี้

ขั้นตอนในการพัฒนาบริการใหม่

- ขั้นที่ 1 ค้นหาโอกาส/ปัญหา/ความต้องการสำหรับบริการใหม่ที่เราสั่งใจ (Opportunity/Problems/Need Discovery)
- ขั้นที่ 2 การสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับบริการใหม่ (Idea Generation)
- ขั้นที่ 3 การประเมินและคัดเลือกแนวความคิด (Idea Screening)
- ขั้นที่ 4 การออกแบบแนวคิดและพัฒนา (Concept design and development)
- ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business analysis)
- ขั้นที่ 6 การส่งมอบและทดสอบการใช้งาน (Delivery and operation test)
- ขั้นที่ 7 การพัฒนาบริการ (Service Development)
- ขั้นที่ 8 การทดสอบตลาด (Market Testing)
- ขั้นที่ 9 แนะนำและเปิดตัวเชิงพาณิชย์ (Introduction & Commercial Launch)

แหล่งที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจาก Kuczmarksi&Associate Inc (1995), Winning New Products ans Services for the 1990s.Chicago; Kuczmarkski &Associates Inc. Reproduced by permission of Kuczmarksi&Associate Inc



ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างกระบวนการพัฒนาบริการใหม่ บริษัท เอบี โกลบอล ชัพพลาย จำกัด

1

ค้นหาโอกาส/ปัญหา/ความต้องการเกี่ยวกับบริการใหม่ (Opportunity, Problems, Need Discovery)

อยากรู้ของจากจีนมาจากประเทศไทย

| สินค้า |
|--------------|
| HIKVISION |
| DAHUA |
| HiLook |
| ACCESSORIES |
| TOOLS |
| POWER SUPPLY |
| VSTARCAM |
| GLINK |
| ANYTEK |
| FIBER OPTIC |
| MEAN WELL |

ที่มา : ผู้วิจัย

2

สร้างแนวความคิดเกี่ยวกับบริการใหม่ (Idea Generation)

- คิดค้น “ จะเอาอะไรมาขาย ”
- แหล่งข้อมูลภายในองค์กร เช่น ตัวเอง ญาติพี่น้อง เพื่อน
- แหล่งข้อมูลภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้าคู่แข่ง ตัวแทนจำหน่าย
- แหล่งข้อมูลอื่นๆ เช่นวารสาร นิตยสาร เว็บไซต์



3

ประเมินและคัดเลือกแนวความคิด (Idea Screening)

- ได้รายการ/ประเภทของสินค้าที่จะนำมาขาย
- “ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์ และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ”
- เลือกรายการสินค้าที่มีความเป็นไปได้ สำหรับเป็นสินค้าและบริการตัวใหม่ในการตลาดของเรา

4

การออกแบบแนวคิดและพัฒนา (Concept Design and Development)

- เลือกสินค้าที่มีความเป็นไปได้ มาพัฒนาตลาดและนำไปทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อวัดความรู้สึกลึกและการยอมรับในสินค้าและบริการของเรา
- การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคด้วยตัวอย่าง 6W1H
- ลูกค้าเป็นใครหรือใครคือลูกค้า
- ลูกค้าต้องการทำอะไร
- ทำไมลูกค้าถึงซื้อ
- ลูกค้าซื้อสินค้าเมื่อไร
- ลูกค้าซื้อที่ไหน
- ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ
- ลูกค้าซื้ออย่างไร

ผู้ประกอบการ



เอบี โกลบอล ชัพพลาย

- เด็กหนุ่มวัย 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมสภาพและจังหวัดใกล้เคียง
- สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือกล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ตัวอย่างกระบวนการพัฒนาบริการใหม่ บริษัท เอบี โกลบอล ซัพพลาย จำกัด

| | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>5</p> <p>วิเคราะห์ธุรกิจ (Business analysis)</p> | <p>ทดสอบการใช้งาน และพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Operation test and Marketing Strategy Development)</p> | <p>พัฒนาบริการ (Service Development)</p> | <p>ทดสอบตลาด (Market Testing)</p> | <p>9</p> <p>แนะนำและเปิดตัวเชิงพาณิชย์ (Introduction and Commercial Launch)</p> |
| <p>1) ประมาณการยอดขาย ต้นทุน กำไร 2) การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความคุ้มค่าหรือไม่ อย่างไร -ระยะเวลาการคืนทุน -อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน 3) พิจารณาภารกิจหลัก นโยบาย วัตถุประสงค์ของกิจการ</p> | <p>-กระบวนการทดสอบการทำงาน ของระบบและอุปกรณ์ต่างๆว่า สามารถใช้งานได้จริง -การวิเคราะห์ต้นทุนค่าบริการด้วย เครื่องมือ F.A.B การมองหาคู ขายของสินค้าและบริการของเราเพื่อ ทำการตลาด</p> <p>วิเคราะห์ STP S: การแบ่งส่วนตลาด T: ตลาดเป้าหมาย P : ตำแหน่งของสินค้า</p> | <p>-พัฒนาแนวความคิดของสินค้า และบริการของเราขึ้นมาว่า จุดขายของสินค้าและบริการ ของเราดีกว่าอย่างไร เช่น 1)ราคาถูกลงกว่าเพราะส่งจาก โรงงานผู้ผลิตที่ประเทศจีน โดยตรง 2)ระยะเวลาในการสั่งซื้อสั้น กว่า 3)สินค้าทุกชิ้นรับประกัน1 ปี 4)บริการหลังการขาย24 ชั่วโมง</p> | <p>-ก่อนที่จะเปิดร้านสำหรับ นำเข้สินค้าจากประเทศจีนมา วางขายจริง ต้องมีการ ทดสอบตลาดก่อน -โดยอาจจะวางขายทางเวป ไซต์ หรือ ไลน์ก่อน -จำหน่ายในราคาพิเศษให้ ลูกค้าที่สนับสนุนทดลองใช้ก่อน -มีสินค้าคิดไว้ที่รถเพื่อนำไป สาธิตการใช้งานให้ลูกค้าดู และสิ่งที่ลูกค้าต้องการ</p> | <p>-เมื่อสินค้าได้ผ่านการ ทดสอบตลาดแล้ว -นำเอาสินค้าวางขายจริงตาม แผนการตลาดที่ได้วางเอาไว้ -ออกบูชาร่วมงานกับกา รนิคมอุตสาหกรรมลำพูนและ หน่วยงานต่างๆ -เขียนแผนแนะนำสินค้าและ บริการอย่างสม่ำเสมอ</p> |
| <p>วิเคราะห์ 4P P: ผลิตภัณฑ์ P: ราคา P: การจัดจำหน่าย P: การส่งเสริมการตลาด</p> <p>ที่มา : ผู้วิจัย</p> | | | | |

คู่มือประกอบการเรียนการสอนเพิ่มเติม

- > ตอนที่ 07 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
<https://www.youtube.com/watch?v=QjQbv7Q1cMI>
- > **Product Development** คิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ใครก็คิดได้
<https://www.youtube.com/watch?v=JWCGmJKKH2k>
- > การสร้างธุรกิจใหม่&กลยุทธ์นวัตกรรม (Strategic Innovation & New Business Development)
<https://www.youtube.com/watch?v=i6s7uV3XBPo>

เอกสารอ้างอิง

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่. ในเชิงกลยุทธ์ด้านการตลาด แหล่งที่มา: <https://www.nstda.or.th/nac/2019/images/seminar/date27/27-sme-01.pdf> (1 มกราคม 2563:Online)
- 8 ขั้นตอนประสิทธิภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product development) แหล่งที่มา: <https://www.sytecorp.com/2015/06/8tips-new-product-development/> (2 มกราคม 2563:Online)
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า แหล่งที่มา: https://www.dbd.go.th/more_news.php?cid=36 (2 มกราคม 2563:Online)
- กรมสรรพากร . ความรู้ภาษี SMEs แหล่งที่มา: <http://www.rd.go.th/publish/33892.0.html34> (2 มกราคม 2563:Online)
- การจัดการธุรกิจขนาดย่อม แหล่งที่มา: http://smebyip.blogspot.com/2011/09/2_5494.html (2 มกราคม 2563:Online)
- พัทธเนษฐ์ พรหมณา . การจัดตั้งธุรกิจ ในรูปแบบต่างๆ - SME Grow Forward แหล่งที่มา: <https://smegrowforward.com> (2 มกราคม 2563:Online)
- Bettina Von Stamm . Managing innovation , design and creativity , John Wiley & Sons Ltd. 2 nd ed , 2008

เครดิต free powerpoint templates

<https://www.free-powerpoint-templates-design.com/free-powerpoint-templates-design/>



บทเรียนที่ 3. เครื่องมือที่ช่วยออกแบบโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

(Learn to Be an New Entrepreneur 5.0)

www.entrepreneuronline-learning.com

บทเรียนที่ 3 เครื่องมือที่ช่วยออกแบบโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

- 3.1 ความหมายของโมเดลธุรกิจ
- 3.2 องค์ประกอบของโมเดลธุรกิจ
- 3.3 ประโยชน์ของโมเดลธุรกิจ
- 3.4 การฝึกปฏิบัติโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. สามารถอธิบายความหมายของโมเดลธุรกิจ
2. สามารถจำแนกองค์ประกอบของโมเดลธุรกิจ
3. สามารถอธิบายประโยชน์ของโมเดลธุรกิจ
4. วิเคราะห์และฝึกปฏิบัติโมเดลธุรกิจ(Business Model Canvas) ในการเป็นผู้ประกอบการ

3.1 ความหมายของโมเดลธุรกิจ

โมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) คือ การอธิบายองค์ประกอบของธุรกิจซึ่งมี 9 ส่วน ในแบบที่เรียบง่ายหน้ากระดาษเพียงแผ่นเดียว เพื่อให้ทุกหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กรสามารถสื่อสารสิ่งเดียวกันได้อย่างตรงประเด็น เข้าใจง่าย และ นำไปใช้งานได้ทันที นอกจากนี้จะทำให้การสื่อสารชัดเจนแล้ว จุดเด่นของแบบจำลองธุรกิจ คือ ทำให้เจ้าของกิจการและผู้บริหารสามารถเห็นภาพรวมของบริษัทเพื่อจะปรับจุดอ่อนหรือเสริมจุดแข็งรวมไปถึงการปรับกลยุทธ์ของบริษัทได้ง่ายและรวดเร็วอีกด้วย โดยเกี่ยวข้องกับ 4 คำถามที่สำคัญ ได้แก่

- 1) **ทำสินค้าอะไร (What)** ประกอบด้วย คุณค่าของสินค้า/บริการ
- 2) **ทำอย่างไร (How)** ประกอบด้วย คู่ค้าดำเนินธุรกิจที่สำคัญ กิจกรรมหลัก ทรัพยากรหลัก
- 3) **ขายให้ใคร (Who)** ประกอบด้วย กลุ่มลูกค้า ความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า
- 4) **คุ้มหรือไม่ทางการเงิน (Money)** ประกอบด้วย โครงสร้างค่าใช้จ่าย ช่องทางการเข้ามาของรายได้



3.2 องค์ประกอบของโมเดลธุรกิจ

- 1) กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)
- 2) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)
- 3) ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channels)
- 4) คุณค่าของสินค้า/บริการ (Value Propositions)
- 5) คู่ค้าด้านเนเธธุรกิจที่สำคัญ (Key Partner)
- 6) กิจกรรมหลัก (Key Activities)
- 7) ทรัพยากรหลัก (Key Resource)
- 8) โครงสร้างค่าใช้จ่าย (Cost Structure)
- 9) ช่องทางการเข้ามาของรายได้ (Revenue Streams)

1) กลุ่มลูกค้า(Customer Segments) คือ ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการ ต้องระบุให้ชัดเจนว่ากลุ่มเป้าหมายเราเป็นใคร เพราะนี่คือหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจ เพราะหากสินค้าที่ทำออกมาไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย การซื้อขายก็จะไม่เกิดขึ้นแน่นอน วิเคราะห์ให้ได้ว่ากลุ่มเป้าหมายของเราเป็นใคร “ผู้ซื้อ” กับ “ผู้ใช้” เช่น ผลิตภัณฑ์เด็กที่ผู้ใช้งานคือเด็ก แต่พ่อแม่เป็นคนซื้อ ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าเด็กคือพ่อแม่ เราจึงต้องใส่ใจความต้องการของพ่อแม่เป็นหลัก แต่ก็ต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ด้วย

2) ความสัมพันธ์กับลูกค้า(Customer Relationships) คือ วิธีในการรักษาลูกค้าเดิม เพื่อให้อยู่ใจของลูกค้าอยู่ยั้งยืนยง เราสามารถระบุประเภทของความสัมพันธ์ที่ต้องการสร้างกับกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจนลงไปว่าในแต่ละกรณีเรื่องใดบ้าง ก็จะช่วยให้การจัดการด้านความสัมพันธ์กับลูกค้านั้นเห็นภาพได้ตรงใจลูกค้ามากขึ้น เช่น การพัฒนาพนักงานให้อ่านแว่นสายตาของลูกค้าและให้บริการเป็นอย่างดีทั้งระหว่างการขายและหลังการขาย

3) ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า(Channels) คือ วิธีในการสื่อสารไปยังลูกค้า ช่องทางไหนที่จะช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงลูกค้าได้บ้าง โดยจะต้องให้ความสำคัญทั้งช่องทางสื่อสาร และช่องทางของการส่งมอบสินค้า ไปถึงมือลูกค้าด้วย

4) คุณค่าของสินค้า/บริการ(Value Propositions) คือ จุดขายของสินค้า หรือ บริการนั้น ระบุลงไปให้ได้ว่า สินค้าหรือบริการของเราเหนืออย่างไร สามารถทำอะไรกับลูกค้าได้บ้าง ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้านั้นหรือบริการเพราะอะไร เช่น ความแปลกใหม่ของสินค้า, ใช้งานง่าย, ช่วยลดต้นทุน

5) คู่ค้าดำเนินธุรกิจที่สำคัญ(Key Partner) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งการช่วยบ่มเพาะเติบโตและให้การช่วยขาย กิจกรรมหลักบางอย่างที่เราไม่สามารถทำได้อีก หรือมีคนอื่นที่ทำได้ดีกว่า เราจึงต้องหาหุ้นส่วนทางธุรกิจ เพื่อกระจายความเสี่ยง และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธุรกิจ เช่น การจ้าง ซัพพลายเออร์(supplier) หรือการหาคนร่วมหุ้นเพื่อพัฒนาธุรกิจ ความแปลกใหม่ของสินค้า, ใช้งานง่าย, ช่วยลดต้นทุน

6) กิจกรรมหลัก(Key Activities) คือ กิจกรรมที่ต้องทำเพื่อให้โมเดลธุรกิจอยู่ได้งานหลักของธุรกิจคืออะไร เช่น การผลิต การให้บริการ การจัดงานเลี้ยง การสร้างเครื่องสำอางค์อย่างเช่น ธุรกิจรับจัดโต๊ะจีน กิจกรรมหลักก็คือจะต้องทำอาหารจำนวนมาก

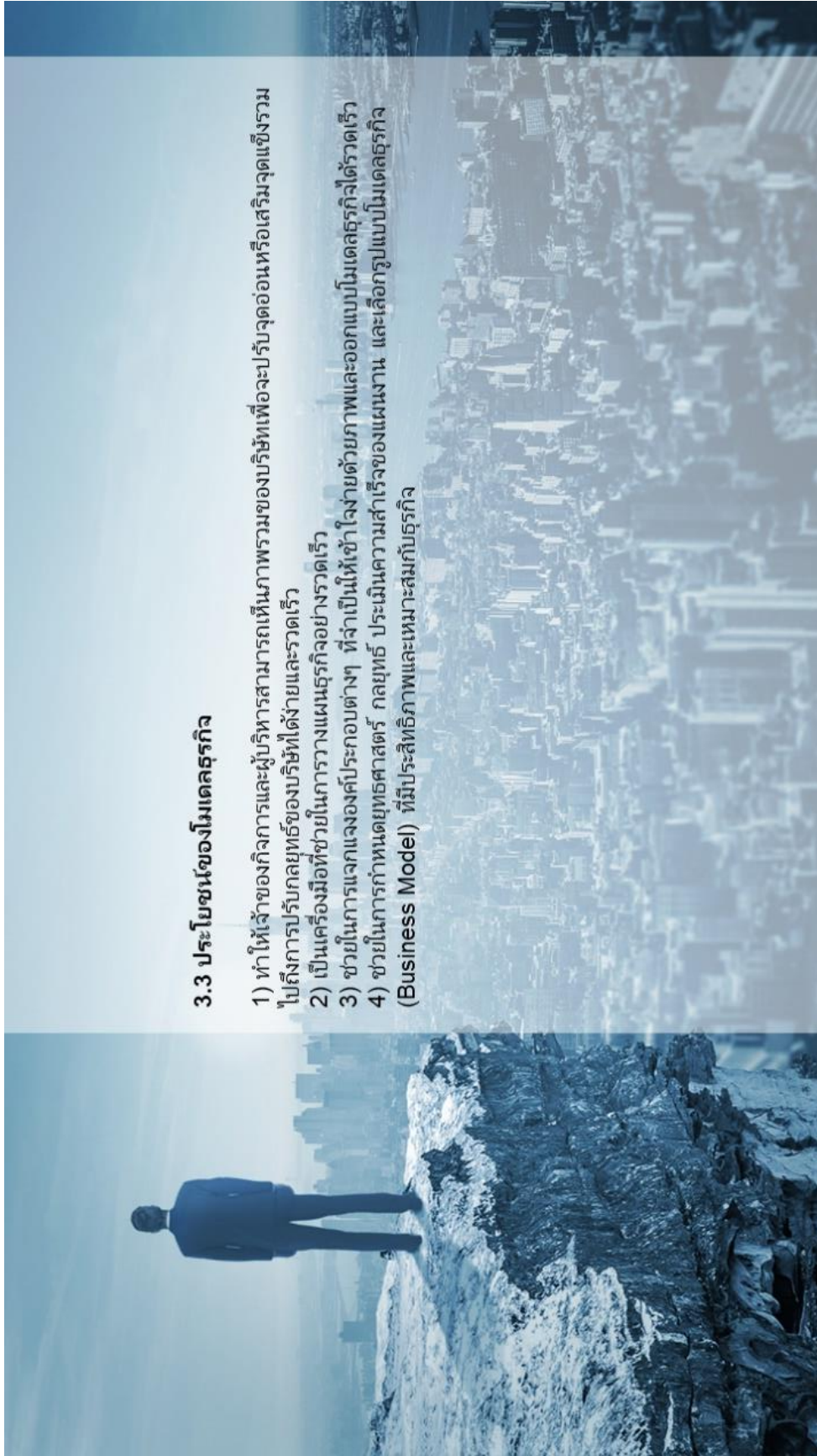
7) ทรัพยากรหลัก(Key Resource) คือ สิ่งที่ต้องมีในการดำเนินธุรกิจ ทรัพยากรของบริษัทมีความสำคัญต่อการทำให้แผนธุรกิจสำเร็จ เช่น เงินลงทุน หรือว่าเครื่องจักร เทคโนโลยีต่างๆ รวมไปถึงทรัพยากรบุคคลด้วย

8) โครงสร้างค่าใช้จ่าย(Cost Structure) คือ ต้นทุนทั้งหมดของธุรกิจ ซึ่งในแต่ละธุรกิจจะมีค่าใช้จ่ายในการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะมีทั้งรายจ่ายที่คงที่และไม่คงที่ เช่น ค่าเช่า ค่าไฟ ค่าวัตถุดิบ ค่าเช่าสถานที่ รวมถึงค่าใช้จ่ายทางด้านการตลาดด้วยเช่นกัน เมื่อนำรายจ่ายเหล่านี้ไปลบกับ ช่องทางการเข้ามาของรายได้(Revenue Streams) ผลลัพธ์ที่ได้คือผลประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับกลับมา

9) ช่องทางการเข้ามาของรายได้(Revenue Streams) คือ รายได้ของธุรกิจนี้ ซึ่งรูปแบบของรายได้ที่ธุรกิจจะได้รับกลับมา ซึ่งเราจะต้องมองให้ออกกว่ารายได้จะเข้ามาจากวิธีการใด เช่น ค่าสมาชิก ค่าเช่าสัญญา ค่าสินค้า ค่าบริการ รวมไปถึงค่าโฆษณาด้วย ยกตัวอย่างเว็บไซต์ที่เปิดให้คนเข้าชมได้ฟรี รายได้ก็เข้าเว็บไซต์มาจากการขายพื้นที่โฆษณา

3.3 ประโยชน์ของโมเดลธุรกิจ


- 1) ทำให้เจ้าของกิจการและผู้บริหารสามารถเห็นภาพรวมของบริษัทเพื่อจะปรับปรุงอ่อนหรือเสริมจุดแข็งรวมไปถึงการรับกลยุทธ์ของบริษัทได้ง่ายและรวดเร็ว
- 2) เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวางแผนธุรกิจอย่างรวดเร็ว
- 3) ช่วยในการแจกแจงองค์ประกอบต่างๆ ที่จำเป็นให้เข้าใจด้วยภาพและออกแบบโมเดลธุรกิจได้รวดเร็ว
- 4) ช่วยในการกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ประเมินความสำเร็จของแผนงาน และเลือกรูปแบบโมเดลธุรกิจ (Business Model) ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะกับธุรกิจ



ตัวอย่างโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม: เห่งไฮ่ ลูกหินปลา

| | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Key Partners ผู้ค้า - โรงงานผู้ผลิต - ผู้ขายสินค้า - บริษัท/ห้างร้านต่างๆ - ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ - ธนาคาร | Key Activities กิจกรรมหลัก - ระบบการผลิตและ โลจิสติกส์ - ระบบเทคโนโลยี - ระบบการบริการลูกค้า - ระบบการชำระเงิน | Value Propositions คุณค่าของสินค้า/บริการ - ใช้เนื้อปลาทะเลสดพิเศษ - แห้งไปรตัมและ โยเกิร์ต 3 - ไม่ใช้วัตถุติดกันและบอแรกซ์ - ไม่ใส่ผงชูรสและไม่ผสมแป้ง - สะดวกในการสั่งซื้อและชำระเงิน - มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย | Customer Relationships ความสัมพันธ์กับลูกค้า - โซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม - เว็บไซต์ - ไปเยี่ยมลูกค้าตามต่างจังหวัด อย่างสม่ำเสมอ | Customer Segments กลุ่มลูกค้า - ครอบครัว - ร้านอาหาร/ไนต์ริ้นเทอร์ค - ลูกค้าทั่วไปที่ชอบซื้อปิ้งออนไลน์ |
| Key Resources ทรัพยากรหลัก - พนักงาน - บริหารแบรนด์ - ระบบเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ |  | Channels ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า - แอปพลิเคชัน - เว็บไซต์แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ - มีทั้งออนไลน์และออฟไลน์ | Revenue Streams ช่องทางการเข้ามาของรายได้ - รายได้จากการขายสินค้าและบริการ | |
| Cost Structure โครงสร้างค่าใช้จ่าย - ค่าจ้างพนักงาน ต้นทุนค่าสินค้า ค่าใช้จ่ายด้าน โลจิสติกส์/ขนส่ง/คลังสินค้า ค่าภาษี ค่าการกักตุน | | แหล่งที่มา : ผู้วิจัย | | |

ตัวอย่างโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ผู้ประกอบการค้า : บริษัท เอบี โกลบอล ซัพพลาย จำกัด

| | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Key Partners ผู้ค้า - โรงงานผู้ผลิต - ผู้ขายสินค้า - บริษัท/ห้างร้านต่างๆ - ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ - ธนาคาร | Key Activities กิจกรรมหลัก - ระบบโลจิสติกส์ - ระบบการชำระเงิน | Value Propositions คุณค่าของสินค้า/บริการ - ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ - ราคาไม่แพง คุณภาพปานกลางถึงดี - มีสินค้าให้เลือกมากมาย - บริการหลังการขาย | Customer Relationships ความสัมพันธ์กับลูกค้า - โซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก - เว็บไซต์ - ไปเยี่ยมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ | Customer Segments กลุ่มลูกค้า - บริษัท/โรงงาน ในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง - ผู้ประกอบการค้าปลีก/ส่ง | |
| Key Resources ทรัพยากรหลัก - พนักงาน - บริหารแบรนด์สินค้าจากประเทศจีน | Channels ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า - โซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก - เว็บไซต์ - เว็บไซต์ - อีเมล - พนักงานขาย |  | | | |
| Cost Structure โครงสร้างค่าใช้จ่าย - ค่าจ้างพนักงาน ต้นทุนนำเข้าสินค้า ค่าใช้จ่ายด้านกรนำเข้า ขนส่ง ค่าภาษี | | Revenue Streams ช่องทางการเข้ามาของรายได้ - รายได้จากการขายสินค้าและบริการ | | | |

แหล่งที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ผู้ประกอบการเกษตร:เมล็ดน กาแฟ แอนด์ เจล

| | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Key Partners คู่ค้า -เครื่องจักรแปรรูปกาแฟ -ซัพพลายเออร์ผู้ขายเมล็ดกาแฟ -ธนาคาร | Key Activities กิจกรรมหลัก -การประกอบอาหาร -การปลูกพืชแบบออร์แกนิก -ระบบบริหารจัดการสินค้าคงคลัง -ระบบการชำระเงิน | Value Propositions คุณค่าของสินค้า/บริการ -ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ -ร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก -ปลูกเมล็ดกาแฟ และแปลงที่ออกแก่นิกให้เด็กชิมมากมาย -เมนูอาหารมีเอกลักษณ์ บรรยากาศดี | Customer Relationships ความสัมพันธ์กับลูกค้า -โซเชียลมีเดีย : เฟสบุ๊ก ไลน์ -บัตรส่วนลด โปรโมชัน | Customer Segments กลุ่มลูกค้า -นักศึกษา -นักธุรกิจ -พนักงานบริษัท -ครอบครัว -ผู้ที่ชอบอาหารเพื่อสุขภาพ |
| Key Resources ทรัพยากรหลัก -การบริหารทรัพยากรมนุษย์ -เมนูสูตรอาหาร -พื้นที่ที่ปลูกของตัวเอง | Channels ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า -โซเชียลมีเดีย : เฟสบุ๊ก ไลน์ -ร้านเมล็ดกาแฟ แอนด์ เจล ฟาร์ม -เอเจฟาร์ม | Revenue Streams ช่องทางการเข้ามาของรายได้ -รายได้จากการขายอาหารและสินค้าต่างๆ ในร้านและฟาร์ม | | |
| Cost Structure โครงสร้างค่าใช้จ่าย -ต้นทุนค่าวัสดุ/สินค้าคงคลัง ค่าจ้างพนักงาน ค่าบริหาร ค่าไฟฟ้า -ค่าใช้จ่ายในการเพาะปลูกพืช ในฟาร์ม | | แหล่งที่มา : | | |

ตัวอย่างโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) : บริษัทพิซซ่าไทย จำกัด

| | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Key Partners คู่ค้า <ul style="list-style-type: none"> - โรงงานผู้ผลิต - ซัพพลายเออร์ผู้ซ่อสินค้า - บริษัท/ห้างร้านต่างๆ - ผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ - ธนาคาร | Key Activities กิจกรรมหลัก <ul style="list-style-type: none"> - ระบบการผลิต - ระบบการบริหารจัดการสินค้าคงคลังและ โลจิสติกส์ - ระบบการชำระเงิน | Value Propositions คุณค่าของสินค้า/บริการ <ul style="list-style-type: none"> - ร้านพิซซ่าไทยของคนไทย - พิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท - ออกล้นๆ คัดหน้าดื่มอย่างถึง - สูตรแป้งที่เราพัฒนาเอง - ได้รับคัดเลือกจาก ชื่อนของ ชวนทาน ให้เป็นพิซซ่า เจ้าเดียวที่ได้รับความนิยมภาคนี้ด้วยดี แห่งความอร่อย | Customer Relationships ความสัมพันธ์กับลูกค้า <ul style="list-style-type: none"> - โซเชียลมีเดีย - เว็บไซต์ | Customer Segments กลุ่มลูกค้า <ul style="list-style-type: none"> - พนักงานบริษัท - นักศึกษา - ครอบครัว - ประชาชนทั่วไป |
| Key Resources ทรัพยากรหลัก <ul style="list-style-type: none"> - โรงงานผลิตแป้งที่ได้มาตรฐาน - ทรัพย์สินทางปัญญา - การบริหารทรัพยากรมนุษย์ |  | Channels ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า <ul style="list-style-type: none"> - ร้านพิซซ่าไทย - สาขาของเฟรนไชส์พิซซ่าไทย - สาขาต่างประเทศ - โซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ - เว็บไซต์ , อินเทอร์เน็ต | | |
| Cost Structure โครงสร้างค่าใช้จ่าย <ul style="list-style-type: none"> - ค่าสร้างเครื่องช้อน คำนบริหารแบรนด์ - ค่าจ้างพนักงาน ค่าบริหาร | | Revenue Streams ช่องทางการเข้ามาของรายได้ <ul style="list-style-type: none"> - รายได้จากขายพิซซ่า และสินค้าต่างๆ ในการทำพิซซ่า - รายได้จากค่า เฟรนไชส์ ส่วนแบ่งกำไร | | |

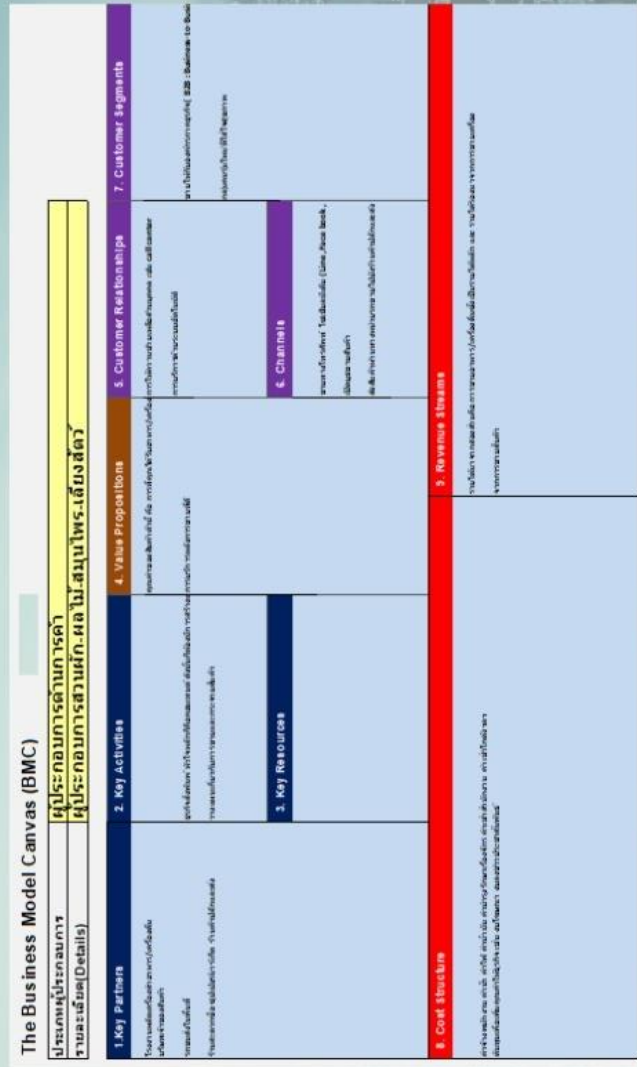
แหล่งที่มา : ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 2 ผู้เรียนเลือกหัวข้อต่างๆ ของ BMC

| | A | B | C | D | E |
|----|---|---|---|---|---|
| 1 | | | | | |
| 2 | | | | | |
| 3 | | | | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| 8 | | | | | |
| 9 | | | | | |
| 10 | | | | | |
| 11 | | | | | |
| 12 | | | | | |
| 13 | | | | | |
| 14 | | | | | |
| 15 | | | | | |
| 16 | | | | | |
| 17 | | | | | |
| 18 | | | | | |
| 19 | | | | | |
| 20 | | | | | |
| 21 | | | | | |
| 22 | | | | | |
| 23 | | | | | |
| 24 | | | | | |
| 25 | | | | | |
| 26 | | | | | |
| 27 | | | | | |
| 28 | | | | | |
| 29 | | | | | |
| 30 | | | | | |
| 31 | | | | | |
| 32 | | | | | |
| 33 | | | | | |
| 34 | | | | | |
| 35 | | | | | |
| 36 | | | | | |
| 37 | | | | | |
| 38 | | | | | |
| 39 | | | | | |
| 40 | | | | | |
| 41 | | | | | |
| 42 | | | | | |

แหล่งที่มา : ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 3 หลังจากนั้น ผลลัพธ์ต่างๆที่ผู้เรียนเลือกจะปรากฏในส่วนที่ 2: Simulation BMC



*** ให้ผู้เรียนแนบไฟล์ Excel ที่ทำเสร็จแล้ว ส่งมาที่ pornprasit_tsh@hotmail.com
 แหล่งที่มา : ผู้วิจัย

คลิกประกอบกรเรียนการสอนเพิ่มเติม

> วีรการเขียน Business Model Canvas <https://www.youtube.com/watch?v=iSiz6seLOBM>

เอกสารอ้างอิง

แบบจำลองธุรกิจ หรือ Business Model Canvas สิ่งที่ต้องรู้ก่อนเริ่มธุรกิจท่องเที่ยว (1 มกราคม 2563:Online) แหล่งที่มา:

https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20180802084852.pdf

แบบจำลองธุรกิจ หรือ Business Model Canvas สิ่งที่ต้องรู้ก่อนเริ่มธุรกิจเกษตรแปรรูป (1 มกราคม 2563:Online) แหล่งที่มา:

https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20181005082208.pdf

เครดิต free powerpoint templates

<https://www.free-powerpoint-templates-design.com/free-powerpoint-templates-design/>



บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

วิชาการตลาด 5.0



ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เต็มมีพี

วิชาการตลาด 5.0 (Marketing 5.0)

หลักสูตรผู้ประกอบการ โดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

www.entrepreneuronline-learning.com

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. อธิบายอธิบายแนวความคิดการตลาดและการพัฒนากลยุทธ์
2. วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคตามแนวคิดการตลาดยุคดิจิทัล
3. ประยุกต์กลยุทธ์การตลาดและนวัตกรรมทางการตลาด

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน

บรรยายด้วยคลีปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนรู้การสอน

- คลีปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
- เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านหรือร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชา

ดร.ธีรภัทรณ์ อุดมรัตน์เมธี ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจและการตลาด บริษัทไทยเจริญ จำกัด

ผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เต็มเพ็

เนื้อหาบทเรียน

1 พื้นฐานการตลาดเบื้องต้น

- 1.1 การวิเคราะห์สินค้าและบริการ
- 1.2 การวิเคราะห์ลูกค้า
- 1.3 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
- 1.4 การตลาดยุค 5.0
 - 1) ส่วนที่ 1 การชี้ช่องทาง(Channel)ที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า
 - 2) ส่วนที่ 2 การเจาะจงเฉพาะบุคคล(Personalized)
 - 3) ส่วนที่ 3 การนำเทคโนโลยีเข้ามาทดแทนการใช้แรงงาน (Automation)
 - 4) ส่วนที่ 4 การทำการตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์

2 กลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัล

- 2.1 6 ขั้นตอนสู่ความสำเร็จกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล
- 2.2 วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Analysis)
- 2.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด
 - 1) การวิเคราะห์สถานะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน(5 Force Model)
 - 2) การประเมินศักยภาพของธุรกิจ(SWOT Analysis)



บทที่ 1
พื้นฐานการตลาดเบื้องต้น

www.entrepreneuronline-learning.com

บทเรียนที่ 1 พื้นฐานการตลาดเบื้องต้น

- 1.1 การวิเคราะห์สินค้าและบริการ
- 1.2 การวิเคราะห์ลูกค้า
- 1.3 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
- 1.4. การตลาดยุค 5.0
 - 1) ส่วนที่ 1 การใช้ช่องทาง(Channel)ที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า
 - 2) ส่วนที่ 2 การเจาะจงเฉพาะบุคคล(Personalized)
 - 3) ส่วนที่ 3 การนำเทคโนโลยีเข้ามาทำงานอัตโนมัติแทนการใช้แรงงานมนุษย์ (Automation)
 - 4) ส่วนที่ 4 การทำการตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์ (Intelligence Predictive)

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. สามารถวิเคราะห์และจำแนก สินค้า บริการ ลูกค้าและ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
2. สามารถอธิบายประโยชน์ของนวัตกรรมทางการตลาด
3. สามารถอธิบายการสร้างแคมเปญการตลาดโดยใช้ Big Data ช่วยออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด
4. สามารถอธิบายการตลาดแบบอัตโนมัติ

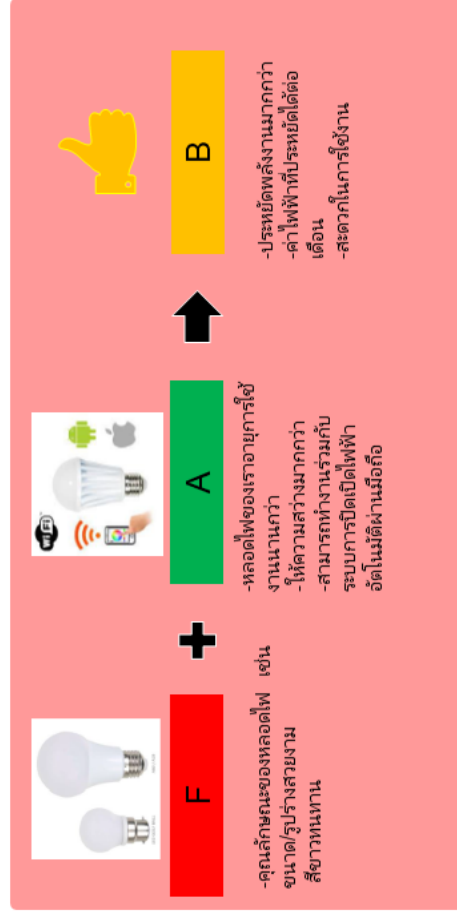
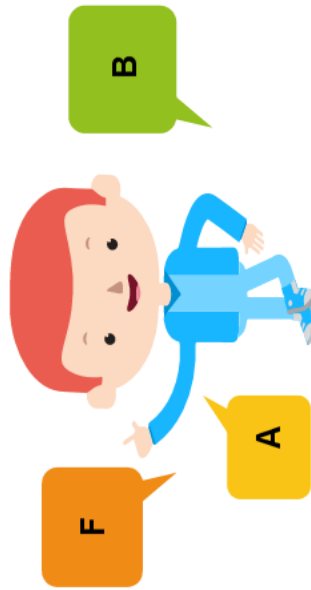
1.1 การวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B

การวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B คือ การมองหาจุดขายของสินค้าและบริการของเราเพื่อทำการตลาด

F = Feature/Spec
(คุณลักษณะ/คุณสมบัติของสินค้า/บริการคืออะไร)

A = Advantage
(จุดเด่นของสินค้า/บริการดีกว่าอย่างไร, เหตุผลที่ต้องซื้อ)

B = Benefit (ประโยชน์ของสินค้า / บริการคืออะไร)



ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B

F (Feature / Spec) : คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าคืออะไร

-คุณสมบัติของลูกชิ้นปลาสด คือ เนื้อปลาสดแปรรูป ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารอายุสั้นที่ไม่ใส่สารซีตออาหาร ต้องผลิตใหม่สดทุกวันและต้องเก็บอยู่ในพื้นที่ที่มีความเย็นที่เหมาะสมตลอดเวลา

A (Advantage) : จุดเด่นของสินค้าหรือดีกว่าอย่างไรหรือเหตุผลที่ต้องซื้อ

- วัตถุดิบคือปลาทะเลลึกที่เพาะอยู่ในการคัดสรรเนื้อปลาทะเลคุณภาพดี สดจากตลาดปลาทุกวัน
- แหล่งโปรตีนและ โอเมก้า 3
- ไม่ใช้วัตถุกันเสียและบอแรกซ์
- ไม่ใส่ผงชูรสและไม่ใส่ผงแป้ง
- สะดวกในการสั่งซื้อและชำระเงิน
- มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

B (Benefit) : ประโยชน์ของสินค้าคืออะไร

- เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพสูง เหมาะแก่การรับประทานที่ให้ความอร่อยด้านโภชนาการและสุขภาพ
- ลูกชิ้นปลาที่อร่อย เหนียว นุ่ม ให้โปรตีนสูง แคลอรีต่ำ อีกทั้งยังไร้ไขมันที่ 3

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

-เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ใช้ทรัพยากรที่มีผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค



เท่งไฮ่ ลูกชิ้นปลา

-เท่งไฮ่ ลูกชิ้นปลา ผลิตจากเนื้อปลาทะเล คัดพิเศษ ไม่มีแป้งผสม ด้วยกระบวนการกว่า 20 ปี รับประทาน อร่อย เนียน เหนียว นุ่ม ไม่คาว ได้คุณประโยชน์จากปลาทะเล

www.tenghaifishball.com



ตัวอย่างการวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B

F (Feature / Spec) : คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าคืออะไร

- กล้องวงจรปิดที่ติดตั้งแล้วจะมีคุณสมบัติที่สำคัญก็คือ
- ให้ความคมชัดสูง ทั้งการจับภาพนิ่งและการจับภาพที่มีการเคลื่อนไหวมาๆ
- สามารถใช้งานได้กับทุกสภาพแสง เพราะต้องใช้งานกล้องนั้นตลอดเวลา 24 ชั่วโมง

A (Advantage) : จุดเด่นของสินค้าหรือบริการที่กว่าอย่างอื่นหรือเหตุผลที่ดึงดูดใจ

- ความน่าเชื่อถือของแบรนด์
- ราคาไม่แพง คุณภาพปานกลางถึงดีมาก ขึ้นอยู่กับงบประมาณของลูกค้า
- มีสินค้าให้เลือกมากมายหลากหลาย
- มีบริการหลังการขาย
- ส่งทั่วโลก
- เจ้าของเรียนจบปริญญาตรีวิศวกรรมที่ประเทศจีน สามารถพูดภาษาอังกฤษได้
- ดี สามารถจัดหาสินค้าที่ลูกค้าต้องการจากประเทศจีน ได้อย่างครบถ้วน

B (Benefit) : ประโยชน์ของสินค้าและบริการคืออะไร

- ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ สินค้ามีรับประกัน จัดส่งทั่วโลก

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการ

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อ
สินค้ามาจากผู้ผลิตและขาย
ให้กับลูกค้าหรือผู้จัดส่ง เป็น
คนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้
บริโภค



เอบี โกลบอล ซัพพลาย

- เด็กหนุ่มวัย 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้าน
นำเข้าของจากประเทศจีนมาขาย
ให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและ
จังหวัดใกล้เคียง
- สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ
กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และ
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงาน
อุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ตัวอย่างการวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B

F (Feature / Spec) : คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าคืออะไร

- ฟาร์มอร์แกนิก ผลิตอย่างปลอดภัย ไร้สารเคมี
- ผลผลิตจากผักผลไม้ที่ปลอดภัยมีจำหน่ายเป็นอาหาร เครื่องดื่ม และไอศกรีมรสต่างๆ

A (Advantage) : จุดเด่นของสินค้าหรือบริการดีกว่าอย่างใดหรือเหตุผลที่ต้องซื้อ

- ฟาร์มอร์แกนิก
- ร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มอร์แกนิกของตัวเองและเครือข่าย
- ปลูกเมล่อนน้ำฯ และแปลงผักออกกานิกให้เลือกชิมมากมาย
- เมนูอาหารมีเอกลักษณ์ บรรยากาศดี พนักงานเอาใจใส่ใจอย่างใกล้ชิด

B (Benefit) : ประโยชน์ของสินค้าและบริการคืออะไร

- อาหารที่สะอาด ปลอดภัย อร่อยเพื่อคนรักสุขภาพ

ที่มา : ผู้วิจัย



ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำพามปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายทาง



เมล่อน คาเฟ่ แอนต์ เจจฟาร์ม

- ปลูกเมล่อนน้ำฯ และแปลงผักออกกานิกให้เลือกชิมมากมาย
- ฟาร์มอร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
- ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มอร์แกนิก

Facebook: Melon Cafe at Melon JJ Farm

ตัวอย่างการวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B

F (Feature / Spec) : คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าคืออะไร

- คุณลักษณะของพิซซ่า คือ พิซซ่าเป็นขนมปังอบ และมีการโรยหน้าด้วยเครื่องปรุงหรือผักต่างๆ
- เป็นหนึ่งในเรื่องคุณภาพที่ลูกค้าได้ให้ความสนใจในแง่แป้ง ทั้งความอร่อย และความสะอาด ที่ได้มาตรฐาน

A (Advantage) : จุดเด่นของสินค้าหรือดีกว่าอย่างไรหรือเหตุผลที่ต้องซื้อ

- ร้านพิซซ่าไทยของคนไทย
- พิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยความไม่ยุ่งยาก
- เอกลักษณ์คือหน้าตัดยี่กึ่ง มีหน้าและมีโรงงานผลิตแป้งของตัวเองสามารถควบคุมสูตรได้ตามที่สูตรแป้งที่เราพัฒนาเอง และมีโรงงานผลิตแป้งเนื้อดีได้ในราคาที่ไม่แพง
- ต้องการจึงสามารถผลิตแป้งเนื้อดีได้ในราคาที่ไม่แพง
- ได้รับคัดเลือกจาก ชื่อนานา ให้เป็นพิซซ่า เจ้าเดียวที่ ได้รับประกาศนียบัตรแห่งความอร่อย

B (Benefit) : ประโยชน์ของสินค้าบริการคืออะไร

- แป้งทำเอง หน้าหลากหลาย จุดขายพิซซ่าราคาประหยัด
- พิซซ่าไทย มีมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศ และสาขาต่างประเทศ ได้แก่ เมียนมา ลาว กัมพูชา มาเก๊า และแอฟริกาใต้



ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

- เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

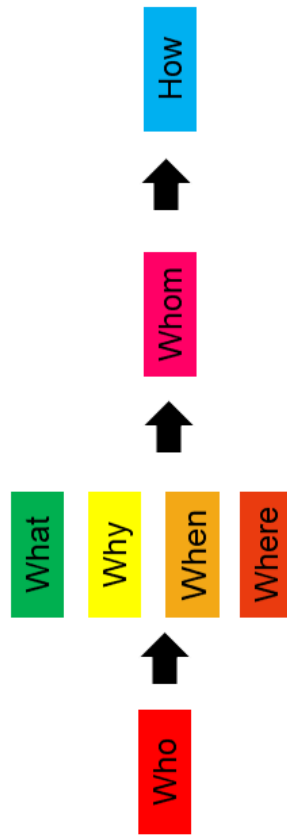
- จากคำสั่งสอนประสบการณ์ที่ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
- แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

1.2 การวิเคราะห์ลูกคำด้วยทฤษฎี 6W1H (Behavior Analysis)

การวิเคราะห์ลูกคำด้วยทฤษฎี 6W1H เป็นการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์

- 1). ลูกคำเป็นใครหรือใครคือลูกคำ (Who)
- 2). ลูกคำต้องการอะไร (What)
- 3). ลูกคำทำไม (Why)
- 4). ลูกคำซื้อสินค้าเมื่อไหร่ (When)
- 5). ลูกคำซื้อที่ไหน (Where)
- 6). ใครมีส่วนรวมในการตัดสินใจซื้อ (Whom)
- 7). ลูกคำซื้ออย่างไร (How)



ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการศึกษาค้นคว้าพฤติกรรมผู้บริโภค
ด้วยการวิเคราะห์ลูกค้าด้วยทฤษฎี 6W1H (Behavior Analysis)

- 1). **ลูกค้าเป็นใครหรือใครคือลูกค้า :**
 - ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญด้านโภชนาการและสุขภาพ
- 2). **ลูกค้าต้องการซื้ออะไร :**
 - ลูกชิ้นปลาสดไม่ใช้วัตถุติดกับเสีย, บอแรกซ์, ผงชูรส และไม่ผสมแป้ง
- 3). **ทำไมลูกค้าถึงซื้อ :**
 - ลูกชิ้นปลาที่อร่อย เหนียว นุ่ม ให้โปรตีนสูง แคลอรีต่ำ อีกทั้งยังให้โอเมก้า 3
- 4). **ลูกค้าซื้อสินค้าเมื่อไร :**
 - เมื่อต้องการรับประทานลูกชิ้นปลาหรือนำไปปรุงร่วมกับเมนูอื่น ๆ เช่น ก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นปลา
- 5). **ลูกค้าซื้อที่ไหน :**
 - ห้างสรรพสินค้า ตัวแทนจำหน่าย ชี้ออนไลน์ ได้ทาง เว็บไซต์ โทร เฟสบุ๊คและ ไลน์
- 6). **ใครมีส่วนรวมในการตัดสินใจซื้อ :**
 - ครอบครัว พนักงานขาย ครอบครัวย เพื่อน การบอกปากต่อปากและการรีวิวสินค้า
 - ผู้ซื้อเป็นผู้ตัดสินใจเองในการซื้อสินค้าและบริการ เนื่องจากเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่ได้มีราคาสูงจนเกินไป
- 7). **ลูกค้าซื้ออย่างไร :**
 - สามารถซื้อแบบเฉพาะสินค้าที่ต้องการและแบบเป็นเซตได้

ที่มา : ผู้วิจัย



ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

- เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ใช้ทรัพยากรที่มีผลดีสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค



เพิ่งใช้ ลูกชิ้นปลา

- เพิ่งใช้ ลูกชิ้นปลา ผลิตจากเนื้อปลาทะเล คัดพิเศษ ไม่มีแป้งผสม ด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปี รับประกัน อร่อย เหนียว นุ่ม ไม่คาว ได้คุณประโยชน์จากปลาทะเล

www.tenghaifishball.com

ตัวอย่างการตีความพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าด้วยทฤษฎี 6W1H (Behavior Analysis)

- 1) **ลูกค้าเป็นใครหรือใครคือลูกค้า :**
-บริษัท/โรงงานในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง ผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่ง
- 2) **ลูกค้าต้องการซื้ออะไร :** กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ สินค้ามีรับประกัน และมีบริการหลังการขาย
- 3) **ทำไมลูกค้าถึงซื้อ :**
-ราคาถูกเป็นกันเอง
- 4) **ลูกค้าซื้อสินค้าเมื่อไร :**
-เมื่อมีความต้องการหรือจำเป็นที่ต้องการป้องกันทรัพย์สินโดยบันทึกภาพเก็บไว้
- 5) **ลูกค้าซื้อที่ไหน :**
-ห้างสรรพสินค้า ตัวแทนจำหน่ายกล้องวงจรปิดในแต่ละจังหวัด
-ร้านคอมพิวเตอร์ที่จำหน่ายอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย
-สั่งซื้อออนไลน์ ร้านค้า เว็บไซต์หรือผ่านทางโซเชียล
- 6) **ใครมีส่วนรวมในการตัดสินใจซื้อ :**
-ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบุคคล ฝ่ายดูแลความปลอดภัยฝ่ายคลังสินค้า ฝ่ายผลิตของลูกค้า
-จากการได้เห็นจากญาติหรือคนเฒ่าใช้ การบอกปากต่อปากทางโซเชียลมีเดีย
- 7) **ลูกค้าซื้ออย่างไร :**
-ซื้อสินค้ากล้องหรืออุปกรณ์อื่นที่ต้องการทั้งแบบราคาปลีกหรือซื้อแบบเหมาราคาส่ง

ซื้อ 10 แดม 1



490.-
ขอไปเลย >>

ผู้ประกอบบริการ

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้าจากผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค



เอบี โกลบอล ซัพพลาย
-เด็กหนุ่มวัย 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th



2MP

กล้อง 2 ล้าน บันทึกรหัส H.265+

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการศึกษากฎพฤติกรรมผู้บริโภค
ด้วยการวิเคราะห์ลูกค้านำด้วยทฤษฎี 6W1H (Behavior Analysis)

- 1). ลูกค้านำเป็นใครหรือใครคือลูกค้า :**
 - กำหนดกลุ่มเป้าหมาย เป็นกลุ่มคนที่ชอบอาหารเพื่อสุขภาพ
 - กำหนดคุณลักษณะอื่นๆ ได้แก่ ทุกเพศ อายุ 20-45 ปี รายได้ 20,000 บาท ขึ้นไป
- 2). ลูกค้าต้องการซื้ออะไร :**
 - อาหารและเครื่องดื่มจากฟาร์มออร์แกนิก ผลิตอย่างปลอดภัย ไร้สารเคมี
- 3). ทำไมลูกค้าถึงซื้อ :**
 - ผลผลิตจากผักผลไม้ที่ปลอดสารพิษนำมาแปรรูปทำเป็นอาหาร เครื่องดื่มและไอศกรีมรสต่าง
 - บรรยากาศดี พนักงานเอาใจใส่
 - ความสะอาดของเมนูอาหารอร่อย
- 4). ลูกค้าซื้อสินค้าเมื่อไร :**
 - ช่วงเวลาในการสั่งซื้อสินค้าสูงสุดอยู่ในช่วง 11.00 น.-13.00 น. และ 16.00 น. – 20.00 น.
- 5). ลูกค้าซื้อที่ไหน :**
 - ที่ร้านเมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจลฟาร์ม บางแสน ชลบุรี
- 6). ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ :**
 - ครอบครัว เพื่อน การบอกปากต่อปากและการรีวิวอาหารทางโซเชียลมีเดีย
- 7) ลูกค้าซื้ออย่างไร :**
 - สามารถสั่งเป็นอาหารจานเดียวหรือเป็นเซตได้



ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำพาสปูลูกจนถึงปลายน้ำ



เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจลฟาร์ม

- ปลูกเมล่อนต่างๆ และแปรรูปออกแค่นี้ให้เลือกชิมมากมาย
- ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
- ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

Facebook: Melon Cafe at Melon JJ Farm

ตัวอย่างการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค
ด้วยการวิเคราะห์ลูกค้าด้วยทฤษฎี 6W1H (Behaviour Analysis)

- 1). **ลูกค้าเป็นใครหรือใครคือลูกค้า:**
 - กลุ่มคนที่มีความร่ำรวยในชีวิตประจำวัน
 - กำหนดคุณลักษณะอื่นๆ ได้แก่ ลูกค้าทุกเพศทุกวัย เช่น พนักงานบริษัท, นักเรียน นักศึกษา, ครอบครัว, ประชาชนทั่วไป
- 2). **ลูกค้าต้องการซื้ออะไร :**
 - มีพิซซ่าหน้าต้มยำกุ้งที่ลูกค้าคนไทยและมีให้เลือกมากกว่า 25 หน้า
 - ความสะอาดในการรับประทาน รสชาติที่อร่อย ราคาที่เหมาะสม
- 3). **ทำไมลูกค้าถึงซื้อ :**
 - พิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท
- 4). **ลูกค้าซื้อสินค้าเมื่อไร :**
 - เวลาหิว เวลาไปเดินช้อปปิ้ง เวลาเลิกงานกลับบ้าน
- 5). **ลูกค้าซื้อที่ไหน :**
 - ซื้อที่สาขาของพิซซ่าไทย มีมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศ
- 6). **ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ :**
 - เพื่อน ครอบครัว
- 7). **ลูกค้าซื้ออย่างไร :**
 - สั่งซื้อเป็นเงินสด



ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสังเกตประสบการณ์ใช้เวลาคู่คิดอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
 -แพร่หลายพิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

ที่มา : ผู้วิจัย

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

การศึกษายอดขายของผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการของบริษัทกับวงจรการเจริญเติบโตของยอดขายตามระยะเวลา แบ่งออกได้เป็น 4 ช่วง

ขั้นแนะนำ (Introduction Stage)

เป็นขั้นตอนที่เริ่มต้นในการนำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการของเราเข้าสู่ตลาด เช่น ให้ผู้บริโภคทดลองใช้สินค้าและบริการของเรา

ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity Stage)

เป็นขั้นที่บริษัทเรามียอดขายและมีกำไรสูงสุดจากการผลิตสินค้าและบริการ ตลาดเริ่มอิ่มตัวทำให้เราไม่ต้องเพิ่มกำลังการผลิต แต่กำไรที่เราได้รับจะคงที่และค่อยๆ ลดลงตามลำดับ เพราะมีค่าใช้จ่ายทางการตลาดเพิ่มขึ้นในการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด



ขั้นเจริญเติบโต (Growth Stage)

เป็นขั้นตอนที่เราเน้นผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการออกไปสู่ตลาดแล้ว และผู้บริโภคพอใจผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการของเรา ทำให้มียอดขายสูงและมีกำไรมากขึ้น เราต้องมีการลงทุนเพิ่มมากขึ้นในการผลิตสินค้าและบริการ เช่น ซื้อเครื่องจักรขยายกำลังการผลิต

ขั้นตกต่ำ (Decline Stage)

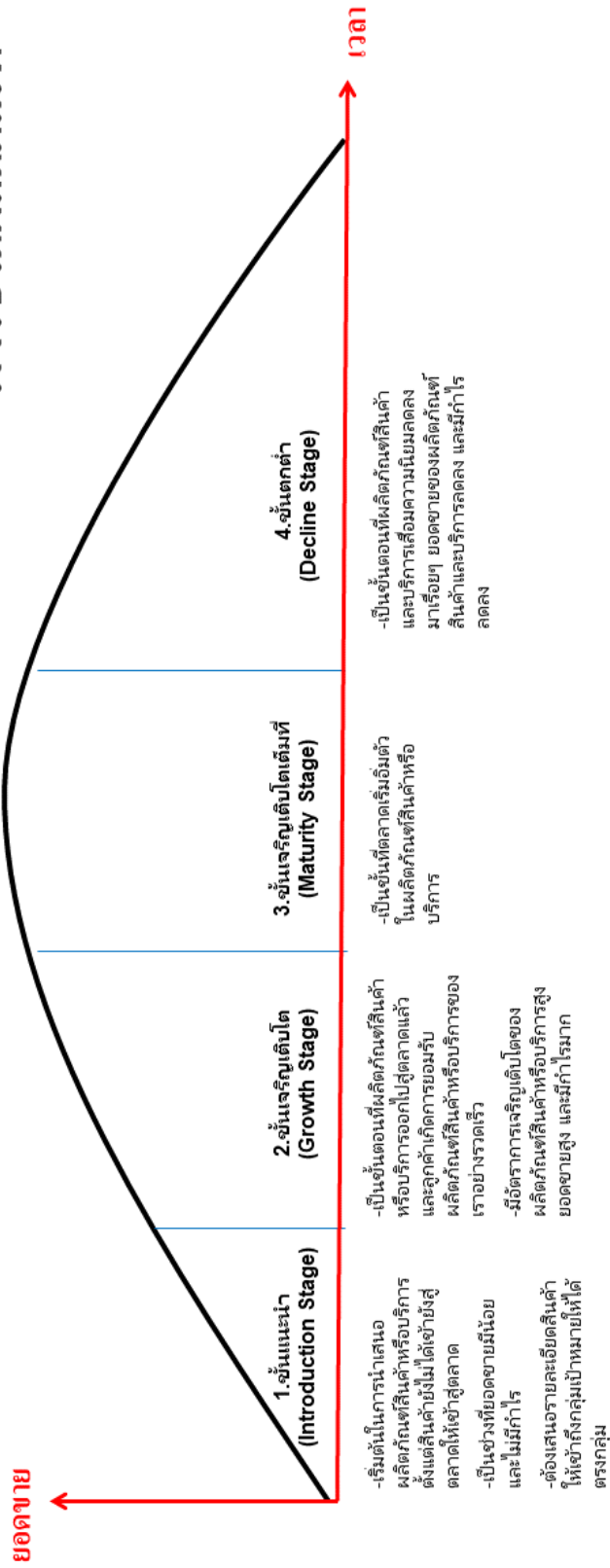
เป็นขั้นตอนที่สินค้าและบริการของเราเริ่มเสื่อมความนิยม ยอดขายลดลง กำไรลดลง ต้องลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง เช่น ค่าใช้จ่ายการตลาดส่งเสริมกิจกรรมทางการ

-ถ้าไม่สามารถแก้ไขปัญหานี้ได้หรือไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน ก็อาจจะเลิกทำผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการตัวนั้น

-ถ้าผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการนั้นยังมีผลกำไร ก็อาจจะมีการลงทุนเพิ่มเติมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการใหม่ของผู้ที่องตลาดต่อไป

ที่มา : ผู้วิจัย

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์



ที่มา : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Marketing 5.0

การตลาด 5.0 มาพร้อมการทำลายและเติมเต็มการทำตลาดแบบเดิมๆ (การตลาด 4.0) ซึ่งอาจไม่ตอบโจทย์ต่อความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการชี้ การตลาด 5.0 นั้น มีใช้เพียงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางการตลาด(Marketing clouds) แต่จะต้องเรียนรู้พฤติกรรมและเข้าใจลูกค้าให้มากขึ้นด้วยการบูรณาการความหลากหลายของสื่อและช่องทางการตลาด(Omni-channel) ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า (personalized)

Marketing 5.0 is both disruptive and additive to previous eras. Now, Marketing clouds. And Marketing 5.0 is winning in the Age of personalized Omni-channel experiences

ที่มา:จอห์น เอลเลียต (John Ellett) ซีอีโอของ nFusion
นักเขียนหนังสือการตลาด The CEO Manifesto : A 100-Day Action Plan For Marketing Change Agentsและเป็นคอลัมน์เสดตีเนตยสารฟอร์บ (Forbes)

การตลาดยุค 5.0



องค์ประกอบของการทำ Marketing 5.0

- 1) การใช้ ช่องทาง(Channel) ที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า
- 2) การเจาะจงเฉพาะบุคคล(Personalized)
- 3) การนำเทคโนโลยีเข้ามาทำงานแทนการใช้แทนมนุษย์ (Automation)
- 4) การทำการตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์ (Intelligence)

“Age of personalized Omni-channel experiences”

เป็นเทรนด์การตลาดแบบใหม่ที่มีข้อมูล(Data)ในการสร้างประสบการณ์ที่ตรงใจเฉพาะบุคคล เพราะถ้านำไปประยุกต์ใช้ในการทำตลาดอย่างถูกวิธีแล้ว จะทำให้มีความเข้าใจลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ที่มา : <https://www.benleymedia.co.th/กลยุทธ์การตลาด-5-0>

วิวัฒนาการด้าน Marketing



- ยุค Marketing 1.0
 - สื่อสิ่งพิมพ์
 - คือ ทักษะทุกอย่างของการทำการตลาด เป็นยุคที่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และจดหมายโดยตรงเมือง สื่อสิ่งพิมพ์
- ยุค 2.0 สื่อทีวีและวิทยุ
 - ทีวีและวิทยุเข้ามามีบทบาทเกิดเป็นการสื่อสารผ่าน Mass Media เป็นยุคที่ครีเอทีฟต่างสร้าง Story Telling ทำให้โฆษณาของตัวเองโดดเด่น แตกต่าง สร้างภาพจำในหัวคนมากที่สุด
- ยุค 3.0 สื่อคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต
 - ในยุคนี้เริ่มมีการคาดการณ์ถึงข้อมูลมหาศาลที่จะส่งผลต่ออนาคตข้างหน้า
- ยุค 4.0 ยุคของ Social Media และ Mobile
 - ยุคที่เน้นการตลาดเชิงแข่งขันกันที่ความเร็ว 3 วินาทีที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจโดยไม่เกิด Skip ทุกคน ติดต่องานสื่อสารกันทุกที่ทุกเวลา
- ยุค 5.0 คือ ยุคของ Omni-Channel และ Customer Experience
 - เป็นยุคที่เต็มไปด้วยข้อมูลมหาศาล (Big Data) ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังยุคหน้า นั่นคือ ยุคของ Marketing 5.0 หากนักการตลาดปรับตัวไม่ทันไว นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ปรับใช้เร็วก็จะยิ่งได้เปรียบกว่าคนอื่น

ที่มา : ชมพูนุท นิตตะโย "ทำความเข้าใจกับการตลาด 5.0." , สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย TMA

สรุปองค์ประกอบของการทำ Marketing 5.0

1
ใช้ช่องทางที่หลากหลาย เพื่อสื่อสารกับลูกค้า (Omni Channel)

- การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางที่หลากหลาย เป็นกลยุทธ์การตลาดที่มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกัน (Omni-Channel Experiences)
- Email
 - Website
 - Social Media
 - Real-Time Media
 - Mobile Media
 - Programmatic Display

2
การเจาะจงเฉพาะบุคคล (Personalized)

- รูปแบบการสื่อสารถูกพัฒนาให้ให้เข้ากับความต้องการหรือความชอบของแต่ละคน
- **Email Direct Marketing (EDM)** เป็นช่องทางที่เข้าถึงลูกค้าได้เฉพาะเจาะจงที่สุด สิ่งที่มีโอกาสนำเสนอ content หรือโปรโมชั่นเด็ดๆ ได้ตรงใจลูกค้ามากที่สุด
 - **CRM on Website** การทำ CRM หรือ Loyalty Program ผ่านเว็บไซต์ สิ่งเป็นช่องทางที่สร้างความไว้วางใจที่ตรงระหว่างเรากับลูกค้า
 - **Social Media** เป็นช่องทางที่มาแรง และมีความใกล้ชิดกับผู้คนมากที่สุด ความนำเสนอ Content ที่สอดคล้องกับสื่อและกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

3
นำเทคโนโลยีมาทำงานทดแทนคน (Automation)

- **การใช้ Big Data** ช่วยบอกแบบกลุ่มเป้าหมายการตลาด เช่น การนำเสนอสินค้าบริการ (Product) และการตั้งราคา (Price)
- **การใช้ Big Data มาใช้ทางการตลาด** ด้วยการใช้เทคโนโลยีเช่น Google และ Facebook เก็บข้อมูลของผู้ใช้มากขึ้นในทุกวัน ทำให้สามารถนำเสนอโฆษณาที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ เพียงดูจากบทความที่พวกเขาเข้าไปอ่าน

4
การตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์ (Intelligence Predictive)

- การนำ AI ทำงานเบื้องหลัง หรือวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และนำเสนอบริการที่ตรงใจ
- ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) สังเกตพฤติกรรมผู้ใช้ ในแอปพลิเคชันเพื่อบอกไปว่าไม่สนใจแค่แค่แคมเปญให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมลูกค้ามากขึ้น

ที่มา : Data – Driven Marketing ภัยแรงสำคัญของการตลาดยุค “Marketing 5.0” <https://www.thumbsup.in.th/data-driven-marketing-from-alchemist>

1) การใช้ ช่องทาง(Channel)ที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า

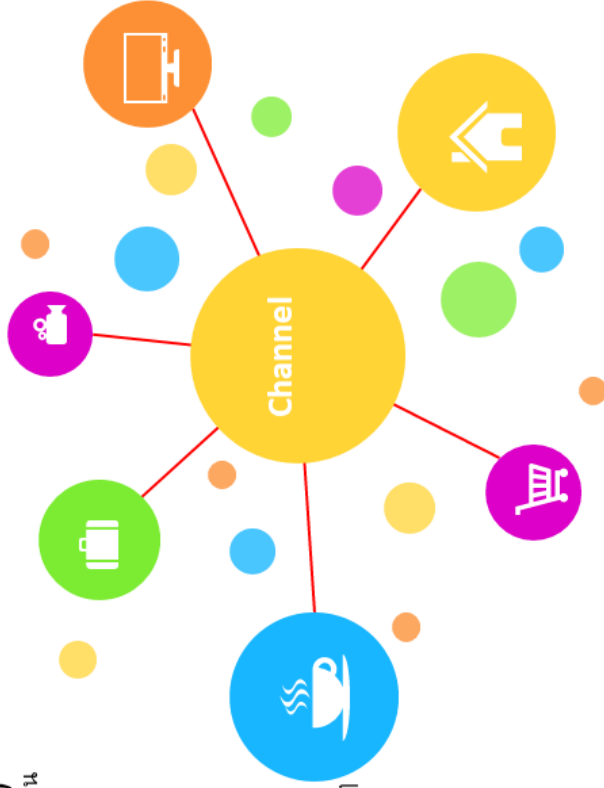
ไม่จำกัดแค่ในออนไลน์หรือ ออฟไลน์ หรือ แค่ช่องทาง อีเมล SMS หรือไลน์ เพราะแต่ละช่องทางก็มีวิธีการตอบสนองที่แตกต่างกันไป ดังนั้นการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางที่หลากหลายใช้ประโยชน์จากข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด จนเกิดเป็นกลยุทธ์การตลาดที่มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกัน (Omni-Channel Experiences)

กลยุทธ์การตลาดที่มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกัน(Omni-Channel Experiences)

-Email Direct Marketing (EDM) คือการใช้ email ในการส่งข้อมูลให้กับผู้รับหรือกลุ่มคนที่เป็นวงกว้างครั้งละมากๆ มีค่าใช้จ่ายในการทำโฆษณาในราคาที่ถูก โดยมีจุดประสงค์เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจกระตุ้น หรือ ชักชวนให้เกิดยอดขาย จากกิจกรรมการตลาดที่จัดขึ้น

-CRM on Website คือ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการใช้เทคโนโลยีและการใช้บุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านเว็บไซต์

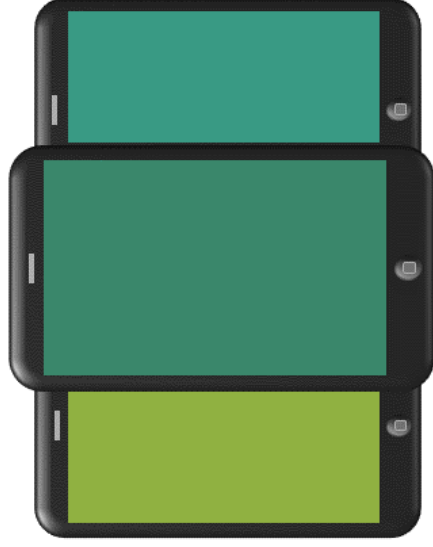
-Social Media คือ สังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสาร หรือเขียนเล่า เนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเอง ทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่นๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตน เช่นผ่านทางเว็บไซต์ โซเชียลมีเดียถือเป็นต้น



-Real-Time Media คือ การสื่อสารทางการตลาดของแบรนด์ในลักษณะที่แบรนด์ทำคอนเทนต์รูปแบบต่างๆ ที่กล่าวถึงเหตุการณ์หรือเรื่องที่กำลังเป็นที่มาสนใจ ณ เวลานั้น โดยแพลตฟอร์มเทนต์เกาะกระแสเพื่อให้เข้าไปอยู่ในวงการสนทนาและสื่อสารออกไปได้ทันทีถูกเวลา เช่น การ Live Streaming ถ่ายทอดสดเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นได้แบบเรียลไทม์

-Mobile Media คือ การสื่อสารทางการตลาดต่างๆ ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ โทรทัศน์ หรือแท็บเล็ต หรือแอปพลิเคชัน

-Programmatic Display คือ การซื้อโฆษณาหรือแบนเนอร์กับสื่อต่างๆ ผ่านโปรแกรมการจัดซื้ออัตโนมัติ เช่น การซื้อพื้นที่โฆษณาบนสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Google Display Network, Google Ads หรือ Facebook Ads

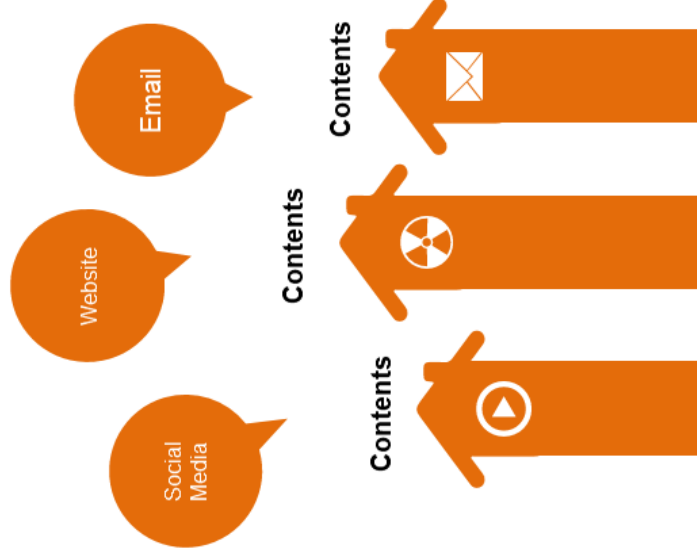


ที่มา : Data – Driven Marketing กุญแจสำคัญของ การตลาดยุค "Marketing 5.0" <https://www.thumbsup.in.th/data-driven-marketing-from-alchemist>

2) การเจาะจงเฉพาะบุคคล (Personalized)

ยุค 5.0 รูปแบบการสื่อสารถูกพัฒนาให้ซับซ้อนยิ่งขึ้น ละเอียดยิ่งขึ้น ข้อความที่ถูกส่งออกมาจากแอปพลิเคชัน ต้องถูกปรับเปลี่ยนให้เข้ากับความต้องการหรือความชอบของคนๆ นั้น หมายความว่า ถ้าต้องการสื่อสารกับคนหนึ่งล้านคน แปรเนตอาจจะต้องส่งข้อความแบบเจาะจงเฉพาะบุคคลออกมาหนึ่งล้านรูปแบบ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของแต่ละคน ดังนั้น รูปแบบการสื่อสารจึงถูกพัฒนาให้ให้เข้ากับความต้องการหรือความชอบของคนๆ นั้น ได้แก่

- **Email Direct Marketing (EDM)** เป็นช่องทางที่เข้าถึงลูกค้าได้เฉพาะเจาะจงที่สุด จึงมีโอกาสเสนอ content หรือโปรโมชั่นเด็ดๆ ได้ตรงใจลูกค้ามากที่สุด
- **CRM on Website** การทำ CRM หรือ Loyalty Program ผ่านเว็บไซต์จึงเป็นช่องทางที่สร้างความไว้เนื้อเชื่อใจที่ตรงระหว่างเรากับลูกค้า เป็นช่องทางที่มีคุณภาพและความน่าเชื่อถืออย่างมาก
- **Social Media** การทำการตลาดบนสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางที่มาแรง และมี ใกล้เคียงกับผู้คนมากที่สุด ควรนำเสนอ Content ที่สอดคล้องกับสื่อและกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
- **Real-Time Media** สื่อแบบ Real-Time เช่น การไลฟ์ (Live) ช่วยให้คนสื่อสารกับลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น เพราะคุณสามารถตอบโต้กับลูกค้าได้โดยตรง และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับพวกเขาได้มากกว่าการสื่อสารทางเดียว
- **Mobile Media** สื่อที่กำลังได้รับความนิยมที่สุด การทำการตลาดต่างๆ ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ หรือ แท็บเล็ต หรือแอปพลิเคชัน
- **Programmatic Display** การซื้อพื้นที่โฆษณาบนสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Google Display Network, Google Ads หรือ Facebook Ads เป็นวิธีที่คุณสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายที่สุด ช่องทางเหล่านี้จึงมีความสำคัญกับการทำธุรกิจยุคดิจิทัลเป็นอย่างมาก การซื้อพื้นที่โฆษณาบนสื่อต่างๆ



3) การนำเทคโนโลยีเข้ามาทำงานทดแทนการใช้แทนมนุษย์(Automation)

นำมาใช้แทนแรงงานมนุษย์เป็นจำนวนมากหรือเกินความสามารถที่มนุษย์จะทำได้ เช่น การใช้ email ในการส่งข้อมูลให้กับผู้รับหรือกลุ่มคนได้เป็นวงกว้างครั้งละมากพ การออกแบบให้สีลักษณะเฉพาะบุคคล และพิมพ์ข้อความ 1 ล้านรูปแบบเพื่อส่งออกไป อาจกลายเป็นต้นเหตุหาสาเหตุที่ด้านเวลา ราคาและทรัพยากรบุคคล หากไม่มีเครื่องมือรองรับที่ดีและมีประสิทธิภาพพอ

ดังนั้นการนำเทคโนโลยีเข้ามาทำงานทดแทนการใช้แทนการใช้เครื่องเคราจะเข้ามาช่วยงานของมนุษย์ให้รวดเร็วขึ้นได้ เช่น **ใช้ ปัญญาประดิษฐ์(AI) ในการวิเคราะห์ Big Data**

-Big Data คือ ข้อมูลขนาดใหญ่มากทั้งหมดที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ด้วยวิธีการหลากหลาย วิธีการขึ้นอยู่กับต้องการนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้งานด้านไหน

-การใช้ Big Data ช่วยออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การนำเสนอสินค้าบริการ (Product) และการตั้งราคา (Price)

-การประยุกต์ใช้ Big Data มาใช้ทางการตลาด ด้วยการ เสนอโฆษณาตรงกลุ่มเป้าหมาย เช่น Google และ Facebook เก็บข้อมูลของผู้ใช้มากขึ้นทุกวัน ทำให้สามารถนำเสนอโฆษณาที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ เพียงดูจากบทความที่พวกเขาเข้าไปอ่าน



ที่มา : ผู้วิจัย

4) การทำการตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์ (Intelligence Predictive)

ทำให้ไม่ใช่แค่เข้าใจลูกค้าเท่านั้น แต่ยังสามารถเรียนรู้และคาดการณ์พฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นได้อย่างแม่นยำ เช่น การนำ AI ทำงานเบื้องหลัง หรือวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และนำเสนอบริการที่ตรงใจ

>ธนาคารไทยพาณิชย์: SCB Abacus

-ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) สังเกตพฤติกรรมผู้ใช้ ด้วยพีเจอาร์ใหม่ที่ใส่ลงในแอปพลิเคชันของธนาคาร มาให้บริการ โปรโมชั่น บนแอป SCB Easy เพื่อบอกโปรโมชันใดที่ลูกค้าสนใจตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ช่วยให้ธนาคารเข้าใจพฤติกรรมลูกค้ามากยิ่งขึ้น

--นำเทคโนโลยี AI และ Machine Learning มาใช้ในการให้บริการสินเชื่อออนไลน์เป็นรายแรกของไทยพาณิชย์ "สินเชื่อแม่หนี้ออนไลน์" เพื่อผู้ประกอบการ SME ที่มีร้านค้าหรือให้บริการบนแพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace) ของลูกค้า โดยสามารถอนุมัติสินเชื่อได้ในเวลาเพียง 15 นาที พร้อมอัตราดอกเบี้ยเพียง 1.59% ต่อเดือน และมีการขยายขอบเขตพื้นที่การให้บริการจากกรุงเทพฯ และปริมณฑลไปยัง 20 จังหวัดทั่วประเทศไทย นับเป็นธนาคารแรกของไทยที่สร้างเครือข่ายทางการเงินแบบดิจิทัลครบวงจรสำหรับการอนุมัติสินเชื่อออนไลน์ (Digital Lending) ส่งเสริมสภาพคล่องให้ลูกค้า SME สามารถขยายธุรกิจได้รวดเร็วทันต่อการแข่งขันในยุคที่กระแสอีคอมเมิร์ซกำลังเติบโตทั่วโลก สินเชื่อแม่หนี้ออนไลน์ ที่ให้กับ SME บน Lazada



ที่มา : ไทยพาณิชย์ และเอสซีบี ออบาคัส ความสำเร็จจากบริการสินเชื่อออนไลน์ให้กับ SME บนลาซาด้า ๕

ตัวอย่างของ Marketing 5.0

ใช้ช่องทางที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า(Omni Channel)



ทรูปลูกปัญญาธุรกิจ Group CEO บริษัท ทีวี ใต้เร็ค จำกัด (มหาชน) ระบุว่า เทรนด์ที่กำลังเกิดขึ้นอีกอย่างหนึ่ง นอกจากการทำแพลตฟอร์ม ออมนีแชนแนล ก็คือการที่แบรนด์สินค้าเริ่มหันมาทำการตลาดแบบตรงถึงลูกค้า (direct to consumer) เพื่อสร้างช่องทางการขายและฐานข้อมูลของตัวเอง ซึ่งจะสามารถนำมาวิเคราะห์หาอินไซต์ความต้องการ การทำโปรโมชันแบบเฉพาะบุคคล ฯลฯ จากเดิมที่ข้อมูลพวกนี้จะอยู่กับมาร์เก็ตเพลส หรือ ค้าปลีกประเภทต่าง ๆ ที่แบรนด์ได้เข้าไปวางขายสินค้าเท่านั้น

- การขยายจะถูกขยายไปสู่อีกระดับผู้บริโภคโดยตรง
- ในอนาคตตลาดจะพัฒนาไปสู่ “harmonized channel” ซึ่งเป็นอีกขั้นของออมนีแชนแนล ที่จะต้องใช้เทคโนโลยีทั้ง data mining, machine learning, artificial intelligence ฯลฯ เพื่อเข้าถึงลูกค้าแต่ละคนในแต่ละช่องทางได้อย่างเฉพาะบุคคล (personalized)

ที่มา : ดัดอาวูธ “ค้ำปลั๊ก” 2020 “ออมนีแชนแนล” ต้องมี ข้อมูลต้องแน่น , ฐานเศรษฐกิจ

ตัวอย่างของ Marketing 5.0

การเจาะจงเฉพาะบุคคล (Personalized)



Youtube ได้ออกเครื่องมือตัวใหม่ที่เข้ามาช่วยทำงานด้าน **Customizedโฆษณา** ให้สามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคดีง่ายขึ้น ภายใต้ชื่อ **YouTube Director Mix** จากเดิมที่นักโฆษณาต้องนั่งทำโฆษณาหลายชิ้นเพื่อจะกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน แต่เครื่องมือตัวนี้จะสามารถตัดต่อโฆษณาได้อัตโนมัติจากการวิเคราะห์ประมวลผลจากข้อมูลความชอบของผู้บริโภคที่เคยกด **Skip** โฆษณา โดยเครื่องมือนี้สามารถทำงานด้านการตัดต่อจากเดิมโฆษณาที่มีความยาว 30 วินาทีเหลือเพียง 6 วินาที หรือเชื่อมโยงข้อมูลโฆษณาไปอยู่กับแพลตฟอร์มต่างๆที่เกี่ยวข้องการเจาะจงเฉพาะบุคคล (Personalized)



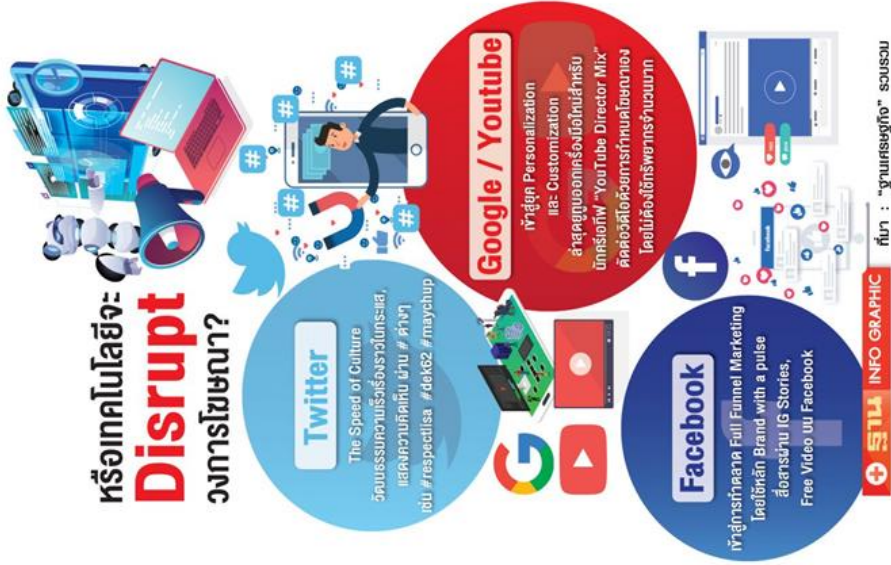
Twitter ที่มาแบ่งปันเรื่องราวเกี่ยวกับ **The Speed of Culture** **วัฒนธรรมความเร็วที่จุดชนวนกระแสของคนแต่ละกลุ่ม** ไม่ว่าจะเป็นการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ การแสดงความคิดเห็น ประเด็นจุดยืนต่างๆ มากมาย โดยในช่วงปีก่อนมีอัตราการทวีตหรือแสดงจุดยืนมากกว่า 1,400 ล้านทวีต (Conversation)



Facebook ได้เข้ามานำเสนอหลักการทำการตลาดแบบ **Full Funnel Marketing** (การเดินทางของลูกค้าไปสู่การบรรลุเป้าหมายธุรกิจ) โดยใช้หลัก **Brand with a pulse** สื่อสารผ่าน **IG Stories, Free Video** เป็นต้น

ที่มา : จะเกิดอะไรเมื่อ **Technology Disruption** วงการโฆษณา , ฐานเศรษฐกิจ

หรือเทคโนโลยีจะ Disrupt วงการโฆษณา?



ตัวอย่างของ Marketing 5.0

การเจาะจงเฉพาะบุคคล (Personalized)

พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลนั้นมีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเทรนด์ของการใช้งานดิจิทัลแพลตฟอร์ม “Mobile-First” หรือการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่เป็นหลัก ผู้บริโภคในกลุ่มมิลเลนเนียล (Millennial) และเจน ซี (Gen Z) กำลังก้าวขึ้นมาเป็นกำลังซื้อหลักในตลาด มีความหลากหลายมากขึ้น แม้แต่ครอบครัวที่อยู่อาศัยภายในบ้านหลังเดียวกันยังมีพฤติกรรมในการรับชมคอนเทนต์ที่แตกต่างกัน อาทิ

ขณะที่ลูกมีการติดตามความเคลื่อนไหวของละครผ่านวีดิโอหรือรับชมย้อนหลังผ่านแพลตฟอร์มอื่น ทำให้แนวโน้มการบริโภคสื่อเปลี่ยนจากเซกระหว่างคนหมู่มากผ่านสื่อหลักเพียงไม่กี่ช่องทางสู่การบริโภคสื่อที่มีความเฉพาะเจาะจงกับแต่ละบุคคล (Personalized) มากขึ้น เนื่องจากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่มีในปัจจุบันจะถูกแบ่งเป็นกลุ่มตามความชอบที่คล้ายๆ กัน ในแต่ละแอปพลิเคชัน โดยปี 2562 ที่ผ่านมาผู้ใช้มีการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กสลับไปมาระหว่าง 6 แอป คาดการณ์ว่า ในปี 2566 การใช้งานแบบสลับแอปไปมาระหว่างกันจะเพิ่มเป็น 10 แอป นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ใช้คนเดียวมักจะมีพฤติกรรมการใช้งานและการแสดงออกของตัวเองแตกต่างกันในแต่ละแพลตฟอร์มที่มีความแตกต่างกัน

ที่มา : Personalized เทรนด์รับสื่อคนยุคมิลเลนเนียล , ฐานเศรษฐกิจ



ตัวอย่างของ Marketing 5.0

นำเทคโนโลยีมาทำงานแทนคน (Automation)
การตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์ (Intelligence Predictive)

ณัฐธิดา สงวนสิน กรรมการผู้จัดการ บริษัท บีซีบีเอส จำกัด ระบุว่า **เทรนด์ดิจิทัลที่ธุรกิจจะต้องเตรียมรับมือเพื่อตอบสนองเองพฤติกรรมผู้บริโภค** ผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป **ทุกอย่างเร็วขึ้น เฉพาะชิ้น “ใช้เทคโนโลยีทำให้เร็วขึ้น”** สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้าน เชื่อมหน้าร้านออนไลน์-ออฟไลน์ อาทิ ให้ส่งสินค้า ได้ล่วงหน้าผ่านแอปพลิเคชันเมื่อลูกค้ามาถึงหน้าร้านก็จะได้รับสินค้าที่ส่งได้ทันที ซึ่งในธุรกิจร้านอาหารเป็นสิ่งจำเป็นมาก ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าที่มารับประทานที่ร้าน หรือ grab-and-go นำไปรับประทานข้างนอก

ปัจจุบันประเทศไทยก้าวสู่สังคมสูงวัย มีประชากรอายุมากกว่า 60 ปี เกินกว่า 1 ใน 6 แล้ว และนับวันจะยิ่งมากขึ้น **แต่จะเป็นผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมแตกต่างจากผู้สูงวัยในยุคก่อน คือ ยังมีไลฟ์สไตล์ทันสมัย แตกต่างจากภาพจำในอดีต ซึ่งเป็นสิ่งที่แบรนด์ต่าง ๆ ต้องปรับตัว “ AI/machine learning”** ที่จะต้องวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าให้มากขึ้น อาทิ พฤติกรรมผู้บริโภคระดับ hyper location จำแนกเป็น “รายสาขา” การจำแนกกลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรมการซื้อเพื่อหาแรงจูงใจ และวิธีกระตุ้นให้ซื้อสินค้า เช่น การส่งคูปองส่วนลดสินค้า ไปให้

ที่มา : เปลี่ยนเร็ว-เจาะรายบุคคล ความท้าทายธุรกิจยุคดิจิทัล, ประชาชาติ

เอกสารอ่านประกอบเพิ่มเติม

> กลยุทธ์การตลาด 5.0" กับการทำธุรกิจร้านค้ายุค 2019 แหล่งที่มาของข้อมูล: <http://www.thaidotcompayment.co.th/2018/10/marketing-5-0-for-business-2019/>
 > Intro to Marketing Automation 101: รู้จักกับการตลาดแบบอัตโนมัติ แหล่งที่มาของข้อมูล: <https://contentshifu.com/marketing-automation-101/>
 > กรณีศึกษา: การนำ Big Data ไปใช้ประโยชน์ในการตลาด แหล่งที่มาของข้อมูล: <https://www.peerpower.co.th/blog/ผู้ประกอบการจัดการธุรกิจ/การตลาด/case-study-big-data-marketing/>

เอกสารอ้างอิง

SCB Abacus เริ่มแล้ว ดันแบงก์ไทย ดึง AI ส่งเคตพฤติกรรมผู้ใช้(Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: <https://themomentum.co/scb-abacus-artificial-intelligence/> (8 มกราคม 2563)
 ไทยพาณิชย์ และเอสซีบี อีบาคัส เผยความสำเร็จจากการนำร่องบริการสินเชื่อออนไลน์ให้กับ SME บนแพลตฟอร์ม (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: <https://www.scb.co.th/about-us/news/nov-2561/nws-sme-clickcash.html> (10 มกราคม 2563)
 เทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์สำหรับการบริหารงาน และการบริการภาครัฐ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: https://www.dga.or.th/upload/download/file_e4db016970b7f8b6764f4289c5e9a83f.pdf (10 มกราคม 2563)
 การคาดการณ์อนาคต เทคโนโลยีดิจิทัลประเทศไทย 2035 (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: <https://www.depa.or.th/storage/app/media/file/Second%20Deliverable%20RevVer%20TH%20V12%20140819%20FIN.pdf> (10 มกราคม 2563)
 เจาะ เทรนด์การตลาด 2019 เปลี่ยนผ่านการตลาดสู่ยุคโอเอ พร้อมให้กำเนิด นักการตลาด 'มาร์ทีคเตอร์' สายพันธุ์ใหม่ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: <https://www.salika.co/2019/05/02/marketing-technology-trend-2019/> (10 มกราคม 2563)
 9 แนวโน้มการตลาดแห่งเอเชียที่น่าจับตามองในปี 2562 (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: <https://www.marketingthai.or.th/9-trends-of-marketing-2019/> (10 มกราคม 2563)
 กลยุทธ์การตลาด 5.0" กับการทำธุรกิจร้านค้ายุค 2019 (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: <http://www.thaidotcompayment.co.th/2018/10/marketing-5-0-for-business-2019/> (10 มกราคม 2563)

กลยุทธ์การตลาด 5.0" กับการทำธุรกิจร้านค้ายุค 2019 (Online) แหล่งที่มา : [www.broadcastmedia.co.th/social-media/](https://www.thumbsup.in.th/data-driven-marketing-from-alchemist(11 มกราคม 2563) Social Media มันคืออะไร และวิธีเลือกใช้งานให้ เหมาะกับธุรกิจอย่างไร (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: <a href=) (11 มกราคม 2563) ทำความรู้จักการตลาด 5.0. , สัมมนาการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย TMA (Online) แหล่งที่มา : https://tma.or.th/2016/news_detail.php?id=357 (4 เมษายน 2563) รู้จัก Marketing 5.0 ปรับกลยุทธ์ต่อยอดทางธุรกิจ อย่างไร (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: <https://businesslinx.globallinker.com/bizforum/article/รู้จัก-marketing-5.0-ปรับกลยุทธ์ต่อยอดทางธุรกิจ/26111> (12 มกราคม 2563) จะเกิดอะไร เมื่อ Technology Disruption วงการโฆษณา ,ฐานเศรษฐกิจ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: <https://www.thansettakij.com/content/business/414076> (5 เมษายน 2563) ดัดอาวุธ "คำปลึก" 2020 "ออมรินทร์แชนแนล" ต้องมี ข้อมูลต้องแม่นยำ, ประชาชาติ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: <https://www.prachachat.net/marketing/news-408066> (5 เมษายน 2563) Personalized เทรนด์รับสื่อคอนเทนต์มัลติแพลตฟอร์ม, ฐานเศรษฐกิจ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: <https://www.thansettakij.com/content/tech/421613> (5 เมษายน 2563) เปลี่ยนเร็ว-เจาะรายบุคคล ความท้าทายธุรกิจยุคดิจิทัล, ประชาชาติ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: <https://www.prachachat.net/ict/news-426637> (5 เมษายน 2563)

เครดิต [free powerpoint templates](http://www.free-powerpoint-templates-design.com/free-powerpoint-templates-design/)
[https://www.free-powerpoint-templates-design.com/free-powerpoint-templates-design/](http://www.free-powerpoint-templates-design.com/free-powerpoint-templates-design/)



บทที่ 2
กลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัล

www.entrepreneuronline-learning.com

บทที่ 2. กลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัล

- 2.1 6 ขั้นตอนสู่ความสำเร็จกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล
- 2.2 วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Analysis) ด้วยกลยุทธ์ 5A
- 2.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด
 - 2.3.1 การวิเคราะห์สถานการณ์
 - 2) การวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรมและการแข่งขัน(5 Force Model)
- 2.3.2 การประเมินศักยภาพของธุรกิจ(SWOT Analysis)
- 2.3.3 การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจนตามหลัก SMART
- 2.3.4 กลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. อธิบายขั้นตอนสู่ความสำเร็จกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล
2. วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าด้วยกลยุทธ์ 5A
3. สามารถอธิบายการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการตลาด

6 ขั้นตอนสู่ความสำเร็จกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

1) รู้ตัวตนเอง

-ลำดับความสำคัญของสินค้าของเราและลูกค้าของเรา

2) รับข้อมูลเชิงลึก

-การตลาดที่มุ่งเสนอขายสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

3) แพลตฟอร์มเชิงลึกของลูกค้าสู่การผลิตสินค้าและบริการ

-เสนอสิ่งที่ตรงตามความสนใจ เป็นการเพิ่มโอกาสในการขายให้มากขึ้น
-ยังตอบใจพียงความต้องการได้มาก เป็นการเพิ่มความสามรถในการแข่งขัน
-ให้บริการเสริมคนเห็นใจ เป็นการ สร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า

4) สร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ

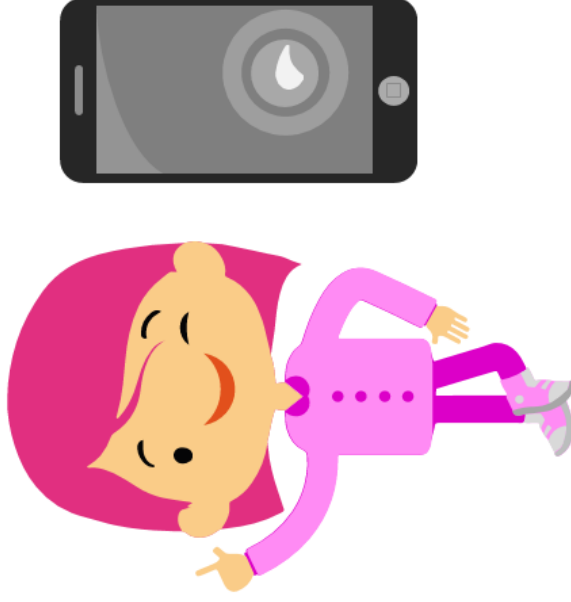
-การสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าและบริการ
-นำข้อมูลที่มีมาวิเคราะห์และนำเสนอให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
-คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากแบรนด์

5) เลือกช่องทางของแพลตฟอร์มที่เหมาะสม

-ทุกช่องทางที่เจอที่สนใจและออนไลน์
-คอนเทนต์ที่สื่อสารออกไปในแต่ละช่องทางสอดคล้องกัน
-การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านทางที่หลากหลาย

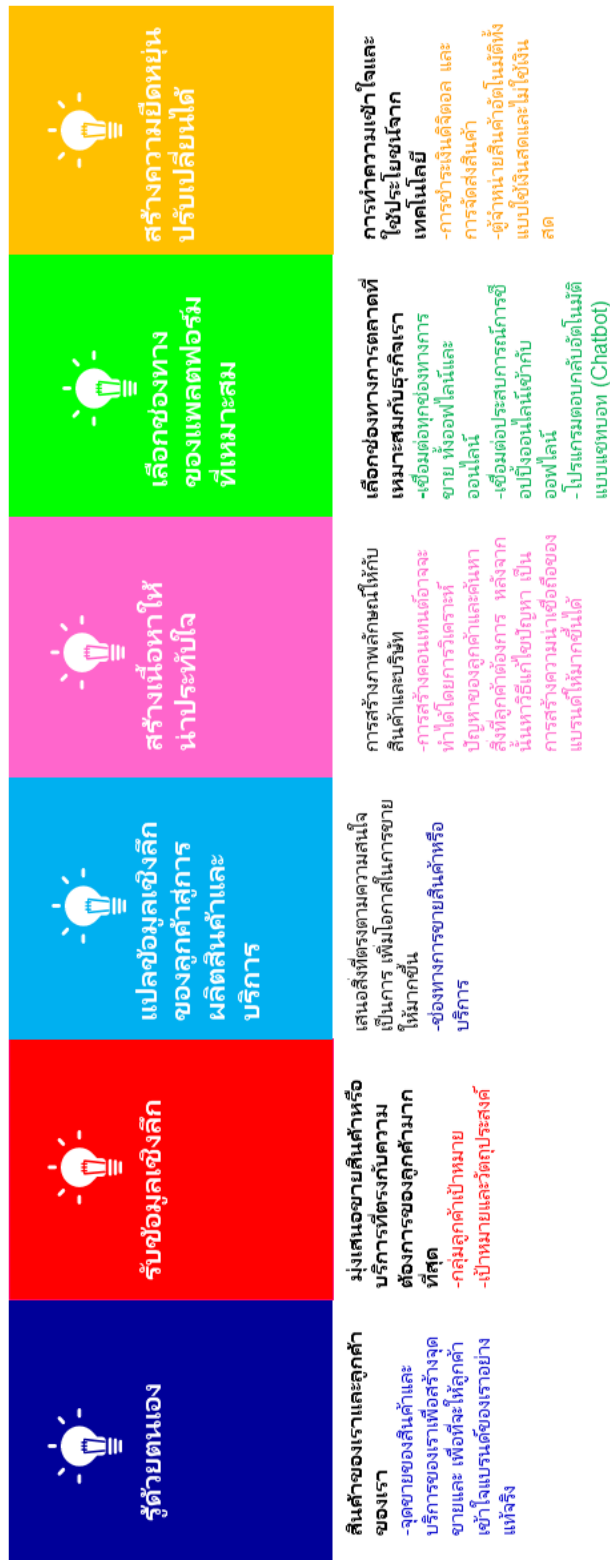
6) สร้างความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนได้

-สามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลา ทันเหตุการณ์



ที่มา : ศิวชัย

ตัวอย่าง : ขั้นตอนสู่ความสำเร็จการตลาดดิจิทัล



ที่มา : ผู้วิจัย

วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Behaviour Analysis) ด้วยกลยุทธ์ 5A

(ศาสตราจารย์ Philip Kotler นักการตลาดชาวสหรัฐฯ: ปรมาจารย์ด้านการตลาดระดับโลก)

A1 (Aware): การทำให้ลูกค้ารู้จักกับสินค้าหรือแบรนด์ของเรา

-ทำให้รู้จักจากโฆษณา การสื่อสารการตลาด โซเชียลมีเดีย เพชบุ๊ก และอื่นๆ

A2 (Appeal): ดึงดูดความสนใจจากลูกค้า

-ทำให้ชื่นชอบสินค้าหรือแบรนด์ของเรา ดึงดูดให้แบรนด์เราเป็นหนึ่งในทางเลือกของเขา
-ทำอย่างไรให้คัดถึงแบรนด์ของเรา ต้องทำให้เขาสนใจให้ได้

A3 (Ask): ถามต่อ

-เมื่อลูกค้าให้ความสนใจสินค้าหรือแบรนด์ของเรา
-ลูกค้าก็จะมีการสอบถามข้อมูล รายละเอียดต่างๆ ของสินค้าของแบรนด์ของเรา
-ลูกค้าอาจจะค้นหาข้อมูลจากเวปไซต์ โซเชียลมีเดีย เพชบุ๊ก และอื่นๆ

A4 (Act): การตัดสินใจซื้อ

-หลังจากลูกค้ามีการสอบถามหรือค้นหาข้อมูลต่างๆ แล้ว ในกรณีนี้ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวสินค้า
-ได้การตัดสินใจซื้อ ก็จะเกิดขึ้น

A5 (Advocate): เกิดการแนะนำสินค้าจากผู้อื่น

-ทำอย่างไรให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือแบรนด์ของเรา ส่งต่อประสบการณ์ดี ๆ ไปให้ลูกค้าคนต่อไป
-เกิดจากการที่ลูกค้าใช้งานสินค้าแล้วเกิดความประทับใจ

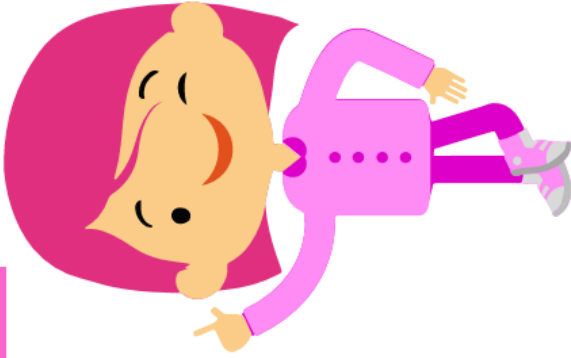
A3

A2

A1

A4

A5



ตัวอย่าง การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Behaviour analysis) ด้วยกลยุทธ์ 5A

Aware
รู้จักสินค้า

ลูกค้าปลาที่อร่อยเหียว นุ่ม ให้โปรตีนสูง แคลอรีต่ำ และมีไขมันต่ำ 3

-ทำให้คนรู้จัก สร้างการรับรู้จากโฆษณา การสื่อสารการตลาด จาก โซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม

Appeal
ชื่นชอบสินค้า

รวม
การโฆษณาทางออนไลน์ และเว็บไซต์
ขึ้นขอบสินค้า พอเกิดการรู้จักก็ดึงดูดให้แบรนด์เราเป็นหนึ่งในทางเลือกของลูกค้า
-ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้า จุดเด่นของสินค้าดีกว่าอย่างไร วิธีการสั่งซื้อ และการทำคอนเทนต์ดีๆ ให้นำสนใจ

Ask
ถามต่อ

สอบถามข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ
-ลูกค้าอาจสอบถามจากคนใกล้ตัวหรือคนที่เคยรับประทานลูกชิ้นปลาของเรามาก่อนหรือการรีวิวอาหารทางโซเชียลมีเดีย การโฆษณาทางออนไลน์ และเว็บไซต์

Act
การตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ
-หลังจากลูกค้ามีการสอบถามหรือค้นหาข้อมูลต่างๆ แล้ว ในกรณีที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวสินค้าได้การตัดสินใจซื้อสินค้าของเรา ก็จะเกิดขึ้น

Advocate
เกิดการแนะนำ

เกิดการแนะนำสินค้าจากผู้อื่น
-ทำอย่างไร ให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือแบรนด์ของเรา ส่งต่อประสบการณ์ดี ๆ ไปให้ลูกค้าคนอื่นต่อไป
-เกิดจากการที่ลูกค้าเคยรับประทานสินค้าของเราแล้วเกิดความพึงพอใจประทับใจ ลูกค้าถ่ายรูป นำไปลงโซเชียล เพื่อนำมาต่อ

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

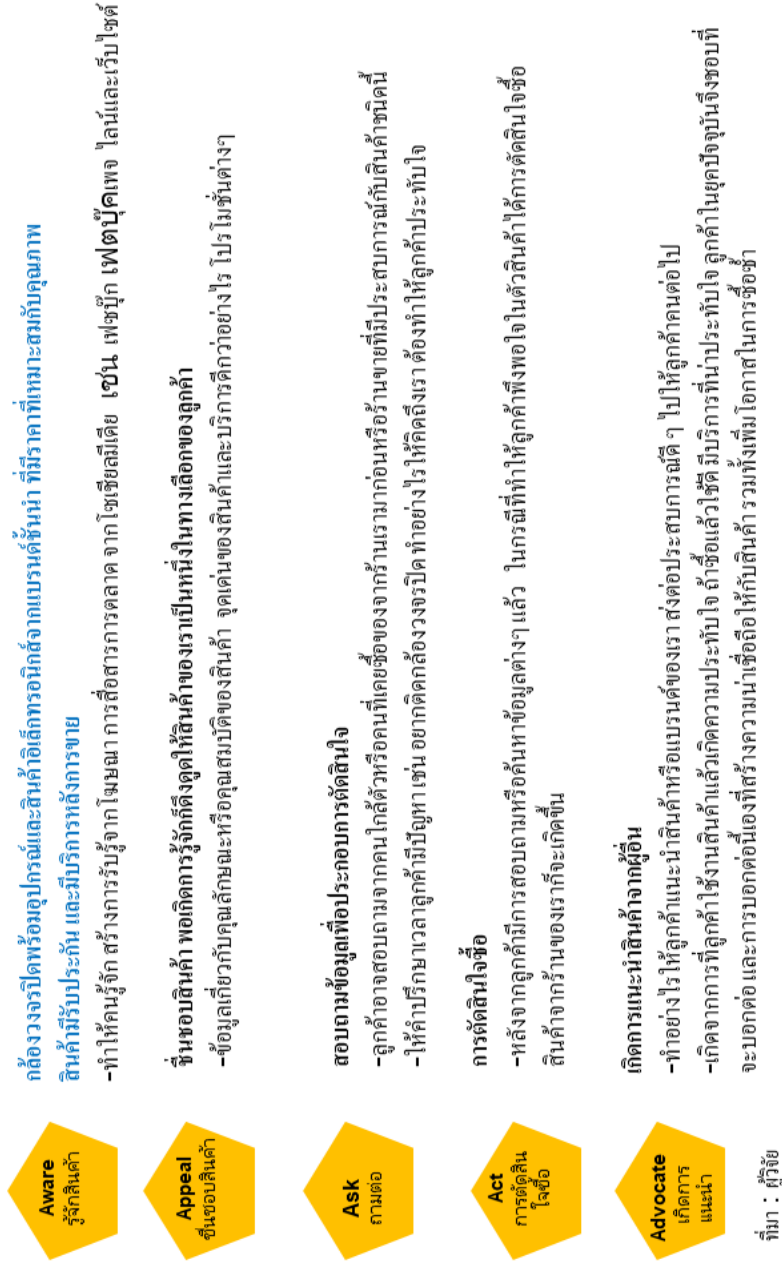
-เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ใช้ทรัพยากรที่มีผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค



เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา
-เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา ผลิตจากเนื้อปลาทะเล คัดพิเศษ ไม่มีแป้งผสม ด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปี รับประกัน อร่อย เย็น เห็นยาว นุ่ม ไม่คาว ได้คุณประโยชน์จากปลาทะเล

www.tenghaifishball.com

ตัวอย่าง การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Behavior analysis) ด้วยกลยุทธ์ 5A



ผู้ประกอบการที่

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อ
สินค้ามาจากผู้ผลิตและขาย
ให้กับลูกค้าหรือผู้ส่ง เป็น
คนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้
บริโภค



เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เปิดหน้ามวี่ 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้าน
นำเข้าจากต่างประเทศสินค้ามาขาย
ให้กับลูกค้าในเดิมนำพูนและ
จังหวัดใกล้เคียง
-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ
กล่องวงจรพัดพร้อมอุปกรณ์และ
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงาน
อุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ตัวอย่าง

การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Behavior analysis) ด้วยกลยุทธ์ 5A

Aware
รู้จักสินค้า

ฟาร์มเกษตรแบบอินทรีย์นี้ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าและส่งเสริมผู้บริโภค ภายใต้คอนเซ็ปต์ “Farm to Table”
-ทำให้คนรู้จัก สร้างการรับรู้จาก การสื่อสารการตลาด คนที่แนะนำเราแชร์เรจาก โซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊ก ไลน์ และการรีวิวอาหารทาง โซเชียลมีเดีย

Appeal
ชื่นชอบสินค้า

ชื่นชอบสินค้า พอเกิดการรู้จักก็ดึงดูดให้แบรนด์เราเป็นหนึ่งในทางเลือกของลูกค้า
-ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้าและบริการ จุดเด่นของสินค้าและบริการที่กว่าอย่างไร ที่ตั้งของร้านเมนูใหม่ๆของร้าน การจัดวางอาหารบนจาน ให้สวยสะดุดตาผู้บริโภค และการสื่อสารการตลาดอย่างสม่ำเสมอ

Ask
ถามต่อ

สอบถามข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ
-ลูกค้าอาจสอบถามจากคนใกล้ตัวหรือคนที่เคยมารับประทานที่ร้านเรามาก่อนหรือการรีวิวอาหารทางโซเชียลมีเดีย

Act
เกิดการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ
-หลังจากลูกค้ามีการสอบถามหรือค้นหาข้อมูลต่างๆแล้ว ในกรณีที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวสินค้าได้การตัดสินใจมารับประทานอาหารที่ร้านเราก็จะเกิดขึ้น

Advocate
เกิดการแนะนำ

เกิดการแนะนำสินค้าจากผู้อื่น
-ทำอย่างไรให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือแบรนด์ของเราส่งต่อประสบการณ์ดี ๆ ไปให้ลูกค้าคนต่อไป
-เกิดจากการที่ลูกค้าเคยรับประทานสินค้าของเราแล้วเกิดความพึงพอใจประทับใจ ก็จะแชร์และบอกต่อ นั่นก็เท่ากับลูกค้าได้สร้างการรับรู้ให้กับแบรนด์หรือร้านของเราไปในตัว

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก จนถึงปลายน้ำ



เมล็ด คาเฟ่ แอนด์ เจลฟาร์ม

-ปลูกเมล็ดพันธุ์ และแปลงผักออกแค่นี้ได้เลือกชิมมากมาย
-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

Facebook: Melon Cafe at Melon JJ Farm

ตัวอย่าง

การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Behaviour analysis) ด้วยกลยุทธ์ 5A

Aware
รู้จักสินค้า

เฟรนด์ชิพส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย “พิซซ่าราคาประหยัดให้คนที่ไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท” ทำให้คนรู้จัก สร้างการรับรู้จากโฆษณา การสื่อสารการตลาด ผ่านทาง โซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์และรายการทีวี

Appeal
ชื่นชอบสินค้า

ขึ้นชอปปิงสินค้า พอเกิดการรู้จักก็ดึงดูดให้แบรนด์เราเป็นหนึ่งในทางเลือกของลูกค้า
-ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้า จุดเด่นของสินค้าดีกว่าอย่างไร สาขาและที่ตั้งโรงงาน วิธีการตั้งชื่อ และการสื่อสารการตลาดอย่างสม่ำเสมอ

Ask
ถามต่อ

สอบถามข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ
-ลูกค้าอาจสอบถามจากคนใกล้ตัวหรือคนที่เคยรับประทานที่ร้านเรามาก่อนหรือการรีวิวอาหารทางโซเชียลมีเดีย รายการทีวี

Act
การตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ
-หลังจากลูกค้ามีการสอบถามหรือค้นหาข้อมูลต่างๆ แล้ว ในกรณีที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวสินค้าได้การตัดสินใจซื้อสินค้าของเรา ก็จะเกิดขึ้น

Advocate
เกิดการแนะนำ

เกิดการแนะนำสินค้าจากผู้อื่น
-ทำอย่างไรให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือแบรนด์ของเรา ส่งต่อประสบการณ์ดี ๆ ไปให้ลูกค้าคนต่อไป
-เกิดจากการที่ลูกค้าเคยรับประทานสินค้าของเราแล้วเกิดความพึงพอใจประทับใจ การที่ลูกค้าบอกต่อสินค้าเราจะเป็นการประชาสัมพันธ์ไปในตัว

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสังเกตประสบการณ์ใช้เวลาลูกค้าอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

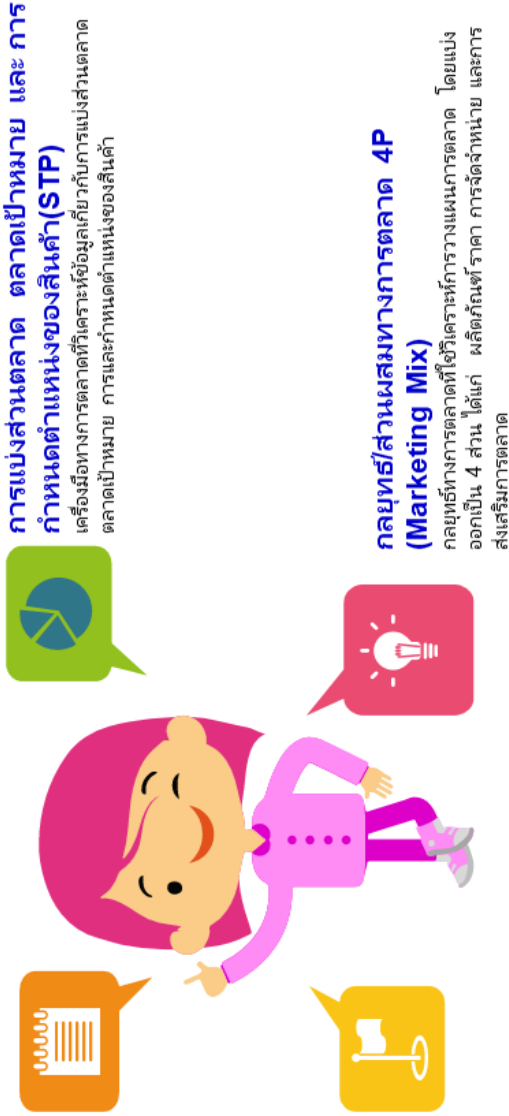
www.pizzathai.net

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด

การวิเคราะห์สถานการณ์

1) การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน (5 Force Model) วิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่เรากำลังดำเนินธุรกิจอยู่ หรือกำลังจะเริ่มดำเนินธุรกิจเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพตลาดที่เราอยู่ แบ่งปัจจัยที่จะทำการวิเคราะห์เป็น 5 ปัจจัย ได้แก่ การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่ การคุกคามจากสินค้าทดแทน อำนาจการต่อรองของผู้ขาย และอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ

2) การประเมินศักยภาพของธุรกิจ (SWOT Analysis) การมองโดยใช้ตัวเองเป็นจุดศูนย์กลาง เรื่องได้เป็นจุดแข็งของเรา แล้วจึงนำมาสู่ ขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์



ที่มา : ศุวิชัย

2.3.1 การวิเคราะห์สถานการณ์

1) การวิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน(5 Force Model)

หมายถึง เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่เรากำลังดำเนินธุรกิจอยู่ หรือกำลังจะเริ่มดำเนินธุรกิจเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพตลาดที่เราอยู่ แบ่งปัจจัยที่จะทำการวิเคราะห์เป็น 5 ปัจจัย ได้แก่ การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่ การคุกคามจากสินค้าทดแทน อำนาจการต่อรองของผู้ขาย และอำนาจการต่อรองของลูกค้า

1) การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

-สภาพการแข่งขันของผู้ทำธุรกิจในปัจจุบัน ดูจากการแข่งขันของผู้แข่งในเบื้องบน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับจำนวนคู่แข่ง การพัฒนาเทคโนโลยีของผู้คู่แข่ง และอัตราการเจริญเติบโตของตลาด

2) การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่

-ถ้าเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ง่าย ก็จะมีการแข่งขันสูง

-การออกจากรุทศกิจนี้ยาก ก็จะทำให้คู่แข่งไม่ได้รับปริมาณลดลง การแข่งขันก็จะสูง

3) การคุกคามจากสินค้าทดแทน

-ถ้ามีสินค้าทดแทนได้ดี การแข่งขันจะสูง เพราะผู้บริโภคสามารถมีทางเลือกในการไปใช้สินค้าทดแทนได้

4) อำนาจการต่อรองของผู้ขาย

-การแข่งขันจะสูง ถ้าการต่อรองของผู้ขายสูง

โดยดูจาก ปริมาณการขายของผู้ขาย ความแตกต่างในสินค้า ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนผลิตภัณฑ์

5) อำนาจการต่อรองของลูกค้า

-ถ้าลูกค้ามีอำนาจการต่อรอง การแข่งขันจะสูง เพราะลูกค้าสามารถต่อรองราคา และสามารถเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการของผู้คู่แข่ง





ตัวอย่างการวิเคราะห์สถานะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม: แก่งไค้ ลูกชิ้นปลา

**การดูคุณภาพของ
ผู้ประกอบการรายใหม่**

-การเข้ามาในอุตสาหกรรมลูกชิ้นปลาสดค่อนข้างง่ายและ การแข่งขันสูง เพราะตลาดลูกชิ้นปลาสดได้รับความนิยมจากผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตลูกชิ้นประเภทอื่น ๆ ได้ขยายไลน์มาผลิตลูกชิ้นปลาสดมากยิ่งขึ้น

อำนาจการต่อรองของผู้ขาย

-การมีความสัมพันธ์ที่ดีและยาวนานกว่า 20 ปีกับแหล่งวัตถุดิบคือตลาดปลาทะเลสด ทำให้มีปริมาณวัตถุดิบค่อนข้างคงที่
-เพื่อกระจายความเสี่ยง มีการแตกไลน์การผลิตไปยังสินค้ากลุ่มอื่นๆ เช่น ปลาเส้นต้ม ลูกชิ้นกุ้ง ทอดมัน ปลาอินทรี ไข่ถ้วย น้ำจิ้มซีฟู้ด

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

สภาพการแข่งขันของผู้ทำธุรกิจในปัจจุบัน ดูจากการแข่งขันของคู่แข่งในปัจจุบัน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับจำนวนคู่แข่ง การพัฒนาเทคโนโลยีของคู่แข่ง และอัตราการเจริญเติบโตของตลาด

อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ

-ลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการของคู่แข่งได้ง่ายเช่น อาจเปลี่ยนไปซื้อลูกชิ้นปลาอื่นที่มีขายทั่วไป

การดูคุณภาพสินค้าทดแทน

ผู้ผลิตลูกชิ้นปลาหลายรายเริ่มแตกไลน์การผลิตสินค้าที่หลากหลายสามารถแทนลูกชิ้นปลาได้ เช่น ลูกชิ้นปู ลูกชิ้นกุ้ง ลูกชิ้นหมู ลูกชิ้นไก่



ที่มา : ผู้วิจัย



ตัวอย่างการวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ผู้ประกอบการค้า : บริษัท เอบี โกลบอล ช้อปปาย จำกัด

การดูคุณภาพของ ผู้ประกอบการรายใหม่

- การเข้ามาสู่ธุรกิจหรือตั้งหน้าของจากต่างประเทศเช่นมาขาย ผ่านทางออนไลน์ช่องทาง มีการแข่งขันสูงทั้งจากผู้ขายในประเทศ ทั้งเว็บไซต์อื่นใดหรือขายผ่านโซเชียลมีเดียต่างๆ
- แต่ยังมีช่องว่างสำหรับสินค้าเฉพาะด้านที่ต้องใช้ความรู้ทางด้านเทคนิค การติดตั้งและมีการบริการหลังการขาย

อำนาจการต่อรองของผู้ขาย

-การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรและโรงงานผู้ผลิตสินค้าที่ประเทศจีนโดยตรง ที่ช่วยสนับสนุนการค้าในกิจการของบริษัทในเรื่องราวราคา การรับประกันสินค้า บริการหลังการขายและเครดิตในการซื้อขายที่ส่งผลทำให้ได้ต้นทุนที่ถูกและสามารถแข่งขันในตลาดได้

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

-สภาพการแข่งขันของผู้ทำธุรกิจนำเข้าเข้าไปในปัจจุบันนี้ ปัจจุบันยังไม่สูงมากนักเพราะเว็บไซต์ เช่น Lazada shopee หรือ รายอื่นๆ ที่นำเข้าเข้ามาขายก็ยังไม่ค่อยมี คิดขายและส่งอีกต่างหาก และของบางสิ่งบางอย่างก็มีมีขาย

อำนาจการต่อรองของลูกค้า

- ลูกค้ามีอำนาจการต่อรอง ราคาปานกลาง เพราะของบางรุ่นไม่มีขาย หรือมีราคาแพง เพราะต้องบวกค่าใช้จ่ายหลายทอด
- การซื้อของผ่านเว็บไซต์ในไทย เช่น Lazada shopee หรือ รายอื่นๆ ก็มักจะมีปัญหาเรื่องของที่ส่งไม่ตรง การเคลมยุ่งยากเสียเวลา และบริการหลังการขาย

การดูคุณภาพจากสินค้าทดแทน

-ปัจจุบันผู้ขายจากประเทศจีนเริ่มมาเปิดบริษัทนำเข้าของจาก จีนมาขายให้กับลูกค้าชาวไทยโดยตรง นอกจากนั้นยังมีเว็บไซต์อื่นใดในประเทศจีนและของไทยเข้ามาแย่งตลาดในส่วนนี้เช่นกัน



ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการวิเคราะห์สถานะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน



ผู้ประกอบการเกษตร: เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจแอฟาร์ม

การดูคุณภาพของ ผู้ประกอบการรายใหม่

- การเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ยาก เพราะต้องลงทุนสูง ขณะที่ตลาดก็ไม่ได้มีขนาดใหญ่มาก ต้องเป็นผู้ที่ชื่นชอบหรือรักสุขภาพจริงจึงยอมที่จ่ายในราคาแพงกว่าร้านทั่วไป



การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

- สภาพการแข่งขันของผู้ที่ธุรกิจนี้ปัจจุบันอยู่ในระดับไม่สูง เพราะจำนวนคู่แข่งน้อย และอัตราการเจริญเติบโตของตลาดไม่มาก อันเนื่องมาจากราคาของเมล็ดพันธุ์



อำนาจการต่อรองของผู้ขาย

- ส่วนใหญ่เน้นผลิตจากฟาร์มที่ไม่ปลอดสารพิษที่ปลูกออกมาทำเป็นอาหารเครื่องดื่ม จึงลดความเสี่ยงในเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบได้
- มีการทำสัญญาซื้อขายกับส่วนจากเครือข่ายฟาร์มที่ปลูกองุ่น



อำนาจการต่อรองของลูกค้า

- ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการไปเพื่อบริโภคตามความต้องการและความพอใจของตน เป็นหลัก



การดูคุณภาพสินค้าทดแทน

- ฟาร์มที่ปลูกองุ่น หรือกะหล่ำปลี หรือพืชอื่นที่คล้ายกันที่เกษตรกรที่ไม่มีสารพิษตกค้างและหลีกเลี่ยงจากการปนเปื้อนของสารเคมีทางดิน ทางน้ำ และทางอากาศ การทำธุรกิจให้อยู่รอดจึงไม่ใช่เรื่องง่าย

ที่มา : ผู้วิจัย



ตัวอย่างการวิเคราะห์สถานะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ผู้ประกอบการธุรกิจ : บริษัทพิซซ่าไทย จำกัด

การดูคุณภาพของผู้ประกอบการรายใหม่

- การเข้าสู่ธุรกิจร้านพิซซ่าค่อนข้างง่ายเพราะใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนักโดยร้านพิซซ่าระดับท้องถิ่นที่มีการเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาเพราะธุรกิจพิซซ่าได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทำให้ธุรกิจนี้มีการเติบโตสูงมากในแต่ละปีจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลให้การมีการแข่งขันสูงทั้งร้านพิซซ่าระดับท้องถิ่นไปจนถึงร้านพิซซ่าระดับพรีเมียม

อำนาจการต่อรองของผู้ขาย

- เนื่องจากมีปริมาณการสั่งซื้อค่อนข้างมาก การผลิตไม่ต่ำกว่า 10,000 แผ่นต่อวัน และมากกว่า 500 สาขาทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ได้ราคาและเงื่อนไขต่างๆที่ดี ทำให้ได้ต้นทุนที่ถูกและสามารถทำกำไรได้
- เนื่องจากวัตถุดิบหลักที่สำคัญในการทำพิซซ่าคือ แป้งพิซซ่า ซึ่งมีการตั้งโรงงานผลิตแป้งของตัวเองเพื่อสามารถควบคุมสูตรได้ตามที่ต้องการจึงสามารถผลิตแป้งเองได้ดีในราคาที่ไม่แพง

อำนาจการต่อรองของลูกค้า

- ลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการของคู่แข่งหรือ ฟาสต์ฟู้ด ประเภทอื่นๆ ได้ง่าย



การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

- การแข่งขันสูงในอุตสาหกรรมสูง ทั้งพิซซ่าระดับพรีเมียม ไป จนถึงพิซซ่าระดับท้องถิ่น

การดูคุณภาพจากสินค้าทดแทน

สินค้าฟาสต์ฟู้ด ประเภทอื่นๆ นอกจากพิซซ่าได้แก่ แอ็มเบอร์เกอร์ ไก่ทอดเคเอฟซี มิสเตอร์โดนัท



ที่มา : ผู้วิจัย

2) การประเมินศักยภาพของธุรกิจ (SWOT Analysis)

หมายถึง การมองโดยใช้ตัวเองเป็นจุดศูนย์กลาง เรื่องได้เป็นจุดแข็งของเรา แล้วจึงนำมาสู่ขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์ ประกอบด้วย

ปัจจัยภายใน

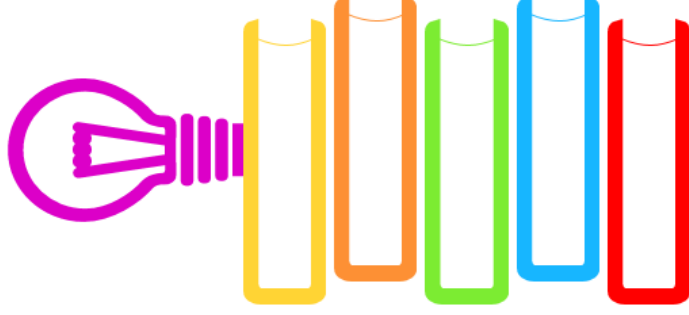
การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน เช่น ความรู้ด้านธุรกิจหรือทรัพยากรที่มีซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานในกิจการ

1.จุดแข็ง(Strengths) คือ ข้อได้เปรียบของกิจการของเรา สามารถนำมาใช้ประโยชน์และใช้แข่งขันกับคู่แข่งได้

- ร้านอาหารตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง
- เป็นธุรกิจที่ครบวงจร จึงมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานน้อยกว่าคู่แข่ง
- เจ้าของมีประสบการณ์ในการทำงานที่ร้านอาหารมาก่อน
- กิจการมีพันธมิตรทางธุรกิจที่มีโรงงานผลิตสินค้าหลายแห่ง

2.-จุดอ่อน(Weaknesses) คือ ข้อด้อย ข้อเสีย หรือปัญหาภายในองค์กรของเรา ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานในกิจการ ที่สามารถนำไปสู่ความล้มเหลวของการทำธุรกิจได้

- มีพนักงานที่บริการจำนวนน้อย
- สินค้าไม่มีความหลากหลาย



ปัจจัยภายนอก

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกสิ่งแวดล้อมหรือลบล้างสำหรับธุรกิจของเรา เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อมและกฎหมาย

3. โอกาส(Opportunities) คือ ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อเป้าหมายหรือประโยชน์ให้กับ

การดำเนินกิจการของบริษัท เป็นความได้เปรียบที่เอื้อต่อความสำเร็จของการดำเนินงานในกิจการ

-ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญด้านโภชนาการและสุขภาพมากขึ้น

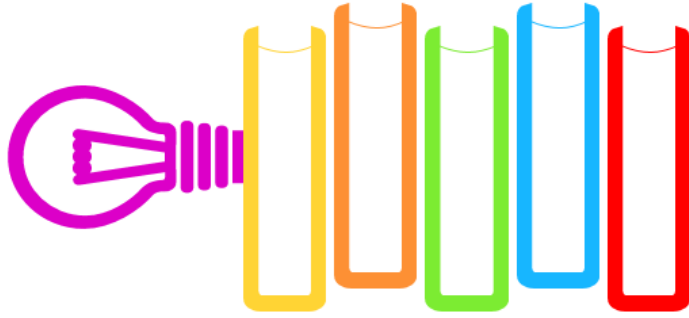
-เป็นพันธมิตรที่สามารถขยายไปยังต่างประเทศอื่น ๆ ได้

4-อุปสรรค(Threats) คือ ความเสี่ยงเปรียบ หรือผลเสียจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อ

กิจการอาจนำมาซึ่งปัญหา และความล้มเหลวของกิจการได้

-ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นทำให้ต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น

-มีคู่แข่งสูง มีการเกิดขึ้นของคู่แข่งชั้นนำใหม่อยู่ตลอดเวลา



ตัวอย่างการประเมินศักยภาพของธุรกิจ(SWOT Analysis)

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม: เท็งไอ้ ลูกชิ้นปลา



ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการประเมินศักยภาพของธุรกิจ(SWOT Analysis)

ผู้ประกอบการ : บริษัท เอบี โกลบอล ซัพพลาย จำกัด



ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการประเมินศักยภาพของธุรกิจ(SWOT Analysis)

ผู้ประกอบการเกษตร: เมล่อน กาแฟ เอนต์ เจเจ

ฟาร์ม



ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการประเมินศักยภาพของธุรกิจ(SWOT Analysis)

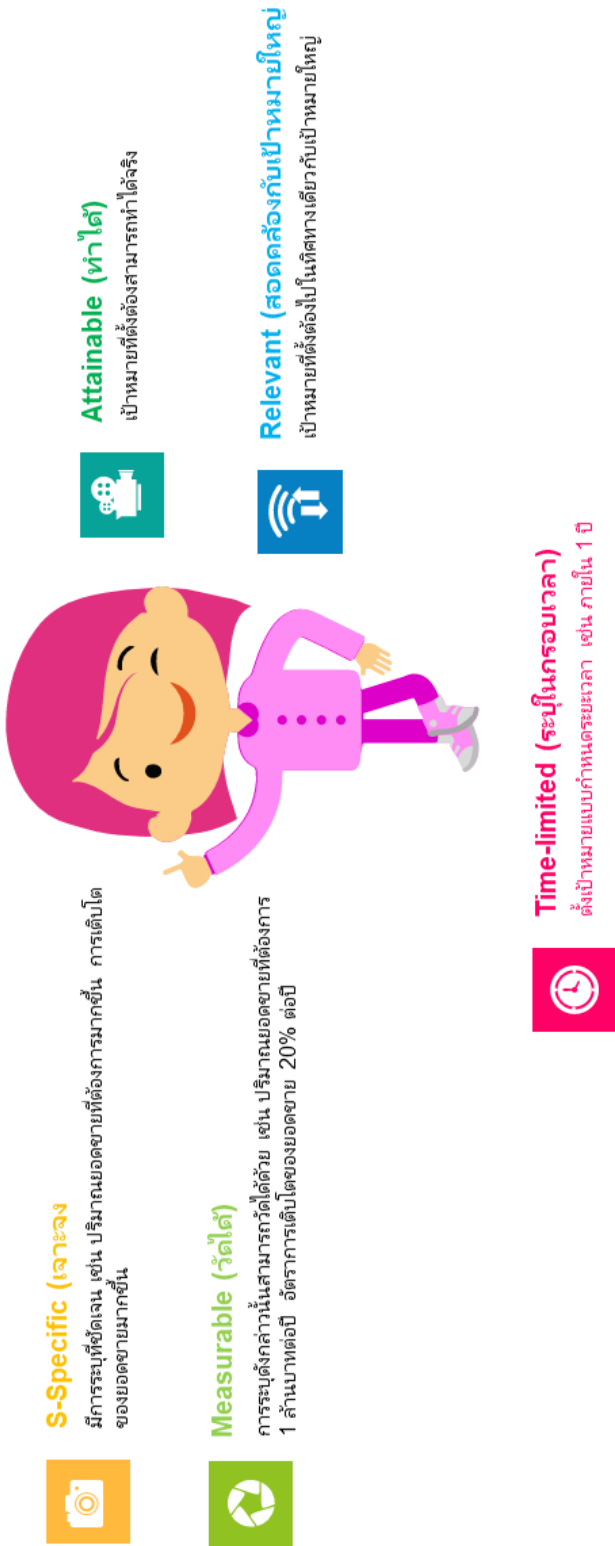
ผู้ประกอบการธุรกิจ : บริษัทพิซซ่าไทย จำกัด



ที่มา : ผู้วิจัย

การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจนตามหลัก SMART

หมายถึง แนวคิดในการตั้งเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและตัวชี้วัด(KPI)ที่ดี



ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่าง
การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจนตามหลัก SMART

ยอดขายเพิ่มขึ้น 50% ภายใน 1 ปี ด้วยการเพิ่มจำนวนลูกค้า 200 ราย ต่อเดือนผ่านแพลตฟอร์ม อินสตาแกรม และเว็บไซต์ เพื่อการรับรู้ของแบรนด์ให้เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น



S-Specific (เจาะจง)

ต้องการเพิ่มยอดขาย



Measurable (วัดได้)

เป้าหมายคือ 50%



Attainable (ทำได้)

จำนวนลูกค้าเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 200 ราย ต่อเดือน



Relevant (สอดคล้องกับเป้าหมายใหญ่)

การเพิ่มจำนวนลูกค้าบนแพลตฟอร์ม อินสตาแกรม และเว็บไซต์จะเพิ่มการติดตามและการรับรู้ของแบรนด์ให้เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น



Time-limited (ระบุในระยะเวลา)

ภายใน 1 ปี

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

-เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ใช้ทรัพยากรที่มีผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค



เมงไฮ่ ลุกซันปลา

-เมงไฮ่ ลุกซันปลา ผลิตจากเนื้อปลาทะเล คัดพิเศษ ไม่มีแป้งผสม ด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปี รับประกัน อร่อย เนื้อเนียนนุ่ม ไม่คาว ได้คุณประโยชน์จากปลาทะเล

www.tenghaifishball.com

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่าง การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจนตามหลัก SMART

การเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ 50 ราย ต่อเดือนภายใน 1 ปีผ่านโปรแกรมส่งเสริมการขายของบริษัท
ด้วยการสะสมแต้มเพื่อนำมาใช้เป็นส่วนลดเงินสดหรือแลกเป็นสินค้าอื่นๆ ด้วย



S-Specific (เจาะจง)

ต้องการเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่



Measurable (วัดได้)

ต้องการให้เพิ่มขึ้น 50 ราย ต่อเดือน



Attainable (ทำได้)

เพิ่มงบประมาณการโฆษณาในโซเชียลมีเดีย



Relevant (สอดคล้องกับเป้าหมายใหญ่)

การเพิ่มจำนวนลูกค้าผ่านโปรแกรมส่งเสริมการขายของบริษัทด้วยการสะสมแต้มเพื่อนำมาใช้เป็นส่วนลดเงินสดหรือแลกเป็น
สินค้าอื่นๆ



Time-limited (ระบุในกรอบเวลา)

ภายใน 1 ปี

ผู้ประกอบการที่

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อ
สินค้าจากผู้ผลิตและขาย
ให้กับลูกค้าหรือผู้จัดส่ง เป็น
คนกลางระหว่างผู้ผลิตและ
ผู้บริโภค



เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้าน
นำเข้าของจากประเทศจีนมาขาย
ให้กับลูกค้าในนครมาปูนและ
จังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ
กล่องบรรจุภัณฑ์พร้อมอุปกรณ์และ
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงาน
อุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่าง
การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจนตามหลัก SMART

ยอดขายเพิ่มขึ้น 50% ภายใน 1 ปี ด้วยการเพิ่มโอกาสการขายบริการส่งชื่อผ่านช่องทางออนไลน์ และบริการส่งถึงที่ เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการได้หลายช่องทาง



S-Specific (เจาะจง)

ต้องการสร้างโอกาสการขายด้วยการบริการส่งชื่อผ่านช่องทางออนไลน์



Measurable (วัดได้)

เป้าหมายคือ 50%



Attainable (ทำได้)

การบริการส่งชื่อผ่านช่องทางออนไลน์และบริการส่งถึงที่ ด้วยการส่งข่าวสารผ่านทางสื่อโซเชียล



Relevant (สอดคล้องกับเป้าหมายใหญ่)

หากสามารถให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการส่งชื่อผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น จะช่วยเพิ่มยอดขาย ได้มากขึ้น



Time-limited (ระบุในกรอบเวลา)

1 ปี

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก จนถึงปลายน้ำ



เมลอน คาเฟ่ แอนน์ เจฟฟาร์ม

- ปลูกเมล่อนเจ้าๆ และแปลงผักออกแกลบให้ลูกค้าชิมมากมาย
- ฟาร์มออริแกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
- ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออริแกนิก

Facebook: Melon Cafe at Melon JJ Farm

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่าง การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจนตามหลัก SMART

ยอดขายเพิ่มขึ้น 50% ภายใน 3 เดือนด้วยการเพิ่มความถี่ในการซื้อของลูกค้าเดิมจาก 1 ครั้ง เป็น 3 ครั้งต่อสัปดาห์
ผ่านโปรแกรมส่งเสริมการขาย 피자 “ซื้อ 1 แถม 1”



S-Specific (เจาะจง)

ต้องการเพิ่มความถี่ในการซื้อของลูกค้าเดิมจาก 1 ครั้ง เป็น 2 ครั้งต่อสัปดาห์



Measurable (วัดได้)

ยอดขายเพิ่มขึ้น 50 %



Attainable (ทำได้)

เพิ่มความถี่ในการซื้อของลูกค้าเดิมจาก 1 ครั้ง เป็น 3 ครั้งต่อสัปดาห์



Relevant (สอดคล้องกับเป้าหมายใหญ่)

โปรแกรมส่งเสริมการขาย 피자ซื้อ 1 แถม 1



Time-limited (ระบุในกรอบเวลา)

ภายใน 3 เดือน

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



피자ชาวไทย (Pizza Thai)

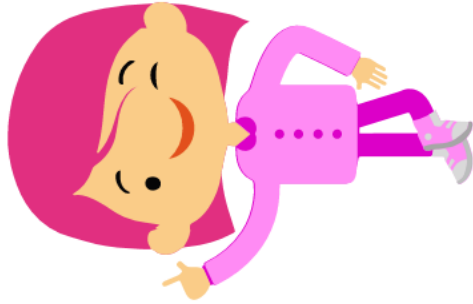
-จากการร่วมประสบการณ์ใช้เวลาลดคล้อยอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่ซื้อขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-เพราะใส่ใจพิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

ที่มา : ผู้วิจัย

การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และ การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (STP)

วีดิทัศน์ STP หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย การและกำหนดตำแหน่งของสินค้า



S การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) คือ การแบ่งกลุ่มลูกค้าหรือตลาดของผลิตภัณฑ์ใดชนิดหนึ่งที่มีความแตกต่างกันเล็กน้อย ที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อจะไดวางแผนการตลาดได้เหมาะสมกับแต่ละส่วนของตลาด

ใครอาจจะมีโอกาสเป็นลูกค้าของเราได้บ้าง ?

T ตลาดเป้าหมาย (Target Group)

ตลาดเป้าหมาย (Target group) คือ การเลือกตลาดหนึ่งส่วนหรือหลายส่วนทั้งหมด เพื่อใช้เป็นเป้าหมายสำหรับสินค้าและบริการของเรานั้นมีความเป็นไปได้ที่จะเข้าไปแข่งขันแล้วมีโอกาสจะประสบความสำเร็จ

ลูกค้ากลุ่มไหนที่เราเลือก ?

ตลาดใหญ่พอที่เราจะเข้าไปแย่งชิงส่วนแบ่งหรือไม่

P การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (Positioning)

การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (Positioning) คือ การสร้างลักษณะเด่นของสินค้าและบริการจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือตลาดเป้าหมายอย่างชัดเจน

ลูกค้าเลือกสินค้าและบริการของเราเพราะเหตุใด ?

S การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)



การแบ่งส่วนตลาด(Segmentation) คือ การแบ่งกลุ่มลูกค้าหรือตลาดของผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีความแตกต่างกันออกเป็นส่วนย่อยๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อจะได้วางแผนการตลาดได้เหมาะสมกับแต่ละส่วนของตลาด ได้แก่

1) แบ่งตามประชากรศาสตร์หรือข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล :

-อายุ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ศาสนา สถานภาพ

2) แบ่งตามภูมิศาสตร์ :

-ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคใต้
-จังหวัด เช่น ลำพูน เชียงใหม่ ลำปาง เพชร

3) แบ่งตามด้านจิตวิทยา :

-รูปแบบการดำเนิน เช่น ชอบโปรโมชันที่หลากหลาย ชอบความทันสมัย ชอบสินค้าที่มีชื่อ (Brand Name)
-กิจกรรม ความสนใจ

4) แบ่งตามด้านพฤติกรรมการใช้งาน :

-ประโยชน์ที่ต้องการใช้ (ประหยัด สะดวก รวดเร็ว คุณภาพ)
-อัตราการใช้ (ใช้มาก ใช้บ่อย ใช้ปานกลาง)
-สถานะของผู้ใช้ (ไม่เคยใช้-ใช้ครั้งแรก-ใช้บ่อย)



T ตลาดเป้าหมาย (Target Group)



ตลาดเป้าหมาย (Target group) คือ การเลือกตลาดหนึ่งส่วนหรือหลายส่วนทั้งหมดเพื่อใช้เป็นเป้าหมายสำหรับสินค้าและบริการของเราที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะเข้าไปแข่งขันแล้วมีโอกาสจะประสบความสำเร็จและเหมาะสมกับทรัพยากรและความชำนาญของมี โอกาสทางการตลาด มีศักยภาพในการสร้างยอดขายและทำกำไรให้กับบริษัท

กลยุทธ์ในการเลือกตลาดเป้าหมายมี 3 กลยุทธ์ ได้แก่

ตัวอย่าง สมมุติว่า การแบ่งส่วนตลาด(Segmentation) คือ แบ่งตามอาชีพ : นักเรียนนักศึกษา พนักงาน ข้าราชการ แม่บ้าน เกษตรกร
ตลาดเป้าหมาย : นักเรียน นักศึกษา พนักงาน

1) **กลยุทธ์ตลาดรวม** คือ ขายผลิตภัณฑ์พีชชาน้ำหอมทุกอย่างเดียวกัน ราคาเดียวกันคือ 25 บาทเพื่อเข้าถึงลูกค้าทุกรายทั่วประเทศ
ตลาดเป้าหมาย : นักเรียนนักศึกษา พนักงาน ข้าราชการ

2) **กลยุทธ์หลายส่วนตลาด**คือ ขายผลิตภัณฑ์พีชชาน้ำหอมแตกต่างกันตามตลาด
 -พีชชาน้ำหอมหอม ราคา 25 บาท สำหรับขายที่โรงเรียน หอพัก
 -พีชชาน้ำหอมกลิ่นราคา 35 บาท สำหรับขายที่โรงเรียน สถานนอกกำลังกาย
 -พีชชาน้ำหอมเชิ๊ส ราคา 55 บาท สำหรับขายที่โรงเรียน ห้างสรรพสินค้า
ตลาดเป้าหมาย : นักเรียนนักศึกษา พนักงาน

3) **กลยุทธ์มุ่งเฉพาะตลาดส่วนเดียว** คือ
 -พีชชาน้ำหอมแบบไข่มุกดำ ไม่ใส่สารกันบูด ราคา 30 บาท สำหรับคนที่รักสุขภาพ
ตลาดเป้าหมาย : พนักงาน





P การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (Positioning)

การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(Positioning) คือ การสร้างลักษณะเด่นของสินค้าและบริการจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือตลาดเป้าหมายอย่างชัดเจน

กลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

1) การกำหนดตำแหน่งตามราคาและคุณภาพ

- มาบุญครอง สะอาดทุกฤดู
- โตชิบา...น้ำดื่มที่ดีที่สุด

2) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามลักษณะผู้ใช้ผลิตภัณฑ์

- คาราบาวแดง นักสู้ยิ่งใหญ่
- ลูกผู้ชายตัวจริง กระทั่งแดง

3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามคุณสมบัติหรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

- ยามองตราถ้ายี่ห้อ มีตรวดเร็วเพื่อนคู่ตัว
- SALZ เค็มแต่ดี
- กาแฟเขาสอง = เขาสองรสแท้กาแฟไทย
- ไวตามินล็ค = ให้โปรตีนอิมมูโนสลายท้อง



4) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามคุณลักษณะภายนอกที่สังเกตเห็นได้ของผลิตภัณฑ์ เช่น -ขนาด ความเก่าแก่ของตราหือ
-นี้แยง เข้ามายังแต่รุ่นพ่อ

5) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงการแข่งขัน เป็นความพยายามบอกกับตลาดว่าผลิตภัณฑ์ของตนดีกว่าคู่แข่ง
-ฟังก์ชันของบงยี่ห้อระบุว่า จ่ายแพงกว่าทำไม่
-ธนาคารสิกรไทย = บริการทุกระดับประทับใจ

6) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์แบบผสมผสาน เป็นการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยยึดหลักเกณฑ์หลาย ๆ อย่างรวมกัน เช่น การนำทั้งคุณสมบัติของสินค้าและการแข่งขัน

มารวมกำหนดเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์
-การบินไทยรักคุณห้าฟ้า
-ช่อง 3 คัมภีร์ทุกนาที ดิวี่สี่ช่องสาม
-เซตาตราสิงห์- ทกหยดซ่า โขดสิงห์



สรุปกลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

ระดับราคาสินค้าสูง

- โคธิบา... นำสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต
- การบินไทย รักคุณเท่าฟ้า
- มานูจอร์จอง สะอาดทุกถุง
- ช่อง 3 คู่ใจคู่กันที่ ดูทีวีสีช่องสาม

คุณภาพไม่สูง

- นินยาง เกมดังแต่รุ่นพอ
- ยาม่วงตราถั่วทอง มีครุฑเรือเพื่อนคู่ตัว
- การบาวแดง นักสู้ยิ่งใหญ่
- ลูกผู้ชายตัวจริง กระทั่งแดง
- ฟงซังฟอกบางยี่ห้อระบุว่า จ่ายแพงกว่าทำไม่

คุณภาพสูง

- ธนาคารกสิกรไทย = บริการทุกระดับประทับใจ
- โซดาตราสิงห์ - ทูทอยดซ์ซ่า โซดาสิงห์
- กาแฟเข่าช่อง = เข่าช่องรสแท้กาแฟไทย

ระดับราคาสินค้าต่ำ

ตัวอย่าง การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และ การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(STP)

S การแบ่งส่วนตลาด
(Segmentation)

-กลุ่มผู้บริโภค : แบ่งตามผู้ที่รักสุขภาพ และผู้ที่ไม่รักสุขภาพ

T ตลาดเป้าหมาย
(Target Group)

(T เป็นส่วนหนึ่งของ S)

-กลุ่มผู้ที่รักสุขภาพ

P การกำหนดตำแหน่งสินค้า
(Positioning)

ผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นปลาซึ่งมีคุณประโยชน์และสรรพคุณต่อร่างกาย ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงความต้องการและประโยชน์ที่จะได้รับสูงสุดและคุ้มค่าที่สุดที่สุด เช่น อร่อย หนึบ ให้โปรตีนสูง แคลอรีต่ำ อีกทั้งยังให้ โยเมก้า มีคุณค่าทางโภชนาการอย่างถูกต้อง เป็นอาหารที่สร้างประโยชน์ให้กับร่างกาย

ที่มา : สุวิชัย

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

-เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ใช้ทรัพยากรที่มีผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค



เตงไส่ ลูกชิ้นปลา
-เตงไส่ ลูกชิ้นปลา ผลิตจากเนื้อปลาทะเล คัดพิเศษ ไม่มีแป้ง ผสมด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปี รับประกัน อร่อย หนึบ เหนียว หนุ่ม ไม่คาว ได้คุณประโยชน์ จากปลาทะเล

www.tengsaifishball.com

ตัวอย่าง

การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และ การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(STP)

S

การแบ่งส่วนตลาด
(Segmentation)

-กลุ่มผู้บริโภค : แบ่งตามแบ่งตามอาชีพ : นักเรียนนักศึกษา พนักงาน ข้าราชการ เม้าบ้าน เกษตรกร

T

ตลาดเป้าหมาย
(Target Group)

(T เป็นส่วนหนึ่งของ S)

- พนักงานบริษัท

P

การกำหนดตำแหน่งสินค้า
(Positioning)

ผลิตภัณฑ์วางตำแหน่งให้อยู่ในระดับเดียวกับผู้นำตลาดในเรื่องของควมทนทานเชื่อถือ โดยใช้กลยุทธ์มุ่งสินค้าพรีเมียมและผู้นำด้าน

ราคา มีคุณภาพใกล้เคียงกัน แต่ราคาต่ำกว่า เช่น

-กลึงอวางระเบิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ สินค้ามีรับประกัน และมีบริการหลังการขาย

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการที่

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อ
สินค้ามาจากผู้ผลิตและขาย
ให้กับลูกค้าหรือผู้ส่ง เป็น
คนกลางระหว่างผู้ผลิตและ
ผู้บริโภค



เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้าน
นำเข้าของจากประเทศจีนมาขาย
ให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและ
จังหวัดใกล้เคียง
-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ
กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และ
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงาน
อุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ตัวอย่าง การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และ การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(STP)

S การแบ่งส่วนตลาด
(Segmentation)

-กลุ่มผู้บริโภค : แบ่งตามอายุ **18-22** วัยนิสิตนักศึกษา, อายุ **23-60** วัยทำงาน, อายุ **60** ปีขึ้นไป

T ตลาดเป้าหมาย
(Target Group)

(T เป็นส่วนหนึ่งของ S)

-กลุ่มนิสิตนักศึกษา (**18-22**) ที่รักสุขภาพและชอบรับประทานอกแคปซูล

P การกำหนดตำแหน่งของสินค้า
(Positioning)

กลยุทธ์ที่สําคัญคือ มีภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความแตกต่าง และเพิ่มช่องทางการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคใหม่ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าในระยะยาวและสร้างความสำเร็จต่อตราสินค้า ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าให้ดูมีระดับในสายตาของผู้บริโภค

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำพาสปูลูกเทคโนโลยีทางการเกษตรจนถึงปลายน้ำ



แมคดอนัลด์ เจลฟาร์ม

- ปลูกเมล่อนหน้า และแปลงผักออกแคปซูลให้ลูกค้าชิมมากมาย
- ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
- ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

Facebook: Melon Cafe at Melon JJ Farm

ตัวอย่าง การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และ การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(STP)

S การแบ่งส่วนตลาด
(Segmentation)

-กลุ่มผู้บริโภค : แบ่งตามอายุ **18-22** วัยนิสิตนักศึกษา , อายุ **23-60** วัยทำงาน , อายุ **60** ปีขึ้นไป

T ตลาดเป้าหมาย
(Target Group)

(T เป็นส่วนหนึ่งของ S)

-กลุ่มนิสิตนักศึกษา (18-22 ปี) และกลุ่มวัยทำงาน (23-60)

P การกำหนดตำแหน่งสินค้า
(Positioning)

ใช้กลยุทธ์ราคาเดียว คือ 99 บาท ซึ่งได้ทุกหน้าพิซซ่าในราคาเดียวกัน ค่าแห่งผลิตภัณฑ์ พิซซ่าราคาประหยัด
ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าราคาพิซซ่าไม่แพง ซึ่งเป็นเครื่องมือในการขยายฐานลูกค้า

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสังเกตคู่แข่งกับพิซซ่าหลายเวลาคลุกเคล้าอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเชียงใหม่และประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

กลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)

หมายถึง กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้วิเคราะห์การวางแผนการตลาด โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

Product
ผลิตภัณฑ์

- คุณลักษณะ/คุณสมบัติของสินค้าคืออะไร ทำจากอะไร
- จุดเด่นของสินค้าหรือดีกว่าอย่างไร เหตุผลที่ต้องซื้อและประโยชน์ของสินค้าคืออะไร
- การบริการ การรับประกัน บรรจุภัณฑ์ คุณภาพ

Price
ราคา

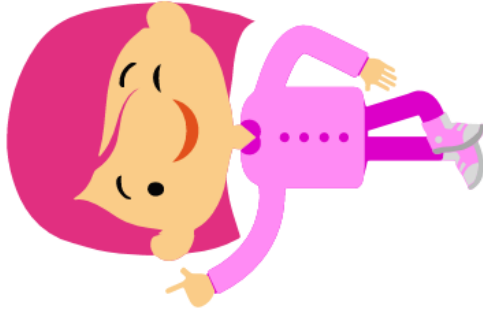
- เป็นการกำหนดว่าเราจะตั้งราคาแบบใด กลยุทธ์ราคาสูงหรือราคาต่ำ ต้องสอดคล้องกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของสินค้าและบริการของเรา เช่น
- ตั้งราคาตามความพอใจ หรือ ตั้งราคาตามตลาด
- ตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่ง เพื่อแสดงภาพลักษณ์ของตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเราที่อยู่ในระดับสูง หรือ ตั้งราคาสินค้าที่ราคาไม่แพง เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย
- การให้ส่วนลด การให้สินเชื่อ

Place
การจัดจำหน่าย

เป็นการกำหนดวิธีการจัดจำหน่ายสินค้า เช่น ขายที่หน้าร้านของตนเอง ขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ขายออนไลน์


Promotion
การส่งเสริมการตลาด

- เป็นการกำหนดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่จะต้องสอดคล้องกับแผนการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ พนักงานขาย การสื่อสารทางการตลาด และการจัดกิจกรรมต่างในการส่งเสริมการขาย
- ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม และเวปไซต์
- ไปสาธิตและนำเสนอให้กับลูกค้าโดยตรงเพื่อนำจุดเด่นของสินค้า



- ตัวอย่าง กลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)**
- Product ผลิตภัณฑ์**
 - ลูกชิ้นปลาสดไม่ใช้วัตถุกันเสีย, บอแรกซ์, ผงชูรสและไม่ผสมแป้ง
 - ลูกชิ้นปลาที่อร่อย เหนียว นุ่ม ให้โปรตีนสูง แคลอรีต่ำ อีกทั้งยังมีโอเมก้า 3 ความเข้มข้นสูงกว่า 20 ปีและการผลิตที่ได้มาตรฐาน
 - Price ราคา**
 - ราคาที่สมเหตุสมผล ไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ายแพงเกินไป
 - Place การจำหน่าย**
 - ห้างสรรพสินค้า ส่วนจำหน่าย เช่น Top market , Lemon farm , Golden place , UFM Fuji, The Mall
 - สามารถซื้อออนไลน์ได้ทาง เว็บไซต์ โทร เฟสบุ๊คและ ไลน์
 - Tops online
 - Promotion การส่งเสริมการตลาด**
 - การส่งเสริมการตลาด เช่นการเชิญชวน เซ็ลส์สินค้า ด้วยตัวของพนักงานขายแม่ค้า พ่อค้า หรือด้วยตัวของเจ้าของร้านเอง
 - โปรโมชัน เช่น ราคาพิเศษตามโอกาส

ที่มา : ผู้วิจัย



ลูกชิ้นปลาทะเล
Premium Fish Ball

เท่งไธสง
Teung Hoi
魚丸

0 28-272845
@teunghoi
teunghoifishball
teunghoifishball
www.teunghoifishball.com

High Quality Sea Fish. Source of Protein & Omega 3. No Phosphate & MSG added.

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

-เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ใช้ทรัพยากรที่มีผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

เท่งไธสง ลูกชิ้นปลา

-เท่งไธสง ลูกชิ้นปลา ผลิตจากเนื้อปลาทะเล คัดพิเศษ ไม่มีแป้งผสม ด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปี รับประกัน อร่อย เหนียว นุ่ม ไม่คาว ได้คุณประโยชน์จากปลาทะเล

www.teunghoifishball.com

ตัวอย่าง กลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)

- Product ผลิตภัณฑ์**
 - เน้นที่คุณภาพของสินค้าที่นำมาขาย ต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ และมีรับประกัน
- Price ราคา**
 - ตั้งราคาสินค้าที่สมเหตุสมผลกับคุณภาพ ตามความต้องการ และปริมาณของลูกค้า เพื่อให้ตัดสินใจซื้อได้ง่าย
- Place การจัดจำหน่าย**
 - ที่บริษัท เอบี โกลบอล ซีพพลาย จำกัด หน้านิคมอุตสาหกรรมลำพูน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
 - การบริการส่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์
- Promotion การส่งเสริมการตลาด**
 - การสาธิตและเชียร์สินค้าด้วยตัวพนักงานขายและเจ้าของร้าน

ที่มา : ผู้วิจัย

AB
 "ไม่แพ้คู่แข่งในตลาด"
 095-312-4003 @ab.shop AB SHOP www.abglobalsupply.co.th

โปรส่งท้ายปี
 CCTV TESTER
 1,590.-
 รุ่นรับ 4 ช่อง (TVICVLAHD/CVBS)
 รุ่นรับ 5 ช่อง (CVBS)
 จอขนาด 4.3 นิ้ว
 ตรวจสอบคุณภาพแสงไฟ
 ตรวจสอบไม่ได้
 รับประกัน 1 ปี

ผู้ประกอบการ
 -เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อ-สินค้าจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซีพพลาย
 -เด็กหนุ่มวัย 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง
 -สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ตัวอย่าง กลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)

Product ผลิตภัณฑ์

- อาหารและเครื่องดื่มจากฟาร์มออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์ปลอดภัย ไร้สารเคมี
- ผลผลิตจากผักผลไม้ที่ปลอดสารพิษนำมาแปรรูปทำเป็นอาหาร เครื่องดื่มและไอศกรีมรสต่าง
- ความสะอาดของเมลอน อาหารอร่อย บรรยากาศดี พนักงานเอาใจใส่

Price ราคา

- ตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่ง เพื่อแสดงภาพลักษณ์ของตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของสินค้าที่อยู่ในระดับสูง เพราะผลผลิตจากผักผลไม้ที่ปลอดสารพิษนำมาแปรรูปทำเป็นอาหาร เครื่องดื่ม และไอศกรีม

Place การจัดจำหน่าย

- ที่ตั้งร้านค้าที่สะอาด ปลอดภัย เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจ และมีป้ายร้านค้าที่โดดเด่น สีสันสวยงาม
- ที่ร้านเมลอน คาเฟ่ แอนต์ เจลฟาร์ม บางแสน ชลบุรี

Promotion การส่งเสริมการตลาด

- เชิญร้านค้าด้วยการริ้วจอาหารทางโซเชียลมีเดีย พนักงานขายและเจ้าของร้าน



ผู้ประกอบการเกษตร

- เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำพาผลผลิตจนถึงปลายทาง



แอนตอน คาเฟ่ แอนต์ เจลฟาร์ม

- ปลูกเมลอนเจ้าๆ และแปลงผักออกแค้นให้ลูกค้าชิมมากมาย
- ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
- ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

Facebook: Melon Cafe at Melon JJ Farm

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่าง กลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)

Product ผลิตภัณฑ์

- 피자ชาวไทยของคนไทยเอกลักษณ์ท้องถิ่นอย่างกุ้ง มีหน้า และมีให้เลือกมากกว่า 25 หน้า
- สูตรแป้งที่เราพัฒนาเอง และมีโรงงานผลิตแป้งของตัวเองสามารถควบคุมสูตรได้ตามที่ต้องการจึงสามารถผลิตแป้งเนื้อดีได้ในราคาที่ไม่แพง
- ได้รับคัดเลือกจาก ชื่อน้อง รวยหวาน ให้เป็น 피자 เจ้าเดียวที่ได้รับประกาศนียบัตร แห่งความอร่อย

Price ราคา

- ตั้งราคาสินค้าที่ราคาไม่แพง โดยราคาต่ำกว่าคู่แข่งอย่างน้อย 30% เช่น พิซซ่าราคาประมาณ 100 บาท ได้ดีกว่าในร้านอื่นที่ราคาไม่ก็เปรียบบาท เพื่อให้ผู้บริโภคทดลองซื้อได้ง่ายและเป็นลูกค้าประจำ

Place การจำหน่าย

- 피자ชาวไทย มีมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศและต่างประเทศ
- ขยายธุรกิจด้วยแฟรนไชส์

Promotion การส่งเสริมการตลาด

- เชียร์สินค้าด้วยการริ้วทิวอาหารทงลือโทรทัศน์และโซเชียลมีเดีย
- แฟรนไชส์ไทยมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศและต่างประเทศ
- พนักงานขายและเจ้าของร้าน



ผู้ประกอบการธุรกิจ

- เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



피자ชาวไทย (Pizza Thai)

- จากการผลิตและประกอบธุรกิจนี้ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
- แฟรนไชส์ 피자ชาวไทย อันดับ 1 ของไทย

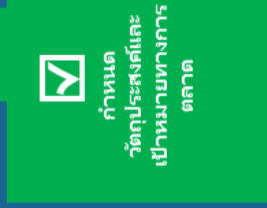
www.pizzathai.net

ภาพรวมกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

- 1) ใช้ช่องทางที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า (Omni Channel)
- 2) การเจาะจงเฉพาะบุคคล (Personalized)
- 3) นำเทคโนโลยีมาทำงานแทนคน (Automation)
- 4) การตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์ (Intelligence Predictive)



- วิเคราะหฺ กลยุทธ์ 5A
- A- Aware รู้จักสินค้า
- A- Appeal ชื่นชอบสินค้า
- A- Ask ถามต่อ
- A- Act การตัดสินใจซื้อ
- A- Advocate เกิดการแนะนำสินค้าจากผู้อื่น



การวิเคราะห์สถานการณ์

- 1) การวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรมและการแข่งขัน (5 Force Model)
- 2) การประเมินศักยภาพของธุรกิจ (SWOT Analysis)

วัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจน SMART

- S (Specific)กำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน
- M (Measurable) วัดผลได้
- A (Achievable) วัดผลได้จริง
- R (Relevant) ต้องมีความสอดคล้อง สมเหตุสมผล
- T (Timed) กำหนดระยะเวลาที่ชัดเจน

การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งของสินค้า

- วิเคราะหฺ STP
- S (Segmentation) : การแบ่งส่วนตลาด
- T (Target Group) : ตลาดเป้าหมาย
- P (Positioning) : ตำแหน่งของสินค้า

กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)

- วิเคราะหฺ 4P
- P: ผลิตภัณฑ์
- P: ราคา
- P: การจำหน่าย
- P: การส่งเสริมการตลาด

เอกสารอ้างอิง

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ คู่มือการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์และการดำเนินธุรกิจซึ่งขับเคลื่อนด้วยทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรมสู่ Thailand 4.0 ,2560.
- อัจฉรา จันทรวงศ์ และ ศิพพัฒน์ ไตรอุโฆษ การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1 สำนักพิมพ์พลังการพิมพ์มหาวิทยาลัย 2562
- แผนธุรกิจ (Business Plan) , (Online) แหล่งที่มา: <https://www.iok2u.com/index.php/article/e-book/118-business-plan> (11 มกราคม 2563)
- การปรับปรุงสินค้าเดิมเพื่อขยายตัวผลิตภัณฑ์ (Online) มแหล่งที่มา: <https://bsc.dip.go.th/th/category/quality-control/qs-expandproductlifecycle> (11 มกราคม 2563)
- ทำความเข้าใจ 5A Aware-Appeal-Ask-Act-Advocate ไม่เคลือบความสนใจจากลูกค้า ในยุค Marketing 4.0 (Online) แหล่งที่มา: www.brandage.com/article/5573/Marketing-You-Know-5A-Aware-Appeal-Ask-Act-Advocate (11 มกราคม 2563)
- แผนการตลาดแบบ 5A: กลยุทธ์ใหม่ในยุค Marketing 4.0 (Online) แหล่งที่มา: <https://www.peerpower.co.th/blog/ผู้ประกอบการ/การจัดการธุรกิจ/การตลาด/แผนการตลาด-5a-marketing-plan/> (11 มกราคม 2563)
- 6 ขั้นตอนในการสร้าง Digital Marketing Plan แม้แต่ออนไลน์ต้องศึกษา (Online) แหล่งที่มา : <https://blog.selluski.co.th/6-ขั้นตอนในการสร้าง-digital-marketing-plan>(12 มกราคม 2563)
- เครดิต free powerpoint templates
<https://www.free-powerpoint-templates-design.com/free-powerpoint-templates-design/>



บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

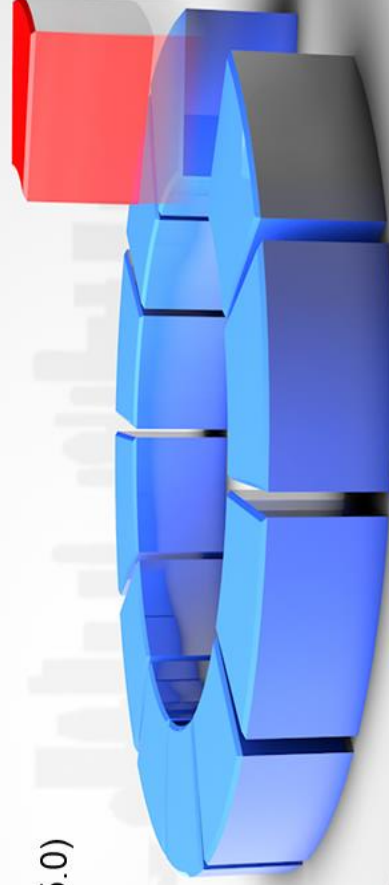
วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0



ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เดนโมพี

วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0

(Operations Management 5.0)



www.entrepreneuronline-learning.com

หลักสูตรผู้ประกอบการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการปฏิบัติการ
2. วิเคราะห์ภาพรวมของการบริหารการปฏิบัติการ
3. ประยุกต์ใช้การบริหารการปฏิบัติการ

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน

บรรยายด้วยคลิป์วิดีโอและบทเรียนมีสื่อมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนรู้การสอน

- คลิป์วิดีโอและบทเรียนมีสื่อมีเดีย
- เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้ที่เรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

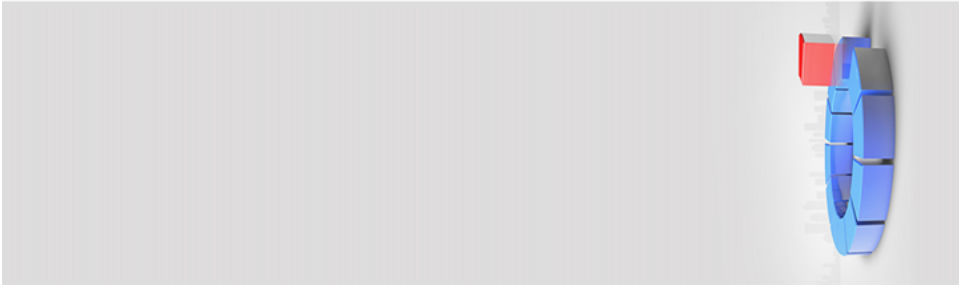
เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชาและผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เต็มไม่พี CEO Revitalize Innovation Co.,Ltd
อดีตผู้บริหารบริษัท BMW , Sony , Haier , Jardine ,Thai Summit Group , CP All





เนื้อหาบทเรียน

1

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารการปฏิบัติการ

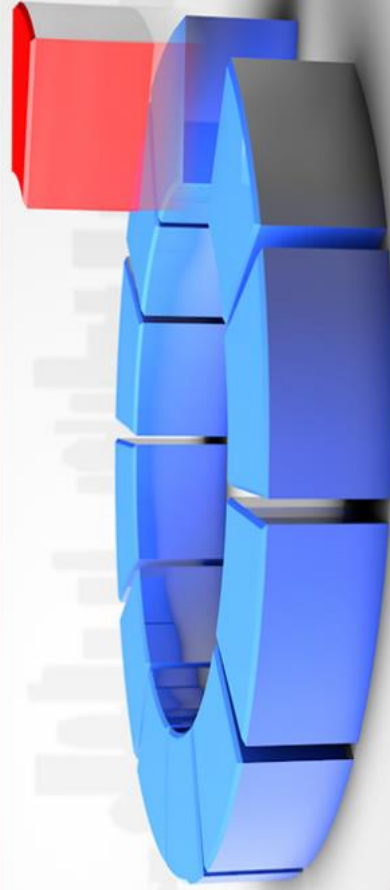
- 1 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต
- 2 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า
- 3 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจบริการ

2

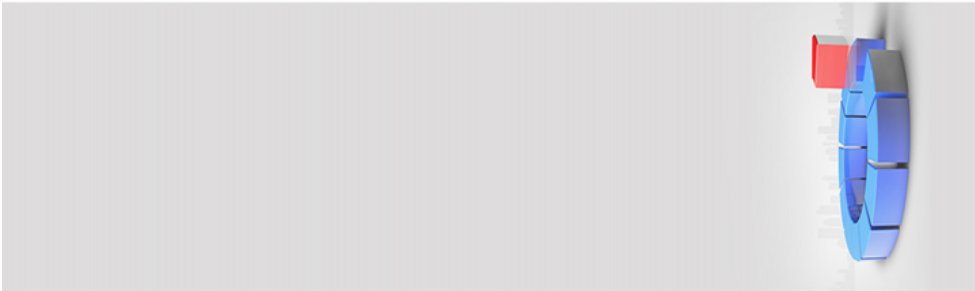
การประยุกต์ใช้การจัดการปฏิบัติการและแนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัล

- 2.1 การประยุกต์ใช้การจัดการปฏิบัติการกับการลดต้นทุน
 - 2.1.1 การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการผลิต
 - 2.2.2 การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการค้า
 - 2.2.3 การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจบริการ
- 2.2 แนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัลและการประยุกต์
 - 2.2.1 การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ หรือ artificial intelligence (AI)
 - 1) การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ กับธุรกิจการผลิต
 - 2) การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ธุรกิจบริการ(ผู้ประกอบการฟาร์มออร์แกนิก)
 - 3) การนำเทคโนโลยี AI มาประยุกต์ใช้ธุรกิจการค้า
 - 2.2.2 การออกแบบ Application ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร “ Talat Phlu @Food Tourism 4.0 ”

บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารการปฏิบัติการ



www.entrepreneuronline-learning.com

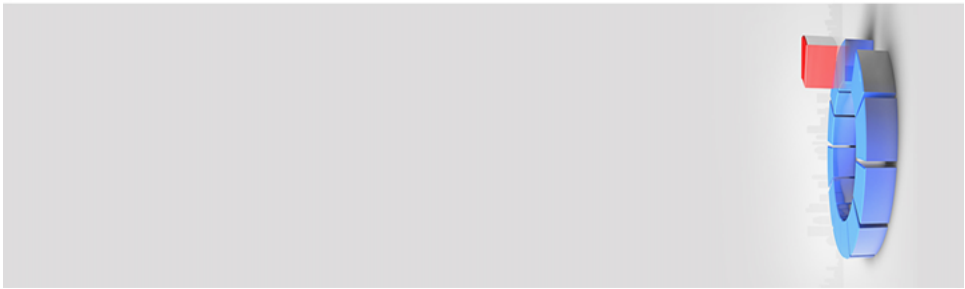


เนื้อหาบทเรียน

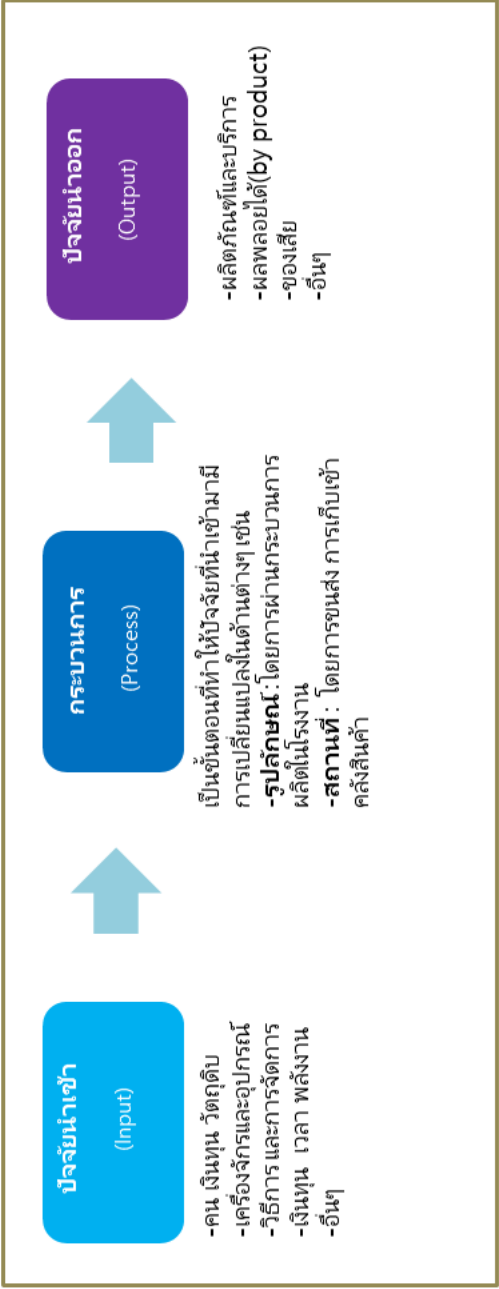
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารการปฏิบัติการ

1

- 1 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต
- 2 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า
- 3 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจบริการ



การบริหารจัดการปฏิบัติการ (OM: Operations Management) คือ การจัดการให้กระบวนการภายในองค์กร/การดำเนินงานต่างๆ ที่ใช้ปัจจัยนำเข้า (Input) เช่น คน เงินทุน วัตถุดิบ และผ่านกระบวนการแปรรูปให้กลายเป็นปัจจัยนำออก (Output) ในรูปของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างมีประสิทธิภาพ/มูลค่าและสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่คาดหวัง

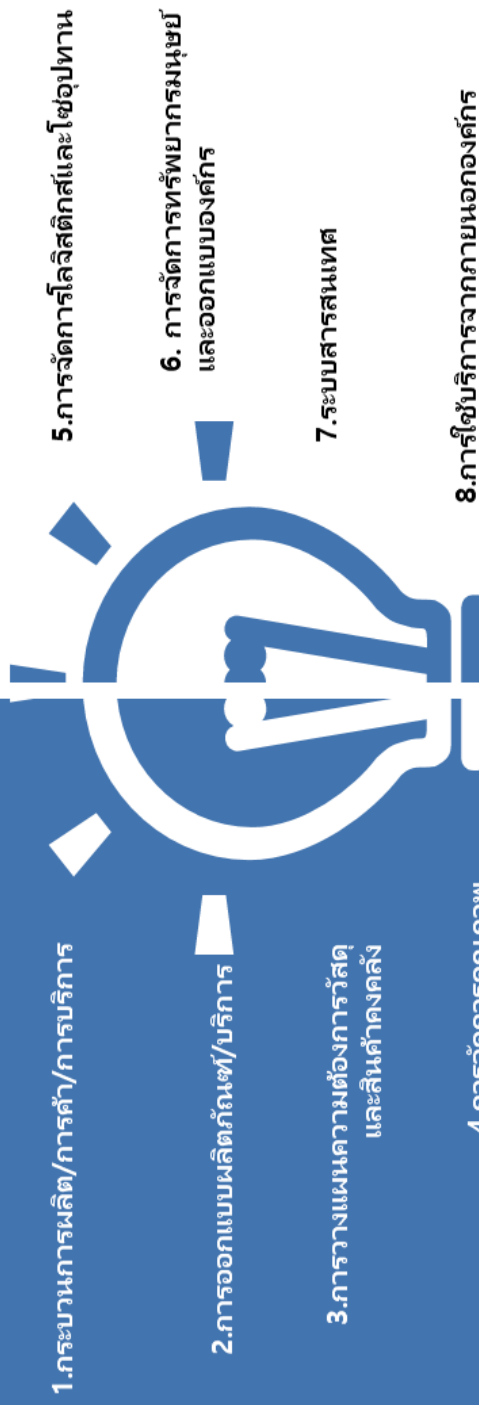


ประโยชน์ของการบริหารจัดการปฏิบัติการ

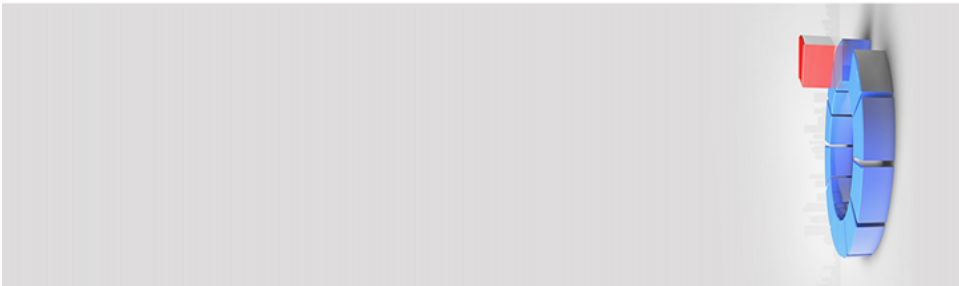
1. การบริหารจัดการปฏิบัติการ เป็นหนึ่งในหน้าที่หลัก 3 ประการขององค์กร ทำให้เราทราบว่า จะบริหารจัดการปฏิบัติการในบริษัทของเราได้อย่างไร (หน้าที่หลักขององค์กรคือ การตลาด, การเงิน และการปฏิบัติการ/ผลิต หรือทรัพยากรมนุษย์)
2. เข้าใจในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ
3. สามารถนำมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจต่างๆ นอกจากธุรกิจการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม เช่น ธุรกิจการค้า และธุรกิจบริการ

8 องค์ประกอบหลักของการบริหารการปฏิบัติการ

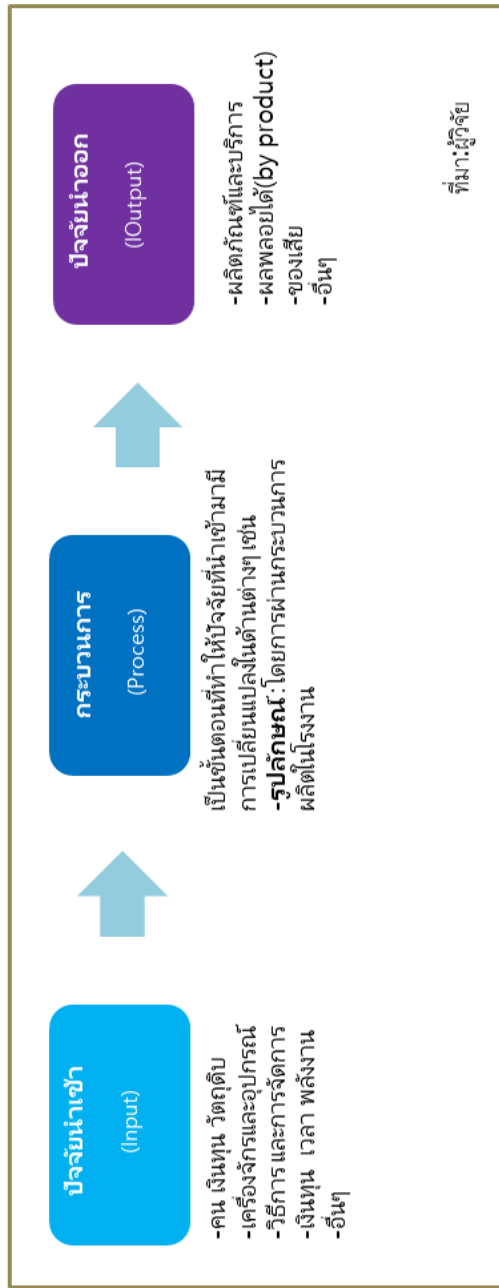
สำหรับผู้ประกอบการใหม่(Startup)



ผู้ประกอบการใหม่หลายท่านอาจมีความสนใจที่จะเริ่มต้นประกอบธุรกิจด้วยตนเองในรูปแบบของการพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่
ควรทราบถึงองค์ประกอบที่จำเป็นและสำคัญเพื่อนำไปการประยุกต์ใช้



1. การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต



การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต

การจัดการให้กระบวนการภายในองค์การ/การดำเนินงานต่างๆ ที่ใช้ปัจจัยนำเข้า (Input) เช่น คน เงินทุน วัตถุดิบ และผ่านกระบวนการแปรรูปให้กลายเป็นปัจจัยนำออก (Output) ในรูปของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างมีประสิทธิภาพและมูลค่า

1.1 การผลิต

การผลิต หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างผลิตภัณฑ์ในรูปของสินค้าและบริการสำหรับลูกค้า โดยองค์กรจะได้รับค่าตอบแทนกลับมาในรูปของรายได้และกำไร การบริหารการผลิตเป็นหนึ่งในสี่หน้าที่หลักขององค์กร ซึ่งองค์กรมีพันธกิจ คือผลกำไรที่ทำการอยู่รอดและเจริญเติบโตได้ในระยะยาว

หมายเหตุ: ปัจจุบันหลายองค์กรธุรกิจก็นิยมใช้บริการจากภายนอกองค์กรทำการผลิตสินค้าแทนบริษัทตนเองเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายและความเสี่ยงจากการลงทุน เช่น ให้โรงงาน A ผลิตเสื้อผ้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทผู้ว่าจ้าง B



4 หน้าที่หลักขององค์กร



ฝ่ายการผลิต

- หน้าที่หลัก
- ดึงภาพ
 - ต้นทุน
 - การจัดส่ง
 - การบริการ/ความยืดหยุ่น



ฝ่ายการตลาด

- หน้าที่หลัก
- การขยายตัวของส่วนแบ่งตลาด (Market Share)
 - ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)



ฝ่ายการเงิน

- หน้าที่หลัก
- บริหารการเงิน แหล่งเงินทุน
 - หาเงินและใช้เงิน
 - การรักษาสภาพคล่องของธุรกิจ (Liquidity)



ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์

- หน้าที่หลัก
- กระบวนการจัดการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคน ได้แก่ การคัดเลือกบุคคลเข้าทำงาน จัดวางตำแหน่งให้เหมาะสมกับงาน เงินเดือน สวัสดิการ เป็นต้น

ที่มา : ผู้วิจัย



1) การผลิตแบบลีน (Lean production)

การผลิตแบบลีน หมายถึง การมุ่งจัดความสูญเปล่าในกระบวนการผลิต หรือจากการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า ด้วยการวิเคราะห์สาเหตุหลัก และหาทางปรับปรุง

ความสูญเปล่า (7 Waste) สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่

- 1) ความสูญเปล่าจากการผลิตที่มากเกินไป (Overproduction)
- 2) ความสูญเปล่าจากการรอคอย (Delay)
- 3) ความสูญเปล่าจากการขนส่ง (Transportation)
- 4) ความสูญเปล่าจากการเก็บไว้หรือสินค้าคงคลังที่ไม่จำเป็น (Inventory)
- 5) ความสูญเปล่าจากการเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็น (Motion)
- 6) ความสูญเปล่าจากการเคลื่อนย้ายหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพ (Defect)
- 7) ความสูญเปล่าจากการผลิตของเสียหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพ (Defect)



แนวคิดแบบเก่า

ต้นทุน + กำไร = ราคาสินค้า



ที่มา : ผู้วิจัย

แนวคิดการผลิตแบบลีน

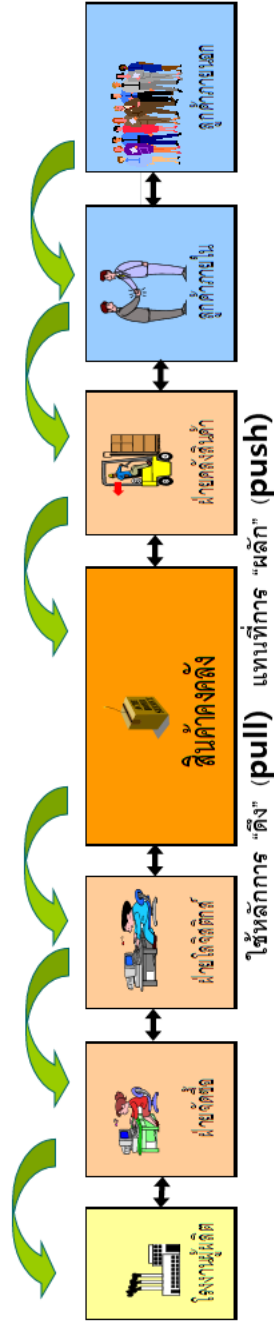
ราคาสินค้า - ต้นทุน = ความสูญเปล่า = กำไร

2) การผลิตแบบทันเวลาพอดี (just-in-time)

การผลิตแบบทันเวลาพอดี หมายถึง การผลิตหรือส่งมอบ สิ่งที่ต้องการ ในเวลาที่ต้องการ โดยผลิตในปริมาณเท่าที่จำเป็นและเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า และจัดส่งออกไปตามจำนวนความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้วัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิตจะถูกสั่งซื้อเข้ามาต่อเมื่อมีความต้องการเท่านั้น

หลักการการผลิตแบบทันเวลาพอดี

1. ใช้หลักการ “ดึง” (pull) แทนที่การ “ผลัก” (push) : การผลิตก็ต่อเมื่อมีความต้องการจากลูกค้า “ขายก่อนแล้วค่อยทำ” ทำให้มีปริมาณสินค้าคงคลังต่ำ
2. สั่งซื้อวัตถุดิบจำนวนน้อยในแต่ละครั้ง : สั่งซื้อเท่ากับปริมาณที่จะใช้ในการผลิตเท่านั้น ทำให้มีสินค้าคงคลังต่ำ
3. การผลิตแบบอัตโนมัติ : การกำหนดแผนงาน เวลา ปริมาณการใช้วัสดุต้องสัมพันธ์กัน
4. การทำงานคงที่ : การวางแผนการทำงานที่ดี ทำให้จุดการทำงานหรือสถานที่การทำงานได้รับงานในลักษณะคงที่ในแต่ละวัน เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น
5. มีความสัมพันธ์กับผู้จัดส่งที่ดี : มักไม่เปลี่ยนตัวลูกค้า หรือผู้จัดส่งบ่อยๆ เพื่อให้การจัดส่งเป็นไปอย่างราบรื่น และ ไร้ใจได้



ที่มา : ผู้วิจัย



1.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต้องคำนึงถึงวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ด้วยว่าอยู่ในช่วงใด เพื่อจะได้ใช้กลยุทธ์การปฏิบัติการให้เหมาะสมกับช่วงอายุของผลิตภัณฑ์

1) ช่วงแนะนำผลิตภัณฑ์ (Introduction Stage)

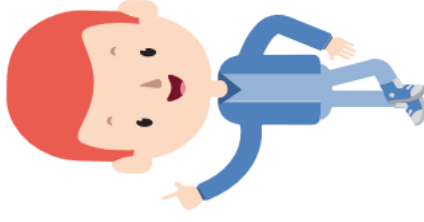
ในช่วงนี้ผลิตภัณฑ์ยังใหม่สำหรับตลาด และยังคงปรับเปลี่ยนคุณสมบัติผลิตภัณฑ์บางส่วนให้เหมาะสมกับตลาด ขณะเดียวกันกระบวนการผลิตก็ต้องมีการปรับปรุงเทคนิคการผลิตให้เหมาะสม ดังนั้นการเตรียมการช่วงนี้ได้แก่

- การทำการวิจัยตลาด
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์
- การปรับเปลี่ยนแก้ไขและการปรับปรุงกระบวนการหรือกระบวนการผลิตให้ดีขึ้น
- การคัดเลือกและพัฒนาผู้จัดหาวัตถุดิบ

2) ช่วงเจริญเติบโต (Growth Stage)

ในช่วงนี้ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบมานั้นจะเริ่มคงที่และได้รับความนิยมมากขึ้นและสินค้าเริ่มติดตลาดแล้ว สิ่งที่สำคัญสำหรับช่วงนี้ได้แก่

- การพยายามสร้างความต้องการของลูกค้าที่ต้องแม่นยำ เพื่อกำหนดกำลังการผลิตที่เหมาะสม และสามารถผลิตสินค้าให้ได้ตาม ปริมาณที่ลูกค้าต้องการได้
- อาจจะมีการลงทุนเพื่อขยายกำลังการผลิต





3) ช่วงอิมิตัว (Maturity State)

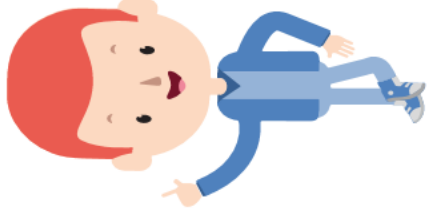
ผลิตภัณฑ์เข้าสู่ช่วงเจริญเติบโตเต็มที่ ยอดขายจะมียอดขายมากและคงที่ เริ่มมีคู่แข่งรายใหม่ เข้ามาแย่งส่วนแบ่งการตลาด กลยุทธ์ในช่วงนี้ ได้แก่

- การผลิตในปริมาณมากเพื่อลดต้นทุนการผลิต
- การใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เหมาะสมในระบบการผลิต
- การควบคุมต้นทุนในด้านต่างๆของบริษัท
- การลดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์หรือพื้นที่พิเศษของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการน้อย
- การลดสายการผลิตลง เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้ในต้นทุนที่ต่ำลงและมีกำไรมากขึ้น
- พยายามรักษาและขยายส่วนแบ่งการตลาดให้มากขึ้น

4) ช่วงถดถอย (Decline Stage)

เป็นช่วงที่ผลิตภัณฑ์มียอดขายลดลงอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับช่วงนี้ คือ

- การไม่ลงทุนเพิ่มเติม
- ควรตัดสินใจหยุดการผลิตสินค้าก่อนเข้าสู่ช่วงของการขาดทุน



1.3 การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง

การวางแผนความต้องการวัสดุ หมายถึง เทคนิคการวางแผนและควบคุมสินค้าคงคลัง เพื่อให้เกิดความสมดุลในการบริหารงาน

สินค้าคงคลัง หมายถึง สินค้าและวัสดุที่เก็บไว้อยู่ในกระบวนการผลิต ตั้งแต่ก่อนผลิต ระหว่างผลิต และผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป

เทคนิคการปรับปรุงสินค้าคงคลังด้วยการวิเคราะห์แบบเบบีซี

| กลุ่มสินค้า | % ของสินค้าทั้งหมด | มูลค่า(ล้านบาท) |
|-------------|--------------------|-----------------|
| A | 5 | 70 |
| B | 30 | 20 |
| C | 65 | 10 |
| รวม | 100 | 100 |

วัตถุประสงค์ของสินค้าคงคลัง

- 1) เพื่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด(EOS:Economies of Scale) ช่วยให้การผลิตลดลงเมื่อผลิตสินค้าเป็นจำนวนมาก
- 2) เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน
- 3) เพื่อให้เกิดความชำนาญเฉพาะทางในการผลิต
- 4) เพื่อป้องกันความไม่แน่นอนที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต
- 5) เพื่อเป็นกันชนไม่ให้เกิดวิกฤต

ตัวอย่าง สมมุติโรงงานแห่งหนึ่งมีสินค้าคงคลังมีมูลค่าทั้งหมด **100** ล้านบาท เราสามารถปรับปรุงสินค้าคงคลัง ดังนี้

- 1.จัดกลุ่มสินค้าเป็นกลุ่มABC โดยแบ่งเป็น กลุ่มสินค้า A มีสัดส่วนเพียง **5%** แต่มีมูลค่ามากถึง **70** ล้านบาท
- 2.พิจารณา ปริมาณขั้นต่ำ(Minimum Oder)ที่สั่งซื้อแต่ละครั้ง เปรียบเทียบกับที่พหุหลายเออร์ให้ตัด MOQ และ **Lead time** โดยมีการเซ็ที่มูลค่าความต้องการจากการจากลูกค้าให้ที่พหุหลายเออร์ทราบแบบทันที
- 3.ในกรณีที่ที่พหุหลายเออร์ไม่สามารถดัดแปรปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อของเราได้เพราะต้องเหมารวมค่าของเราแบบเต็มๆ เราก็อาจต่อราคาเป็นชื่อหน้าโรงงานที่พหุหลายเออร์แทนและใช้บริการขนส่ง (**Outsource**) ไม่รับสินค้าจากที่พหุหลายเออร์ของเราเลยก็เพื่อประหยัดต้นทุน

ที่มา:ผู้วิจัย



1.4 การจัดการคุณภาพ

การจัดการคุณภาพ หมายถึง รูปแบบและคุณลักษณะเฉพาะของสินค้าหรือบริการที่สามารถสร้างความพอใจหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้า

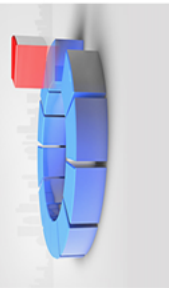
ประโยชน์ของการจัดการคุณภาพ

- 1) ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
- 2) ช่วยลดต้นทุนการผลิต
- 3) สร้างความเชื่อถือและไว้ใจให้กับลูกค้า

มาตรฐาน ISO

ISO ย่อมาจาก (International Organization for Standardization) คือ องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน เป็นองค์กรที่ออกมาตราฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และอุตสาหกรรม ได้แก่

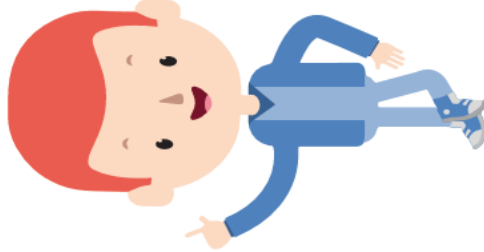
- ISO 9000 : การจัดระบบการบริหารเพื่อประกันคุณภาพที่สามารถตรวจสอบได้ โดยผ่านระบบเอกสาร
- ISO 9001 : เป็นมาตรฐานระบบคุณภาพ ซึ่งกำกับดูแลทั้งการออกแบบ และพัฒนาการผลิต การติดตั้ง และการบริการ
- ISO 9002 : มาตรฐานระบบคุณภาพ ซึ่งกำกับดูแลเฉพาะการผลิต การติดตั้ง และการบริการ
- ISO 9003 : เป็นมาตรฐานระบบคุณภาพ ซึ่งกำกับดูแลเรื่องการตรวจและการทดสอบขั้นสุดท้าย
- ISO 9004 : เป็นแนวทางในการบริหารงานคุณภาพ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยเป็นข้อเสนอแนะ ในการจัดการในระบบคุณภาพ ซึ่งจะมีการกำหนดอยู่ในแต่ละประเภทธุรกิจ
- ISO 14000 : เป็นระบบมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมมุ่งเน้นให้องค์กรมีการพัฒนาปรับปรุงสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง
- ISO 18000 : มาตรฐานระบบการจัดการ อาชีวอนามัยและความปลอดภัย



การบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM : Total Quality Management) หมายถึง การบริหารองค์รวมทั้งหมดเพื่อให้มีลักษณะที่ดีในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

8 องค์ประกอบที่สำคัญของการบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM)

1. นำปรัชญาของการจัดการแบบใหม่มาใช้ มีการคิดใหม่ทำใหม่
2. ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการปรับปรุงองค์กร พนักงานมีวินัยในตัวเอง สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับซัพพลายเออร์และลูกค้า
3. ใช้หลักการป้องกันความผิดพลาด
4. เน้นลูกค้าเป็นหลัก และเน้นผลได้ระยะยาว



ที่มา: ผู้วิจัย

5. ทำให้เกิดบรรยากาศของ TQM ด้วยการให้ทรัพยากรมนุษย์ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม
6. เน้นการทำงานเป็นทีมทุกคนที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วม
7. มีระบบการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
8. ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ



1.5 การจัดการทรัพยากรมนุษย์และออกแบบองค์กร

การจัดการทรัพยากรมนุษย์สำหรับการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ : จะเกี่ยวข้องกับการวางแผนอัตราค่าจ้างคน กระบวนการจัดการในส่วนของ
เกี่ยวข้องกับคน ได้แก่ การคัดเลือกบุคคลเข้าทำงาน การจัดวางตำแหน่งของบุคคลให้เหมาะสมกับงาน การจัดสวัสดิการ การจ่ายเงินเดือนหรือ
ค่าตอบแทน เป็นต้น

สำหรับการบริหารทรัพยากรบุคคลกับการวางแผนอัตราค่าจ้างคนในช่วงเริ่มต้นธุรกิจสามารถนำแนวทางทาง
วิเคราะห์ด้วยทฤษฎี 6W1H มาปรับใช้ได้ดังนี้

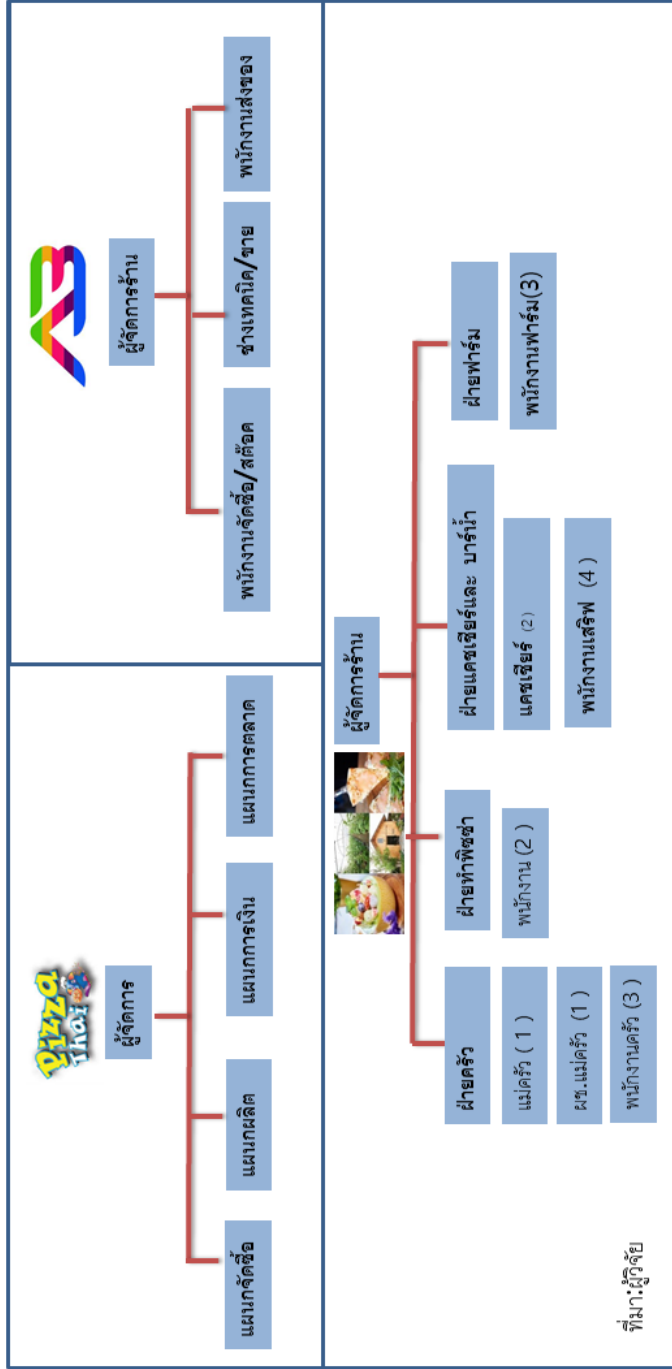
- 1) ใครคือ คุณสมบัติของคนที่เราอยากได้มาทำงานด้วย :
 - เพศ อายุ การศึกษา ทักษะความสามารถพิเศษ
- 2) หน้าที่รับผิดชอบคืออะไร ต้องทำอะไรบ้าง เพื่อให้งานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด :
 - พนักงานต้อนรับ : ทำหน้าที่ต้อนรับลูกค้า เมื่อลูกค้าเข้า / ออก ร้าน พาลูกค้าไปยังโต๊ะตามที่ลูกค้าร้องขอหรือเลือกโต๊ะที่ตรงกับจำนวนลูกค้า
- 3) ทำอย่างไร (How) ทำอย่างไรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และ เพื่อให้การใช้ทรัพยากรขององค์กรเป็นไป ในทิศทางที่เหมาะสม และ ตรงตามความต้องการ
มากที่สุด (ประสิทธิภาพ) :
 - แม่ครัว : ทำการปรุงอาหารและเครื่องดื่มตามออเดอร์ของลูกค้า
- 4) แผนไหน (Where) ที่ต้องการบุคลากรก่อน-หลัง เริ่มวันหรือไม่? :
 - แผนกทำอาหารของร้านตอนนี้เหลือแม่ครัวทำอยู่คนเดียว เพราะผู้ช่วยแม่ครัวลาออกไปได้ 2 เดือนแล้ว จึงมีความจำเป็นต้องการบุคลากรด่วน เพื่อไม่ให้การบริการลูกค้ามี
ปัญหาและคายนาน
- 5) เมื่อไหร่ (When) กำหนดระยะเวลาในการดำเนินงานทั้งหมดต้องเสร็จสิ้น เมื่อไหร่? แต่ละกิจกรรมควรทำเมื่อไหร่? :
 - ประกาศรับสมัครตำแหน่งผู้ช่วยแม่ครัวภายในสัปดาห์ที่ผ่านมาในช่องทางต่างๆ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ต่างๆ
- 6) ให้ค่าจ้างเท่าไร? มีอะไรให้นอกเหนือจากเงินเดือน? (How much) :
 - แม่ครัว : ได้รับค่าจ้างเป็นรายเดือนละ 25,000 บาท ที่พักฟรีและอาหาร 3 มื้อ
- 7) ทำไม (Why) ต้องจ้าง? ทำเองได้หรือไม่? :
 - ผู้ช่วยแม่ครัวสามารถแบ่งงานของแม่ครัวได้ หรืออาจจะทำอาหารแทนได้บางส่วน จึงจำเป็นต้องจ้าง เพราะตอนนี้ลูกค้ารออาหารนาน



การออกแบบองค์กร

การจัดการโครงสร้างองค์กรแบ่งตามหน้าที่ หมายถึง โครงสร้างองค์กรที่จัดตั้งขึ้นโดยแบ่งไปตามประเภทหรือหน้าที่การงาน เพื่อแสดงให้เห็นว่าในแต่ละคน/แผนกนั้น มีหน้าที่ต้องกระทำอะไรบ้าง เหมาะสำหรับผู้ประกอบการใหม่ (Startup) ที่เริ่มต้นธุรกิจของตัวเอง

ตัวอย่างแผนผังองค์กร (Organization Chart)



1.6 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) หมายถึง กระบวนการในการวางแผน ดำเนินการ และควบคุมประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บสินค้าและบริการ และสารสนเทศจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการใช้งาน โดยมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

กิจกรรมหลักของโลจิสติกส์คือ กิจกรรมหลักที่ต้องเข้าใจเพื่ออำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดกำเนิดไปยังจุดบริโภคกิจกรรมต่างๆเหล่านี้ครอบคลุมถึงกระบวนการโลจิสติกส์ทั้งหมด ได้แก่

- 1) การจัดการวัตถุดิบ
- 2) กระบวนการสั่งซื้อ
- 3) การจัดหาสินค้า/วัตถุดิบ
- 4) การจัดการสินค้ารับคืน
- 5) การบริการลูกค้า
- 6) การพยากรณ์และการวางแผนอุปสงค์
- 7) การบริหารสินค้าคงคลัง
- 8) การติดต่อสื่อสารด้านโลจิสติกส์
- 9) การหีบห่อและบรรจุภัณฑ์
- 10) อะไหล่และการให้บริการ
- 11) การเลือกสถานที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า
- 12) โลจิสติกส์ย้อนกลับ
- 13) การจราจรและการขนส่ง
- 14) คลังสินค้าและการจัดเก็บสินค้า

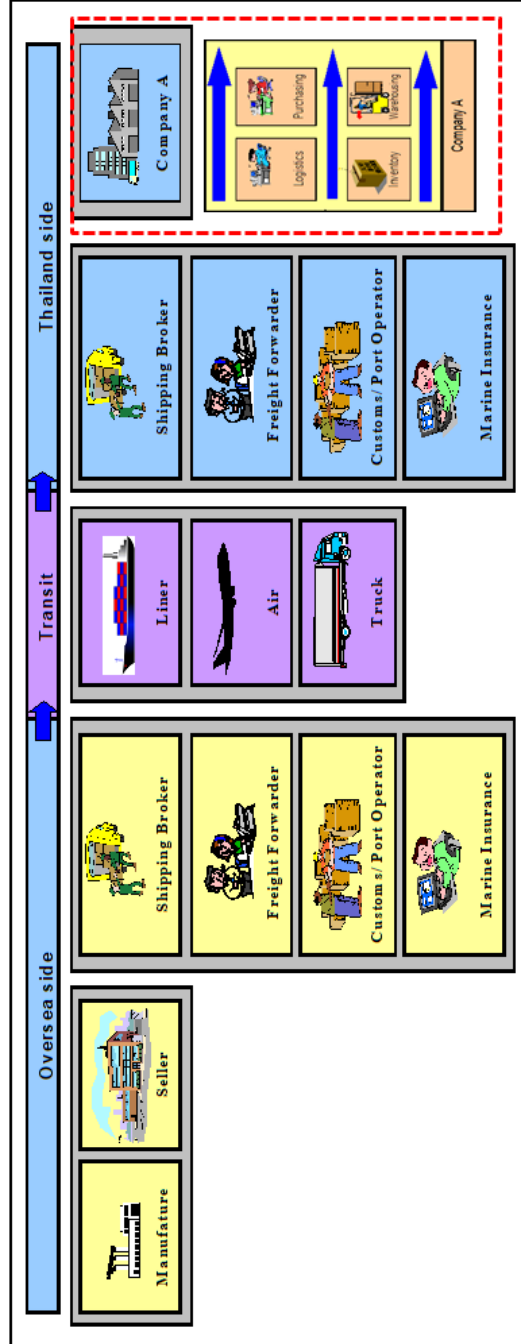


ที่มา : กรมชชนก ศูนย์วิทยุพัฒนาและคณะ(2546) : การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์

การจัดการซัพพลายเชน (Supply Chain Management) หมายถึง การบูรณาการของกระบวนการธุรกิจที่เริ่มต้นจากผู้บริโภคชั้นสุดท้ายผ่านไปจนกระทั่งถึงผู้จัดจำหน่ายขั้นแรกสุดที่ทำหน้าที่จัดหาสินค้า บริการ สารสนเทศ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้บริโภค

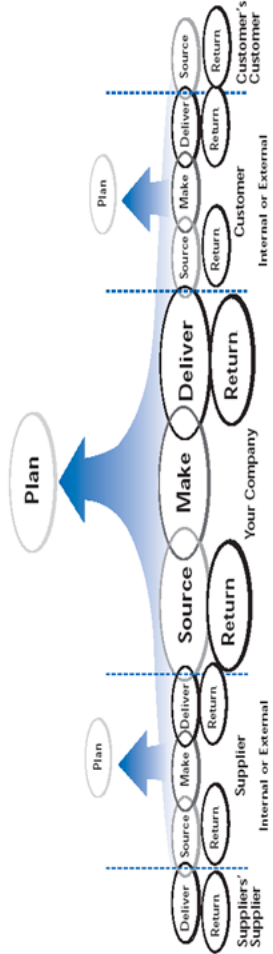
ข้อแตกต่างประการสำคัญระหว่างการจัดการซัพพลายเชนกับการจัดการโลจิสติกส์ คือ การจัดการซัพพลายเชน มีขอบเขตที่กว้างกว่าการจัดการโลจิสติกส์ เพราะเป็นการจัดการกระบวนการทางธุรกิจหลักทุกประเภทที่เชื่อมโยงระหว่างสมาชิกหน่วยที่อยู่ภายใต้ซัพพลายเชน

สรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการโลจิสติกส์ และการจัดการซัพพลายเชน ก็คือโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของซัพพลายเชนนั่นเอง



ที่มา : ผู้วิจัย





รูปภาพแสดง Supply Chain Operating Reference Model (SCOR Model)

ที่มา : SCOR Model of Supply Chain Council

SCOR Model คือ แบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานที่ใช้อุปทาน แนวคิดนี้ถูกพัฒนาขึ้นในช่วงปี 1996 โดยคณะผู้เชี่ยวชาญด้านโซลิตาย เชนและโลจิสติกส์จากสมาคมโซลิตายเชน (SCC : Supply Chain Council) ประกอบด้วย

- 1) **การวางแผน (Plan)** : เพื่อจัดสรรทรัพยากรโดยรวมและมุ่งการตอบสนองให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ประกอบด้วย
 - 2) **แหล่งจัดหา (Source)** : คัดเลือกผู้ส่งมอบที่สามารถส่งมอบได้ตามกำหนดการ และสอดคล้องตามข้อกำหนด ประกอบด้วยกระบวนการต่างๆ เช่นการกำหนดราคาการบริหารเพื่อส่งมอบ กำหนดกรอบการจ่ายเงิน ให้กับผู้ส่งมอบ
 - 3) **การจัดทำ (Make)** : ขั้นตอนการผลิต ซึ่งเป็นกิจกรรม ภายในโรงงาน ประกอบด้วยกำหนดการผลิตและกิจกรรมที่จำเป็น เช่น การทดสอบ การบรรจุหีบห่อ การจัดเตรียมลำหรับส่งมอบ
 - 4) **ส่งมอบ (Deliver)** : กระบวนการทางโลจิสติกส์ โดยเกี่ยวข้องตั้งแต่กระบวนการรับส่งซึ่งออกจากลูกค้า การพัฒนาเครือข่ายคลังสินค้า การส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าและระบบการเรียกเก็บเงินจากลูกค้า
 - 5) **การส่งคืน (Return)** : เป็นกระบวนการหลังการขาย กรณีลูกค้ารับสินค้าที่มีความบกพร่องหรือเกิดความเสียหายของการใช้งานในช่วงของการรับประกันจะมีการส่งคืนสินค้ากลับมายังผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายเพื่อรองรับบริการหรือนำสินค้ามาเปลี่ยนทดแทนสินค้าที่ชำรุด และรวมถึงกระบวนการกำจัดหลังจากสินค้าหมดอายุการใช้งาน หรือเสื่อมสภาพ



1.7 ระบบสารสนเทศ

ระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการที่มีความจำเป็นสำหรับใช้งาน ได้แก่

- 1) **ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (MIS : Management Information System) :** เป็นการออกแบบช่องทางการรับ-ส่งข้อมูลที่มีจำนวนหลากหลายรูปแบบที่แตกต่างกัน สามารถเชื่อมโยงกันด้วยอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โดยการเก็บรวบรวมและประมวลผลข้อมูล ซึ่งง่ายต่อการเข้าถึงเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจ เข้ามาช่วยจัดการด้านผลิต การสั่งซื้อ การจัดส่ง การเงิน บุคลากร และงานด้านอื่นๆ หน่วยงาน
- 2) **ระบบวางแผนทรัพยากรองค์กร (ERP : Enterprise Resource Planning) :** เป็นเครื่องมือในการจัดการกระบวนการทางธุรกิจกิจกรรมหลักขององค์กร เพื่อวางแผนและจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยใช้ข้อมูลร่วมกันผ่านทุกฝ่ายในองค์กร และยังสามารถเชื่อมโยงข้อมูลทั้งซัพพลายเชน ซึ่งจะเป็นข้อมูลในทางธุรกิจที่มีประโยชน์มาช่วยตัดสินใจในการดำเนินงานในทิศทางของบริษัท ประกอบด้วยไม่ดูแลด้านการเงิน และการบัญชี ด้านการขาย การตลาด และการกระจายสินค้า ด้านกระบวนการผลิต และการจัดซื้อวัตถุดิบและด้านจัดการทรัพยากรมนุษย์

ระบบ ERP เป็นที่นิยมใช้เพราะช่วยให้กระบวนการทำงานเป็นระบบมีมาตรฐาน ลดความซับซ้อนการทำงาน/ผิดพลาดและวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างแม่นยำ/รวดเร็ว สำหรับผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจใหม่และมีทุนไม่มาก สามารถใช้ระบบ ERP แบบคลาวด์ (Cloud ERP) ซึ่งถูกค่าสามารถเข้าใช้งานผ่านทางเว็บไซต์ได้ทุกที่ทุกอุปกรณ์ที่สามารถเข้าถึงถึงอินเทอร์เน็ตในฐานะผู้ใช้บริการโดยเสียค่าบริการเป็นรายเดือน ไม่ต้องลงทุนซื้อไลเซนส์ที่ค่อนข้างแพงและไม่ต้องลงทุนฮาร์ดแวร์/ซอฟต์แวร์และอุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงค่าบำรุงรักษาต่างๆ



ตัวอย่าง ERP System common module

ที่มา: ผู้วิจัย

1.8 การใช้บริการจากภายนอกองค์กร (Outsource)

การใช้บริการจากภายนอกองค์กร หมายถึง แนวคิดของการบริหารงานรูปแบบหนึ่งซึ่งต้องกิจกรรมหรือกระบวนการที่ไม่ใช่ธุรกิจหลัก อาจส่งต่อทั้งหมดที่กล่าวมาหรือบางส่วนให้กับ **ผู้ให้บริการจากภายนอก** ซึ่งมีความพร้อมมากกว่าเป็นผู้ดำเนินการที่ อาจจะช่วยเข้ามาในบางส่วนชั่วคราวหรือหาพันธมิตรภายนอกเพิ่มเข้ามา เช่น นักเขียนโปรแกรม นักวิเคราะห์ระบบ ให้มาช่วยงานในช่วงเร่งด่วน ในระยะเวลาสั้นๆ ดังนั้นแทนที่จะต้องเพิ่มพนักงาน อาจแก้ปัญหาด้วยการใช้บริการจากภายนอกองค์กรแทน โดยจ่ายค่าบริการเฉพาะช่วงที่กำหนด หรืออาจติดต่อที่ปรึกษาเมื่อต้องการความช่วยเหลือเฉพาะด้าน

ประโยชน์ของการ ใช้บริการจากภายนอกองค์กร

- 1) ประหยัดต้นทุน และลดค่าใช้จ่ายขององค์กรได้ เพราะการจ้างในลักษณะเข้าที่ซอร์สในส่วนใหญ่จะเป็นการจ้างแบบมีกำหนดระยะเวลา และความรับผิดชอบต่อลูกค้าจะตกไปอยู่กับบริษัทที่เอาที่ซอร์ส (Outsource) แทน
- 2) ช่วยให้องค์กรสามารถเน้นกิจกรรมไปยังธุรกิจหลัก
- 3) ได้รับบริการจากผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้านในการดำเนินงาน
- 4) ลดความเสี่ยงทางธุรกิจ เพราะการใช้บริการจากภายนอกองค์กร มีสัญญาการจ้างระยะเวลาที่จะสิ้นสุด ดีกว่าการลงทุนเอง ซึ่งจะต้องเป็นการลงทุนในลักษณะถาวรต่อเนื่อง
- 5) ช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน เพราะสะดวก รวดเร็ว ประหยัด และมีประสิทธิภาพสูง

ประเภทของการใช้บริการจากภายนอกองค์กร

- 1) งานด้านการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง และการขนส่ง
- 2) งานด้านการบริการด้านการเงินและบัญชี
- 3) งานด้านการขาย ลูกค้าสัมพันธ์ การตลาด
- 4) งานด้านระบบสารสนเทศ บริการเช่าคอมพิวเตอร์เพื่อให้ดูแลเครื่องคอมพิวเตอร์และระบบ Network ขององค์กร
- 5) งานด้านบุคลากร การพัฒนาบุคลากร การทำบัญชีเงินเดือน การสรรหาพนักงานเฉพาะตำแหน่งที่หายาก บริการยาม



ตัวอย่างการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจผลิต

- 1 **การผลิต**
- นำการผลิตแบบลิ้นและการผลิตแบบทันเวลาพอดี (just-in-time) มาประยุกต์ใช้ เช่น ลดการผลิตของเสียหรือไม่มีคุณภาพ ความคุมความสูญเสียจากการรอคอยและการขนส่ง
- 2 **การออกแบบผลิตภัณฑ์ และกระบวนการ**
- กระบวนการผลิตที่ซับซ้อนทำหน้าต่างๆ
- การรับวัตถุดิบ การตรวจเช็ค การคัดแยก การหั่น และการจัดเก็บวัตถุดิบ
- 3 **การวางแผนความต้องการวัสดุ และสินค้าคงคลัง**
- การบริหารสินค้าภายในคลังสินค้าไม่เต็มกักหรืออ่อนเกินไป ไปด้วยการเพิ่มความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าทีละ 3 ครั้ง
- 4 **การจัดการคุณภาพ**
- ตรวจสอบวัตถุดิบสำหรับผลิต 100 %

- 5 **การจัดการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทาน**
- การจัดซื้อ : วัตถุดิบจะสั่งจากบริษัทเทรดดิ้ง/โรงงานผู้ผลิต ในและต่างประเทศจากที่มีการสั่งซื้อทุกวันก็เปลี่ยนเป็น 3 ครั้งต่อสัปดาห์ เพื่อบริหารสินค้าภายในคลังสินค้าไม่ให้มากหรือน้อยเกินไป
- 6 **การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และออกแบบองค์กร**
- ใช้ลักษณะการจัดการ โครงสร้างองค์กรแบบตามหน้าที่เพราะขนาดขององค์กรมีขนาดใหญ่เกินไป ง่ายต่อการบริหารและสั่งการ
- 7 **ระบบสารสนเทศ**
- การใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการบริหารงานโปรแกรม ERP ของคนไทย
- 8 **การใช้บริการ จากภายนอกองค์กร**
- การใช้บริษัทผู้ให้บริการ โลจิสติกส์จากภายนอกองค์กรในการจัดส่งให้ ถูกดีแฟรนไชส์ พิซซ่าไทย หัวประเทศกว่า 500 สาขาทุกวัน

ผู้ประกอบการธุรกิจ

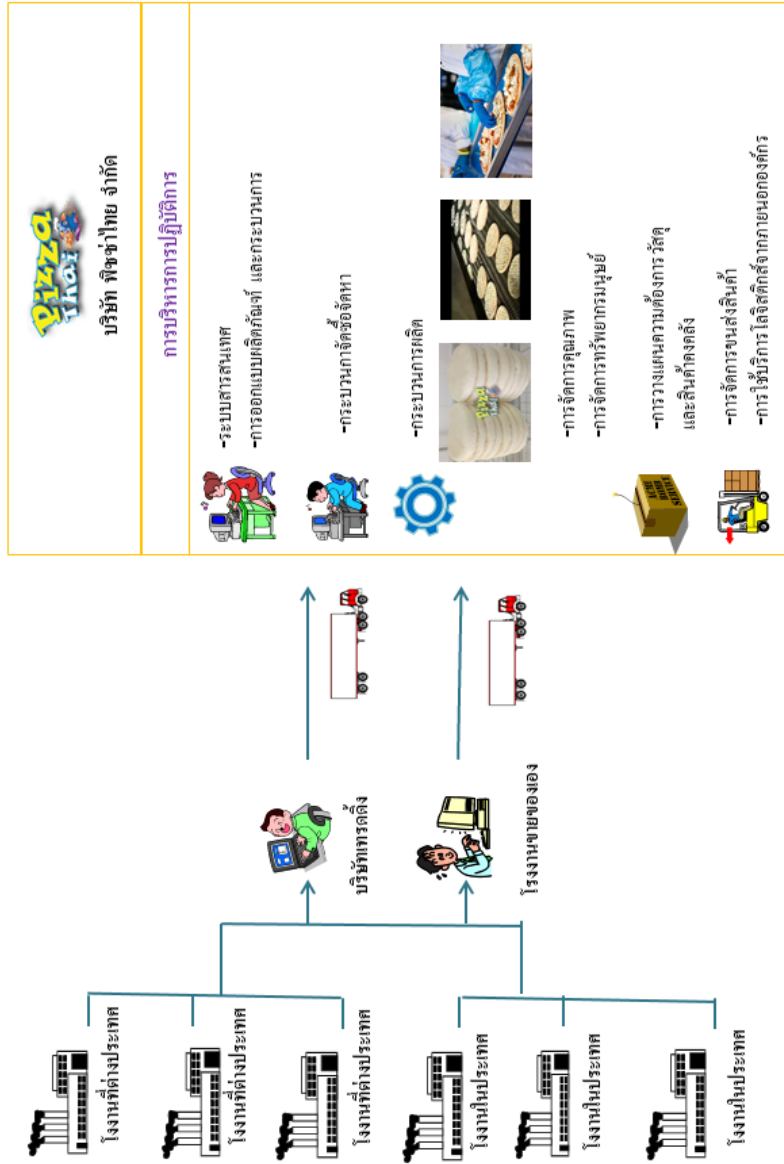
-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจ ให้เกิดชิ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาลดลงคล้อยอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

ภาพรวมห่วงโซาผลผลิตสำหรับธุรกิจการผลิต



ตัวอย่างการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต

ขั้นตอนการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต

กระบวนการส่งชื่อ

- 1. การส่งชื่อวัตถุดิบหลัก :** โรงงานของพืชมชชาไทย จะส่งชื่อวัตถุดิบในการผลิตพืชมชชาจากคู่ค้าของบริษัท(บริษัทเทรดดิ้ง/โรงงานผู้ผลิต) สัปดาห์ละ 3 ครั้ง ทุกวันจันทร์-พริ-ศร์ของสัปดาห์โดยจะส่งชื่อวัตถุดิบจำพวก ซีส แป้ง ซอสพืชมชชา และวัตถุดิบอื่นๆ จะส่งชื่อจากทางคำสั่งรายใหญ่ โดยจะจัดส่งเข้ามาภายในร้านก่อนเวลา 9.00 น.
- 2. การรับวัตถุดิบ :** คู่ค้าของบริษัท(บริษัทเทรดดิ้ง/โรงงานผู้ผลิต) จะนำวัตถุดิบมาส่งที่โรงงานของบริษัทพืชมชชาไทยก่อนเวลา 9.00 น. โดยมีผู้จัดการฝ่ายคลังสินค้าเป็นคนรับเรื่องและตรวจสอบทั้งหมด
- 3. การตรวจเช็ควัตถุดิบ :** หลังจากทำการรับสินค้าแล้ว ก็จะต้องตรวจสอบวัตถุดิบก่อนทำการเซ็นรับของว่า มีของชำ หรือของเน่าเสียปะปนมาหรือไม่ ถ้ามีทางผู้จัดการคลังสินค้าจะต้องส่งคืนให้กับคู่ค้าของบริษัททันที
- 4. การคัดแยกวัตถุดิบ :** หลังจากทำการตรวจสอบวัตถุดิบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ฝ่ายผลิตจะทำการคัดแยกวัตถุดิบแต่ละชนิด เช่น แป้ง ซีส ซอส หรือ ผักและของสดต่างๆ โดยจะคัดแยกไว้ให้เป็นหมวดหมู่
- 5. การหั่นวัตถุดิบ :** ในส่วนของผักและของสดที่ผ่านการคัดแยกจะนำมาล้างและหั่นตามที่ได้ประมาณการไว้ ทำการจัดเก็บวัตถุดิบต่างๆ ให้พร้อมและเป็นหมวดหมู่
- 6. การจัดเก็บวัตถุดิบเข้าตู้แช่ :** จัดเก็บวัตถุดิบต่างๆ เข้าตู้แช่ ในอุณหภูมิที่ 3 องศาเซลเซียส เพื่อรักษาความสดของของสดและผัก

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พืชมชชาไทย (Pizza Thai)

-จากการส่งมอบประสบการณ์ผู้ใช้ เวลาคลุกคลีอยู่กับพืชมชชาหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พืชมชชาไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

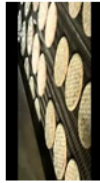
ตัวอย่างการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต

กระบวนการผลิตพิซซ่าหน้าต่างๆ

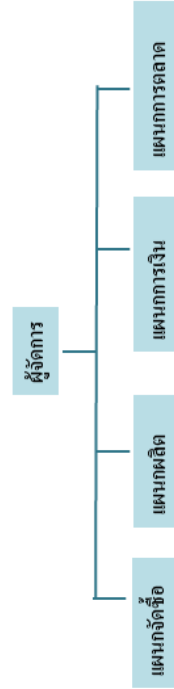
1. เตรียมแป้งพิซซ่าที่ได้จากการขึ้นตอนการผลิตแป้ง พักไว้เตรียมสำหรับแช่แข็งหน้าตาและรสชาติ
2. นำวัตถุดิบต่างๆ เช่น เบคอน แฮม ไส้กรอก กุ้ง ฯลฯ และชีส มาเตรียมไว้ใส่ภาชนะตามปริมาณที่กำหนด
3. นำแผ่นชีสมาขยอกเป็นแผ่นย่อยๆ เล็ก แล้วพักเตรียมไว้
4. นำวัตถุดิบที่จัดเตรียมไว้ทั้งหมด มาตักแต่งหน้าแป้ง เริ่มจากวัตถุดิบต่างๆ เช่น เบคอน แฮม ไส้กรอก กุ้ง ฯ พร้อมกับทาซอสสูตรพิเศษของร้านพิซซ่าไทยลงบนตัวแป้ง
5. นำเส้นชีสที่หั่นเป็นฝอยเล็กๆ มาโปรยลงบนหน้าพิซซ่า แล้วจัดแต่งให้สวยงาม
6. นำเข้าเตาอบใช้เวลาอบประมาณ 7-10 นาที ก็สามารถรับประทานได้

หมายเหตุ

- ส่วนใหญ่จะทำแป้งพิซซ่าไว้ก่อนเก็บได้ 3 วันในตู้เย็น พอจะทำขายก็ทาซอสวางเครื่อง ไส้ชีส เข้าอบ 15 นาที



ตัวอย่างแผนผังองค์กร (Organization Chart)



ทีมภ. สุวิจิษฐ์

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

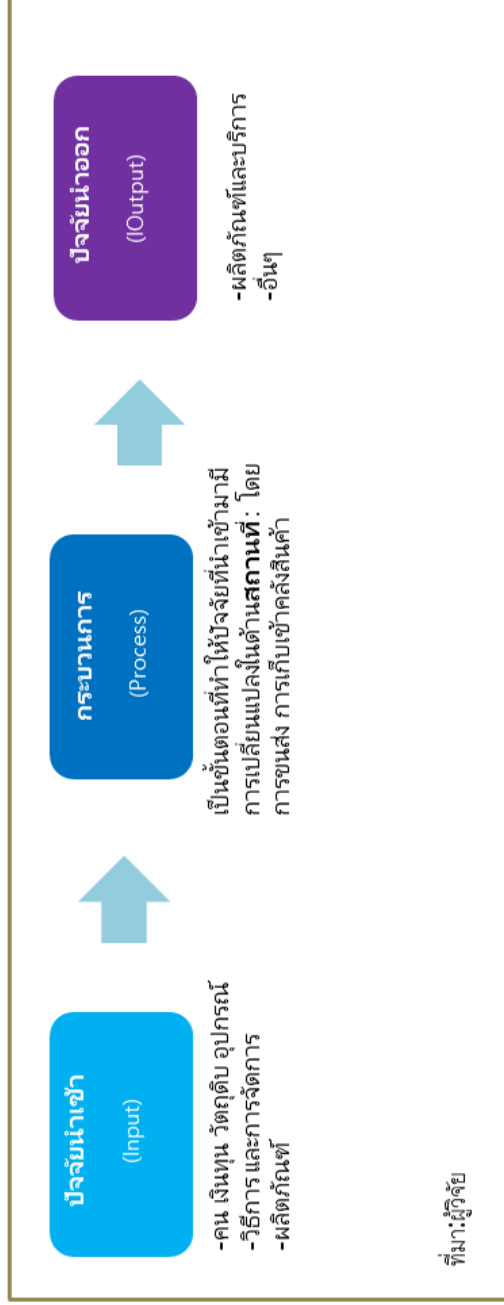


พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคิดดูคล้อยกับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่ขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

2. การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า



การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า

การจัดการใช้กระบวนการภายในองค์การ/การค้าที่ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น คน เงินทุน วัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ และผ่านกระบวนการให้กลายเป็นปัจจัยนำออก (Output) ในรูปของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างมีประสิทธิภาพและมูลค่า



ตัวอย่างการบริหารการปฏิบัติการณ์สำหรับธุรกิจการค้า

| | |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1 การบริการ</p> | <p>-การนำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด</p> <p>-แนวคิดด้านสินทรัพย์ที่ใช้ เช่น ไม่สต็อกสินค้ามากเกินไป การลดเวลาที่เกิดจากการรอคอย ด้วยการลดระยะเวลาในการสั่งซื้อ/ส่งมอบ</p> <p>2 การออกแบบบริการ และกระบวนการ</p> <p>-รูปแบบช่องทางการขาย เช่น เปิดหน้าร้านของตัวเอง เว็บไซต์ของตัวเอง โซเชียลมีเดีย</p> <p>-รูปแบบการบริการ เช่น มีตัวแทนขายแบบ Online และ Offline</p> <p>-กระบวนการ เช่น สินค้าที่ขายดี / รุ่นพื้นฐาน อาจมีของวางโชว์ที่ร้านของตนเองและมีกรสต็อกสินค้ารุ่นที่ขายดีไว้บางส่วน แต่สินค้าที่บางรุ่น/รุ่นเฉพาะ ใช้วิธีพรีออเดอร์แทน</p> |
| <p>3 การวางแผนความต้องการวัสดุ และสินค้าคงคลัง</p> | <p>-การบริหารสินค้าภายในคลังสินค้าไม่ให้เกิดสินค้าต้นทุนจม เช่น สินค้าที่บางรุ่นอาจจะไม่มีการสต็อกสินค้า แต่ใช้วิธีพรีออเดอร์</p> |
| <p>4 การจัดการคุณภาพ</p> | <p>-ตรวจสอบสินค้า 100 % หลังจากได้รับสินค้าจากเงินภายใน 7 วัน</p> |

| | |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>5 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน</p> | <p>-แผนการจัดซื้อจัดหา บริษัทมีนโยบายการจัดซื้อสินค้าแบบราคาและคุณภาพถูกต้อง จึงหาเวลาที่ถูกต้อง ปริมาณที่ถูกต้อง แหล่งผลิตที่ถูกต้อง</p> |
| <p>6 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และออกแบบองค์กร</p> | <p>องค์กรประกอบด้วยพนักงาน 4 คน ทำหน้าที่ดังต่อไปนี้</p> <p>-เจ้าของกิจการ : ทำหน้าที่เป็นพนักงานขาย</p> <p>-พนักงานออฟฟิศ : ทำหน้าที่ จัดซื้อ ควบคุมสต็อกสินค้า</p> <p>-ช่างเทคนิค : ทำหน้าที่ ตรวจสอบและติดตั้งสินค้า</p> <p>-พนักงานขับรถ : ทำหน้าที่ส่งสินค้า</p> |
| <p>7 ระบบสารสนเทศ</p> | <p>-การใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการบริหารงานร้านแบบง่าย</p> |
| <p>8 การใช้บริการจากภายนอกองค์กร</p> | <p>-ใช้บริการบริษัทที่เชี่ยวชาญในการจัดการขนส่งสินค้าจากเงินมาไทย</p> |

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค



เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในเดนมาร์กและจังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

1) การประยุกต์แนวคิดการผลิตแบบลีนสำหรับธุรกิจการค้า (Lean for Trading)

การมุ่งขจัดความสูญเปล่า ในกระบวนการทางธุรกิจที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า ด้วยการใช้เครื่องมือหลักและหาทางปรับปรุง

ความสูญเปล่า (7 Waste) สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่

- 1) ความสูญเปล่าจากการผลิตที่มากเกินไป (Overproduction)
- 2) ความสูญเปล่าจากการรอคอย (Delay)
- 3) ความสูญเปล่าจากการขนส่ง (Transportation)
- 4) ความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ไร้ประสิทธิภาพ (Processing)
- 5) ความสูญเปล่าจากการเก็บสต็อกหรือสินค้าคงคลังที่ไม่จำเป็น (Inventory)
- 6) ความสูญเปล่าจากการเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็น (Motion)
- 7) ความสูญเปล่าจากการผลิตของเสียหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพ (Defect)



การประยุกต์แนวคิดการผลิตแบบลีนสำหรับธุรกิจการค้า

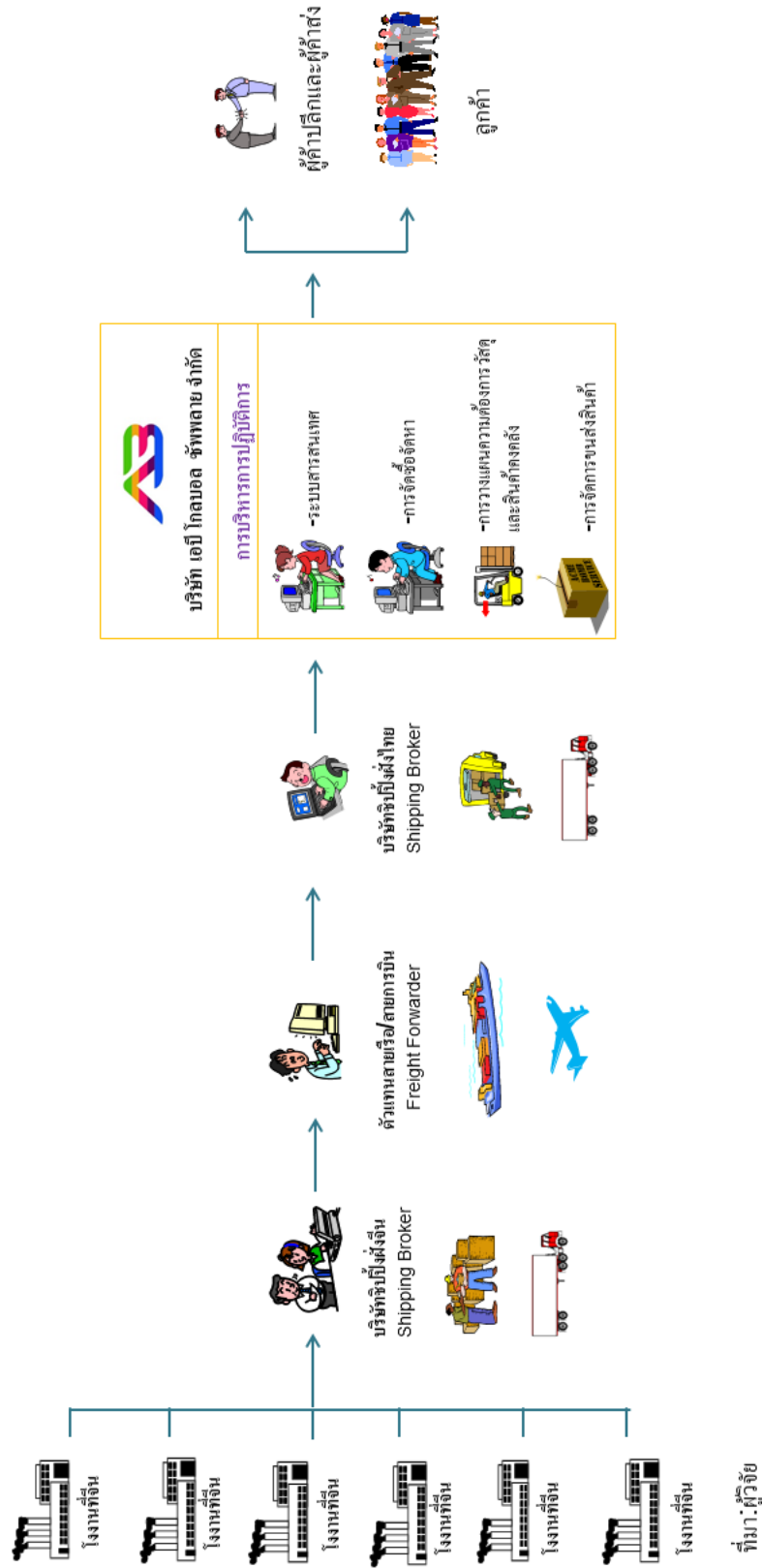
1. ใช้แอปพลิเคชันมาปรับสร้างโปรแกรมบริการลูกค้า เช่น สั่งของออนไลน์ จ่ายเงินออนไลน์ แบบเสร็จต่างแบบอิเล็กทรอนิกส์

- สามารถลดความสูญเปล่าจากการรอคอย
- สามารถลดความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ไร้ประสิทธิภาพ
- สามารถลดความสูญเปล่าจากการขนส่ง

2. ใช้ AI ในระบบ Call center “Chatbot” แทนการใช้คน ให้สามารถโต้ตอบคำถามในเบื้องต้นกับลูกค้าได้ตลอดเวลา

- สามารถลดความสูญเปล่าจากการรอคอย
- สามารถลดความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ไร้ประสิทธิภาพ

ภาพรวมซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจการค้า



ขั้นตอนการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า

ปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มนิยมสินค้าจากประเทศจีน เพราะเป็นแหล่งผลิตสินค้าขนาดใหญ่ของโลก ราคาสินค้าที่ค่อนข้างถูก มีสินค้าให้เลือกมากมายหลายชนิด นอกจากนี้ถ้าผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีคุณภาพระดับพรีเมียมที่ส่งออกไปขายตามประเทศต่างๆทั่วโลก ก็มิให้เลือกซื้อหาตามงบประมาณและคุณภาพที่ต้องการ

ผู้ประกอบการใหม่หลายท่านอาจมีแนวโน้มที่จะเริ่มต้นประกอบธุรกิจด้วยตนเองในรูปแบบของการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนเข้ามาขายในประเทศไทย จึงควรรู้ถึงขั้นตอนที่สำคัญและเกี่ยวข้อง ดังนี้

ขั้นตอนที่ควรรู้ก่อนนำเข้าสินค้า

1. รูปแบบการนำสินค้านำเข้าจากประเทศจีน

1) กรณีที่มีความชำนาญ หรือมีคอนเนกชันกับประเทศจีน

-เดินทางไปเจรจาซื้อขายกับผู้ผลิตสินค้าที่ประเทศจีนโดยตรง

ข้อดี คือ ได้สินค้าที่ตรงกับความต้องการ สามารถควบคุมราคาและคุณภาพได้ สามารถทำลายได้ในระยะยาว **แต่กรณีนี้** ทางผู้ประกอบการของบริษัทเอบี โกลบอล ซัพพลาย เคยศึกษาที่ประเทศจีน 2 ปี ทำให้มีคอนเนกชันและสามารถสื่อสารกับซัพพลายเออร์ได้

2) กรณีที่ไม่มีควมชำนาญ หรือไม่มีคอนเนกชันกับประเทศจีน

-สั่งซื้อจากเว็บไซต์ร้านค้าขายส่งของพ่อค้าชาวจีน เช่น www.taobao.com , www.alibaba.com , www.tmall.com **ข้อดี** คือ สะดวกรวดเร็ว ได้สินค้าที่ตรงกับความต้องการ แต่ไม่สามารถควบคุมราคาและคุณภาพได้ เพราะราคาขึ้นลงตามตลาด **ข้อเสีย** คือ ราคาไม่ค่อยตรงกับคู่แข่งที่นำของมาขายผ่านช่องทางนี้เหมือนกัน ทำให้การแข่งขันสูงเพราะเน้นแข่งเรื่องราคา

ผู้ประกอบการที่

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อ
สินค้าจากผู้ผลิตและขาย
ให้กับลูกค้าหรือผู้ส่ง เป็น
คนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้
บริโภค



เอบี โกลบอล ซัพพลาย
-เด็กหนุ่มวัย 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้าน
นำเข้าของจากประเทศจีนมาขาย
ให้กับลูกค้าในนครลำพูนและ
จังหวัดใกล้เคียง
-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ
กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และ
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงาน
อุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ตัวอย่างการบริหารการปฏิบัติกิจการสำหรับธุรกิจการค้า

2. รูปแบบการขนส่งในการนำสินค้าจากประเทศจีน

1) กรณีที่มีความชำนาญ

-การบริหารจัดการเรื่องขั้นตอนการนำเข้าผ่านบริษัทชิปปิ้งเอง รวมถึงค่าภาษีนำเข้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง
ข้อดี คือ ได้สินค้าที่ตรงกับเวลาที่ตรงตามความต้องการสามารถควบคุมราคา ระยะเวลาการส่งมอบและคุณภาพได้ดี เหมาะสำหรับผู้ที่มีประสบการณ์หรือความรู้เกี่ยวกับกระบวนการนำเข้าพอสมควร

ข้อเสีย คือ มีขั้นตอนและรายละเอียด ต้องมีเวลาศึกษาและทำความเข้าใจก่อนลงมือปฏิบัติจริง

2) กรณีที่ไม่มี ความชำนาญ

-สั่งซื้อจากเว็บไซต์ร้านค้าขายส่งของพ่อค้าชาวจีน เช่น www.taobao.com, www.alibaba.com, www.tmall.com ส่วนใหญ่ มักจะรวมบริการส่งของให้ด้วย

ข้อดี คือ สะดวกสบายได้สินค้ารวดเร็ว เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการนำเข้า

ข้อเสีย คือ ไม่สามารถควบคุมราคาและต้นทุนรวมได้ เพราะค่าใช้จ่ายต่างๆ รวมอยู่ในบริการแล้ว ราคาขึ้นลงตามจำนวนและการซื้อในแต่ละครั้ง

3. รูปแบบการชำระในการนำสินค้าจากประเทศจีน

1) กรณีที่มีความชำนาญ : จ่ายเงินผ่านระบบธนาคาร หรือจ่ายผ่าน Alipay

2) กรณีที่ไม่มี ความชำนาญ : จ่ายเงินผ่านบัตรเครดิต หรือจ่ายเงินสด

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อ-สินค้าจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค



เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ตัวอย่างการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า

ขั้นตอนการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า

1. การบริการ : การนำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

2. การออกแบบบริการและกระบวนการ

2.1 รูปแบบช่องทางการขาย

- เปิดหน้าร้านของตัวเอง
- เปิดเว็บไซต์ของตัวเองเพื่อขายสินค้าทางออนไลน์
- ใช้โซเชียลเพื่อขายสินค้าทางออนไลน์ เช่น Fanpage Facebook , Line , Instagram

2.2 รูปแบบการบริการ

- เปิดร้านขายแบบ Offline : มีร้านของตัวเอง
- เปิดร้านขายแบบ Online : มีเว็บไซต์ของตัวเอง

2.3 กระบวนการ

- สินค้าที่ขายดี / รุนพื้นฐาน อาจมีของวางโชว์ที่ร้านของตนเองและมีการสต็อกสินค้ารุ่นที่ขายดีไว้บางส่วน
- สินค้าที่บางรุ่นเฉพาะ จะไม่มีการสต็อกสินค้า แต่ใช้วิธีพรีออเดอร์โดยมีรายละเอียดของสินค้าให้ลูกค้าพิจารณา

3. การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง

3.1 การวางแผนความต้องการวัสดุ

- สินค้าที่ขายดี / รุนพื้นฐาน มีการสต็อกสินค้ารุ่นที่ขายดีไว้บางส่วนตามปริมาณที่คาดว่าจะขายได้ (Demand Forecast)
- สินค้าที่บางรุ่นเฉพาะ จะไม่มีการสต็อกสินค้า แต่ใช้วิธีพรีออเดอร์และจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ภายใน 4-5 วัน

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อ
สินค้ามาจากผู้ผลิตและขาย
ให้กับลูกค้าหรือผู้ส่ง เป็น
คนกลางระหว่างผู้ผลิตและ
ผู้บริโภค



เอบี โกลบอล ซัพพลาย

- เด็กหนุ่มวัย 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้าน
นำเข้าของจากประเทศจีนมาขาย
ให้กับลูกค้าในแคมเปญและ
จังหวัดใกล้เคียง
- สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ
กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และ
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงาน
อุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ตัวอย่างการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า

- 4. การจัดการคุณภาพ**
 - ตรวจสอบสินค้า 100 % หลังจากรับสินค้าจากจีนภายใน 7 วัน
- 5. การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน**
 - กระบวนการจัดซื้อจัดหา บริษัทมีนโยบายการจัดซื้อสินค้าแบบราคาและคุณภาพถูกต้อง ระยะเวลาที่ถูกต้อง แหล่งผลิตที่ถูกต้อง
- 6. การจัดการทรัพยากรมนุษย์และออกแบบองค์กร**
 - จำนวนการช่วยพนักงาน 4 คน ทำหน้าที่ที่ตั้งต่อไปนี้
 - เจ้าของกิจการ :ทำหน้าที่เป็น ผู้จัดการร้าน
 - พนักงานออฟฟิศ :ทำหน้าที่ จัดซื้อ ควบคุมสต็อกสินค้า
 - ช่างเทคนิค :ทำหน้าที่ ใช้งานขาย/ตรวจสอบและติดตั้งสินค้า
 - พนักงานขับรถ :ทำหน้าที่ส่งสินค้า
- 7. ระบบสารสนเทศ**
 - การใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการบริหารงานร้านแบบง่าย เพราะปริมาณข้อมูลยังมีไม่มาก
- 8. การใช้บริการจากภายนอกองค์กร**
 - ใช้บริการบริษัทซัพปายิ่งในการจัดการขนส่งสินค้าจากจีนมาไทยทุกสัปดาห์ เพราะมีการสั่งซื้อของจากลูกค้ามีมาอย่างต่อเนื่อง

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

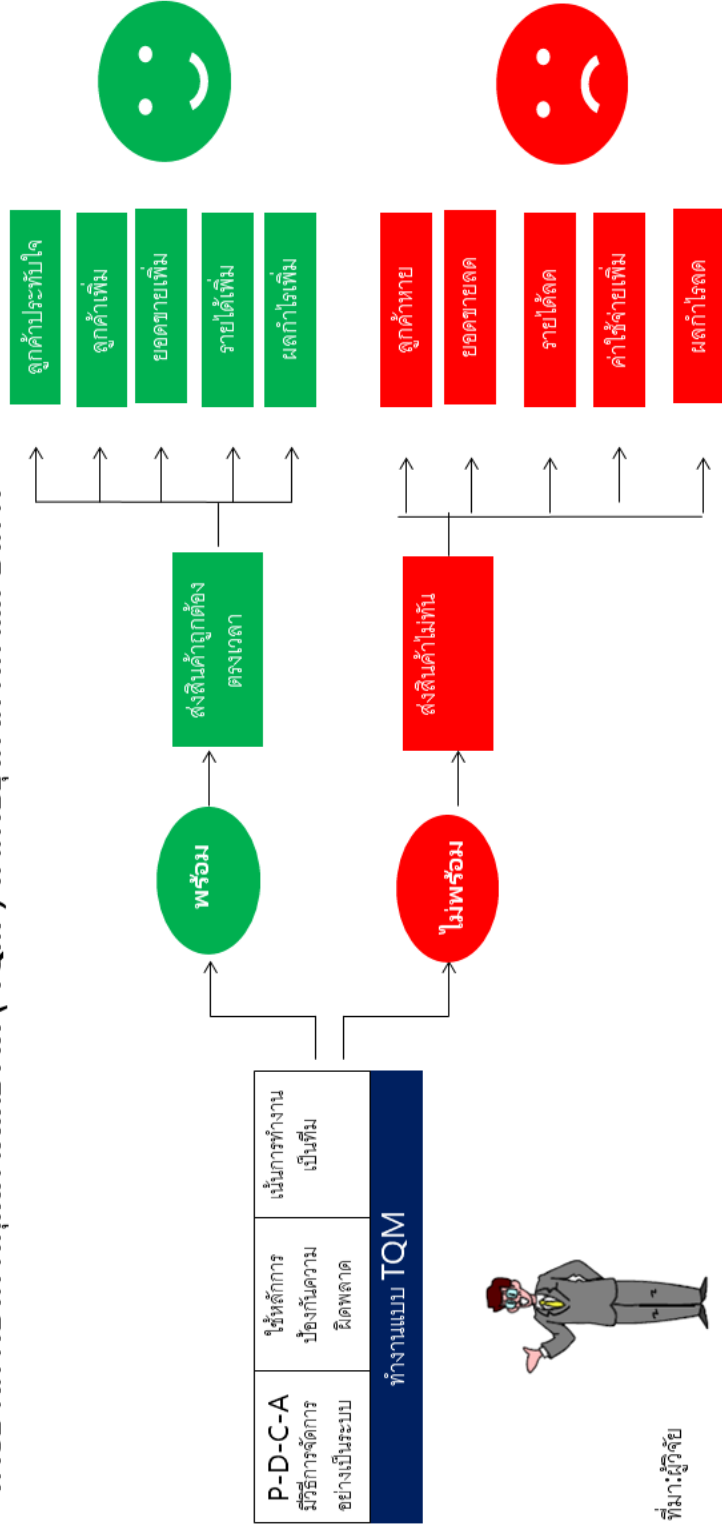


เอบี โกลบอล ซัพพลาย

- เด็กหนุ่มวัย 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในเชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียง
- สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

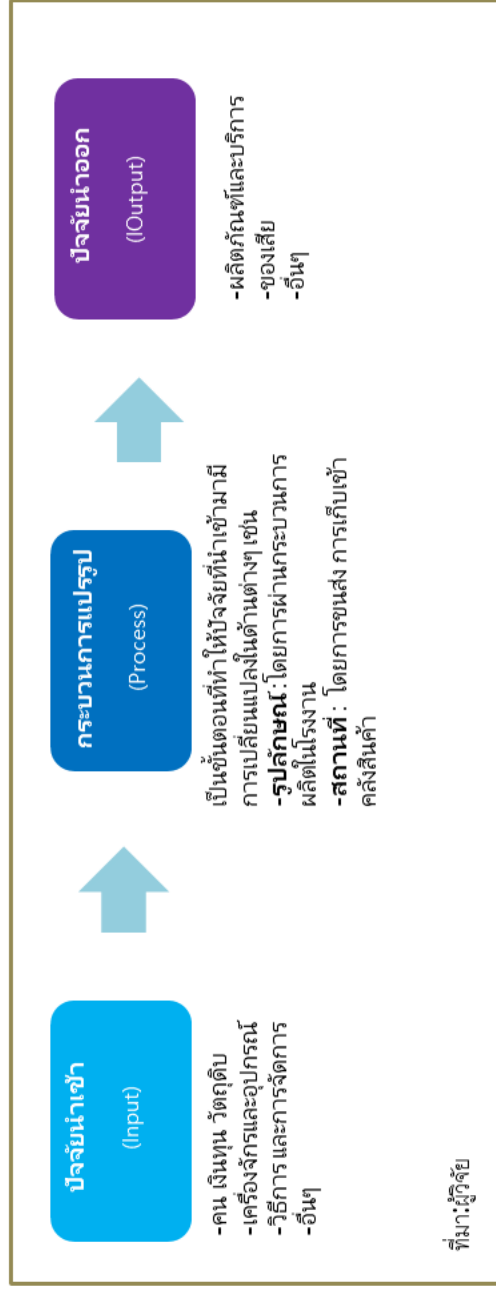
www.abglobalsupply.co.th

ตัวอย่างการบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM) สำหรับธุรกิจการค้าและบริการ



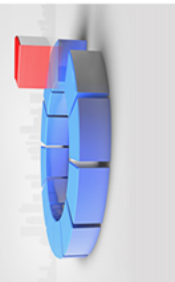
จากตัวอย่างข้างต้นเป็นการนำเอาหลักการบริหารคุณภาพพร้อมกับการใช้กับธุรกิจการค้าและบริการ เช่น ร้านนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมาขาย **เฉพาะปัญหาเรื่องการส่งสินค้าให้ทัน หรือไม่ทัน** ก็สามารถส่งผลการดำเนินงานของเราได้ เพราะถ้าเราส่งสินค้าให้ลูกค้าไม่ทัน ลูกค้าไม่พอใจก็จะส่งสินค้ากับเราอีกต่อไป ทำให้ยอดขายสินค้าที่จะได้รับจากลูกค้ารายนี้หายไป ส่งผลให้รายได้ของกิจการลดลง ขณะเดียวกันต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มในการหาลูกค้าใหม่ซึ่งต้องใช้เวลาดังนั้นจึงส่งผลกระทบต่อรายได้และกำไรของกิจการลงนั่นเอง

3. การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจบริการ



การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจบริการ

การจัดทำให้กระบวนการภายในองค์กร/การค้าเป็นงานต่างๆ ที่ใช้ปัจจัยนำเข้า (Input) เช่น คน เงินทุน วัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์และบริการ การขนส่ง และการเก็บเข้าคลังสินค้า



ตัวอย่างการบริหารการปฏิบัติกาสำหรับธุรกิจบริการ

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1 การผลิต</p> <p>-แนวคิดระบบการผลิตแบบทันเวลา(Just in Time) -นำประวัติใช้ เช่น ใช้ความถี่ของลูกค้านำมาทำการกำหนดปริมาณการผลิตและการใช้วัตถุดิบ ในเวลาที่ต้องการและจำนวนที่ต้องการ</p> | <p>5 การจัดการโลจิสติกส์ และใช้วัตถุดิบ</p> <p>-การจัดซื้อ วัตถุดิบส่วนใหญ่อะสั่งจากฟาร์มของตัวเองทุกวันโดยมีการแยกบัญชีรับชำระระหว่างฟาร์มกับร้านอาหารอย่างชัดเจน -วัตถุดิบอื่นๆจะสั่งจากเครือข่ายฟาร์มออร์แกนิกหรือผู้ขายตามจำนวนที่ต้องการ</p> |
| <p>2 การออกแบบผลิตภัณฑ์ และกระบวนการ</p> <p>-กระบวนการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพจากฟาร์มออร์แกนิกของตัวเอง -การรับวัตถุดิบ การตรวจเช็ค การคัดแยก และการจัดเก็บวัตถุดิบ -รูปแบบช่องทางการขาย เช่นเปิดร้านอาหารและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตัวเอง มีการส่งเสริมการขายผ่านโซเชียลมีเดียและการรีวิจจากลูกค้าหรือคนที่มีอิทธิพลทางความคิด (influencer)</p> | <p>6 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และออกแบบองค์กร</p> <p>-มีแนวทางในการบริหารขององค์กรที่มุ่งเน้นคุณภาพ (TQM) โดยสมาชิกทุกคนขององค์กรมีส่วนร่วมและมุ่งหมายผลกำไรในระยะยาวด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า -ใช้ลักษณะการจัดการโครงการโครงสร้างองค์กรแบบตามหน้าที่ เพราะขนาดขององค์กรมีขนาดที่ไม่ใหญ่มาก ง่ายต่อการบริหารและสั่งการ</p> |
| <p>3 การวางแผนความต้องการวัสดุ และสินค้าคงคลัง</p> <p>-การจัดการระบบสินค้าคงคลังให้มีสินค้าคงคลังเหลือน้อยที่สุด -ฟาร์มมีการวางแผนการปลูกอย่างเป็นระบบ ทำให้ช่วยลดการเก็บเมล็ดพันธุ์และวัสดุปลูกเกินความจำเป็น</p> | <p>7 ระบบสารสนเทศ</p> <p>-การใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการบริหารงานร้านแบบง่าย</p> |
| <p>4 การจัดการคุณภาพ</p> <p>-ตรวจสอบพืชผักตามแนวทางกาจัดการฟาร์มออร์แกนิก 100 %</p> | <p>8 การใช้บริการ จากภายนอกองค์กร</p> <p>-ใช้บริการบริษัทที่ดูแลการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ต่างๆจากเคเดือน</p> |

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำฟาร์มปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ



เมสซอน คาเฟ่ แอนด์ เจลฟาร์ม

-ปลูกเมล็ดพันธุ์ และแปลงผัก
-ออกแบบให้เด็กชิมมากมาย
-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

1) การประยุกต์แนวคิดการผลิตแบบลีนสำหรับธุรกิจบริการ (Lean for Service)

การมุ่งขจัดความสูญเปล่าในกระบวนการทางธุรกิจที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า ด้วยการวิเคราะห์สาเหตุหลักและหาทางปรับปรุง

ความสูญเปล่า (7 Waste) สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่

- 1) ความสูญเปล่าจากการผลิตที่มีมากเกินไป (Overproduction)
- 2) ความสูญเปล่าจากการรอคอย (Delay)
- 3) ความสูญเปล่าจากการขนส่ง (Transportation)
- 4) ความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ใช้ประสิทธิภาพต่ำ (Processing)
- 5) ความสูญเปล่าจากการเก็บวัสดุหรือสินค้าคงคลังที่ไม่จำเป็น (Inventory)
- 6) ความสูญเปล่าจากการเคลื่อนที่ที่ไม่จำเป็น (Motion)
- 7) ความสูญเปล่าจากการผลิตของเสียหรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ (Defect)



การประยุกต์แนวคิดการผลิตแบบลีนสำหรับธุรกิจบริการ

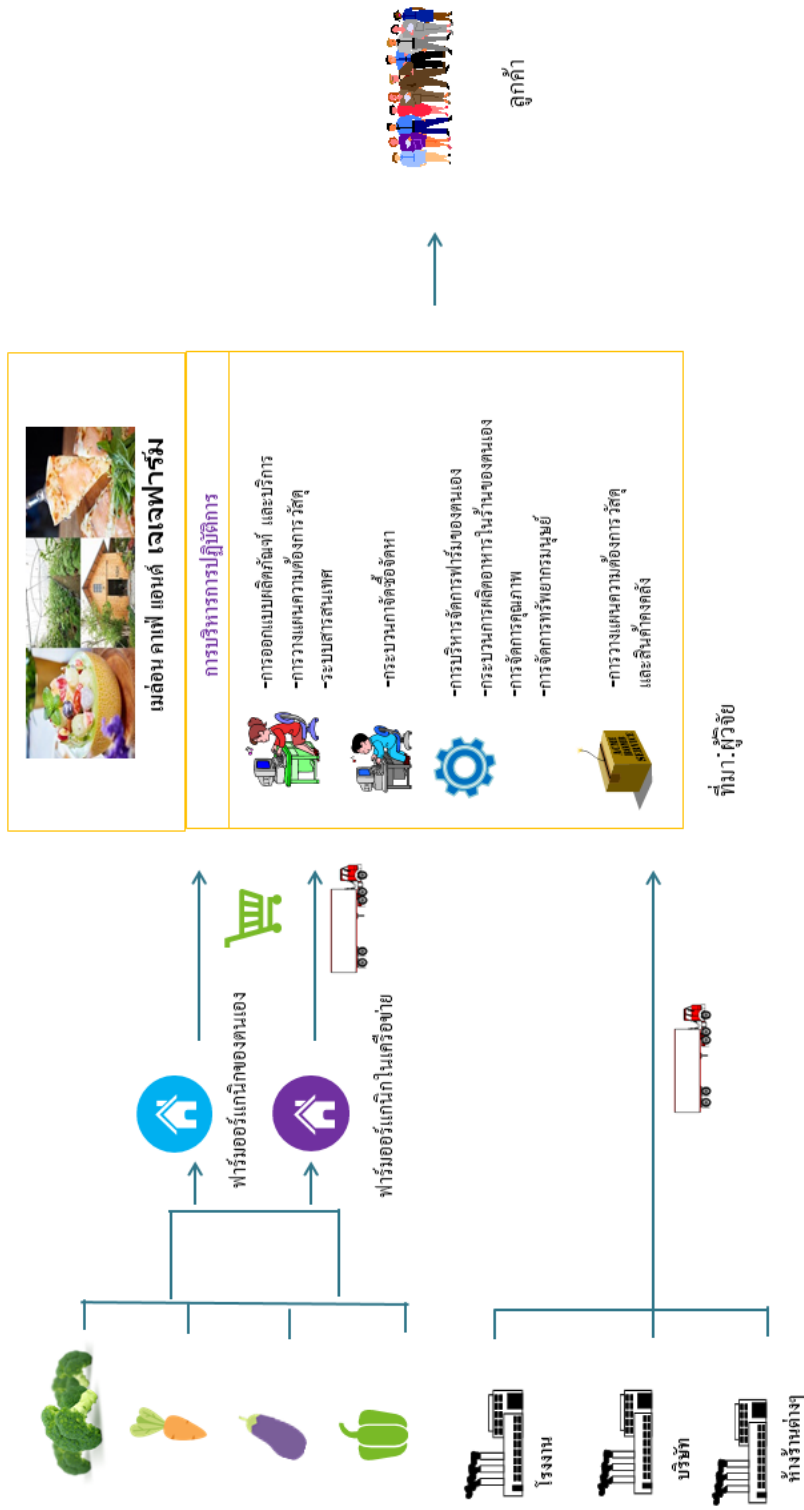
1. ใช้แอปพลิเคชันมาปรับสร้างโปรแกรมบริการลูกค้า เช่น สั่งจองออนไลน์ จ่ายเงินออนไลน์ ออกบิล/คู่มือส่วนลด/ใบเสร็จต่างๆแบบอิเล็กทรอนิกส์

- สามารถลดความสูญเปล่าจากการรอคอย
- สามารถลดความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ไร้ประสิทธิภาพ
- สามารถลดความสูญเปล่าจากการขนส่ง

2. การสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภคให้มากที่สุดโดยใช้ทรัพยากรเท่าที่จำเป็น เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ก็มีบริการทดสอบการตอบรับด้วยการเปิดให้มีการสั่งจองก่อน (Pre-Order)

- สามารถลดความสูญเปล่าจากการผลิตที่มากเกินไป เพราะถ้าเราสั่งผลิตมาขายก่อนก็จะรู้ความต้องการจริงจากลูกค้าอาจจะทำให้เงินจมหรือขาดทุนได้

ภาพรวมห่วงโซาคุณค่าสำหรับธุรกิจบริการ



ขั้นตอนการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจบริการ

กระบวนการขั้นตอนการให้บริการในส่วนของร้านอาหารในเจเจฟาร์ม

1. การต้อนรับลูกค้า

- เมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน พนักงานพูดว่า “ยินดีต้อนรับครับ/ค่ะ”
- พนักงานพาลูกค้าไปยังโต๊ะตามที่ลูกค้าต้องการหรือเลือกโต๊ะที่เหมาะสมกับจำนวนลูกค้า
- เมื่อลูกค้าเดินออกจากร้าน พนักงานพูดว่า “ขอบคุณมากครับ/ค่ะ”

2. การรับคำสั่งอาหาร

- พนักงานนำรายการอาหารมาให้กับลูกค้าพร้อมแนะนำรายการอาหารพิเศษสำหรับลูกค้าใหม่
- สำหรับลูกค้าประจำให้พนักงานยื่นรอยบริเวณใกล้ๆ และเตรียมพร้อมเมื่อลูกค้าเรียกสั่งอาหาร
- จดรายการอาหารลงในใบรายการอาหารซึ่ง 1 ชุดจะมีทั้งหมด 2 แผ่น แผ่นที่ 1 เก็บไว้ที่โต๊ะของลูกค้าและแผ่นที่ 2 ส่งไปยังห้องครัว
- ทบทวนรายการอาหารที่ลูกค้าสั่งทั้งหมดทุกครั้งเพื่อยืนยันความถูกต้องทุกครั้ง

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำพาไปปลูก จนถึงปลายน้ำ



เมสซอน คาเฟ่ แอนต์ เจเจฟาร์ม

- ปลูกเมล็ดพันธุ์ และแปลงผักออก
- แก่นี้คือให้เลือกชิมมากมาย
- ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
- ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

3. การปรุงอาหาร

-เมื่อฝ่ายครัวได้รับรายการอาหารแล้ว ก็จะทำการปรุงอาหารและจัดเตรียมเครื่องตั้งตามรายการของลูกค้า เมื่อทำเสร็จแล้วพนักงานฝ่ายครัวจะวางอาหารและเครื่องดื่มที่หน้าเคาน์เตอร์แล้ววางบิลอาหารไว้เพื่อให้พนักงานเสิร์ฟมายกอาหารไปเสิร์ฟให้กับลูกค้าต่อไป

4. การเสิร์ฟอาหาร

- พนักงานเสิร์ฟจะนำอาหารและเครื่องดื่มไปเสิร์ฟให้กับลูกค้า โดยดูจะบิลที่วางอยู่ในแถวของลูกค้าโต๊ะไหน

5. การเก็บเงิน

- พนักงานเก็บเงินจะตรวจสอบใบรายการอาหารต้นฉบับกับสำเนาใบรายการอาหารที่ส่งให้ลูกค้าแล้วว่าตรงกันหรือไม่ แล้วทำการรวมรายการจำนวนเงินเพื่อเก็บเงินจากลูกค้า
- พิมพ์รายการอาหารพร้อมราคาเพื่อเรียกเก็บเงินจากลูกค้าและส่งใบเรียกเก็บเงินให้กับพนักงานเสิร์ฟ
- พนักงานเสิร์ฟนำใบเรียกเก็บเงินให้ลูกค้าตรวจสอบพร้อมรับเงินสดหรือบัตรเครดิต
- พนักงานเสิร์ฟส่งเงินหรือบัตรเครดิตให้กับพนักงานเก็บเงิน
- พนักงานเสิร์ฟส่งเงินทอนหรือสำเนาสลิปบัตรเครดิตคืนให้กับลูกค้า

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำพาไปปลูกเทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ



เมสซอน คาเฟ่ แอนด์ เจลฟาร์ม

- ปลูกเมล็ดพันธุ์ และแปลงผักออกแก่นิตให้ลูกค้าชิมมากมาย
- ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
- ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

6. การเก็บโต๊ะหลังจกลูกค้าใช้บริการ

- พนักงานเสิร์ฟจะเก็บโต๊ะหลังจากที่ลูกค้าลุกออกจากโต๊ะแล้วโดยการเก็บชาม/จาน/แก้วน้ำ หลังจากนั้นก็ทำความสะอาดโต๊ะและดูความสะอาดเรียบร้อยในบริเวณโต๊ะของลูกค้า
- พนักงานเสิร์ฟนำชาม/ชาม/ภาชนะที่ใช้แล้วไปทำความสะอาดต่อไป

ผู้ประกอบการเกษตร

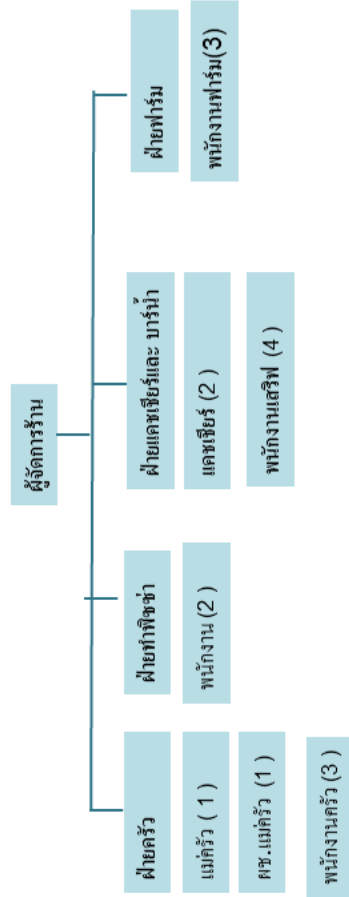
-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำพาผลผลิตเทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ



เมสตอน คาเฟ่ แอนด์ เจลฟาร์ม

- ปลูกเมล็ดพันธุ์ และแปลงผักออกแคะให้ลูกค้าชิมมากมาย
- ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
- ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

ภาพแสดงแผนผังองค์กร (Organization Chart) ในส่วนของร้านอาหาร



ที่มา: ผู้วิจัย

กระบวนการขั้นตอนการให้บริการในส่วนของเจเจฟาร์ม

กระบวนการผลิต

- 1) ทางเจเจฟาร์ม ได้นำแนวคิด Just In Time มาปรับใช้กับฟาร์มโดยมีการวางแผนการปลูกอย่างเป็นระบบเพื่อสามารถผลิตสินค้า ได้ตรงความต้องการ
-ฟาร์มจะสั่งซื้อเมล็ดพันธ์ วัสดุปลูกต่าง ๆ ตามรอบของการปลูกพืชผักชนิดต่างๆ ทำให้สามารถลดการเก็บเมล็ดพันธ์ และวัสดุปลูกเกินความจำเป็น
-ฟาร์มสามารถบริหารทรัพยากรได้ดี เพราะสามารถทราบจำนวนพืชผักชนิดต่างๆ ได้ล่วงหน้า
-ฟาร์มปลูกผักหลากหลายชนิด โดยมีตารางแผนการปลูกอย่างเป็นระบบ เพื่อสามารถผลิตสินค้าได้ตรงความต้องการของร้านอาหารของตัวเองและสามารถบริการกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มาซื้อผลผลิตโดยตรงที่ฟาร์ม

ตัวอย่างพืชผักชนิดต่างๆของเจเจฟาร์ม



ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ



เมสสอน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม

- ปลูกเมล็ดพันธุ์ และแปลงผักออกแกลนดีให้ลูกค้าชิมมากมาย
- ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
- ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

ตัวอย่างกระบวนการผลิตในส่วนของเจลฟาร์ม

1) คะน้า

วิธีการผลิต : พรานดิน พลิกดินตากแดดทิ้งไว้ 10 วัน ใส่ปุ๋ยคอกอัตรา 1 ต้นต่อไร่และพรานดินอีกครั้ง แล้วจึงไถยกรอง จากนั้นแห้วแม่สีดให้กระจายทั่ว ระยะความห่าง 3 เซนติเมตร ใช้ปุ๋ยคอกหวานกลบเมล็ดความหนาประมาณ 1 เซนติเมตรเพื่อเก็บความชื้นคลุมด้วยฟางบาง ๆ รดน้ำเช้า-เย็น ต้นกล้าจะงอกภายใน 7 วัน

การเก็บเกี่ยว

หลังจากคะน้างอกประมาณ 20 วัน หรือต้นสูงประมาณ 8 เซนติเมตรให้เริ่มถอนแยก โดยถอนแยกต้นที่ไม่สมบูรณ์ออก โดยต้นอ่อนสามารถนำไปขายเป็นยอดผักได้ เมื่อคะน้ามีอายุ 30 วัน จึงสามารถนำมากายได้

2) ผักชี

วิธีการผลิต : พรานดิน พลิกดินตากแดดทิ้งไว้ 10 วัน ทำการบดเมล็ดผักชีให้แตกออกเป็น 2 ส่วนและนำไปแช่น้ำ 3 วัน หลังจากนั้นนำไปฝังลงเมื่อเริ่มงอกจึงนำไปหว่านและคลุมด้วยฟางบาง ๆ รดน้ำเช้า-เย็น

การเก็บเกี่ยว

เริ่มเก็บเกี่ยวเมื่ออายุ 40 วันขึ้นไป ก่อนการเก็บเกี่ยวควรรดน้ำให้ชุ่มแปลงดินเพื่อให้ถอนผักชีได้ง่ายต้นไม่ขาด แล้วทำการเก็บโดยการใช้มือจับที่โคนรากแล้วถอนตั้งขึ้นมา



ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำพาไปปลูก จนถึงปลายน้ำ



เมสสอน คาเฟ่ แอนด์ เจลฟาร์ม

-ปลูกเมล็ดอ่อนๆ และแปลงผักออก แก่นืดให้ลึกซึ้งมากมาย
-ฟาร์มอร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มอร์แกนิก

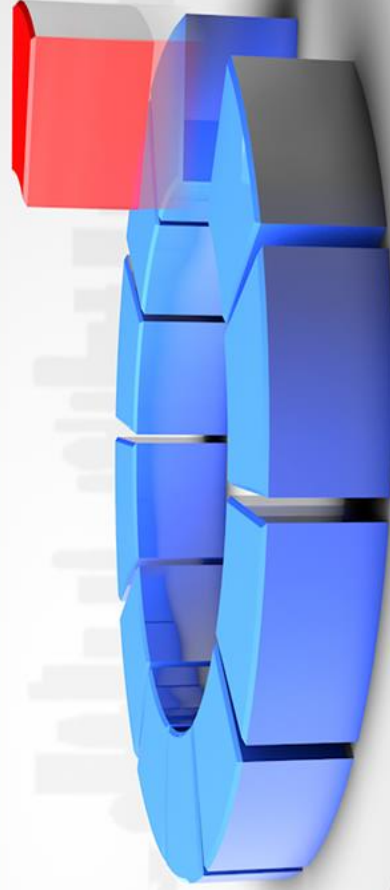
เอกสารอ้างอิง

- การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ แปลและเรียบเรียงโดย กมลชนก สุทธิวาหนฤณีและคณะ พิมพ์ที่บริษัทสำนักพิมพ์ท็อป จำกัด 2546.
- การบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ ประสงค์ ประณีตพลกรังและคณะ พิมพ์ที่ บริษัทธรรมสาร จำกัด 2547
- ระบบการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just-in-Time Production Systems): JIT (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : <http://iaturongmim13.blogspot.com/2017/07/just-in-time-production-systems-jit.html> (20 มกราคม 2563)
- บริหารทรัพยากรบุคคลกับการวางแผนอัตรากำลังคนในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : <https://bsc.dip.go.th/th/category/hr/hr-hrp> (20 มกราคม 2563)
- HRM 5.0 “บริหารทรัพยากรมนุษย์” ยุค 5G (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : <https://www.sailika.co/2019/09/24/hrm-50-human-resource-management/> (20 มกราคม 2563)
- HR for Startup : ฟังก์ชันสำคัญของารเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : <https://th.hnote.asia/personnel-management/190806-hr-startup/> (20 มกราคม 2563)
- ทำความเข้าใจกับสาขาวิชาการบริหารการปฏิบัติการ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : www.om.tbs.tu.ac.th/om.html (20 มกราคม 2563)
- บทบาทสู่การบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : <http://shine-management-tips.blogspot.com/2008/04/blog-post.html> (20 มกราคม 2563)
- บทที่ 5 การวางแผนความต้องการวัสดุ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : <http://eng.rtu.ac.th/files/ch5.ppt> (20 มกราคม 2563)
- ระบบ ERP ในธุรกิจ SME (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : <https://www.depa.or.th/th/article-view/erp-sme> (20 มกราคม 2563)
- เทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรม 4.0 (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : www.อุตสาหกรรม40.com/page22.html (20 มกราคม 2563)
- SME โตไม่หยุด ยุคดิจิทัล (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : helps-SME-in-digital-age.pdf (20 มกราคม 2563)
- ทฤษฎีองค์การและการจัดการเชิงกลยุทธ์ขั้นสูง (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : <http://promrucsa-dba04.blogspot.com/2012/10/outourcing.html> (20 มกราคม 2563)
- แบบจำลองเชิงการดำเนินงานในโซ่อุปทาน SCOR Model (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : <https://www.iok2u.com/index.php/article/logistics-supply-chain/511-s-scor-model> (20 มกราคม 2563)

เครดิต **free powerpoint templates**

<https://www.free-powerpoint-templates-design.com/free-powerpoint-templates-design>

บทที่ 2 การประยุกต์ใช้การจัดการปฏิบัติการและแนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัล



www.entrepreneuronline-learning.com

2

การประยุกต์ใช้การจัดการการปฏิบัติและการและแนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัล

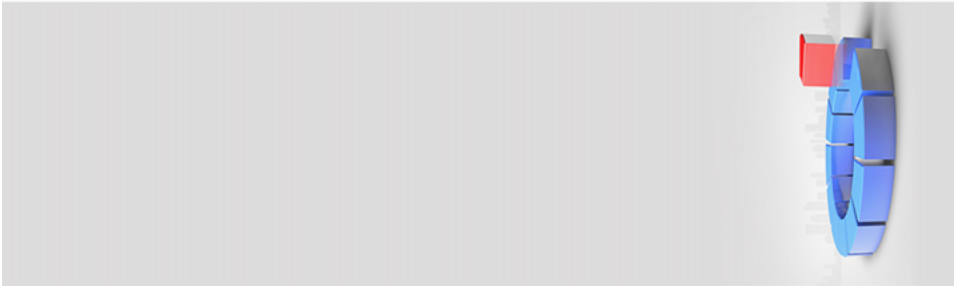
2.1 เพื่อลดต้นทุน

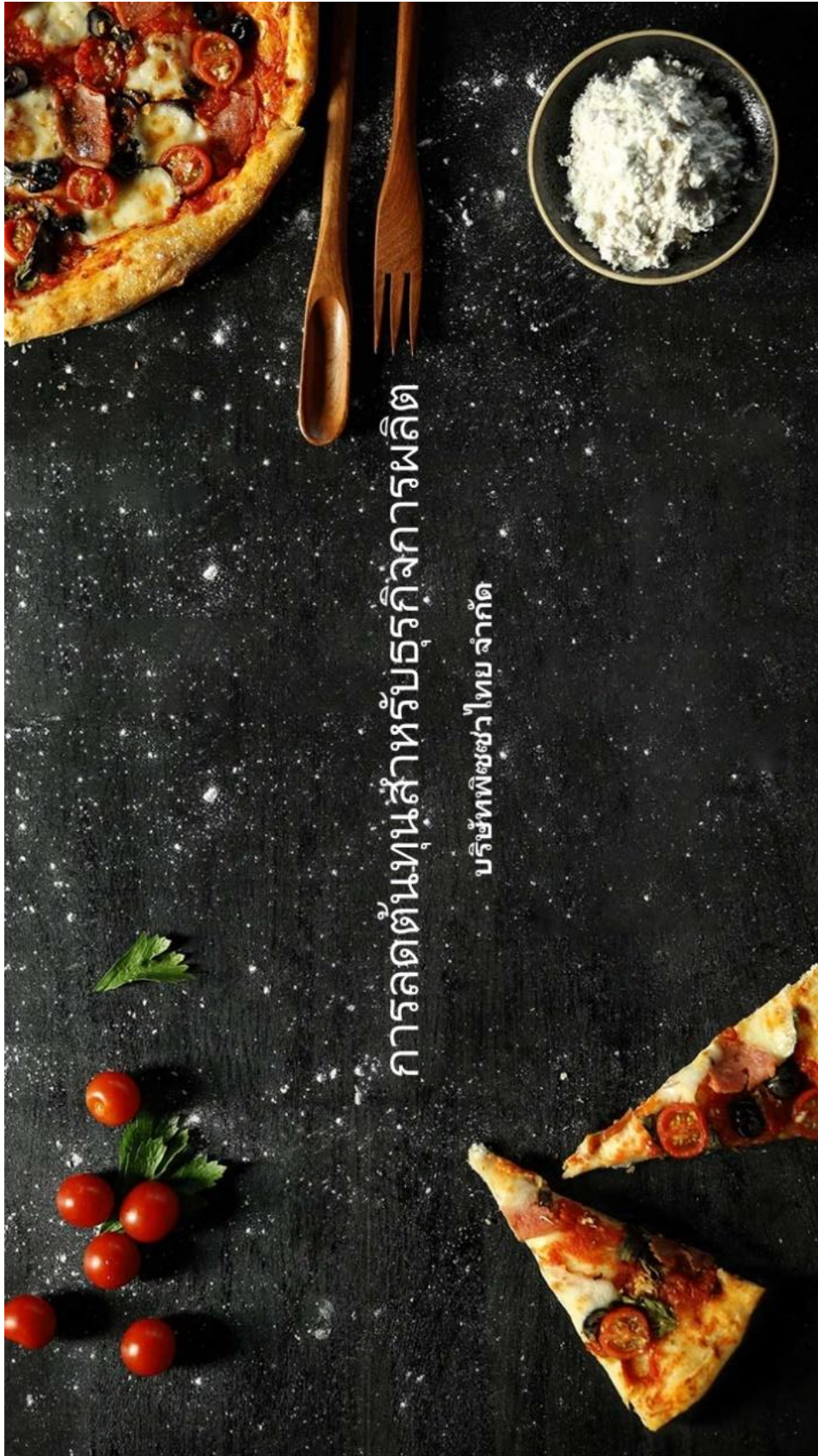
- 2.1.1 การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการผลิต
- 2.2.2 การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการค้า
- 2.2.3 การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจบริการ

2.2 แนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัลและการประยุกต์

- 2.2.1 การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ หรือ artificial intelligence (AI)
 - 1) การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ กับธุรกิจการผลิต
 - 2) การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ธุรกิจบริการ (ผู้ประกอบการฟาร์มออร์แกนิก)
 - 3) การนำเทคโนโลยี AI มาประยุกต์ใช้ธุรกิจการค้า

2.2.2 การออกแบบ Application ต่อยอดธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร " Talat Phlu @Food Tourism 4.0 "





การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการผลิต

บริษัทพิชซ่าไทย จำกัด

การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการผลิต

บริษัทพิซซ่าไทย จำกัด



ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

- จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคิดค้นเกี่ยวกับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
- แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

การลดต้นทุนการผลิตสำหรับธุรกิจการผลิต

บริษัทพิซซ่าไทยจำกัด

จากการวิเคราะห์ภาพรวมค่าใช้จ่ายสำหรับการผลิตพิซซ่า พบว่า

- การบริหารการปฏิบัติการขององค์กร มีการติดต่อกับหน่วยงานทางด้านผู้ค้า/ผู้ขายวัตถุดิบต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ต้องนำวัตถุดิบต่างมาใช้ในการทำการผลิตพิซซ่าจำนวนมากในแต่ละวัน เพราะต้องทำการจัดส่งให้ลูกค้าแฟรนไชส์พิซซ่าไทย ทั่วประเทศกว่า 500 สาขาทุกวัน

- การบริหารการปฏิบัติการ ในองค์กร สามารถแบ่ง ได้ เป็น 5 กระบวนการหลัก

สมมติว่ามีสัดส่วนต้นทุนตามกระบวนการบริหารการปฏิบัติการ ดังนี้
กลุ่มที่ 1 : การออกแบบผลิตภัณฑ์/กระบวนการ และระบบสารสนเทศ (5%) ได้แก่ ระบบการผลิต ระบบการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง และโลจิสติกส์ ระบบการชำระเงิน

กลุ่มที่ 2 : กระบวนการจัดซื้อจัดหา (50%) ได้แก่ ต้นทุนค่าวัตถุดิบในการผลิตพิซซ่า

กลุ่มที่ 3 : กระบวนการผลิต การจัดการคุณภาพ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (20%) ได้แก่ ค่าสร้างเครือข่ายร้านค้า บริหารแบรนด์ ค่าจ้างพนักงาน ค่าบริการ

กลุ่มที่ 4 : การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง (15%) ได้แก่ ต้นทุนสินค้าคงคลัง ค่าเช่าคลังสินค้า

กลุ่มที่ 5 : การจัดการขนส่งสินค้า(การใช้บริการโลจิสติกส์จากภายนอกองค์กร) (10%) ได้แก่ ค่าขนส่งในประเทศและต่างประเทศ



ผู้ประกอบการธุรกิจ

- เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



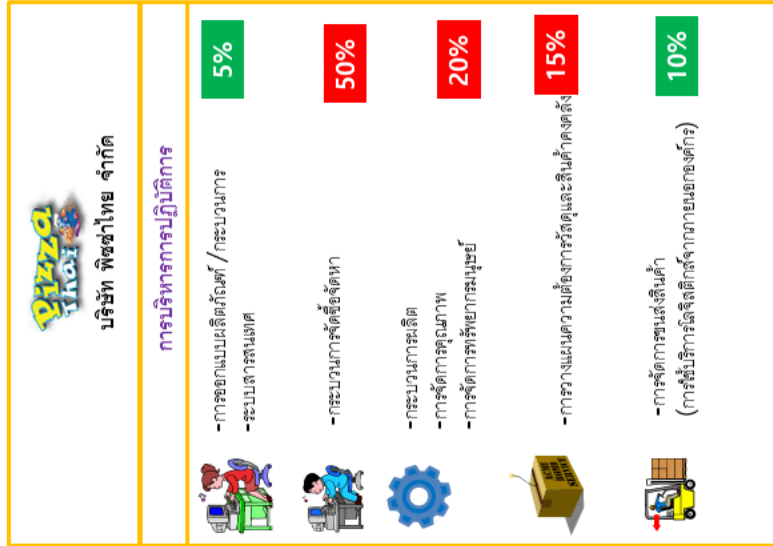
พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

- จากภารกิจส่งผลกระทบต่อ
เวลาคลุกเคล้ากับพิซซ่าไทย
ที่ห้องมีอายุในเมืองไทยและ
ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ
อาหารในต่างประเทศ
- แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1
ของไทย

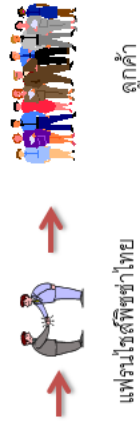
www.pizzathai.net

-ทางบริษัทจึงต้องการลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการผลิต 3 อันดับแรกที่มีสัดส่วนต้นทุนรวมกันถึง 85% ทางบริษัทได้นำแนวคิดการผลิตแบบดีน การผลิตแบบทันเวลาพอดี (just-in-time) และการบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM) มาประยุกต์ใช้ปรับปรุงประสิทธิภาพและลดต้นทุนให้กับองค์กร

ภาพรวมซอฟต์แวร์หลายเซ่นสำหรับธุรกิจการผลิต



ที่มา: ผู้วิจัย



การผลิตแบบลีน (Lean production)

การผลิตแบบลีน หมายถึง การมุ่งขจัดความสูญเปล่าในกระบวนการผลิต หรือจากการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า ด้วยการใช้เครื่องมือสาเหตุหลักและหาทางปรับปรุง

ความสูญเปล่า (7 Waste)

1) ความสูญเปล่าจากการผลิตที่มากเกินไป

ปรับปรุง : -ผลิตในปริมาณและเวลาที่ต้องการเท่านั้น
-ฝึกให้พนักงานมีทักษะหลายอย่าง

2) ความสูญเปล่าจากการรอคอย

ปรับปรุง : -วางแผนการผลิต วัตถุประสงค์และลำดับการผลิตให้เหมาะสม
-วางแผนคนให้มีความสมดุลกระบวนการผลิต

3) ความสูญเปล่าจากการขนส่ง

ปรับปรุง : -ในโรงงานมีการออกแบบวางผังเครื่องจักรตามกระบวนการผลิตให้อยู่ในบริเวณเดียวกัน เพื่อลดระยะทางขนส่งใน แต่ละขั้นตอนและลดปริมาณชิ้นงานในการขนส่งแต่ละครั้ง
-นอกโรงงาน : ใช้บริการโลจิสติกส์จากภายนอกองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญทำการจัดส่งแบบ Milk run กล่าวคือ รถจะต้องวิ่งวนไปรับวัตถุดิบจากผู้ค้า/ซัพพลายเออร์หลายรายในรอบเดียว แล้วค่อยมาส่งกับ โรงงานพีซซาไทย และต้องส่งของให้ลูกค้าแฟรนไชส์พีซซาไทย ทั่วประเทศกว่า 500 สาขาทุกวัน

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



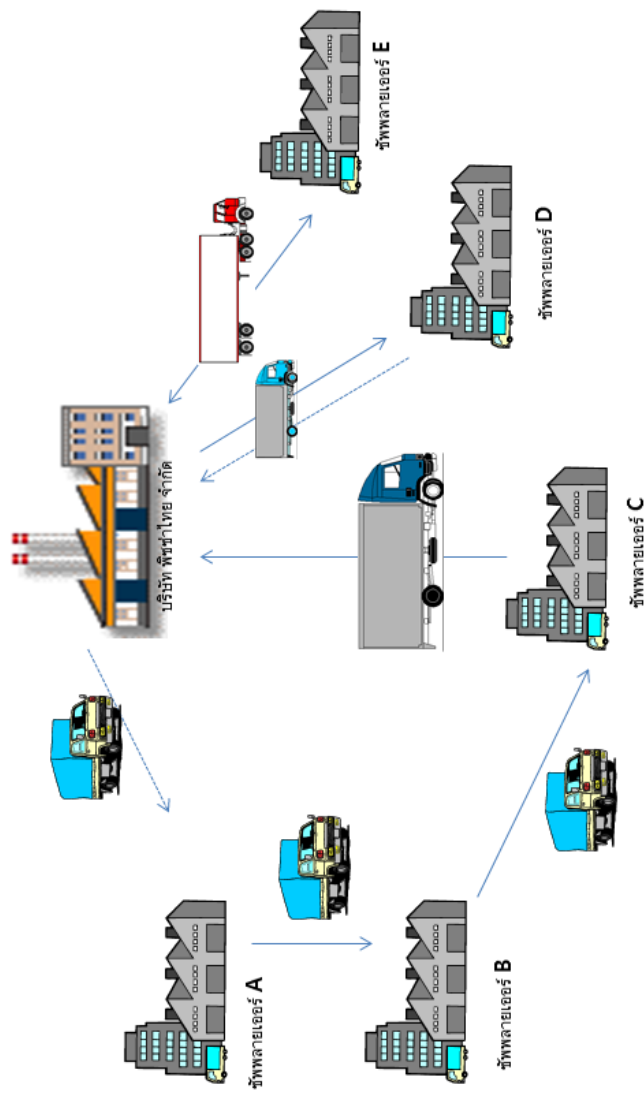
พีซซาไทย (Pizza Thai)

-จากการสังสรรค์ผู้ประกอบการที่ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพีซซาหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พีซซาไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net



การลดต้นทุนรวมของการขนส่งและลดปริมาณสินค้าคงคลังด้วยแนวคิดมาจากการส่งนม (Milk Run)
Milkrun หนึ่งในเทคนิคที่นำมาใช้เพื่อสนับสนุนระบบการผลิต แบบ Just In Time เพื่อช่วยลดต้นทุนรวมของการขนส่งและลดปริมาณสินค้าคงคลัง โดยทางโรงงานจะจัดรถบรรทุกในการวิ่งออกไปรับวัสดุจาก Supplier แต่จะทยอยตามเส้นทางที่จัดไว้ และตามตารางการนำมายังช่วงเวลาในการรับวัสดุ เมื่อรถบรรทุกรับของจากSupplier ครบทุกสายในเส้นทางที่จัดไว้แล้ว ก็จะเดินทางกลับเข้ามาในโรงงาน



ที่มา: ผู้วิจัย



- 4) **ความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ไร้ประสิทธิภาพ**
ปรับปรุง: วิเคราะห์กระบวนการผลิตโดยใช้หลักการ 5 W 1 H เพื่อวิเคราะห์ความจำเป็นของแต่ละกระบวนการ และ หากกระบวนการที่ก่อให้เกิดผลเสียของงานอย่างเดียวกัน
- 5) **ความสูญเปล่าจากการทำงานกับวัสดุหรือสินค้าคงคลังที่ไม่จำเป็น**
ปรับปรุง: - กำหนดระดับในการจัดเก็บ Max-Min มีจุดสั่งซื้อที่ชัดเจน
- ควบคุมปริมาณวัสดุโดยใช้เทคนิคการควบคุมด้วยมุมมองเห็น เพื่อให้สังเกตเห็นได้ง่าย
- ใช้ระบบเข้าก่อน ออกก่อน (First in first out)
- หาวัสดุทดแทน ที่สามารถสั่งซื้อได้ง่ายมาใช้แทน ปกติเคยสั่งซื้อจากต่างประเทศ ก็มาส่งจากในประเทศแทน
- 6) **ความสูญเปล่าจากการเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็น**
ปรับปรุง: - ปรับปรุงวิธีการทำงานให้เกิดการเคลื่อนไหวน้อยที่สุดและเหมาะสมที่สุด (Ergonomic)
- มีอุปกรณ์ช่วยในการจับยึดชิ้นงานเพื่อให้สามารถทำงานได้สะดวกรวดเร็ว
- ปรับปรุงสภาพการทำงาน ให้เหมาะสม
- 7) **ความสูญเปล่าจากการเคลื่อนย้ายหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพ**
ปรับปรุง: - อบรมพนักงานผลิตด้านคุณภาพ
- พนักงานต้องปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน
- ปรับปรุงอุปกรณ์ที่สามารถป้องกันการทำงานที่ผิดพลาด (Poka-Yoke)

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



피자ซ่า ไทย (Pizza Thai)

-จากการสังเกตประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพี่ซุซุหลายปีห้องที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ 피자ซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

การผลิตแบบทันเวลาพอดี (just-in-time)

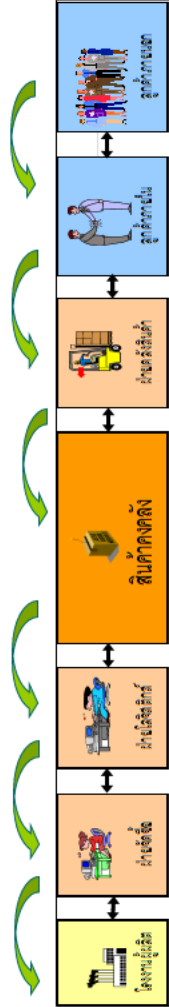
การผลิตแบบทันเวลาพอดี หมายถึง การผลิตหรือส่งมอบ สิ่งที่ต้องการ โดยผลิตในปริมาณเท่าที่จำเป็นและเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า และจัดส่งออกไปตามจำนวนความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้วัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิตจะถูกสั่งซื้อเข้ามาต่อเมื่อมีความต้องการเท่านั้น

1) ลดเวลาการรอคอยในกระบวนการผลิต

- ปรับปรุง :**
- ผลิตจำนวนน้อยสายการผลิตสั้น และสามารถปรับตัวเข้าได้รวดเร็ว
 - ขายก่อนแล้วค่อยทำ คือทราบวา สาขาของแฟรนไชส์ 피자ไทยในเมืกค้าสั่งซื้อ
 - พนักงานมีทักษะที่หลากหลาย มีความยืดหยุ่นในการทำงานหลายหน้าที่

2) คาบคุมวัสดุคงคลัง

- ปรับปรุง :**
- การจำแนกสินค้าคงคลังตามหลัก ABC โดยแบ่งเป็น
 - กลุ่มอาหารสด(เบคอน แยม ไส้กรอก กุ้ง ผัก)
 - กลุ่มวัตถุดิบอื่นๆ (ซีส แป้ง ซอสพิซซ่า)
 - ประสานความต้องการวัตถุดิบกับตารางการผลิตให้ลงตัว



ที่มา: ผู้วิจัย

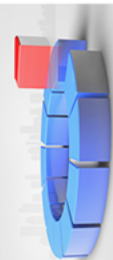
ใช้หลักการ "ดึง" (pull) แทนที่การ "ผลัก" (push)

ผู้ประกอบการธุรกิจ
 -เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

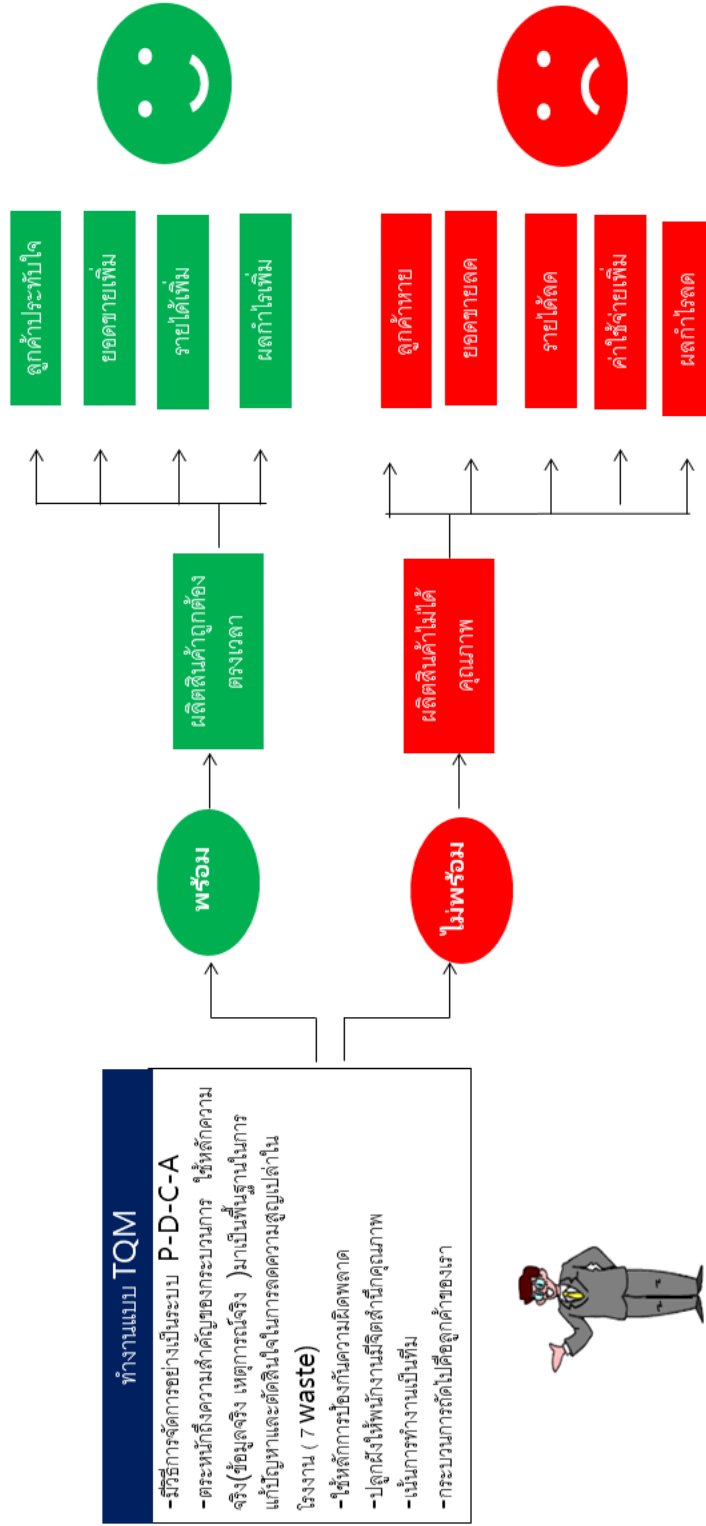


พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
 -จากการสังเกตประสบการณ์ใช้เวลาคลคลคลอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
 -แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net



ตัวอย่างการบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM) สำหรับธุรกิจผลิต



ที่มา: ผู้วิจัย

การลงทุนสำหรับการค้า ธุรกิจการค้า

บริษัท เอบี โกลบอล ซัพพลาย จำกัด



บริษัท เอบี โกลบอล ซัพพลาย จำกัด



ผู้ประกอบการค่า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชื้อ
สินค้ามาจากผู้ผลิตและขาย
ให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็น
คนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้
บริโภค



เอบี โกลบอล ซัพพลาย

- เปิดหน้าร้าน 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้าน
หน้าเข้าของจากประเทศจีนมาขาย
ให้กับลูกค้าในเคมส์ลำพูนและ
จังหวัดใกล้เคียง
- สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ
กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และ
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงาน
อุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการค้า

บริษัทเอบี โกลบอล ซัพพลาย จำกัด

จากกรณีวิเคราะห์ภาพรวมซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจการค้า พบว่า

-**การบริหารการปฏิบัติการขององค์กร** มีการติดต่อกับหน่วยงานด้านผู้ค้า/ผู้ขายสินค้าสำเร็จรูปต่างๆ จากต่างประเทศจีน ต้องนำการนำเข้าสินค้าในแต่ละสัปดาห์ และทำการจัดส่งให้ลูกค้าที่ไม่เคยอุตสาหกรรมลำพูน ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกทั่วประเทศ

-**การบริหารการปฏิบัติการ ในองค์กร สามารถแบ่ง ได้ เป็น 5 กระบวนการหลัก**

สมมติว่ามีสัดส่วนแบ่งตามกระบวนการบริหารการปฏิบัติการ_ดังนี้

กลุ่มที่ 1 :การออกแบบบริการ/กระบวนการ และระบบสารสนเทศ (2%) ได้แก่ ระบบการชำระเงิน

กลุ่มที่ 2 : กระบวนการจัดซื้อจัดหา (60%) ได้แก่ ต้นทุนนำเข้าสินค้า ค่าใช้จ่ายด้านการนำเข้า ค่าขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ค่าภาษี ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ

กลุ่มที่ 3 : การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง (10%) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในบริหารสินค้าคงคลัง

กลุ่มที่ 4 : การจัดการขนส่งสินค้า (การใช้บริการโลจิสติกส์จากภายนอกองค์กร) (28%) ได้แก่ ค่าขนส่งสินค้าในประเทศ

-ทางบริษัทจึงต้องการลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการผลิต 2 อันดับแรกที่มีสัดส่วนต้นทุนรวมกันถึง 90% ทางบริษัทได้นำการแนวคิดการผลิตแบบทันเวลาพอดี (just-in-time) และการวางแผนความต้องการวัสดุ และสินค้าคงคลัง มาประยุกต์ใช้ปรับปรุงประสิทธิภาพและลดต้นทุนให้กับองค์กร

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้าจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค



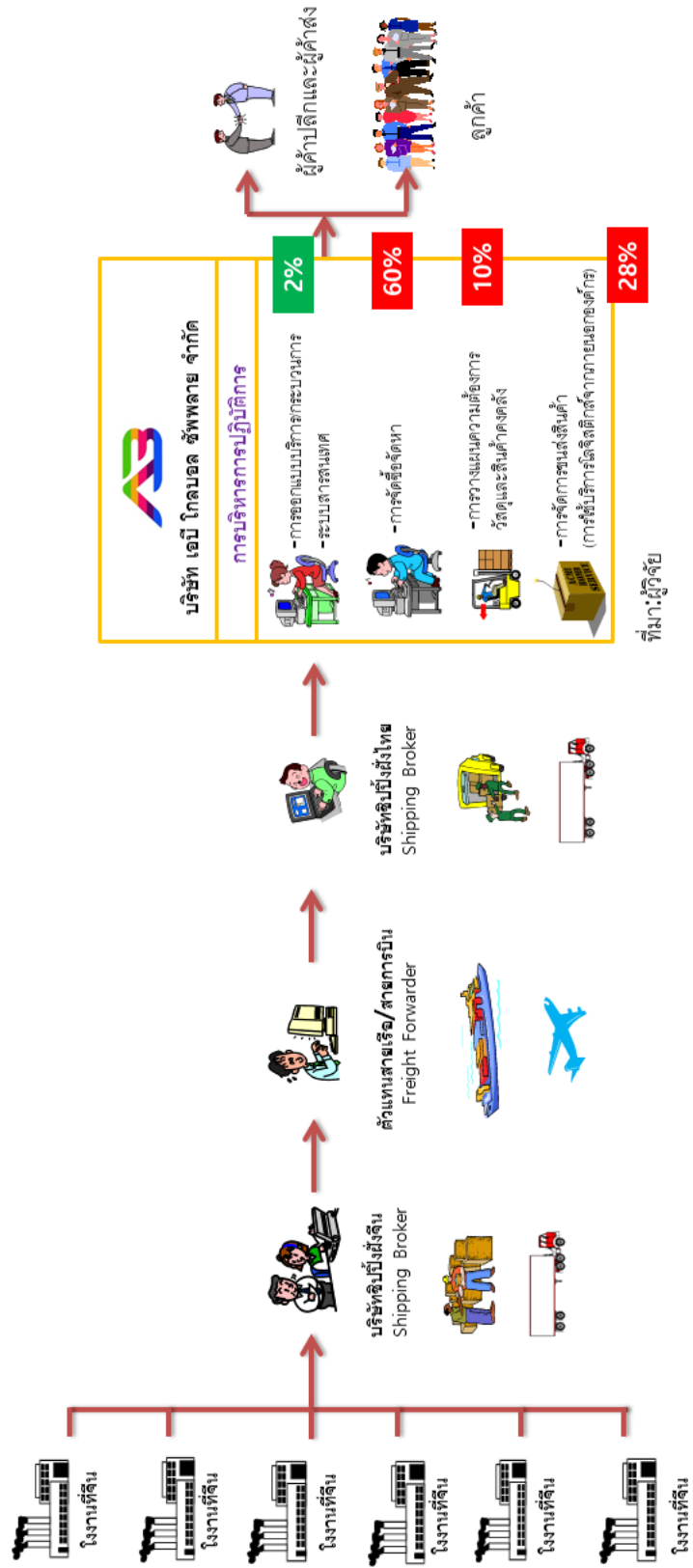
เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เปิดหน้าเมื่อ 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนครลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ภาพรวมซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจการค้า



การลดต้นทุนด้านจัดซื้อจัดหา

การจัดซื้อ (Procurement) คือ กระบวนการการจัดหาสินค้าหรือวัสดุ ให้ได้สินค้าหรือวัสดุที่มีคุณภาพดี ปริมาณ ราคา ช่วงเวลา แหล่งขาย และการส่งมอบที่เหมาะสม

- การซื้อผ่านตัวกลาง/บริษัทตัวแทน เป็นวิธีที่ง่ายที่สุดแต่จะทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นประมาณ **25-50 %**
- การซื้อโดยตรง ทำให้บริษัทเราต้องปฏิบัติงานทุกด้าน ในเรื่องการขนส่ง การออกของ การผ่านพิธีการทางศุลกากรและการชำระเงินระหว่างประเทศ ทำให้ต้นทุนของสินค้าลดลงกว่าที่เคยซื้อผ่านตัวกลาง/บริษัทตัวแทน

เงื่อนไขทางการค้า (INCOTERMS) ที่นิยมใช้ (International Commercial Terms)

- 1) FOB (Free on Board)** ผู้ขายมีภาระรับผิดชอบต้องส่งมอบสินค้าลงเรือ ณ ท่าส่งออกที่ประเทศจีนที่ใดก็ได้ ส่วนผู้ซื้อจะต้องรับผิดชอบส่งทางเรือและเบี้ยประกันภัยตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งหมด
- 2) CIF (Cost, Insurance and Freight)** ผู้ขายมีภาระรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าหรือค่าระวางเรือและทำประกันภัยให้ความเสี่ยงต่อการเสียหายหรือสูญหายของการขนส่งจนถึงท่าปลายทางในประเทศไทย
- 3) DDU (Delivered Duty Unpaid)** ผู้ขายมีภาระรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าหรือค่าระวางเรือ ค่าประกันภัย ค่าใช้จ่ายในการศุลกากร ค่าใช้จ่ายในการขนส่งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง พร้อมส่งมอบสินค้าให้กับผู้ซื้อ ณ สถานที่ปลายทางของผู้ซื้อ แต่ผู้ซื้อต้องจ่ายค่าภาษีนำเข้าเอง

ที่มา: ผู้วิจัย

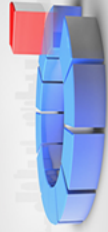
ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชื้อ
สินค้ามาจากผู้ผลิตและขาย
ให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็น
คนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้
ผู้บริโภค



เอบี โกลบอล ซัพพลาย
- เดิมทีมีอายุ 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้าน
นำเข้าของจากประเทศจีนมาขาย
ให้กับลูกค้าในเขตกรุงเทพฯ และ
จังหวัดใกล้เคียง
- สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ
กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และ
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงาน
อุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th



โครงสร้างต้นทุนของการจัดซื้อต่างประเทศ ประกอบด้วย

- 1) ต้นทุนสินค้าสำเร็จรูป
- 2) ค่าขนส่งจากโรงงานผู้ผลิตสินค้าที่จีนมายังท่าเรือสนามบินที่ประเทศไทย
- 3) ค่าผ่านพิธีการศุลกากรที่ประเทศไทย
- 4) ค่าระวางสินค้าทางทะเล/เครื่องบิน
- 5) ค่าเบี้ยประกันภัยสินค้า
- 6) ค่าภาษีศุลกากร
- 7) ค่าผ่านพิธีการศุลกากรที่ประเทศไทย
- 8) ค่าขนส่งสินค้าจากท่าเรือ/สนามบินที่ประเทศไทยมายังบริษัทเอบี โกลบอล ซัพพลาย จำกัดที่ลำพูน

ขั้นตอนการทำงานเกี่ยวกับงานจัดซื้อต่างประเทศ

- 1) ขั้นตอนเอกสารภายในบริษัทของผู้นำเข้า
 - 1.1) ผู้ซื้อได้ติดต่อซื้อสินค้า ตกลงราคา เงื่อนไขการส่งมอบและเงื่อนไขการชำระเงิน
 - 1.2) ผู้ซื้อได้รับการยืนยันการส่งมอบจากผู้ขายต่างประเทศ โดย Proforma Invoice
 - 1.3) ผู้ซื้อติดตามเอกสาร (Invoice , Packing List ,B/L หรือ AWB) และกำหนดพิกัดนำเข้า

ที่มา:ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการ

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อ
สินค้าจากผู้ผลิตและขาย
ให้กับลูกค้าหรือผู้จัดส่ง เป็น
คนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้
บริโภค



เอบี โกลบอล ซัพพลาย

- เดิมทีมีอายุ 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้าน
นำเข้าจากประเทศจีนมาขาย
ให้กับลูกค้าในนครลำพูนและ
จังหวัดใกล้เคียง

- สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ
กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และ
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงาน
อุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th



- 2) **ขั้นตอนพิธีการศุลกากร**
 - 2.1) จัดเตรียมใบขนเพื่อผ่านพิธีการศุลกากรแบบอีดีไอ
 - 2.2) นำใบตราส่งไปสลักหลังที่เอเยนต์ของสายเรือหรือสายการบิน
 - 2.3) ไปยื่นเอกสารที่กรมศุลกากรเพื่อตรวจสอบบัตรผู้จัดการและบัตรตัวแทนออกของ
 - 2.4) ตรวจสอบใบตราส่งทางเรือ (Bill of Lading : B/L) หรือใบตราส่งสินค้าทางอากาศ(AWB) และออกเลขที่ใบขนสินค้า
 - 2.5) เจ้าหน้าที่ประเมินกรนำเข้า
 - 2.6) ไปคำนวณใบขนสินค้าเพื่อรับรองยอดภาษีที่ถูกต้องและบันทึกลงในระบบคอมพิวเตอร์
 - 2.7) จ่ายค่าภาษีที่กรมศุลกากร
- 3) **ขั้นตอนการตรวจปล่อย**
 - 3.1) นำใบขนสินค้าที่เสียภาษีแล้ว ไปตัดบัญชีเรือ (Manifest : M/F)
 - 3.2) ลงบัญชีใบขนสินค้า
 - 3.3) นำตัวแดงไปเตรียมของเพื่อตรวจ
 - 3.4) หัวหน้าโรงพักสินค้า (รพศ.) เข้มงวดรับรอง
 - 3.5) พบนายตรวจเพื่อตรวจสินค้า
 - 3.6) เก็บเอกสารส่งการตรวจปล่อย
 - 3.7) ไปพบเจ้าหน้าที่การท่าเรือ เพื่อนำเอกสารที่ตรวจปล่อยแล้วไปให้โดยสินค้า

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชื้อ
สินค้ามาจากผู้ผลิตและขาย
ให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็น
คนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้
บริโภค

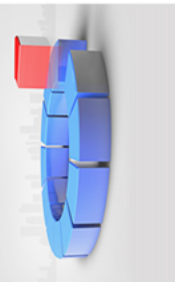


เอบี โกลบอล ซัพพลาย

- เดิมทีมีอายุ 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้าน
นำเข้าของจากประเทศจีนมาขาย
ให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและ
จังหวัดใกล้เคียง

- สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ
กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และ
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงาน
อุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th



- 4) ขั้นตอนติดต่อตัวแทนสายเรือ/สายการบิน
- 4.1) จัดเตรียมใบขนเพื่อผ่านพิธีการศุลกากรแบบอีดีไอ

5) ขั้นตอนภายในการทำเรือ/ท่าอากาศยาน (Port Operator)

- 5.1) นำใบสั่งปล่อย (Delivery Order : D/O) ไปชำระค่าโกดังที่การทำเรือ/ท่าอากาศยาน
- 5.2) หลังจากกรมศุลกากร ตรวจสอบเรียบร้อยแล้ว มาติดต่อขอรับของที่โกดังพร้อมเอกสารที่ชำระค่าโกดังแล้ว
- 5.3) นำรถบรรทุกมารับของ
- 5.4) ให้นำใบประตู่สินค้าขึ้นค้ำบนรถ
- 5.5) นำส่งโรงงาน/บริษัทผู้นำเข้า

จะเห็นได้ว่า ขั้นตอนและกระบวนการนำเข้าถ้าเราเข้าใจแล้วไม่ได้ยากอย่างที่คิด ซึ่งถ้าเราเข้าใจเราสามารถใช้บริการโลจิสติกส์จากภายนอกองค์กรเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่าย ตั้งแต่ ขั้นตอนพิธีการศุลกากร ขั้นตอนการตรวจปล่อย ขั้นตอนติดต่อตัวแทนสายเรือ/สายการบิน และขั้นตอนภายในการทำท่าอากาศยาน



ที่มา:ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อ-สินค้านำจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้จัดส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค



เอบี โกลบอล ซัพพลาย
 -เด็กหนุ่มวัย 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนครลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง
 -สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

วิธีลดต้นทุนของการจัดซื้อต่างประเทศ

- 1) ควรใช้เงื่อนไขทางการค้า INCOTERMS แบบ FOB (Free on Board)** เพราะสามารถลดต้นทุนและเพิ่มกำไรให้กับองค์กรได้อย่างน้อย **50%** เมื่อเทียบกับแบบที่ผู้ประกอบการบ้านเราที่ซื้อผ่านทางออนไลน์ DDU(Delivered Duty Unpaid) ที่ถึงแม้จะสะดวกเร็ว ง่ายต่อการสั่งซื้อแต่ก็แฝงไปด้วยบริการและค่าใช้จ่ายต่างๆในราคาขาย
- 2) ควรการใช้บริการด้านโลจิสติกส์ จากองค์กรภายนอกบางส่วนหรือทั้งหมด (Outsourcing) ที่มีความชำนาญ** แต่ต้องมีกำไรให้แต่ละเจ้านำเสนอราคาและรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่างๆ เพื่อมาเปรียบเทียบ หลังจากเลือกว่าจะใช้บริการกับเจ้าไหนแล้ว ก็ต้องมีกำไรทำสัญญาข้อตกลงในการทำงานแต่ละเงื่อนไขต่างๆ รวมถึงมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์เป็นประจำทุกเดือน

3. ประยุกต์ใช้สิทธิประโยชน์ภาษีศุลกากรสำหรับผู้นำเข้า ผู้ประกอบการบ้านเราส่วนใหญ่จะละเลยเพราะมองว่ายุ่งยาก เพราะต้องทราบรายละเอียดจะนำเข้ามานั้นจัดอยู่ในหมวดพิกัดอัตราภาษีศุลกากรอะไร ต้องเสียภาษีนำเข้าเข้าไปอัตราเท่าใดของราคาสินค้า เช่น

| | | |
|---------------------------------|----------------|-----------------------------------------|
| ราคาสินค้า | 100 บาท | Cost (ราคาสินค้าแปลงเป็นเงินบาท) |
| ค่าระวางสินค้าทางทะเล/เรือ | 20 บาท | Freight |
| ค่าเบี้ยประกันภัยสินค้า | 5 บาท | Insurance |
| สุภาษณการคำนวณภาษีของกรมศุลกากร | 125 บาท | (CIF: Cost + Insurance + Freight |
| อัตราภาษี 30% | 37.5บาท | คำนวณจาก 125 บาท X 30% |

- แต่ถ้าเช็คพิกัดอัตราภาษีศุลกากรแล้วพบว่าอยู่ในรายการยกเว้นภาษีไทย-จีน ภาษีนำเข้าเป็นศูนย์ เราก็ให้ทางผู้ผลิตของจีนออกเอกสาร **Form E** ให้ แล้วนำมาใช้ยื่นกับกรมศุลกากรในขั้นตอนการนำเข้า เราก็สามารถประหยัดภาษีนำเข้าได้ซึ่งเป็นเงินจำนวนที่ไม่น้อย

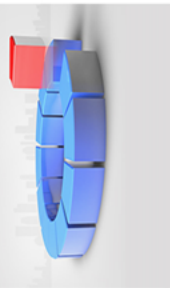
ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อ
สินค้ามาจากผู้ผลิตและขาย
ให้กับลูกค้าหรือผู้จัดส่ง เป็น
คนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้
บริโภค



เอบี โกลบอล ซัพพลาย
-เปิดเมื่อวัย 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้าน
นำเข้าของจากประเทศจีนมาขาย
ให้กับลูกค้าในเคมส์ลำพูนและ
จังหวัดใกล้เคียง
-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ
กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และ
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ห้าหมื่นบาท
อุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th



การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง

การวางแผนความต้องการวัสดุ หมายถึง เทคนิคการวางแผนและควบคุมสินค้าคงคลัง เพื่อให้เกิดความสมดุลในการบริหารงาน

สินค้าคงคลัง หมายถึง สินค้าและวัสดุที่เก็บไว้ในกระบวนการผลิต ตั้งแต่ก่อนผลิต ระหว่างผลิต และผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป

เทคนิคการปรับปรุงสินค้าคงคลังด้วยการวิเคราะห์แบบเอบีซี

| กลุ่มสินค้า | % ของสินค้าทั้งหมด | % ของยอดขาย | ระดับการให้บริการลูกค้า | ระดับการให้บริการลูกค้าถ่วงน้ำหนัก |
|-------------|--------------------|-------------|-------------------------|------------------------------------|
| A | 5 | 70 | 98 | 68.6 |
| B | 10 | 20 | 90 | 18.0 |
| C | 65 | 10 | 85 | 8.5 |
| อื่นๆ | 20 | 0 | - | - |
| รวม | 100 | 100 | | 95.1 |

กลุ่มสินค้า A : สินค้าที่ขายดี / ฐานพื้นฐาน
 กลุ่มสินค้า B : สินค้าพื้นฐาน
 กลุ่มสินค้า C : สินค้าเฉพาะหรือรุ่นใหม่เปิดตัว

ที่มา: ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการค้า

- เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค



เอบี โกลบอล ซัพพลาย

- เดิมทีมีอายุ 24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนครลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง
- สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจบริการ

เมสัน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม



เมลอน คาเฟ่ แอนต์ เจเลฟาร์ม



ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพื่อปลูกเทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายทางน้ำ



เมลอน คาเฟ่ แอนต์ เจเลฟาร์ม

- ปลูกเมลอนหน้า และแปลงผักออกแค่นี้ได้ให้ลูกค้าชิมมากมาย
- ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
- ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจบริการ

เมลอน คาเฟ่ แอนด์ เจลลี่ฟาร์ม

จากกรณีศึกษาฟาร์มเมลอนสำหรับธุรกิจบริการ พบว่า

- การบริหารการปฏิบัติการขององค์กร มีการติดต่อกับหน่วยงานทางด้านผู้ค้า/ผู้ขายสินค้า เครือข่ายฟาร์มอออร์แกนิก
- การบริหารการปฏิบัติการ ในองค์กร สามารถแบ่ง ได้ เป็น 5 กระบวนการหลัก

สรุปได้ว่ามีส่วนแบ่งตามกระบวนการบริหารการปฏิบัติการปฏิบัติการ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 :การออกแบบบริการ/กระบวนการ และระบบสารสนเทศ (5%) ได้แก่ ระบบไอทีภายในร้าน

กลุ่มที่ 2 : กระบวนการจัดซื้อจัดหา (55%) ได้แก่ ต้นทุนค่าวัตถุดิบ

กลุ่มที่ 3 : การบริหารจัดการฟาร์มของตนเอง (15%)

กลุ่มที่ 4 : กระบวนการผลิตอาหารในร้านของตนเอง การจัดการคุณภาพ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (15%)
ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเพาะปลูกพืชในฟาร์ม ค่าจ้างพนักงาน ค่าบริหาร ค่านำค่าไฟ

กลุ่มที่ 5 : การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง (10%) ได้แก่ ต้นทุนค่าบริหารสินค้าคงคลัง

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายทางน้ำ

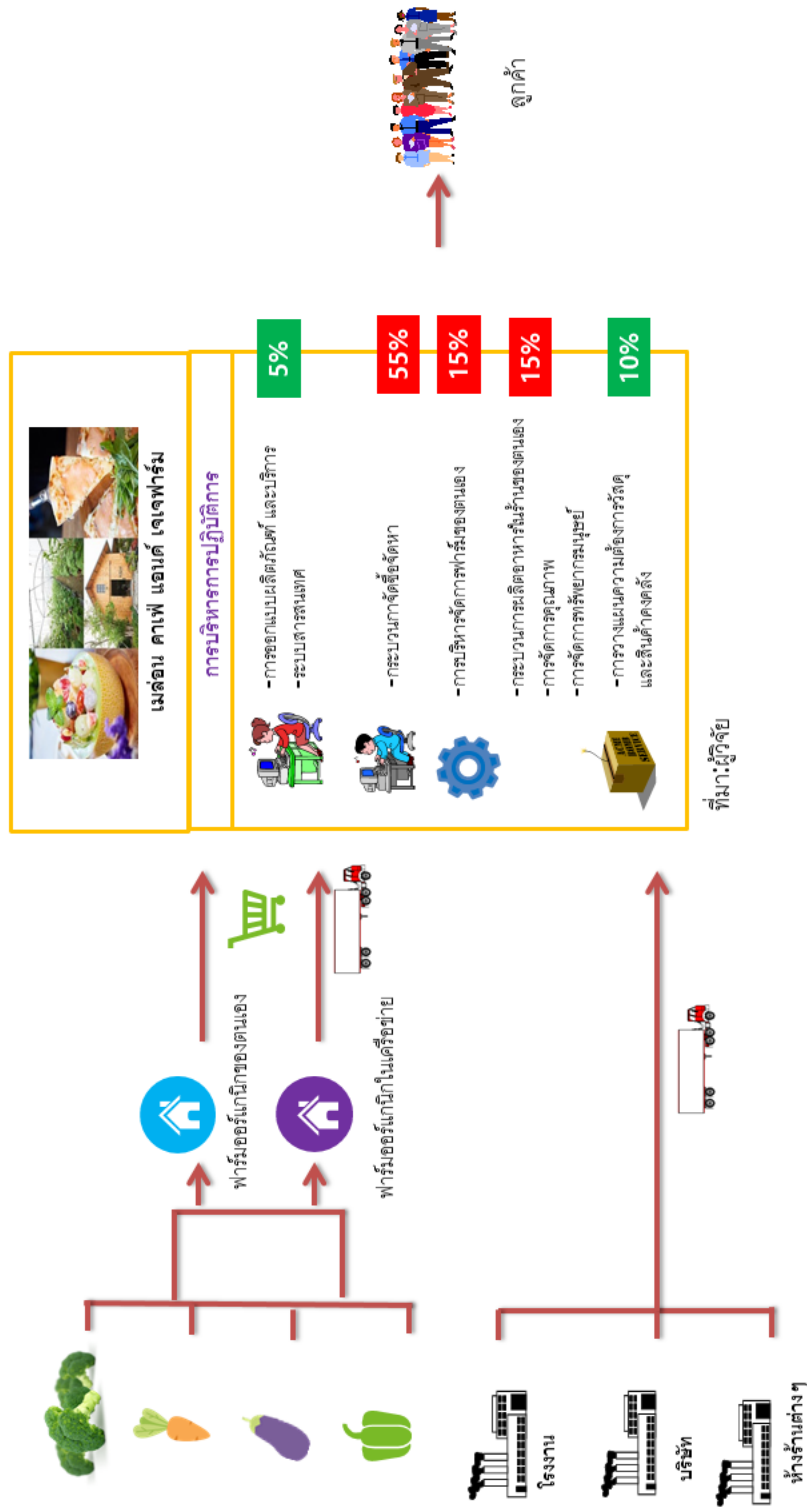


เมลอน คาเฟ่ แอนด์ เจลลี่ฟาร์ม

- ปลูกเมลอนเจ้าๆ และแปลงผักออก แก่นได้ให้ลูกค้าชิมมากมาย
- ฟาร์มอออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
- ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มอออร์แกนิก

-ทางเมลอน คาเฟ่ แอนด์ เจลลี่ฟาร์มจึงต้องการลดต้นทุนค่ารับกระบวนการจัดซื้อจัดหาที่ไม่ได้ส่วนต้นทุน รวมถึง 60% โดยนำมาแนวคิดการผลิตแบบทันเวลาพอดี (just-in-time) มากประยุกต์ใช้ปรับปรุงประสิทธิภาพและลดต้นทุนให้กับองค์กร'

ภาพรวมซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจบริการ



| เม็ดเงิน | คาเฟ่ | แอนด์ | เจเจฟาร์ม |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----------|
| การบริหารการปฏิบัติการ | | | |
| 5% | <ul style="list-style-type: none"> - การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ - ระบบสารสนเทศ | | |
| 55% | <ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการจัดซื้อจัดหา | | |
| 15% | <ul style="list-style-type: none"> - การบริหารจัดการทรัพย์สินของตนเอง | | |
| 15% | <ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการผลิตอาหารในร้านของตนเอง - การจัดการคุณภาพ - การจัดการทรัพยากรมนุษย์ | | |
| 10% | <ul style="list-style-type: none"> - การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง | | |

ที่มา: ผู้วิจัย



ลูกค้า

การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจบริการ

วัตถุประสงค์เป็นหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจร้านอาหารออร์แกนิก มีสัดส่วนต้นทุน 50% ดังนั้นทางร้านแมลงอน คาเฟ่ แอนด์ เจลฟาร์ม จึงมีแนวทางการบริหารจัดการดังนี้

1. นำแนวคิด Just In Time มาปรับใช้กับฟาร์ม โดยมีตารางแผนการปลูกอย่างเป็นระบบเพื่อสามารถผลิตสินค้าได้ตรงความต้องการ
2. ฟาร์มจะสั่งซื้อเมล็ดพันธุ์วัสดุปลูกต่าง ๆ ตามรอบของการปลูกพืชชนิดต่างๆ ทำให้สามารถลดการเก็บเมล็ดพันธุ์และวัสดุปลูกเกินความจำเป็น
3. ฟาร์มสามารถบริหารทรัพยากรได้ดี เพราะสามารถทราบจำนวนพืชผักชนิดต่างๆ ได้ล่วงหน้า
4. ฟาร์มปลูกผักหลากหลายชนิด โดยมีตารางเป็นระบบ เพื่อสามารถผลิตสินค้าได้ตรงความต้องการของร้านอาหารของตัวเองและสามารถกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มาซื้อผลผลิตโดยตรงที่ฟาร์ม
5. ร่วมมือกับเครือข่ายฟาร์มออร์แกนิก ในการบริหารจัดการจัดหาวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ใช้ในการบริการแก่ลูกค้า นอกจากนี้ยังมีการค้าเครือข่ายผู้ค้าวัตถุดิบให้หลายแห่งเพื่อมีอำนาจในการต่อรองและเป็นการควบคุมทั้งคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบที่ใช้
6. สำหรับส่วนผสมในการปรุงอาหารราคาที่มีแนวโน้มราคาสูงขึ้น ก็มีการหาผู้ขาย/พันธมิตรทางการค้ารายใหม่ และกำหนดให้มีการยืนยันราคาก่อนวัตถุดิบดังกล่าวไว้ที่ 3 เดือน หรือ 6 เดือน แล้วแต่สถานการณ์

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก จนถึงปลายน้ำ

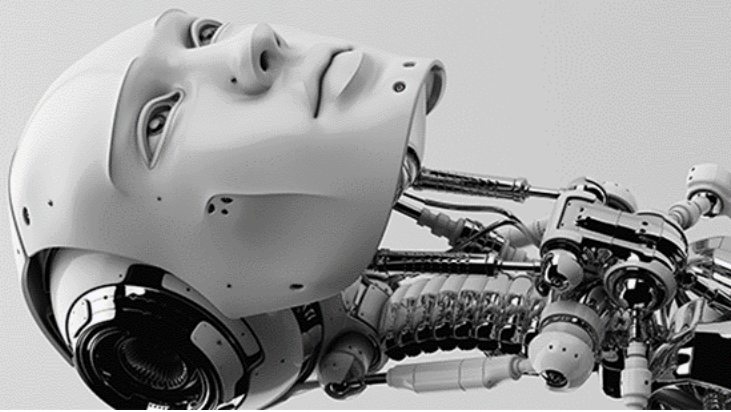


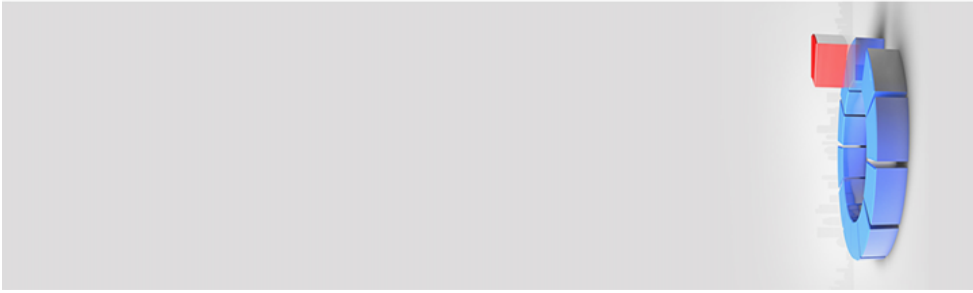
แมลงอน คาเฟ่ แอนด์ เจลฟาร์ม

- ปลูกเมล็ดพันธุ์ และแปลงผักออร์แกนิกที่เลือกชิมมากมาย
- ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
- ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก



แนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัลและการประยุกต์ใช้ กับการบริหารการปฏิบัติการ





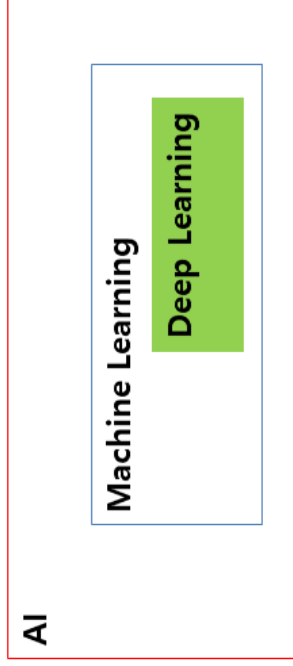
แนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัลและการประยุกต์ใช้กับการบริหารการปฏิบัติการ การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ หรือ artificial intelligence (AI)

ปัญญาประดิษฐ์ (AI : Artificial Intelligence) คือ เทคโนโลยีการสร้างความสามารถให้แก่เครื่องจักรและคอมพิวเตอร์ ด้วยอัลกอริทึมและกลุ่มเครื่องมือทางสถิติเพื่อสร้างซอฟต์แวร์ที่ทรงปัญญาที่สามารถเลียนแบบความสามารถของมนุษย์ที่ซับซ้อนได้ เช่น จดจำ แยกแยะ ให้เหตุผล ตัดสินใจ คาดการณ์ สื่อสารกับมนุษย์ เป็นต้น ในบางกรณีอาจไปถึงขั้นเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง

Machine Learning คือ กลไกที่ทำให้ เครื่องจักรสามารถเรียนรู้จากข้อมูลได้โดยอัตโนมัติและพัฒนากระบวนการตัดสินใจอย่างต่อเนื่อง

Deep Learning คือ เทคนิคหนึ่งของ Machine Learning โดยจำลองการทำงานของสมองมนุษย์ในการประมวลผลข้อมูล ทำให้สามารถหาความเชื่อมโยงและเรียนรู้ข้อมูลจำนวนมากได้

ความสัมพันธ์ระหว่าง AI Machine Learning และ Deep Learning



ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) เพคโคโนได้มีนโยบายประดิษฐ์สำหรับบริการบริหารงาน และการบริการภาครัฐเวอร์ชัน 1.0

Weak AI คือ ประเภทของปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถเรียนรู้ได้เฉพาะด้านที่ถูกกำหนดไว้และไม่สามารถใช้ลอจิกในการเรียนรู้ในด้านที่อยู่นอกเหนือจากนั้นได้

Strong AI คือ ประเภทของปัญญาประดิษฐ์ที่มีระบบการเรียนรู้เหมือนมนุษย์ ทำให้สามารถรองรับและเรียนรู้ข้อมูลในรูปแบบที่หลากหลายได้

อัลกอริทึม(Algorithm) คือ ชุดคำสั่งที่ถูกกำหนดโดยนักเขียนโปรแกรมซึ่งเปรียบเสมือนขั้นตอนสำหรับระบบปัญญาประดิษฐ์ในการเรียนรู้ข้อมูลและสร้างการตัดสินใจโดยอัตโนมัติ

แชทบอท (Chatbot) คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ดำเนินการสนทนาผ่านทางสื่อดิจิทัลหรือข้อความ

ข้อมูล (Data) คือ ข้อเท็จจริงหรือจำนวนทางสถิติที่เกิดจากการสังเกตและเก็บรวบรวมจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อนำใช้ในการวิเคราะห์

ชุดข้อมูล (Data Set) คือ กลุ่มข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกันและถูกจัดให้อยู่ในรูปแบบเดียวกันที่พร้อมนำไปใช้

Turing Test คือ การทดสอบความสามารถของเครื่องในการแสดงพฤติกรรมที่เหมือนมนุษย์

หุ่นยนต์(Robotics) คือ วิทยาการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและการทำงานของหุ่นยนต์

การประมวลผลภาษาธรรมชาติ(NLP : Natural Language Processing) คือ การประยุกต์ใช้เทคนิคการประมวลผลข้อมูลเฉพาะเพื่อให้เครื่องจักรสามารถเข้าใจภาษาธรรมชาติและวิเคราะห์ข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบภาษาได้

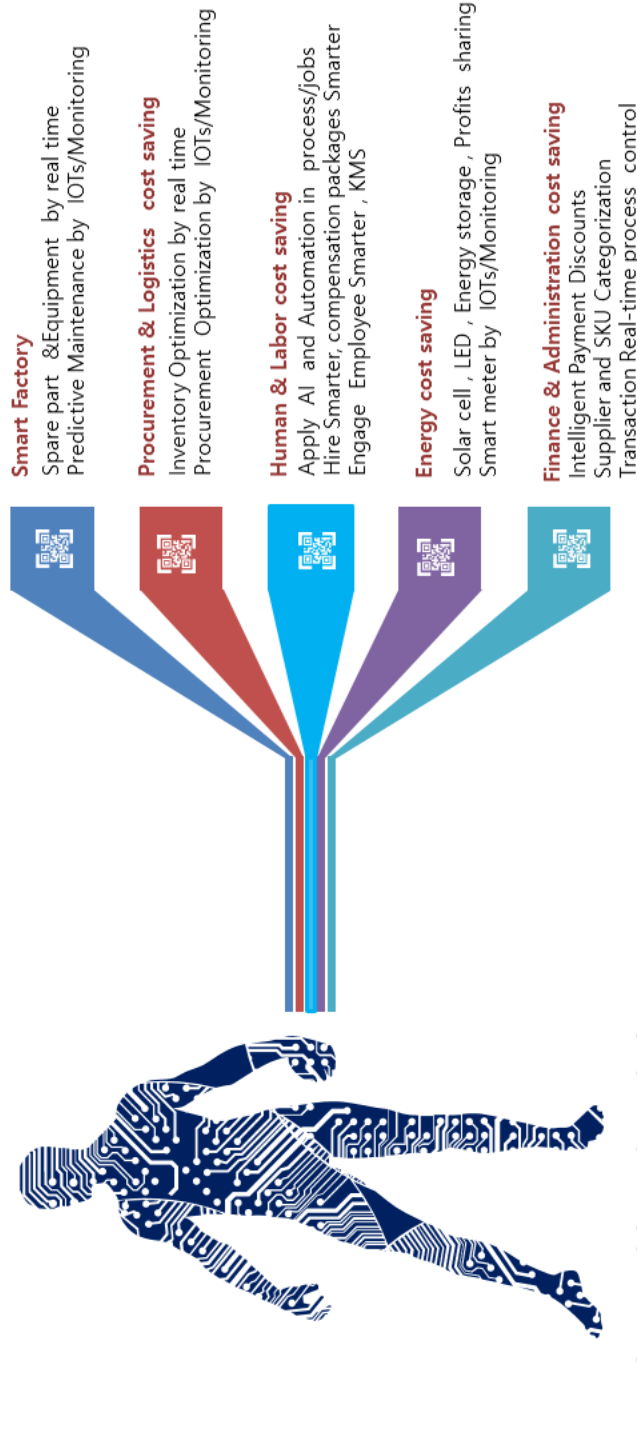
สรุปได้ว่า AI หรือ ปัญญาประดิษฐ์(Artificial Intelligence) เป็นเทคโนโลยีการสร้างความสามารถให้แก่เครื่องจักรและคอมพิวเตอร์ด้วยอัลกอริทึมและกลุ่มเครื่องมือทางสถิติเพื่อสร้างซอฟต์แวร์หรือระบบปัญญาที่สามารถเลียนแบบความสามารถของมนุษย์ที่ซับซ้อนได้ เช่น จัดจำ แยกแยะให้เหตุผล ตัดสินใจ คาดการณ์ สื่อสารกับมนุษย์ เป็นต้น ในบางกรณีอาจไปถึงขั้นเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง

ที่มา:สำนักงานพัฒนาธุรกรรมดิจิทัล (องค์การมหาชน) เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สู่การพัฒนาบริการสาธารณะ และบริการภาครัฐเวอร์ชัน1.0



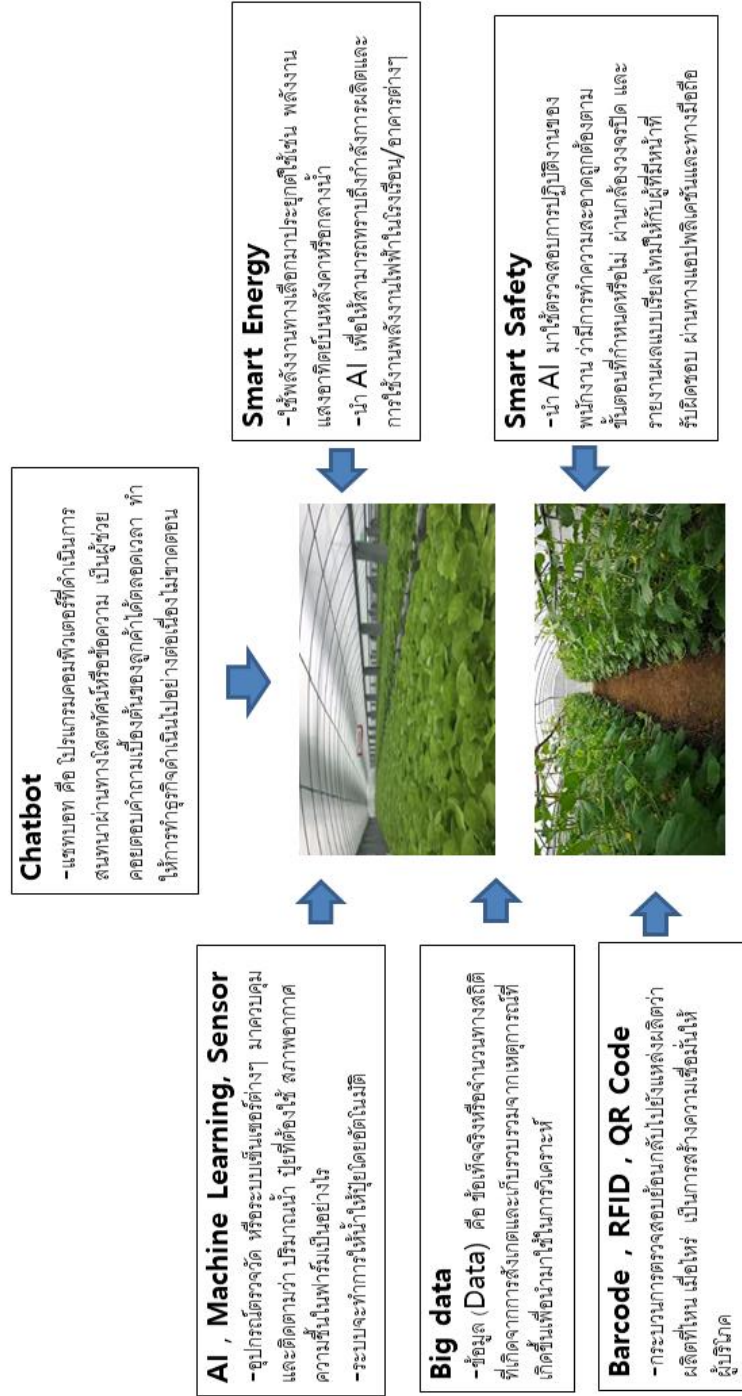
แนวโน้มใหม่ในยอดดิจิทัลและการประยุกต์ใช้กับการบริหารการปฏิบัติการ

1) การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ กับธุรกิจการผลิต



ที่มา: ผู้วิจัย

2) การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ธุรกิจบริการ(ผู้ประกอบการฟาร์มออร์แกนิก)



3) การนำเทคโนโลยี AI มาประยุกต์ใช้ธุรกิจการค้า

Chatbot

- นำโปรแกรมช่วยในการตอบแชต เข้ามาใช้ในการตอบคำถามเบื้องต้น โดยการนำข้อมูลที่มีอยู่มาประมวลผล และทำการตอบคำถามแทนมนุษย์
- ใช้โดยการเชื่อมต่อกับ Line ในการส่งข้อความให้กับผู้ใช้บริการ

CRM บริหารความสัมพันธ์ลูกค้า

สามารถนำ AI มาช่วยในการเก็บข้อมูลลูกค้าในเชิงลึกมากขึ้น ทำการตลาดที่เหมาะสมกับพฤติกรรมลูกค้า

นำเสนอสินค้าที่เหมาะสมเฉพาะบุคคลได้ (Personalized Marketing)

รู้ความต้องการและไม่ต้องการของลูกค้าแต่ละคน ง่ายขึ้น ก็คือ "ผู้ใจลูกค้า" โดยรู้อะไร หรือช่วงเวลาไหนลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายของเราต้องการอะไร แล้วสามารถนำเสนอสินค้าหรือบริการที่อยู่ในความสนใจของลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจงแต่ละบุคคล



ระบบการเรียนรู้อัตโนมัติ (Automated Machine Learning)

ใช้ระบบอัตโนมัติในการสร้างประสบการณ์ Online ให้กับลูกค้า ทำให้เขารู้สึกว่าได้รับความใส่ใจและได้รับการตอบสนองอย่างรวดเร็ว โดยทุกอย่าง ลูกค้าก็จะรักแบรนด์เรามากขึ้น

การตลาดแบบอัตโนมัติ (Marketing Automation)

เทคโนโลยีที่ช่วยให้คุณสามารถจัดการและส่งมอบคอนเทนต์ไปให้กับคนที่ใช่ในเวลาที่ใช้และในช่องทางที่ใช่โดยอัตโนมัติ

การตลาดแบบ Retargeting

สร้างแบรนด์, ช่วยตัดสินใจในการทำโฆษณา, ช่วยออกแบบการโฆษณา, จนถึงการใช้วิเคราะห์ผลลัพธ์ และแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างแม่นยำ

ที่มา: ผู้วิจัย

ตัวอย่างการออกแบบ Application ต่อยอดธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Talat Phlu @Food Tourism 5.0



ที่มา: ผู้วิจัย

Talat Phlu @Food Tourism 5.0



Talat Phlu @Food Tourism 5.0

- 📍 นำ 'เทคโนโลยี' และ 'นวัตกรรม' มาช่วยสร้างสรรค์และเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับตลาดพลู
- 📍 เพิ่มอัตราการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคให้มีประสบการณ์กับอาหารชมเมืองในร้านต่าง ๆ ของตลาดพลู ภายใต้โครงการศึกษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมและพัฒนาธรรมชนมตลาดพลูให้คงอยู่
- 📍 ทำหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารชมเมืองในร้านต่าง ๆ ของตลาดพลู เช่น รายละเอียดร้านอาหารที่ขึ้นชื่อ รูปภาพ ราคา ที่ตั้งของร้าน รวมถึงบริการส่งอาหารชมเมืองในร้าน พร้อมชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบดิจิทัลและก้าวสู่สังคมไร้เงินสด
- 📍 เพิ่มความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารชมเมืองในร้านต่าง ๆ ของตลาดพลู กับผู้บริโภคที่ติดต่อกัน ช่วยขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจท้องถิ่นเติบโตอย่างยั่งยืน
- 📍 ส่งเสริมชุมชนตลาดพลูให้มีส่วนร่วมบริหารจัดการปัญหาขยะจากภัตตาคารและอาหารต่าง ๆ กับผู้ผลิตที่ติดต่อกัน ผู้ประกอบการร้านอาหารชมเมืองในร้าน กับหน่วยงานภาครัฐ

Talat Phlu @ Food Tourism 5.0



Material Movement Info
-Food Supply Chain in community



Food/Snack info

- Picture
- Story
- Price
- Place
- Order
- Payment



GIS Info
-Location
-Story guide
-Food Tourism



Cooking info
-Story of Food
-Nutrients
-How to cook
-Award



ที่มา:ผู้วิจัย

Talat Phlu @ Food Tourism 5.0



ฟังก์ชันนี้ทำหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหาร ขนมหวาน ใน
ร้านต่าง ๆ ของตลาดพลู

เช่น รายละเอียดเรื่องอาหารที่ขึ้นชื่อ รูปภาพ ราคา ที่ตั้งของร้าน
รวมถึงบริการสั่งจองอาหาร ขนมหวาน พร้อมชำระเงินออนไลน์
ผ่านระบบดิจิทัลและก้าวสู่สังคมไร้เงินสด

นำเทคโนโลยี' และ 'นวัตกรรม' มาช่วยสร้างสรรค์และเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับตลาดพลู

ที่มา: ผู้วิจัย

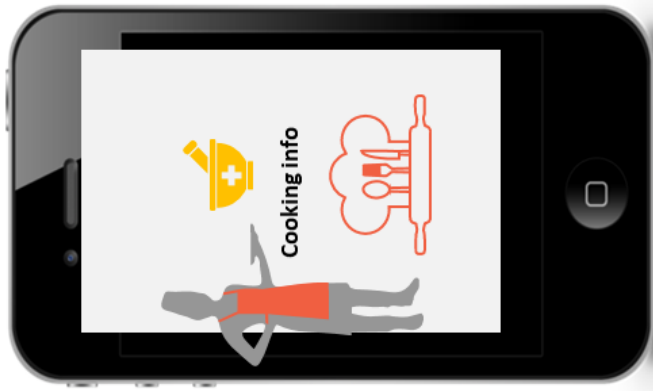


Talat Phlu @Food Tourism 5.0

ฟังก์ชันนี้ทำหน้าที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการ
ร้านอาหารขมคาวหวาน ในร้านต่าง ๆ ของตลาดพลู กับ
กับผู้ผลิตวัตถุดิบท้องถิ่น ให้สามารถทราบความต้องการใช้
วัตถุดิบระหว่างกัน ทำให้สามารถเติมเต็มสินค้าได้โดยไม่ต้อง
แบกรับสต็อกสินค้ามากเกินไป เป็นการลดต้นทุนได้ทั้ง
สองฝ่ายและยังเป็นการช่วยขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจท้องถิ่นเติบโต
อย่างยั่งยืน

นำเทคโนโลยี' และ 'นวัตกรรม' มาช่วยสร้างสรรค์และเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับตลาดพลู
ที่มา:ผู้วิจัย

Talat Phlu @Food Tourism 5.0



ฟังก์ชันนี้ทำหน้าที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการ
ร้านอาหารขนมหวาน ในร้านต่าง ๆ ของตลาดพลู กับ
กับผู้บริโภค/นักท่องเที่ยว ให้ทราบวิธีการปรุงอาหารแต่ละ
ชนิดว่าต้องมีส่วนผสมอะไรบ้าง กระบวนการทำอาหารและขนม
หวานต่างๆ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

นำเทคโนโลยี และ 'นวัตกรรม' มาช่วยสร้างสรรค์และเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับตลาดพลู
ที่มา: ผู้วิจัย

Talat Phlu @Food Tourism 5.0



ฟังก์ชันนี้ทำหน้าที่เชื่อมโยงฐานข้อมูลระบบสารสนเทศ
ภูมิศาสตร์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน
ตลาดพลูและพื้นที่ใกล้เคียงโดยมีรายละเอียดกิจกรรม
ประกอบไปด้วยภาพถ่ายภาพนิ่งและบันทึกวิดีโอ พัฒนาเว็บไซต์
แอปพลิเคชัน และแปลภาษาต่างประเทศ นักท่องเที่ยวรับรู้เรื่องเล่า
หรืออัตลักษณ์ และวิถีชีวิตชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยว

นำเทคโนโลยี และ 'นวัตกรรม' มาช่วยสร้างสรรค์และเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับตลาดพลู

ที่มา: ผู้วิจัย



บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

วิชาการเงิน 5.0



ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เต็มไมพี



วิชาการเงิน 5.0 (Finance 5.0)

หลักสูตรผู้ประกอบการเรียนรู้ผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

www.entrepreneuronline-learning.com



วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. อธิบายความหมาย แหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่และนวัตกรรมทางการเงิน
2. วิเคราะห์งบการเงินและอัตราส่วนทางการเงิน
3. ประยุกต์การบริหารทุนหมุนเวียน ความเสี่ยงทางการเงินและแผนการเงิน

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน

บรรยายด้วยคลิบวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนรู้การสอน

- คลิบวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
- เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด

6 ชั่วโมง ต่อรายวิชา

อาจารย์ประจำวิชา

คุณภัคย์พิชญญา เฉลิมชัยวุฒิ ผู้ช่วยผู้จัดการ แผนกการบริหารเงินฝากบัญชีและการเงิน
Toyota Daihatsu Engineering & Manufacturing Co., Ltd

ผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เต็มเม็พ



เนื้อหาบทเรียนที่ 1 แหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่และนวัตกรรมทางการเงิน

1. ประเภทของแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่

- 1.1 การหาเงินมาใช้ในบริษัทด้วยเงินส่วนตัวของเราเอง ผสมกับรายได้อื่นในช่วงแรก(Bootstrap)
- 1.2 แหล่งเงินทุนในใกล้ตัว(3 F :Family, Friend, Fool)
- 1.3 การระดมทุนด้วยวิธี Crowdfunding
- 1.4 นักลงทุนอิสระที่ให้ทุนในระยะเริ่มต้นธุรกิจ(Angel Investment)
- 1.5 การรวมลงทุน(Venture Capital) และกองทุนรวมลงทุน (Venture Capital Fund)
- 1.6 องค์กรที่มีหน่วยงานเพื่อลงทุนในกองทุนหรือสตาร์ทอัพซึ่งมีโอกาสดำเนินไปพร้อมกับบริษัท (Corporate Venture Capital)

2. นวัตกรรมทางการเงิน (Financial innovation)

- 2.1 ระบบการเงินรูปแบบใหม่ผ่านบล็อกเชน (Blockchain)
- 2.2 เทคโนโลยีทางการเงิน หรือฟินเทค (FinTech)
- 2.3 เทคโนโลยีระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตนอิเล็กทรอนิกส์ (Biometric & Digital ID)



เนื้อหาบทเรียนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการเงิน

3. ความรู้เกี่ยวกับการเงิน

- 3.1 งบการเงินสำหรับผู้ประกอบการ
- 3.2 การวิเคราะห์ทางการเงิน
- 3.3 การวิเคราะห์กระแสเงินสดส่วนอื่นๆ
- 3.4 การบริหารทุนหมุนเวียน
- 3.5 ความเสี่ยงทางการเงิน

4. การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจใหม่

- 4.1 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านธุรกิจ
- 4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการดำเนินงาน
- 4.3 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน

5. การจัดทำแผนการเงิน

- 5.1 การทำแผนการเงินง่ายๆ ด้วย 3 ขั้นตอน



บทเรียนที่ 1 แหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่และนวัตกรรมทางการเงิน

www.entrepreneuronline-learning.com

เนื้อหาบทเรียนที่ 1

1. ประเภทของแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่

- 1.1 การหาเงินมาใช้ในบริษัทด้วยเงินส่วนตัวของเราเอง ผสมกับรายได้ในช่วงแรก(Bootstrap)
- 1.2 แหล่งเงินทุนในใกล้ตัว(3 F :Family, Friend, Founder)
- 1.3 การระดมทุนด้วยวิธี Crowd funding
- 1.4 นักลงทุนอิสระที่ให้ทุนในระยะเริ่มต้นธุรกิจ(Angel Investment)
- 1.5 การร่วมลงทุน(Venture Capital) และกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund)
- 1.6 องค์กรที่มีหน่วยงานเพื่อลงทุนในกองทุนหรือสตาร์ทอัพซึ่งมีโอกาสเติบโตไปพร้อมกับบริษัท (Corporate Venture Capital)

2. นวัตกรรมทางการเงิน (Financial innovation)

- 2.1 เทคโนโลยีบล็อกเชน (Block chain)
- 2.2 เทคโนโลยีทางการเงินหรือฟินเทค (FinTech)
- 2.3 เทคโนโลยีระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตนอิเล็กทรอนิกส์ (Biometric & Digital ID)



1. ประเภทของแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่

1.1 การหาเงินมาใช้ในบริษัทด้วยเงินส่วนตัวของเราเอง ผสมกับรายได้ในช่วงแรก(Bootstrap)

ออกแบบธุรกิจให้มีความต้องการน้อยที่สุด โดยการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เช่น เริ่มต้นธุรกิจช่วงแรกด้วยการเป็นพนักงานเองด้วยตัวเองเพื่อประหยัดและเมื่อเริ่มมีรายได้เกิดขึ้น ก็ค่อยๆสร้างธุรกิจให้เป็นรูปแบบมากขึ้น แทนที่จะทุ่มเงินส่วนใหญ่ในการสร้างธุรกิจเต็มรูปแบบในครั้งเดียว

1.2 แหล่งเงินทุนในใกล้ตัว(3 F :Family, Friend, Founder)

แหล่งเงินทุนง่าย ๆ ใกล้ตัว ได้แก่ F ตัวแรก Founder นักลงทุน , F ตัวที่สอง Family ครอบครัว , F ตัวที่สาม Friend เพื่อน

1.3 การระดมทุนสาธารณะ (Crowd funding)

เป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับคนที่อยากเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) แต่ยังมีขาดเงินลงทุน ไปรโมโครงการหรือธุรกิจ เพื่อเปิดรับการระดมทุนสาธารณะบนแพลตฟอร์ม หรือเว็บไซต์ที่เป็นตัวกลางในการช่วยระดมทุน อาทิ Kickstarter, Indigogo, Gofundme ซึ่งการระดมทุนสาธารณะ จะมี 4 รูปแบบด้วยกัน ได้แก่

- 1) **Reward-based Crowdfunding** หากผู้สนับสนุนช่วยกันระดมทุนให้แก่โครงการได้สำเร็จ ถึงเป้าที่กำหนด ผู้สนับสนุนจะได้รับสิทธิประโยชน์ตอบแทนกลับไป เช่น ได้รับสินค้าหรือบริการจากโครงการเป็นกลุ่มแรก เป็นต้น
- 2) **Donation-based Crowdfunding** การระดมทุนในรูปแบบการขอรับบริจาค เพื่อนำทุนไปใช้ตามวัตถุประสงค์โครงการ ผู้สนับสนุนจะไม่ได้รับสิ่งใดเป็นผลตอบแทน



3) **Equity-based Crowdfunding** การระดมทุนด้วยการ “เข้าหุ้น” คือ ผู้สนับสนุนนั้นจะได้ถือครองหุ้นของโครงการนั้นๆ ด้วยตามสัดส่วน พร้อมโอกาสที่จะได้รับผลประโยชน์จากกิจการในอนาคต

4) **Lending-based Crowdfunding หรือ Peer-to-Peer Lending** การระดมทุนผ่านการยืมเงินทุนจากผู้สนับสนุน โดยกำหนดระยะเวลาในการชำระคืนและจ่ายดอกเบี้ยให้แก่ผู้สนับสนุน

1.4 นักลงทุนอิสระที่ถือหุ้นในระยะเริ่มต้นธุรกิจ(Angel Investment)

นักลงทุนรายบุคคล (Angel investor) นักลงทุนรายบุคคล เป็นบุคคลที่ร่ำรวยอยู่แล้ว พร้อมจะสนับสนุนไอเดียธุรกิจของผู้ประกอบการไฟแรงในช่วงต้นของการเริ่มธุรกิจ จุดประสงค์หลักก็คือการจะเข้ามาเป็นส่วนร่วมในธุรกิจของเรา หรือเข้ามามีหุ้นส่วน

1.5 การร่วมลงทุน(Venture Capital) และกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund)

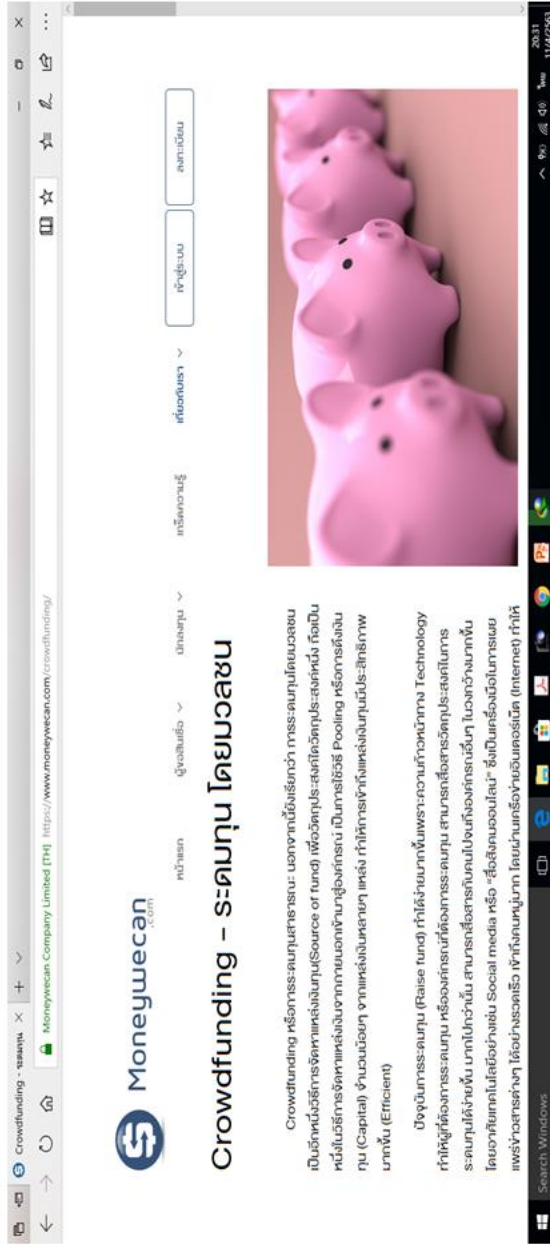
1) **การร่วมลงทุน (Venture Capital)** เป็นการนำเงินลงทุนเข้าไปร่วมถือหุ้นในบริษัท เป้าหมายคือการขยายกิจการของบริษัท โดยบริษัทหนึ่งแต่เงินทุนไม่เพียงพอ จึงต้องการระดมทุน จากเพื่อนญาติพี่น้อง หรือ นักลงทุนท่านอื่น ซึ่งเจ้าของเงินลงทุนเหล่านี้จะได้เป็นหุ้นส่วนของบริษัทด้วยและเมื่อถึงเวลาที่บริษัทมีกำไรก็จะทำการแบ่งส่วนตามสัดส่วนของการถือหุ้น

2) **กองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund)** อาจเป็นการลงทุนหลากหลาย กลุ่ม ซึ่งโดยมากจะเฉพาะเจาะจงและจะลงทุนในกิจการที่มีความเสี่ยงสูงเกินกว่ามาตรฐานของการให้สินเชื่อของธนาคารหรือตลาดทุน แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว Venture Capital จะมาจากกลุ่ม Wealthy Investors (ผู้ลงทุนรายใหญ่) วาณิชธนกิจ (Investment Bank) และสถาบันการเงินอื่นๆ ที่เข้าร่วมลงทุนกันในการที่มีศักยภาพในการเติบโต



ตัวอย่างการระดมทุนสาธารณะ (Crowd funding)

Moneywecan คือ ผู้ให้บริการตลาดสินค้าเงินเชื่อออนไลน์ เพื่อให้การกู้ยืมเงินแบบ Debt Crowdfunding เราเป็นตัวกลางจับคู่ความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ SME และ นักลงทุน ให้มาเจอกันโดยตรง เพื่อลดความได้เปรียบ-เสียเปรียบในการจัดหาแหล่งเงินทุน



Crowdfunding - ระดมทุน โดยมวลชน

Crowdfunding หรือการระดมทุนสาธารณะ: นอกจากนี้ยังเรียกว่า การระดมทุนโดยมวลชน เป็นอีกหนึ่งวิธีการจัดหาแหล่งเงินทุน (Source of fund) เพื่อวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน เช่น ก่อตั้งบริษัทในธุรกิจจัดหาแหล่งเงินทุนจากผู้ลงทุน เป็นการ Pooling หรือการตั้งเงิน (Capital) จำนวนน้อยๆ จากแหล่งเงินหลาย แหล่ง ทำให้การเข้าถึงแหล่งเงินทุนมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Efficient)

ปัจจุบันการระดมทุน (Raise fund) ทำได้ผ่านเทคโนโลยีทางการเงินก้าวหน้าทาง Technology ทำให้ผู้ต้องการระดมทุน หรือองค์กรที่ต้องการระดมทุน สามารถสื่อสารวัตถุประสงค์ในการระดมทุนได้ง่ายขึ้น มากไปกว่านั้น สามารถสื่อสารกันแบบเรียลไทม์ได้ทันที ในวงกว้างมากขึ้น โดยอาศัยเทคโนโลยีต่างๆ เช่น Social media หรือ “สื่อสังคมออนไลน์” จึงเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ได้รวดเร็วและกว้างไกลมากขึ้น โดยผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต (Internet) ทำให้

หน้าแรก | ผู้ลงเงิน | นักลงทุน | ฝึกอบรม | เกี่ยวกับเรา | ลงทุนด้วย

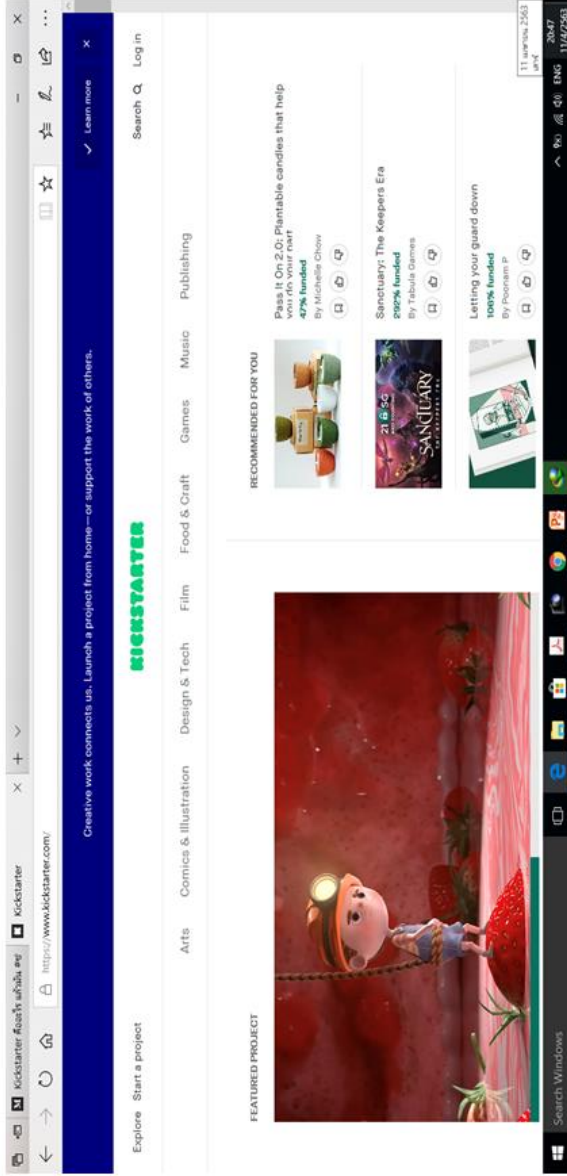
ที่มา : <https://www.moneywecan.com/crowdfunding/>





ตัวอย่างการระดมทุนสาธารณะ (Crowd funding)

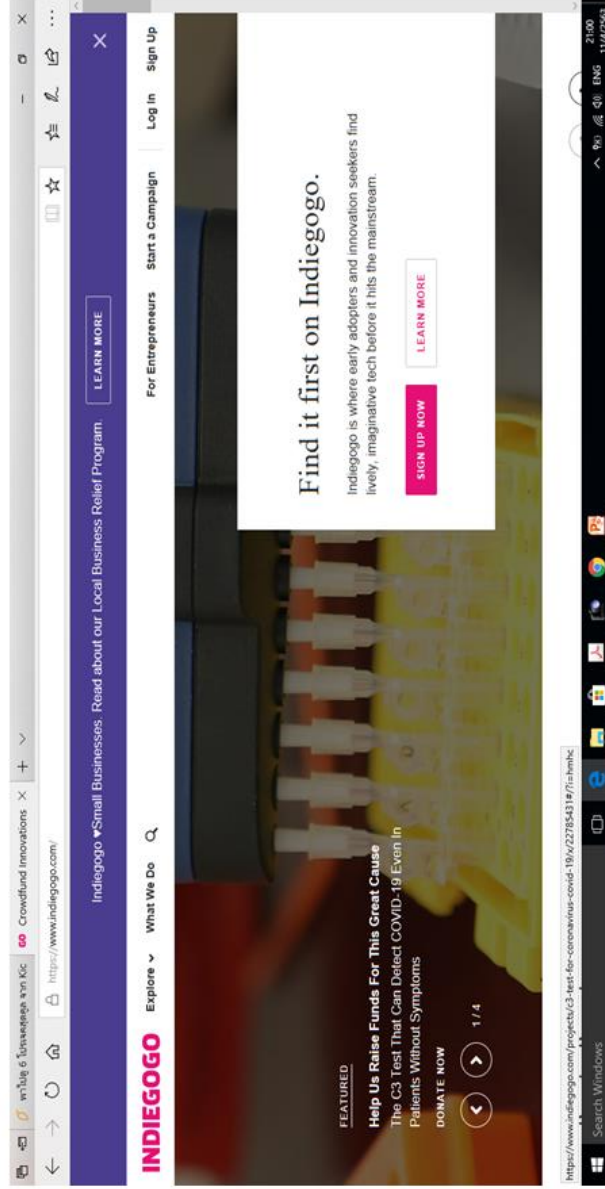
Kickstarter คือ เว็บไซต์ระดมทุนระดับโลกที่ให้บริการระดมทุนสาธารณะสำหรับคนที่มีโครงการหรือไอเดียที่น่าสนใจ มีแผนงานที่ชัดเจนก็สามารถแปลงมาเป็นเงินทุนได้



ที่มา : <https://www.kickstarter.com/discover/places/bangkok-th>

ตัวอย่างการระดมทุนสาธารณะ (Crowd funding)

Indiegogo คือ เว็บไซต์ระดมทุนระดับโลกที่ให้บริการระดมทุนสาธารณะที่คล้ายคลึงกับ Kickstarter



พื้ทก : <https://www.indiegogo.com/>





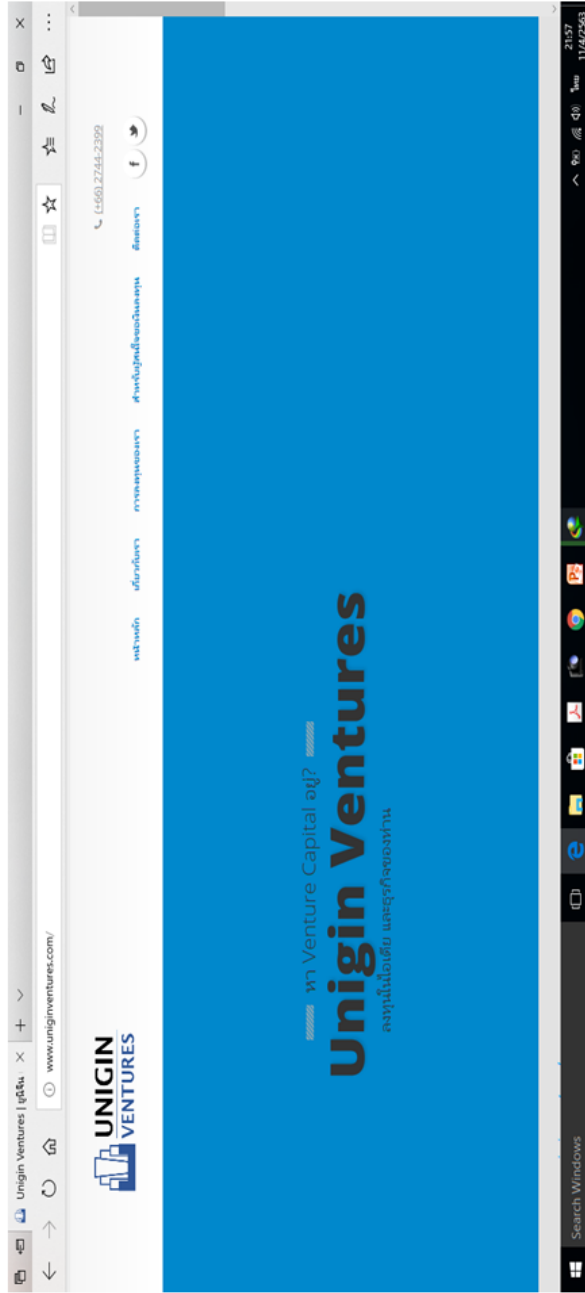
1.5 การร่วมลงทุน(Venture Capital) และกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund)

1) การร่วมลงทุน (Venture Capital) เป็นการนำเงินลงทุนเข้าไปร่วมถือหุ้นในบริษัท เปรียบเหมือนการออกจะเปิดบริษัท โดยบริษัทหนึ่งแต่เงินทุนไม่เพียงพอ จึงต้องการระดมทุนจากเพื่อนญาติพี่น้อง หรือนักลงทุนท่านอื่น ซึ่งเจ้าของเงินทุนเหล่านี้จะได้เป็นหุ้นส่วนของบริษัทด้วยและเมื่อถึงเวลาที่บริษัทมีกำไรก็จะทำการแบ่งส่วนส่วนของการถือหุ้น

2) กองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund) อาจเป็นการลงทุนจากนักลงทุนหลายๆ กลุ่ม ซึ่งโดยมากจะเฉพาะเจาะจง และจะลงทุนในกิจการที่มีความเสี่ยงสูงเกินกว่ามาตรฐานของการให้สินเชื่อของธนาคารหรือตลาดทุน แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว Venture Capital จะมาจากกลุ่ม Wealthy Investors (ผู้ลงทุนรายใหญ่) วาณิชธนกิจ (Investment Bank) และสถาบันการเงินอื่นๆ ที่เข้าร่วมลงทุนกันในการเติบโต

ตัวอย่างการร่วมลงทุน (Venture Capital)

Unigin Ventures เรายคือ Venture Capital ในประเทศไทยที่ลงทุนใน Startup และ SMEs ทุกระดับ



ที่มา : <http://www.uniginventures.com/>





ตัวอย่างกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund)

กองทุนร่วมลงทุนของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ร่วมลงทุนในกิจการ SMEs เพื่อส่งเสริมการเจริญเติบโตของ SMEs ที่มีศักยภาพ ซึ่งมีความตั้งใจจริงในการทำธุรกิจขนาดใหญ่และเงินลงทุนในช่วงเริ่มต้นดำเนินกิจการ หรือ ระหว่างดำเนินกิจการ ที่มีนวัตกรรมที่สร้างให้เกิดผลประโยชน์ต่อประเทศ

The screenshot shows the website for the Venture Capital Fund (VC Fund) at SME Bank. The page is in Thai and features a navigation menu with options like 'หน้าหลัก', 'สินเชื่อ', 'บริการ', 'อัตราดอกเบี้ย', 'ข้อมูลธนาคาร', 'ช่องทางบริการ', 'CG & CSR', and 'ติดต่อเรา'. The main content area is titled 'งานด้านร่วมลงทุน' and includes a sub-heading '“กองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund) คืออะไร”'. The text explains that the VC Fund is a fund established by the bank to support SMEs with high growth potential. It mentions that the fund has a total amount of 3-7 billion Baht and is managed by a professional team. The page also includes a table with two columns: 'ข้อดี' (Advantages) and 'ข้อเสีย' (Disadvantages). The 'ข้อดี' section lists 'มีผู้เชี่ยวชาญด้านการเงิน และธุรกิจที่แข็งแกร่ง' (Strong financial and business experts). The 'ข้อเสีย' section lists 'ลงทุนมีความเป็นไปของไม่แน่นอน เนื่องจากได้เป็นการถือหุ้นกลาง' (Investment is uncertain due to being a minority stake).

ที่มา : <https://www.smebank.co.th/development-entrepreneurs/Investment>

1.6 องค์การที่มีหน่วยงานเพื่อลงทุนในกองทุนหรือสตาร์ทอัพซึ่งมีโอกาสเติบโตไปพร้อมกับบริษัท (Corporate Venture Capital)

1) เอสซีจี : ก่อตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นมาในชื่อ **AddVentures by SCG** เป็นบริษัทในรูปแบบ Corporate Venture Capital เพื่อเสริมศักยภาพสตาร์ทอัพทั่วโลก เสนอแนะนโยบายการทำ Digital Transformation ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีรูปแบบการลงทุนกับสตาร์ทอัพอยู่ 3 รูปแบบ

- 1.1) ลงทุนผ่านกองทุนที่ลงทุนในสตาร์ทอัพ (Fund of Fund) และลงทุนโดยตรงในสตาร์ทอัพ (Direct Investment) ที่มีการทำงานและวิธีคิดสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการเติบโตของเอสซีจี
- 1.2) สร้างความร่วมมือแบบพันธมิตรร่วมทุน (Joint Venture Partnership) กับสตาร์ทอัพที่อยู่ในช่วง Growth state ถือเป็นการสร้างธุรกิจใหม่ของเอสซีจี โดยเป็นทั้งการใช้สตาร์ทอัพจากต่างประเทศมาปรับใช้ที่ไทย และเข้าไปใช้กับเอสซีจีในภูมิภาคอื่นด้วย
- 1.3) สร้างพันธมิตรในฐานะคู่ค้า (Commercial partnership) กับสตาร์ทอัพที่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการมาใช้กับหน่วยธุรกิจปัจจุบันของเอสซีจี

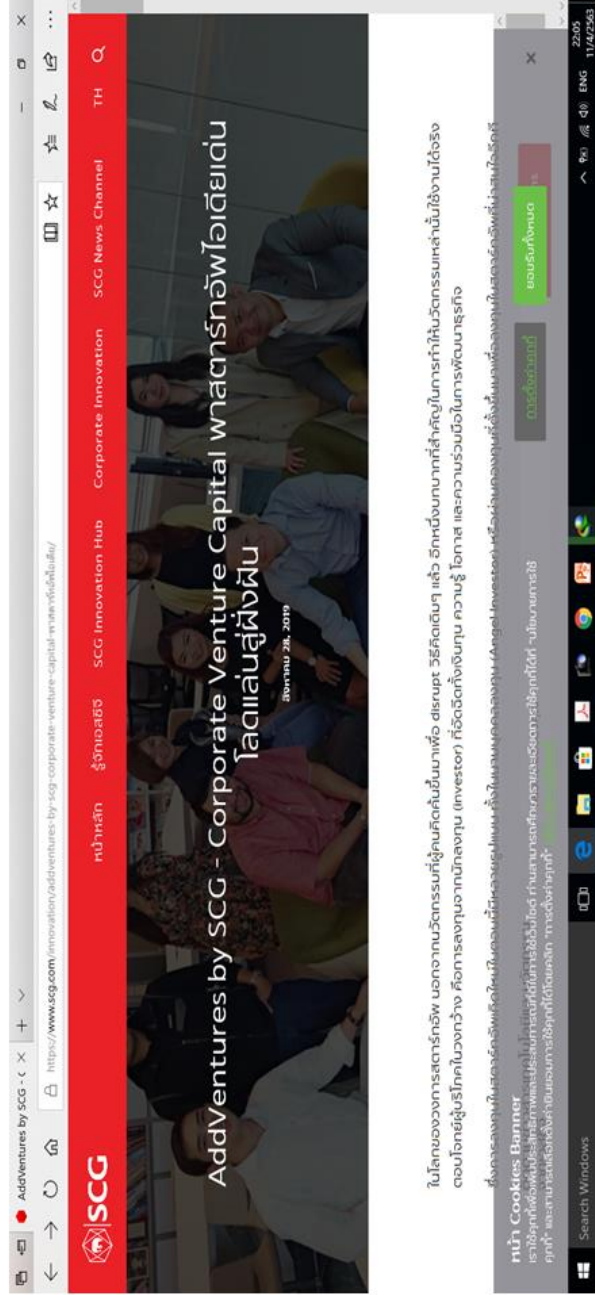
2) ธนาคารกสิกรไทย : เปิดตัว 'บีคอน เวนเจอร์ แคปิทัล' (**Beacon Venture Capital**) เพื่อเป็นหน่วยงานที่ร่วมลงทุนในสตาร์ทอัพภายใต้แนวคิด The Next Building Block และจัดตั้งกองทุน 1,000 ล้านบาท หนุนพัฒนานวัตกรรมด้านการเงินที่ส่งเสริมกลยุทธ์ของธนาคาร โดยมีรูปแบบการลงทุนกับสตาร์ทอัพอยู่ 2 รูปแบบ

- 2.1) การลงทุนโดยตรง (Direct Investment) ทั้งสตาร์ทอัพไทยและต่างประเทศ
- 2.2) การลงทุนผ่านกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund) ชื่นหน้า



ตัวอย่างหน่วยงานขององค์กรขนาดใหญ่ที่เข้ามาร่วมลงทุน (Corporate Venture Capital)

เอสซีจีได้ก่อตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นมาในชื่อ **AddVentures by SCG** เป็นบริษัทในรูปแบบ Corporate Venture Capital เพื่อเสริมศักยภาพสตาร์ทอัพทั่วโลก พาสตาร์ทอัพเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และหุ้นผู้ส่งผ่าน



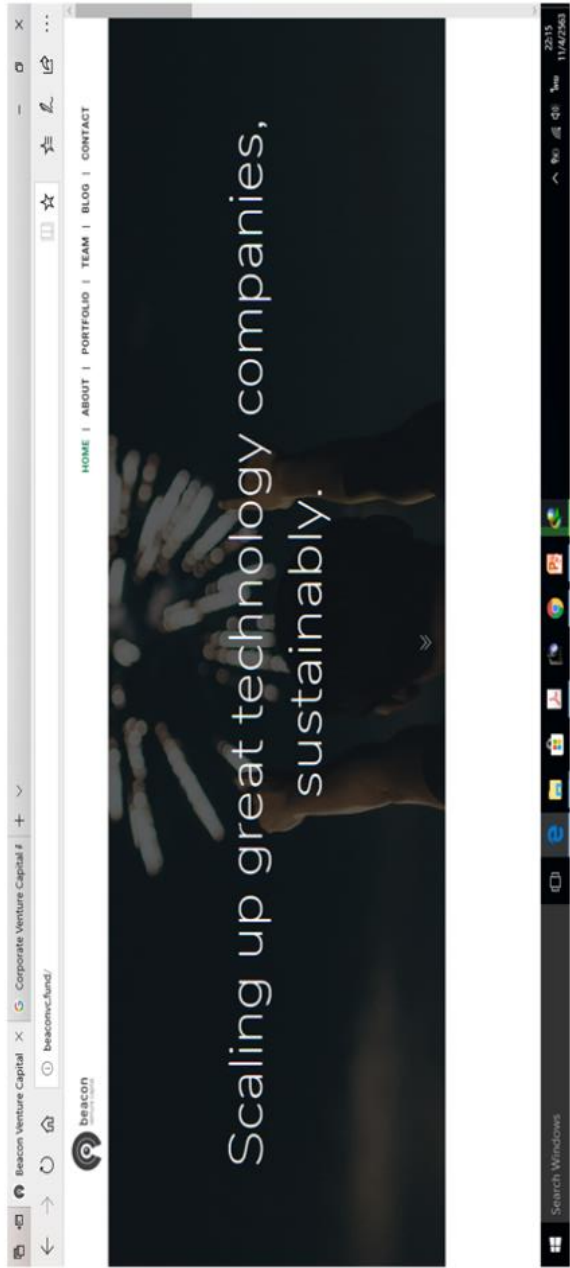
ที่มา : <https://www.scg.com/innovation/addventures-by-scg-corporate-venture-capital>-พาดตาท์อัพเอเชีย/





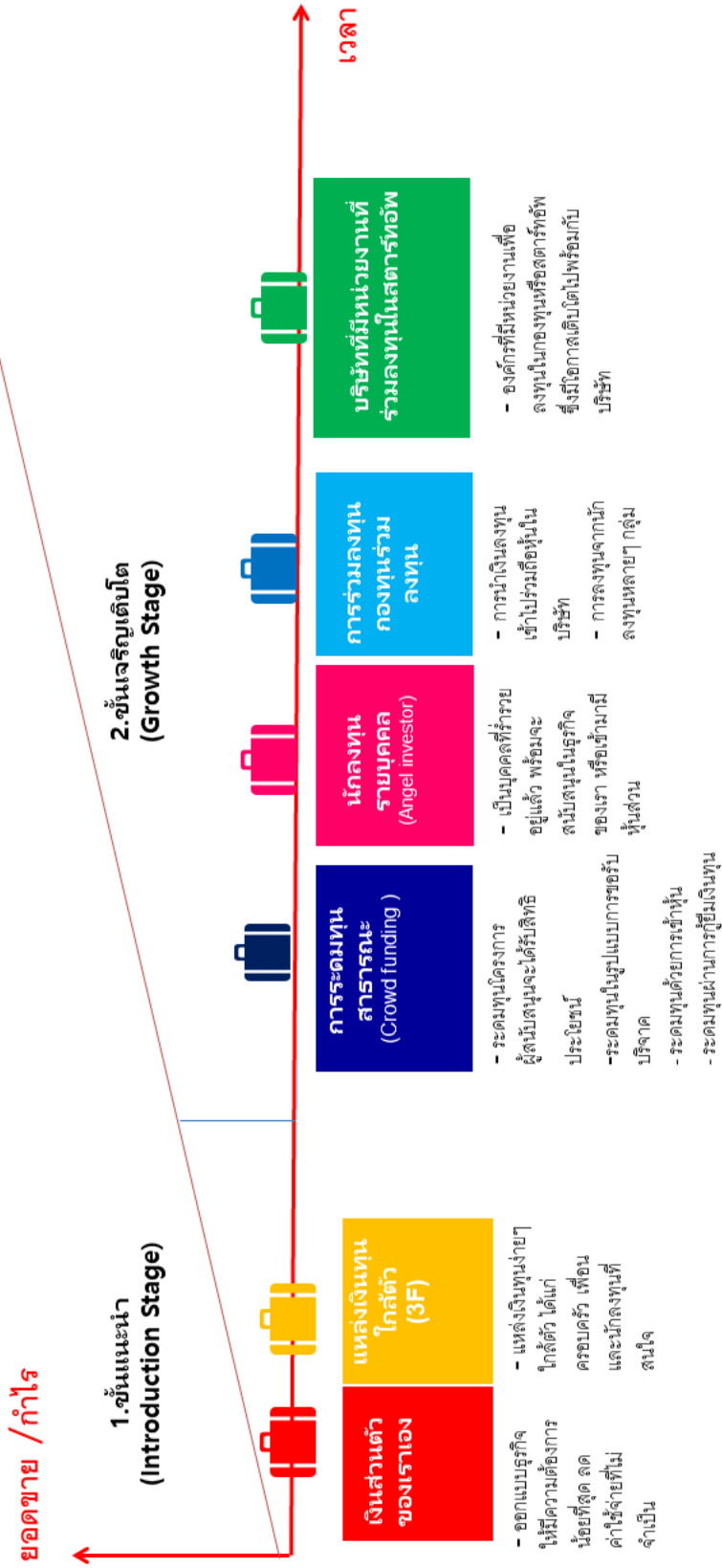
ตัวอย่างหน่วยงานขององค์กรขนาดใหญ่ที่เข้าร่วมลงทุน (Corporate Venture Capital)

ธนาคารกสิกรไทยเปิดตัวบริษัทบริษัทยูนิคอน เวนเจอร์ แคปิตอล (Beacon Venture Capital) เพื่อเป็นหน่วยงานที่ร่วมลงทุนในสตาร์ทอัพ ภายใต้แนวคิด The Next Building Block โดยมีเม็ดเงินลงทุน 1,000 ล้านบาท หนุนพัฒนานวัตกรรมด้านการเงินที่ส่งเสริมกลยุทธ์ของธนาคาร



ที่มา : <http://beaconvc.fund/>

วงจรชีวิตการเงิน : 6 แหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่ (Startup)



ที่มาของภาพ : ผู้วิจัย



2. นวัตกรรมทางการเงิน (Financial innovation)

2.1 บล็อกเชน (Block chain)

บล็อกเชน (Block chain) หมายถึง เทคโนโลยีการจัดเก็บข้อมูลแบบ Shared Database หรือที่รู้จักกันในชื่อ “Distributed Ledger Technology (DLT)” โดยเป็นรูปแบบการบันทึกข้อมูลที่ไร้ความเคลือบแคลงที่ทุกคนเห็นในสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไข ซึ่งทุกผู้ใช้งานจะได้เห็นข้อมูลชุดเดียวกันทั้งหมดโดยใช้หลักการ Cryptography และความสามารถของ Distributed Computing เพื่อสร้างกลไกความน่าเชื่อถือที่ระบบการจัดการฐานข้อมูล (Data structure)

บล็อก(Block) หมายถึง ชุดบรรจุข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการบรรจุลงใน Block เรียกว่า **Block Data** เช่น ข้อมูลการทำธุรกรรมต่าง ๆ และส่วนของ **Block Header** ที่ใช้เก็บข้อมูลประจำ Block นั้น ๆ ได้แก่ หมายเลข **Block**, คำ **Nounce**, คำ **Previous Hash** และค่า **Current Hash** เป็นต้น

Public Blockchain หมายถึง Blockchain วงเปิดที่อนุญาตให้ทุกคนสามารถเข้าใช้งานไม่ว่าจะเป็นการอ่าน หรือการทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้อย่างอิสระโดยไม่จำเป็นต้องขออนุญาต ตัวอย่างของระบบ Blockchain แบบเปิดสาธารณะ เช่น **Bitcoin, Ethereum**

Private Blockchain หมายถึง Blockchain วงปิดที่เข้าใช้งานได้เฉพาะผู้ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการสร้างขึ้นเพื่อใช้งานภายในองค์กร ดังนั้นข้อมูลการทำธุรกรรมต่าง ๆ จะถูกจำกัดอยู่เฉพาะภายในเครือข่าย ซึ่งประกอบไปด้วยสมาชิกที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น ตัวอย่างของระบบ Blockchain แบบปิด เช่น **Hyperledger, Corda, Tendermint**



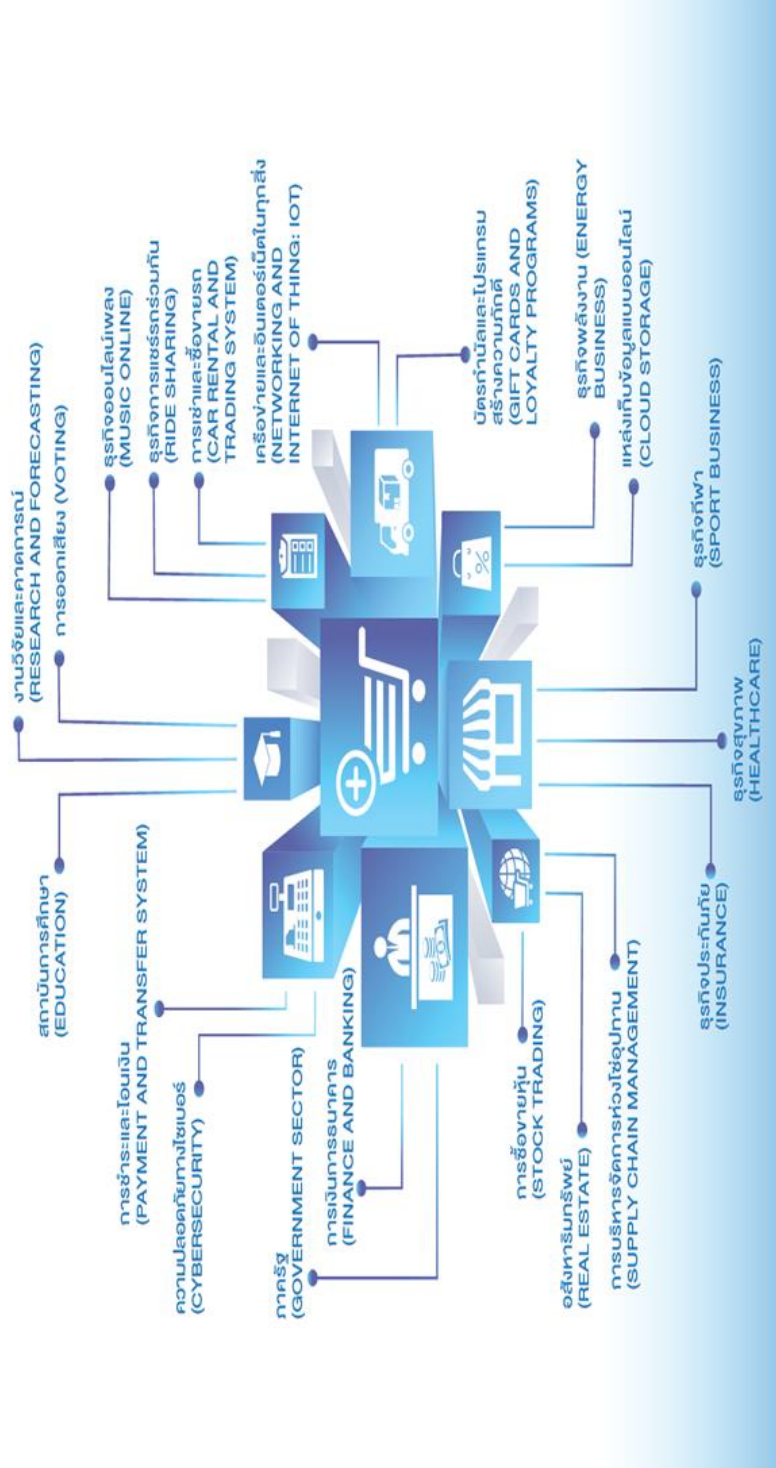
Ethereum หมายถึง เป็น Platform ของ Blockchain แบบเปิด (Public Blockchain) โดย Ethereum มีความแตกต่างจาก Bitcoin เนื่องจาก Ethereum ถูกออกแบบมาเพื่อให้สามารถปรับตัวได้และมีความยืดหยุ่น อีกทั้งยังเป็น Open Source โดยความสามารถของ Ethereum ถือว่าทัดเทียมกับ Bitcoin แต่สิ่งที่เพิ่มขึ้นมา คือ ฟิเจอร์ที่เรียกว่า Smart Contract ที่อนุญาตให้ผู้ใช้ หรือนักพัฒนา โปรแกรม สามารถเขียนโปรแกรมลงในข้อมูลของสกุลเงิน Ether ได้เพื่อให้ทำงานอัตโนมัติเมื่อเงื่อนไขที่กำหนดในสัญญา ดังนั้นจึงทำให้ สามารถสร้าง Application ต่าง ๆ ขึ้นมาบนเครือข่าย Ethereum อีกชั้นหนึ่งได้ ทำให้เกิดรูปแบบที่หลากหลายในการใช้งานซึ่งแตกต่างจาก Bitcoin ที่เน้นการทำธุรกรรมเพียงอย่างเดียว

Cryptocurrency หมายถึง สกุลเงินดิจิทัลซึ่งมีมูลค่าเหมือนกับธนบัตรในสกุลเงินประเทศต่าง ๆ และถูกใช้เป็นส่วนกลางในการแลกเปลี่ยนแบบ ดิจิทัลโดยการแลกเปลี่ยนรูปแบบดิจิทัลได้เริ่มขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 2009 ซึ่ง Blockchain Application ในกลุ่มเงินดิจิทัลได้ถูกพัฒนา ขึ้นเพื่อใช้ในการให้บริการทางการเงินและการโอนเงิน ยกตัวอย่างเช่น Bitcoin และ Ripple

Ledger หมายถึง บัญชีประวัติการทำธุรกรรมซึ่งจะถูกรวบรวมขึ้นที่ทุกและทำสำเนาแจกจ่ายให้กับทุก Node ที่อยู่ในเครือข่าย Blockchain

Oracle หมายถึง แหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้จากภายนอกในระบบ Blockchain (Trusted 3rd Party Source) ซึ่ง Smart Contract จะนำมา อ้างอิงเพื่อบังคับใช้สัญญาตามที่เขียนโปรแกรมไว้ เช่น แหล่งข้อมูลระดับน้ำของแต่ละพื้นที่เพื่อให้กรมธรรม์ประกันภัยที่เขียนด้วย Smart Contract ใช้สำหรับอ้างอิงการเคลมประกันแบบอัตโนมัติ

Smart Contract หมายถึง สัญญาอัจฉริยะโดยจะเก็บเงื่อนไขหรือข้อตกลงของสัญญาต่าง ๆ ไว้ในรูปแบบ Code คอมพิวเตอร์ซึ่งจะถูกเก็บไว้ในเครือข่าย Blockchain



รูปภาพที่ 1 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Blockchain ในภาคส่วนต่างๆ
 ที่มา : การใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนสำหรับภาครัฐ เวอร์ชัน 1.1 (มกราคม 2562) สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน)

ตัวอย่างเทคโนโลยีบล็อกเชนกับการประยุกต์ใช้ในธุรกิจ

1) Digital Ventures (DV) บริษัทลงทุนในเครือธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB) ประกาศความร่วมมือกับบริษัทซีเมนส์ไทย (SCG) พัฒนาระบบจัดซื้อจัดจ้าง **B2P (Blockchain Solution for Procure-to-Pay) ครอบคลุมทุกขั้นตอน** ตั้งแต่เริ่มต้นในการสั่งซื้อสินค้า จนถึงขั้นตอนสุดท้ายในการชำระค่าสินค้าผ่านธนาคาร

- เดิมกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างมีขั้นตอนที่ต้องตรวจสอบมากมาย เปลืองเวลา และเอกสารของทุกฝ่าย จึงต้องการปรับปรุงเครือข่ายซัพพลายเชนของ SCG ให้สะดวกและโปร่งใสมากขึ้น
- หลังการทดลองใช้งานประมาณ 1 เดือน พบว่าประสิทธิภาพการสั่งซื้อได้รับการอนุมัติ ค่าใช้จ่ายของ SCG จะได้รับเงินทันที แถมคู่ค้ายังสามารถนำใบแจ้งหนี้ไปค้าประกัน (invoice financing) ผ่านระบบได้ทันทีเช่นกัน

2) ธนาคารสวิสส์ UBS และ ธนาคารอังกฤษ Barclays ทดลองเอาเทคโนโลยีของบริษัท **R3 CEV** นี้เข้ามาใช้ เพื่อให้การทำงานระบบหลังบ้านและการทำข้อตกลงต่างๆ ให้เป็นไปได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น บางธนาคารบอกว่ามากกว่าการนำเทคโนโลยีนี้มาใช้สามารถช่วยลดต้นทุนได้มากถึง \$20 Billion

3) บริษัทตรวจสอบบัญชี Deloitte ช่วยธนาคารพาณิชย์ในอินเดียปรับปรุงการออก **L/C** ด้วยกระบวนการอัตโนมัติลดระยะเวลาในการออกเอกสาร จาก 20-30 วัน ให้เหลือเพียงไม่กี่ชั่วโมง

4) Skuchain ผู้พัฒนาบล็อกเชนสำหรับการค้าระหว่างประเทศ ได้ดูขั้นตอนทั้งหมดเกี่ยวกับ **L/C** ด้วยการพัฒนาการติดตามสินค้าแบบเรียลไทม์และบริษัทเรือสินค้าคงคลังเพื่อลดความเสี่ยงในการชำระเงินข้ามธนาคารที่ธุรกรรม โดยการทำให้ผู้ปล่อยสินเชื่อสามารถจัดหาเงินทุนให้กับผู้บริการตลอดห่วงโซ่อุปทานเพื่อลดต้นทุนของเงินทุนที่ใช้ในห่วงโซ่อุปทานนี้



2.2 เทคโนโลยีทางการเงิน หรือฟินเทค (Fin Tech)

ฟินเทค (Fin Tech) หมายถึง การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างนวัตกรรมใหม่ เพื่อเป็นสินค้าบริการ การแก้ปัญหาทางการเงิน รวมถึงเป็นแนวทางการประกอบธุรกิจใหม่ๆ ทำให้การเข้าถึงทางการเงินเป็นไปได้ง่าย เช่น การทำธุรกรรมรับ-จ่าย-โอนเงินออนไลน์ของธนาคาร หรือ การวิเคราะห์ข้อมูลหุ้นเพื่อช่วยการตัดสินใจของนักลงทุนในรูปแบบของบริการออนไลน์

ฟินเทค (Fin Tech) แบ่งออกได้กว้างๆ เป็น 7 ประเภท ดังนี้

- 1) **Banking Technology** : การเข้าถึงและทำธุรกรรมผ่านบัญชีธนาคาร Mobile Banking เช่น แอปพลิเคชันธนาคาร Mobile Banking ที่มีขึ้นเพื่อให้ลูกค้าของธนาคารสามารถทำธุรกรรมต่างๆ ที่เป็นการบริหารจัดการเงินของตัวเองได้ด้วยตัวเอง
- 2) **Lending Technology** : บริการกู้ยืมขอสินเชื่อ เช่น เพียร์ ทอเวอ์แพลตฟอร์ม คือผู้ให้บริการหุ่นกู้คราเวดที่ช่วยให้เจ้าของธุรกิจได้อัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่า และนักลงทุนได้ผลตอบแทนที่ดีกว่า.
- 3) **Cryptocurrency** : เงินสกุลดิจิทัล หรือ คริป โทเคอร์เรนซี (cryptocurrency) เช่น บิตคอยน์ (Bitcoin) , Ethereum, Ripple, Libra
- 4) **Payment** : ระบบการจ่ายเงิน เช่น ระบบ E-Wallet ต่างๆ ซึ่งระบบ Payment จะต่างจาก Mobile Banking ตรงที่เจ้าของแพลตฟอร์มไม่ใช่ธนาคาร และให้บริการเฉพาะการใช้จ่ายเท่านั้น
- 5) **Application Programming Interfaces (API Data)** : ทำหน้าที่เป็นเหมือนสะพานเชื่อมระหว่างผู้ใช้กับแพลตฟอร์ม เป็นเหมือนประตูบ้านที่จะอนุญาตให้เฉพาะเจ้าของบัญชีหรือผู้ใช้ที่ถูกต้องเข้าถึงข้อมูลนั้นๆ ได้ ระบบนี้สามารถใช้ได้ทั้งกับ Mobile banking และแพลตฟอร์มอื่นๆ
- 6) **Regulation Technology** : เทคโนโลยีตรวจสอบความปลอดภัยทางทางการเงิน
- 7) **Insurtech** : เทคโนโลยีประกันภัย เช่น การใช้ Fintech เข้ามาช่วยทั้งด้านการคำนวณเบี้ยประกัน ผลตอบแทน ความเสี่ยง รวมถึงอัตราส่วนลดอย่างเป็นเหตุเป็นผล ช่วยให้ผู้ซื้อและผู้เสนอขายประกันภัย ประกันชีวิตบริหารจัดการการระบบประกันได้ง่ายขึ้น





2.3 เทคโนโลยีระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตนอิเล็กทรอนิกส์ (Biometric & Digital ID)

ระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตนอิเล็กทรอนิกส์ (Biometric & Digital ID) หมายถึง พินิจจุดตรวจทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐาน National Digital ID รองรับการใช้งานยืนยันตัวตนแบบใหม่ ควบคู่กับเทคโนโลยี Biometric ด้วยความร่วมมือจากหลายหน่วยงานที่พัฒนาแผนดิจิทัลไอดีขึ้น เพื่อยืนยันตัวตนหลายรูปแบบ ที่ไม่ใช่เพียงสถาบันการเงินได้ประโยชน์ แต่ยังสามารถขยายไปสู่การยืนยันตัวตนหรือข้อมูลทางการแพทย์ และการขอวีซ่า เช่น

-ประชาชนสามารถติดต่อราชการธนาคาร โดยไม่ต้องถ่ายสำเนาเอกสารที่ออกโดยภาครัฐ แต่ใช้ออกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสำเนาทะเบียนบ้าน สำเนาบัตรประชาชน และสำเนานิติบุคคล

-ประชาชนสามารถเปิดบัญชีธนาคารได้โดยไม่ต้องไปที่สาขาธนาคาร ปกติขั้นตอนยืนยันตัวตนตรงนี้ยุ่งยาก แต่เพื่อการยืนยันตัวตน ก็เลยต้องมีการเซ็นต้นฉบับเอกสารก่อน มีการถ่ายสำเนาทะเบียนบ้าน สำเนาบัตรประชาชน ที่นี้ พอไปธนาคารอื่น ก็ต้องไปยื่นเอกสารหลายแผ่น เหมือนธนาคารแรก แต่ถ้ามีการระบุตัวตนหรือลงทะเบียน Digital ID กับธนาคารแห่งหนึ่งแล้ว การติดต่อธนาคารอื่นๆ ก็จะไม่ต้องใช้ออกสารเป็นกระดาษแล้ว ธนาคารเช็คกันเองได้เลย มีข้อมูลกลางในการตรวจสอบรวมกันได้

-ธนาคารสามารถให้บริการดิจิทัล เป็บัญชีเงินฝาก ขอสินเชื่อ โดยไม่ต้องเดินทางไปสาขา เพื่อยืนยันตัวตนผ่านดิจิทัลไอดี

-สำหรับข้อมูลการยืนยันตัวตนอิเล็กทรอนิกส์ข้อมูลลูกค้าด้วยระบบ blockchain

เอกสารอ่านประกอบเพิ่มเติม

- >รวมแหล่งเงินทุน SME และ Startup
<https://www.passiongen.com/2018/08/budget-for-sme/>
- >8 เหตุผลที่ Blockchain จะพลิกวงการการเงิน
<https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/blockchain-and-bank.html>
- >รูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Blockchain เพื่องานบริการภาครัฐ
https://www.dga.or.th/upload/download/file_ff487bacfb3198a615ca75112b8d156c.pdf

เอกสารอ้างอิง

- การใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนสำหรับภาครัฐ เวอร์ชัน 1.1 (Online) แหล่งที่มา : สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) ,(27 มกราคม 2563)
ภาพรวม FinTech กับระบบการเงินของไทย (Online) แหล่งที่มา : <https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256203CoverStory.aspx> (27 มกราคม 2563)
- 3 ข้อที่ต้องใส่ใจ ก่อนเริ่มระดมทุน Crowdfunding (Online) แหล่งที่มา : <https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/3-crowdfunding-tips.html> (27 มกราคม 2563)
- 5 เทคโนโลยีที่รื้อฟื้นชีวิตมนุษย์(Online) แหล่งที่มา : <https://bualuang.fund/archives/3021/5-เทคโนโลยีที่รื้อฟื้นชีวิตต่อ/> (27 มกราคม 2563)
กสิกรไทยเปิดตัว 'Beacon VC' ดึงกองทุน 1,000 ล้าน ลงทุนสตาร์ทอัพไทยและเทศ แหล่งที่มา : <https://techsauce.co/pr-news/kbank-launches-beacon-venture-capital> (27 มกราคม 2563)
- Venture Capital คืออะไร (Online) แหล่งที่มา : <http://asiaplus.info/venturecapital/> (27 มกราคม 2563)
Business Model ของธุรกิจสตาร์ทอัพ (Online) แหล่งที่มา : https://www.set.or.th/enterprise/documents/StartupGuideBook_reprint_Oct2018.pdf (27 มกราคม 2563)

AddVentures by SCG - Corporate Venture Capital พาสตาร์ทอัพไอเดียเด่น โคลดเด่นสู่ฝั่งฝัน (Online)
 แหล่งที่มา : <https://www.scg.com/innovation/addventures-by-scg-corporate-venture-capital-พาสตาร์ทอัพไอเดีย/> (28 มกราคม 2563)

SCB จับมือ SCG พัฒนาระบบจัดซื้อจัดจ้างผ่าน **Blockchain** ด้วยเทคโนโลยีจาก **R3 (Online)** แหล่งที่มา :
<https://www.blognone.com/node/105209> (28 มกราคม 2563)

บล็อกเชน กับ 20 อุตสาหกรรมที่เอาเทคโนโลยีนี้ไปใช้ (Online) แหล่งที่มา : <https://www.blockchain.in.th/บล็อกเชน-กับ-20-อุตสาหกรรม/> (28 มกราคม 2563)

หัวใจของการสร้าง FinTech คืออะไร (Online) : แหล่งที่มา : <https://www.krungsi.com/bank/th/plearn-plearn/what-is-fintech-startups.html>
 (29 มกราคม 2563)

Fintech เทคโนโลยีทางการเงิน การบริการ และการลงทุน (Online) แหล่งที่มา : แหล่งที่มา :
<https://www.peakpower.co.th/blog/investor/fintech-เทคโนโลยีทางการเงิน/> (29 มกราคม 2563)

เจาะความลับหน้า Digital ID ระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตนอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อเราต้องก้าวสู่โลกดิจิทัลอย่างเต็มตัว (Online) แหล่งที่มา : แหล่งที่มา :
<http://www.adsithailand.com/post/5766> (29 มกราคม 2563)

เดรดิต free powerpoint templates
<https://www.free-powerpoint-templates-design.com/free-powerpoint-templates-design/>



บทเรียนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการเงิน



เนื้อหาบทเรียนที่ 2

- 3. ความรู้เกี่ยวกับการเงิน
 - 3.1 งบการเงินสำหรับผู้ประกอบการ
 - 3.2 การวิเคราะห์ทางการเงิน
 - 3.3 การวิเคราะห์กระแสเงินสดส่วนอื่นๆ
 - 3.4 การบริหารทุนหมุนเวียน
 - 3.5 ความเสี่ยงทางการเงิน
- 4. การศึกษาความเป็นไปได้ของธุรกิจใหม่
 - 4.1 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านธุรกิจ
 - 4.2 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการดำเนินงาน
 - 4.3 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงิน
- 5. การจัดทำแผนการเงิน
 - 5.1 การทำแผนการเงินง่ายๆ ด้วย 3 ขั้นตอน

2. ความรู้เกี่ยวกับกาจเงิน

2.1 งบการเงินสำหรับผู้ประกอบการ : งบการเงินมีประโยชน์อย่างมากสำหรับผู้ประกอบการ เพราะสามารถวางแผนอนาคต วิเคราะห์อดีต และประเมินผลของปัจจุบัน นอกจากนี้ยังสามารถช่วยบริหารจัดการด้านการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ แบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ดังนี้



งบแสดงฐานะการเงิน(งบดุล)

งบการเงินที่แสดงข้อมูลเกี่ยวกับฐานะการเงินของกิจการ

งบดุล

สินทรัพย์ = หนี้สิน + ทุน



งบกำไรขาดทุน

งบการเงินที่แสดงผลการดำเนินงานของกิจการสำหรับรอบระยะเวลาหนึ่ง

งบกำไรขาดทุน

รายได้-ค่าใช้จ่าย = กำไร (ขาดทุน) สุทธิ



งบกระแสเงินสด

งบการเงินที่แสดงถึงได้มาและจ่ายไปของเงินหรือรายการเทียบเท่าเงินสด ของกิจการในรอบบัญชี

งบกระแสเงินสด

- 1) กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน
- 2) กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน
- 3) กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหา

ที่มา : ผู้วิจัย

บริษัท AAA จำกัด
งบแสดงฐานะการเงิน(งบดุล)
 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

| สินทรัพย์ | (บาท) |
|------------------------------------|----------------|
| สินทรัพย์หมุนเวียน | |
| เงินสดและเงินฝากธนาคาร | 100,000 |
| ลูกหนี้ | 140,000 |
| สินค้าคงคลัง | 200,000 |
| รวมสินทรัพย์หมุนเวียน | 440,000 |
| สินทรัพย์ถาวร | |
| โรงงาน เครื่องจักรและที่ดิน | 500,000 |
| รวมสินทรัพย์ถาวร | 500,000 |
| รวมสินทรัพย์ทั้งหมด | 940,000 |
| หนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้น | |
| หนี้สินระยะสั้น | |
| เจ้าหนี้การค้า | 310,000 |
| เจ้าหนี้เงินกู้ระยะสั้น | 120,000 |
| รวมหนี้สินระยะสั้น | 430,000 |
| หนี้สินระยะยาว | |
| เงินกู้ระยะยาว | 160,000 |
| ส่วนของผู้ถือหุ้น | |
| ทุนผู้ถือหุ้นสามัญ | 200,000 |
| กำไรสะสม | 130,000 |
| รวมหนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้น | 940,000 |

1) งบแสดงฐานะการเงิน(งบดุล)
งบแสดงฐานะการเงิน (Statement of Financial Position) คือ งบการเงินที่แสดงข้อมูลเกี่ยวกับฐานะการเงินของกิจการ ณ วันใดวันหนึ่ง ประกอบด้วย สินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้เจ้าของ (ทุน)

$$\text{สินทรัพย์} = \text{หนี้สิน} + \text{ทุน}$$



$$\text{สินทรัพย์} = \text{หนี้สิน} + \text{ทุน}$$

$$940,000 = 610,000 + 330,000$$

ประโยชน์ของงบดุล

- 1.1) ทำให้ทราบฐานะการเงินของบุคคลหรือกิจการค่าว่ามีจำนวนเท่าใด
- 1.2) ทำให้ทราบว่าจำนวนเงินสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้เจ้าของ (ทุน) มีจำนวนเท่าใด

ที่มา : ผู้จัดทำได้แรงบันดาลใจจากงบแสดงฐานะการเงินของบริษัทที่ได้อธิบายจาก จ้ากั๊ด อัจฉรา ฉันททรัพย์และ ศิพัฒนา ไตรอุไรเชษ ,การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่

บริษัท AAA จำกัด
งบกำไรขาดทุน
สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2562

| | (บาท) |
|-----------------------------|------------------|
| รายได้สุทธิ | 1,000,000 |
| ต้นทุนสินค้าขาย | 500,000 |
| กำไรเบื้องต้น | 400,000 |
| ค่าใช้จ่าย | |
| เงินเดือนและค่าจ้าง | 180,000 |
| ค่าขนส่งสินค้า | 50,000 |
| ค่าประกัน | 10,000 |
| ค่าโฆษณา | 15,000 |
| ค่าดอกเบี้ย | 20,000 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | 100,000 |
| รวมค่าใช้จ่าย | 375,000 |
| กำไรก่อนหักภาษี | 25,000 |
| ภาษี | 5,000 |
| กำไรสุทธิ | 20,000 |

2) งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน (Income Statement) คือ งบการเงินที่แสดงผลการดำเนินงานของกิจการสำหรับรอบระยะเวลาหนึ่ง ประกอบด้วย

- รายได้ หมายถึง สินทรัพย์ที่กิจการได้รับมาจากการประกอบกิจการ
- ต้นทุนสินค้าขาย หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร
- กำไรสุทธิ หมายถึง กำไรที่หักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ แล้ว
- ขาดทุนสุทธิ หมายถึง ส่วนของรายได้ที่ต่ำกว่าต้นทุนขาย



$$\text{รายได้ - ค่าใช้จ่าย} = \text{กำไร (ขาดทุน) สุทธิ}$$

$$\begin{aligned} \text{รายได้สุทธิ} - \text{ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร} &= \text{กำไรเบื้องต้น} \\ 1,000,000 - 600,000 &= 400,000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{กำไรเบื้องต้น} - \text{ค่าใช้จ่าย} &= \text{กำไรก่อนหักภาษี} \\ 400,000 - 375,000 &= 25,000 \end{aligned}$$

ประโยชน์ของงบกำไรขาดทุน

- 2.1) เป็นตัวสะท้อนการดำเนินงาน
- 2.2) บอกความคุ้มค่าของเงินลงทุน
- 2.3) สามารถใช้ประเมินมูลค่ากิจการที่เราจะซื้อ

ที่มา : ผู้วิจัยได้แปลงจากงบแสดงฐานะการเงินของบริษัท ไร่สุพรรณ จำกัด. อัปเดต จำนวนทรัพย์สินและสิทธิประโยชน์ , การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่ , 2562



3) บงกระแสเงินสด

บงกระแสเงินสด (Statement of Cash Flow). คือ บงการเงินที่แสดงถึงได้มาและจ่ายไปของ เงินสดหรือรายการเทียบเท่าเงินสด ของกิจการในรอบบัญชี โดยบงกระแสเงินสดจะบ่งบอกถึงสภาพคล่องทางการเงินของกิจการ โดยบงกระแสเงินสดจะเกี่ยวข้องกับ 3 กิจกรรม ดังนี้

- 1. **1.กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน** คือ กระแสเงินสดที่เกิดจากการดำเนินงานปกติของกิจการ เช่น การขายสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นกระแสเงินสดที่สะท้อนให้เห็นผลการดำเนินงานที่แท้จริงของกิจกรรมดำเนินงาน
- 1. **2.กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน** คือ กระแสเงินสดที่เกิดจากการได้มาและจ่ายไปจากสินทรัพย์ระยะยาว ซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการดำเนินงานปกติ
- 1. **3.กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหา** คือ กิจกรรมการได้มาและจ่ายไปของเงินสดที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในส่วนของผู้ขายและผู้ซื้อของกิจการกู้ยืม

ประโยชน์ของบงกระแสเงินสด

- 1. **1.** บงกระแสเงินสดทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการเงินของกิจการเพื่อประเมินความเสี่ยงของกิจการได้
- 1. **2.** ทำให้ทราบว่ากิจการมีกำไรสุทธิเงิน ชำระหนี้ จ่ายปันผลอย่างไรบ้าง
- 1. **3.** ทำให้ทราบว่ากิจการมีสภาพคล่องทางการเงินดีหรือไม่

| รายละเอียดกระแสเงินสด | |
|------------------------------------------|--|
| กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน | |
| เงินสดรับจากลูกค้า | |
| เงินสดรับจากดอกเบี้ย | |
| เงินสดรับจากเงินปันผล | |
| เงินสดจ่ายค่าซื้อสินค้า | |
| เงินสดจ่ายเงินเดือนพนักงาน | |
| เงินสดจ่ายค่าสาธารณูปโภค | |
| เงินสดจ่ายดอกเบี้ย | |
| เงินสดจ่ายภาษีเงินได้ | |
| เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่น ๆ | |
| เงินสดเพิ่มขึ้นสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน | |
| กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน | |
| เงินสดจ่ายขายโรงงาน | |
| เงินสดรับจากการขายอุปกรณ์ | |
| กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน | |
| เงินสดรับจากการออกหุ้นเพิ่มทุน | |
| เงินสดจ่ายคืนเงินกู้ | |
| เงินสดจ่ายเงินปันผล | |
| เงินสดสุทธิติดคง | |
| เงินสด ณ วันที่ 2562 | |
| เงินสด ณ วันที่ 2562 | |

ที่มา : ผู้วิจัย

2.2 การวิเคราะห์ทางการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินจะแสดงให้เห็นเหตุการณ์ทางการเงินที่เกิดขึ้นมาแล้วในอดีตและเป็นแนวทางที่จะแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มทางการเงินในอนาคตของกิจการเพื่อช่วยในการตัดสินใจ ทำให้ทราบถึงจุดอ่อนและจุดแข็งของกิจการเพื่อใช้ในการวางแผนและควบคุมทางการเงินของกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแยกวิเคราะห์ได้ 4 ประเภท ดังนี้



ที่มา : ผู้วิจัย

บริษัท AAA จำกัด
งบแสดงฐานะการเงิน(งบดุล)
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

| สินทรัพย์ | (บาท) |
|------------------------------|---------|
| สินทรัพย์หมุนเวียน | 100,000 |
| เงินสดและเงินฝากธนาคาร | 140,000 |
| ลูกหนี้ | 200,000 |
| สินค้าคงเหลือ | 440,000 |
| รวมสินทรัพย์หมุนเวียน | |
| สินทรัพย์ถาวร | 500,000 |
| โรงงาน เครื่องจักรและที่ดิน | 500,000 |
| รวมสินทรัพย์ถาวร | 940,000 |
| รวมสินทรัพย์ทั้งหมด | |

| | |
|------------------------------------|---------|
| หนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้น | |
| หนี้สินระยะสั้น | 310,000 |
| เจ้าหนี้การค้า | 120,000 |
| เจ้าหนี้เงินกู้ระยะสั้น | 430,000 |
| รวมหนี้สินระยะสั้น | |
| หนี้สินระยะยาว | 180,000 |
| เงินกู้ระยะยาว | 200,000 |
| ส่วนของผู้ถือหุ้น | 130,000 |
| ทุนผู้ถือหุ้นสามัญ | 940,000 |
| กำไรสะสม | |
| รวมหนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้น | |

1) อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)

$$\text{อัตราส่วนหมุนเวียน (Current Ratio)} = \frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน}}{\text{หนี้สินระยะสั้น}} = \frac{440,000}{430,000} = 1.02 \text{ เท่า}$$

หมายเหตุ: ปกติอัตราส่วนไม่ควรมากกว่า 1 เพื่อแสดงว่า มีสินทรัพย์หมุนเวียนเพียงพอชดเชยภาระผูกพันระยะสั้น

$$\text{อัตราส่วนหมุนเวียนอย่างถึงแก่น (Quick Ratio)} = \frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน - สินค้าคงเหลือ}}{\text{หนี้สินระยะสั้น}} = \frac{440,000 - 200,000}{430,000} = 0.56 \text{ เท่า}$$

หมายเหตุ: อัตราส่วนนี้แสดงถึงสภาพคล่องอย่างถึงแก่น เนื่องจากสินค้าคงเหลือมีสภาพคล่องน้อยที่สุด

ที่มา : ผู้วิจัยคัดแปลงจากงบแสดงฐานะการเงินของบริษัท ไตรอุโซเซ จำกัด. อัปเดตจาก จันทร์ฉายและตีพิมพ์นั ไตรอุโซเซ , การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่ , 2562

บริษัท AAA จำกัด
งบกำไรขาดทุน
สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2562

| | (บาท) |
|-----------------------------|----------------|
| รายได้สุทธิ/ยอดขาย | 1,000,000 |
| ต้นทุนสินค้าขาย | 600,000 |
| กำไรเบื้องต้น | 400,000 |
| ค่าใช้จ่าย | |
| ค่าจ้างพนักงาน | 180,000 |
| ค่าขนส่งสินค้า | 50,000 |
| ค่าประกัน | 10,000 |
| ค่าโฆษณา | 15,000 |
| ค่าดอกเบี้ย | 20,000 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | 100,000 |
| รวมค่าใช้จ่าย | 375,000 |
| กำไรก่อนหักภาษี | 25,000 |
| ภาษี | 5,000 |
| กำไรสุทธิ | 20,000 |

2) อัตราส่วนวัดกิจกรรม (Activity Ratio)

อัตราส่วนการหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover)

$$= \frac{\text{ต้นทุนสินค้า}}{\text{สินค้าคงเหลือโดยเฉลี่ย}} = \frac{600,000}{200,000} = \mathbf{3 \text{ รอบ}}$$

หมายเหตุ: อัตราส่วนนี้แสดงให้เห็นการหมุนเวียนของสินค้า
ถ้าสินค้าหมุนเวียนรอบก็จะแสดงให้เห็นประสิทธิภาพของการบริหารสินค้า

ระยะเวลาการถือสินค้า (วัน)

$$= \frac{\text{สินค้าเฉลี่ย}}{\text{ต้นทุนการขาย}/365} = \frac{200,000}{1,644} = \mathbf{121.65 \text{ วัน}}$$

หมายเหตุ: ระยะเวลาการถือสินค้า ในปี 2562 ก็คือการถือสินค้าจำนวน 121.65 วัน
ถ้าถือสินค้าน้อยวัน เงินก็จมในสินค้าคงคลัง

ที่มา : ผู้วิจัยได้แปลงจากงบแสดงฐานะการเงินบริษัทไดร้อูเอช จำกัด. อัจฉรา จันทร์ฉายและศัพพรรณ ไตรอุเมษ ,การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่ ,2562

บริษัท AAA จำกัด
งบกำไรขาดทุน
สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2562

| | (บาท) |
|-----------------------------|------------------|
| รายได้สุทธิ/ยอดขาย | 1,000,000 |
| ต้นทุนสินค้าขาย | 600,000 |
| กำไรเบื้องต้น | 400,000 |
| ค่าใช้จ่าย | |
| ค่าจ้างพนักงาน | 180,000 |
| ค่าขนส่งสินค้า | 50,000 |
| ค่าประกัน | 10,000 |
| ค่าโฆษณา | 15,000 |
| ค่าดอกเบี้ย | 20,000 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ | 100,000 |
| รวมค่าใช้จ่าย | 375,000 |
| กำไรก่อนหักภาษี | 25,000 |
| ภาษี | 5,000 |
| กำไรสุทธิ | 20,000 |

2) อัตราส่วนวัดกิจกรรม (Activity Ratio)

$$\text{ระยะเวลาการเก็บหนี้ (วัน)} = \frac{\text{ลูกหนี้โดยเฉลี่ย}}{\text{ยอดขายเฉลี่ยต่อวัน}} = \frac{140,000}{3,000} = 46.66 \text{ วัน}$$

หมายเหตุ: สมมุติยอดขายเฉลี่ยต่อวัน คือ 3,000 บาท*
ระยะเวลาการเก็บหนี้แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมสามารถเก็บหนี้ได้เร็วแค่ไหน
ถ้าบริหารได้ดีก็จะเก็บหนี้ได้เร็ว

$$\text{อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์} = \frac{\text{ยอดขาย}}{\text{สินทรัพย์รวม}} = \frac{1,000,000}{940,000} = 1.06 \text{ รอบ}$$

หมายเหตุ: อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ แสดงให้เห็นประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์ที่จะสร้างยอดขายได้กี่รอบ
ถ้าจำนวนรอบสูงก็แสดงถึงประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์สูง

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากงบแสดงฐานะการเงินของบริษัท ไตรจิวเซเช จำกัด. อัตราส่วนทางการเงินและตัวชี้วัด ไตรจิวเซเช , การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่ , 2562

บริษัท AAA จำกัด
งบกำไรขาดทุน
สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2562

| | (บาท) |
|-----------------------------|-----------|
| รายได้สุทธิ/ยอดขาย | 1,000,000 |
| ต้นทุนสินค้าขาย | 500,000 |
| กำไรเบื้องต้น | 400,000 |
| ค่าใช้จ่าย | |
| ค่าจ้างพนักงาน | 180,000 |
| ค่าขนส่งสินค้า | 50,000 |
| ค่าประกัน | 10,000 |
| ค่าโฆษณา | 15,000 |
| ค่าดอกเบี้ย | 20,000 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | 100,000 |
| รวมค่าใช้จ่าย | 375,000 |
| กำไรก่อนหักภาษี | 25,000 |
| ภาษี | 5,000 |
| กำไรสุทธิ | 20,000 |

3) อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)

$$\text{กำไรต่อยอดขาย (ROS : Return on Sale)} = \frac{\text{กำไรสุทธิ} \times 100}{\text{ยอดขาย}} = \frac{20,000 \times 100}{1,000,000} = 2\%$$

หมายเหตุ: กำไรต่อยอดขาย แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไรต่อรายได้ที่ขายสินค้าใหม่ 2562
ค่า ROS = 2% แสดงว่าทุกหน่วยที่ขายสินค้าไปจะทำได้ 2 บาท

$$\text{กำไรต่อสินทรัพย์ (ROA : Return on Assets)} = \frac{\text{กำไร} \times 100}{\text{สินทรัพย์รวม}} = \frac{20,000 \times 100}{940,000} = 2.127\%$$

หมายเหตุ: กำไรต่อสินทรัพย์ แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์ใหม่ 2562
ค่า ROA = 2.127% แสดงให้เห็นว่า ทุก 100 บาทที่ลงทุนในสินทรัพย์ก่อให้เกิดกำไร 2.127 บาท

ที่มา : ผู้วิจัยได้แปลลงจากงบแสดงฐานะการเงินบริษัทไดร้อูเอเซีย จำกัด. อัลดรา จันทรฉายและศัพพรรณ ไตรอุเอเซีย ,การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่ ,2562

บริษัท AAA จำกัด
งบกำไรขาดทุน
สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2562

| | (บาท) |
|-----------------------------|-----------|
| รายได้สุทธิ/ยอดขาย | 1,000,000 |
| ต้นทุนสินค้าขาย | 500,000 |
| กำไรเบื้องต้น | 400,000 |
| ค่าใช้จ่าย | |
| ค่าจ้างพนักงาน | 180,000 |
| ค่าขนส่งสินค้า | 50,000 |
| ค่าประกัน | 10,000 |
| ค่าโฆษณา | 15,000 |
| ค่าดอกเบี้ย | 20,000 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | 100,000 |
| รวมค่าใช้จ่าย | 375,000 |
| กำไรก่อนหักภาษี | 25,000 |
| ภาษี | 5,000 |
| กำไรสุทธิ | 20,000 |

3) อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)

$$\text{กำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น} = \frac{\text{กำไรสุทธิ} \times 100}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}} = \frac{20,000 \times 100}{330,000} = 6.06\%$$

(ROE: Return on Equity)

หมายเหตุ: กำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้นแสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น
ค่า ROE = 6.06 % แสดงให้เห็นว่าทุก 100 บาทที่เป็นเงินของผู้ถือหุ้นทำกำไรคืนได้ 6.06 บาท

$$\text{อัตราส่วนกำไรเบื้องต้น (Gross Profit Margin)} = \frac{(\text{รายได้} - \text{ต้นทุนขาย}) \times 100}{\text{ขาย}} = \frac{400,000 \times 100}{1,000,000} = 40\%$$

หมายเหตุ: อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นแสดงให้เห็นความสามารถทำกำไรเบื้องต้นในปี 2562
อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นเท่ากับ 40% แสดงว่าทุก 100 บาทที่ขายสินค้าไปทำกำไรเบื้องต้นได้ 18 บาท

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากงบแสดงฐานะการเงินของบริษัทไดรยูเอช จำกัด. อัจฉรา จันทรวงศ์และแผนธุรกิจใหม่, 2562 501

บริษัท AAA จำกัด
 บแสดงฐานะการเงิน(งบดุล)
 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

| สินทรัพย์ | (บาท) |
|-----------------------------|----------------|
| สินทรัพย์หมุนเวียน | 100,000 |
| เงินสดและเงินฝากธนาคาร | 140,000 |
| ลูกหนี้ | <u>200,000</u> |
| สินค้าคงเหลือ | 440,000 |
| รวมสินทรัพย์หมุนเวียน | |
| สินทรัพย์ถาวร | 500,000 |
| โรงงาน เครื่องจักรและที่ดิน | 500,000 |
| รวมสินทรัพย์ถาวร | |
| รวมสินทรัพย์ทั้งหมด | 940,000 |

| | |
|-----------------------------|----------------|
| หนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้น | |
| หนี้สินระยะสั้น | 310,000 |
| เจ้าหนี้การค้า | 120,000 |
| เจ้าหนี้เงินกู้ระยะสั้น | 430,000 |
| รวมหนี้สินระยะสั้น | |
| หนี้สินระยะยาว | 180,000 |
| เงินกู้ระยะยาว | |
| ส่วนของส่วนผู้ถือหุ้น | 200,000 |
| ทุนหุ้นสามัญ | 130,000 |
| กำไรสะสม | |
| รวมหนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้น | 940,000 |

ที่มา : ผู้วิจัยได้แปลงจากงบแสดงฐานะการเงินของบริษัทไดรยูเอช จำกัด. อัลดรา จันทรชัยและศัพพัณณ์ ไตรอุเอช ,การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่ ,2562

4) อัตราส่วนอัตราส่วนโครงสร้างเงินทุน (Leverage-Capital Structure Ratio)

$$\text{อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม} = \frac{\text{หนี้สินรวม}}{\text{สินทรัพย์รวม}} = \frac{610,000}{940,000} = 0.65$$

หมายเหตุ: แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างการลงทุนในสินทรัพย์ที่ใช้แหล่งที่มาของเงินจากเจ้าหนี้เป็นสัดส่วนเท่าไร
 ตัวเลขยิ่งสูงแสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงสูง

$$\text{อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น} = \frac{\text{หนี้สินรวม}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}} = \frac{610,000}{330,000} = 1.85$$

หมายเหตุ: แสดงให้เห็นสัดส่วนระหว่างเจ้าหนี้กับเจ้าของว่า อัตราส่วนเจ้าหนี้ต่อเจ้าของเป็นสัดส่วนเท่าไร
 ปี 2562 มีอัตราส่วน 1.85 แสดงว่าใช้แหล่งทุนจากเจ้าหนี้เป็น 1.85 เท่าของเจ้าของ

2.3 การวิเคราะห์อัตราส่วนอื่นๆ

1

**การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน
(BEP: Break Even Point)**

- เป็นจุดที่รายได้รวมของธุรกิจเท่ากับต้นทุนรวม เพื่อให้เรารู้ว่าต้องขายให้ได้เท่าไรถึงจะไม่ขาดทุน

2

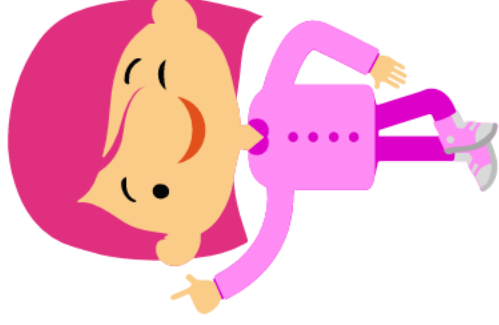
**ระยะเวลาคืนทุน
(Pay Back Period)**

- ระยะเวลาคืนทุน เป็นระยะเวลาที่จะแสดงให้เห็นว่าโครงการที่ลงทุนไปนั้น จะคืนทุนภายในระยะเวลาเท่าไร

3

**ค่าปัจจุบันสุทธิ
(NPV: Net Present Value)**

- การนำมูลค่าของเงินที่ได้รับสุทธิในอนาคตมาคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วเปรียบเทียบกับเงินลงทุนเริ่มแรกว่าเป็นอย่างไร



ที่มา : ผู้วิจัย

บริษัท AAA จำกัด
งบกำไรขาดทุน
31 ธันวาคม 2562

| | (บาท) |
|-----------------------------|------------------|
| รายได้สุทธิ/ยอดขาย | 1,000,000 |
| ต้นทุนสินค้าขาย | 500,000 |
| กำไรเบื้องต้น | 400,000 |
| ค่าใช้จ่าย | |
| ค่าจ้างพนักงาน | 180,000 |
| ค่าขนส่งสินค้า | 50,000 |
| ค่าประกัน | 10,000 |
| ค่าโฆษณา | 15,000 |
| ค่าดอกเบี้ย | 20,000 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริการ | 100,000 |
| รวมค่าใช้จ่าย | 375,000 |
| กำไรก่อนหักภาษี | 25,000 |
| ภาษี | 5,000 |
| กำไรสุทธิ | 20,000 |

1) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน(BEP :Break Even Point)

ผู้ประกอบการจะต้องมีการวางแผนการผลิตและจำหน่ายสินค้าในปริมาณที่สามารถทำกำไรให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เครื่องมือสำคัญที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่นิยมนำมาใช้ในการวางแผนการดำเนินงานของธุรกิจคือ **การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน** เป็นจุดที่รายไยได้รวมของธุรกิจเท่ากับต้นทุนรวม เพื่อให้เรารู้ว่าต้องขายให้ได้เท่าไรถึงจะไม่ขาดทุน

ตัวอย่าง จากงบกำไรขาดทุนข้อมูลปี 2562

$$\begin{aligned} \text{ค่าใช้จ่ายรวม} &= 375,000 \text{ บาท และสมมติให้เป็นค่าใช้จ่ายคงที่} \\ \text{ร้อยละของกำไรเบื้องต้น} &= \frac{400,000 \times 100}{1,000,000} = 40 \end{aligned}$$

จุดคุ้มทุน = $\frac{\text{รายได้คงที่}}{\text{ร้อยละของกำไรเบื้องต้น}}$ หรือ $\frac{\text{รายได้คงที่}}{\text{ราคาขาย-ต้นทุนผันแปร}}$

= $\frac{375,000}{40\%} = 937,500 \text{ บาท}$

หมายความว่า ต้องขายให้ได้ 937,500 บาท ถึงจะไม่ขาดทุน

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากงบแสดงฐานะการเงินของบริษัทไดรยูเอช จำกัด. อัลดรา จันทร์จายและศิวพันธ์ ไตรอุเมษ ,การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่ ,2562

2) ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period)

ระยะเวลาคืนทุนเป็นระยะเวลาที่จะแสดงให้เห็นว่า โครงการที่ลงทุนไปนั้นจะคืนทุนภายในระยะเวลาเท่าไรที่เหมาะสมสำหรับเปรียบเทียบโอกาสการลงทุนในอนาคต

ตัวอย่าง บริษัท AAA ลงทุน 700,000 บาทสำหรับทำฟาร์มผักออแกนิก จำนวน 10 ไร่เรือน โดยการค้ากำไรในเบื้องต้นว่าฟาร์มผักออแกนิก จำนวน 10 ไร่เรือนจะทำกำไรให้บริษัท 300,000 บาทต่อปี

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period)} = \frac{700,000}{300,000} = 2.33 \text{ ปี}$$

การตัดสินใจที่จะลงทุนจึงขึ้นอยู่กับ ระยะเวลาคืนทุนที่บริษัท AAA ตั้งไว้ เช่น ทางผู้บริหารกำหนดไว้ว่า โครงการ ทำฟาร์มผักออแกนิกจำนวน 10 ไร่เรือนระยะเวลาคืนทุนต้องไม่เกิน 5 ปี ดังนั้นบริษัท AAA จึงอาจตัดสินใจลงทุนในโครงการดังกล่าว

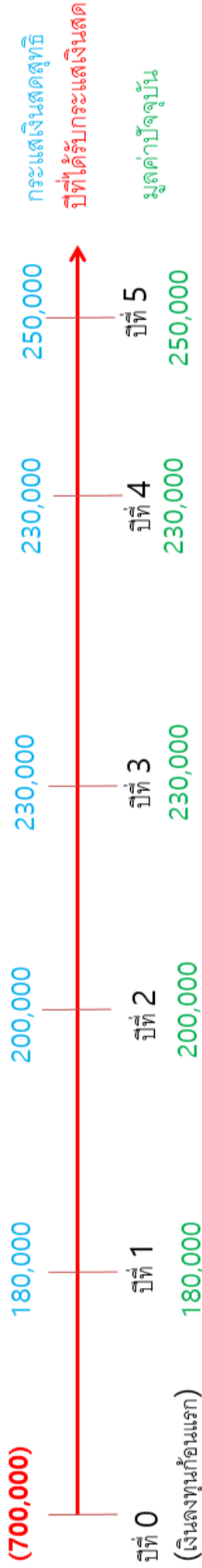
ที่มา : ผู้วิจัย

3) ค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV: Net Present Value)
 การหาค่า NPV คือการนำมูลค่าของเงินสดรับสุทธิในอนาคตมาคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วเปรียบเทียบกับเงินลงทุนเริ่มแรกว่าเป็นอย่างไร

ตัวอย่าง บริษัท AAA ลงทุน 700,000 บาทสำหรับทำฟาร์มผักออแกนิกเพิ่มจำนวน 7 โรงเรือน โดยคาดว่าจะได้รับผลตอบแทนปีละ 15% และเงินทุนจากการกู้ยืมธนาคาร 500,000 บาท โดยต้องเสียดอกเบี้ยปีละ 5%

ต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของแหล่งทุน = $(15\% \times 500,000) + (5\% \times 500,000) = 10\%$
 1,00,000

สมมติว่าฟาร์มผักออแกนิกสร้างเงินสดเป็นเวลา 5 ปี ดังนี้ 180,000 , 200,000 , 230,000 , 230,000 , และ 250,000 ตามลำดับ และสมมติว่า ไม่มีส่วนลดต่างๆ (No Discount)



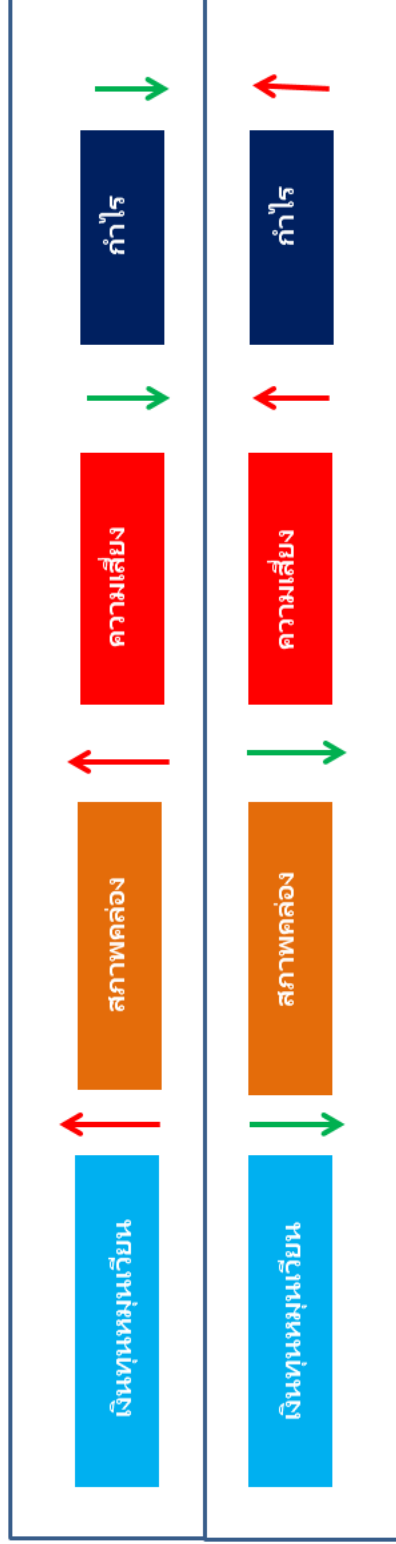
$$\text{ค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)} = (180,000 + 200,000 + 230,000 + 230,000 + 250,000) - 700,000 = 114,014 \text{ บาท}$$

ที่มา : ผู้วิจัย

2.4 การบริหารทุนหมุนเวียน

1) เงินทุนหมุนเวียน (Working Capital) คือ เงินทุนที่กิจการต้องใช้หมุนเวียนสำหรับการดำเนินงาน ก่อนที่กิจการจะได้รับเงินแสดงจากการขายสินค้าและบริการ หรือการชำระหนี้จากลูกค้า

ความสัมพันธ์ของเงินทุนหมุนเวียน สภาพคล่อง ความเสี่ยง และ กำไร



- เงินทุนหมุนเวียนสูง สภาพคล่องสูง ความเสี่ยงต่ำ และ กำไรต่ำ
- เงินทุนหมุนเวียนต่ำ สภาพคล่องต่ำ ความเสี่ยงสูง และ กำไรสูง

ที่มา : ผู้วิจัย


2) การบริหารลูกหนี้

ลูกหนี้การค้า (Account receivable, Trade receivable) หมายถึง ลูกหนี้ที่เกิดจากการดำเนินการค้าขายตามปกติของธุรกิจ เกิดจากการขายเชื่อหรือบริการเชื่อที่เป็นรายได้หลักของกิจการ โดยทั่วไปผู้ขายจะให้เครดิตห้อม(ระยะเวลาการชำระหนี้)แก่ผู้ซื้อที่เป็นลูกหนี้การค้าประมาณ 30-60 วัน หากลูกหนี้การค้าที่มีหนี้ค้างสะสมมากขึ้นเรื่อยๆก็จะเป็นปัญหาที่ผู้ขายจำเป็นต้องสำรองเงินไว้เป็นเงินหมุนเวียนมากขึ้นซึ่งหากการบริหารจัดการหนี้ค้างไม่ดีก็จะกลายเป็นภาระของผู้ขายสินค้ำไปในทันทีและอาจเกิดปัญหาขาดสภาพคล่องได้จนถึงเลิกกิจการได้ในที่สุด


การบริหารลูกหนี้การค้าไม่ให้เป็นหนี้เสียนั้นจำเป็นต้องวิเคราะห์ลูกหนี้เพื่อลดความเสี่ยง



การกำหนดนโยบาย
การให้สินเชื่อ(เครดิต)
กับลูกหนี้การค้า



การวิเคราะห์สินเชื่อ
(เครดิต) สำหรับ
ลูกหนี้รายตัว



การกำหนดนโยบาย
การเร่งรัดติดตามหนี้
ค้างชำระของลูกหนี้
การค้า

ที่มา : ผู้วิจัย

3) การบริหารสินค้าคงเหลือ
การบริหารสินค้าคงคลัง หรือสินค้าคงเหลือ (Inventory) เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับทุกธุรกิจเพราะจัดเป็นสินทรัพย์หมุนเวียนประเภทหนึ่งซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องมีไว้สำหรับการผลิตหรือเก็บไว้เป็นสต็อกสำหรับการขาย

การมีสินค้าคงคลังมากเกินไป

ก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับกิจการ เช่น ต้นทุนการเก็บรักษา สินค้าเสื่อมสภาพ หมดยุติอายุ ถ้าสมัย ถูกขโมย หรือสูญหาย นอกจากนี้ยังทำให้เงินจมอยู่กับสินค้าคงคลังแทนที่จะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในด้านอื่นๆ

การมีสินค้าคงคลังน้อยเกินไป

ก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับกิจการ เช่น สูญเสียโอกาสในการขายสินค้าให้แก่ลูกค้า สูญเสียลูกค้า นอกจากนี้ถ้าสิ่งที่ขาดแคลนนั้นเป็นวัตถุดิบที่สำคัญ การดำเนินงานทั้งการผลิตและการขายก็อาจต้องหยุดชะงัก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจในอนาคตได้

การมีสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

ไม่มากหรือน้อยจนเกินไป เพราะการลงทุนในสินค้าคงคลังต้องใช้เงินจำนวนมาก และอาจส่งผลกระทบต่อสภาพคล่องของธุรกิจได้ โดยอาจใช้แนวคิดทางด้านเงิน หรือ การผลิตแบบทันเวลา หรือ การปรับปรุงสินค้าคงคลังด้วยการวิเคราะห์แบบเบซีซี โดยจะอธิบายรายละเอียดในวิชาวิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 ต่อไป

2.5 ความเสี่ยงทางการเงิน





ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk) สำหรับองค์กร หมายถึง ความไม่แน่นอนของผลลัพธ์ในอนาคต อันเนื่องมากจากการดำเนินงานกิจกรรมทางการเงินของฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าของกิจการ

3 ความเสี่ยงทางการเงินที่ควรรู้

| | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ความเสี่ยงทางการตลาด ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากความผันผวนของตลาด ทำให้ผู้ลงทุนไม่สามารถเชื่อถือได้อย่างแน่นอนว่าผลตอบแทนที่จะได้รับจะเป็นเท่าใด ณ สิ้นสุดการลงทุนการค้า | ความเสี่ยงด้านเครดิต ความเสี่ยงที่เกิดจากความไม่แน่นอนที่อีกฝ่ายหนึ่งจะไม่ชำระราคาหรือชำระหนี้ตามที่ตกลงกันได้ | ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ การกำหนดนโยบายการเร่งรัดติดตามหนี้ค้างชำระของลูกหนี้การค้า |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|

ที่มา : ผู้วิจัย

3.1 การศึกษาคำถามเป็นไปในด้านธุรกิจ : กระบวนการรวบรวมข้อมูลรอบด้านและนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์เพื่อประกอบการศึกษาตัดสินใจก่อนการลงทุนหรือเริ่มต้นธุรกิจใหม่ ต้องศึกษาให้ครบทั้ง 4 ด้าน ได้แก่

| | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  ด้านตลาด |  ด้านการผลิต/ดำเนินงาน |  ด้านการเงิน |  ด้านการแข่งขัน |
| <ul style="list-style-type: none">-ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของเราในตลาดว่ามีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือไม่-มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร ช่องว่างทางตลาดกว้างหรือไม่-ช่องทางการจำหน่ายเป็นอย่างไร | <ul style="list-style-type: none">-สินค้าที่ผลิตออกมามีความแปลกใหม่หรือมีนวัตกรรมหรือไม่-มีคุณภาพ มีความอร่อย และเป็นไปตามมาตรฐานหรือไม่ สะอาดปลอดภัยหรือไม่-กระบวนการผลิตเป็นอย่างไร | <ul style="list-style-type: none">-จำนวนเงินที่ต้องลงทุนทั้งหมดหรือเพียงส่วนหนึ่ง-การจัดหาแหล่งเงินทุน-การจัดทำประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย-การประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ | <ul style="list-style-type: none">-ธุรกิจของเราจะมีศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งรายเดิมในตลาดหรือไม่-แข่งขันกับคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาตลาดได้ไหม |

ที่มา : ผู้วิจัย

3.2 การทำแผนการเงินง่าย ๆ ด้วย 3 วิธี

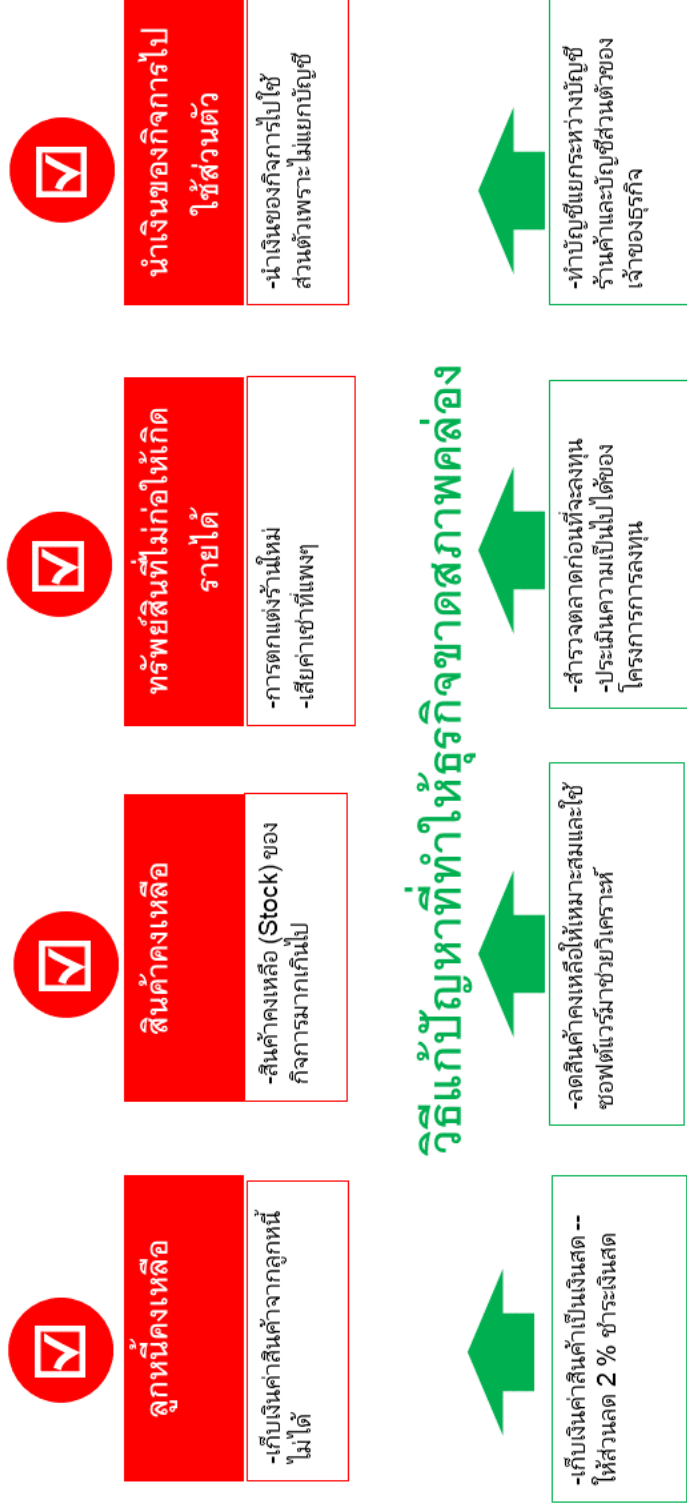
1) แผนการบริหารเงินทุนระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว

| เงินทุนระยะสั้น | เงินทุนระยะกลาง | เงินทุนระยะยาว |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1) เงินทุนที่มีกำหนดระยะเวลาชำระคืนไม่เกิน 1 ปี</p> <p>2) ควรใช้ลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน เช่น ลงทุนในลูกหนี้ ลงทุนในสินค้าคงเหลือ</p> | <p>1) เงินทุนที่มีระยะเวลาของการชำระคืนเกินกว่า 1 ปีขึ้นไป (ปกติประมาณ 3-5 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี)</p> <p>2) ควรใช้ลงทุนเรื่องที่สำคัญ ได้แก่</p> <p>2.1) ลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงานให้สูงขึ้น</p> <p>2.2) ลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นเพื่อขยายการดำเนินงานเป็นการถาวรต่อไป</p> <p>เช่น การขยายหรือส่งเสริมการขายทำให้ต้องลงทุนในบัญชีลูกหนี้เพิ่มขึ้น ขยายขนาดหรือจำนวนสินค้าคงคลัง</p> <p>3) ควรจะดัดนำมาใช้กับความต้องการทางการเงินของธุรกิจที่ค่อนข้างแน่นอนและเป็นประจำ</p> | <p>1) เงินทุนที่ธุรกิจจัดหามาเพื่อใช้ในการดำเนินงานกิจการที่มีระยะเวลามากกว่า 1 ปี</p> <p>2) ควรใช้ลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงานให้สูงขึ้น</p> |

ที่มา : ผู้วิจัย

2) การบริหารสภาพคล่อง

4 ปัญหาที่ทำให้ธุรกิจขาดสภาพคล่อง



ที่มา : ผู้วิจัย

3) การบริหารกระแสเงินสด

4 วิธีในการการบริหารกระแสเงินสด



รักษาสภาพคล่อง

มีรายรับเพียงพอกับรายจ่าย
- ตรวจสอบเงินสดเข้าออกธุรกิจ
อย่างใกล้ชิด



ที่มา : ผู้วิจัย



ถือเงินสดให้เหมาะสม

- มีเงินสดเพียงพอต่อการ
หมุนเวียนในวงธุรกิจ
- นำไปลดภาระเงินกู้ยืมเพื่อลด
ภาระดอกเบี้ย
- ลงทุนในตราสารอายุสั้น
- นำไปขยายธุรกิจ



พยากรณ์การใช้เงิน

- พยากรณ์กระแสเงินสดทั้งรายรับ
และรายจ่ายในระยะสั้นและระยะยาว
- วางแผนการใช้เงิน



สำรองเงินไว้เพื่อ เหตุการณ์ฉุกเฉิน

- ควรมีเงินสดหรือทรัพย์สินที่ซื้อ
ง่ายขายคล่องสำรองเตรียมพร้อม
ไว้เสมอยามฉุกเฉิน



เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ คู่มือการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์และการดำเนินงานทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรมสู่ Thailand 4.0_2560.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (Online) แหล่งที่มา :<http://mis.rmutt.ac.th/sme/Headings/BusinessTest.htm>(28 มกราคม 2563)

คัมภีร์แต่ไหน แต่ไหนเรียกคัมภีร์? รู้จัก 3 เครื่องมือช่วยตัดสินใจการลงทุน แหล่งที่มา : <https://themomentum.co/different-types-of-returns-roi-npv-payback-period/>(28 มกราคม 2563)

อัจฉรา จันทร์ฉายและศิวพัฒน์ ไตรอุโฆษ การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่ พิมพ์ครั้งที่ 1 สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2562

เพจผู้ประกอบการรุ่นใหม่ใส่ใจบัญชีและภาษี (Online) แหล่งที่มา : <https://th-th.facebook.com/>(28 มกราคม 2563)

ภาพรวม FinTech กับระบบการเงินของไทย (Online) แหล่งที่มา : <https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256203CoverStory.aspx> (28 มกราคม 2563)

Venture Capital คืออะไร (Online) แหล่งที่มา : <http://asiaplus.info/venturecapital/>(28 มกราคม 2563)

Business Model ของธุรกิจสตาร์ทอัพ (Online) แหล่งที่มา : https://www.set.or.th/enterprise/documents/StartupGuideBook_reprint_Oct2018.pdf(28 มกราคม 2563)

AddVentures by SCG - Corporate Venture Capital พาสตาร์ทอัพโอเดียน โคลด์แลนด์ผู้ฝัน (Online) แหล่งที่มา : <https://www.scg.com/innovation/addventures-by-scg-corporate-venture-capital-พาสตาร์ทอัพโอเดียน/>(28 มกราคม 2563)

รวมแหล่งเงินทุน SME และ Startup (Online) แหล่งที่มา : <https://www.passiongen.com/2018/08/budget-for-sme/>(28 มกราคม 2563)
8 เหตุผลที่ Blockchain จะพลิกวงการการเงิน (Online) แหล่งที่มา : <https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/blockchain-and-bank.html>(28 มกราคม 2563)
รูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Blockchain เพื่องานบริการภาครัฐ (Online) แหล่งที่มา : https://www.dga.or.th/upload/download/file_ff487bacfb3198a615ca75112b8d156c.pdf(28 มกราคม 2563)

เครดิต free powerpoint templates

<https://www.free-powerpoint-templates-design.com/free-powerpoint-templates-design/>



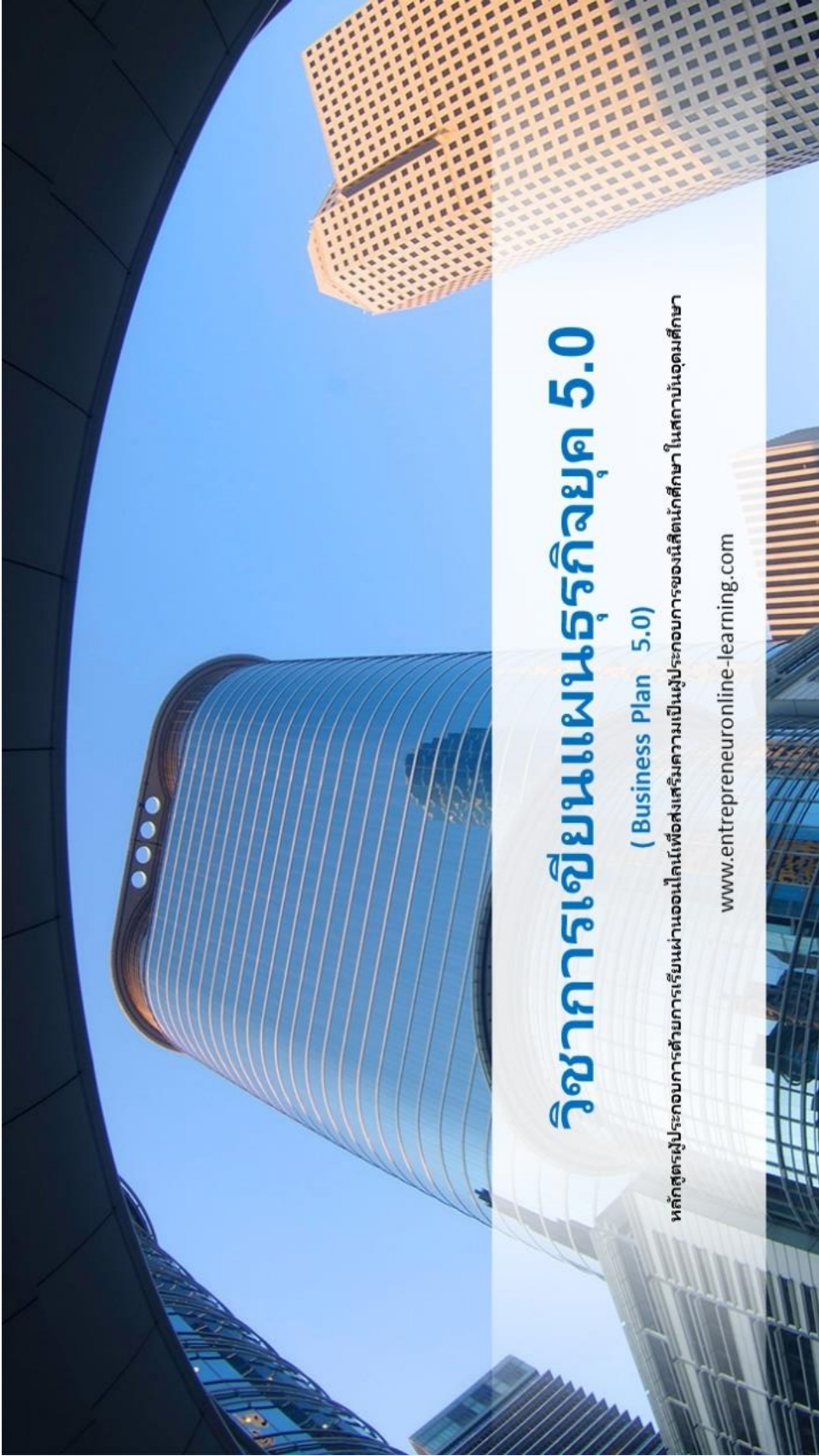
บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0



ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เต็มมีพี



วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0

(Business Plan 5.0)

หลักสูตรผู้ประกอบการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

www.entrepreneuronline-learning.com

เนื้อหาบทเรียน

1

แผนธุรกิจ

- 1.1 ความหมายของแผนธุรกิจ
- 1.2 ประโยชน์ของแผนธุรกิจ
- 1.3 องค์ประกอบของแผนธุรกิจ
- 1) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร
- 2) รายละเอียดผลิตภัณฑ์
- 3) การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและสถานการณ์
- 4) แผนการบริหารจัดการ
- 5) แผนการตลาด
- 6) แผนการดำเนินงาน/การผลิต
- 7) แผนการเงิน
- 8) แผนความเสี่ยง

2

ขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจใหม่(Startup)

- 2.1 ขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจใหม่
- 2.2 การฝึกปฏิบัติแบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจ (Business Plan Simulation)

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. อธิบาย ความหมาย ประโยชน์และองค์ประกอบของแผนธุรกิจได้
2. เขียนแผนธุรกิจอย่างง่ายได้

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน

บรรยายด้วยคลิบวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนรู้การสอน

- คลิบวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
- เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชา

ดร.สรศักดิ์ ชัยสถานผล ผู้ช่วยผู้จัดการศูนย์ความเป็นเลิศด้านการค้า EXIM Bank
อดีตอาจารย์ ประจำคณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เต็มเมธี



บทที่ 1. แผนธุรกิจ

www.entrepreneuronline-learning.com

บทที่ 1 แผนธุรกิจ

1. ความหมายของแผนธุรกิจ
2. ประโยชน์ของแผนธุรกิจ
- 3 องค์ประกอบของแผนธุรกิจ
 - 1) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร
 - 2) รายละเอียดผลิตภัณฑ์
 - 3) การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด
 - 4) แผนการบริหารจัดการ
 - 5) แผนการตลาด
 - 6) แผนการผลิต/การปฏิบัติการ
 - 7) แผนการเงิน
 - 8) แผนความเสี่ยง

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. อธิบายความหมายและประโยชน์ของแผนธุรกิจ
2. จำแนกองค์ประกอบของแผนธุรกิจ

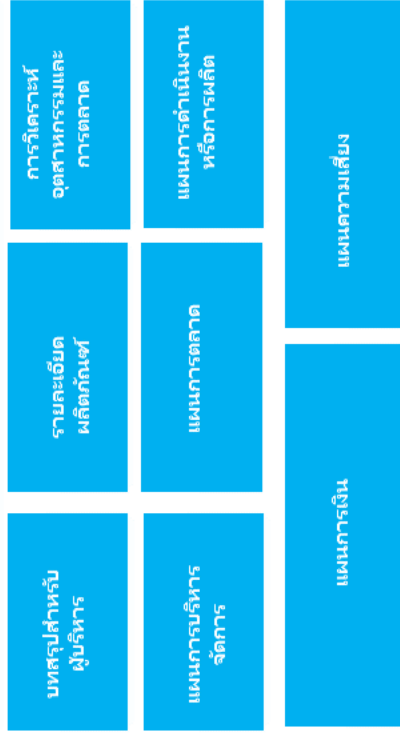
1.1 ความหมายของแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan) หมายถึง แผนการดำเนินธุรกิจที่จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจทั้งในระยะสั้นและในระยะยาว โดยเป็นการวิเคราะห์รายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจในทุกๆ ขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ ลูกค้า จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส รวมถึงอุปสรรคต่อธุรกิจเพื่อให้การดำเนินธุรกิจด้านการตลาด การบริหารการปฏิบัติการ และการเงินประสบความสำเร็จ

1.2 ประโยชน์ของแผนธุรกิจ

- 1) เป็นการวิเคราะห์ที่ช่วยให้รู้จุดอ่อน จุดแข็งในธุรกิจ เข้าใจรายละเอียดเกี่ยวข้องกับธุรกิจในทุกๆ ขั้นตอน
- 2) เพื่อใช้ในการระดมทุน
- 3) สามารถใช้โอกาสเพิ่มโอกาสในการพัฒนาธุรกิจในอนาคต
- 4) เป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจ
- 5) ลดความเสี่ยงในการตัดสินใจผิดพลาดทางธุรกิจ

8 องค์ประกอบของแผนธุรกิจใหม่(Startup)



1.3 องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

1) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

1.1) ความเป็นมาและสถานะของกิจการในปัจจุบัน

- ประวัติย่อของกิจการ, ระยะเวลาในการจัดตั้งจนถึงวันเริ่มดำเนินงาน
- ประวัติผู้ประกอบการและทีมงาน
- ประเภทสินค้า/บริการ, ยี่ห้อสินค้า/บริการ
- กลุ่มลูกค้าหลัก, ส่วนแบ่งตลาด, คู่แข่งที่สำคัญ, ความสามารถในการแข่งขันของกิจการ

1.2) โอกาสทางธุรกิจ และแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

- วัตถุประสงค์ของโครงการ เช่น เพื่อขยายสาขา, เพื่อปรับปรุงกิจการ
- การลงทุนในโครงการ และแหล่งที่มาของเงินทุน

1.3) วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

- เพื่อขอสินเชื่อ, หาผู้ร่วมลงทุน

1.4) กลยุทธ์ในการบริหาร

- ด้านการบริหารจัดการ เช่น จัดซื้อสินค้า การบริหารสินค้าคงคลัง การตลาด และการเงิน

1.5) ผลตอบแทนจากการลงทุน เช่น

- ระยะเวลาคืนทุน (Pay-back Period)
- จุดคุ้มทุน (Break-even Point)
- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)
- อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)

2) รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

- รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการที่นำเสนอ
- ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์/บริการที่สำคัญ
- ข้อมูลเกี่ยวกับการคิดค้นและพัฒนาสินค้า/บริการ
- โอกาสทางธุรกิจที่สำคัญ

3) การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด

3.1) การวิเคราะห์ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน(5 Force Model)

เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่เรากำลังดำเนินธุรกิจอยู่หรือกำลังจะเริ่มดำเนินธุรกิจเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพตลาดที่เราอยู่ แบ่งปัจจัยที่จะทำการวิเคราะห์เป็น 5 ปัจจัย ได้แก่ การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่ การคุกคามจากสินค้าทดแทน อำนาจการต่อรองของผู้ขาย และอำนาจการต่อรองของลูกค้า

- 3.2) การวิเคราะห์ลูกค้า(Customer Analysis)**
- 3.2.1) วิเคราะห์ลูกค้าด้วยทฤษฎี 6W1H (Behaviour analysis)
- 3.2.2) วิเคราะห์พฤติกรรมการลูกค้า (Customer Behaviour analysis) ด้วยกลยุทธ์ 5A

3.3 การประเมินศักยภาพของธุรกิจ (SWOT Analysis)
การมองโดยใช้ตัวเองเป็นจุดศูนย์กลาง เรื่องใดเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนของกิจการ แล้วสิ่งนำมาสู่
ขั้นตอนการวางแผนธุรกิจ ประกอบด้วย จุดแข็ง(Strengths) จุดอ่อน(Weaknesses) โอกาส
(Opportunities)และอุปสรรค(Threats)

4) แผนการบริหารจัดการ

4.1 **วิสัยทัศน์ (Vision)** : ความคาดหวังในอนาคตของธุรกิจที่ต้องการจะเป็น

7 **Eleven** : เราให้บริการความสะอาดกับทุกชุมชน

S&P : เป็นผู้นำธุรกิจร้านอาหารไทย ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และผลิตภัณฑ์อาหาร ที่ได้รับความนิยมระดับโลก

4.2 **พันธกิจ (Mission)** : ขอบเขตการดำเนินงานเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้

CP ALL : มุ่งสร้างความผูกพันกับลูกค้าด้วยสินค้าและบริการที่เป็นมิตร รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

S&P : 1) สร้างความสุขแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

2) เติบโตอย่างยั่งยืนในทุกมิติที่เกี่ยวข้อง

3) สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่และบริการ

4) ดึงดูดและรักษาสมาชิกการทำงานสูงสุดโดยการพัฒนาและมีการมีพันธกิจร่วมกัน

5) ลดความซับซ้อนของกระบวนการทางธุรกิจและเพิ่มผลผลิต

6) มีส่วนร่วมในชุมชนของเรา

4.3 เป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

-การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจนตามหลัก **SMART** : เจาะจง, วัดได้, สอดคล้องกับเป้าหมายใหญ่และระยะในกรอบเวลา ตัวอย่างดังนี้ **เป้าหมายระยะสั้น** : ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก, มีผลกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 10% ในปีแรก

เป้าหมายระยะยาว : เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้าสะดวกซื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4.4 **ประวัติผู้บริหาร/ทีมบริหารหลัก** : เป็นประสบการณ์และความเชี่ยวชาญที่เป็นผู้ก่อตั้งหรือผู้บริหาร/ทีมบริหารหลักโดย

เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของกิจการ

4.5 **โครงสร้างองค์กรและบทบาทความรับผิดชอบ** : มีแผนผังโครงสร้างองค์กรพร้อมกับออกด้วยวาจา ประกอบด้วยหน่วยงาน/ทีมงาน/ใคร หน่วยงาน/ทีมงาน/ใคร มีบทบาทและความรับผิดชอบอะไร

5) แผนการตลาด

5.1) เป้าหมายทางการตลาด

-สร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้เกิดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
-ยอดขายให้ขึ้นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

5.2) การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และ การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(STP)

-การแบ่งส่วนตลาด (S):การแบ่งกลุ่มลูกค้าหรือตลาดของผลิตภัณฑ์ใดชนิดหนึ่งที่มีความแตกต่างกัน ออกเป็นส่วนย่อยๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อจะได้วางแผนการตลาดได้เหมาะสมกับแต่ละส่วนของตลาด เช่น แบ่งตามประชากรศาสตร์หรือข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล(อายุ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ศาสนา สถานภาพ) แบ่งตามภูมิศาสตร์(ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกภาคใต้)

แบ่งตามด้านจิตวิทยา(รูปแบบการดำเนิน เช่น ชอบไปโปรโมชันที่กลางแจ้ง ชอบความทันสมัย ชอบสินค้าที่มีชื่อ (Brand Name) ,กิจกรรม ความสนใจ)

แบ่งตามด้านพฤติกรรมการใช้งาน เช่น ประชาชนที่ต้องการใช้ประหยัด สะดวก รวดเร็ว คุณภาพ) ,อัตราการใช้(ใช้มาก ใช้บ่อย ใช้ปานกลาง),สถานะของผู้ใช้ (ไม่เคยใช้/ใช้ครั้งแรก/ใช้บ่อย)

-ตลาดเป้าหมาย (T) :การเลือกตลาดหนึ่งส่วนหรือหลายส่วนหรือทั้งหมด เพื่อใช้เป็นเป้าหมายสำหรับสินค้าและบริการของเรา มีศักยภาพเพียงพอที่จะเข้าไปแข่งขันแล้วมีโอกาสจะประสบความสำเร็จและเหมาะสมกับทรัพยากรและความชำนาญของ มีโอกาสทางการตลาด มีศักยภาพในการสร้างยอดขายและทำกำไรให้กับบริษัท

-การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(P) : การสร้างลักษณะเด่นของสินค้าและบริการจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือตลาดเป้าหมายอย่างชัดเจน

5.3) กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix) หมายถึง กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้

วิเคราะห์การวางแผนการตลาด โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

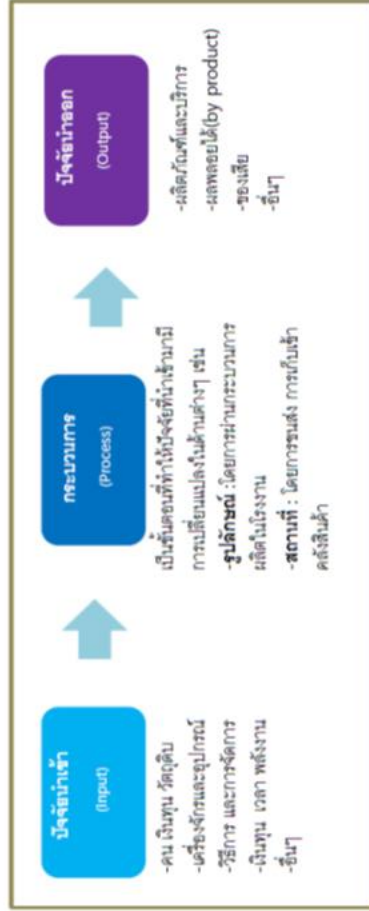
- ผลิตภัณฑ์ (Products)
- ราคา (Price)
- การจัดจำหน่าย (Place)
- การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

สำหรับธุรกิจบริการ กลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด 7P (Marketing Mix '7Ps)

- (Marketing Mix) ได้แก่
- ผลิตภัณฑ์ (Products)
- ราคา (Price)
- การจัดจำหน่าย (Place)
- การส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- ตำแหน่งคน (People) หรือพนักงาน (Employee)
- การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) -
กระบวนการ (Process)

6) แผนการผลิต/การปฏิบัติกร

- เป้าหมายการดำเนินงาน/การผลิต/การปฏิบัติการ
- กำลังการผลิต
- ที่ตั้งโรงงาน/กิจการ
- วัตถุดิบที่ใช้และแหล่งที่มา
- แรงงาน
- เครื่องมืออุปกรณ์
- กระบวนการดำเนินงาน/การผลิต
- การกระจายสินค้า



7) แผนการเงิน

- สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ
- ประมาณการลงทุน
- ข้อสมมติทางการเงิน
- ประมาณการขายสินค้าและบริการ
- ประมาณการต้นทุนการผลิต/ดำเนินการ
- ประมาณการงบการเงิน(งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด งบแสดงฐานะทางการเงิน)
- ระยะเวลาคืนทุน(Payback Period)
- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)
- อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)
- การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและอัตราส่วนทางการเงิน

8) แผนความเสี่ยง

- ความเสี่ยงที่คาดว่าจะมีโอกาสเกิดขึ้น
- การจัดการความเสี่ยง
- แนวทางการรับมือหรือวิธีการแก้ปัญหา ถ้าหากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนการที่กำหนด

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ คู่มือการพัฒนาขนาดย่อยอุตสาหกรรมดิจิทัลและการค้าเป็นธุรกิจซึ่งขับเคลื่อนด้วยทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรมสู่ **Thailand 4.0, 2560.**

อัจฉรา จันทร์ฉายและศศิพัฒน์ ไตรอุโฆษา การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1 สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2562
แผนธุรกิจ (Business Plan) แหล่งที่มา: <https://www.iok2u.com/index.php/article/e-book/118-business-plan>
(2563:Online)



บทที่ 2 ขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจใหม่ (Startup)

www.entrepreneuronline-learning.com

ขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจใหม่(Startup)

- 2.1 ขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจใหม่
 - ขั้นตอนที่ 1 ค้นหาโอกาสทางธุรกิจ (Idea Generation)
 - ขั้นตอนที่ 2 กลั่นกรองโอกาสทางธุรกิจเบื้องต้น(Idea Screening)
 - ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้น
 - ขั้นตอนที่ 4 จัดทำแผนธุรกิจ
- 2.2 การฝึกปฏิบัติแบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจ (Business Plan Simulation)

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. อธิบายขั้นตอนการเขียนแผนธุรกิจ
2. สามารถประยุกต์และเขียนแผนธุรกิจใหม่ได้

ขั้นตอนที่ 1 ค้นหาโอกาสทางธุรกิจ (Idea Generation)

เป็นการค้นหา ความคิดต่าง ๆ ที่เป็นไปได้และเห็นช่องทางที่จะขายผลิตภัณฑ์นั้น การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ แบ่งออกเป็น 3 แหล่งด้วยกัน คือ

- ภายในองค์กร ได้แก่ พนักงาน ฝ่ายวิจัยและพัฒนาผู้บริหารระดับสูง
- ภายนอกองค์กร ได้แก่ ลูกค้า พ่อค้าส่งตัวแทนจำหน่าย หรือพ่อค้าปลีก คู่แข่งขัน
- แหล่งความคิดอื่น ๆ เช่น ฐานข้อมูลสิทธิบัตรงานวิจัย บทความ

ขั้นตอนที่ 2 กลั่นกรองโอกาสทางธุรกิจเบื้องต้น(Idea Screening)

หลังจากได้แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่แล้ว ก็จะต้องมีการนำแนวความคิดเหล่านั้นมาทำการประเมินถึงความเป็นไปได้และคัดเลือกแนวความคิดที่ดีและเหมาะสมที่สุด มาทำการพัฒนาและทดสอบแนวความคิดต่อไป

โดยพิจารณาจากเกณฑ์ดังนี้

- 1) ระดับความใหม่ของผลิตภัณฑ์/บริการ และเทคโนโลยี
- 2) ศักยภาพด้านการตลาด (Market size, Market trend)
- 3) สภาวะการแข่งขัน
- 4) ความพร้อมขององค์กรในการผลิต/การดำเนินงาน
- 5) ศักยภาพด้านการเงิน(เงินลงทุน,ผลตอบแทนการลงทุน)

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้น

โดยพิจารณาจากเกณฑ์ดังนี้

- 1) ความเป็นไปได้ด้านการตลาด
- 2) ความเป็นไปได้ด้านเทคนิค/การดำเนินงาน
- 3) ความเป็นไปได้ทางการเงิน

ขั้นตอนที่ 4 จัดทำแผนธุรกิจ

- 1) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร
- 2) รายละเอียดผลิตภัณฑ์
- 3) การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและสถานการณ์
- 4) แผนการบริหารจัดการ
- 5) แผนการตลาด
- 6) แผนการดำเนินงาน/การผลิต
- 7) แผนการเงิน
- 8) แผนความเสี่ยง
- 9) ภาคผนวก

ตัวอย่างการทำแผนธุรกิจบริษัทพิซซ่าไทย จำกัด



1) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

1.1 แนวคิดของธุรกิจ

(ประเภทธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์หรือบริการจะระบุชื่อธุรกิจ/เริ่มดำเนินกิจการมากี่ปี/เหตุผลที่ทำการนี้/เหตุผลด้านคุณลักษณะพิเศษของสินค้าหรือบริการ)
-ชื่อพิซซ่าไทย มาจากประกายความคิดของคุณลัดดาในการทำพิซซ่าราคาประหยัดที่คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท
ด้วยพื้นฐานเรียนจบด้านอาหารและโภชนาการทำให้มีความรักในด้านนี้เป็นทุนเดิม ในจังหวัดที่กำลังรุ่งโรจน์แห่งหนึ่งร้านพิซซ่าแบรนด์คิดพิซซ่า
ราคาขนาดนี้ คงยังมีอีกหลายคนที่อยากเป็นลูกค้าแต่ไม่มีกำลังทรัพย์ ถ้าตนสามารถทำพิซซ่าอร่อยๆ แต่ขายในราคาถูกลงมาน่าจะขายดี ว่าจะคิดจะใช้พื้นฐาน
ของตนเองทดลองทำพิซซ่าอย่างง่าย ออกมาขายที่ตลาดนัด ใน 1 ชม. ขายได้มากถึง 50 แผ่น ตรงนั้นเองที่จุดประกายว่าอาชีพนี้ไปได้แน่นอน" ปัจจุบันพิซซ่า
ไทยเปิดให้บริการมานานกว่า 10 ปีแล้ว

1.2 โอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ความโดดเด่นของธุรกิจ หรือกลยุทธ์ธุรกิจ

-พิซซ่าไทยได้รับความนิยมจาก ชวนหลง ชวนทาน ให้เป็นพิซซ่า เจ้าเดียวที่ได้รับประกาศนียบัตร แห่งความอร่อย
จากจุดเริ่มต้นของคุณลัดดา ใช้เวลากว่า 5 ปี ปรับแบรนด์พิซซ่าไทยจนประสบความสำเร็จ เพราะสูตรการผสมแป้งและวิธีการแต่งหน้าพิซซ่าอย่างที่เธอทำ
ทำให้ได้แป้งหนานุ่มและให้สีออกกว่า 25 หน้า
-สิ่งที่ทำให้เรามั่นใจในธุรกิจคือการไม่หยุดพัฒนาสินค้าอย่างหน้าพิซซ่าเราก็มีให้เลือกหลายสิบหน้า ที่เป็นเอกลักษณ์ของเราคือหน้าต้มยำกุ้ง หน้าเบคอน แอม
ชีสก็ขายดี ที่สำคัญคือสูตรแป้งที่เราพัฒนาเองซึ่งแม้จะทิ้งไว้จนเย็นแล้วแป้งก็ยังนุ่มอยู่ทุกคำทั่วไปบอกว่าอร่อยไม่แพ้แบรนด์ดัง

1.3 กลุ่มลูกค้าหม่าย (ระบุกลุ่มๆ ละก็คณจำนวนที่ซื้อต่อเดือน)

-ยอดผลิตไม่ต่ำกว่า 240 ภาตต่อวัน และมากกว่า 500 สาขาทั้งในและต่างประเทศ AEC

1.4 ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (เราเหนือกว่าคู่แข่งในด้านใด)

-ตัวอย่างการวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์
และบริการใหม่ แล้วแปลง
ความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจ
ให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการส่งเสริมประสบการณ์ใช้
เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลาย
ยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและ
ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ
อาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1
ของไทย

www.pizzathai.net

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B

F (Feature/Spec) : คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าคืออะไร

- คุณลักษณะของพิซซ่า คือ พิซซ่าเป็นขนมปังอบ และมีกรวยหน้าด้วยเครื่องปรุงหรือผักต่างๆ
- เป็นหนึ่งในเรื่องคุณภาพที่ถูกกล่าวถึงได้ด้วยความไว้วางใจในแบรนด์นี้ ทั้งความอร่อย และความสะอาด ที่ได้มาตรฐาน

A (Advantage) : จุดเด่นของสินค้าหรือดีกว่าอย่างไรหรือเหตุผลที่ต้องซื้อ

- ร้านพิซซ่าไทยของคนไทย
- พิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท
- เอกลักษณ์คือหน้าตังกุ้ง มีหน้า และมีโรนึ่งงาสดแข็งของตัวเองสามารถควบคุมสูตรได้ตามที่สูตรแม่ที่เราพัฒนาเอง และมีโรงงานผลิตแข็งของตัวเองสามารถควบคุมสูตรได้ตามที่ต้องการจริงสามารถผลิตแข็งเนื้อดีได้ในราคาที่ไม่แพง
- ได้รับคัดเลือกจาก ช้อนทอง ขวบนาน ให้เป็นพิซซ่า เจ้าเดียวที่ได้รับประกาศนียบัตรแห่งความอร่อย

B (Benefit) : ประโยชน์ของสินค้าบริการคืออะไร

- แม่บ้านทำเอง หน้าหลากหลาย จุดขายพิซซ่าราคาประหยัด
- พิซซ่าไทยมีมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศ และสาขาต่างประเทศ ได้แก่ เมียนมา ลาว กัมพูชา มาเก๊า และอิตาลี

ที่มา : ผู้วิจัย



ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการส่งเสริมประสบการณ์ผู้ใช้ เวลาคลุกเคล้าอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจ อาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

2) ผลิตภัณฑ์/บริการ

2.1 รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

พิซซ่า มีเมนูหลัก 25 หน้า ได้แก่

| | | | | |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|---------------------------|
| พิซซ่าหน้าต้มยำกุ้ง | พิซซ่าหน้ากุ้งสเตปเป้ | พิซซ่าหน้าแฮมชีส | พิซซ่าหน้าแฮม | พิซซ่า สไมค์เบคอน |
| พิซซ่าหน้ายำวุ้นเส้น | พิซซ่าหน้าพิซซ่า | พิซซ่าหน้าผักโขม | พิซซ่าหน้าปูอัดเฟลฟเวอร์ | พิซซ่าหน้าปูอัดโฮลดีแลนค์ |
| พิซซ่าหน้าเบคอน | พิซซ่าหน้าซูพรีเม | พิซซ่าหน้าไส้กรอกไก่ | พิซซ่าหน้าไส้กรอกเวียดนาม | พิซซ่าหน้ามิเกลเปเชียด |
| พิซซ่าหน้าเปปเปอร์โรนี | พิซซ่าหน้ามังสวิรัต | พิซซ่าหน้าผักโขมอบชีส | พิซซ่าหน้าแฮมและปูอัด | พิซซ่าแครกเกอร์ |
| พิซซ่าหน้าโรรมิตร | พิซซ่าหน้าสาลามี | พิซซ่าหน้าออสตี | พิซซ่าหน้าหน้าผักรวม | พิซซ่าหน้าแซลมอน |



พิซซ่า ต้มยำกุ้ง



พิซซ่า กุ้งสเตปเป้



พิซซ่า แฮมชีส



แป้งพิซซ่า



ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคคลดคล้อยกับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-เฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

ที่มา : ผู้วิจัย

3) การวิเคราะห์ห่วงโซาหกรรมและสถานการณ์

3.1) สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

- Five Force Model : เครื่องมือสำหรับวิเคราะห์คู่แข่ง สภาพแวดล้อมการแข่งขัน เพื่อวางแผนกลยุทธ์ของบริษัท และการค้าในธุรกิจ

3.2) การวิเคราะห์ลูกค้า

- การวิเคราะห์ลูกค้าด้วยทฤษฎี 6W1H (Behaviour Analysis)
- วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Behaviour Analysis) ด้วยกลยุทธ์ 5A

3.3) การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ

- SWOT Analysis : เครื่องมือวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันของธุรกิจจากปัจจัยภายในและภายนอก

ผู้ประกอบการธุรกิจ

- เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



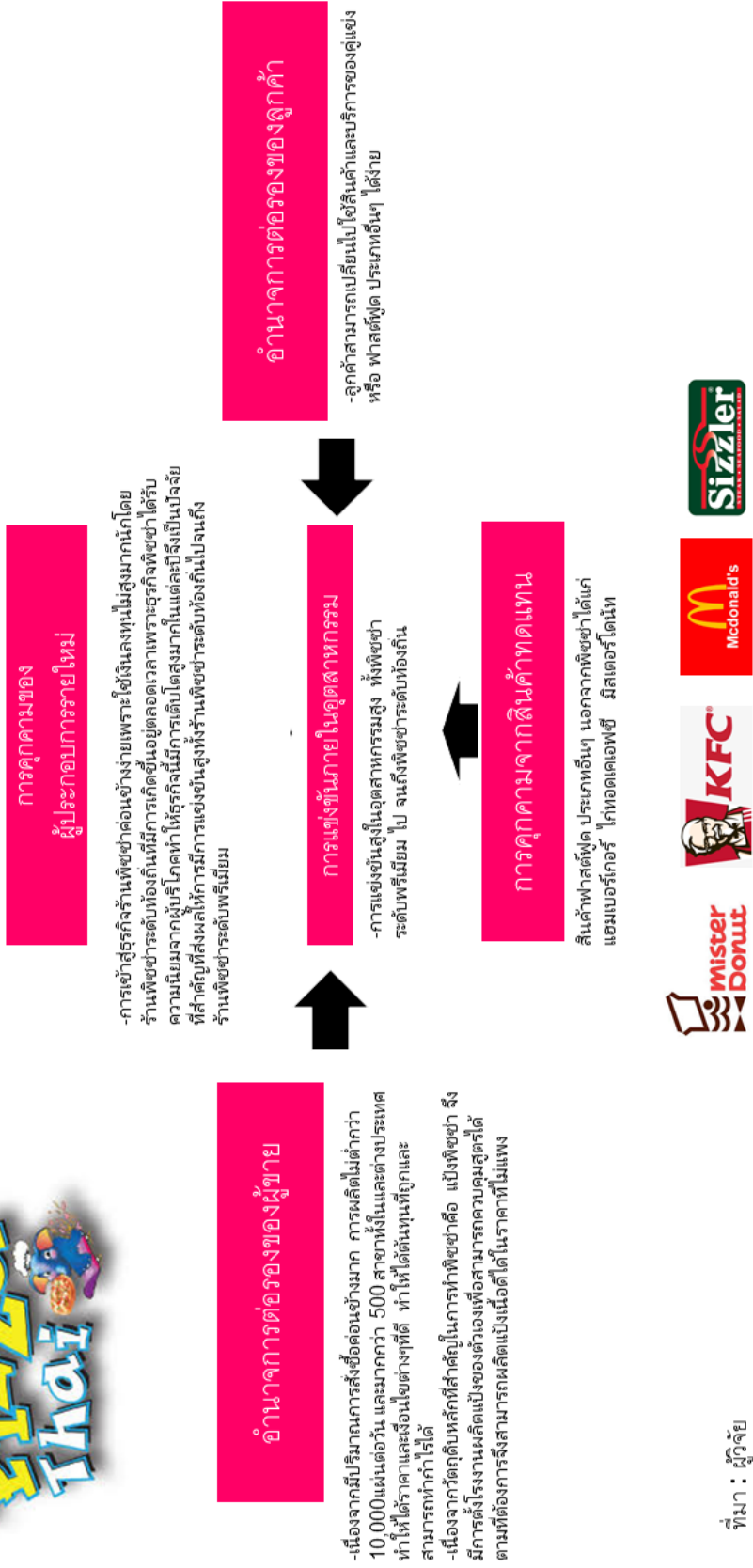
พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

- จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคู่คล้อยกับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
- แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย



ตัวอย่างการวิเคราะห์สถานะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ผู้ประกอบการธุรกิจ : บริษัท 피자ไทย จำกัด



ตัวอย่างการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค
ด้วยการวิเคราะห์ลูกค้าด้วยทฤษฎี 6WIH (Behaviour analysis)

- 1).ลูกค้าเป็นใครหรือใครคือลูกค้า:
 - กลุ่มคนที่มีความร่ำรวยในชีวิตประจำวัน
 - กำหนดคุณลักษณะอื่นๆ ได้แก่ ลูกค้าทุกเพศทุกวัย เช่น พนักงานบริษัท, นักเรียน นักศึกษา, ครอบครัว, ประชาชนทั่วไป
- 2).ลูกค้าต้องการอะไร :
 - มีพิซซ่าหน้าต้มยำกุ้งที่ถูกปากคนไทยและมีให้เลือกมากกว่า 25 หน้า
 - ความสะดวกในการรับประทาน รสชาติที่อร่อย ราคาที่เหมาะสม
- 3).ทำไมลูกค้าถึงซื้อ :
 - พืชาร์ราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่แพงร่อยบาท
- 4).ลูกค้าซื้อสินค้าเมื่อไร :
 - เวลาหิว เวลาไปเดินช้อปปิ้ง เวลาเลิกงานกลับบ้าน
- 5).ลูกค้าซื้อที่ไหน :
 - ซื้อที่สาขาของพิซซ่าไทย มีมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศ
- 6). ใครมีส่วนรวมในการตัดสินใจซื้อ : เพื่อน ครอบครัว
- 7) ลูกค้าซื้ออย่างไร :
 - สั่งซื้อเป็นภาค

ที่มา : ผู้วิจัย



ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

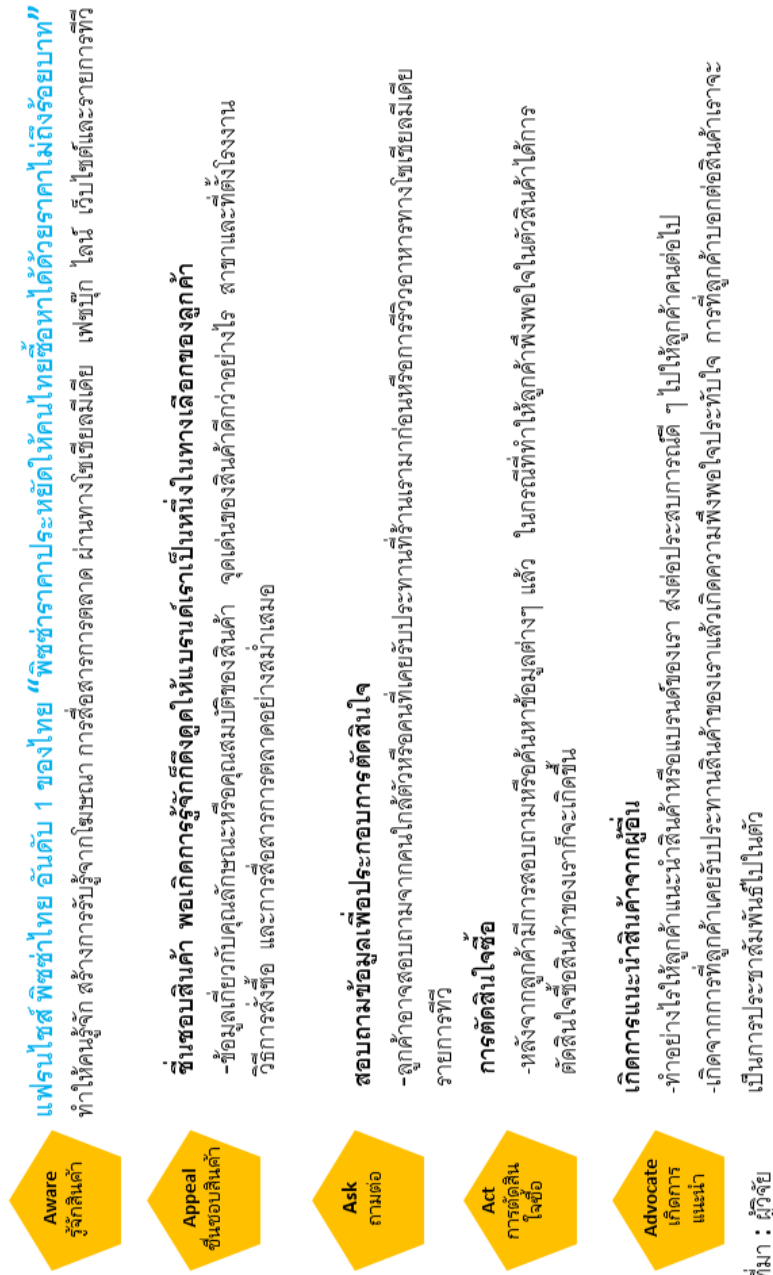


พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสังเกตประสบการณ์ใช้เวลาคลุกเคล้าอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารี่แตกต่างประเทศ
 -แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

ตัวอย่าง
การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Behaviour analysis) ด้วยกลยุทธ์ 5A



ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการส่งเสริมประสบการณ์ใช้เวลารอคิวอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แพร่นาเชส 피자ไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

ผู้ประกอบการธุรกิจ : บริษัทพิซซ่าไทย จำกัด

ตัวอย่างการประเมินศักยภาพของธุรกิจ(SWOT Analysis)



ที่มา : ผู้วิจัย

4) แผนการบริหารจัดการ

- 4.1) วิสัยทัศน์ : เราจะเป็นผู้นำพิซซ่าราคาประหยัดของคน
- 4.2) พันธกิจ : เราจะเป็นผู้จัดส่งพิซซ่าที่มีคุณภาพและถูกสุขลักษณะ
เราจะพัฒนาและปรับปรุงไปพร้อมกับความต้องการของลูกค้า
- 4.3) เป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

| เป้าหมาย | 2561 | 2562 | 2563 | 2564 | 2565 |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| ยอดขาย | 2 ล้านบาท | 3 ล้านบาท | 5 ล้านบาท | 7 ล้านบาท | 10 ล้านบาท |
| กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น 10% | 10% | 12% | 15% | 17% | 20% |
| อัตราการเติบโตของยอดขาย | 10% | 15% | 20% | 25% | 30% |
| จำนวนลูกค้า | 100 ราย | 200 ราย | 400 ราย | 700 ราย | 1,000 ราย |

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการส่งเสริมประสบการณ์ผู้ใช้ เวลาคลุกเคล้ากับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจ อาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

4.4 แผนผังองค์กรและบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ

การออกแบบโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ (Functional Organization) เป็นวิธีการจัดองค์การ โดยแบ่งตามหน้าที่ หรือลักษณะงานที่ต้องทำ โดยอาศัยความถนัดของแต่ละบุคคล เพื่อประโยชน์สูงสุดขององค์กร



หมายเหตุ : สำหรับการจัดส่งสินค้าใช้บริการจากบริษัทเอาท์ซอร์ส(Outsourc) ที่เชี่ยวชาญเรื่องขนส่ง

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



피자ไทย (Pizza Thai)

-จากการสังเกตผู้ประกอบการที่ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับ 피자หลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ 피자ไทย อันดับ 1 ของไทย

5) แผนการตลาด

5.1) เป้าหมายทางการตลาด

5.2) การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และ การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (STP :Segment Target Positioning)

- การแบ่งส่วนตลาด(Segmentation)
- ตลาดเป้าหมาย (Target Group)
- การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(Positioning)

5.3)กลยุทธ์ทางการตลาด/ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)

- ผลิตภัณฑ์(Product)
- ราคา(Price)
- ช่องทางจัดจำหน่าย(Place)
- การส่งเสริมการตลาด(Promotion)

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



피자ไทย (Pizza Thai)

- จากการสังเกตประสบการณ์ใช้เวลาลดลงคล้ายกับ 피자หลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
- แฟรนไชส์ 피자ไทย อันดับ 1 ของไทย

ตัวอย่างการแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และ การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(STP)

S การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

-กลุ่มผู้บริโภค : แบ่งตามอายุ 18-22 วัยมัธยมศึกษา , อายุ 23-60 วัยทำงาน , อายุ 60 ปีขึ้นไป

T

ตลาดเป้าหมาย (Target Group)

-กลุ่มมัธยมศึกษาและกลุ่มวัยทำงาน

P

การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (Positioning)

แบรนด์ที่มีชื่อเสียงในหมู่นักเรียนได้ราคาแพงและได้ราคาดีจากผู้บริโภคที่มองหาได้ด้วยความนิยม จากผู้บริโภคที่มองหาได้ด้วยความคุ้มค่าและคุ้มค่า เพราะนำทั้งคุณสมบัติของสินค้าและการแข่งขันมาร่วมกำหนดเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ **พิซซ่าราคาประหยัด**

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคคลคืออยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในภาคทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

ตัวอย่างกลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)

Product
ผลิตภัณฑ์

- 피자ไทยของคนไทยเอกลักษณ์คือหน้าต๋มย่างกุ้ง มีหน้า และมีให้เลือกมากกว่า 25 หน้า
- สูตรแป้งที่เราพัฒนาเอง และมีโรงงานผลิตแป้งของตัวเองสามารถควบคุมสูตรได้ตามที่ต้องการจึงสามารถผลิตแป้งเนื้อดีได้ในราคาที่ไม่แพง
- ได้รับคัดเลือกจาก ชอปปอง ชานทาน ให้เป็นพิซซ่า เจ้าเดียวที่ได้รับประกาศนียบัตร แห่งความอร่อย

Price
ราคา

- ตั้งราคาสินค้าที่ราคาไม่แพง โดยราคาต่ำกว่าคู่แข่งอย่างน้อย 30% เช่น พิซซ่าราคาประมาณให้คิดแบ่งซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท เพื่อให้ผู้บริโภคทดลองซื้อได้ง่ายและเป็นลูกค้าประจำ

Place
การจัดจำหน่าย

- 피자ไทย มีมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศและต่างประเทศ
- ขยายธุรกิจด้วยแฟรนไชส์

Promotion
การส่งเสริมการตลาด

- เชียร์สินค้าด้วยการริ้วทิวอาหารทางสื่อโทรทัศน์และโซเชียลมีเดีย แฟรนไชส์ไทยมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศและต่างประเทศ
- พนักงานขายและเจ้าของร้าน

ที่มา : ผู้วิจัย



ผู้ประกอบการธุรกิจ

- เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

- จากการผลิตขนมประเภทนี้ใช้เวลาคิดคิดอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
- แฟรนไชส์ 피자ไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

6) แผนการดำเนินงาน/การผลิต

7.1 สถานประกอบการในการผลิต

ที่อยู่โรงงานพิซซ่าไทย 78/272 ซ.คูบอน27 แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กทม 10220

7.2 เครื่องจักร อุปกรณ์ และเครื่องมือในการผลิต

7.3 ข้อมูลการผลิต

พิซซ่าไทย ยอดเยี่ยม เป็นหนึ่งในเรื่องคุณภาพที่ลูกค้าได้ให้ความไว้วางใจในแง่แบ่ง ทั้งความอร่อย และความสะอาด ที่ได้มาตรฐาน จึงกล้ารับประกันของคำว่า "ต้นตำหรับ" การันตียอดผลิตไม่ต่ำกว่า10,000แผ่นต่อวัน และมีมากกว่า 500 สาขาทั้งในและต่างประเทศ AEC

7.4 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบหลัก : ซีส แป้ง ซอสพิซซ่า

วัตถุดิบอื่นๆ :

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาดลุดคล้อยกับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

7.5 ขั้นตอนการผลิต

ขั้นตอนการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต

กระบวนการการสั่งซื้อ

1. **การสั่งซื้อวัตถุดิบหลัก :** โรงงานของพีชซ่าไทย จะสั่งซื้อวัตถุดิบในการผลิตพีชซ่าจากผู้ผลิต/โรงงานผู้ผลิต) สัปดาห์ละ 3 ครั้ง ทุกวันจันทร์-พธ-ศุกรของสัปดาห์โดยจะสั่งซื้อวัตถุดิบจำพวก ซีส แป้ง ซอสพีชซ่า และวัตถุดิบอื่นๆ จะสั่งซื้อจากห้างค้าส่งเข้ามา โดยจะถูกจัดส่งเข้ามาภายในร้านก่อนเวลา 9.00 น.
2. **การรับวัตถุดิบ :** คู่ค้าของบริษัท(บริษัทเทรดดิ้ง/โรงงานผู้ผลิต) จะนำวัตถุดิบมาส่งที่โรงงานของบริษัทพีชซ่าไทยก่อนเวลา 9.00น. โดยมีผู้จัดการฝ่ายคลังสินค้าเป็นคนรับเรื่องและตรวจสอบทั้งหมด
3. **การตรวจเช็ควัตถุดิบ :** หลังจากทำการรับสินค้าแล้ว ก็จะต้องตรวจสอบวัตถุดิบก่อนทำการเซ็นรับของว่า มีของชำร่วยหรือเสียหายหรือไม่ ถ้ามีทางผู้จัดการคลังสินค้าจะต้องส่งคืนให้กับผู้ค้าของบริษัททันที
4. **การคัดแยกวัตถุดิบ :** หลังจากทำการตรวจสอบวัตถุดิบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ฝ่ายผลิตจะทำการคัดแยกวัตถุดิบ แต่ละชนิด เช่น แป้ง ซีส ซอส หรือ ผัก และของสดต่างๆ โดยจะคัดแยกไว้ให้เป็นหมวดหมู่
5. **การหั่นวัตถุดิบ :** ในส่วนของผักและของสดที่ผ่านการตรวจสอบแล้วจะหั่นตามที่ได้ประมาณการไว้ ทำการจัดเก็บวัตถุดิบต่างๆ ให้พร้อมและเป็นหมวดหมู่
6. **การจัดเก็บวัตถุดิบเข้าตู้แช่ :** จัดเก็บวัตถุดิบต่างๆ เข้าตู้แช่ ในอุณหภูมิที่ 3 องศาเซลเซียส เพื่อรักษาความสดของของสดและผัก

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พีชซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากคำสั่งส่งประกอบประกอบไปใช้ เวลาคลุกคลีอยู่กับพีชซ่าหลายปีห้องที่มีขายในเชียงใหม่และประกอบประกอบในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พีชซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

กระบวนการผลิตพิซซ่าหน้าต่างๆ

1. เตรียมแป้งพิซซ่า ที่ได้จากการขึ้นเตอนการกีดแป้ง พักไว้เตรียมสำหรับตักแต่งหน้าตาและรสชาติ
2. นำวัตถุดิบต่างๆ เช่น เบคอน แอม ไล้กรอก กุ้ง ฯลฯ และชีส มาเตรียมไว้ใส่ภาชนะตามปริมาณที่กำหนด
3. นำแผ่นชีสมาขยออกเป็นแผ่นย่อยๆเล็กน้อยแล้วพักเตรียมไว้
4. นำวัตถุดิบที่จัดเตรียมไว้ทั้งหมด มาตักแต่งหน้าแป้ง เรียงจากวัตถุดิบต่างๆเช่น เบคอน แอม ไล้กรอก กุ้ง ฯ พร้อมกับทาของสดรสสุดอร่อยพิเศษของเราพิเศษๆ
5. นำแผ่นชีสที่นึ่งเป็นแผ่นเล็กๆ มาไปประกบบนหน้าพิซซ่า แล้วจัดแต่งให้สวยงาม
6. นำเข้าเตาอบใช้เวลารอบประมาณ 7-10 นาที ก็สามารถรับประทานได้

หมายเหตุ

-ส่วนใหญจะทำแป้งพิซซ่าไว้ก่อนเก็บได้ 3วันในตู้เย็น พอจะทำขายก็ทาของสด วางเครื่อง ใสชีส เข้าอบ 15นาที



ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาลดลงคล้อยอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

ที่มา : ผู้วิจัย

7) แผนการเงิน

- 7.1) สิ้นทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ
- 7.2) ประมาณการในการลงทุน
- 7.3) สมมติฐานทางการเงิน
- 7.4) ประมาณการในการขายสินค้าและบริการ
- 7.5) ประมาณการต้นทุนการผลิต/การดำเนินงาน
- 7.6) ประมาณการด้านการเงินประมาณการการเงิน(งบกำไรขาดทุนงบกระแสเงินสด งบแสดงฐานะทางการเงิน)
- 7.7) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period , NPV , IRR)
- 7.8) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและอัตราส่วนทางการเงิน

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



피자ไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาลดลงคล้ายกับ 피자หลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ 피자ไทย อันดับ 1 ของไทย

งบประมาณการลงทุน

| รายการ | รวม | ส่วนของเจ้าของ | เจ้าหนี้ (เงินกู้ยืม) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|--------------------------|
| สินทรัพย์ถาวร | | | |
| ที่ดินและอาคารตั้งร้าน (ใช้บ้านที่อาศัยอยู่ปัจจุบันทำเป็นร้าน) | | | |
| อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในครัว เช่น หม้อ กระทะ เตาแก๊ส เตาอบ เครื่องดูดควัน อุปกรณ์เบ็ดเตล็ด | 120,000 | 120,000 | - |
| ค่าอุปกรณ์ในงานบริการ | 215,000 | 215,000 | - |
| ค่าอุปกรณ์สำนักงาน | 250,000 | 250,000 | - |
| สินทรัพย์ถาวรรวม | 585,000 | 585,000 | - |
| ค่าใช้จ่ายก่อนเริ่มดำเนินงาน | | | |
| ค่าใบอนุญาตด้านอาหารฟู้ดซ่า | 3,000 | 3,000 | - |
| ค่าออกแบบตกแต่งร้านด้านอาหารฟู้ดซ่า | 330,000 | 330,000 | - |
| เงินทุนหมุนเวียน | 500,000 | 500,000 | - |
| รวมเงินลงทุนเริ่มต้น | 2,003,000 | 2,003,000 | - |

หมายเหตุ: คิดอายุการใช้งานอุปกรณ์ประมาณ 5 ปี คิดค่าเสื่อมราคาเรื่อยๆละ 20 ต่อปี

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดเป็นจริง



피자ไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาลดลงคล้อยอยู่กับ 피자หลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-เฟรนไชส์ 피자ไทย อันดับ 1 ของไทย

ประมาณการรายรับ

| การประมาณการรายได้ | ปีที่1 | ปีที่2 | ปีที่3 | ปีที่4 | ปีที่5 |
|-------------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| จำนวนลูกค้าที่ซื้อพิซซ่าต่อวัน(ราย) | 240 | 265 | 270 | 300 | 350 |
| ราคาพิซซ่าเฉลี่ยต่อถาด (บาท) | 95 | 95 | 105 | 105 | 120 |
| รายได้จากการขายต่อวัน (บาท) | 22,800 | 25,175 | 28,350 | 31,500 | 42,000 |
| รายได้จากการขายต่อเดือน (บาท) | 684,000 | 755,250 | 850,500 | 945,000 | 1,260,000 |
| รายได้จากการขายต่อปี (บาท) | 8,208,000 | 9,063,000 | 10,206,000 | 11,340,000 | 15,120,000 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคู่คลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

ประมาณการรายจ่าย

| รายการ | ปีที่1 | ปีที่2 | ปีที่3 | ปีที่4 | ปีที่5 |
|-------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| ต้นทุนคงที่ | | | | | |
| ค่าเช่าประมาณ (ประมาณเพิ่ม 2% ทุกปี) | 14,760 | 15,055 | 15,356 | 15,663 | 15,977 |
| ค่าไฟฟ้า (ประมาณเพิ่ม 5% ทุกปี) | 57,600 | 60,480 | 63,504 | 66,679 | 70,013 |
| ค่าโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต (ประมาณเพิ่ม 5% ทุกปี) | 17,880 | 18,774 | 19,713 | 20,698 | 21,733 |
| ค่าเสื่อมราคา | 117,000 | 117,000 | 117,000 | 117,000 | 117,000 |
| ค่าใช้จ่ายติดตั้ง | 66,000 | 66,000 | 66,000 | 66,000 | 66,000 |
| ค่าจ้างพนักงาน ค่าบริหาร ค่าสร้างหรือเช่าร้าน ค่าบริหาร แบบรวม | 2,280,000 | 2,394,000 | 2,513,700 | 2,639,385 | 2,771,354 |
| ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 60,000 | 60,000 |
| รวมต้นทุนคงที่ | 2,613,240 | 2,731,309 | 2,855,273 | 2,985,426 | 3,122,077 |
| ต้นทุนผันแปร | | | | | |
| ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด (ประมาณเพิ่ม 5% ทุกปี) | 410,400 | 453,150 | 510,300 | 567,000 | 756,000 |
| ต้นทุนสินค้าขายได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรง ค่าบริหาร | 2,872,800 | 3,172,050 | 3,572,100 | 3,969,000 | 5,292,000 |
| รวมต้นทุนผันแปร | 3,283,200 | 3,625,200 | 4,082,400 | 4,536,000 | 6,048,000 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



피자ไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาลดทอดอยู่กับ 피자หลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-فرنไฮส 피자ไทย อันดับ 1 ของไทย

ประมาณการด้านการเงิน: งบกำไรขาดทุน


| รายการ | ปีที่1 | ปีที่2 | ปีที่3 | ปีที่4 | ปีที่5 |
|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| รายได้รวม | 8,208,000.00 | 9,063,000.00 | 10,206,000.00 | 11,340,000.00 | 15,120,000.00 |
| หัก ต้นทุนผันแปร | 3,283,200.00 | 3,625,200.00 | 4,082,400.00 | 4,536,000.00 | 6,048,000.00 |
| กำไรส่วนเกิน | 4,924,800.00 | 5,437,800.00 | 6,123,600.00 | 6,804,000.00 | 9,072,000.00 |
| หัก ต้นทุนคงที่ | 2,613,240.00 | 2,731,309.00 | 2,855,273.00 | 2,985,425.00 | 3,122,077 |
| กำไรก่อนการดำเนินงาน | 2,311,560.00 | 2,706,491.00 | 3,268,327.00 | 3,818,575.00 | 5,949,923 |
| หัก ดอกเบี้ยจ่าย | - | - | - | - | - |
| กำไรก่อนหักภาษี | 2,311,560.00 | 2,706,491.00 | 3,268,327.00 | 3,818,575.00 | 5,949,923.00 |
| หัก ภาษี (สมมติ 20%) | 693,468.00 | 811,947.30 | 980,498.10 | 1,145,572.50 | 1,784,976.90 |
| กำไรสุทธิ | 1,618,092.00 | 1,894,543.70 | 2,287,828.90 | 2,673,002.50 | 4,164,946.10 |

| รายการ | ปีที่1 | ปีที่2 | ปีที่3 | ปีที่4 | ปีที่5 |
|------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| กำไรสะสมต้นปี | - | 1,618,092.00 | 3,512,635.70 | 5,800,464.60 | 8,473,467.10 |
| บวกกำไรสุทธิ | 1,618,092.00 | 1,894,543.70 | 2,287,828.90 | 2,673,002.50 | 4,164,946.10 |
| หักเงินปันผล | - | - | - | - | - |
| กำไรสะสมปลายงวด | 1,618,092.00 | 3,512,635.70 | 5,800,464.60 | 8,473,467.10 | 12,638,413.20 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้ได้ชิ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาลดลงคืออยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

ประมาณการด้านการเงิน: งบกระแสการเงิน

| รายการ | ปีที่1 | ปีที่2 | ปีที่3 | ปีที่4 | ปีที่5 |
|------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน | | | | | |
| กำไรสุทธิ | 1,618,092.00 | 1,894,543.70 | 2,287,828.90 | 2,673,002.50 | 4,164,946.10 |
| บวก ค่าเสื่อมราคา | 117,000.00 | 117,000.00 | 117,000.00 | 117,000.00 | 117,000.00 |
| บวก ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย | 66,000.00 | 66,000.00 | 66,000.00 | 66,000.00 | 66,000.00 |
| บวก ดอกเบี้ยจ่าย | - | - | - | - | - |
| บวก ภาษีเงินได้ค้างจ่ายที่เพิ่มขึ้น | 693,468.00 | 118,479.00 | 168,550.00 | 165,074.00 | 639,404.00 |
| เงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน | 2,494,560.00 | 2,196,022.70 | 2,639,378.90 | 3,021,076.50 | 4,987,350.10 |
| กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน | | | | | |
| ค่าอุปกรณ์สำนักงาน | -120,000.00 | - | - | - | - |
| ค่าอุปกรณ์ในงานบริการ | -215,000.00 | - | - | - | - |
| ค่าอุปกรณ์และเครื่องมือใช้เนคริว | -250,000.00 | - | - | - | - |
| ค่าใบอนุญาตร้านอาหารพิเศษฯ | -3,000.00 | - | - | - | - |
| ค่าออกแบบดกแต่งร้าน | -330,000.00 | - | - | - | - |
| กระแสเงินสดจากการลงทุน | -918,000.00 | - | - | - | - |

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



피자ไทย (Pizza Thai)

-จากการสัมมนาประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับ 피자หลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-فرنเนส 피자ไทย อันดับ 1 ของไทย

ประมาณการด้านการเงิน: งบกระแสการเงิน(ต่อ)

| รายการ | ปีที่1 | ปีที่2 | ปีที่3 | ปีที่4 | ปีที่5 |
|-----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| กระแสเงินสดจากการจัดหา | | | | | |
| ผู้จากสถาบันการเงิน | - | - | - | - | - |
| หักชำระหนี้ | - | - | - | - | - |
| หักชำระดอกเบี้ยเงินกู้ | - | - | - | - | - |
| กระแสเงินสดจากกิจกรรมการ จัดหา | - | - | - | - | - |
| ทุนผู้สมทบ | 2,003,000.00 | 2,003,000.00 | 2,003,000.00 | 2,003,000.00 | 2,003,000.00 |
| เงินสดสุทธิ | 1,576,560.00 | 2,196,022.00 | 2,639,379.00 | 3,021,075.00 | 4,987,350.00 |
| บวก เงินสดต้นงวด | - | 1,576,560.00 | 3,772,582.00 | 6,411,962.00 | 9,433,038.00 |
| เงินสดปลายงวด | 1,576,560.00 | 3,772,582.00 | 6,411,961.00 | 9,433,037.00 | 14,420,388.00 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



피자ซ่า ไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคู่คล้อยอยู่กับ 피자ซ่าหลายปีที่พร้อมขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ 피자ซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

ประมาณการงบการเงิน: งบประมาณฐานะทางการเงินหรืองบดุล

| สินทรัพย์ | ปีที่1 | ปีที่2 | ปีที่3 | ปีที่4 | ปีที่5 |
|------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| สินทรัพย์หมุนเวียน | | | | | |
| เงินสดและเงินฝากธนาคาร | 1,576,560.00 | 3,772,582.00 | 6,411,961.00 | 9,433,037.00 | 14,420,388.00 |
| รวมสินทรัพย์หมุนเวียน | 1,576,560.00 | 3,772,582.00 | 6,411,961.00 | 9,433,037.00 | 14,420,388.00 |
| สินทรัพย์ถาวรสุทธิ | 468,000.00 | 351,000.00 | 234,000.00 | 117,000.00 | - |
| ค่าตักแต่งร้าน | 264,000.00 | 198,000.00 | 132,000.00 | 66,000.00 | - |
| ค่าใบอนุญาตร้าน | 3,000.00 | 3,000.00 | 3,000.00 | 3,000.00 | 3,000.00 |
| รวมสินทรัพย์ | 2,311,560.00 | 4,324,582.00 | 6,780,961.00 | 9,619,037.00 | 14,423,388.00 |
| หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น | | | | | |
| ภาษีเงินได้ค้างจ่าย | 693,468.00 | 811,947.00 | 980,498.00 | 1,145,572.00 | 1,784,976.00 |
| เงินผู้ถือหุ้น | - | - | - | - | - |
| ทุนเรือนหุ้นสามัญ | 2,003,000.00 | - | - | - | - |
| กำไรสะสม | 1,618,092.00 | 3,512,635.70 | 5,800,464.60 | 8,473,467.10 | 12,638,413.20 |
| รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น | 2,311,560.00 | 4,324,583.00 | 6,780,963.00 | 9,619,039.00 | 14,423,389.00 |

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



피자ไทย (Pizza Thai)

-จากการสัมมนาผู้ประกอบการที่ใช้เวลาตลอดชีวิตอยู่กับ 피자หลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-فرنเนสส์ 피자ไทย อันดับ 1 ของไทย

ประมาณการจุดคุ้มทุน

| | ปีที่1 | ปีที่2 | ปีที่3 | ปีที่4 | ปีที่5 |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| กำไรสุทธิ | 4,924,800 | 5,437,800 | 6,123,600 | 6,804,000 | 9,072,000 |
| อัตรากำไรสุทธิ | 0.6 | 0.6 | 0.6 | 0.6 | 0.6 |
| จุดคุ้มทุนต่อปี | 4,355,400 | 4,552,182 | 4,758,788 | 4,975,710 | 5,203,462 |

ประมาณการผลตอบแทนของโครงการ

ประมาณการกระแสเงินสดรับตลอดโครงการ

| ปี | บาท |
|------------------------------|-------------|
| 0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน | (2,003,000) |
| 1 กระแสเงินสดรับ | 1,576,560 |
| 2 กระแสเงินสดรับ | 2,196,022 |
| 3 กระแสเงินสดรับ | 2,639,379 |
| 4 กระแสเงินสดรับ | 3,021,075 |
| 5 กระแสเงินสดรับ | 5,490,350 |



| | บาท |
|--------------------------------------|-------------|
| มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ | 6,249,990 |
| หัก มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดจ่าย | (2,003,000) |
| มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) | 4,246,990 |
| อัตราผลตอบแทนของโครงการ (IRR) | 101% |
| ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period) | 1.24ปี |

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



피자ไทย (Pizza Thai)

-จากการสัมมนาประสบการณ์ใช้เวลาลดลงคล้อยกับ 피자หลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ 피자ไทย อันดับ 1 ของไทย

ที่มา : ผู้วิจัย

8) แผนความเสี่ยง

จากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของการดำเนินงานข้างต้น จะเห็นว่าหากการลงทุนไม่เป็นไปตามสมมติฐานหรือแผนที่คาดการณ์ไว้ อาจส่งผลเสียต่อผลประกอบการในอนาคตได้ ดังนั้นทางบริษัทพีซซาไทยจึงต้องมีการวางแผนฉุกเฉิน สำหรับรองรับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น เพื่อลดหรือหลีกเลี่ยงผลกระทบที่จะทำให้ธุรกิจเกิดความเสียหาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

8.1 ความเสี่ยงที่คาดว่าจะอาจมีเกิดขึ้น

- กรณีที่ถูกค่าใช้บริการน้อยกว่าที่ประมาณการไว้ ส่งผลให้รายได้ และอัตราการเติบโตของธุรกิจลดลง
- กรณีต้นทุนของบริษัทพีซซาไทยสูงกว่าที่ประมาณการ
- กรณีที่มีคู่แข่งทางตรงมาเปิดให้บริการในบริเวณใกล้เคียง

8.2 การจัดการความเสี่ยง

-กรณีที่ลูกค้าใช้บริการน้อยกว่าที่ประมาณการไว้ ส่งผลให้รายได้ และอัตราการเติบโตของธุรกิจลดลง
 แผนความเสี่ยง : บริษัทพีซซาไทยจะทำการสำรวจความต้องการข้อเสนอแนะและคำติชมของลูกค้าโดยตรง เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงพัฒนาในด้านสินค้าและบริการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น รวมทั้งนำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดมาใช้กับข้อมูลที่ได้รับและดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากขึ้น เช่นการริ้วอาหารทางโซเชียลมีเดีย การโฆษณาทางออนไลน์ และเว็บไซต์

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง



พีซซาไทย (Pizza Thai)

- จากการสังเกตประสบการณ์ใช้เวลาลดลงคล้ายกับพีซซาหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
- เฟรนไชส์พีซซาไทย อันดับ 1 ของไทย

-กรณีต้นทุนของบริษัทพิซซ่าไทยสูงกว่าที่ประมาณการ
แผนความเสี่ยง : บริษัทพิซซ่าไทยจะทำการเก็บข้อมูลจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ พร้อมทั้งวางแผนการ

สั่งซื้อ และเตรียมปริมาณอาหารและเครื่องดื่มให้แม่นยำขึ้นด้วยการนำเทคโนโลยีและระบบวางแผนทรัพยากร
องค์กร (ERP : Enterprise Resource Planning) มาช่วยในการวางแผนและจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์
สูงสุด โดยใช้ข้อมูลร่วมกันผ่านทุกฝ่ายในองค์กร และยังสามารถเชื่อมข้อมูลทั้งซัพพลายเชน ซึ่งเป็นข้อมูล
ในทางธุรกิจที่มีประโยชน์มาช่วยตัดสินใจในการดำเนินงานในทุกฝ่ายของบริษัทและคู่ค้าของบริษัท

-กรณีที่มีคู่แข่งทางมาเปิดให้บริการในบริเวณใกล้เคียง
แผนความเสี่ยง : บริษัทพิซซ่าไทยจะสร้างการรับรู้ให้ลูกค้ามากขึ้นสร้างการรับรู้จากโฆษณา
การสื่อสารการตลาด ผ่านทางโซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์และรายการทีวี ภายใต้ธีม
แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย “พิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึง
ร้อยบาท” รวมถึงการจัดกิจกรรมให้ลูกค้า/ผู้มีชื่อเสียงแนะนำสินค้าหรือแบรนด์ของเรา ส่งต่อ
ประสบการณ์ดี ๆ ไปให้ลูกค้าคนอื่นต่อไป
นอกจากนี้บริษัทพิซซ่าไทยจะนำ ‘เทคโนโลยี’ และ ‘นวัตกรรม’ มาช่วยสร้างสรรค์และเพิ่มพูน
ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์พิซซ่าไทย เช่น ส่งชื่อออนไลน์ จัดโปรโมชั่นที่เหมาะสมกับกลุ่ม
เป้าหมายและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างแม่นยำ



ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลง
ความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจ
ให้เกิดขึ้นจริง



พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการส่งมอบประสบการณ์ผู้ใช้
เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลาย
ยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและ
ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ
อาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1
ของไทย



การฝึกปฏิบัติแบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจ (Business Plan Simulation)

การฝึกปฏิบัติแบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจ (Business Plan Simulation)

คำแนะนำ

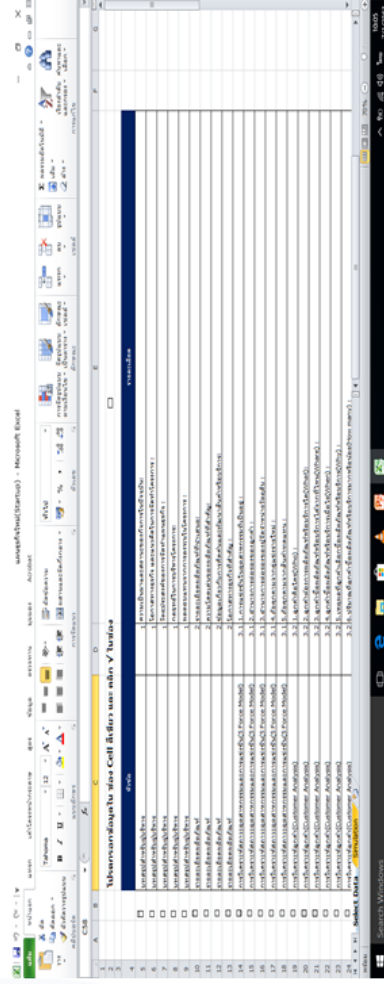
แบบฝึกปฏิบัติแบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจ (Business Plan Simulation)

ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 : Select Data

ส่วนที่ 2: Simulation Business Plan

ขั้นตอนที่ 1 : ให้ผู้เรียนเปิดมาที่ ส่วนที่ 1 : Select Data แล้วทำการเลือกหัวข้อต่างๆของแผนธุรกิจ



ที่มา : ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 2 หลังจากนั้น ผลลัพธ์ต่างๆที่ผู้เรียนเลือกจะปรากฏในส่วนที่ 2: Simulation Business Plan

| แผนธุรกิจ วิชา (Startup) | |
|---------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| 1. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร | 2. รายละเอียดผลิตภัณฑ์ |
| 3. การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด 3.1 การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมายและคู่แข่ง | 4. ยุทธศาสตร์ทางการ |
| 3.2 การตลาดเชิงรุก (Customer Analysis) | 5. แผนการตลาด |
| 3.3 การประเมินโอกาสและภัย (SWOT Analysis) | 6. แผนการดำเนินงาน |
| 7. แผนการเงิน | 8. แผนการดำเนินงาน |

ที่มา : ผู้วิจัย

หมายเหตุ : หลังจากทำแบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจ (Business Plan Simulation)
ให้ซอฟต์แวร์ Excel และส่งมาที่ pornprasit_tsh@hotmail.com

เอกสารอ้างอิง

บัญชีอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับรอบบัญชีปี 2558 - 2559 กรมสรรพากร แหล่งที่มา: <https://www.rd.go.th/publish/308.0.html>
การจัดโครงสร้างขององค์กร (**Organization structure**) แหล่งที่มา : https://www.baanjomyut.com/library_2/extension-1/organization/06.html
การบริหารงานด้วยคุณภาพในองค์กร แหล่งที่มา : http://parisamon.blogspot.com/2018/11/blog-post_15.html
กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ คู่มือการพัฒนาขนาดยอดขายผลิตภัณฑ์และการค้าเป็นธุรกิจซึ่งมีผลิตภัณฑ์ในทางปัญญาและนวัตกรรมสู่ Thailand 4.0 ,2560.
จักรรา จักรฉายและศิริพัฒนา ไตรวิไลซ์ การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1 สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2562
แผนธุรกิจ (**Business Plan**) แหล่งที่มา: <https://www.iok2u.com/index.php/article/e-book/118-business-plan>
(2563:Online)



Thank You

ประวัติผู้เขียน

| | |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อ-สกุล | นายพรประสิทธิ์ เต๋นโมฬี |
| วัน เดือน ปี เกิด | 9 มกราคม 2514 |
| สถานที่เกิด | จังหวัดแพร่ |
| วุฒิการศึกษา | จบการศึกษาเศรษฐศาสตร์บัณฑิตจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2539 และวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการด้านโลจิสติกส์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ.2548 และเข้าศึกษาต่อหลักสูตรครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา ภาควิชานโยบาย การจัดการ และความเป็นผู้นำทางการศึกษาคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| ผลงานตีพิมพ์ | ผลงานวิชาการที่ตีพิมพ์เผยแพร่มี บทความวิชาการเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการ 5.0 สำหรับนักศึกษาผ่านการเรียนการสอนออนไลน์โดยใช้แอดดีโมเดล ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา บทความวิชาการเรื่อง สมรรถนะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ : มุมมองของนักศึกษาและผู้ประกอบการ ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร และบทความวิชาการเรื่อง การวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิต นักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาไทย ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร MFU Connexion: Journal of Humanities and Social Sciences มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| รางวัลที่ได้รับ | ผู้เขียนได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจาก ทุน 90 ปีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนรัชดาภิเษก สมโภชและทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรมจาก สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2564 |