Chulalongkorn University
Chula Digital Collections

Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD)

2021

การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

พรประสิทธิ์ เด่นโมฬี
คณะครุศาสตร์

Follow this and additional works at: https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd

Part of the Higher Education Commons

Recommended Citation

เด่นโมฬี, พรประสิทธิ์, "การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา" (2021). *Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD)*. 5709.
https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/5709

This Thesis is brought to you for free and open access by Chula Digital Collections. It has been accepted for inclusion in Chulalongkorn University Theses and Dissertations (Chula ETD) by an authorized administrator of Chula Digital Collections. For more information, please contact ChulaDC@car.chula.ac.th.

การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

Mr. Pornprasit Denmoree

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

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 สถิรกุล เตชพาหพงษ์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.อัจฉรา จันทร์ฉาย

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต

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

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พันธ์ศักดิ์ พลสารัมย์)

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

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

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปราวีณยา สุวรรณณัฐโชติ)

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

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

พรประสิทธิ์ เด่นโมฬี : การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา. (DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP CURRICULUM WITH ONLINE LEARNINGTO PROMOTE ENTREPRENEURSHIP FOR STUDENTSON HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร.สิริฉันท์ สถิรกุล เตชพาหพงษ์, อ.ที่ปรึกษาร่วม : ศ.กิตติคุณ ดร.อัจฉรา จันทร์ฉาย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ และแนวคิดผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา 2) วิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี และ 3) พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ 1) ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรี จำนวน 8 คน 2) ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโท จำนวน 9 คน 3) ผู้บริหารที่เปิดหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 3 คน 4) ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 15 คน 5) ผู้ประกอบการที่เลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 20 คน 6) นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 390 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตาตามประเภทมหาวิทยาลัยและเลือกมหาวิทยาลัยในแต่ละกลุ่มอย่างละ 1 แห่งใน 4 ภาคของประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบประเมินและแบบทดสอบ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและค่าสถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1) ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศ พบว่า หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการทั้งระดับปริญญาตรีและโทในประเทศ ส่วนใหญ่ในมหาวิทยาลัยของรัฐอยู่ภายใต้คณะวิทยาการจัดการ/คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี/คณะเทคโนโลยีการจัดการ และรายวิชาส่วนใหญ่มาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจ แสดงให้เห็นว่า หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัยของรัฐไม่ได้เป็นหลักสูตรเฉพาะที่จะไปส่งเสริมให้ไปเป็นผู้ประกอบการที่จะเริ่มต้นธุรกิจ (Startup) ดังนั้น ควรมีหลักสูตรเฉพาะที่จะส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้แก่นิสิตนักศึกษาได้มีโอกาสเรียนรู้

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

3) หลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาประกอบด้วย 5 ชุดวิชา 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) ผลการวิจัยอธิบายได้ว่าหลักสูตรผู้ประกอบการที่พัฒนาขึ้นโดยใช้แอดดี้โมเดลมีความเหมาะสมและสามารถเตรียมความพร้อมนิสิตนักศึกษาในการเริ่มต้นธุรกิจได้

สาขาวิชา	อุดมศึกษา	ลายมือชื่อนิสิต .....
ปีการศึกษา	2564	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....
		ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม .....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

5884246027 : MAJOR HIGHER EDUCATION
KEYWORD: ENTREPRENEUR STUDENT, STUDENT ENTREPRENEURSHIP PROGRAM, ENTREPRENEUR EDUCATION

Pornprasit Denmoree : DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP CURRICULUM WITH ONLINE LEARNINGTO PROMOTE ENTREPRENEURSHIP FOR STUDENTSON 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 oversea 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.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Field of Study:	Higher Education	Student's Signature .....
Academic Year:	2021	Advisor's Signature .....
		Co-advisor's Signature .....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความเมตตาและเอาใจใส่อย่างดีจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริฉันท์ สถิรกุล เตชพาหพงษ์ และศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร. อัจฉรา จันทร์ฉาย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้เสียสละเวลาอันมีค่าคอยให้คำปรึกษา และให้กำลังใจตลอดระยะเวลาของการศึกษา ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พันธ์ศักดิ์ พลสารัมย์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุณี หงษ์ศิริวัฒน์ รองศาสตราจารย์ ดร. ปราวีณยา สุวรรณณัฐโชติ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะเพื่อความสมบูรณ์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้และประสบการณ์อันหลากหลายทางการอุดมศึกษา

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

ขอขอบพระคุณ ดร. วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ ดร. ธีรช์กรณ์ อุดมรัตนะมณี ดร. สรศักย์ ชัยสถาผล และคุณภัคย์พิชญา เฉลิมชัยวุฒิ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการบรรยายคลิปวีดีโอหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อทวีทรัพย์ ธนะชัยทวีทรัพย์ คุณแม่เตือนใจ จักรใจ คุณปรีชา ธนะชัยทวีทรัพย์ น้องชาย และคุณอังคณา ธนะชัยทวีทรัพย์ น้องสาวที่เป็นกำลังใจ ให้ความช่วยเหลือทุกอย่าง

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

พรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

วิธีดำเนินการวิจัย 72
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 72
กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย 74
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 77
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 78
การเก็บรวบรวมข้อมูล 80
การวิเคราะห์ข้อมูล 82
บทที่ 4 ผลการวิจัย 88
ตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศและแนวคิดการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษา 88
ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความต้องการของหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรี 165
ตอนที่ 3 การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา 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 รายชื่ออาจารย์ประจำวิชาบรรยายคลิปวีดีโอของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ 330

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ฉ คู่มือการใช้หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา 332

ภาคผนวก ช เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา 349

ประวัติผู้เขียน 702

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 สรุปแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ..... 26
ตารางที่ 2.2 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาตรี-โท-หลักสูตรระยะสั้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ..... 43
ตารางที่ 2.3 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาตรีในประเทศไทย..... 44
ตารางที่ 2.4 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาโทในประเทศไทย..... 45
ตารางที่ 2.5 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาโทในต่างประเทศ..... 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 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย..... 166
ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี..... 182
ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา (n=390). 196

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการของผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษา.... 206

ตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบความแตกต่างคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษา 209

ตารางที่ 4.13 แสดงข้อมูลคุณลักษณะผู้ประกอบการในมุมมองของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ 211

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างคุณลักษณะผู้ประกอบการมุมมองของนิสิตนักศึกษาระหว่างกลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ 214

ตารางที่ 4.15 (ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา 219

ตารางที่ 4.16 สรุปการประยุกต์ใช้ขั้นตอนทั้ง 5 ของ ADDIE Model ในการออกแบบหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา 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 วิชาของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ 241

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ (n=70) 242

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจระหว่างนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ..... 244

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ..... 247

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญภาพ

หน้า

รูปที่ 1.1 แผนภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย 10
รูปที่ 2.1 ขอบเขตและความสามารถของแนวคิด EntreComp 23
รูปที่ 2.2 การค้นพบการผนึกพลังระหว่างการประกอบการกับอาชีพ 24
รูปที่ 2.3 การพัฒนาประสิทธิผลของผู้ประกอบการ 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 แผนภูมิวัสดุการเรียนการสอนทั่วไป 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 ขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์โดยใช้แอดดี้โมเดล (ADDIE Model) 260

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคนให้มีความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพที่เป็นไปตามความต้องการของตลาดงาน และ เน้นการเพิ่มผลิตภาพแรงงานสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564) ยึด “คน” เป็นศูนย์กลางการพัฒนา ดังนั้น ยุทธศาสตร์การพัฒนาคน 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 ต้องทำให้เขาเป็นคนที่รักที่จะเรียน มีคุณธรรม และสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ด้วย นั่นก็คือการสร้างคนให้มีทักษะในศตวรรษที่ 21 นอกจากนี้แผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560-2574) ที่กำหนดทิศทางการเปลี่ยนแปลงของระบบอุดมศึกษาเพื่อเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาประเทศ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วยระบบการศึกษาที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ เพราะเป็นปัจจัยสำคัญของการปฏิรูป สุเมธ แย้มนุ่น (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 จึงต้องจัดการศึกษาทั้งระบบตั้งแต่ประถม มัธยม อาชีวศึกษา ไปจนถึงอุดมศึกษาดังนั้น การเตรียมคนไทย 4.0 ทำให้สถาบันอุดมศึกษาต้องมีบทบาทสำคัญในการสร้างและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัยและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมนั้น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน

หลายมิติ โดยเฉพาะการพัฒนาคน เพื่ออนาคตประเทศไทยหรือพร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

การศึกษาระบบ 4.0 จะมุ่งเน้นสร้างทักษะการฝึกฝนจากประสบการณ์ เพิ่มประสิทธิผลสูงสุดในเชิงธุรกิจพร้อมเติมเต็มความต้องการของมนุษย์และสังคมอย่างตรงจุด (สุพจน์ หารหนองบัว, 2557) กลยุทธ์การสร้างและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่จึงถูกบรรจุเป็น 1 ใน 7 กลยุทธ์หลักภายใต้ยุทธศาสตร์ของชาติ ทั้งยังเป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยด้วย ด้วยมุ่งเน้นสร้างเสริมขีดความสามารถและการเตรียมความพร้อมให้ผู้ที่จะก้าวเป็นผู้ประกอบการใหม่ โดยการสร้างแรงจูงใจและจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการ เสริมสร้างทัศนคติและประสบการณ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ 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 สู่ความเป็นเลิศ สร้างคน ให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้โดยมีคุณภาพและตรงกับความต้องการของสังคมอันเป็นภาระหลักที่สถาบันอุดมศึกษาทุกแห่งต้องทำ พันธกิจของมหาวิทยาลัยจึงควรขยายขอบเขตจากการสอนและการวิจัยไปถึงการเป็นผู้ประกอบการด้วย (ธีระพร วีระถาวร, 2554)

งานศึกษาวิจัยส่วนใหญ่ ทั้งในไทยและต่างประเทศพบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยส่วนสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ผู้ที่เข้ามาเป็นผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพได้ ด้วยตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2559) กล่าวว่า ระบบการศึกษาของสหรัฐอเมริกาหลายแห่ง จึงมีการเตรียมพร้อมการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ให้แก่ผู้เรียนตั้งแต่ระดับขั้นพื้นฐาน จนกระทั่งระดับมหาวิทยาลัย มีการเปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจรองรับกลุ่มนักศึกษาทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ ในที่นี้หลายมหาวิทยาลัยมีการเชื่อมต่อกับระดับขั้นพื้นฐานเตรียมพร้อมการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการให้แก่เด็กนักเรียน และด้วยหวังว่าการเชื่อมต่อดังกล่าวนี้จะเป็นหนทางดึงดูดเด็กนักเรียนที่มีคุณภาพเข้าเรียนต่อในมหาวิทยาลัยด้วยอีกทางหนึ่ง เช่น มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด มีโครงการที่มีส่วนเสริมสร้างและพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการให้แก่นักศึกษาและเด็กนักเรียนมัธยมศึกษาท้องถิ่น ที่มีความใฝ่ฝันและมีความมุ่งมั่นตั้งใจจริง ด้วยการให้การสนับสนุนแก่เด็กนักเรียนเหล่านี้ ในการริเริ่มดำเนินธุรกิจของตนเอง มีการประชุมเชิงปฏิบัติการการเป็นผู้ประกอบการ ที่เปิดโอกาสให้เด็กนักเรียนได้ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน

ฝึกการแก้ปัญหาและค้นหาทางออก เพราะประสบการณ์การเรียนรู้นอกห้องเรียน เป็นประสบการณ์ที่ยาก ไม่สามารถหาได้จากการเรียนในการเรียนปกติในห้องเรียน

สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันนี้ บทบาทของการเป็นผู้ประกอบการมีความเกี่ยวข้องกับนิสิตนักศึกษามากขึ้น การเรียนการสอนให้นักศึกษาได้เข้าใจการดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริง กลุ่มนักศึกษาเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างสังคมการประกอบการ จึงจำเป็นต้องให้นักศึกษามีความรู้ ทัศนคติ ความคิดสร้างสรรค์ ความมั่นใจในตัวเองความเป็นผู้นำ และความสามารถในการทำงานเป็นทีม รวมทั้งคุณธรรมและจริยธรรม สิ่งเหล่านี้จะทำให้เกิดการพัฒนาด้านความคิดการวิเคราะห์การแก้ปัญหานำไปปฏิบัติและการประเมินผลที่ถูกต้อง ภายใต้กระบวนการเรียนรู้ ซึ่งนั่นคือกระบวนการของการบ่มเพาะจิตวิญญาณผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นในจิตสำนึกของนักศึกษา ในขณะที่เรียนอยู่ในมหาวิทยาลัยสอดรับกับความต้องการของประเทศ 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 มีการเปิดธุรกิจร้านกาแฟราว 369 แห่งในปี 2011 แต่ในปลายปี 2014 เหลือเพียง 100 แห่งเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการประกอบธุรกิจอธิบายว่าเจ้าของธุรกิจร้านกาแฟสมัครเล่น (คน Gen-Y) มักไม่ได้ทำการศึกษาตลาดอย่างดีก่อนการเริ่มธุรกิจ อีกทั้งยังขาดแคลนความรู้ที่จำเป็นสำหรับการทำธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เช่น การสต๊อกวัตถุดิบ 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 เปิดร้านกาแฟ เป็นต้น แต่ส่วนใหญ่มักจะไม่ประสบความสำเร็จและยั่งยืน เพราะขาดประสบการณ์หรือขาดเทคนิคองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการนั่นเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kantabut (2016) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบให้ธุรกิจเกิดความล้มเหลว ได้แก่ 1) การบริหารการตลาดผิดพลาด 2) ขาดการบริหารจัดการแหล่ง

เงินทุน 3) ไร้ประสิทธิภาพทางการจัดการ 4) ผู้บริหารขาดทักษะในการจัดการงาน 5) ขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดหาและจัดจ้างแรงงาน 6) มีอุปสรรคหรือภัยคุกคามต่างๆ ดังนั้น จากปัจจัยที่ส่งผลกระทบให้ธุรกิจเกิดความล้มเหลวดังที่กล่าวมา จึงเป็นเหตุผลที่ต้องมีหลักสูตรผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะที่สำคัญต่างๆที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการ

วรากรณ์ สามโกเศศ (2561) กล่าวว่า คนรุ่นใหม่ควรมี 6 ทักษะหลัก คือ 1) เข้าใจการใช้เทคโนโลยีดิจิตอล 2) มีทักษะทางภาษาโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เพื่อจะได้เข้าใจและหาความรู้จากสิ่งรอบตัวได้ง่าย 3) ต้องมีปฏิสัมพันธ์ วิธีคิดการเจรจาต่อรองในการเอาตัวรอด 4) มีความรู้พื้นฐานในงานที่ทำ 5) ทักษะการริเริ่มพัฒนาอย่างต่อเนื่อง 6)ควรมีทักษะการประกอบธุรกิจหรืองานอิสระ นอกจากนี้หลักสูตรการเรียนการสอนควรปูพื้นฐานให้ผู้เรียนนำไปพัฒนาต่อยอดกับสิ่งต่างที่เกิดขึ้นใหม่ในโลกเพราะโลกยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงเร็วและเกิดทักษะใหม่ๆขึ้นมาเสมอ (โพสต์ทูเดย์, 2017)

การตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญ ในเรื่องการเตรียมความพร้อมและพัฒนาผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาเป็นหน้าที่ของสถาบันอุดมศึกษาที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างคนเพื่อการขับเคลื่อนพัฒนาประเทศ สร้างบัณฑิตที่มีความสามารถด้านวิชาการ มีทักษะทันสมัย บูรณาการองค์ความรู้ สร้างสรรค์นวัตกรรมด้านการเรียนการสอนและวิจัย การพัฒนานิสิตนักศึกษามีความสำคัญต่อสถาบันอุดมศึกษาเป็นอย่างมากเพราะภารกิจในการผลิตบัณฑิตเพื่อช่วยพัฒนาประเทศชาติ สามารถผลิตบัณฑิตที่มีความสมบูรณ์ ทั้งทางด้านวิชาการและวิชาชีพ สติปัญญา สังคม อารมณ์ เอกลักษณ์ ร่างกาย และคุณธรรม (สำเนาว์ ขจรศิลป์, 2537) การสร้างบุคลากรนักศึกษาที่มีลักษณะผู้ประกอบการที่ดีจะช่วยเป็นแรงสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ องค์กร ชุมชน หรือแม้แต่สังคมขนาดใหญ่ให้เจริญเติบโตก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว

วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา (2546) ได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนานิสิตนักศึกษาไทยไว้ว่า ผู้เรียนในระดับการศึกษาขั้นอุดมศึกษาสำคัญมากเพราะเป็นมันสมองของประเทศซึ่งต้องรับผิดชอบต่อการพัฒนาประเทศในอนาคต ดังนั้น 4 ปีของการศึกษาในระดับอุดมศึกษาจึงเป็น 4 ปี ของการเปลี่ยนแปลงชีวิต เพื่อวางรากฐานความรู้ที่สามารถนำไปประกอบอาชีพได้อย่างเหมาะสมพร้อมทั้งสร้างบุคลิกภาพ นิสัย 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) ทันทีที่สำเร็จการศึกษา ไม่ว่านิสิตนักศึกษาจะมาเป็นผู้ประกอบธุรกิจเป็นเจ้าของเองหรือทำงานตามบริษัท 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 ขณะที่มหาวิทยาลัยที่ประเทศจีน อาทิ มหาวิทยาลัยหนานจิง และมหาวิทยาลัยเซี่ยงไฮ้ มีการสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการนักศึกษาในมหาวิทยาลัย โดยจัดเตรียมสภาพแวดล้อมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการนักศึกษา อาทิ ห้องปฏิบัติการประดิษฐ์กรรม (Fabrication Laboratory) หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า FabLab เปิดกว้างให้คนที่มีแนวคิดใหม่ ๆ สามารถสรรสร้างชิ้นงานนั้น ๆ ออกมาให้เป็นจริงได้ ในขณะที่มหาวิทยาลัยโคเรีย หรือ มหาวิทยาลัยเกาหลี ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนชื่อดังมากระดับแนวหน้าของเกาหลีใต้ เปิดโอกาสให้อาจารย์และนักศึกษาสามารถนำสินค้าที่ตนเองคิดค้นหรือทำขึ้นมาวางขายในร้านของมหาวิทยาลัยได้และยังเปิดโอกาสที่ศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยมาสนับสนุนการลงทุนได้ถ้าสินค้านั้นมีความเป็นไปได้ทางการตลาด

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 มีทางเลือกในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองอย่างมีประสิทธิภาพตามเวลาที่สะดวกที่จะเรียนรู้นวัตกรรมการศึกษาทำให้การศึกษาแบบระบบปิดกลายเป็นระบบเปิดมีระบบการเรียนแบบ MOOC (Massive Open Online Course) ซึ่งมีมหาวิทยาลัยหลายแห่งให้บริการการเรียนการสอนแบบนี้ อีกเทคนิคหนึ่งที่เป็นนวัตกรรมทางการศึกษา คือ เกมมิฟิเคชั่น (Gamification) ในการศึกษาทำการเรียนการสอนให้สนุก ดังนั้น ถ้าสามารถทำการเรียนให้เหมือนเป็นการเล่นได้ ถ้าเรียนแล้วสนุกแล้ว จะได้ผลการเรียนที่ดีเรียนอะไรได้ทุกเรื่อง เพราะเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กระหายอยากรู้ ทำให้ผู้เรียนอยากเรียนและสนุกอย่างเกม ซึ่งเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับความเห็นของ Fry & Kress (2006) ได้กล่าวว่าการสอนที่ดีที่สุดคือการทำให้ผู้เรียนเกิดแรงจูงใจใน

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

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

จากปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเพื่อลดช่องว่างและเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ให้กับนิสิตนักศึกษาทุกคณะทุกคนที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ มีโอกาสที่จะเรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการและเตรียมความสามารถพร้อมที่จะเข้าสู่โลกของการเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง ด้วยการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อให้นิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาทุกคนมีโอกาสที่จะเรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการและเตรียมความสามารถให้พร้อมที่จะเข้าสู่โลกของการเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศและแนวคิดผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา

2) วิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

3) พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

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

หลักสูตรผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Education) หมายถึง หลักสูตรที่ให้ความรู้และเตรียมความพร้อมนักเรียนนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการให้มีแนวคิดความรู้ทางด้านธุรกิจเสริมสร้างทัศนคติ คุณลักษณะที่จำเป็น และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้เรียนจบไปแล้วเป็นผู้ประกอบการที่สามารถเริ่มต้นธุรกิจใหม่ได้ และดำเนินธุรกิจหรือบริษัทใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา หมายถึง แผนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมนิสิตนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ โดยผ่านชุดการสอนที่เป็นโมดูล ประกอบด้วย แนวคิดและหลักการ วัตถุประสงค์ เนื้อหา ชุดวิชาการเป็นผู้ประกอบการ สื่อการสอน การวัดและประเมินผล เพื่อให้นิสิตนักศึกษาเกิดความรู้ 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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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) การเขียนแผนธุรกิจยุค 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 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

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

- มหาวิทยาลัยในต่างประเทศที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง โดยเลือกจาก Top Best Business Schools 2017 สาขาที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) แต่ละทวีปในเอเชีย อเมริกา และยุโรป ดังนี้ ในอเมริกา ได้แก่ แบ็บสัน คอลเลจ (Babson College) มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) และมหาวิทยาฮาวาร์ด (Harvard University) ในยุโรป ได้แก่ มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ (University of Cambridge: Judge) จากประเทศอังกฤษสถาบัน IMD (IMD : International Institute for Management Development) จากประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สถาบันไออี บิสซิเนสสคูล (Instituto 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/กรุงเทพ 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

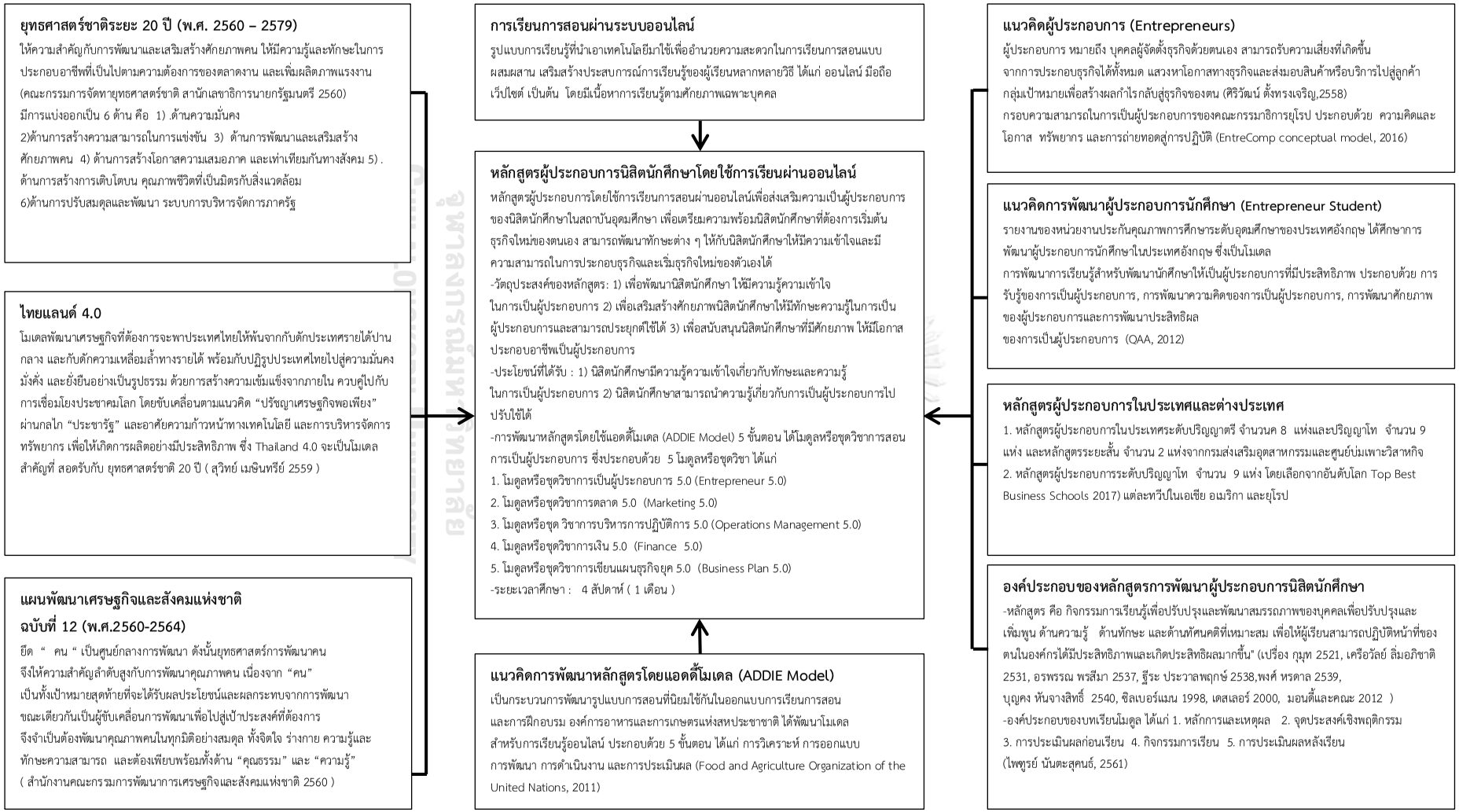
2. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย หลักสูตรผู้ประกอบการที่ใช้ในการศึกษาเป็นหลักสูตรที่เปิดสอนในปีการศึกษา 2561-2563

กรอบแนวคิดการวิจัย

รายละเอียด ดังแสดงในรูปที่ 1.1 แผนภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1.1 แผนภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย

คำอธิบายกรอบแนวคิดในการวิจัย

ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) เป็นกรอบการพัฒนาระยะยาว โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” นอกจากนี้ยัง ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคนให้มีความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพที่เป็นไปตามความต้องการของตลาดงานและ เน้นการเพิ่มผลิตภาพแรงงาน นำไปสู่การพัฒนาให้คนไทยมีความสุขและสอดคล้องกับการบรรลุผลประโยชน์ของชาติ ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี มีการแบ่งยุทธศาสตร์ออกเป็น 6 ด้าน ซึ่งหนึ่งยุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นในการพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน พัฒนาทักษะผู้ประกอบการ ยกระดับผลิตภาพแรงงานและพัฒนา 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 จะสอดรับกับกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะยาว 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” พัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต สร้างความมั่นคงของชาติ พัฒนาคนทุกวัยให้เป็น คนดี คนเก่งยึด “คน” เป็นศูนย์กลางการพัฒนา ดังนั้น ยุทธศาสตร์การพัฒนาคนจึงให้ความสำคัญลำดับสูงกับการพัฒนาคุณภาพคน เนื่องจาก “คน” เป็นทั้งเป้าหมายสุดท้ายที่จะได้รับผลประโยชน์และผลกระทบจากการพัฒนา ขณะเดียวกันเป็นผู้ขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อไปสู่เป้าประสงค์ที่ต้องการ จึงจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพคนในทุกมิติอย่างสมดุล ทั้งจิตใจ ร่างกาย ความรู้และทักษะความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ และต้องเพียบพร้อมทั้งด้าน “คุณธรรม” และ “ความรู้”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แนวคิดผู้ประกอบการ (Entrepreneurs)

ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้จัดตั้งธุรกิจด้วยตนเอง สามารถรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจได้ทั้งหมด แสวงหาโอกาสทางธุรกิจและส่งมอบสินค้าหรือบริการไปสู่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างผลกำไรกลับสู่ธุรกิจของตน (ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ, 2558) กรอบความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการของคณะกรรมาธิการยุโรป 2016 (The entrepreneurship competence framework: EntreComp conceptual model, 2016) ได้กล่าวว่า EntreComp ประกอบขึ้นจาก 3 ด้านความสามารถและ 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 การรับรู้โอกาสสร้างและประเมินผลการตัดสินใจที่สนับสนุนโดยการวิเคราะห์และการตัดสินที่สำคัญ การนำความคิดไปสู่การเป็นผู้นำและการจัดการ การสะท้อนและการกระทำ ทักษะด้านมนุษย์สัมพันธ์ ทักษะด้านการสื่อสารและกลยุทธ์

3). ประสิทธิผลของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial effectiveness) ได้แก่ ทิศทางอิสระที่เป็นตัวของตัวเอง ความคืบหน้าของแต่ละเป้าหมายและวิธีการ ใช้ความคิดที่กล้าได้กล้าเสีย สร้างทางเลือกธุรกิจและอาชีพ ดำเนินการสร้างกิจการใหม่ ชื่นชมและสร้างรูปแบบต่าง ๆ ระบุและเข้าถึงตลาดเป้าหมาย

4). ตระหนักในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial awareness) พัฒนาความรู้ความเข้าใจถึงการสร้างกิจการใหม่ และตระหนักถึงความกล้าได้กล้าเสียในการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังเห็นว่า

การเรียนรู้สามารถทำได้ผ่านหลักสูตรหรือกิจกรรมนอกหลักสูตรหรือการผสมกันของทั้งสองแบบ คุณลักษณะที่สำคัญของโมเดลนี้คือการรวมทั้งหลักสูตรและการเรียนนอกหลักสูตรเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างนักศึกษาให้เป็นผู้ประกอบการอย่างเป็นลำดับขั้นตอน

แนวคิดการพัฒนาหลักสูตรโดยแอดดี้โมเดล (ADDIE Model)

ADDIE model เป็นกระบวนการพัฒนารูปแบบการสอนที่นิยมใช้กันในออกแบบการเรียนการสอนและการฝึกอบรม 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)

การเรียนผ่านออนไลน์ (Online Learning) หมายถึง การพัฒนาผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อแก้ปัญหาในเรื่องข้อจำกัดทางด้านสถานที่และเวลาของนักศึกษา ตลอดจนเพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษา โดยมีการเรียนรู้ภาคทฤษฎี และกรณีศึกษาผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ

องค์ประกอบของการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ไพฑูรย์ นันตะสุคนธ์ (2561) ได้ให้นิยามของคำว่า **โมดูล** คือ หน่วยการเรียนรู้ที่เล็กที่สุดของหลักสูตรซึ่งอาจอยู่โดยลำพังหรือสัมพันธ์กับหน่วยที่ต้องเรียนรู้มาก่อนหรือหน่วยที่ต้องเรียนรู้ควบคู่กันไป โดยระบุหน่วยกิตและผลลัพธ์การเรียนรู้โมดูลในหลักสูตรเมื่อรวมเข้าด้วยกัน โมดูลอาจจะอยู่ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น สไลด์ ภาพ การทดลอง หนังสือหรือเอกสาร ซึ่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของแต่ละสาขาวิชา

บทเรียนโมดูล คือ เป็นสื่อการเรียนชนิดหนึ่งที่มุ่งพัฒนาให้ผู้เรียน ได้เกิดความรู้ตามความต้องการ เป็นหน่วยการเรียนที่สำเร็จรูปในตัว มุ่งให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง(Self – Paced Learning) ซึ่งในโมดูลหนึ่ง ๆ นั้น จะมีความสมบูรณ์ในตัว ผู้เรียนไม่จำเป็นต้องไปศึกษาค้นคว้าจากที่อื่นเพิ่มอีก

องค์ประกอบของบทเรียนโมดูล

1). หลักการและเหตุผล (Prospectus)

2). จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม (Behavioral Objectives)

3)). การประเมินผลก่อนเรียน (Pre-Assessment)

4). กิจกรรมการเรียน (Enabling Activities)

5). การประเมินผลหลังเรียน (Post-Assessment)

ปทีป เมธาคุณวุฒิ (2544) กล่าวว่า **หลักสูตร** หมายถึง แผนการเรียนการสอน ที่ประกอบด้วย จุดมุ่งหมายของการศึกษา วิธีการเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมาย ซึ่งหมายถึง การพิจารณาคัดเลือก จัดรวบรวมและเรียบเรียงเนื้อหาวิชาและประสบการณ์ ตลอดจนการประเมินผล เพื่อให้

ผู้เรียนที่มีสติปัญญาและคุณธรรม สามารถสร้างเสริมองค์ความรู้ คิดวิเคราะห์ได้ และนำความรู้มาแก้ปัญหาและสร้างสรรค์ในส่วนวิชาการ วิชาชีพและการดำรงชีวิต

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

องค์ประกอบของบทเรียนโมดูล

1). หลักการและเหตุผล (Prospectus)

2). จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม (Behavioral Objectives)

3). การประเมินผลก่อนเรียน (Pre-Assessment)

4). กิจกรรมการเรียน (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

โมดูลหรือชุดวิชาหลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา5.0 หมายถึง การเตรียมความพร้อมให้นิสิตนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการโดยผ่านโมดูลหรือชุดวิชาการสอนการเป็นผู้ประกอบการที่จัดทำขึ้น ภายใต้แนวคิด**ผู้ประกอบการ 5.0** ซึ่งผู้วิจัยประยุกต์เพิ่มเติมจาก Society 5.0: สังคมญี่ปุ่นแห่งอนาคต (Nakanishi H., 2019) หมายถึง เจ้าของกิจการที่คิดริเริ่มจัดตั้งธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงานและดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ ปรับเปลี่ยนโอกาสไปสู่ธุรกิจและบริหารจัดการธุรกิจ ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาจากเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและนวัตกรรม มุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ด้วยการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ โดยมีการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดรับกับสังคมยุค 5.0 (Society 5.0) ที่เน้นถึงวิธีการแก้ปัญหาสำหรับชีวิตมนุษย์ที่ดีขึ้น (Solution for better human life)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รายวิชาของโมดูลหรือชุดวิชาหลักสูตรผู้ประกอบการรนิสิตนักศึกษา 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 ที่สอดรับกับสังคมยุค 5.0 สามารถประเมินศักยภาพตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ ทางเลือกที่การเริ่มต้นธุรกิจได้ คือ การพัฒนาธุรกิจใหม่ เครื่องมือที่ช่วยออกแบบโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) และการฝึกปฏิบัติ นอกจากนี้มีการใช้กรณีศึกษาของประเภทของผู้ประกอบการ 4 ประเภทของธุรกิจได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจผู้ประกอบการค้า 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 ผู้ประกอบการค้าและผู้ประกอบการเกษตร ในการดำเนินเรื่องทำให้ผู้เรียนเข้าใจแนวคิดการตลาดและการพัฒนากลยุทธ์ รวมถึงการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดคล้องกับธุรกิจของตนเองได้

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1) อธิบายแนวคิดการตลาดและการพัฒนากลยุทธ์

2) วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคตามแนวคิดการตลาดยุคดิจิทัล

3) ประยุกต์กลยุทธ์การตลาดและนวัตกรรมทางด้านการตลาด

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) เทคโนโลยีระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตนอิเล็กทรอนิกส์ (Biometric & Digital ID) สำหรับความรู้เกี่ยวกับการเงิน นอกจากนี้มีการใช้กรณีศึกษาของบริษัท AAA จำกัด ในการดำเนินเรื่องทำให้ผู้เรียนสามารถเห็นภาพรวมของงบการเงินประกอบด้วย 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

หลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนผ่านออนไลน์ หมายถึง หลักสูตรผู้ประกอบการ โดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมนิสิตที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ของตนเอง สามารถพัฒนาทักษะต่าง ๆ ให้กับนิสิตนักศึกษา ให้มีความเข้าใจและมีความสามารถในการประกอบธุรกิจและเริ่มธุรกิจใหม่ของตัวเองได้

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อพัฒนานิสิตนักศึกษา ให้มีความรู้ความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการ

2. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพนิสิตนักศึกษา ให้มีทักษะความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการและสามารถประยุกต์ใช้ได้

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) หลักสูตรผู้ประกอบการ โดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อเตรียมความพร้อมนิสิตที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ของตนเอง สามารถพัฒนาความรู้ ทักษะและทัศนคติให้กับนิสิตนักศึกษา ให้มีความเข้าใจและมีความสามารถในการประกอบธุรกิจและเริ่มธุรกิจใหม่ของตัวเองได้

2) สถาบันอุดมศึกษา ได้คู่มือหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งเป็นการศึกษาที่นิสิตนักศึกษาทุกคนสามารถเข้าถึงได้มีทางเลือกในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพตนเอง และเป็นต้นแบบในการสร้างผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่สนใจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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 (พจนานุกรมอ๊อกฟอร์ด, 2 พฤศจิกายน 2564) บุคคลที่จัดตั้งองค์กรกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงเพื่อหวังผลกำไร(พจนานุกรมเว็บสเตอร์, 2 พฤศจิกายน 2564) ผู้จัดตั้งองค์การเป็นเจ้าของ บริหารงานและยอมรับความเสี่ยงทางธุรกิจ (Hodgetts and Kuratko, 1986) ผู้ที่จัดตั้งองค์กรและพัฒนาบริหารงานรวมทั้งยอมรับความเสี่ยงทางกิจการเพื่อผลกำไร (Kuratlko and Hodgetts, 1998) การเป็นเจ้าของกิจการ หมายถึงผู้ที่ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ขององค์การก็ได้ (Farrington, Venter and Louw, 2012 ; Samuel, Ernest and Awuah, 2013)

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

ในการสร้างสรรค์และใช้แนวคิดใหม่ ๆ ด้วยโซลูชั่นที่สร้างสรรค์ 2) ส่วนผสมที่จำเป็น ได้แก่ ความเต็มใจที่จะยอมรับความเสี่ยง ความสามารถในการกำหนดทีมร่วมทุนที่มีประสิทธิภาพ ทักษะพื้นฐานในการสร้างแผนธุรกิจที่มั่นคง วิสัยทัศน์ในการรับรู้โอกาส

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้ที่ก่อตั้งองค์กรธุรกิจ เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสเพื่อนำเอาโอกาสนั้นมาใช้ในการดำเนินธุรกิจและคอยประคับประคองให้ธุรกิจดำเนินไปภายใต้ความเสี่ยงทางธุรกิจและปัญหาต่างๆเพื่อให้เกิดผลตอบผลกำไรกับองค์กร

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 ความยืนหยัดอดทน มนุษย์สัมพันธ์ ใฝ่ความสำเร็จ การจัดการกับความล้มเหลว แรงจูงใจและพลัง การแสวงหาข้อมูล ความคิดสร้างสรรค์ ความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าริเริ่มและรับผิดชอบ แสวงหาโอกาส และความซื่อสัตย์สุจริต อาทิตย์ วุฒิคะโร (2543) ศึกษาลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จและจากประสบการณ์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในการจัดโครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม พบว่า คุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการคือมีความกล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ มีความผูกพันต่อเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ มีความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น มีความมานะและทำงานหนัก มีความกระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง มีความสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ มีความรับผิดชอบ 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 ฆารไสวและคณะ (2555) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย ประกอบด้วย 9 ด้าน ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความมุ่งมั่นอดทน ด้าน

ความคิดสร้างสรรค์ ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความมั่นใจในตนเอง ด้านการตอบสนองกับปัญหาอย่างทันทีทันใด และด้านความรับผิดชอบ วิมพ์วิภา เกตุเทียน (2556) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการ ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ และความใฝ่ใจในความสำเร็จ เจน จันทรสุภาเสน (2557) ศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการทางด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การมีวินัยในตนเอง การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และกล้าเสี่ยง การมีความกระตือรือร้น การชอบทำงานที่เป็นกิจวัตร การมีความเป็นระเบียบ การยึดถือเอาธุรกิจเป็นชีวิตจิตใจ การมีความตั้งใจแน่วแน่ที่จะให้ประสบความสำเร็จ การขยันหมั่นเพียร ความรู้จักรับผิดชอบต่อหน้าที่อยู่สูง การเป็นคนมองโลกในแง่ดีและการให้ความสำคัญสูงสุดต่อทรัพยากรมนุษย์ วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวายจังหวัดนครปฐม ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ และความใฝ่ใจในความสำเร็จ ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558) ศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 5 ด้านหลักคือ ด้านการมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านการทำงานเชิงรุก ด้านความกล้าที่จะแข่งขัน และด้านการมีอิสระในการบริหารงาน ชลิตา บุญนภา (2559) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการและโอกาสของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ วัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง ด้านความสามารถในการโน้มน้าว ด้านการวางแผนเพื่ออนาคต ด้านความเป็นอิสระ ด้านอำนาจการตัดสินใจ ด้านการตระหนักในความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ด้านการเข้าใจตนเอง และด้านความมุมานะอุตสาหะ วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561) ศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ตอัพ 1) ศักยภาพการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ มุ่งมั่นในความสำเร็จ ทำงานเชิงรุก จิตสำนึกในความรับผิดชอบ จริยธรรมในการดำเนินงาน เผชิญหน้ากับความเสี่ยง เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง 2) การยอมรับในคุณค่าของผู้อื่น ได้แก่ การสร้างสัมพันธภาพกับผู้อื่น 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 เจษฎา จันทรา (2562) ศึกษาคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจหอพักเอกชนในเขตตำบลช้างเผือกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย 5 คุณลักษณะ ได้แก่ 1) แรงบันดาลใจด้านการเงิน 2) ความกล้าเสี่ยง 3) ความเชื่อมั่นในตนเอง 4) ความคิดสร้างสรรค์ และ 5) แรงบันดาลใจที่จะได้รับการยกย่องจากการดำเนินธุรกิจ เมธาวี เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) คุณสมบัติและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ได้แก่ 1) พันธะ ความมุ่งมั่นและความ

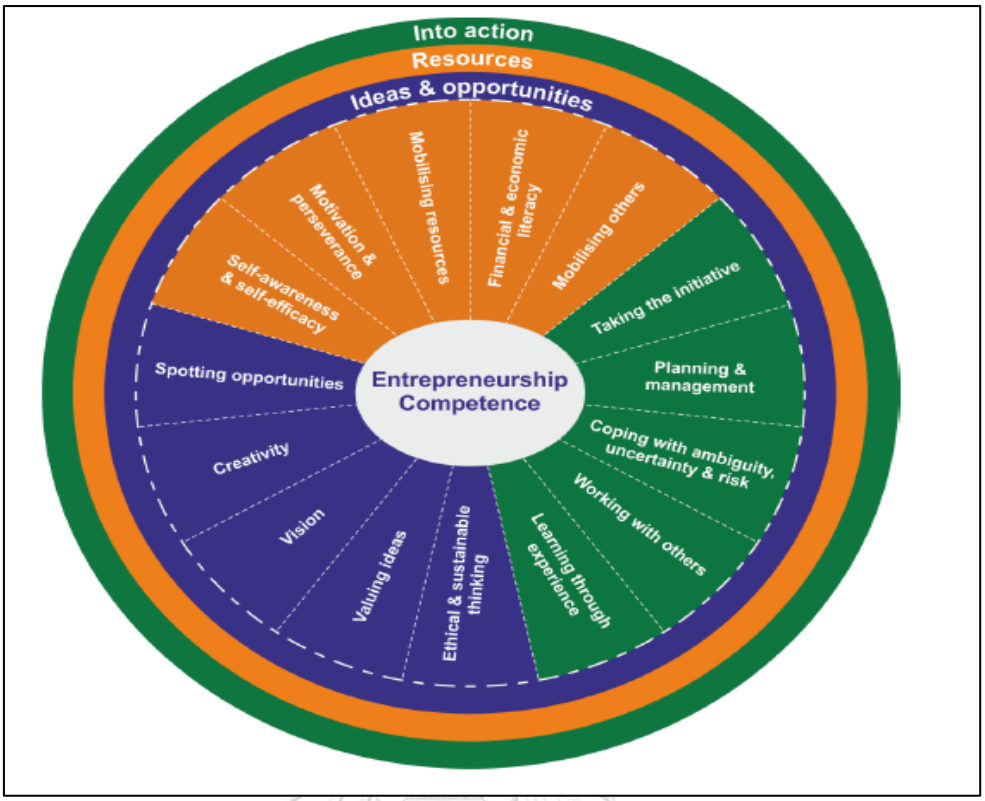
พยายาม 2) ความต้องการความสำเร็จและการเติบโต 3) เน้นที่โอกาสและเป้าหมาย 4) ความคิดริเริ่มและความรับผิดชอบ 5) การแก้ปัญหาอย่างไม่ย่นย่อ 6) ความสมจริงและมีอารมณ์ขัน 7) ค้นหาและใช้ข้อมูลป้อนกลับ 8) อำนาจจากภายในตน 9) คิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง 10) ความต้องการสถานภาพ และ11) ยึดหลักคุณธรรมและมีความน่าเชื่อถือ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการในต่างประเทศ

Zimmerer and Scarborough (2003) ได้สรุปบุคลิกภาพของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไว้ดังนี้ ต้องการเป็นผู้รับผิดชอบต่อการกระทำของตนเอง ชอบความเสี่ยงในระดับปานกลาง มีความเชื่อมั่นในความสามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ ต้องการข้อมูลย้อนกลับในทันทีที่ทำงานเสร็จ ต้องมีความมัธยัสถ์ ต้องรู้จักอดออม ต้องรู้จักช่วยเหลือสังคมให้เจริญ ต้องมีความมานะอดทน Lackeus (2015) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial competencies) ประกอบด้วย ปัจจัยที่สำคัญดังนี้ 1) ความรู้ (knowledge) ได้แก่ แบบจำลองทางจิต (Mental models) ซึ่งเป็นความรู้เกี่ยวกับวิธีทำสิ่งต่างๆให้เสร็จสิ้นโดยไม่มีทรัพยากร แบบจำลองความเสี่ยงและความน่าจะเป็น ความรู้ความเข้าใจ (Declarative knowledge) ซึ่งเป็นพื้นฐานของการเป็นผู้ประกอบการการสร้างมูลค่าการสร้างแนวคิดโอกาสใน การทำบัญชีการเงิน เทคโนโลยี การตลาด 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) ทัศนคติ (Attitudes)ได้แก่ มีหัวใจของการเป็นเจ้าของกิจการ (Entrepreneurial passion) การรับรู้ความสามารถตนเอง (Self-efficacy) อัตลักษณ์ของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial identity) ทำทุกอย่างในเชิงรุก (Proactiveness) ความไม่แน่นอน/ความคลุมเครือ (Uncertainty/ambiguitytolerance) การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) ความขยันหมั่นเพียร (Perseverance)

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University



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 persever-ance) 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) การรับมือกับความไม่แน่นอนความคลุมเครือและความเสี่ยง (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

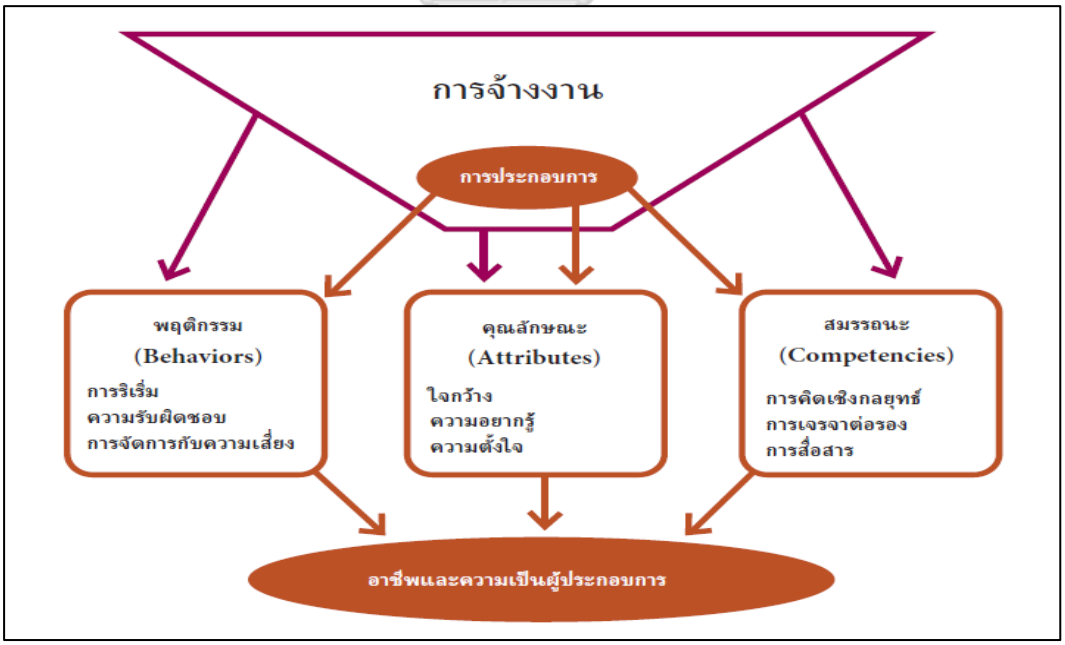
Entrepreneurship Education, 2012) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่

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) ตระหนักว่าพวกเขาอยู่ในการควบคุมโชคชะตาของตัวเอง (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 การค้นพบการผนึกพลังระหว่างการประกอบการกับอาชีพ
(Discovering synergies between enterprise and employability)
ที่มา : Enterprise and Entrepreneurship Education :

Guidance for UK Higher Education Providers, January 2018

จากรูปที่ 2.2 การค้นพบการผนึกพลังระหว่างการประกอบการกับอาชีพ 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), ณัฐวุฒิ วิเศษ (2552), ชลิตา บุญนภา (2559, เมธาวี เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562)
	2) หาคำตอบ/แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และทันสมัย	6	QAA (2012), EntreComp conceptual model (2016), ถาวร ศรีสุขะโต (2543), ณัฐวุฒิ วิเศษ (2552), ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558), เมธาวี 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), ณัฐวุฒิ วิเศษ (2552), ฝนทิพย์ ฆารไสวและคณะ (2555), วิมพ์วิภา เกตุเทียน (2556), เจน จันทรสุภาเสน (2557), วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558), ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558), จริยา กอสุขทวีคูณ (2561), วิไล พึ่งผลและวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561), ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ (2561), เจษฎา จันทรา (2562), เมธาวี เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562)
	4) บริหารจัดการและตัดสินใจเพื่อมุ่งเป้าหมายได้ด้วยตนเอง	9	QAA (2012), EntreComp conceptual model (2016), Enterprise and Entrepreneurship

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

มิติ	ปัจจัยหรือตัวแปร	ความถี่	ผู้เขียนและแหล่งที่มา
			(2018), อาทิตย์ วุฒิคะโร (2543), ถาวร ศรีสุขะโต (2543), ณัฐวุฒิ วิเศษ (2552), ฝนทิพย์ ฆารไสวและคณะ (2555), ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558), จริยา กอสุขทวีคูณ (2561), ภัทรา นิษฐ์ สรเสริมสมบัติ (2561), เจษฎา จันทรา (2562), เมธาวี 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), ณัฐวุฒิ วิเศษ (2552), ฝนทิพย์ ฆารไสวและคณะ (2555), เจนจันทรสุภาเสน (2557), ชลิตา บุญนภา (2559), จริยา กอสุขทวีคูณ (2561), วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561), ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ (2561), เมธาวี เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562)
	4) มีความเชื่อพลังอำนาจในตนโดยเชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเรา	9	QAA(2012), Lackeus (2015) , Enterprise and Entrepreneurship Education (2018), ณัฐวุฒิ วิเศษ (2552), ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558), จริยา กอสุขทวีคูณ (2561), วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561), ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ (2561), เมธาวี เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562)
	5) การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์	7	QAA(2012), EntreComp conceptual model (2016), อาทิตย์ วุฒิคะโร (2543), ณัฐวุฒิ วิเศษ (2552),วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561), ภัทรานิษฐ์ สรเสริม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

มิติ	ปัจจัยหรือตัวแปร	ความถี่	ผู้เขียนและแหล่งที่มา
			ภาเสน (2557), วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558), ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558), จริยา กอสุขทวีคูณ (2561), วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561), ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ (2561), เจษฎา จันทรา (2562), เมธาวี เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562)
	5) มีทักษะการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	5	Lackeus (2015) , QAA(2012), EntreComp conceptual model (2016), อาทิตย์ วุฒิคะโร (2543), วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561)
	6) ตระหนักและเข้าใจต่อสภาวการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรเพื่อการปรับตัวสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น	7	QAA(2012), EntreComp conceptual model (2016), Enterprise and Entrepreneurship Education (2018), อาทิตย์ วุฒิคะโร (2543), ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558), ชลิตา บุญนภา (2559), วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561)
	7) แสวงหาโอกาสและชี้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร	6	QAA(2012), Lackeus (2015), Enterprise and Entrepreneurship Education (2018) , ถาวร ศรีสุขะโต (2543), ณัฐวุฒิ วิเศษ (2552), เมธาวี เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการนักศึกษา (Student Entrepreneurs)

1. ผู้ประกอบการนักศึกษา (Student Entrepreneurs)

คณะกรรมาธิการยุโรป (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 สมิทธิไกร (2548) ทำการศึกษาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย 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

กว่าขีด จำกัด การรับรู้และบรรลุผล ความอดทนต่อความไม่แน่นอนความคลุมเครือความเสี่ยงและความล้มเหลว คุณค่าส่วนบุคคล: ความตระหนักด้านจริยธรรมสังคมและสิ่งแวดล้อม

2) ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Capability) ช่วงของพฤติกรรมลักษณะและทักษะ ได้แก่ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การรับรู้โอกาสสร้างและประเมินผลการตัดสินใจที่สนับสนุนโดยการวิเคราะห์และการตัดสินที่สำคัญ การนำความคิดไปสู่การเป็นผู้นำและการจัดการ การสะท้อนและการกระทำ ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ทักษะด้านการสื่อสารและกลยุทธ์

3) ประสิทธิผลของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial effectiveness) ได้แก่ ใช้กลยุทธ์การสร้างธุรกิจที่เหมาะสม ทิศทางอิสระที่เป็นเป็นตัวของตัวเอง ความคืบหน้าของแต่ละเป้าหมายและวิธีการ นำแนวคิดที่กล้าได้กล้าเสียมาสู่การปฏิบัติ สร้างทางเลือกธุรกิจและอาชีพ ดำเนินการสร้างกิจการใหม่ระบุตลาดเป้าหมายและกลไกคุณค่าที่เกี่ยวข้อง

4) การตระหนักในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial awareness) พัฒนาความรู้ความเข้าใจถึงการสร้างกิจการใหม่และตระหนักถึงความกล้าได้กล้าเสียในการเป็นผู้ประกอบการ

รูปที่ 2.3 การพัฒนาประสิทธิผลของผู้ประกอบการ

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

รายงาน QAA นำเสนอรูปแบบการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้สำเร็จการศึกษาที่มีวุฒิภาวะระดับประสิทธิผลของผู้ประกอบการสูง (รูปที่ 2.3) นี้เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ ได้แก่: การรับรู้ของการเป็นผู้ประกอบการการพัฒนาความคิดของการเป็นผู้ประกอบการการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและการพัฒนาประสิทธิผลของการเป็นผู้ประกอบการการเรียนรู้สามารถทำได้ผ่านหลักสูตรหรือ

กิจกรรมนอกหลักสูตรหรือการผสมกันของทั้งสองแบบคุณลักษณะที่สำคัญของโมเดลนี้คือการรวมทั้งหลักสูตรและการเรียนนอกหลักสูตรเข้าด้วยกัน

เบียเล็ตติ้ (Bailetti, 2011) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาผู้ประกอบการนักศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกาวิธีที่มหาวิทยาลัยสามารถเพิ่มจำนวนของบริษัทที่ก่อตั้งขึ้นโดยผู้ประกอบการนักศึกษาโดยเฉพาะการสนับสนุนโครงการวิจัยและการสอนในสาขาการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งนักศึกษาจะได้รับทักษะความเป็นผู้ประกอบการในระหว่างที่เรียนในมหาวิทยาลัย นอกจากนี้จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค ,การนำความรู้ไปสู่การค้าขายได้จริง ช่วยให้มหาวิทยาลัยบรรลุและขยายภารกิจหลักและเพิ่มผลตอบแทนเกี่ยวกับเงินลงทุนในมหาวิทยาลัยด้านอาร์แอนด์ดี (R&D) รูปแบบและชุดของหลักการที่มหาวิทยาลัยสามารถใช้เพื่อสนับสนุนและเพิ่มจำนวนนักเรียนผู้ประกอบการในสถาบันของตนเอง

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

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

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

การสำรวจช่วงที่ 3 : 2011 โดยสมาคมเครือข่ายวัยรุ่นและเยาวชนจีน เพื่อค้นหาว่านักศึกษามหาวิทยาลัยของจีนและการเป็นผู้ประกอบการเป็นอย่างไร พบว่า ในแง่ของความสนใจและแรงจูงใจรายงานว่าสามในสี่นักศึกษาแสดงความสนใจในการประกอบการ และมากกว่าหนึ่งในสี่วางแผนที่จะเริ่มต้นธุรกิจของตัวเอง

โดยภาพรวมผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะอายุน้อยลง เมื่อเทียบกับผลการสำรวจเมื่อปีที่แล้วพบว่าร้อยละของผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูงเติบโตขึ้น

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

เบอร์กมานน์ (Bergmann et al., 2016) ได้ศึกษาว่า ปัจจัยอะไรที่ทำให้เป็นผู้ประกอบการนักศึกษา 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 อย่างน้อยก็ไม่ใช่ขณะที่คนกำลังเรียนอยู่

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

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

เนื่องจากรัฐบาลส่วนภูมิภาคหลายแห่งมีการพัฒนาผู้ประกอบการจากนโยบายการสนับสนุนของตนเอง มักไม่ได้ให้ความสำคัญกับมหาวิทยาลัยส่วนท้องถิ่น ดังนั้นยุทธศาสตร์การประสานงานของทั้งสองฝ่ายระหว่างรัฐบาลส่วนภูมิภาคและมหาวิทยาลัยส่วนท้องถิ่น อาจประสบความสำเร็จมากกว่า ดังนั้น รัฐบาลส่วนภูมิภาคจึงควรมองว่ามหาวิทยาลัยส่วนท้องถิ่นเป็นส่วนสำคัญของระบบนิเวศของผู้ประกอบการระดับภูมิภาค ในขณะที่มหาวิทยาลัยควรตระหนักถึงบทบาทสำคัญของสภาพแวดล้อมในภูมิภาค เพื่อเป็นแรงผลักดันสำคัญในการดำเนินกิจกรรมด้านการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

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

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

อายุ เพศ : เปอร์เซ็นต์ที่สูงที่สุดของผู้ประกอบการนักศึกษา (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) เปอร์เซ็นต์นี้สอดคล้องกับผู้ประกอบการที่เพิ่งตั้งขึ้นใหม่ (925 คน)

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

แรงกระตุ้น ความสามารถ อุปสรรคและการสนับสนุน : ทั้งผู้ประกอบการนักศึกษา (76%) และนักศึกษาผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจ (Nascent Entrepreneurs) (77%) การตัดสินใจในการเป็นผู้ประกอบการได้รับอิทธิพลจากครอบครัว สำหรับความสามารถในการเป็นผู้ประกอบ อาจารย์มหาวิทยาลัยมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการให้กับ

ผู้ประกอบการนักศึกษา และผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจ สำหรับอุปสรรคที่เกี่ยวข้องมากที่สุดสำหรับผู้ประกอบการนักศึกษา และผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจคือที่เกี่ยวข้องกับการเก็บภาษีและความยุ่งยากเกี่ยวกับระบบราชการมาก ผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจประสบปัญหามากในการได้หาแหล่งเงินทุนและการหาคู่ค้าที่เหมาะสม

นอกจากนี้ พบว่า เกือบ 80% ของผู้ประกอบการนักศึกษาและผู้ประกอบการที่เพิ่งตั้งขึ้นระบุว่าไม่มีหลักสูตรผู้ประกอบการในหลักสูตรของมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยได้ถามผู้ตอบแบบสอบถามว่ามีความสำคัญมากขนาดไหน โดยเฉลี่ยแล้วผู้ประกอบการที่ตั้งขึ้นใหม่ มีเห็นความสำคัญของหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการมากกว่ากลุ่มผู้ประกอบการนักศึกษา

แอมบรีน (Ambreen, 2017) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยปัญจาบกลาง ในประเทศปากีสถานและอุปสรรคที่พวกเขารับรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า นักศึกษาที่เลือกเรียนหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัยนี้ ส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสูงเพราะตัดสินใจด้วยตนเองว่าต้องการที่จะมีทักษะในการเป็นผู้ประกอบการที่เข้มแข็ง เช่น สมรรถนะตนเอง ความเชื่อมั่นในตัวเอง และการควบคุมตัวเอง ขณะที่มีมุมมองด้านความเสี่ยงในแง่บวก มีพื้นฐานทางการเงินที่แข็งแกร่งและการบรรลุผลสำเร็จในการเรียนที่เหมาะสมในการเป็นผู้ประกอบการ

สรุป สถาบันอุดมศึกษามีบทบาทกระบวนการจัดเตรียมนักศึกษาให้เป็นผู้ประกอบการพบว่ามหาวิทยาลัยหลายแห่งในสหรัฐอเมริกา 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 ประสิทธิผลของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Effectiveness) มาใช้ประยุกต์ใช้ในขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 วัดทัศนคติและความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจ 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 หรือผู้สำเร็จการศึกษา ให้มีขีดความสามารถเพิ่มขึ้นเพื่อสร้างความคิดและทักษะในการเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้น การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ นี้จะช่วยให้นักเรียนมีความรู้ความสามารถและคุณลักษณะเพิ่มเติมที่จำเป็นในการประยุกต์ใช้ความสามารถเหล่านี้ ในบริบทของการจัดตั้งธุรกิจหรือบริษัทใหม่ขึ้นมา ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับประสิทธิผลของผู้ประกอบการ กล่าวคือความสามารถในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพในฐานะผู้ประกอบการ (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** มีเป้าหมายเพื่อให้นักเรียนมีทักษะที่สามารถนำมาใช้ในบริบทของชีวิตที่ต่างกันของแต่ละบุคคล สังคมและพัฒนาอาชีพได้

- **การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ** มุ่งเน้นไปที่นวัตกรรมและความเข้าใจในพลวัตของความคิดสร้างสรรค์ ในสาขาวิชาอื่น ๆ

สรุป การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ เป็นกระบวนการจัดเตรียมนักเรียนนักศึกษา หรือผู้สำเร็จการศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ ให้มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการหรือเพิ่มคุณลักษณะที่จำเป็น สามารถนำมาใช้ปฏิบัติได้จริงในการดำเนินธุรกิจหรือบริษัทใหม่ได้

3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ

Zhou and Xu (2012) ได้ทำการศึกษาผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาวิทยาลัยในประเทศจีน การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาการเป็นผู้ประกอบการซึ่งเป็นแนวทางใหม่ในการเผชิญกับความท้าทายที่ต้องเผชิญกับการศึกษาในระดับสูงของจีน เป็นครั้งแรกที่กล่าวถึงเบื้องหลังสำหรับการส่งเสริมการศึกษาผู้ประกอบการในประเทศจีน วิเคราะห์โปรแกรมการศึกษาเพื่อประกอบการ และกิจกรรมในมหาวิทยาลัยที่เลือกมาสามแห่ง

ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเติบโตอย่างรวดเร็วในการศึกษาระดับอุดมศึกษาของจีน ตำแหน่งงานระดับบัณฑิตศึกษา ได้กลายเป็นปัญหาสำคัญที่วิทยาลัยและสถาบันการศึกษาต้องเผชิญเพื่อตอบสนองกับปัญหานี้หนึ่งในนโยบายที่ริเริ่มโดยรัฐบาลจีนคือ สถาบันอุดมศึกษามุ่งให้ความสำคัญกับการศึกษาด้านผู้ประกอบการ ในปี 2012 กระทรวงศึกษาธิการของประเทศจีน ได้เปิดตัวโครงการนำร่องในการดำเนินการด้านการศึกษาเกี่ยวกับเป็นผู้ประกอบการขึ้นใน 9 สถาบันการศึกษาระดับสูงที่มีชื่อเสียงของประเทศจีนได้แก่ มหาวิทยาลัยชิงหฺวา (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 หลักการพื้นฐาน ได้แก่ 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) ได้เสนอหลักสูตรสำหรับผู้บริหารระดับสูงของมหาวิทยาลัยกอนซาน่า ประเทศสหรัฐอเมริกา (Hogan Entrepreneurial Leadership Program hip Program,

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

1) บริบทและภารกิจของโครงการ ปัจจัยสำคัญในความสำเร็จของโครงการโฮแกนคือ ภารกิจในการให้การศึกษาความเป็นผู้นำด้านผู้ประกอบการอย่างเข้มงวด และประสบการณ์ในความพยายามของทั้งมหาวิทยาลัยที่แพร่หลายแนวทางประเพณีการศึกษาแบบเยซูอิต

2) คุณสมบัติเด่นของโปรแกรม สร้างความสมดุลของความรู้ทางวิชาการและการเป็นผู้ประกอบการ

2.1) หลักสูตร Curriculum นักเรียนในแต่ละชั้นเรียน จะผ่านหลักสูตรเป็นกลุ่มตามรุ่น ดังนั้น ขนาดของชั้นเรียนมีขนาดเล็กและนักเรียนมีรูปแบบที่แข็งแรง 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) การแข่งขันแผนธุรกิจระดับภูมิภาค (BPC : Regional Business Plan Competition)

2.2.4) กิจกรรมร่วมหลักสูตรอื่น ๆ (Other Co-Curricular Activities)

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

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

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

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) การออกแบบนโยบายต้องว่ามีความชัดเจนของวัตถุประสงค์ ผลลัพธ์ ผลสัมฤทธิ์ และตัวบ่งชี้ อาจมีการเน้นอย่างต่อเนื่องในบทเรียนที่ได้รับ เพื่อให้ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาในอนาคต ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องมีบทบาทชัดเจนเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซ้อนและข้อพิพาท

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% ของนักศึกษาทั้งหมดตั้งใจที่จะทำงานในธุรกิจของตัวเองโดยตรงหลังจากจบการศึกษา

ความตั้งใจของผู้ประกอบการในช่วงเวลา : 38.2% ตั้งใจจะทำงานในธุรกิจของตนเอง 5 ปีหลังจากจบการศึกษา

นักศึกษาผู้ที่กำลังจัดตั้งธุรกิจ (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

ผู้วิจัยทำการศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ 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 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

1.2) มหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการ ในระดับปริญญาโท จำนวน 9 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

1.3) มหาวิทยาลัยในต่างประเทศที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญาโท 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 วิชาบัญชีและวิชาการเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร จำนวน 19 แห่ง วิชาเศรษฐศาสตร์และวิชาเทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ จำนวน 18 แห่ง วิชาการบริหารการปฏิบัติการ จำนวน 17 แห่ง วิชาการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 14 แห่ง วิชากฎหมายธุรกิจ จำนวน 13 แห่ง ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.2

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 2.2 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาตรี-โท-หลักสูตรระยะสั้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

วิชาแกน / วิชาบังคับ	ป.ตรี	ป.ตรี	ป.ตรี	ป.ตรี	ป.ตรี	ป.ตรี	ป.ตรี	ป.ตรี	รวม	ป.โท	ป.โท	ป.โท	ป.โท	ป.โท	ป.โท	ป.โท	ป.โท	ป.โท	รวม	ระยะสั้น	ระยะสั้น	ระยะสั้น	รวม	USA	USA	USA	China	China	Indian	UK	Spain	Swiss	รวม	รวมทั้งหมด
	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย		จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัย ขอนแก่น	มหาวิทยาลัย มหิดล	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	มหาวิทยาลัยหอการค้า	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยรังสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต		โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่	โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (เรียนผ่านเวปไซต์)	โครงการสนับสนุนหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา		Harvard University	Babson College	Standford	CEIBS	KUST	Indian School of Business	Cambridge	IE	IMD		
การตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	**8**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	**9**	✓	✓	✓	**3**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⊘	⊘	✓	**7**	**27**
การเงิน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	**8**	✓	✓	✓	⊘	✓	✓	✓	✓	✓	**8**	✓	✓	✓	**3**	✓	✓	✓	✓	⊘	✓	✓	✓	✓	**8**	**27**
การจัดการกลยุทธ์	✓	✓	⊘	✓	✓	✓	✓	⊘	**6**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	**9**	✓	⊘	⊘	**1**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⊘	✓	**8**	**24**
บัญชี	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	**8**	⊘	✓	⊘	⊘	⊘	⊘	✓	✓	✓	**4**	✓	⊘	✓	**2**	⊘	✓	✓	✓	⊘	⊘	⊘	✓	✓	**5**	**19**
ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⊘	✓	**7**	✓	⊘	⊘	⊘	✓	⊘	✓	✓	⊘	**4**	✓	⊘	⊘	**1**	✓	✓	✓	✓	⊘	✓	⊘	✓	✓	**7**	**19**
เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ	✓	✓	✓	✓	⊘	✓	✓	✓	**7**	✓	⊘	✓	✓	✓	⊘	✓	⊘	⊘	**5**	✓	✓	⊘	**2**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	**4**	**18**
เศรษฐศาสตร์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	**8**	⊘	✓	✓	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	✓	**3**	⊘	⊘	⊘	**0**	✓	✓	✓	✓	✓	⊘	⊘	✓	✓	**7**	**18**
การบริหารการปฏิบัติการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	**8**	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	✓	⊘	✓	⊘	**2**	✓	⊘	✓	**2**	✓	✓	✓	⊘	⊘	✓	⊘	⊘	✓	**5**	**17**
การเป็นผู้ประกอบการ	✓	✓	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	**2**	⊘	✓	⊘	✓	⊘	✓	✓	✓	⊘	**5**	⊘	⊘	✓	**1**	✓	✓	⊘	✓	⊘	✓	✓	⊘	✓	**6**	**14**
กฎหมายธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	**8**	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	✓	⊘	⊘	**1**	✓	✓	⊘	**2**	✓	✓	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	**2**	**13**
การจัดการนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา	⊘	✓	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	**1**	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⊘	⊘	**7**	⊘	⊘	⊘	**0**	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	**0**	**8**
การวางแผนทางธุรกิจ	⊘	✓	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	**1**	⊘	⊘	⊘	✓	⊘	⊘	✓	⊘	⊘	**2**	✓	✓	⊘	**2**	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	**0**	**5**
การจัดตั้งธุรกิจใหม่	✓	⊘	⊘	✓	⊘	⊘	⊘	⊘	**2**	⊘	⊘	✓	⊘	✓	✓	⊘	⊘	⊘	**3**	⊘	⊘	⊘	**0**	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	**0**	**5**
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	**0**	✓	⊘	⊘	⊘	⊘	✓	⊘	⊘	⊘	**2**	⊘	⊘	⊘	**0**	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	**0**	**2**
การบริหารบัพพลายเชน	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	**0**	⊘	⊘	⊘	⊘	✓	⊘	⊘	⊘	⊘	**1**	⊘	⊘	⊘	**0**	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	⊘	**0**	**1**

ตารางที่ 2.3 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาตรีในประเทศไทย

วิชาแกน /วิชาบังคับ	ป.ตรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	ป.ตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	ป.ตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	ป.ตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	ป.ตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ป.ตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	ป.ตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	ป.ตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	รวม
การตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	**8**
การเงิน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	**8**
การจัดการกลยุทธ์	✓	✓	⊘	✓	✓	✓	✓	⊘	**6**
บัญชี	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	**8**
ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⊘	✓	**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 ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การและเทคโนโลยี และการจัดการสารสนเทศ ตามลำดับ

ตารางที่ 2.4 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาโทในประเทศไทย

วิชาแกน /วิชาบังคับ	ป.โท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ป.โท มหาวิทยาลัย ขอนแก่น	ป.โท มหาวิทยาลัย มหิดล	ป.โท มหาวิทยาลัยนเรศวร	ป.โท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	ป.โท มหาวิทยาลัยหอการค้า	ป.โท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	ป.โท มหาวิทยาลัยรังสิต	ป.โท มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	รวม
การตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	**9**
การเงิน	✓	✓	✓	⊘	✓	✓	✓	✓	✓	**8**
การจัดการกลยุทธ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	**9**
บัญชี	⊘	✓	⊘	⊘	⊘	⊘	✓	✓	✓	**4**
ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ	✓	⊘	⊘	⊘	✓	⊘	✓	✓	⊘	**4**
เทคโนโลยี่และการจัดการสารสนเทศ	✓	⊘	✓	✓	✓	⊘	✓	⊘	⊘	**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 มหาวิทยาลัยนเรศวรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหาวิทยาลัยรังสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ พบว่า วิชาต่างๆ 10 อันดับแรก วิชาที่มีสอนในหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการทุกแห่ง ได้แก่ การตลาด และบัญชี รองลงมา คือ ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การและการจัดการกลยุทธ์ ตามลำดับ

ตารางที่ 2.5 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาโทในต่างประเทศ

วิชาแกน /วิชาบังคับ	USA Harvard University	USA Babson College	USA Standford	China CEIBS	China KUST	Indian Indian School of Business	UK Cambridge	Spain IE	Swiss IMD	รวม
การตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⊘	⊘	✓	**7**
การเงิน	✓	✓	✓	✓	⊘	✓	✓	✓	✓	**8**
การจัดการกลยุทธ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⊘	✓	**8**
บัญชี	⊘	✓	✓	✓	⊘	⊘	⊘	✓	✓	**5**
ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ	✓	✓	✓	✓	⊘	✓	⊘	✓	✓	**7**
เทคโนโลยี่และการจัดการสารสนเทศ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	**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 โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่	ระยะสั้น โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (เรียนผ่านเวปไซต์)	ระยะสั้น โครงการสนับสนุนหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา	รวม
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

Chulalongkorn University

จากตารางที่ 2.6 รายวิชาที่เปิดสอนในหลักสูตรระยะสั้นสำหรับอบรมผู้ประกอบการในประเทศไทย จากการศึกษาหลักสูตรอบรมผู้ประกอบการในประเทศ จำนวน 2 แห่ง 3 หลักสูตร

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

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

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

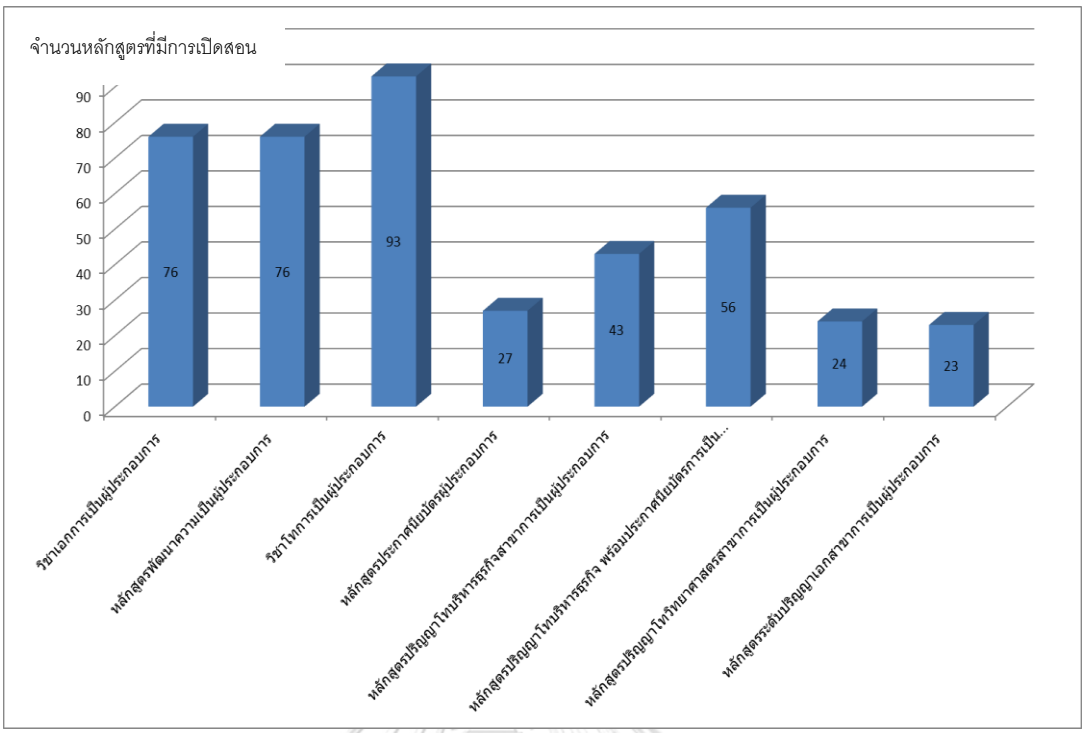
สรุปจากการศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ระดับปริญญาตรี-โท และหลักสูตรระยะสั้น ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ จำนวน 25 หลักสูตร พบว่า มีการสอนวิชาต่าง ๆ เรียงอันดับวิชาที่ใช้สอน จากมากไปหาน้อยดังนี้

1) วิชาการเงิน (จำนวน 25 แห่ง)
2) วิชาการตลาด (จำนวน 24 แห่ง)
3) วิชาบัญชี (จำนวน18 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 11แห่ง)
10) วิชากฎหมายธุรกิจ (จำนวน 10 แห่ง)

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลักสูตรผู้ประกอบการในต่างประเทศ

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

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



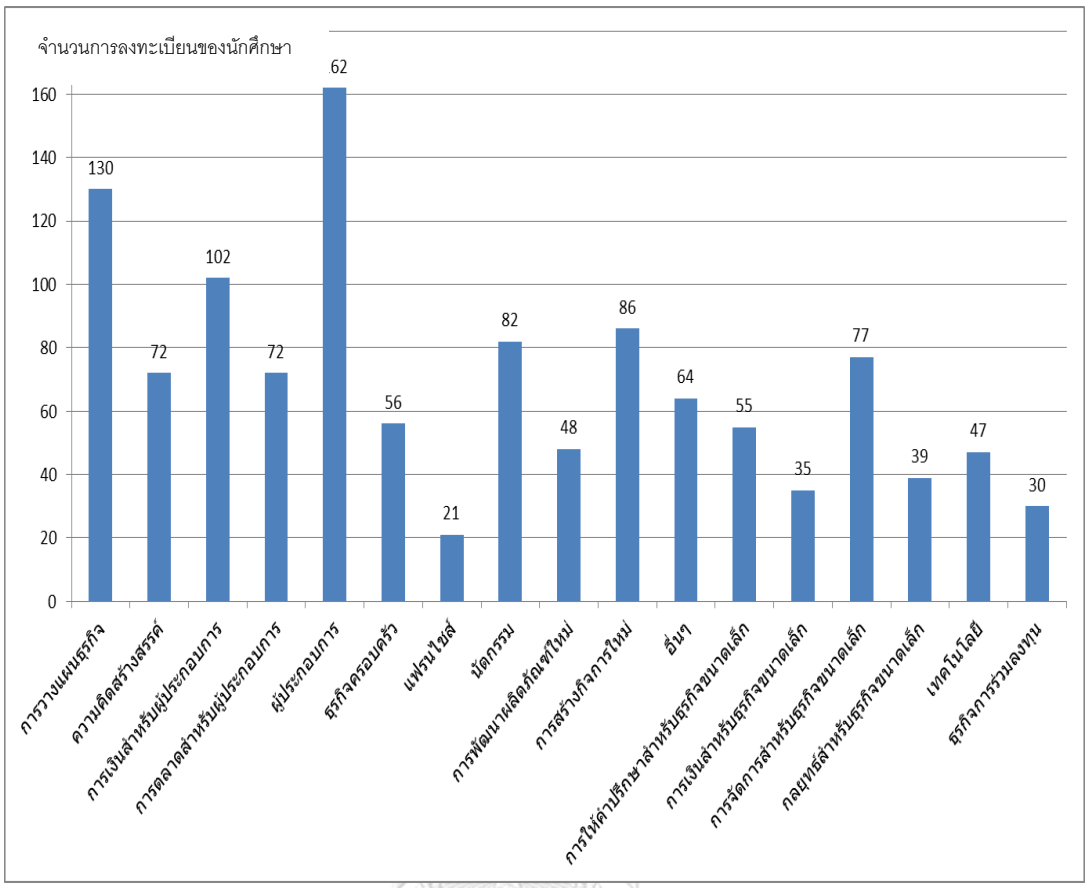
รูปที่ 2.4 แผนภูมิภาพรวมหลักสูตรผู้ประกอบการที่มีการเปิดสอนของประเทศสหรัฐอเมริกา
ที่มา : The National Survey of Entrepreneurship Education : An Overview of 2012-2014 Survey Data, The George Washington University Center for Entrepreneurial Excellence 2014

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University



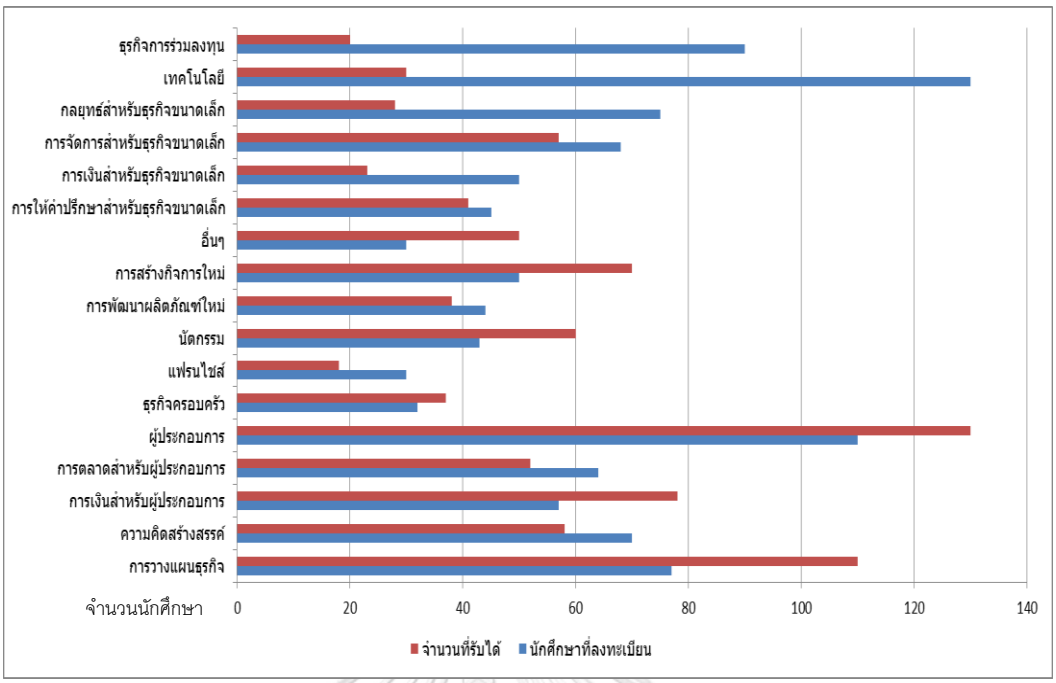
รูปที่ 2.5 แผนภูมิรายละเอียดของหลักสูตร

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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



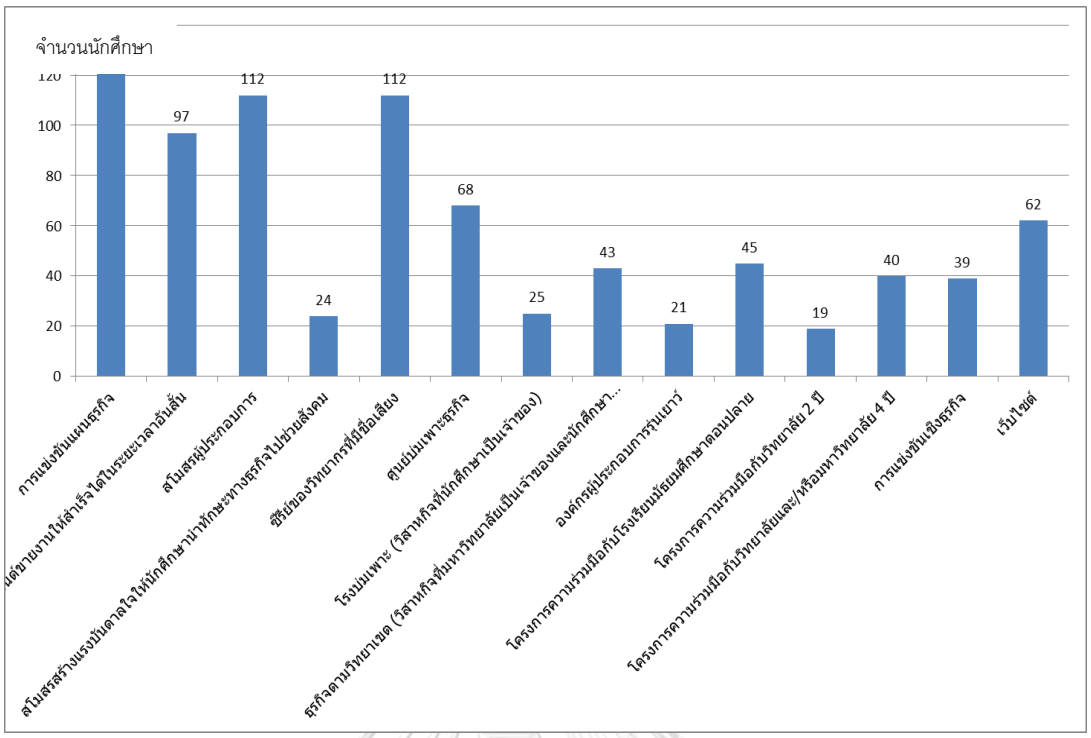
รูปที่ 2.6 แผนภูมิอัตราการลงทะเบียนเรียนเฉลี่ยในรายวิชาต่างๆ

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)

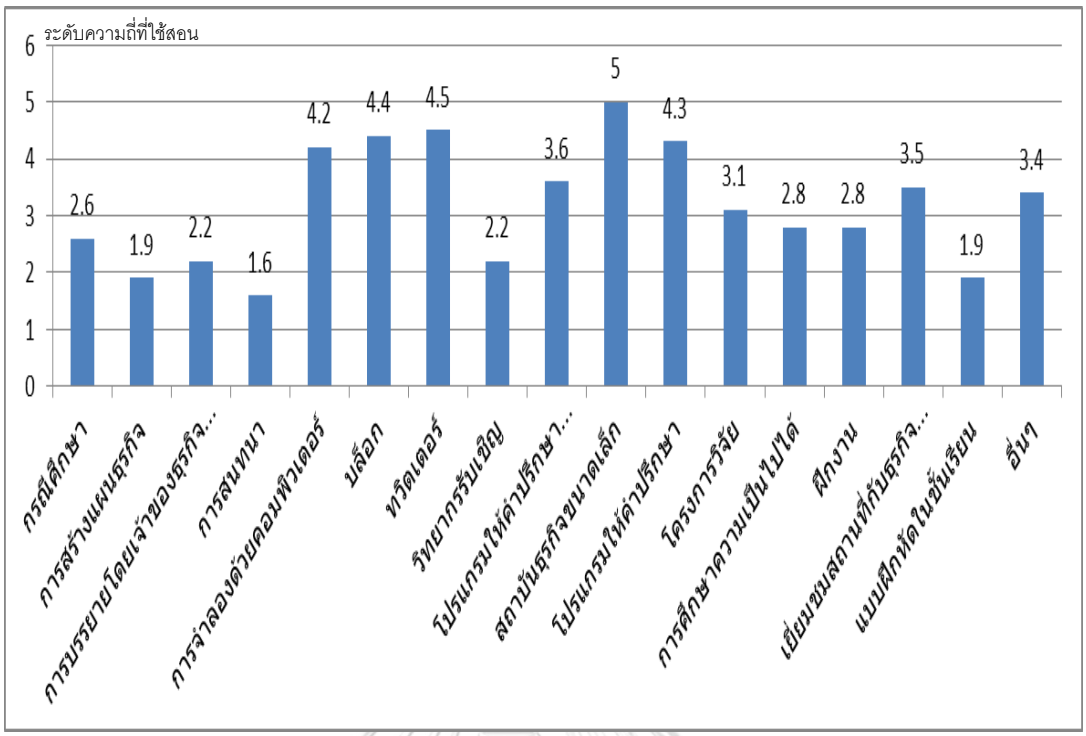
Chulalongkorn University



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

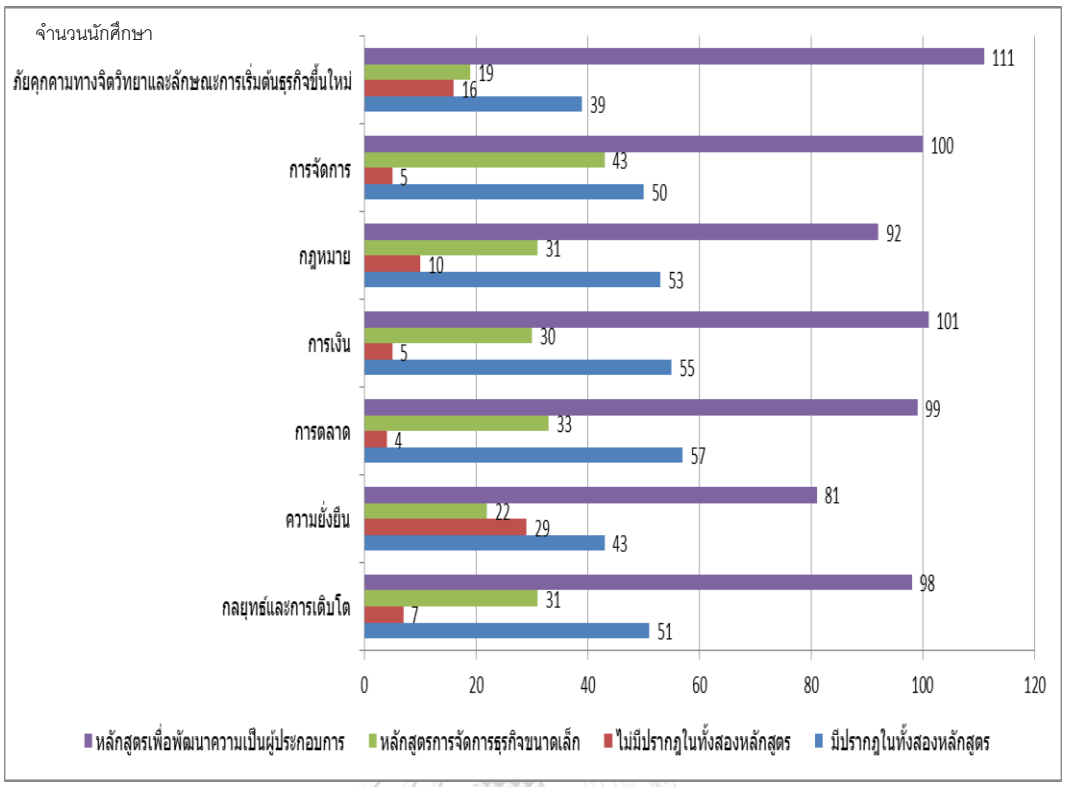
จากรูปที่ 2.7 แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมนอกหลักสูตรสำหรับนักศึกษาที่ได้รับความนิยม ได้แก่ การประกวดแผนธุรกิจ (business plan competitions) ได้คะแนนสูงสุด คือ 129 คะแนน รองลงมา ได้แก่ ชมรมผู้ประกอบการ (entrepreneurship clubs) และซีรีย์ของวิทยากรที่มีชื่อเสียง (distinguished speaker series) ซีรีย์ของวิทยากรที่มีชื่อเสียง (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 การเรียนการสอนที่ใช้น้อยที่สุด ได้แก่ สถาบันธุรกิจขนาดเล็ก (SBI: Small Business Institute) ทวิตเตอร์ (Twitter) บล็อก (Blogging) 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

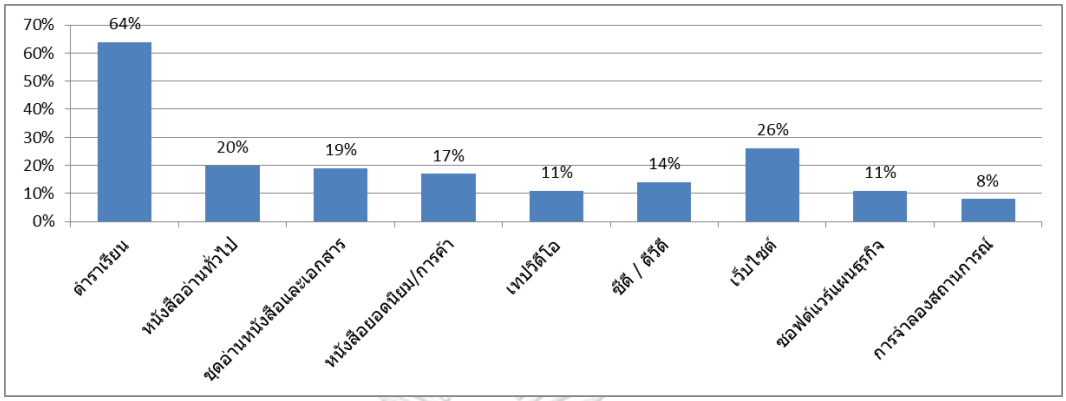
จากรูปที่ 2.9 แผนภูมิหัวข้อสำคัญที่ครอบคลุมในหลักสูตรเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ทั่วประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า 7 หัวข้อหลักรวมอยู่ในหลักสูตรเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) มากกว่าในหลักสูตรการจัดการธุรกิจขนาดเล็ก (Small Business Management) มีปรากฏในทั้งสองหลักสูตรและไม่มีปรากฏในทั้งสองหลักสูตร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

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

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

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

หัวข้อที่ได้รับการจัดอันดับสูงสุดไม่มีปรากฏในทั้งสองหลักสูตร คือ ความยั่งยืน (Sustainability)

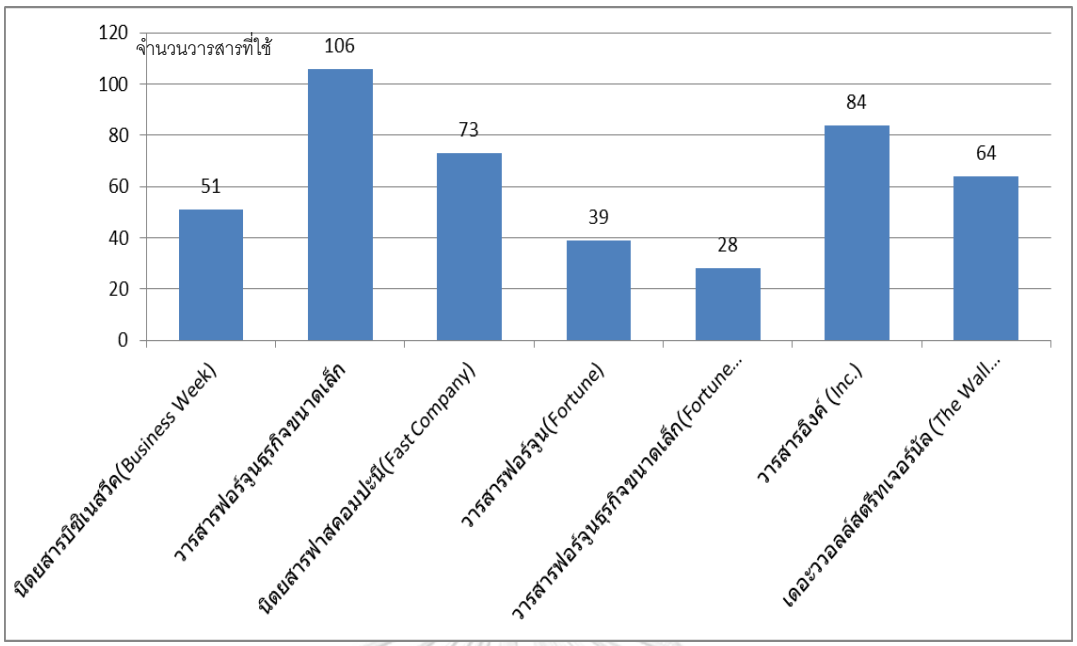


รูปที่ 2.10 แผนภูมิวัสดุการเรียนการสอนทั่วไป

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

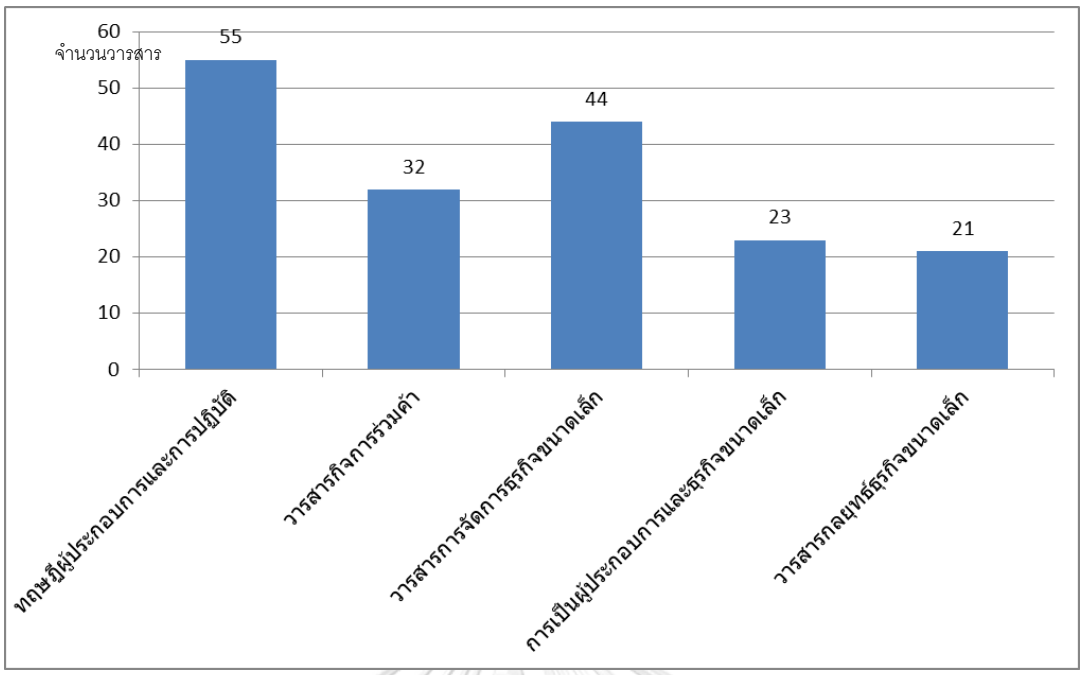


รูปที่ 2.11 แผนภูมิวารสารที่ใช้กันทั่วไป (Commonly Used Periodicals)

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 วารสารที่ใช้กันทั่วไปที่ใช้บ่อยที่สุดในห้องเรียน ได้แก่ วารสารผู้ประกอบการ (Entrepreneur) วารสารอิงค์ (Inc.) วารสารฟาสต์คอมพานี (Fast Company) วารสารเดอะวอลล์สตรีทเจอร์นัล (The Wall Street Journal) วารสารบิสซิเนสวีค (Business Week)

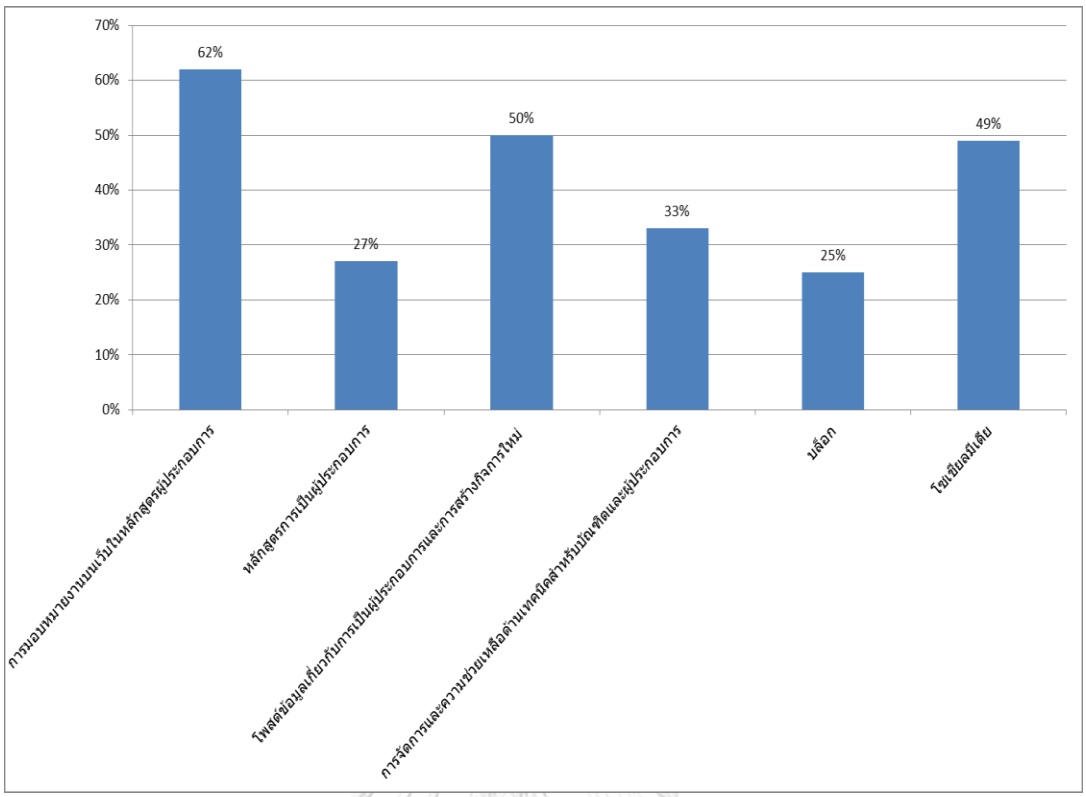
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University



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)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University



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 รองลงมาโพสต์ข้อมูลเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการและการสร้างกิจการใหม่ (Information regarding enterpreneurship and new/venture creation) ร้อยละ 50 และโซเชียลมีเดีย ร้อยละ 49

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

หมานเชิงและไห่เซี่ย (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 ปริญญาโทและเอก ได้สร้างหลักสูตรที่ครอบคลุมสำหรับสาขาวิชาการศึกษาผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยหลักสูตรต่างๆ ที่เกี่ยวกับการประกอบการแต่ละด้าน ในทางตรงกันข้ามการศึกษาด้านผู้ประกอบการยังคงเป็นพื้นที่ที่เกิดขึ้นใหม่ในสถาบันการศึกษาของจีน

3) ความเป็นผู้ประกอบการภายในมหาวิทยาลัย ในประเทศสหรัฐอเมริกาหลายหลักสูตรผู้ประกอบการมีโรงเรียนธุรกิจและวิศวกรรมของสถาบันของตนเอง ตัวเลขการเติบโตของโรงเรียนธุรกิจมีการเติบโตสูง มีความเข้มแข็งหรือวิชาเอกในการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยหลายแห่งได้จัดตั้งสาขาวิชาผู้ประกอบการขึ้น กว่า 1,600 โรงเรียน เสนอหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการจึงมีแนวโน้มที่ทวีความสำคัญระดับชาติ กลายเป็นมหาวิทยาลัยแพร่หลายและมีหลักสูตรข้ามสาขาวิชาที่มีภารกิจหลากหลายในแต่ละสถาบัน

เมื่อเปรียบเทียบมหาวิทยาลัยในประเทศจีน มีเพียงไม่กี่แห่งที่มีสาขาวิชาผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่อยู่ในขั้นตอนของความคิดริเริ่มของการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการซึ่งอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของแผนกกิจการนักศึกษา นอกจากนี้ ยังไม่มีการจัดหลักสูตรผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาในระดับต่างๆ ซึ่งมีความแตกต่างในการเตรียมการทางวิชาการและความต้องการ

4) เงินทุน ในสหรัฐอเมริกาการศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากแหล่งภายนอก เช่น ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและมูลนิธิ รวมทั้งจากรัฐบาล มหาวิทยาลัยหลายแห่งได้ก่อตั้งศูนย์กลางการเป็นผู้ประกอบการและได้รับการรับรองความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จที่จบการศึกษาจากสถาบันเหล่านั้น

ในประเทศจีนการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนเป็นหลักจากรัฐบาล 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 ซีรีย์ของวิทยากรเพื่อเพิ่มความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการ

-กิจกรรมการเรียนรู้จากประสบการณ์ เช่น การประกวดแผนธุรกิจฝึกงานเพื่อส่งเสริมการพัฒนาทักษะการประกอบการ

ในประเทศจีน ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะได้รับการเสนอขายเป็นหลักสูตรแบบเดี่ยวแทนที่จะถูกรวมไว้ในเนื้อหาของหลักสูตรในแผนกหรือสาขาวิชาอื่น 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 เครือข่ายอินเทอร์เน็ตอินทราเน็ต 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 (โครงการตำราอีเลิร์นนิง โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย ,อีเลิร์นนิง : 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 การเรียนการสอนแบบอีเลิร์นนิง หรือการเรียนการสอนแบบออนไลน์จัดเป็นการศึกษาในระบบทางไกลประเภทหนึ่ง ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ

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

2. รูปแบบของการเรียนผ่านออนไลน์ (Online Learning)

Allen and Seaman (2005 ,อ้างถึงสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, อีเลิร์นนิง : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, 2557)) สมาคมสโลน ประเทศสหรัฐอเมริกา เสนอแนวคิดการจำแนกรูปแบบการเรียนการสอนแบบอีเลิร์นนิงตามสัดส่วนของเนื้อหาที่นำเสนอทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เหมาะกับลักษณะของผู้เรียน 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	เป็นการเรียนการสอนที่มีการใช้เทคโนโลยีบนเว็บเพื่อนำเสนอเนื้อหาโดยวิธีการสอนแบบผสมผสาน (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, โครงการตำราอีเลิร์นนิง โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย,
อีเลิร์นนิง : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, 2557

3. องค์ประกอบของการเรียนผ่านออนไลน์ (Online Learning)

การเรียนการสอนแบบอีเลิร์นนิง (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ,โครงการตำราอีเลิร์นนิง โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย, อีเลิร์นนิง : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, 2557) สามารถแบ่งองค์ประกอบสำคัญ คือ

1) เนื้อหาและสื่อการเรียน

2) ระบบนำส่งสารสนเทศและการสื่อสาร

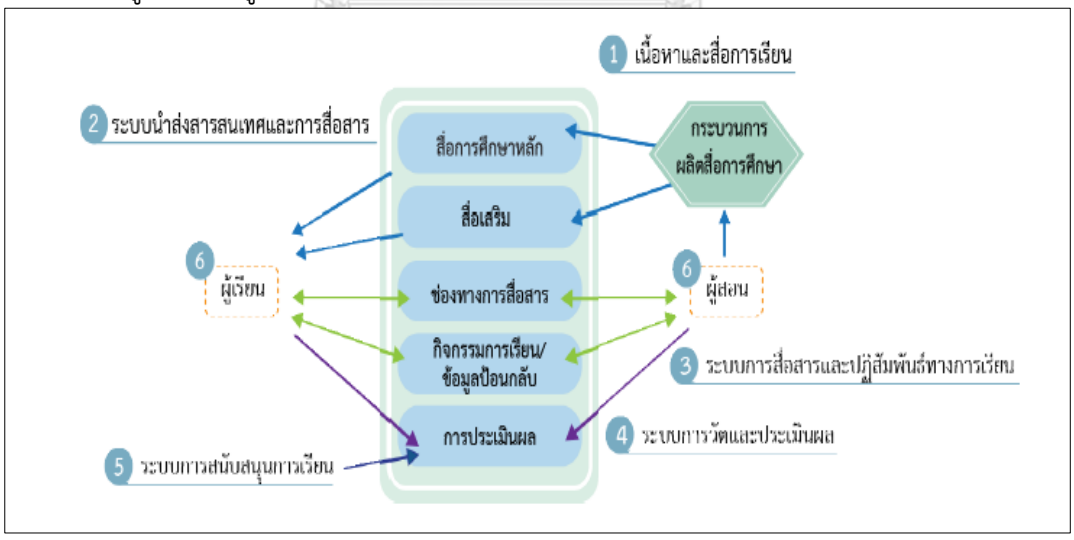
3) ระบบการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ทางการเรียน ประกอบด้วย ปฏิสัมพันธ์แบบประสานเวลา หรือ ทันทีทันใด (Synchronize) และปฏิสัมพันธ์แบบไม่ประสานเวลา หรือไม่ทันทีทันใด (Asynchronize)

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

วิธีการประเมินผลในการเรียนแบบอีเลิร์นนิง สามารถประเมินจากการตอบคำถาม การทำแบบทดสอบ การประเมินจากผลการเรียนรู้ของผู้เรียน และอาจจะให้ผู้เรียนประมวลความรู้ความเข้าใจออกมาในรูปรายงานหรือการนำเสนองาน ซึ่งสามารถใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีนำส่งสารและการสื่อสาร เพื่อแสดงผลการวัดและการประเมินการเรียนรู้ของผู้เรียนเช่นเดียวกับการเรียนในห้องเรียน

5) ระบบสนับสนุนการเรียน

6) ผู้สอนและผู้เรียน

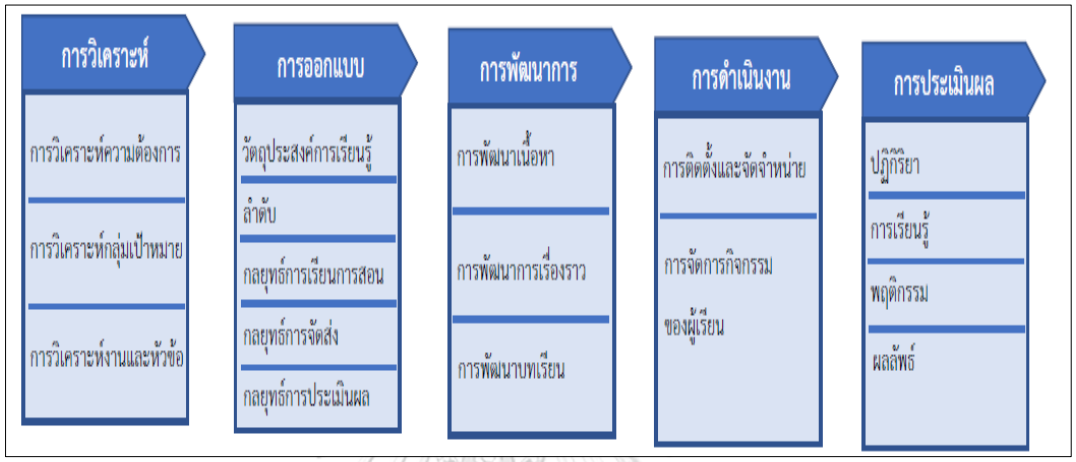


รูปที่ 2.15 องค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ,โครงการตำราอีเลิร์นนิง โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย,อีเลิร์นนิง : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ, 2557

4. การออกแบบการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ด้วยแนวคิดแอดดี้โมเดล

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 การดำเนินงานและการประเมินผล 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)

ก่อนการออกแบบหลักสูตรอีเลิร์นนิง ต้องมีการวิเคราะห์ความต้องการเพื่อพิจารณาว่าจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมเพื่อเติมช่องว่างในความรู้และทักษะวิชาชีพ และอีเลิร์นนิงเป็นทางออกที่ดีที่สุดในการฝึกอบรม 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) เพื่อระบุและจัดหมวดเนื้อหาหลักสูตร 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 การกำหนดลำดับการเรียน (Defining the course sequence)

การกำหนดลำดับการเรียนแบบที่ต้องเรียน วิชาจำเป็นก่อน (prerequisite method) เป็นวิธีที่ใช้ลำดับชั้นของวัตถุประสงค์การเรียนรู้ เป็นการสอนทักษะแรก ๆ ที่ดูเหมือนจะเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับทักษะอื่น ๆ ทั้งหมด ผลของการเรียงลำดับเป็นโครงสร้างหลักสูตรที่แต่ละ องค์ประกอบสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้เฉพาะและก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ของเป้าหมายโดยรวม

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

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

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) หรือฟอรัมสนทนามีความเหมาะสมเนื่องจากช่วยให้ผู้เรียนใช้เวลาในการอ่านและเขียนได้

-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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

3) ความต้องการขององค์กร (organizational requirements)

ช่วงของความต้องการและข้อจำกัดขององค์กร เช่นความพร้อมใช้งาน เวลาและงบประมาณจะมีผลต่อการเลือกรูปแบบการถ่ายทอด

2.4 กำหนดกลยุทธ์การถ่ายทอด (Defining the delivery strategy)

เมื่อมีการกำหนดโครงสร้างหลักสูตรแล้ว ต้องเสนอวิธีการและเทคนิคที่ดีที่สุดสำหรับหลักสูตรอีเลิร์นนิงที่เฉพาะเจาะจง การออกแบบหลักสูตรอีเลิร์นนิงจะเกี่ยวข้องกับการใช้วิธีการสอนแบบต่อไปนี้

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 จะถูกเลือกตามปัจจัยเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียน ด้านเทคโนโลยีและข้อจำกัดขององค์กร (เช่น งบประมาณ) และเวลา

2.5 กำหนดยุทธศาสตร์การประเมินผล (Defining the evaluation strategy)

ขั้นแรกกำหนดวัตถุประสงค์ของการประเมิน ต่อมากำหนดว่าต้องการประเมินความคืบหน้าของผู้เรียน และ/หรือการออกใบรับรองให้ นอกจากนี้ยังจะมีผลต่อการเลือกใช้การทดสอบประเมินซึ่งจะรวมเข้ากับหลักสูตร

ในความเป็นจริงอาจต้องการประเมินความรู้และทักษะของผู้เรียนก่อนเริ่มหลักสูตร มีการประเมินในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ของหลักสูตร และ/หรือหลังจากจบหลักสูตรทั้งหมด เพื่อให้แน่ใจว่าการทดสอบการประเมินผลสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนา (Development)

3.1 การพัฒนาเนื้อหา (Content Development) การเขียนหรือรวบรวมความรู้และข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมด

3.2 การพัฒนาสตอรี่บอร์ด (Storyboard Development) การบูรณาการวิธีการสอน (องค์ประกอบการสอนทั้งหมดที่จำเป็นต่อการสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้)และองค์ประกอบของสื่อ ทำโดยการพัฒนากระดานเรื่องราว เอกสารที่อธิบายส่วนประกอบทั้งหมด รวมทั้งภาพ ข้อความ โต้ตอบ การทดสอบ การประเมินผล

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

ขั้นตอนที่ 4 การดำเนินงาน (Implementation)

ในขั้นตอนนี้หลักสูตรจะถูกส่งไปยังผู้เรียน บทเรียนถูกติดตั้งบนเซิร์ฟเวอร์และเข้าถึงได้สำหรับผู้เรียน การเรียนซึ่งดำเนินการโดยผู้สอน และเกิดขึ้นในทำเลที่ตั้งที่มีอยู่จริง ขั้นตอนนี้ยังรวมถึงการจัดการและอำนวยความสะดวกในกิจกรรมของผู้เรียน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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 ขั้นแรกต้องมีการพัฒนาหลักสูตร หลักสูตรซึ่งจะอธิบายถึงหัวข้อเซสชันและวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ บนพื้นฐานของหลักสูตร เนื้อหากระดานเรื่องราวจะระบุกิจกรรมที่จะดำเนินการและเนื้อหาที่จะให้แก่ผู้เรียนในแต่ละชุดการสอน ในการเรียนรู้แบบพร้อมกัน (synchronous learning) เช่น ระบบประชุมออนไลน์ (e-conference) หรือห้องเรียนเสมือนจริง ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษกับความต้องการในการติดตั้งเทคโนโลยี

3) การอำนวยความสะดวกกับผู้เรียน ในการเรียนรู้แบบออนไลน์ร่วมกัน กลุ่มผู้เข้าร่วมสร้างพลังเป้าหมายการเรียนรู้ร่วมกัน ผู้ให้บริการออนไลน์ดำเนินการต่อไปนี้

-ให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานกำหนดเวลาและสถานที่ในการอัพโหลดหรือดาวน์โหลดไฟล์

-ตรวจสอบเวิร์กโฟลว์และผลลัพธ์ของแต่ละบุคคลหรือกลุ่ม

-ให้ข้อสรุปที่ส่วนท้ายของหน่วยหรือขั้นตอน

-ตอบคำถามเกี่ยวกับงานกำหนดเวลาหรือการใช้เครื่องมือการเรียนรู้

-จัดกิจกรรมประเมินผลงานอีเลิร์นนิงครั้งสุดท้าย

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผล (Evaluation)

โครงการอีเลิร์นนิง สามารถประเมินวัตถุประสงค์โดยเฉพาะได้ เช่น การประเมินปฏิกิริยาของผู้เรียน ความสำเร็จของวัตถุประสงค์การเรียนรู้ การถ่ายโอนความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับงานและผลกระทบของโครงการต่อองค์กร

-ในระหว่างขั้นตอนการพัฒนาเพื่อปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนหรือผลิตภัณฑ์

-ในระหว่างหรือหลังขั้นตอนการดำเนินการเพื่อวัดประสิทธิผลการศึกษาการฝึกอบรมและการเรียนรู้

-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 การพิจารณาคัดเลือก จัดรวบรวมและเรียบเรียงเนื้อหาวิชาและประสบการณ์ ตลอดจนการประเมินผล เพื่อให้ผู้เรียนที่มีสติปัญญาและคุณธรรม สามารถสร้างเสริมองค์ความรู้ คิดวิเคราะห์ได้ และนำความรู้มาแก้ปัญหาและสร้างสรรค์ในส่วนวิชาการ วิชาชีพและการดำรงชีวิต

ฐิตาภา ศุนาลัย (2550) กล่าวว่า **หลักสูตร** หมายถึง การวางแผนการเรียนรู้ เนื้อหาสาระวิชา สื่อการสอน กิจกรรม ประสบการณ์ ภายใน และนอกโรงเรียน และนา สิ่งที่เรียนรู้ มาเพื่อปรับปรุงและพัฒนาตนให้ดียิ่งขึ้น

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

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

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

2. ความหมายเกี่ยวกับโมดูล

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

ความหมายของหน่วยการเรียน คือ หน่วยการเรียนที่สมบูรณ์ในตัว ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาที่ใหญ่กว่า และหน่วยการเรียน คือ ส่วนย่อยของรายวิชาวิชาหรือโปรแกรมของการศึกษาหรือการฝึกอบรม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทเรียนโมดูล คือ หน่วยการเรียนที่สำเร็จรูปในตัว 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 ให้ระบุกิจกรรมการเรียนที่มีอยู่ในโมดูล

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)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4. การประเมินผลก่อนเรียน การประเมินผลก่อนเรียนโดยทั่วไปจะใช้แบบทดสอบแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก ซึ่งจะต้องออกข้อสอบให้ตรงกับจุดประสงค์ของโมดูลที่กำหนดและต้องทำการวิเคราะห์แบบทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นมาแล้วด้วย

5. กิจกรรมการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้นับเป็นหัวใจของโมดูล เพราะได้มาจากการวิเคราะห์จุดประสงค์ที่เขียนไว้แล้ว แปลออกมาเป็นการเรียนรู้ที่ก่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เรียนอย่างแท้จริง ส่วนที่เป็นกิจกรรมการเรียนรู้นี้ จะกำหนดกิจกรรมไว้อย่างชัดเจน เรียงลำดับความสำคัญก่อนหลัง บอกแหล่งความรู้ที่จะต้องแสวงหา หรือไม่ก็บอกให้ไปทำการทดลองในห้องทดลองหรือห้องปฏิบัติการ หากได้มีการคิดและเขียนกิจกรรมนี้ไว้เป็นอย่างดี ผู้เรียนก็สามารถเรียนรู้และมีสมรรถนะตามที่กำหนดไว้ในโมดูลได้

6. การประเมินผล การประเมินผลหลังเรียนเป็นวิธีการที่จะให้โอกาสผู้เรียนในการตรวจสอบความก้าวหน้าของตนเองจะใช้แบบทดสอบแบบเลือกตอบ ซึ่งเป็นแบบทดสอบคู่ขนานกับแบบทดสอบก่อนเรียน ทั้งนี้ในการประเมินผลหลังเรียนขึ้นอยู่กับเนื้อหาและวิธีการใช้แบบทดสอบซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบต่างๆได้

บุญเกื้อ ควรหาเวช (2543) ได้อธิบายความหมายและองค์ประกอบของ “โมดูล” ไว้ดังนี้

บทเรียนโมดูลหรือหน่วยการเรียนคือ เป็นกลุ่มประสบการณ์ที่จัดขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนได้มีโอกาสแสดงพฤติกรรมตามที่ระบุไว้ในจุดมุ่งหมายโมดูล อาจจะอยู่ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น สไลด์ ภาพ การทดลอง หนังสือหรือเอกสาร ซึ่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของแต่ละสาขาวิชา

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

คุณสมบัติที่สำคัญของบทเรียนโมดูล

1). โปรแกรมทั้งหมดถูกขยายเป็นส่วน ๆ เพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อน และสามารถมองเห็นโครงร่างทั้งหมด

2). ยึดตัวผู้เรียนเป็นศูนย์กลางในการจัดระบบการเรียนการสอน

3). มีจุดประสงค์ในการเรียนที่ชัดเจน

4). เน้นการเรียนด้วยตนเอง

5). ใช้วิธีการสอนแบบต่าง ๆ ไว้หลายอย่าง

6). เน้นการนำเอาวิธีระบบ (System Approach) เข้ามาใช้ในการสร้าง

องค์ประกอบของบทเรียนโมดูล

1). หลักการและเหตุผล (Prospectus)

2). จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม (Behavioral Objectives)

3). การประเมินผลก่อนเรียน (Pre-Assessment)

4). กิจกรรมการเรียน (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). กิจกรรมการเรียน

6). การประเมินผลหลังเรียน

7). การเรียนซ่อมเสริม

8). ภาคผนวก (Appendix)

ขั้นตอนในการสร้างบทเรียนโมดูล

1). การวางแผน

2). การสร้าง

3). การทดสอบต้นแบบ

4). ประเมินผลบทเรียน

ประโยชน์ของบทเรียนโมดูล

1). เป็นบทเรียนสำเร็จรูป

2). เป็นกระบวนการเรียนการสอนที่มีระเบียบแบบแผนและรวมการสอนหลาย ๆ อย่างเอาไว้ด้วยกัน

3). ช่วยให้ผู้เรียนได้ทราบถึงความสามารถและความก้าวหน้าของตนทุกระยะ

4). ช่วยลดภาระของครูในการสอนข้อเท็จจริงต่าง ๆ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) กลุ่มประชากรประเภทข้อมูลที่เป็นเอกสาร

1.1) เอกสารทางวิชาการ ได้แก่ หนังสือ ตำรา วารสาร งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และบทความทางวิชาการ รายงานประจำปี ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรผู้ประกอบการของประเทศไทยและต่างประเทศ เอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ จากเว็บไซต์ทางอินเตอร์เน็ต 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 กลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์และกลุ่มที่ไม่ใช่สาขาวิทยาศาสตร์

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) ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นจากหน่วยงานภาครัฐและการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ

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) มหาวิทยาลัยในประเทศที่มีการเปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปริญญาตรีทั้งหมด จำนวน 8 แห่งและระดับปริญญาโท จำนวน 11 แห่ง ดังนี้

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

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

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

- ในอเมริกา ได้แก่ แบ็บสัน คอลเลจ (Babson College) มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) และมหาวิทยาฮาร์วาร์ด (Harvard University)

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

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

2) นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตาตามประเภทมหาวิทยาลัยและเลือกมหาวิทยาลัยในแต่ละกลุ่มอย่างละ 1 แห่งใน 4 ภาคของประเทศไทย จำนวน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

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) ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้แทนจากมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศทั้งระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาโท รวมทั้งสิ้น 17 แห่ง ดังนี้

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

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

4) 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

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

คุณสมบัติและเกณฑ์ของผู้ประกอบการใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการเนินธุรกิจของตนเอง

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 รวมทั้งต้องตรวจเช็คว่าจำนวนผู้เรียนอยู่เป็นระยะว่าเหลือจำนวนผู้เรียนเท่าใดและต้องประชาสัมพันธ์เชิญชวนผู้มาเรียนเพิ่มเติมในกรณีที่ผู้เรียนเลิกเรียนกลางคัน 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 คือ นิสิตนักศึกษากลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ สรุปมีนิสิตนักศึกษาที่สมัครใจในการทดลองใช้หลักสูตรผู้ประกอบการฯ 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 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และมหาวิทยาลัยราชภัฏสมเด็จเจ้าพระยา

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

2.2) **แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร**เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้น 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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

2.4) **แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง** ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการผลิต ผู้ประกอบการด้านการค้า ผู้ประกอบการด้านบริการ จำนวน 20 ท่าน

3) **แบบสอบถาม**

3.1) **แบบสอบถามความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี** จำนวน 390 คน โดยผู้วิจัยแบ่งเป็นการจัดเก็บข้อมูลด้วยตนเองจำนวน 195 คนและออนไลน์ จำนวน 195 คน และเป็นสัดส่วน 50:50

3.2) **แบบสอบถามความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์** จำนวน 30-60 คนที่เป็นกลุ่มทดลอง

4) **แบบประเมินรายวิชาและหลักสูตรผู้ประกอบการฯ**

4.1) แบบประเมินรายวิชาหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

4.2) แบบประเมินหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดำเนินการดังนี้

1) **แบบวิเคราะห์สาระ**ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 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)ของแบบสอบถามนี้ใช้สูตรสัมประสิทธิแอลฟ่า (Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าเท่ากับ 0.970 ก่อนที่จะนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 390 คน ต่อไป

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) หลักสูตรผู้ประกอบการฯ**

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

9) **แบบสอบถามความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ**

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 โดยการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามนี้ใช้สูตรสัมประสิทธิแอลฟ่า (Alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าเท่ากับ 0.96 ถือว่าสามารถนำไปใช้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลในการวิจัย โดยจำแนกออกเป็น 9 ลักษณะดังนี้

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

ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้วยการวิเคราะห์สาระสำคัญเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงแนวคิดและการดำเนินงานในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ

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

3) **การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้น** จากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ 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 และเป็นสัดส่วน50:50

6.1) การจัดเก็บข้อมูลแบบสอบถามด้วยตนเอง

- ผู้วิจัยจะเดินทางเข้าไปเก็บข้อมูลด้วยตนเองกับกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษา เมื่อเจอกลุ่มตัวอย่าง/ผู้มีส่วนร่วมแล้ว ผู้วิจัยจะเดินเข้าไปสอบถามเลยว่าสะดวกตอบแบบสอบถามหรือไม่
- ผู้วิจัยจะมีการบอกถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและแบบสอบถามที่ได้จะนำไปใช้ประโยชน์ในการวิจัยในการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี
- หลังจากนั้น ผู้วิจัยจะขอให้ทางกลุ่มตัวอย่าง/ผู้มีส่วนร่วมช่วยทำแบบสอบถามและรอรับกลับ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

6.2) การจัดเก็บข้อมูลแบบสอบถามแบบออนไลน์

- ผู้วิจัยจะเดินทางเข้าไปเก็บข้อมูลด้วยตนเองกับกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษา/ผู้มีส่วนร่วม กล่าวคือ เมื่อเจอกลุ่มตัวอย่าง/ผู้มีส่วนร่วมแล้ว ผู้วิจัยจะเดินเข้าไปสอบถามเลยว่าสะดวกตอบแบบสอบถามหรือไม่

- ผู้วิจัยจะมีการบอกถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและแบบสอบถามที่ได้จะนำไปใช้ประโยชน์ในการวิจัยในการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

- ทางผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้ผู้มีส่วนร่วมทางอีเมล/ ไลน์/คิวอาร์โค้ด และรอตอบกลับในภายหลัง

7) **การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินรายวิชาของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ**

แบบประเมินรายวิชาของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ที่ผ่านการเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม และส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องความเหมาะสมของการใช้ภาษา ความครอบคลุมของข้อมูลและนำไปแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

8) **การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมิน(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ**

แบบประเมิน(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ที่ผ่านการเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม และส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของการใช้ภาษา ความครอบคลุมของข้อมูลและนำไปแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

9) **การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ**

หลังจากที่ทดลองใช้หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 30-60 คน ผู้วิจัยได้ให้นิสิตนักศึกษาประเมินความพึงพอใจโดยเก็บรวบรวมข้อมูลหลังจากเรียนครบทั้ง 5 รายวิชา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

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** ตรวจสอบความเหมาะสมของหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ

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 ที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรผู้ประกอบการของประเทศไทยและต่างประเทศ เอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ จากเว็ปไซต์ทางอินเตอร์เน็ต ทั้งในและต่างประเทศ

2) สร้างแบบวิเคราะห์สาระ รวบรวมและศึกษาวิเคราะห์หลักการหลักสูตรผู้ประกอบการและข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือผู้วิจัยนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาตรวจสอบ ปรับปรุง แก้ไข ในด้านความถูกต้องของโครงสร้างและรูปแบบในการบันทึกสรุปสาระสำคัญ

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 แบ็บสัน คอลเลจ (Babson College) มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) และมหาวิทยาฮาวาร์ด (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 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

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 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาตรวจสอบ 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 ผู้วิจัยนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบ 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 คลิปวีดีโอช่วยสอนที่ใช้ประกอบการเรียนการสอนแต่ละรายวิชา 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 หลักสูตร ความรู้พื้นฐาน การวัดและประเมินผลหลังเรียนจบแต่ละบท เพื่อให้ผู้เรียนเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ ทักษะตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองตามสภาพความพร้อมหรืออัตราการเรียนรู้ของแต่ละคน (Self-Paced Learning)

3.3.2) วัตถุประสงค์ของวิชาผู้ประกอบการ 5.0 เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ความเข้าใจในทักษะการเป็นผู้ประกอบการ มีเจตคติและมีคุณธรรมและจรรยาบรรณในงานอาชีพการเป็นผู้ประกอบการ

3.3.3) กิจกรรมการเรียนรู้ ประกอบด้วย ภาคทฤษฎี และกรณีศึกษา

- ด้านภาคทฤษฎี ประกอบด้วยการกำหนดหัวข้อ 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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ชัดเจน ของแบบทดสอบของแต่ละบทเรียน ฯลฯ เป็นต้น จากนั้นนำผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญแต่ละรายวิชาทั้ง 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 ดำเนินการเปรียบเทียบก่อนเรียนและหลังเรียนของกลุ่มตัวอย่าง และหาความพึงพอใจของหลักสูตรผู้ประกอบการ ได้แก่ 1) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นการเป็นผู้ประกอบ 2) แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ 3) ผลการทดสอบหลังเรียน 5 วิชา และ 4) ผลความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ นำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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 จากเอกสารและการสืบค้นจากอินเตอร์เน็ตที่เกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศในระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโท และหลักสูตรอบรมระยะสั้น จำแนกได้เป็น

1.1.1 ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ

1) ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศจากการวิเคราะห์เอกสาร

ผลการวิเคราะห์เอกสารและการสืบค้นจากอินเตอร์เน็ตที่เกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ จาก 8 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	ชื่อหลักสูตร (ภาษาไทย)	ชื่อหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ)	ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาไทย)	ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาอังกฤษ)	คณะ/หน่วยงานที่รับผิดชอบ	จำนวนหน่วยกิต	รูปแบบของหลักสูตร	ภาษาที่ใช้	ปีที่เปิดสอน	จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการสำหรับผู้ประกอบการ)	Bachelor of Business Administration(Entrepreneurial Management)	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสำหรับผู้ประกอบการ	Bachelor of Business Administration (Entrepreneurial Management)	คณะพาณิชย์และการบัญชี	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)	คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ	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
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	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 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	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**	**ทุกแห่งใช้ชื่อภาษาไทยเป็นบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการประกอบการ/การเป็นเจ้าของธุรกิจ/การเป็นผู้ประกอบการ**	**ทุกแห่งใช้ชื่อภาษาอังกฤษ เป็น Bachelor of Business Administration**	**ส่วนใหญ่ภายใต้คณะวิทยาการจัดการ/วิทยาลัยผู้ประกอบการ/คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจฯ/คณะพาณิชย์และการบัญชี จำนวน 7 แห่ง**	**128- 133 หน่วยกิต จำนวน 6 แห่ง และ 134- 139 หน่วยกิต จำนวน 2 แห่ง**	**ทั้งหมด เป็นหลักสูตร4 ปี**	**ทั้งหมด ใช้ภาษาไทยในการเรียนการสอน**	**เปิดสอนมากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 6 แห่ง และเปิดสอนน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 2 แห่ง**	**รับนักศึกษาต่อปี จำนวน 100 คน/มากกว่าจำนวน 4 แห่ง และรับนักศึกษาต่อปี จำนวนน้อยกว่า 80 คนจำนวน 4 แห่ง**

จากตารางที่ 4.1 สรุปผลการวิเคราะห์จาก เอกสาร และการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศที่เปิดสอนทั้งหมด 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/คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจฯ/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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

2) **ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศจากการสัมภาษณ์**

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สรุป
ปรัชญาของหลักสูตร	เน้นสร้างบัณฑิตให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในอนาคต ด้วยกระบวน การทางความคิดแบบผู้ประกอบการ แสวงหาผลกำไร เล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจโดยเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง อีกทั้งยังสามารถนำศาสตร์การจัดการควบคู่ไปกับศาสตร์การบริหารธุรกิจ	เน้นการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงในการดำเนินธุรกิจ สอดแทรกคุณธรรมจริยธรรม เพื่อสร้างผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม	ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้วยระบบการเรียนการสอนเชิงบูรณาการที่มุ่งเน้นการสร้างองค์ความ รู้ทักษะและประสบการณ์การเป็นเจ้าของธุรกิจ มุ่งเน้นความเป็นสากล ความมีคุณธรรมและจริยธรรมทางธุรกิจให้นักศึกษา	ผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถด้านการบริหารจัดการและการเป็นผู้ประกอบการภายใต้บริบทของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง มีคุณธรรม สู้งาน จิตอาสาและความรับผิดชอบต่อสังคม	ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการ ให้คิดเป็น แก้ปัญหาเป็น พร้อมรับการเปลี่ยน แปลงอย่างมีคุณ ธรรมและจริยธรรม	มุ่งพัฒนาบุคคลให้มีความรู้คู่คุณธรรมจริยธรรม มีทักษะ/เจตคติที่ดีการบริหารธุรกิจ มีจรรยาบรรณในวิชาชีพทำงานอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ สามารถประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจ	ผลิตบัณฑิตด้านการเป็นผู้ประกอบการที่มีวิสัยทัศน์ คุณภาพ ความรู้ความสามารถ ความชำนาญการ และคุณธรรมทางด้านการเป็นผู้ประกอบการที่ดีมีคุณค่า ต่อท้องถิ่น สังคมและประเทศชาติ	ผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ที่มีความรู้ความเข้าใจและทักษะปฏิบัติ โดยมีจิตสำนึกรับ ผิดชอบต่อสังคม	**ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ โดยเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริงของการเป็นผู้ประกอบการด้วยระบบการเรียนการสอนเชิงบูรณาการพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีคุณธรรมและจริยธรรม**

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สรุป
ที่มา เหตุผลและความสำคัญ	มุ่งเน้นให้มีความรู้ความ สามารถทางด้านบริหารธุรกิจไปพร้อมกับความพัฒนาของประเทศอย่างยั่งยืน และสามารถเชื่อมโยงศาสตร์ต่างๆ เข้ากับการวาง แผน การวิเคราะห์ การตัดสินใจ และลงมือปฏิบัติงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพในสภาพ แวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป	การบ่มเพาะปั้นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพให้มีความรู้พัฒนาทักษะความสามารถเพื่อการประกอบกิจการต่างๆ พร้อมทั้งปลูกฝังความรับผิดชอบต่อสังคมยุคThailand 4.0	ผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญของปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ศาสตร์วิชาการเป็นเจ้าของธุรกิจที่มุ่งเน้นการเรียนการสอนที่เป็นระบบและเชิงบูรณาการที่เน้นการลงมือปฏิบัติจริงจะช่วยพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะประสบการณ์ธุรกิจจริงให้บัณฑิตปัญญาชนไทยสามารถเป็นนายจ้างตนเอง	เป็นหลักสูตรที่ตอบสนองต่อนโยบายของประเทศในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการรองรับการขยายตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งยังเป็นหลักสูตรที่สร้างความพร้อมให้กับทรัพยากรบุคคลในการสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดสากล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในฐานะสมาชิกประชาคมอาเซียน ปี พ.ศ. 2558	เพื่อเป็นแหล่งอำนวยความรู้ที่เข้มข้นในด้านการบริหารจัด การธุรกิจ การจัดการการเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะทฤษฎีความรู้ที่จำเป็นในการบริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้แก่ผู้ที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และผู้บริหารที่ทำงานทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้	พัฒนาหลักสูตรเชิงรุกที่มีศักยภาพและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและรองรับการแข่งขันทางธุรกิจทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศมีความพร้อมที่จะเป็นผู้ประกอบการที่ดีปฏิบัติตนอย่างมืออาชีพมีคุณธรรม/จริยธรรม	การจัดการเรียนการสอนในด้านการเป็นผู้ประกอบการเพื่อให้นักศึกษาได้รับการศึกษาอย่างมีคุณภาพโดยศึกษากระบวนการ การเป็นผู้ประกอบการที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม สภาพปัญหาและสนองต่อความต้องการของสังคมในปัจจุบันสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้จริง	เตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาในการก้าวสู่สภาพการทำงานจริงและสามารถปฏิบัติงานได้ สร้างนักธุรกิจรุ่นใหม่ให้เกิดขึ้นในสังคมโดยนักศึกษาสามารถบูรณาการความรู้จากชั้นเรียนจัดทำโครงการการเป็นผู้ประกอบการช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ให้พร้อมเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่	**มุ่งเน้นการเรียนการสอนที่เป็นระบบและเชิงบูรณาการที่เน้นการลงมือปฏิบัติจริง นำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้จริง สอดคล้องกับสภาพ แวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ตอบ สนองต่อนโยบายของประเทศในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ**

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สรุป
วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	N/A	1.เพื่อสร้างความเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาและบุคคลทั่วไป สร้างความสำเร็จให้กับอาชีพของตนเองหรือกิจการของครอบครัว 2.เพื่อการบ่มเพาะและเรียนรู้เป็นการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพ	1.เพื่อให้นักศึกษาได้รับองค์ความรู้การเป็นผู้ประกอบการ บูรณาการองค์ความรู้สู่การลงมือทำธุรกิจจริงทั้งทักษะ/ประสบการณ์ 2.มีความรู้ความสามารถในการเป็นเจ้าของธุรกิจ สามารถประยุกต์องค์ความรู้ไปจัดตั้งธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3.พัฒนาสาขาวิชาด้านการเป็นเจ้าของธุรกิจ 4.เพื่อผลิตบัณฑิตไปประกอบอาชีพการเป็นเจ้าของธุรกิจ	1. มีความรู้ ความสามารถ ทักษะสำหรับการเป็นผู้ประกอบการบริหารจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ 2. มีคุณธรรม จิตอาสา และรับผิดชอบต่อสังคมตามจรรยาบรรณวิชาชีพ 3. มีความสามารถและทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และภาษาต่างประเทศ	1. มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถบูรณาการเข้ากับท้องถิ่นได้ 2.เสริมสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจด้วยกระบวนการคิดวิเคราะห์และใช้เทคโนโลยี 3.สามารถประยุกต์ความรู้และทักษะในการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้ 4.พัฒนาการเรียนรู้ของตนเองและวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง 5.ปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการที่ดีให้กับบัณฑิต มีจริยธรรมทางธุรกิจ	1.มีความรู้ ความสามารถ/ทักษะในการเป็นเจ้าของธุรกิจ 2.พัฒนาผู้ประกอบการที่มีความพร้อมทางด้านวิชาการและความสามารถในการปฏิบัติการ 3.มีความใฝ่รู้อย่างต่อเนื่อง สามารถศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น 4.เป็นพลเมืองดี มีคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณ 5.มีทักษะชีวิต การคิดและการแก้ปัญหา	1. เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพการเป็นผู้ประกอบการ 2. เพื่อผลิตบัณฑิตให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ 3. มีความรู้ความเข้าใจการเป็นผู้ประกอบการและประยุกต์ได้ 4. มีความสามารถคิดอย่างเป็นระบบ ประยุกต์ความรู้ความเข้าใจและแก้ปัญหาได้ 5. สามารถสื่อสารและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้	1. มีคุณธรรม จริยธรรม วินัย ซื่อสัตย์สุจริต ขยันหมั่นเพียร จรรยาบรรณวิชาชีพรับผิดชอบต่อสังคม/ประเทศ 2. ความรู้และทักษะในการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการหรือทำงาน 3. ทักษะที่จำเป็นในการคิด และการตัดสินใจกับสถานการณ์ต่างๆ 4. ทักษะทางด้านภาษาและการสื่อสาร เทคโนโลยี 5. มนุษย์สัมพันธ์และภาวะผู้นำ	**เพื่อผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่มีความรู้ ความ สามารถ ทักษะ การประยุกต์ความรู้ สู่การปฏิบัติได้ มีคุณธรรม จริยธรรม และมีจรรยาบรรณในวิชาชีพการเป็นผู้ประกอบการ**

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	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**
จำนวนนักศึกษา	ปีการศึกษาละ 5 คน	ปีการศึกษาละ 100 คน	ปีการศึกษาละ 125 คน	ปีการศึกษาละ 100 คน	ปีการศึกษาละ 60 คน	ปีการศึกษาละ 50 คน	ปีการศึกษาละ 60 คน	ปีการศึกษาละ 30 คน	**น้อยกว่า 50 คนต่อปี จำนวน 3 แห่ง น้อยกว่า 100 คนต่อปี จำนวน 5 แห่ง และมากกว่า 100 คนต่อปี จำนวน 1 แห่ง**
รายวิชาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียน	เป็นวิชาเลือกได้	เป็นวิชาเลือกได้	เป็นวิชาเลือกได้	เป็นวิชาเลือกได้	เป็นวิชาเลือกได้	เป็นวิชาเลือกได้	เป็นวิชาเลือกได้	เป็นวิชาเลือกได้	**ทุกมหาวิทยาลัยเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียนเป็นวิชาเลือกได้**

CHULALONGKORN UNIVERSITY จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สรุป
วิชาแกน (Core subjects)	1.แคลคูลัสธุรกิจ 1 2.การบัญชีการเงิน 3.การบัญชีขั้นกลาง 4.ความรู้พื้นฐานธุรกิจ 5.การจัดการและองค์การ 6.การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ 7.การจัดการด้านการผลิตและการดำเนินงาน 8.กลยุทธ์ทางธุรกิจ 9.สถิติธุรกิจเบื้องต้น 10.สถิติธุรกิจ 11.การเงินเบื้องต้น 12.เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ 13.การเงินธุรกิจ 14.หลักการตลาด 15.เศรษฐศาสตร์ 1 16.กฎหมายธุรกิจ 1 17.กฎหมายธุรกิจ 2	1.การจัดองค์การและการบริหาร 2.หลักการบัญชี 3.การวิเคราะห์เชิงปริมาณสาหรับธุรกิจ 4.หลักเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ 5.การจัดการธุรกิจครอบครัว 6.หลักการตลาด 7.การเงินสาหรับผู้ประกอบการและการลงทุนของผู้ร่วมทุน 8.การเงินธุรกิจ 9.หลักการประกอบการ 10.การสร้างธุรกิจใหม่สาหรับผู้ประกอบการ 11.การจัดองค์การและการบริหาร 12.การภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ 13.การบริหารธุรกิจจำลอง 1-2 14.การจัดการการปฏิบัติการและบริหารต้นทุน	1.หลักการบัญชีสำหรับเจ้าของธุรกิจ 2.การเงินสำหรับเจ้าของธุรกิจ 3.การเงินและบัญชีขั้นสูงสำหรับเจ้าของธุรกิจ 4.หลักเศรษฐศาสตร์ 5.กฎหมายสำหรับเจ้าของธุรกิจ 6.เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณเพื่อผู้ประกอบการ 7.การวิจัยธุรกิจสำหรับเจ้าของธุรกิจ 8.พื้นฐานของการเป็นเจ้าของธุรกิจ 9.ความคิดเชิงสร้างสรรค์และการพัฒนาโอกาสในการเป็นเจ้าของธุรกิจ	1.กฎหมายธุรกิจ 2.การบัญชีสำหรับธุรกิจ 3.การบัญชีเพื่อการจัดการ 4.การเงินธุรกิจ 5.การภาษีอากรธุรกิจ 6.หลักการตลาด 7.การบริหารการผลิตและการดำเนินงาน 8.หลักเศรษฐศาสตร์ 9.การวิเคราะห์เชิงปริมาณและสถิติธุรกิจ 10.องค์การและการจัดการ 11.การจัดการธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์ 12.ซอฟต์แวร์ประยุกต์เบื้องต้นสำหรับธุรกิจ	1.ภาษาอังกฤษธุรกิจ 2.กฎหมายธุรกิจ 3.การวิจัยทางธุรกิจ 4.หลักการบัญชี 5.การบัญชีเพื่อการจัดการ 6.การเงินธุรกิจ 7.การภาษีอากรธุรกิจ 8.หลักการตลาด 9.องค์กรและการจัดการ 10.ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ 11.การจัดการด้านการผลิตและการดำเนินงาน 12.การจัดการเชิงกลยุทธ์ 13.เศรษฐศาสตร์ทั่วไป 14.การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ	1.หลักการบัญชีและภาษีอากร 2.การบัญชีเพื่อการจัดการ 3.หลักเบื้องต้นเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ 4.เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น 5.ภาษาอังกฤษธุรกิจ1-2 6.การเงินธุรกิจ 7.การบริหารทรัพยากรมนุษย์ 8.กฎหมายธุรกิจ 9.องค์กรและการจัดการ 10.การบริหารการผลิตและการดำเนินงาน 11.จริยธรรมทางธุรกิจ 12.การจัดการเชิงกลยุทธ์ 13.หลักการตลาด 14.สถิติธุรกิจ	1.สถิติธุรกิจ 2.ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1-2 3.กฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจและการภาษีอากร 4.หลักการตลาด 5.หลักการจัดการ 6.การจัดการเชิงกลยุทธ์ 7.การจัดการการผลิตและปฏิบัติการ 8.การประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ทางธุรกิจ 9.เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1-2 10.การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ 11.หลักการบัญชีเบื้องต้น 12.การเงินธุรกิจ 13.การบัญชีเพื่อการจัดการ	1.องค์การและหลักการจัดการ 2.การจัดการอุตสาหกรรม 3.การบริหารทรัพยากรบุคคล 4เศรษฐศาสตร์ทั่วไป 5.สถิติประยุกต์สำหรับธุรกิจ 6.หลักกฎหมายธุรกิจ 7.การตลาด 8.การบัญชีเบื้องต้น 9.ภาษีอากรธุรกิจ 10.หลักการเงิน 11.ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ	**-วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัยทั้ง 8 แห่ง ได้แก่ การเงิน การตลาด บัญชี การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร เศรษฐศาสตร์ กฎหมายธุรกิจ และสถิติ** **-วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัยจำนวน 7 แห่ง คือ การบริหารการปฏิบัติการ** **-วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัยจำนวน 5 แห่ง ได้แก่ การจัดการกลยุทธ์ เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ**

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สรุป
		15.ธุรกิจระหว่างประเทศ	10.การจัดการงานผลิตและการดำเนินงาน 11.การตลาดสำหรับเจ้าของธุรกิจ 12.การเขียนแผนธุรกิจ 13.กลยุทธ์ทางธุรกิจและการเติบโต 14.นวัตกรรมและเทคโนโลยีสำหรับเจ้าของธุรกิจ 15.การประกอบการเพื่อสังคม 16.การเป็นเจ้าของธุรกิจและโอกาสทางธุรกิจในระดับโลก 17.การจัดการทุนมนุษย์และการเป็นผู้นำ		15.คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ 16.หลักสถิติ				

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สรุป
			18.ภาษาอังกฤษสำหรับเจ้าของธุรกิจระดับโลก 19.เสริมพื้นฐานภาษาอังกฤษ 1-2						
วิชาเอก (Mandatory major)	1.พื้นฐานของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ 2.การสร้างและพัฒนาธุรกิจใหม่ 3.ภาวะผู้นำและการจัดการองค์การเพื่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ 4.หัวข้อร่วมสมัยด้านการจัดการเพื่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ 5.การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการจัดการ 6.หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	1.การพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืน 2.ทุนมนุษย์ในการประกอบการ 3.การเจรจาต่อรอง 4.ทฤษฎีองค์การและการออกแบบองค์การ 5.การวางแผนและควบคุมทางธุรกิจ 6.การบริหารการสื่อสารในองค์การ 7.การจัดการนวัตกรรมเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลง 8.การตัดสินใจและการแก้ปัญหาทางการจัดการ 9.การบริหารโครงการ 10.ทักษะผู้บริหาร 11.สัมมนาการจัดการ 12.การจัดการธุรกิจข้ามวัฒนธรรม	1.การสร้างกิจการใหม่ 2.ธุรกิจครอบครัวและการส่งต่อธุรกิจระหว่างรุ่น 3.ทักษะการนำเสนอ 4.กลยุทธ์เศรษฐกิจดิจิทัลสำหรับเจ้าของธุรกิจ 5.การจัดการทางการตลาดเชิงกลยุทธ์สำหรับเจ้าของธุรกิจ 6.ประสบการณ์การเป็นเจ้าของธุรกิจ 1-2 7.การจัดการการขายและทักษะการเจรจาต่อรอง	1.หลักการเป็นผู้ประกอบการ 2.กลยุทธ์ธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ 3.จริยธรรมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ 4.การจัดหาทุนและการร่วมทุน 5.การวิจัยสำหรับผู้ประกอบการ 6.การจัดการธุรกิจภายใต้เศรษฐกิจเสรีทางการค้า 7.การสร้างธุรกิจใหม่ 8.สัมมนาการจัดการการเป็นผู้ประกอบการ 9.การเขียนแผนธุรกิจ	1.จริยธรรมทางธุรกิจ 2.การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ 3.การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการสร้างโอกาสทางการตลาด 4.การจัดการธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ 5.การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่ 6.การพัฒนาองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ 7.การบริหารเวลาเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ 8.การบริหารความเสี่ยง	1.การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่ 2.การจัดการการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ 3.การจัดการการเงินสำหรับผู้ประกอบการ 4.การจัดการระบบสารสนเทศสำหรับผู้ประกอบการ 5.การเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศ 6.การสร้างสรรค์และนวัตกรรม 7.แผนธุรกิจการพาณิชย์	1.การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า 2.หลักการประกอบการ 3.การบริหารทรัพยากรบุคคลสำหรับผู้ประกอบการ 4.การวิจัยสำหรับผู้ประกอบการ 5.ยุทธศาสตร์การจัดการการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ 6.การจัดการธุรกิจขนาดย่อม 7.ศิลปะการขายสำหรับผู้ประกอบการ	1.จริยธรรมทางธุรกิจ 2.กลยุทธ์ทางธุรกิจ 3.การจัดการโลจิสติกส์ 4.การสร้างธุรกิจใหม่และการเป็นผู้ประกอบการ 5.โครงการสำหรับผู้ประกอบการ 1-5 6.แผนธุรกิจ 7.การวิเคราะห์โครงการเพื่อการลงทุน 8.สัมมนาการเป็นผู้ประกอบการ 9.การวิจัยทางธุรกิจ	**พบว่าส่วนใหญ่รายวิชาเอกส่วนใหญ่ มาจาก 4 กลุ่มวิชา ได้แก่ 1.กลุ่มวิชาการตลาด 2.กลุ่มวิชาการจัดการองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ 3.กลุ่มวิชาการจัดการทางธุรกิจ 4.กลุ่มวิชาการจัดการทางระบบสารสนเทศ**

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สรุป
	7.การจัดการการเปลี่ยนแปลงและวัฒนธรรมในองค์การ 8.สหกิจศึกษาเพื่อการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ 9.การวางแผนธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ 10.การศึกษาความเป็นไปได้และการประเมินโครงการ 11.พฤติกรรมผู้บริโภค		8.พลวัตของธุรกิจครอบครัว 9.การจัดการความเสี่ยงและวิกฤต 10.สัมมนา เชิงปฏิบัติการ	10.การสร้างธุรกิจใหม่ด้วยนวัตกรรม 11.หลักการบริหารทรัพยากรมนุษย์ 12.พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 13.การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ	9.การวางแผนธุรกิจ 10.การประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ 11.สัมมนาการจัดการการเป็นผู้ประกอบการ	8.แผนธุรกิจการผลิตและการบริการ 9.วิธีวิจัยเพื่อการประกอบการ 10.สัมมนาการเป็นผู้ประกอบการ	8.ยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ 9.การสัมมนาการเป็นผู้ประกอบการ 10.การจัดทำแผนและโครงการสาหรับผู้ประกอบการ	10.การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ 11.การบัญชีเพื่อการตัดสินใจ 12.การเงินสำหรับผู้ประกอบการ	
หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน	เนื่องจากหลักสูตรนี้รับผิดชอบร่วมกันระหว่าง 3 ภาควิชา ได้แก่ ภาควิชาพาณิชยศาสตร์ ภาควิชาการธนาคารและการเงิน และภาควิชาการตลาด ดังนั้นเนื้อหารายวิชาส่วนใหญ่จะมาจาก 3 ภาควิชาอยู่ในใต้คณะพาณิช	รายวิชาส่วนใหญ่จึงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตและประยุกต์แนวทางจากมหาวิทยาลัยMIT มาออกแบบการเรียนการสอนในวิชาการประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม หรือ IDE 101	-ประยุกต์แนวทางจาก Babson College มหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างผู้ประกอบการอันดับหนึ่งของโลก -อาจารย์ประจำในคณะยังเป็นเจ้าของธุรกิจตัวจริงในวงการธุรกิจ	รายวิชาส่วนใหญ่จึงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต	รายวิชาส่วนใหญ่จึงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต	รายวิชาส่วนใหญ่จึงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต	รายวิชาส่วนใหญ่จึงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต	รายวิชาส่วนใหญ่จึงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ความแตกต่างของหลักสูตรการเรียนเป็นผู้ประกอบการกับสาขาบริหารธุรกิจ อยู่ที่รายละเอียดและเป้าหมายของการเรียน มุ่งเน้นไปที่	**ส่วนใหญ่หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ อยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาการจัดการ ดังนั้นรายวิชาส่วนใหญ่จึงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต เช่น โครงสร้างของ-

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สรุป
	ศาสตร์และการบัญชี ดังนั้น ถือว่าเป็น หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต		หลากหลาย ที่มาสอนเทคนิคและการจัดการครบทุกรูปแบบ จากประสบการณ์จริง					เรื่องของ Mindset หรือกรอบความคิดที่เหมาะสมกับการเป็นผู้ประกอบการ	**วิชาศึกษาทั่วไป , วิชาแกน จะอิงตามโครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ส่วนวิชาเอกบังคับและวิชาเอกเลือกเป็นวิชาภายใต้สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ**
วิธีในการจัดลำดับการเรียนแต่ละวิชา	ปี 1 จะได้เรียนวิชาพื้นฐานทั่วไป, สังคมศาสตร์ และพื้นฐานทางธุรกิจ วิชาเรียนในปี 1 ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต จะมีวิชาที่ สามารถนำไปตัดสินใจในการเลือกสาขาวิชาเอกของตัวเองได้	ปีที่ 1 เริ่มจากวิชาพื้นฐาน /หมวดวิชาศึกษาทั่วไป การจัดงานสัมมนาจากนักธุรกิจชั้นนำให้นักศึกษาได้เข้าร่วม จากนั้นทางสาขาจะใช้ความร่วมมือที่มีกับบริษัทเอกชน เช่น บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) เพื่อที่จะส่งนักศึกษาเข้าไปฝึกงานตั้งแต่ปี 1 ปีที่ 2 วิชาแกนและเริ่มเจาะลึกทางวิชาสาขาผู้ประกอบการ เช่นให้นักศึกษานำเสนอ	ปีที่ 1 นักศึกษาจะเรียนวิชาเสริมทักษะการอ่านและการเขียนภาษาอังกฤษทั้งสองภาควิชาโดยไม่นับหน่วยกิต ซึ่งทางมหาวิทยาลัยจะมีการทดสอบความรู้ของนักศึกษาก่อนที่จะกำหนดวิชาเสริมทักษะ ปีที่ 2 นักศึกษาจะได้เรียนวิชาการเขียนแผนธุรกิจ	ปี 1 เรียนวิชาศึกษาทั่วไป ได้แก่ องค์การและการจัดการ หลักการตลาด หลักเศรษฐศาสตร์ ซอฟต์แวร์ประยุกต์เบื้องต้นสำหรับธุรกิจ วิชาเอกบังคับได้แก่ หลักการเป็นผู้ประกอบการ การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ หลักการบริหารทรัพยากรมนุษย์ วิชาในกลุ่ม	ปี 1 วิชาศึกษาทั่วไปวิชาแกน ได้แก่ ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1 หลักการบัญชีองค์กรและการจัดการ หลักการตลาด ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ หลักสถิติเศรษฐศาสตร์ทั่วไป วิชาเอกบังคับ ได้แก่ การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่	ปี 1 วิชาศึกษาทั่วไป วิชาแกน วิชาเอกบังคับ ปี 2 วิชาศึกษาทั่วไป วิชาแกน วิชาเอกบังคับและวิชาเลือกเสรี ปี 3 วิชาแกน วิชาเอกบังคับ วิชาเอกเลือก ปี 4 วิชาเอกบังคับ วิชาเอกเลือก จาก กลุ่มวิชาปฏิบัติการและฝึกประสบการณ์	ปี 1 วิชาศึกษาทั่วไป วิชาพื้นฐานวิชาชีพ ได้แก่ หลักการจัดการ หลักการตลาด ปี 2 วิชาพื้นฐานวิชาชีพ ได้แก่ หลักการบัญชีเบื้องต้น เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1 เศรษฐศาสตร์มหภาค 1 ภาษาอังกฤษธุรกิจ 1-2 สถิติธุรกิจ การจัดการการ	ปี 1 เริ่มจากวิชาพื้นฐาน /หมวดวิชาศึกษาทั่วไป จาก กลุ่มความรู้ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ องค์การและหลักการจัดการ การบัญชีเบื้องต้น การตลาด การสร้างธุรกิจใหม่และการเป็นผู้ประกอบการ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภาษาอังกฤษ1-2	**ในปีที่1 เริ่มจากวิชาพื้นฐาน/ศึกษาทั่วไป สังคมศาสตร์ และพื้นฐานทางธุรกิจ ในปี 2 และ 3 เจาะลึก ในวิชาพื้นฐานวิชาชีพ เช่น วิชาเอกบังคับ และในชั้นปีที่ 4 การวางแผนธุรกิจ เตรียมความพร้อมการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ**

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สรุป
		แนวคิดทางธุรกิจ แล้วให้เงินทุนไปทำให้ธุรกิจเกิดขึ้นจริง คนละ 20, 000 บาท ปีที่ 3 วิชาแกนและวิชาเอกสาขาผู้ประกอบการ ต้องจับคู่กันทำธุรกิจ เพื่อเป็นการเรียนรู้การทำงานร่วมกัน ให้รู้ว่าควรเลือกคนแบบไหนมาเป็นพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจ ปีที่ 4 เริ่มวางแผนธุรกิจการเตรียมความพร้อมการเป็นผู้ประกอบการ	และนำแผนธุรกิจดังกล่าวไปประกอบธุรกิจจริงในชั้นปีที่ 3 ในวิชาประสบการณ์การเป็นเจ้าของธุรกิจ ปีที่ 3 ภาคปฏิบัติที่ให้นักศึกษาออกไปทำธุรกิจจริง เรียนรู้ประสบการณ์ในโลกธุรกิจโดยจะมีอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นนักธุรกิจคอยให้คำปรึกษา	วิชาเฉพาะด้าน ปี 2 วิชาศึกษาทั่วไป ได้แก่ การบัญชีสำหรับธุรกิจ การเงินธุรกิจ วิชาเอกบังคับ ได้แก่ จริยธรรมทางธุรกิจ การจัดการกลยุทธ์สำหรับธุรกิจ วิชาเอกเลือก ได้แก่ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน และกลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ 1-2 ปี 3 -วิชาแกน 4 วิชา ได้แก่ ภาษาอังกฤษธุรกิจ การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ -วิชาเอกบังคับ 2 วิชา ได้แก่ การสร้างธุรกิจใหม่ ด้วย	และรายวิชาเฉพาะด้าน 1 วิชา ปี 2 -วิชาศึกษาทั่วไป 4 วิชา -วิชาแกน 3 วิชา ได้แก่ การเงินธุรกิจ การบัญชีเพื่อการจัดการ การภาษีอากรธุรกิจ -วิชาเอกบังคับ 4 วิชา ได้แก่ การจัดการธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ การพัฒนาองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ การบริหารเวลาเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ -วิชาเลือกเสรี 2 วิชา ปี 3 -วิชาศึกษาทั่วไป 2 วิชา	วิชาชีพ	ผลิตและปฏิบัติการ การเงินธุรกิจ วิชาบังคับ ได้แก่ หลักการประกอบการ การบริหารทรัพยากรบุคคลสำหรับผู้ประกอบการ และวิชาเลือก 2 วิชา ปี 3 วิชาพื้นฐานวิชาชีพ ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ การบัญชีเพื่อการจัดการ การประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ทางธุรกิจ กฎหมายเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ และการภาษีอากร วิชาบังคับ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การจัดการการตลาดสำหรับ	ปี2 เริ่มจากวิชาพื้นฐาน และเริ่มเจาะลึก -กลุ่มความรู้เชิงบูรณาการ/สหวิชาการ , กลุ่มทักษะทางภาษาและการสื่อสาร ,กลุ่มความรู้ทางด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ ทักษะเชิงตัวเลข และทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ '-แผนธุรกิจ กลยุทธ์ทางธุรกิจ หลักการเงิน หลักกฎหมายธุรกิจ การบริหารทรัพยากรบุคคล เศรษฐศาสตร์ทั่วไป สถิติประยุกต์สำหรับธุรกิจ ปี3 เริ่มเจาะลึก '-กลุ่มทักษะทาง	

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สรุป
				นวัตกรรม การพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ -วิชาเอกเลือก 2 วิชา ได้แก่ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน -กลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพและวิชาชีพ 3-4 ปี 4 -วิชาเอกบังคับ 1 วิชา ได้แก่ แผนธุรกิจ -วิชาเอกเลือก 2 วิชา ได้แก่ กลุ่มวิชาเฉพาะด้าน	-วิชาแกน 4 วิชา ได้แก่ การจัดการด้านการผลิตและการดำเนินงาน คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ -วิชาเอกบังคับ 4 วิชา ได้แก่ จริยธรรมทางธุรกิจ การบริหารความเสี่ยง การประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ . การวางแผนธุรกิจ -วิชาเอกเลือก 3 วิชา ได้แก่ การจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นโยบายธุรกิจและการจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำและการจัดการการ		ผู้ประกอบการ การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า การวิจัยสำหรับผู้ประกอบการ การจัดการธุรกิจขนาดย่อม ศิลปะการขายสำหรับผู้ประกอบการ ยุทธ์ศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ และวิชาเลือก 3 วิชา ปี 4 วิชาพื้นฐานวิชาชีพ ได้แก่ การจัดการเชิงกลยุทธ์ วิชาบังคับ ได้แก่ การจัดทำแผนและโครงการสำหรับผู้ประกอบการ การสัมมนาการเป็นผู้ประกอบการ และวิชาเลือก เสรี 2 วิชา	ภาษาและการสื่อสาร '-การวิเคราะห์โครงการเพื่อการลงทุน การเงินสำหรับผู้ประกอบการ การบัญชีเพื่อการตัดสินใจ ภาษีอากรธุรกิจ การจัดการโลจิสติกส์ จริยธรรมทางธุรกิจ ปี4 เริ่มวางแผนธุรกิจ :การเตรียมความพร้อมการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ การจัดการอุตสาหกรรม ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ หมายเหตุ ปี 1 เทอม 2 เป็นต้นไป จนถึงปี3 เทอม 2	

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สรุป
					เปลี่ยนแปลง ปี 4 -วิชาแกน 1 วิชา ได้แก่ การวิจัยทางธุรกิจ -วิชาเอกบังคับ 2 วิชา ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการสร้างโอกาสทางการตลาด สัมมนาการจัดการการเป็นผู้ประกอบการ -วิชาเอกเลือก 2 วิชา			มีวิชา โครงการสำหรับผู้ประกอบการ 1 จำนวน 1 หน่วยกิต โดยนักศึกษาต้องเริ่มไปฝังตัวกับผู้ประกอบการอย่างน้อย 1 วันต่อสัปดาห์	
ข้อจำกัดในเรื่องจำนวนผู้เรียน หรือข้อจำกัดอื่นๆ	ไม่มี	ไม่มี	มีผู้มาสมัครเรียนมากกว่าจำนวนที่รับได้จริง	1. นักศึกษามีพื้นฐานความสามารถทางภาษาต่างประเทศไม่เท่ากัน และยังไม่สามารถสื่อสารเพื่อการปฏิบัติงานได้อย่างเพียงพอ และมีประสิทธิภาพ 2. นักศึกษาบางคนมีเจตคติและพฤติกรรมที่ไม่	1. นักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ต่างจังหวัดที่เป็นจังหวัดเล็กๆ ธุรกิจของครอบครัวเป็นเกษตรกร ซึ่งมักจะเลือกเรียนสาขาการจัดการมากกว่าจะมาเรียนสาขาการเป็นผู้ประกอบการ 2. มีนักศึกษามาสมัครเรียนน้อย	ไม่มี	ไม่มี	1. นักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ต่างจังหวัดที่เป็นจังหวัดเล็กๆ ธุรกิจของครอบครัวเป็นเกษตรกร ซึ่งมักจะเลือกเรียนสาขาการจัดการมากกว่าจะมาเรียนสาขาการเป็นผู้ประกอบการ 2. มีนักศึกษามา	**-ส่วนใหญ่ไม่มี -เรื่องภาษาอังกฤษเพราะนักศึกษามีพื้นฐานความสามารถทางภาษาต่างประเทศไม่เท่ากัน -ในขณะที่มหาวิทยาลัยที่อยู่ต่างจังหวัดจะมีนักศึกษามาสมัคร**

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สรุป
				สอดคล้องกับลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ 3. นักศึกษาบางคนมีบุคลิกภาพ มนุษยสัมพันธ์ และสุขภาพไม่สอดคล้องกับการเป็นผู้ประกอบการที่เหมาะสม				สมัครเรียนน้อย	เรียนน้อยเพราะธุรกิจของครอบครัวเป็นเกษตรกร ซึ่งมักจะเลือกเรียนสาขาการจัดการมากกว่าจะมาเรียนสาขาการเป็นผู้ประกอบการ ส่วนมหาวิทยาลัยทั้งของรัฐและเอกชนไม่มีข้อจำกัดในเรื่องจำนวนผู้เรียนที่สามารถรับเข้าเรียน

CHULALONGKORN UNIVERSITY จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สรุป
กลยุทธ์การสอน/กิจกรรมในการพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา	'-โครงการประกวดแผนธุรกิจสำหรับนิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต '-บริษัทจำลอง จุฬา ฯ' เป็นอีกหนึ่งโครงการฝึกงานของคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี ที่ช่วยให้นิสิตได้ลองทำธุรกิจจริง	-'การปฏิบัติการธุรกิจตั้งแต่ ปี 1-4 '-การบริหารธุรกิจจำลอง ชั้นปีที่ 2-3 ภาคฤดูร้อน '-โครงการ Start-Up 'ตั้งไข่ธุรกิจ' หรือ Egg Project เปิดโอกาสให้นักศึกษาทุกสาขาทุกคณะเสนอแนวคิดธุรกิจที่น่าสนใจ มีคณาจารย์และนักธุรกิจชั้นนำคอยเป็นโค้ชให้คำปรึกษาและให้ทุนตั้งต้นธุรกิจได้ตั้งแต่ยังเป็นนักศึกษา '-โครงการแคมป์ผู้ประกอบการรุ่นเล็กเด็กหัวการค้า เตรียมความพร้อมสู่การเรียนในสาขาวิชาผู้ประกอบการ '-มีเงินทุนสนับสนุนสำหรับการส่งเสริมธุรกิจ Startup ของนักศึกษา	โครงการ Business Fair เพื่อเตรียมความพร้อมให้นักศึกษาในภาคการศึกษาที่ 1 และ ภาคการศึกษาที่ 2 ของชั้นปีที่ 3 ในการดำเนินธุรกิจจริง	1.ส่งเสริมให้นักศึกษาแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านธุรกิจอย่างรอบด้าน 2.จัดโครงการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการ 3.จัดหาเครื่องมือและสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักศึกษา 4.เน้นการสอนโดยใช้กรณีศึกษาทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับสากล เพื่อฝึกให้นักศึกษารู้จักคิดวิเคราะห์เชื่อมโยงและประยุกต์ใช้ได้ 5.ศึกษาเรียนรู้จากแหล่งประสบการณ์จริง เช่น การฝึกประสบการณ์ฯ การทัศนศึกษานอกสถานที่	โครงการประกวดแผนธุรกิจสำหรับนิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต	-โครงการ BIZ Start up @CMRUจัดขึ้นโดยนักศึกษาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกทดลองขายสินค้า เรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการมีจากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง และโครงการผู้ประกอบการต่างๆ	โครงการประกวดแผนธุรกิจสำหรับนิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต	ยังไม่มีข้อมูลเพราะพึ่งเปิดหลักสูตร	**กลยุทธ์การสอน/กิจกรรมแตกต่างไปตามปริบทและความพร้อมของแต่ละมหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่ได้แก่ การประกวดแผนธุรกิจ เสนอแนวคิดธุรกิจที่น่าสนใจ หรือกิจกรรมต่างๆ ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัย เช่น โครงการฝึกงานการทดลองจำหน่ายสินค้า**

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สรุป
กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม/จริยธรรมให้กับนิสิตนักศึกษา	สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน	สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน	สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน	1.กำหนดให้นักศึกษาเรียนรายวิชาจริยธรรมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ 2.สอดแทรกคุณธรรม จริยธรรมในเนื้อหาการเรียนการสอนทุกวิชา	สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน	1.วิชาแกน (Core subjects) มีวิชาจริยธรรมทางธุรกิจ 2.สอดแทรกอยู่ในการเรียนการสอนในแต่ละวิชา	สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน	1.วิชาแกน มีวิชาจริยธรรมทางธุรกิจ 2.สอดแทรกอยู่ในการเรียนการสอนในแต่ละวิชา	**-ส่วนใหญ่สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน** **-แต่มี 3 แห่งที่บังคับให้เรียนวิชาจริยธรรมทางธุรกิจ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย**

หมายเหตุ การประเมินผลของหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ ทุกมหาวิทยาลัยใช้เกณฑ์ของสกว ประกอบด้วย

1.การทดสอบองค์ความรู้และทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ด้วยแบบทดสอบองค์ความรู้ในรายวิชา ต้องผ่านเกณฑ์การประเมินไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 (หรือได้เกรดไม่น้อยกว่า C)

2.ส่งเสริมให้นิสิต นักศึกษาได้มีโอกาสจัดกิจกรรมทางด้านธุรกิจและฝึกดำเนินงานทางด้านธุรกิจตามรายวิชาในหลักสูตร

3.ในกรณีที่นักศึกษาจะต้องออกไปฝึกงานในโครงการต่างๆ 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 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

เปิดสอนมากกว่า 10 ปีขึ้นไป จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยราชภัฏสมเด็จเจ้าพระยาและจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จำนวนนักศึกษาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการที่รับต่อปี: น้อยกว่า 50 คนต่อปีการศึกษา จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย น้อยกว่า 100 คนต่อปีการศึกษา จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏสมเด็จเจ้าพระยา และมากกว่า 100 คนต่อปีการศึกษา จำนวน 1 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รายวิชาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัย: เปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียนเป็นวิชาเลือก/วิชาเอก : ทุกมหาวิทยาลัยเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียนเป็นวิชาเลือกได้

วิชาแกน (Core 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

-วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัย จำนวน 1 แห่ง ได้แก่ การจัดการนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา การจัดตั้งธุรกิจใหม่ และการวางแผนทางธุรกิจ

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

หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน: ส่วนใหญ่หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/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 เพราะนักศึกษามีพื้นฐานความสามารถทางภาษาต่างประเทศไม่เท่ากัน ในขณะที่มหาวิทยาลัยที่อยู่ต่างจังหวัดจะมีนักศึกษามาสมัครเรียนน้อยเพราะ ธุรกิจของครอบครัวเป็นเกษตรกร ซึ่งมักจะเลือกเรียนสาขาการจัดการ มากกว่าจะมาเรียนสาขาการเป็นผู้ประกอบการ ส่วนมหาวิทยาลัยทั้งของรัฐและเอกชนไม่มีข้อจำกัดในเรื่องจำนวนผู้เรียนที่สามารถรับเข้าเรียน

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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 จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศจำนวน 8 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ดังนี้

1) มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีจุดเด่นคือมีหลักสูตรเฉพาะด้านการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการที่เปิดสอนมากกว่า 10 ปีขึ้นไป รายวิชาส่วนใหญ่จะมาจาก 3 ภาควิชาคือภาควิชาพาณิชยศาสตร์ ภาควิชาการธนาคารและการเงิน และภาควิชาการตลาด อยู่ในใต้คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี แต่มีจุดด้อยคือจำนวนนักศึกษาที่รับต่อปีเพียง 5 คนเท่านั้น

2) มหาวิทยาลัยราชภัฏ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา มีจุดเด่นคือมุ่งเน้นการตอบสนองผู้เรียนใน สังคม/ชุมชนที่ตั้งของมหาวิทยาลัยและค่าเล่าเรียนถูก ส่วนใหญ่เปิดสอนมานานระหว่าง 7-11 ปี จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปีส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 50-60 คน เน้นการจัดสหกิจศึกษาเพื่อสร้างประสบการณ์ทำงานจริงให้แก่นักศึกษารายวิชาส่วนใหญ่มาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มีจุดด้อยคือมีนักศึกษามาสมัครเรียนน้อยเพราะนักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ต่างจังหวัดที่เป็นจังหวัดเล็กๆ ธุรกิจของครอบครัวเป็นเกษตรกร ซึ่งมักจะเลือกเรียนสาขาการจัดการ หรือสาขาอื่นๆ มากกว่าจะมาเรียนสาขาการเป็นผู้ประกอบการ

3) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีจุดเด่นคือมุ่งเน้นการตอบสนองผู้เรียนในสังคม/ชุมชนที่ตั้งของมหาวิทยาลัยและค่าเล่าเรียนถูก มีจุดด้อยคือนักศึกษามาสมัครเรียนน้อยเพราะนักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ต่างจังหวัดที่เป็นจังหวัดเล็กๆ ธุรกิจของครอบครัวเป็นเกษตรกร ซึ่งมักจะเลือกเรียนสาขาการจัดการ หรือสาขาอื่นๆ มากกว่าจะมาเรียนสาขาการเป็นผู้ประกอบการ

4) มหาวิทยาลัยเอกชน ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จุดเด่นคือจำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี ระหว่าง 100-125 คนและ มีนักศึกษามาสมัครเรียนมากกว่าจำนวนที่เปิดรับ มีจุดด้อยคือค่าใช้จ่ายในการเรียนค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยประเภทในกำกับของรัฐ/ มหาวิทยาลัยราชภัฏ/มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

1.1.2 ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ

ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศแบ่งเป็น 2 แหล่งที่มา ได้แก่

1) ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศจากการวิเคราะห์เอกสาร

ผลวิเคราะห์จากการวิเคราะห์เอกสาร และการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศจาก 11 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และมหาวิทยาลัยนเรศวร ดังแสดงในตารางที่ 4.3

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	ชื่อหลักสูตร (ภาษาไทย)	ชื่อหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ)	ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาไทย)	ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาอังกฤษ)	คณะ/หน่วยงานที่รับผิดชอบ	จำนวนหน่วยกิต	รูปแบบของหลักสูตร	ภาษาที่ใช้	ปีที่เปิดสอน
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา)	Master of Science Program in Technopreneurship and Innovation Management	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วท.ม.)	Master of Science (M.Sc.)	บัณฑิตวิทยาลัย*	42 หน่วยกิต	หลักสูตร 2 ปี	ภาษาไทย	12 ปี (พ.ศ.2550 - ปัจจุบัน)
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการประกอบการ (หลักสูตรสองภาษา)	Master of Business Administration Program in Entrepreneurship (Bilingual Program)	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การประกอบการ)	Master of Business Administration (Entrepreneurship)	คณะบริหารธุรกิจ	42 หน่วยกิต	หลักสูตร 2 ปี	ภาษาไทย	4 ปี (พ.ศ.2557 - ปัจจุบัน)
มหาวิทยาลัยมหิดล	หลักสูตรภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม	Master of Entrepreneurship and Innovation	การจัดการมหาบัณฑิต (วิชาเอกภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม)	Master of Management (Entrepreneurship)	วิทยาลัยการจัดการ	45 หน่วยกิต		ภาษาไทย	3 ปี (พ.ศ.2558 - ปัจจุบัน)
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบ	Master of Business Administration (Entrepreneurship Management)	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ)	Master of Business Administration (Entrepreneurship Management)	บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม	36 หน่วยกิต	หลักสูตร18 เดือน	ภาษาไทย	3 ปี (พ.ศ.2558 - ปัจจุบัน)
มหาวิทยาลัยขอนแก่น	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม	Master of Business Administration Program in Entrepreneurship and Innovation	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม)	Master of Business Administration (Entrepreneurship and Innovation)	คณะบริหารธุรกิจ	39 หน่วยกิต	หลักสูตร 2 ปี	ภาษาไทย	3 ปี (พ.ศ.2558 - ปัจจุบัน)

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	ชื่อหลักสูตร (ภาษาไทย)	ชื่อหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ)	ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาไทย)	ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาอังกฤษ)	คณะ/หน่วยงานที่รับผิดชอบ	จำนวนหน่วยกิต	รูปแบบของหลักสูตร	ภาษาที่ใช้	ปีที่เปิดสอน
มหาวิทยาลัยรังสิต	หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ	Master of Management Program in Entrepreneurship : M.M. (Entrepreneurship)	การจัดการมหาบัณฑิต (การเป็นผู้ประกอบการ)	Master of Management (Entrepreneurship)	คณะบริหารธุรกิจ	36 หน่วยกิต	หลักสูตร 2 ปี	ภาษาไทย	7 ปี (พ.ศ.2556 - ปัจจุบัน)
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ	Master of Management in Entrepreneurship (M.M.E)	การจัดการมหาบัณฑิต (สาขาวิชาความเป็นผู้ประกอบการ)	Master of Management (Entrepreneurship)	คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ	42 หน่วยกิต	หลักสูตร 2 ปี	ภาษาไทย	8 ปี (พ.ศ.2555 - ปัจจุบัน)
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการเชิงกลยุทธ์ สาหรับผู้ประกอบการ	Master of Business Administration Program in Strategic Planning and Management for Entrepreneur	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การวางแผนและการจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ)	Master of Business Administration (Strategic Planning and Management for Entrepreneur)	คณะบริหารธุรกิจ	39 หน่วยกิต	หลักสูตร 2 ปี	ภาษาไทย	7 ปี (พ.ศ.2555 - ปัจจุบัน)
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาผู้ประกอบการ	Master of Business Administration (Entrepreneurship)	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาผู้ประกอบการ)	Master of Business Administration (Entrepreneurship)	คณะวิทยาการจัดการ	39 หน่วยกิต	หลักสูตร 2 ปี	ภาษาไทย	7 ปี (พ.ศ.2556 - ปัจจุบัน)
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่	M.B.A .for Modern Entrepreneurs	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่)	Master of Business Administration (Modern Entrepreneurs)	คณะบริหารธุรกิจ	39 หน่วยกิต	หลักสูตร 2 ปี	ภาษาไทย	ปีการศึกษา 2561

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	ชื่อหลักสูตร (ภาษาไทย)	ชื่อหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ)	ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาไทย)	ชื่อปริญญาและสาขาวิชา (ภาษาอังกฤษ)	คณะ/ หน่วยงานที่รับผิดชอบ	จำนวนหน่วยกิต	รูปแบบของหลักสูตร	ภาษาที่ใช้	ปีที่เปิดสอน
มหาวิทยาลัยนเรศวร	หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผู้ประกอบการและการจัดการนวัตกรรม	Master of Science Program in Entrepreneur Technology and Innovation Management	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีผู้ประกอบการและการจัดการนวัตกรรม)	Master of Science (Entrepreneur Technology and Innovation Management)	บัณฑิตวิทยาลัย**	36 หน่วยกิต	หลักสูตร 2 ปี	ภาษาไทย	ปีการศึกษา 2561
สรุป	-เป็นหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จำนวน6 แห่ง -เป็น หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต จำนวน3 แห่ง -เป็น หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต จำนวน2 แห่ง และ -เป็น หลักสูตรภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม จำนวน1 แห่ง	-ใช้ชื่อเป็น Master of Business Administration จำนวน6 แห่ง -ใช้ชื่อเป็น เป็น Master of Management Program จำนวน3 แห่ง -ใช้ชื่อเป็น เป็น Master of Science Program จำนวน 2 แห่ง	-ใช้ชื่อเป็น บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จำนวน 6 แห่ง -ใช้ชื่อเป็น การจัดการมหาบัณฑิต จำนวน 3 แห่ง ใช้ชื่อเป็น วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต จำนวน 2 แห่ง	-ใช้ชื่อเป็น Master of Business Administration จำนวน6 แห่ง -ใช้ชื่อเป็น Master of Management จำนวน 3แห่ง -ใช้ชื่อเป็น Master of Science จำนวน2 แห่ง	-ส่วนใหญ่ภายใต้คณะบริหารธุรกิจ/ คณะ/วิทยาลัยการจัดการ/ คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจฯ จำนวน 8 แห่ง -ภายใต้บัณฑิตวิทยาลัยและคณะที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 แห่ง	-36 หน่วยกิต จำนวน 3 แห่ง -39 หน่วยกิต จำนวน 4 แห่ง -42 หน่วยกิต จำนวน 3 แห่ง -45 หน่วยกิต จำนวน 1 แห่ง	-ส่วนใหญ่เป็นหลักสูตร 2 ปี จำนวน 10 แห่ง -หลักสูตร18 เดือน จำนวน 1 แห่ง	ทุกแห่งใช้ภาษาไทยในการเรียนการสอน	-เปิดสอน มากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 5 แห่ง - เปิดสอน น้อยกว่า 6 ปี จำนวน 6 แห่ง

บัณฑิตวิทยาลัย* คณะวิทยาศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี คณะนิเทศศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย** คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร วิทยาลัยประชาคมอาเซียนศึกษา

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ พบว่า

ชื่อหลักสูตร(ภาษาไทย):

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

ชื่อหลักสูตร(ภาษาอังกฤษ) :

ส่วนใหญ่ใช้ชื่อเป็น Master of Business Administration จำนวน6 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ 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 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ใช้ชื่อเป็น การจัดการมหาบัณฑิต จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยมหิดล และใช้ชื่อเป็น วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยนเรศวร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ชื่อปริญญาและสาขาวิชา(ภาษาอังกฤษ)

ส่วนใหญ่ใช้ชื่อเป็น Master of Business Administration จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ 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 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ 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 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ 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 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยนเรศวรและมหาวิทยาลัยรามคำแหง และหลักสูตร18 เดือน จำนวน 1 แห่งคือ มหาวิทยาลัยมหิดล

ภาษาที่ใช้: ทุกแห่งใช้ภาษาไทยในการเรียนการสอน

ปีที่เปิดสอน:

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

สรุปผล จากการวิเคราะห์เอกสารและการสืบค้นจากอินเตอร์เน็ตที่เกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ จาก 11 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ 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/ คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจฯ 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 จำนวน5 แห่ง และเปิดสอนน้อยกว่า 6 ปี จำนวน 6 แห่ง

2) ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศจากการสัมภาษณ์

ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ จำนวน 9 คน จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ดังตารางที่ 4.4

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยนเรศวร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยรังสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	สรุป
ปรัชญา	สร้างบุคลากรให้มีความรู้เชิงบูรณาการและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนานวัตกรรม และเทคโนโลยีไปสู่ตลาดเพื่อการพาณิชย์	ผลิตมหาบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มีความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการมีความคิดสร้างสรรค์ มีธรรมาภิบาลและจริยธรรมทางธุรกิจ สร้างธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขัน	สร้างสังคมผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมและระบบนิเวศน์เพื่อการเรียนรู้สำหรับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ	ผลิตบัณฑิตที่มีความเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพที่สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ในการดำเนินธุรกิจได้	พัฒนาผู้ประกอบ การให้มีความเป็นมืออาชีพ ด้วยการบูรณาการศาสตร์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ากับการจัดการ สร้างผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจที่ทันสมัยและความสามารถในการแข่งขัน	เน้นการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงในการดำเนินธุรกิจสอดแทรกคุณธรรม /จริยธรรม เพื่อสร้างผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม	ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพด้วยระบบการเรียนการสอนเชิงบูรณาการที่มุ่งเน้นการสร้างองค์ความรู้ ทักษะและประสบการณ์การเป็นเจ้าของธุรกิจ มุ่งเน้นความเป็นสากล ความมีคุณธรรมและจริยธรรมทางธุรกิจ	ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถในการจัดการธุรกิจทักษะทันสมัย มีจรรยาบรรณ ความคิดสร้างสรรค์ นำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในการจัดการธุรกิจได้	ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้การเป็นผู้ประกอบการให้คิดเป็นแก้ปัญหาเป็นพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอย่างมีคุณธรรมจริยธรรม	**ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้เชิงบูรณาการความสามารถด้านการจัดการ มีคุณธรรมและจริยธรรมในการเป็นผู้ประกอบการความคิดสร้างสรรค์ในการนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในการจัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ**

CHULALONGKORN UNIVERSITY จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยนเรศวร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยรังสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	สรุป
ที่มา เหตุผลและความสาคัญของหลักสูตร	เพื่อผลิตมหาบัณฑิตที่มีความรู้และมีศักยภาพในการวิจัย ความรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นสูง และเชื่อมโยงผลงานการประดิษฐ์คิดค้นจนเป็นนวัตกรรมและบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์เชิงธุรกิจ	เพื่อพัฒนาบัณฑิตทุกสาขาวิชาให้เป็นผู้ประกอบ การธุรกิจ มีจิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการสามารถพัฒนาธุรกิจไปสู่การเป็นธุรกิจระดับสากล	เพื่อพัฒนาระบบความคิดทางธุรกิจที่ใช้เหตุผลการสร้างมุมมองใหม่ให้กับธุรกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมและทักษะในการจัดการธุรกิจที่จำเป็น สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและสิ่งแวดล้อมของโลก	พัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการและการบริหารจัดการเชิงพื้นที่สอดรับกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 นโยบายไทยแลน์ 4.0 และแผนกลยุทธ์สานักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) พ.ศ. 2558-2561	เพื่อพัฒนาความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ให้แก่ผู้ที่มีความต้องการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงาน และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน	เพื่อบ่มเพาะปั้นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ให้มีความรู้ พัฒนาทักษะและความสามารถในการประกอบกิจการต่างๆ พร้อมทั้งปลูกฝังความรับผิดชอบต่อสังคมยุค Thailand 4.0	มุ่งเน้นการเรียนการสอนที่เป็นระบบและเชิงบูรณาการที่เน้นการลงมือปฏิบัติจริง จะช่วยพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะ และ ประสบการณ์ธุรกิจจริงให้บัณฑิตสามารถเป็นนายจ้างตนเอง	สร้างบุคลากรภาคธุรกิจ ให้มีความรู้และทักษะในการดำเนินธุรกิจ วิเคราะห์สถานการณ์ธุรกิจแบบองค์รวม	เพื่อเป็นแหล่งความรู้ในด้านการบริหารการเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะความรู้ที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการได้ศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้นำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้	**เพื่อผลิตและสร้างผู้ประกอบการให้มีองค์ความรู้ทักษะและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้**
วัตถุประสงค์ของหลักสูตร	ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ทักษะในการเป็นผู้ประกอบการและบูรณาการองค์ความรู้	เพื่อให้มีความรู้การเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมสามารถประยุกต์ใช้	เรียนรู้เกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการการสร้างแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นธุรกิจ	มีทักษะการคิดเชิงผู้ประกอบการสามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้ความคิดสร้างสรรค์สู่การ	ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจและมีศักยภาพในการเป็น	1.สร้างความเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา 2.เพื่อการบ่มเพาะและ	1. เพื่อให้นักศึกษาได้รับองค์ความรู้การเป็นผู้ประกอบการ ด้วยการบูรณาการองค์ความรู้สู่การลงมือ	1. เพื่อผลิตผู้ประกอบการ 2. เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการที่แข่งขันได้	มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถบูรณาการองค์	**ผลิตมหาบัณฑิตให้มีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการเป็นผู้ประกอบการสามารถบูรณาการ**

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	**จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**	**มหาวิทยาลัยขอนแก่น**	**มหาวิทยาลัยมหิดล**	**มหาวิทยาลัยนเรศวร**	**มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี**	**มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**	**มหาวิทยาลัยกรุงเทพ**	**มหาวิทยาลัยรังสิต**	**มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์**	**สรุป**
	สหศาสตร์ด้านธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม และสามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่และนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์โดยการต่อยอดเชิงธุรกิจ	ความรู้ก่อให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมใหม่หรือวิธีปฏิบัติงานใหม่ๆ ในสาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม	พัฒนาแนวคิดธุรกิจที่อาศัยนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างธุรกิจและพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการจัดการธุรกิจใหม่	สร้างมูลค่าเพิ่มการจัดการเทคโนโลยี และนวัตกรรมไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม	ผู้ประกอบการใหม่ เพิ่มทางเลือกในการประกอบอาชีพ เช่น ผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม 2. ยกระดับความเข้มแข็งและความสามารถในการแข่งขันแก่ธุรกิจกับผู้ประกอบการเดิม 3. ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาคการศึกษาและภาคอุตสาหกรรม	เรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่	ทำธุรกิจจริงเพื่อได้รับทักษะและประสบการณ์การทำธุรกิจจริง 2. มีความรู้ความสามารถในการเป็นเจ้าของธุรกิจสามารถนำไปดำเนินธุรกิจได้ 3. เพื่อให้เกิดการพัฒนาสาขาวิชาด้านการเป็นเจ้าของธุรกิจ	3. ผลิตผลงานทางวิชาการพัฒนาองค์ความ รู้การเป็นผู้ประกอบการ 4. เพื่อให้บริการวิชาการแก่หน่วยงานชุมชน/สังคม	ความรู้ประยุกต์ความรู้และทักษะในการแก้ไขปัญหากับท้องถิ่นเพื่อ . เสริมสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจและมีจริยธรรมทางธุรกิจ	**ความรู้ประยุกต์ความรู้และทักษะในการแก้ไขปัญหาตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงทางธุรกิจได้**

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยนเรศวร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยรังสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	**สรุป**
จำนวนปีที่เปิดสอน	14 ปี (พ.ศ.2549 -ปัจจุบัน)	3 ปี (พ.ศ.2558 - ปัจจุบัน)	3 ปี (พ.ศ.2558 - ปัจจุบัน)	เพิ่งเปิดรับสมัครเป็นปีแรก 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 เปิดสอนมากกว่า 5-10 ปี จำนวน 3 แห่ง เปิดสอนมากกว่า 10 ปีขึ้นไป จำนวน 1 แห่ง**
จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี	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 และมากกว่า50 คนขึ้นไป จำนวน 1 แห่ง**
เปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเรียน	เป็นวิชาเลือกได้	เป็นวิชาเลือกได้	เป็นวิชาเลือกได้	เป็นวิชาเลือกได้	เป็นวิชาเลือกได้	เป็นวิชาเลือกได้	เป็นวิชาเลือกได้	เป็นวิชาเลือกได้	เป็นวิชาเลือกได้	**ทุกมหาวิทยาลัยเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียนเป็นวิชาเลือกได้**
วิชาแกน/วิชาบังคับ	1.การสังเคราะห์นวัตกรรม 1 2.การสังเคราะห์นวัตกรรม 2 3.พาณิชยกรรมเทคโนโลยี 4.สัณฐานวิทยาเชิงสร้างสรรค์	1.การเป็นผู้ประกอบการ 2.การสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ 3.เศรษฐศาสตร์สำหรับการเป็น	1.การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ 2.เศรษฐกิจไทยในปริบทโลก 3.กลยุทธ์การตลาด 4.การเงินธุรกิจ	1.การเป็นผู้ประกอบการและการจัดการธุรกิจ 2.นวัตกรรมและการออกแบบธุรกิจ 3.การพัฒนา	1.การบริหารจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2.การสร้างธุรกิจใหม่ของผู้ประกอบการ 3.สัณฐานความคิดสร้างสรรค์ และ	1.ทฤษฎีและการปฏิบัติของการประกอบการ 2,การตลาดของผู้ประกอบการ 3.การเงินและการระดมทุนของ	1.การฝึกปฏิบัติการวิชาชีพ 1 : ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการและการสร้างความคิด 2.การพัฒนาโอกาสผู้ประกอบการ 3.ผู้ประกอบการใน	1.ภาษาอังกฤษสำหรับบัณฑิตศึกษา 2.การจัดการและพฤติกรรมองค์การ 3.การเงินและการบัญชีสำหรับ	1.วิทยาวิธีวิจัยธุรกิจ 2.สัมมนาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ 3.การบัญชีเพื่อการจัดการชั้นสูง 4.การจัดการทาง	**วิชาแกน (Core subjects)/วิชาบังคับ (Mandatory subjects) วิชาที่มีสอนในมหาวิทยาลัยทั้งหมด 9 แห่ง ได้แก่ การเงินและการตลาด**

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยนเรศวร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยรังสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	สรุป
	5.การวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ 6.การเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่ 7.การจัดการเชิงกลยุทธ์ 8.ความเป็นผู้นำและการบริหารการเปลี่ยนแปลง 9.พื้นฐานการจัดการด้านการเงิน 10.การจัดการด้านการตลาด	ผู้ประกอบการ 4.การบัญชีการเงินเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ 5.การตลาดเชิงนวัตกรรม 6.การสร้างเสถียรภาพการได้เปรียบในการแข่งขัน 7.สัมมนาปัญหาปัจจุบันทางการเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม	5.การจัดการร่วมสมัย 6.การวิจัยทางด้านธุรกิจ 7.โมเดลธุรกิจและการพัฒนากลยุทธ์ 8.การจัดการนวัตกรรม 9.การจัดตั้งธุรกิจใหม่	ลูกค้าและการสื่อสาร 4.การประเมินนวัตกรรมและธุรกิจ 5.การจัดการเทคโนโลยี และทรัพย์สินทางปัญญา 6.การตลาดดิจิทัล	นวัตกรรม 4.การเงินสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ 5.กลยุทธ์การจัดการตลาด 6.การจัดการเชิงกลยุทธ์และการควบคุมธุรกิจ 7.ภาวะผู้นำในผู้ประกอบการและการจัดการทรัพยากรบุคคล 8.การวิเคราะห์ธุรกิจเชิงลึก เพื่อการตัดสินใจ 9.การจัดการโซ่อุปทาน	ผู้ประกอบการ 4.การจัดการการดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการ 5.กลยุทธ์การจัดการของผู้ประกอบการ 6.การประกอบการในองค์กร 1.การปฏิบัติการสำหรับผู้ประกอบการ 2.ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ 3.การเริ่มต้นธุรกิจเชิงนวัตกรรมสร้างสรรค์ 4.การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการสร้างตราสินค้าของผู้ประกอบการ	ฐานะผู้นำและทีม 4.ประกอบกิจการเพื่อสังคมโดยออกแบบ 5.การตลาดผู้ประกอบการในโลกดิจิทัล 6.การฝึกปฏิบัติการวิชาชีพ 2 : การพัฒนาแผนธุรกิจของผู้ประกอบการ 7.การวางแผนธุรกิจของผู้ประกอบการ 8.การบัญชีภาษีอากรและการเงินสำหรับผู้ประกอบการ 9.กลยุทธ์ทางธุรกิจและการเติบโต 10.เครือข่ายและการเจรจาต่อรองสำหรับผู้ประกอบการ 11.การขายและกฎเกณฑ์ทางธุรกิจสำหรับสำหรับผู้ประกอบการ 12การส่งผ่านความมั่งคั่งไปยังรุ่นต่อไป	ผู้ประกอบการ 4.การเป็นผู้ประกอบการ 5.วิธีวิจัยทางธุรกิจ 6.การจัดการเชิงกลยุทธ์ 7.การจัดการการตลาด 8.การจัดการการดำเนินงาน	การเงินสมัยใหม่ 5.การจัดการทางการตลาดร่วมสมัย 6.เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการ	**วิชาที่มีสอนในมหาวิทยาลัยทั้ง 7 แห่ง ได้แก่ การจัดการกลยุทธ์ การเป็นผู้ประกอบการและการจัดการนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา** **วิชาที่มีสอนในมหาวิทยาลัยทั้ง 6 แห่ง ได้แก่ การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร การบริหารการปฏิบัติการ** **วิชาที่มีสอนในมหาวิทยาลัยทั้ง 5 แห่ง ได้แก่ เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศและสถิติ** **วิชาที่มีสอนในมหาวิทยาลัยทั้ง 4 แห่ง คือ บัญชี** **วิชาที่มีสอนในมหาวิทยาลัยทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ เศรษฐศาสตร์** **วิชาที่มีสอนใน**

CHULALONGKORN UNIVERSITY จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยนเรศวร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยรังสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	สรุป
							13.การจัดการธุรกิจขนาดเล็กสำหรับผู้ประกอบการ			**มหาวิทยาลัยทั้ง 2 แห่ง ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การจัดตั้งธุรกิจใหม่ และการวางแผนทางธุรกิจ วิชาที่มีสอนในมหาวิทยาลัยทั้ง 1 แห่ง คือ กฎหมายธุรกิจ**
วิชาเลือก (Elective)	1.การจัดการทรัพย์สินทางปัญญา 2.ทัศนศึกษานวัตกรรมนานาชาติ 3.ปฏิบัติการบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี 1 4.ปฏิบัติการบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี 2 5.นวัตกรรมจากการสร้างสรรค์ร่วมระหว่างสถาบันการศึกษา	1.ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ 2.กฎหมายธุรกิจและหลักธรรมาภิบาล 3.การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 4.ศิลปะการเจรจาต่อรอง 5.การจัดการการนำเข้าและส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ 6.การประเมินโอกาสทางธุรกิจและการสร้าง	1.การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ 2.ผู้ประกอบการขององค์กรและนวัตกรรม 3.สัมมนาการจัดการ 4.ความคิดสร้างสรรค์ทางธุรกิจและการคิดเชิงออกแบบ 5.การจัดการทางการเงินและเทคโนโลยีสำหรับผู้ประกอบการ 6.กลยุทธ์ธุรกิจ	1.การจัดการข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อการตัดสินใจ 2.พาณิชยกรรมเทคโนโลยี 3.สัณฐานวิทยาเชิงสร้างสรรค์ 4.การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 5.การพัฒนานวัตกรรมเชิงธุรกิจสู่ระดับอาเซียนและสากล 6.นวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ 1	1.การจัดการการเงิน 2.เงินทุนร่วมทุนและเงินทุนบุคคล 3.หัวข้อพิเศษด้านการจัดการการเงิน 4.การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย 5.การจัดการตราสินค้า 6.หัวข้อพิเศษด้านการจัดการตลาด 7.การดำเนินการธุรกิจใหม่ในระดับนานาชาติ และ	1.กลยุทธ์การเจริญเติบโตทางธุรกิจ 2.การจัดการธุรกิจครอบครัว 3.ความเป็นผู้นำของผู้ประกอบการและการจัดการทุนมนุษย์ 4.ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ 5.หลักการทางด้านจิตวิทยาเพื่อ	1เครือข่ายและการเจรจาต่อรองสำหรับผู้ประกอบการ. 2.Sการขายและกฎทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ 3.กุญแจสู่ความสำเร็จในธุรกิจครอบครัว: กลยุทธ์การส่งผ่านความมั่งคั่งไปยังรุ่นต่อไป 4.การสื่อสารทางธุรกิจของผู้ประกอบการ	1.การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2.การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 3.กฎหมายธุรกิจ 4.สัมมนาการเป็นผู้ประกอบการ 5.การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ 6.การจัดการธุรกิจแฟรนไชน์ 7.หัวข้อพิเศษสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	1.การจัดการและพฤติกรรมองค์กร 2.การจัดการเชิงกลยุทธ์ 3.การจัดการทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ 4.การจัดการด้านการผลิตและการปฏิบัติการ 5.การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ 6.ภาษาจีนเพื่อ	**วิชาเลือก (Elective) พบว่ารายวิชาที่มีการสอนมาจาก 7 กลุ่มวิชา ได้แก่ 1.นวัตกรรม 2.การจัดการทางธุรกิจ 3.การตลาด 4.การเงิน 5.การจัดการองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ 6.การจัดการด้านการผลิตและการดำเนินงาน 7.ภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ**

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยนเรศวร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยรังสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	สรุป
	กับภาคอุตสาหกรรม 6.สตาร์ตอัปนวัตกรรมดิจิทัล 7.การบริหารและการปรับปรุงคุณภาพ 8.การบริหารจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม 9.พาณิชย์อิเล็กทรอนิคส์และกิจการดิจิตอล 10.องค์กรแห่งการเรียนรู้และการจัดการความรู้ในองค์กร 11.การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ 12.พื้นฐานการจัดการด้านการเงิน 13.การจัดการด้านการตลาด 14.การวางแผน	ธุรกิจใหม่ในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง 7.การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 8.การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 9.การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน 10.ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการธุรกิจและนวัตกรรม 11.สินค้านวัตกรรม 12.การจัดการการผลิตและการปฏิบัติการ 13.สัมมนาทางนวัตกรรมทางธุรกิจ	และการนำเสนอการขาย 7.การจัดการเชิงพาณิชย์สำหรับเทคโนโลยีและทรัพย์สินทางปัญญา 8การพัฒนาผลิตภัณฑ์และแพลตฟอร์มใหม่. 9.การจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์	7.นวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ 2 8.นวัตกรรมบริการ และการสร้างความเป็นเลิศในการบริการ 9.การจัดการความรู้ และพัฒนาองค์กรนวัตกรรม 10.ภูมิภาคศึกษาสาหรับธุรกิจนวัตกรรม 11.หมากล้อมกับการพัฒนาความคิด 12.การเงิน และการบัญชีเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ และ 13.การประกอบการ 14.ความเป็นผู้นำและการบริหารการเปลี่ยนแปลง 15.วิสาหกิจเพื่อสังคมธรรมาภิ	ภูมิภาคเอเชีย 8.หัวข้อพิเศษด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการควบคุมธุรกิจ 9.กระบวนการองค์กรและการจัดการทรัพยากรบุคคล 10.หัวข้อพิเศษด้านการจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล 11.การเจรจาต่อรองและการแก้ปัญหาความขัดแย้ง 12.หัวข้อพิเศษด้านทฤษฎี เครื่องมือ และเทคนิคการจัดการ 13.การตัดสินใจเชิงวิทยาศาสตร์เพื่อการจัดการ 14.หัวข้อพิเศษที่เกี่ยวกับวิธีเชิงปริมาณ	สร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการ 6.การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน 7.การประกอบการในธุรกิจบริการ 8.การตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการ 9.ยุทธวิธีการขายและการเจรจาต่อรองสาหรับผู้ประกอบการ 10.กลยุทธ์โลกาภิวัตน์สาหรับผู้ประกอบการ 11.การจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์สำหรับ		8.การจัดการการจัดซื้อและซัพพลายเชิงกลยุทธ์ 9.การจัดการนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลง 10.การจัดการความเสี่ยง 11.การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 12.การจัดการผลิตภัณฑ์และตราสินค้า 13.พฤติกรรมผู้บริโภค	ธุรกิจ 7.การบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม 8.การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน 9.การจัดประชุมสัมมนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและนิทรรศการ 10.การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่ 11.การจัดการธุรกิจสมัยใหม่ 12.การจัดการการเงินสำหรับผู้ประกอบการ	

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยนเรศวร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยรังสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	สรุป
	กลยุทธ์และการประเมินผลเพื่อการสื่อสารแบบบูรณาการ			บาล และความรับผิดชอบต่อสังคม 16.การบริหารทรัพยากรบุคคล 17.การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 1 18.การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2 19.การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสำหรับการประกอบการ 20.พันธมิตรและการลงทุน 21.กฎหมายและข้อบังคับทางธุรกิจ	15.ระบบสารสนเทศสำหรับผู้ประกอบการ 16.เทคโนโลยีธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ 17.หัวข้อพิเศษที่เกี่ยวกับระบบสารสนเทศการจัดการ 18.พื้นฐานการจัดการทางธุรกิจและความเป็นผู้ประกอบการ 19.แผนธุรกิจและเครื่องมือการจัดการสำหรับธุรกิจเชิงเทคโนโลยีเกิดใหม่ 20.การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ 21.กฎหมายสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ 22.ผู้ประกอบการนวัตกรรมธุรกิจ	ผู้ประกอบการ 12.กฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศและทรัพย์สินทางปัญญา				

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยนเรศวร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยรังสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	**สรุป**
					บริการ 23.การจัดการธุรกิจครอบครัว 24.หัวข้อพิเศษด้านการเป็นผู้ประกอบการ					
หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอนอย่างไร	หลักสูตรที่จัดการเรียนการสอนรูปแบบของสหสาขาวิชา ของ 5 คณะ ดังนั้นรายวิชามาจากคณะวิทยาศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, คณะวิศวกรรมศาสตร์และคณะนิเทศศาสตร์	หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ อยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาลัยการจัดการ ดังนั้นรายวิชาส่วนใหญ่มาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจ	หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ อยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาลัยการจัดการ ดังนั้นรายวิชาส่วนใหญ่มาจาก หลักสูตรบริหารธุรกิจ	หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาลัยการจัดการ ดังนั้นรายวิชาส่วนใหญ่มาจาก หลักสูตรบริหารธุรกิจ	หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ อยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาลัยการจัดการ ดังนั้นรายวิชาส่วนใหญ่มาจาก หลักสูตรบริหารธุรกิจ	หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาลัยการจัดการ ดังนั้นรายวิชาส่วนใหญ่มาจาก หลักสูตรบริหารธุรกิจ	หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ อยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาลัยการจัดการดังนั้น รายวิชาส่วนใหญ่มาจาก หลักสูตรบริหารธุรกิจ	หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาลัยการจัดการ ดังนั้นรายวิชาส่วนใหญ่มาจาก หลักสูตรบริหารธุรกิจ	หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาลัยการจัดการ ดังนั้นรายวิชาส่วนใหญ่มาจาก หลักสูตรบริหารธุรกิจ	**ส่วนใหญ่สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาลัยการจัดการ ดังนั้น ก็ยังถือเป็น หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตรายวิชาส่วนใหญ่จึงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เช่น โครงสร้างของวิชาแกน (Core subjects) จะอิงตามโครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ส่วนวิชาเอกบังคับ (Mandatory major)**

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยนเรศวร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยรังสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	สรุป
										และวิชาเอกเลือกเป็นวิชาภายใต้ สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ
วิธีในการจัดลาดับการเรียนแต่ละวิชา	ปีที่ 1 -ภาคต้น 1) วิชาหมวดวิชาบังคับ 4 วิชา ได้แก่ การสังเคราะห์นวัตกรรม 1 การวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สัญฐานวิทยาเชิงสร้างสรรค์ การจัดการด้านการตลาด 2)วิชาหมวดวิชาเลือก 1 วิชา -ภาคปลาย 1) วิชาหมวดวิชาบังคับ 4 วิชา ได้แก่ การสังเคราะห์นวัตกรรม 2	ปีที่ 1 -ภาคต้น วิชาหมวดวิชาบังคับ 4 วิชา ได้แก่ การจัดการธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการ การสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจ เศรษฐศาสตร์สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ -ภาคปลาย วิชาแกน บริหารธุรกิจ 2 วิชา ได้แก่ การบัญชีการเงินเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ การตลาด	ปีที่ 1 -ภาคต้น 1) วิชาหมวดวิชาแกน 5 วิชา ได้แก่ Management Information Systems, Thai Economy in Global Context , Strategic Marketing Management , Corporate Finance , Contemporary Management -ภาคปลาย 2)วิชาหมวดวิชาบังคับ 4 วิชา ได้แก่ Business Research ,	หลักสูตรจะถูกแบ่งออกเป็นสี่ช่วง ช่วงละครึ่งปี ปีแรกเน้นที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ออกแบบธุรกิจและทดสอบสมมุติฐานทางธุรกิจ ปีที่สองเน้นไปที่การขยายธุรกิจและปรับเปลี่ยนธุรกิจให้ดีขึ้น ทั้งนี้จะมีการกลับมาประเมินผลธุรกิจเพื่อการปรับแก้แผนการอย่างน้อยหนึ่งครั้งเมื่อครบสองปีต้องผ่าน	เนื้อหาหลักของหลักสูตรประกอบด้วยองค์ความรู้ที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การเงินสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การจัดการตลาด การจัดการเชิงกลยุทธ์และการควบคุมธุรกิจ ภาวะผู้นำในผู้ประกอบการและการจัดการทรัพยากรบุคคล การวิเคราะห์ธุรกิจเชิงลึกเพื่อการตัดสินใจ การจัดการซัพพลาย	ปีที่ 1 -ภาคต้น วิชาแกน บริหารธุรกิจ 3 วิชา -ภาคปลาย วิชาแกน บริหารธุรกิจ 3 วิชา -ภาคฤดูร้อน วิชาเอกบังคับ 2 วิชา ปีที่ 2 -ภาคต้น วิชาเอกบังคับ 2 วิชา และ วิชาเอกเลือก 1 วิชา -ภาคปลาย วิชาเอกเลือก 2 วิชาและ	ปีที่ 1 -ภาคต้น 1) วิชาหมวดวิชาบังคับ 5 วิชา ได้แก่ Practicum 1 : Entrepreneurial Creativity and Idea Generation , Generation ,Developing Entrepreneurial Opportunities , Entrepreneur as Leader and Team Player , Social Entrepreneurship by Design Entrepreneurial Marketing in Digital World	ปีที่ 1 -ภาคต้น 1) วิชาหมวดวิชาบังคับ 4 วิชา ได้แก่ การจัดการและพฤติกรรมองค์การ วิธีวิจัยทางธุรกิจ การจัดการการตลาด การจัดการการดำเนินงาน -ภาคปลาย 1) วิชาหมวดวิชาบังคับ 3 วิชา ได้แก่ การเงินและการบัญชีสำหรับผู้ประกอบการ การเป็นผู้ประกอบการ	ปีที่ 1 -ภาคต้น 1) วิชาหมวดวิชาบังคับ 2 วิชา ได้แก่ วิทยาวิธีวิจัยธุรกิจเศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการ -ภาคปลาย 1) วิชาหมวดวิชาบังคับ 2 วิชา ได้แก่ การจัดการทางการตลาดร่วมสมัย การบัญชีเพื่อการจัดการชั้นสูง 2)วิชาหมวดวิชาเลือก 1 วิชา ปีที่ 2 -ภาคต้น	**เริ่มจากวิชาพื้นฐานทางธุรกิจ องค์ความรู้ที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การเงินสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การจัดการตลาด การจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัดการทรัพยากรบุคคล การวิเคราะห์ธุรกิจเชิงลึกเพื่อการตัดสินใจ การจัดการซัพพลายเชน การบริหารจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสร้างธุรกิจใหม่ของผู้ประกอบการ เป็นการเรียนการสอนที่เป็นระบบและบูรณาการองค์ความรู้ด้านต่างๆ เน้นการลงมือ**

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยนเรศวร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยรังสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	**สรุป**
	พาณิชยกรรม เทคโนโลยี การเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจใหม่ พื้นฐานการจัดการด้านการเงิน ปีที่ 2 -ภาคต้น 1) วิชาหมวดวิชาบังคับ 2 วิชา ได้แก่ ความเป็นผู้นำและการบริหารการเปลี่ยนแปลง 2)วิชาหมวดวิชาเลือก 1 วิชา -ภาคปลาย 1) วิชาหมวดวิชาบังคับ 1 วิชา ได้แก่ การจัดการเชิงกลยุทธ์	เชิงนวัตกรรมและหมวดวิชาเลือก 2 วิชา ปีที่ 2 -ภาคต้น วิชาหมวดวิชาบังคับ 3 วิชา ได้แก่ สถิติเพื่อการวิจัยทางธุรกิจ การสร้างเสถียรภาพการได้เปรียบในการแข่งขัน สัมมนาปัญหาปัจจุบันทางการเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม -ภาคปลาย หมวดวิชาเลือก 2 วิชา	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) ธุรกิจของตนรวมอย่างน้อยสี่ครั้ง ระหว่างกระบวนการทั้งหมดบัณฑิตจะได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงเทคนิคแบบบูรณาการจากหน่วยงานสนับสนุนในมหาวิทยาลัย เช่น กองบริหารการวิจัย ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ	เชน การบริหารจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสร้างธุรกิจใหม่ของผู้ประกอบการ สัณฐานความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	การศึกษาค้นคว้าอิสระ -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	การจัดการเชิงกลยุทธ์ 2)วิชาหมวดวิชาเลือก 1 วิชา ปีที่ 2 -ภาคต้น 2)วิชาหมวดวิชาเลือก 2 วิชา	1) วิชาหมวดวิชาบังคับ 2 วิชา ได้แก่ สัมมนาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ การจัดการทางการเงินสมัยใหม่ 2)วิชาหมวดวิชาเลือก 1 วิชา -ภาคปลาย 2)วิชาหมวดวิชาเลือก 1 วิชา	**ปฏิบัติจริงด้วยโครงการหรือกรณีศึกษาซึ่ง นำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้จริง**

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยนเรศวร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยรังสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	สรุป
หลักการและแนวคิดในการออกแบบการเรียนการสอนของแต่ละวิชาในหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบ การ	การเรียนการสอนรูปแบบของ สหสาขาวิชา 5 คณะ โดยรวมเอาศาสตร์ทาง ด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมการบริหารจัดการเข้ามาไว้ด้วยกัน -เป็นหลักสูตรที่ออกแบบมาเป็นพิเศษสำหรับพัฒนานักนวัตกรเพื่อให้ สามารถสร้างนวัตกรรมตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ	Problems base learning : การสอนแบบเน้นกรณีมุ่งเน้นวิธีการสอนที่ให้ผู้เรียนควบคุม การเรียนรู้ด้วยตนเองผู้เรียนคิดและดำเนินการเรียนรู้กำหนดวัตถุประสงค์ และเลือกแหล่งเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยผู้สอนเป็นผู้ให้คำแนะนา เป็นการส่งเสริมให้เกิดการแก้ไขปัญหามากกว่าการจำเนื้อหาข้อเท็จจริง เป็นการส่งเสริมการทำงานเป็นกลุ่ม และการพัฒนาทักษะทางสังคม	-นำเอาแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development : NPD) แทรกอยู่ในวิชาที่ใช้สอน	-เน้นให้ผู้เรียนมีประสบการณ์จริงในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการ-แนวคิดของกรอบความคิดแบบเติบโต การคิดเชิงออกแบบ การคิดเชิงกลยุทธ์ การวางตำแหน่งของธุรกิจ ในลักษณะของการทดลองที่ขับเคลื่อนด้วยสมมุติฐานทางธุรกิจ และการเรียนรู้ผ่านการตรวจสอบความสมเหตุสมผล	-สร้างความแตกต่างจาก Business School ทั่วไปที่ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการผลิตนักบริหารทั่วไป อาทิ การตลาด การเงิน และบัญชี เป็นต้น -วางตัวเองไว้เป็นผู้ผลิตนักบริหารเทคโนโลยีและนวัตกรรม -หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมาจะอยู่ภายใต้กรอบคิดที่ว่า "Science & Technology" + "Management" ผ่านกระบวนการทั้ง 3 ด้าน คือ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ	พัฒนาวิชาการประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม หรือ IDE 101 ขึ้นมาโดยร่วมกับสถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ หรือ MIT สหรัฐอเมริกา เป็นแห่งแรกในประเทศไทย เพื่อช่วยนักศึกษาทุกคนในการปรับแนวคิด (mindset) ทางการประกอบการสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม วิชาดังกล่าวเป็นการบูรณาการแนวคิด	-ประยุกต์แนวทาง Babson College มหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างผู้ประกอบการอันดับหนึ่งของโลก -อาจารย์ประจำในคณะยังเป็นเจ้าของธุรกิจตัวจริงในวงการธุรกิจหลากหลายที่มาสอนเทคนิคและการจัดการครบทุกรูปแบบจากประสบการณ์จริง	สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบอยู่ในใต้คณะวิทยาการจัดการ ดังนั้นรายวิชาส่วนใหญ่จึงเน้นบริหารธุรกิจและมีบางรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ	สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในใต้คณะวิทยาการจัดการ ดังนั้นรายวิชาส่วนใหญ่จึงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต	**หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการหลักการและแนวคิดในการออกแบบการเรียนการสอนของแต่ละวิชาส่วนใหญ่มาจากโครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจความแตกต่างของหลักสูตรการเรียนของแต่ละแห่งจึงมีการเพิ่มวิชาใหม่ๆเข้าไปเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับหลักสูตรของตนเอง เช่น เน้นนวัตกรรม/มีการเรียนการสอนรูปในรูปแบบบูรณาการองค์ความรู้ข้ามศาสตร์เป็นสหสาขาวิชา เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ประยุกต์แนวทางจากการสอนจากมหาวิทยาลัยในต่างประเทศมาเป็น**

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยนเรศวร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยรังสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	**สรุป**
						กระบวนการ 24 ขั้นตอนของการสร้างธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการเรียนการสอนแบบ projected based learning ที่ทำจริงตามหลักการและกระบวนการ ทั้งยังเป็นวิชาที่ไม่มีการสอบข้อเขียน แต่ใช้วิธีให้นักศึกษาจัดทีมขึ้นมาขายไอเดีย (pitching)				**แนวทางการเรียนการสอน เช่น มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**
ข้อจากัด	**ไม่มี**	**ไม่มี**	**ไม่มี**	**ไม่มี**	**ไม่มี**	**ไม่มี**	**ไม่มี**	**ไม่มี**	**ไม่มี**	**ไม่มี**
กลยุทธ์การสอนและกิจกรรมในการพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของการเป็นผู้	-หลักสูตรนี้นิสิตสามารถสร้างผลงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ เทคโนโลยี นำองค์ความรู้ที่สน ใจนำไปเป็นโจทย์ในการทำ	เน้นการดูของจริง ปฏิบัติจริง มีอุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นมีข้อตกลงความร่วมมือกับธนาคาร	เน้นกิจกรรมตามแนวคิดของการบ่มเพาะด้านธุรกิจและความเป็นผู้ประกอบการให้นักศึกษาผ่านโครงงาน ติดตาม	ไม่มีข้อมูลเพราะเพิ่งเปิดหลักสูตร	การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมโครงการ (Project-Based Learning)และกรณีศึกษา สามารถในการแข่งขันได้จริง	การเรียนรู้การฝึกเป็นผู้ประกอบการจริง ขาดทุนหรือกำไรจริง ซึมซับแนวคิดแบบผู้ประกอบการ	-มีเครือข่ายทั้งภาคธุรกิจและภาครัฐที่จะช่วยให้นักศึกษาได้รับการเรียนรู้ ได้รับการถ่ายทอดจากผู้ประกอบการ รวมถึงแนวทางการ	เน้นการเรียนโดยเอาผู้เรียนเป็นสำคัญโดยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากทฤษฎีทางธุรกิจและการฝึกปฏิบัติผ่าน	วิธีสอนให้นักศึกษาเป็นศูนย์กลางและฝึกปฏิบัติจริง ได้แก่ การขายของจริง การดูงาน และการ	**การเรียนการสอนเน้นนักศึกษาเป็นศูนย์กลาง มีการเรียนรู้หลากหลายวิธีในการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการ เช่น ฝึกปฏิบัติจริง การฝึกเป็น**

CHULALONGKORN UNIVERSITY จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยนเรศวร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยรังสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	สรุป
ประกอบการ	งานหรืองานวิจัยของตนเองได้จากทุกคณะของจุฬาฯ มีกระบวนการเข้าไปสนับสนุนนิสิตตั้งแต่ระยะเริ่มต้นของการพัฒนาธุรกิจ จนออกมาเป็นแผนธุรกิจและผลักดันให้สามารถออกไปสู่การเป็นบริษัทนวัตกรรมหรือเริ่มต้นธุรกิจได้	ออมสิน เพื่อร่วมมือกันพัฒนาผู้ประกอบการ Startup และ SMEs ให้สามารถยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในด้านเทคโนโลยี การตลาด และการจัดการ โดยหวังเห็นผลสำเร็จในระดับรายผู้ประกอบการ	อย่างใกล้ชิด			ผ่านประสบการณ์จริง	ดำเนินธุรกิจอย่างเต็มที่ -คัดเลือกผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ช่วงอายุไม่ต่างจากนักศึกษา แต่สามารถดำเนินธุรกิจจนประสบความสำเร็จมาเป็นพี่เลี้ยงให้กับนักศึกษา เพื่อ ให้นักศึกษาได้เข้าใจและเข้าถึงการดำเนินธุรกิจ -จุดเด่นอีกด้านหนึ่งคือ การพัฒนาออกแบบหลักสูตรให้ผู้เรียนได้มีภาคปฏิบัติมากขึ้น -การจัดหาเวทีให้กับนักศึกษาได้แสดงศักยภาพของตนเองในหลากหลายรูปแบบ เช่น การทำธุรกิจจำลอง แบบฝึกหัดทางธุรกิจ การเสนอแผนธุรกิจต่อนักลงทุนภายนอก -การพัฒนา หลักสูตรในรูปแบบนี้ช่วยให้	โครงการด้วยประสบการณ์จริงตามแนวคิดที่ว่า " ไม่ได้สอนให้เป็นลูกจ้าง แต่สร้างให้เป็นผู้ประกอบการ"	อบรมสัมมนาในท้องถิ่น	**ผู้ประกอบการจริง กิจกรรมโครงการ (Project-Based Learning) การดูงาน การพัฒนาธุรกิจและแผนธุรกิจ**

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มหาวิทยาลัยมหิดล	มหาวิทยาลัยนเรศวร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยรังสิต	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์	**สรุป**
							นักศึกษาได้เข้าใจภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติควบคู่กัน			
กลยุทธ์การสอนที่ใช้พัฒนาการเรียนรู้ด้านคุณธรรม/จริยธรรม	สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน	สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน	สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน	สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน	สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน	สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน	สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน	สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน	สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน	**สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอน**

หมายเหตุ หลักสูตรมีการวัดและประเมินผลทักษะและพัฒนาการเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการในตัวผู้เรียน ทุกมหาวิทยาลัยใช้เกณฑ์ของ สกว กล่าวคือ

1.การทดสอบองค์ความรู้และทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ด้วยแบบทดสอบองค์ความรู้ในรายวิชา ต้องผ่านเกณฑ์การประเมินไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 (หรือได้เกรดไม่น้อยกว่า C

2.ส่งเสริมให้นิสิต นักศึกษาได้มีโอกาสจัดกิจกรรมทางด้านธุรกิจและฝึกดำเนินงานทางด้านธุรกิจตามรายวิชาในหลักสูตร

CHULALONGKORN UNIVERSITY จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ 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 และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ และเปิดสอนมากกว่า 10 ปีขึ้นไป จำนวน 1 แห่ง คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จำนวนนักศึกษาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการที่รับต่อปี :

น้อยกว่า 20 คน จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีและมหาวิทยาลัยรังสิต 21-40 คน จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ 41-50 คน จำนวน 1 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมากกว่า50 คนขึ้นไป จำนวน 1 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยนเรศวร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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 และ7.ภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ

หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน:

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

วิธีในการจัดลำดับการเรียนแต่ละวิชา :

เริ่มจากวิชาพื้นฐานทางธุรกิจ องค์ความรู้ที่จำเป็นในการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การเงินสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การจัดการตลาด การจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัดการทรัพยากรบุคคล การวิเคราะห์ธุรกิจเชิงลึกเพื่อการตัดสินใจ การจัดการซัพพลายเชน การบริหารจัดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสร้างธุรกิจใหม่ของผู้ประกอบการ เป็นการเรียนการสอนที่เป็นระบบและบูรณการองค์ความรู้ด้านต่างๆ เน้นการลงมือปฏิบัติจริงด้วยโครงการหรือกรณีศึกษาซึ่ง นำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้จริง

หลักการและแนวคิดในการออกแบบการเรียนการสอนของแต่ละวิชาในหลักสูตรผู้ประกอบการ :

หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ หลักการและแนวคิดในการออกแบบการเรียนการสอนของแต่ละวิชาส่วนใหญ่มาจากโครงสร้างหลักสูตรบริหารธุรกิจ ความแตกต่างของหลักสูตรการเรียนของแต่ละแห่งจึงมีการเพิ่มวิชาใหม่ๆเข้าไปเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับหลักสูตรของตนเอง เช่น เน้นนวัตกรรม/มีการเรียนการสอนรูปในรูปแบบบูรณาการองค์ความรู้ข้ามศาสตร์เป็นสหสาขาวิชา 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 และการสืบค้นจากอินเตอร์เน็ตที่เกี่ยวกับหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ 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	หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC)	หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม(NEC) แบบออนไลน์	หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI)
หน่วยงานที่รับผิดชอบ	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ร่วมกับ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	สำนักงานประสานงานหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
วัตถุประสงค์	1) เพื่อผลักดันให้เกิดวิสาหกิจใหม่ฯ 2) เพื่อสนับสนุน นักศึกษาจบใหม่ ผู้ว่างงาน และพนักงานลูกจ้างที่มีศักยภาพ ให้สามารถสร้างโอกาสประกอบธุรกิจด้วยตนเอง 3) เพื่อเพิ่มความเข้มแข็ง แก่วิสาหกิจขนาดเล็กในช่วงก่อตั้งกิจการ (3 ปีแรก) ให้อยู่รอดและรักษาสภาพการจ้างงาน 4) เพื่อเตรียมความพร้อม ให้แก่ "ทายาทธุรกิจ" ในการสืบทอดกิจการให้สามารถรักษาสภาพการจ้างงานและสร้างโอกาสขยายธุรกิจต่อไปในอนาคต	สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม	1) เพื่อสร้างนิสิต นักศึกษา คณาจารย์ ศิษย์เก่าและบุคลากร ในมหาวิทยาลัย รวมทั้งบุคคลภายนอกที่มีศักยภาพและสนใจเป็นผู้ประกอบการ 2) เพื่อจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐาน ระบบ กลไก มาตรการจูงใจ และองค์ประกอบ อื่น ๆ ที่สามารถสนับสนุนการวิจัยและพัฒนายกระดับเทคโนโลยี สร้างนวัตกรรม 3) เพื่อเป็นกลไกสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา ภาคธุรกิจเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ 4) ดำเนินการบ่มเพาะธุรกิจ และเสริมสร้างผู้ประกอบการ/วิสาหกิจใหม่ๆ
กลุ่มเป้าหมายของโครงการ	ผู้ว่างงาน นักศึกษาจบใหม่ ทายาทของเจ้าของธุรกิจผู้ประกอบอาชีพอื่น และผู้ประกอบการ ที่เริ่มต้นธุรกิจในระยะ1-3 ปี ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ	ผู้มีความสนใจจะก้าวเป็นผู้ประกอบการใหม่	นิสิต นักศึกษา นักวิชาการ ศิษย์เก่า คณาจารย์ ตลอดจน ผู้ประกอบธุรกิจมีศักยภาพและสนใจเป็นผู้ประกอบการ ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการรายใหม่
คุณสมบัติขั้นต้นของผู้เข้าร่วมโครงการ	1) ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ที่จบการศึกษาเกิน 1 ปี ว่างงาน หรือถูกเลิกจ้าง มีความสนใจที่จะประกอบการในธุรกิจที่ตนเองมีประสบการณ์ 2) บัณฑิตใหม่ หรือผู้ที่สำเร็จการศึกษา ไม่เกิน 1 ปี และยังหางานทำไม่ได้ 3) ทายาทของเจ้าของธุรกิจ 4) ผู้ประกอบการใหม่ ที่เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนผู้จัดการในธุรกิจอยู่แล้ว ดำเนินกิจการไม่เกิน 3 ปี 5) ลูกจ้าง พนักงาน หรือข้าราชการที่มีแนวคิดที่จะประกอบธุรกิจ 6) อายุไม่ต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ และไม่เกิน 60 ปี ในวันที่ยื่นใบสมัคร 7) สำเร็จการศึกษา ระดับ ปวช. หรือเทียบเท่าขึ้นไป	ไม่มีข้อจำกัด	ไม่มีข้อจำกัด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการในประเทศ (ต่อ)

หลักสูตร / ประเด็น	หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (NEC)	หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม(NEC) แบบออนไลน์	หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI)
รูปแบบการอบรม	ส่วนใหญ่ที่ผ่านมาทั้งหมดเป็นการฝึกอบรมความรู้ทั้งทางทฤษฎีและเทคนิคปฏิบัติการเป็นผู้ประกอบการจากกิจกรรมในห้องเรียน	เป็นการเรียนการสอนแบบออนไลน์	เป็นการเรียนการสอนแบบโปรแกรมการบ่มเพาะด้านต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับประกอบการและจัดที่ปรึกษาพร้อมสถานที่สำนักงานในบางกรณีตามความเหมาะสม
เนื้อหาการอบรม	หลักสูตรส่วนใหญ่ที่สอนออกแบบกว้างๆ ประกอบด้วยวิชาต่างๆ ได้แก่ การเงิน การตลาด การจัดการกลยุทธ์ บัญชี ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ การบริหารการปฏิบัติการและกฎหมายธุรกิจ	หลักสูตรเน้นด้านการตลาดออนไลน์ ประกอบด้วยวิชา 1) การสร้างแนวคิดทางธุรกิจสู่ยุคดิจิทัล 2) การประเมินและการวางแผนด้านการตลาดออนไลน์ 3) การออกแบบและพัฒนาร้านค้าออนไลน์ 4) การประมาณเงินลงทุนธุรกิจและวางแผนบริหารทางการเงิน 5) การจัดแผนธุรกิจและการทำแบบจำลองธุรกิจ และเทคนิคการนำเสนอแบบจำลองธุรกิจ 6) กฎหมายและจริยธรรมของความเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล	โปรแกรมการบ่มเพาะด้านต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับประกอบการและจัดที่ปรึกษาตามความเหมาะสม เน้นการวินิจฉัยโครงงานของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ
ระยะเวลาอบรม	เป็นหลักสูตรระยะสั้น 36 , 60 , 72, 78 ,96 ชั่วโมง	ไม่มีข้อจำกัด	เป็นหลักสูตรระยะยาว 12-24 เดือน
กิจกรรมพิเศษนอกจากการอบรม	1) การศึกษาดูงาน 2) ปรึกษาแนะนำ	ไม่มี	1) การศึกษาดูงาน 2) ปรึกษาแนะนำ
จำนวนที่รับ (คน)	35-40 คน	จำนวนที่รับไม่จำกัด เพราะเป็นการเรียนการสอนบนเว็บไซต์	2-3 คน
ค่าธรรมเนียม (บาท)	ไม่มีค่าใช้จ่าย	ไม่มีค่าใช้จ่าย	ไม่มีค่าใช้จ่าย
เกณฑ์การผ่านการอบรม	1)ผู้เข้าร่วมโครงการจะต้องมีเวลาเรียนไม่น้อยกว่า 80% ของเวลาเรียนทั้งหมด 2) แผนธุรกิจ : บางหลักสูตรก็มีบางหลักสูตรก็ไม่มี ซึ่งไม่ค่อยจริงจังมากขาดการนำไปต่อยอดในการพัฒนาผู้เข้าอบรม	1) ทดสอบความระดับความรู้แต่ละโมดูล	1) มีการประเมินผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ต่อคณะกรรมการและสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา 2) มีการประเมินผล : รอบ 6 เดือน, รอบ 12 เดือน , รอบ 18 เดือน , รอบ 24 เดือน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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) เพื่อผลักดันให้เกิดวิสาหกิจใหม่ฯ 2) เพื่อสนับสนุน นักศึกษาจบใหม่ ผู้ว่างงาน และพนักงานลูกจ้างที่มีศักยภาพ ให้สามารถสร้างโอกาสประกอบธุรกิจด้วยตนเอง 3) เพื่อเพิ่มความเข้มแข็ง แก่วิสาหกิจขนาดเล็กในช่วงก่อตั้งกิจการ (3 ปีแรก) ให้อยู่รอดและรักษาสภาพการจ้างงาน และ4) 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 ,สนับสนุนการถ่ายทอดองค์ความรู้จากการวิจัยและพัฒนาของมหาวิทยาลัยสู่การใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมและการดำเนินการเชิงพาณิชย์ 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 และ7) สำเร็จการศึกษา ระดับ ปวช. หรือเทียบเท่าขึ้นไป

หลักสูตรโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เรียนผ่านออนไลน์ กลุ่มเป้าหมายของโครงการ เปิดกว้างไม่มีข้อจำกัด

หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) กลุ่มเป้าหมายของโครงการ ได้แก่ การเพาะบ่มนิสิต นักศึกษา นักวิชาการ ศิษย์เก่า คณาจารย์ ตลอดจน ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัวให้นำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาแปลงเป็นทรัพยากรการผลิตในการสร้างนวัตกรรมใหม่ 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 และ7) 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 ส่วนใหญ่ที่ผ่านมาทั้งหมดเป็นการฝึกอบรมความรู้ทั้งทางทฤษฎีและเทคนิคปฏิบัติการเป็นผู้ประกอบการจากกิจกรรมในห้องเรียน

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 เนื่องจากศุนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมแต่ละแห่งหรือหน่วยงานที่รับโครงการต่อจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไปจัดหลักสูตรอบรมเป็นผู้จัดหาวิทยากรเอง ดังนั้นถึงแม้จะเป็นรายวิชาเดียวกันอาจจะมีเนื้อหาแตกต่างกันได้ 3. เนื้อหา ประกอบด้วยวิชาต่างๆ อย่างน้อย 4 กลุ่มวิชา ตามหลัก 4 M (ผลิต-ตลาด-เงิน-คน) ได้แก่ การเงิน การตลาด การจัดการกลยุทธ์ บัญชี ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ การบริหารการปฏิบัติการและกฎหมายธุรกิจ

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

หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) เนื้อหาการอบรมได้แก่ โปรแกรมการบ่มเพาะด้านต่างๆที่จำเป็นสำหรับประกอบการและจัดที่ปรึกษาตามความเหมาะสม เน้นการวินิจฉัยโครงงานของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ

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) ปรึกษาแนะนำ

หลักสูตรโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เรียนผ่านออนไลน์ “ไม่ระบุ “

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

จำนวนที่รับ (คน):

หลักสูตรผู้ประกอบการในการสร้างผู้ประกอบการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม(NEC)จำนวนที่รับ35-40 คน

หลักสูตรโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เรียนผ่านออนไลน์ จำนวนที่รับไม่จำกัด เพราะเป็นการเรียนการสอนบนเว็บไซต์

หลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) จำนวนที่รับ 2-3 คน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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 ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ 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 เน้นการวินิจฉัยโครงงานของผู้เข้ารับการบ่มเพาะ 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 เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน ดังตารางที่ 4.6

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ

โครงการเสริมสร้าง ผู้ประกอบการใหม่ (NEC)	หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน
หน่วยงานของท่านมีการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ	
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ดำเนินงานโครงการมาตั้งแต่ปี 2545และต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน 18 ปี	หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน ประกอบด้วย 11 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
กลุ่มเป้าหมาย	
1) ผู้ว่างงานที่มีความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการ 2) นักศึกษาจบใหม่ ซึ่งมีแนวคิดและตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ 3) ผู้ประกอบการ ที่เริ่มต้นประกอบธุรกิจในระยะ1-3 ปีที่ผ่านมา แต่ธุรกิจยังไม่เข้มแข็งจำเป็นต้องได้รับความรู้และการบ่มเพาะในการสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคง 4) ทายาทเจ้าของกิจการ ที่เตรียมตัวเข้ารับการสืบทอดกิจการหรือร่วมบริหารกิจการด้วยการขยายกิจการหรือจัดตั้งธุรกิจใหม่เป็นของตนเอง 5) ผู้ประกอบอาชีพอื่นอยู่แล้ว เช่น ข้าราชการ พนักงาน ผู้ประกอบการวิชาชีพอิสระ (เช่น ทนายความ สถาปนิก ฯลฯ)หรือผู้รับจ้างอิสระแต่ตั้งใจจะเปลี่ยนมาเป็นผู้ประกอบการ 1) ผู้ที่สำเร็จการศึกษา ที่จบการศึกษาเกิน 1 ปี ว่างงาน หรือถูกเลิกจ้าง มีพื้นฐานการศึกษาดี หรือประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้อง และมีความสนใจที่จะประกอบการในธุรกิจที่ตนเองมีประสบการณ์ 2) บัณฑิตใหม่ หรือผู้ที่สำเร็จการศึกษา ไม่เกิน 1 ปี และยังหางานทำไม่ได้ มีพื้นฐานการศึกษาดี 3) ทายาทของเจ้าของธุรกิจ ลูกหลาน หรือ คู่สมรส ที่กำลังเตรียมตัวเข้ารับช่วงถ่ายโอนกิจการของครอบครัว หรือได้เข้าร่วมบริหารกิจการของครอบครัว	นิสิต นักศึกษา นักวิชาการ ศิษย์เก่า คณาจารย์ ตลอดจน ผู้ประกอบธุรกิจมีศักยภาพและสนใจเป็นผู้ประกอบการ ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการรายใหม่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ (ต่อ)

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ (ต่อ)

โครงการเสริมสร้าง ผู้ประกอบการใหม่ (NEC)	หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน
หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน	
1) ขั้นตอนการพัฒนาแนวคิดทางธุรกิจ โดยผู้เข้าร่วมจะได้รับการถ่ายทอดความรู้ด้วยการฝึกอบรมในหลักสูตรพื้นฐานเรื่องการจัดการธุรกิจ การพัฒนาแนวคิดและการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ 2) ขั้นตอนกระบวนการเพิ่มทักษะการประกอบการ เพื่อพัฒนาแนวคิดสู่การปฏิบัติ หรือความเป็นจริงมากขึ้น โดยจะได้รับการดูแลและให้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์และชี้แนะเทคนิคการประกอบการอย่างมืออาชีพและยั่งยืน	แนวคิดของกระบวนการสร้างผู้ประกอบการใหม่แบ่งเป็น 3 ระยะ 1) ระยะแรก (Pre-incubating) คือ การเสาะแสวงหาผลงานและผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ 2) ระยะที่สอง (Incubating) คือ การบ่มเพาะธุรกิจและแนวคิดในเชิงพาณิชย์ให้พร้อมที่จะเกิดเป็นวิสาหกิจที่แข็งแรง และสามารถแยกตัวออกไปจากหน่วยบ่มเพาะฯ ได้ 3) ระยะที่สาม (Post-incubating) คือ ผลักดันบริษัทบ่มเพาะออกไปดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง
แนวคิดในการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมแต่ละวิชาที่ใช้สอน	
ให้ความรู้ทางด้านวิชาการภายใต้เนื้อหาหลักๆ ต้องประกอบด้วยอย่างน้อย 4 กลุ่มวิชา ตามหลัก 4 M (ผลิต-ตลาด-เงิน-คน) ควบคู่ไปกับการฝึกอบรมบ่มเพาะ	ใช้แนวทางฝึกอบรมบ่มเพาะ กล่าวคือ โครงการทางธุรกิจของผู้ประกอบการจะได้รับการฟูมฟักและดูแลเป็นพิเศษเพื่อเริ่มต้นจัดตั้งธุรกิจ ประคับประคองให้เจริญเติบโตจนประสบความสำเร็จ
หลักสูตรฝึกอบรมของท่านมีวิธีในการจัดลำดับการเรียนแต่ละวิชา	
ใช้แนวทางการสร้างแนวคิดทางธุรกิจ การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ การพิจารณาธุรกิจที่เหมาะสมกับตนเองควบคู่ไปกับการฝึกอบรมบ่มเพาะจนสามารถจัดทำแผนธุรกิจที่เป็นของตนเองได้	ใช้แนวทางฝึกอบรมบ่มเพาะ
หลักสูตรฝึกอบรมของท่านมีกิจกรรมที่จัดให้กับผู้เข้ารับการอบรม	
การบริการช่วยเหลือต่อเนื่อง ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งนี้เพื่อให้สามารถจัดตั้งหรือขยายธุรกิจได้สำเร็จ อาทิ การจัดกิจกรรมเปิดตัวธุรกิจสินค้าและบริการ เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด และการเชื่อมประสานกับแหล่งเงินทุน รวมทั้งการจับคู่เจรจาธุรกิจ การเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการใหม่และผู้ประกอบการเดิม	สนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการต่างๆ รวมไปถึงการฝึกอบรม การให้คำปรึกษา การเป็นพี่เลี้ยง การให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิค การให้ความช่วยเหลือด้านการเงิน และการเชื่อมโยงศูนย์บ่มเพาะกับตลาด ซัพพลายเออร์ เทคโนโลยี การสร้างแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น
เกณฑ์ในการผ่าน	
เข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80ของจำนวนชั่วโมงตามหลักสูตร	หลังเข้ารับการบ่มเพาะครบ 360 วัน ต้องสามารถจัดตั้งบริษัทใหม่ (Startup) ได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ (ต่อ)

โครงการเสริมสร้าง ผู้ประกอบการใหม่ (NEC)	หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน
ข้อจำกัด	
ข้อจำกัดด้านงบประมาณที่น้อยลงทุกปี ทำให้แผนงานที่จะสร้าง/พัฒนาผู้มีศักยภาพที่ผู้ประกอบการต้องปรับลดตามงบประมาณที่ได้รับ	ข้อจำกัดด้านงบประมาณและทรัพยาการ
ถ้ามีหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์ (Anytime, Anywhere) ทางหน่วยงานของท่านมีความสนใจนำไปใช้สอนหรือไม่	
สนใจแต่ขอพิจารณาก่อนว่าจะนำไปใช้หรือเสริมในวิชาอะไรได้บ้าง	สนใจแต่ขอดูเนื้อหารายวิชาก่อน
ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้จัดทำ "SME Academy Learning " โครงการ “สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม” ได้พัฒนาสื่อความรู้ให้ทันสมัย โดยอาศัยเทคโนโลยีของเว็บในการถ่ายทอดเนื้อหาและเผยแพร่องค์ความรู้ ให้กับผู้ที่สนใจจะก้าวเป็นผู้ประกอบการใหม่โดยพัฒนาระบบการจัดการหลักสูตรฝึกอบรมการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ด้วยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการพัฒนาและยังลดช่องว่างในการเข้าถึงโอกาสการเรียนรู้ความเป็นผู้ประกอบการใหม่ ด้วยระบบการเรียนรู้ทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-learning)	หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน ได้ร่วมมือกับจุฬาจัดทำรูปแบบการออกแบบการสอนออนไลน์ระบบเปิดสำหรับสถาบันอุดมศึกษา Thai MOOC (Thailand Massive Open Online Course) สำหรับผู้สนใจสามารถเรียนรู้ความรู้ด้านธุรกิจขั้นพื้นฐานได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

ในอเมริกา ได้แก่ แบ็บสัน คอลเลจ (Babson College) มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) และมหาวิทยาฮาวาร์ด (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 ได้แก่มหาวิทยาลัยCeibs (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 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ

มหาวิทยาลัย / ประเด็น	แบ็บสัน คอลเลจ	มหาวิทยาลัย สแตนฟอร์ด	มหาวิทยา ฮาวาร์ด	มหาวิทยาลัย เคมบริดจ์	สถาบัน IMD	สถาบันไออี บิสซิเนสสคูล	มหาวิทยาลัย Ceibs	วิทยาลัย ธุรกิจ KUST	วิทยาลัยธุรกิจ อินเดีย	สรุป
ชื่อหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ)	วิทยาศาสตร มหาบัณฑิตสาขา การจัดการในการเป็นผู้นำ ผู้ประกอบการ (Master of Science in Management in Entrepreneurial Leadership)	บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (Master of Business Administration)	บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (Master of Business Administration)	การศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการ มหาบัณฑิต (Master of Studies in Entrepreneurship)	บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (Master of Business Administration)	บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (Master of Business Administration)	บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (Master of Business Administration)	บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (Master of Business Administration)	บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (Master of Business Administration)	**ส่วนใหญ่ใช้ชื่อเป็น บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (Master of Business Administration) จำนวน 7 แห่ง**
วิชาแกน วิชาบังคับ วิชาเอก	1.การบริหารการปฏิบัติการ 2.การบัญชีบริหาร 3. การจัดการการตลาด 4.กระบวน การวิจัยเชิงปริมาณ 5.เศรษฐศาสตร์การประกอบการ 6.การเงินสำหรับผู้ประกอบการ 7.กลยุทธ์ 8. กฎหมาย	1.การจัดการจริยธรรม 2.การบัญชีการเงิน 3.ภาวะผู้นำ 4 ทักษะการบริหารจัดการ 5.การทำงานแบบกลุ่มและทีม 6.แบบจำลองสถานการณ์เพื่อการหาทางเลือกที่ดีที่สุด	1.การเงิน 2.รายงานทางการเงินและการควบคุม 3.ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ 4.การตลาด 5.เทคโนโลยีและการปฏิบัติการ 6.ธุรกิจ,รัฐบาลและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ 7.กลยุทธ์	1. โอกาสโมเดลธุรกิจและกลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการ 3.ทักษะการเป็นผู้ประกอบการและจิตวิญญาณของความเป็นผู้ประกอบการ 3.การประกอบและการจัดการทีมงานนวัตกรรม 4.การชักชวน, ทุนทางสังคมและการขาย) 5.ความรู้ทางการเงิน	1.เศรษฐศาสตร์ 2.นวัตกรรม 3. การตลาด 4. การเงิน 5. การเป็นผู้ประกอบการ 6. ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ 7. กลยุทธ์ 8. การปฏิบัติการ 9. บัญชี	1.การพัฒนาความคิดของผู้ประกอบการ 1)ความคิดของผู้ประกอบการ 2 การประกอบการและการสร้างธุรกิจ 2. ความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ 1)บัญชีการเงิน 2)เศรษฐศาสตร์การจัดการ	1. กลยุทธ์และการเป็นผู้ประกอบ การ 1)การจัดการเชิงกลยุทธ์ 2)การจัดการสำหรับผู้ประกอบการ 2 เศรษฐศาสตร์และศาสตร์การตัดสินใจ 1)เศรษฐศาสตร์จุลภาค	1.สถิติ: วิธีการวิเคราะห์ความเสี่ยง 2.เศรษฐศาสตร์การจัดการ: แนวทางการวิเคราะห์เพื่อวางตำแหน่งการแข่งขัน 3.การบัญชีการเงิน: ทำความเข้าใจธุรกิจผ่านการทำรายงาน	1.การจัดการองค์กรและผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง 2.การจัดการการตลาด 3.กลยุทธ์การแข่งขัน 4.การจัดการการดำเนินงานทั่วโลก	**พบว่า 10 กลุ่มวิชาที่ใช้สอนในวิชาแกน /วิชาบังคับหรือวิชาเอก เรียงตามลำดับ ได้ดังนี้ 1.การเงิน จำนวน 8 แห่ง 2.กลยุทธ์ จำนวน 8 แห่ง 3.การตลาด จำนวน 7 แห่ง 4.เศรษฐศาสตร์ จำนวน 7 แห่ง 5.ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ จำนวน 7 แห่ง**

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ (ต่อ)

มหาวิทยาลัย / ประเด็น	แบ๊บสัน คอลเลจ	มหาวิทยาลัย สแตนฟอร์ด	มหาวิทยา ฮาวาร์ด	มหาวิทยาลัย เคมบริดจ์	สถาบัน IMD	สถาบันไออี บิสซิเนสสคูล	มหาวิทยาลัย Ceibs	วิทยาลัย ธุรกิจ KUST	วิทยาลัยธุรกิจ อินเดีย	สรุป
		7.ผู้นำเชิงกลยุทธ์ 8.การเงินธุรกิจ 9.การวิเคราะห์ข้อมูลและการตัดสินใจ 10. การเงิน 11.การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ 12.การจัดการสารสนเทศ 13.เศรษฐศาสตร์มหภาค 14.การบัญชีบริหาร 15.การตลาด 16.เศรษฐศาสตร์จุลภาค 17.การปฏิบัติการ 18.กลยุทธ์การตลาด	8.การจัดการเชิงประกอบการ 9.การเงิน 2 10.ภาวะการเป็นผู้นำและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ			3)การบริหารตัดสินใจสำหรับผู้บริหาร 4)การบัญชีบริหาร 5)การเงินธุรกิจ 3.บูรณาการมุมมองการจัดการทั่วไป 1)กลยุทธ์การบริหารคนและทีมงาน 2)การจัดการการตลาด	2) เศรษฐศาสตร์มหภาค 3)การวิเคราะห์ข้อมูล 4)การจัดการการดำเนินงาน 3. การเงินและการบัญชี 1)บัญชีการเงิน 2)การบัญชีบริหาร 3)การเงินธุรกิจ 4.การตลาด 1)การจัดการการตลาด 5. พฤติกรรมองค์การและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ 1)พฤติกรรมองค์การ 2)จริยธรรมธุรกิจและการกำกับดูแลกิจการ	4.การจัดการบัญชี: การบัญชีสำหรับการตัดสินใจและการควบคุม 5.การเงินธุรกิจ: ธุรกิจการเงินเพื่อการเติบโตเชิงกลยุทธ์ 6.การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร: นำคนสู่ความสำเร็จ 7.กลยุทธ์การตลาด: การสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า 8.การดำเนินงานและการจัดการห่วงโซ่คุณค่า: การจัดการการ		**6.การเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 6 แห่ง** **7.บัญชี จำนวน 5 แห่ง** **8.การบริหารการปฏิบัติการ จำนวน 5 แห่ง** **9.เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศจำนวน 4 แห่ง** **10.นวัตกรรม จำนวน 3 แห่ง**

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ (ต่อ)

มหาวิทยาลัย / ประเด็น	แบ็บสัน คอลเลจ	มหาวิทยาลัย สแตนฟอร์ด	มหาวิทยา ฮาวาร์ด	มหาวิทยาลัย เคมบริดจ์	สถาบัน IMD	สถาบันไออี บิสซิเนสสคูล	มหาวิทยาลัย Ceibs	วิทยาลัย ธุรกิจ KUST	วิทยาลัยธุรกิจ อินเดีย	สรุป
								จัดตำแหน่งของห่วงโซ่คุณค่าเพื่อเสริมสร้างการแข่งขันขององค์กร 9.กลยุทธ์การจัดการ: ปรับทิศทางธุรกิจผ่านกลยุทธ์.		
หมวดวิชาเลือก	1. การสร้างทักษะและการปฐมนิเทศ 2. โครงการผู้ประกอบการชั้นนำ 3. สร้างคุณ: สร้างชีวิตมืออาชีพของคุณ	1.การบัญชี 2.ผู้ประกอบการ 3.การเงิน (2) 4.การจัดการทั่วไป 5.เศรษฐศาสตร์การจัดการ 6.การตลาด (2) 7.การดำเนินงานและเทคโนโลยีสารสนเทศ 8.พฤติกรรมองค์การ 9.เศรษฐศาสตร์การเมือง 10.การจัดการเชิงกลยุทธ์	1.ธุรกิจ,รัฐบาลและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (BGIE) 2.กลยุทธ์ 3.ผู้จัดการ (TEM) 4การเงิน II 5ความเป็นผู้นำและความรับผิดชอบขององค์กร (LCA) 6.FIELD Global Immersions	1.การเรียนการสอนแบบออฟไลน์ / ออนไลน์ผสม 1.การนำเสนอและเครือข่ายนักลงทุน 2)ผู้ประกอบการภายใน 3)การออกแบบ: การสร้างการสร้างและการออกแบบบริการ 4)Becoming a Startup Engineer	1.การจัดการองค์กรและการเปลี่ยนแปลง 2.การเงิน 3.Leadership and Organizational behavior 4.ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ 5.การพัฒนาอย่างยั่งยืน 6.การจัดการกลยุทธ์และ	1.ผู้ประกอบการธุรกิจ 2.นวัตกรรมรูปแบบธุรกิจขององค์กร 3.เรียนรู้ความท้าทาย Big Data 4.การใช้กลยุทธ์ 5.การบริหารการเปลี่ยนแปลง 6.การกำกับดูแลกิจการและพลวัตของคณะกรรมการ	1.การวิเคราะห์งบการเงิน 2.การเงินขององค์กรขั้นสูง 3.การลงทุน 4.ภาคเอกชนและเงินร่วมลงทุน 5.การเงินและการควบรวมกิจการ 6.การปรับโครงสร้างองค์กร: การถอนการลงทุน การเพิ่มทุนการซื้อและการควบรวม	1.เทคโนโลยีและการจัดการความรู้ 2.การจัดการนวัตกรรม 3.การค้นพบทั่วโลก 4.การศึกษานอกสถานที่ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายสำคัญสามประการ 5.เพื่อพัฒนามุมมองที่	1.ข้อมูลการบัญชีสำหรับผู้จัดการ 2.เศรษฐศาสตร์สำหรับผู้จัดการ 3.เศรษฐศาสตร์โลก 4.การจัดการองค์กรและผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง 5.การจัดการการตลาด 6.กลยุทธ์การแข่งขัน 7.การจัดการการดำเนินงานทั่วโลก	**พบว่า รายวิชาที่มีการสอน มาจาก 7 กลุ่มวิชา ได้แก่ 1.กลุ่มวิชานวัตกรรม 2.กลุ่มวิชาการจัดการทางธุรกิจ 3.กลุ่มวิชาการตลาด 4.กลุ่มวิชาบัญชีการเงิน 5.กลุ่มวิชาการจัดการองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ 6.กลุ่มวิชาการจัดการด้านการผลิตและการดำเนินงาน 7.กลุ่มวิชาภาษี**

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ (ต่อ)

มหาวิทยาลัย / ประเด็น	แบ็บสัน คอลเลจ	มหาวิทยาลัย สแตนฟอร์ด	มหาวิทยา ฮาวาร์ด	มหาวิทยาลัย เคมบริดจ์	สถาบัน IMD	สถาบันไออี บิสซิเนสสคูล	มหาวิทยาลัย Ceibs	วิทยาลัย ธุรกิจ KUST	วิทยาลัยธุรกิจ อินเดีย	สรุป
					การเปลี่ยนแปลง 7.สตอรี่บอร์ด 8.บริการด้านอาชีพ 9. ความสามารถในการสื่อสาร 10.วิธีการเชิงปริมาณ 11.การเจรจาต่อรอง		7 คณะกรรมการการลงทุนภาคเอกชน. 8นวัตกรรมทางการเงินและความล้มเหลวของตลาด 9.ผลกระทบจากการลงทุน 10.ตราสารหนี้ 11.วิจัยการตลาด 12.พฤติกรรมผู้บริโภคr 13.การกำหนดกลยุทธ์ในยุคดิจิทัล 14.การสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัล 15..ทฤษฎีเกมและการตลาดเชิงกลยุทธ์ 16.การตลาดให้กับองค์กร 17.การไปสู่กล	ลึกซึ้งเกี่ยวกับแนวธุรกิจระดับโลก 6.เพื่อเพิ่มความหลากหลายทางวัฒนธรรมในบริบททางธุรกิจระดับโลก 7.เพื่อสำรวจแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดของนวัตกรรมและการจัดการผู้ประกอบการทั่วโลก 8.การเป็นผู้นำและเหนือกว่า 9การสร้างทีม - ปฏิบัติการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ	8.ตลาดทุนและกลยุทธ์ในการระดมทุน 9.ราคาสินค้าและบริการเพื่อทำกำไร 10.กลยุทธ์การตลาดเชิงแข่งขัน 11พันธมิตรเชิงกลยุทธ์และกลยุทธ์การเติบโตขององค์กร 12.กลยุทธ์องค์กรการควบรวมกิจการ 13.การเจรจาเชิงกลยุทธ์ 14..นวัตกรรมและการเป็นผู้ประกอบการ 15.การสร้างทีมที่มีประสิทธิภาพสูงและการจัดการความสามารถพิเศษ	**อากรและกฎหมายธุรกิจ**

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ (ต่อ)

มหาวิทยาลัย / ประเด็น	แบ๊บสัน คอลเลจ	มหาวิทยาลัย สแตนฟอร์ด	มหาวิทยา ฮาวาร์ด	มหาวิทยาลัย เคมบริดจ์	สถาบัน IMD	สถาบันไออี บิสซิเนสสคูล	มหาวิทยาลัย Ceibs	วิทยาลัย ธุรกิจ KUST	วิทยาลัยธุรกิจ อินเดีย	สรุป
							ยุทธ์การตลาด 18การตลาดข้อมูลขนาด 19.ลอจิกนวัตกรรม	10.การแข่งขันและการทำงานร่วมกัน - การจำลองธุรกิจ 11.การสะท้อนกลับ – การฝึกอบรมการสะท้อนความเป็นผู้นำ	16.ผู้นำและการพัฒนาที่ยั่งยืน 17.การจัดการความสามารถในการทำกำไรเชิงกลยุทธ์ 18.กลยุทธ์ระดับโลกและองค์กร 19.หลักสูตรความเป็นผู้นำและคุณ 20.หลักสูตรการสื่อสารด้านจริยธรรมและธุรกิจ	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากตารางที่ 4.7 สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์จากเอกสารแนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในต่างประเทศ พบว่า

ชื่อหลักสูตร (ภาษาอังกฤษ)

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

หมวดวิชาแกนและหมวดวิชาบังคับ (Curriculum)

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

หมวดวิชาเลือก หรืออื่นๆ (Elective/Additional Coursework)

ส่วนใหญ่ประกอบด้วยกลุ่มวิชาหลักๆ เหมือนหมวดวิชาแกนและหมวดวิชาบังคับ (Curriculum) แต่ลงรายละเอียดมากขึ้นตามความสนใจของผู้เรียน

สรุปผลศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศและการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษา ดังนี้

หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ: ผลการวิเคราะห์การการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศจำนวน 8 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ 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: ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ จำนวน 9 คน จาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหาวิทยาลัยรังสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ 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.ภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ ส่วนใหญ่สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ อยู่ในใต้คณะบริหารธุรกิจ/วิทยาลัยการจัดการ ดังนั้น ก็ยังถือเป็น หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รายวิชาส่วนใหญ่จึงมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ: ผลการวิเคราะห์ เอกสาร และการสืบค้นจากอินเตอร์เน็ตที่เกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในต่างประเทศ 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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

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 ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ 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 วิเคราะห์ความต้องการของหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรี

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 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนัก ศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ	นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้หรือไม่	องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการหรือทำงานในองค์กรต่างๆ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการหรือไม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่	มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาวิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน	รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้นหลักสูตรปริญญาตรีหลักสูตรปริญญาโท
มหาวิทยาลัยมหิดล	มีประโยชน์สำหรับนักศึกษาที่มีศักยภาพและสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการใหม่ได้จริง	ต้องการเรียนเพราะจะได้รู้จักตนเองมากขึ้น รวมถึง แนวทางเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการต้องทำอย่างไร เพื่อจะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานธุรกิจได้	ได้ เพราะสร้างมุมมองใหม่ให้กับธุรกิจ และทักษะในการจัดการธุรกิจที่จำเป็นด้วยการลงมือปฏิบัติ	ขึ้นอยู่กับศักยภาพ ความเชี่ยวชาญ ความพร้อมของแต่ละมหาวิทยาลัย	ได้ในระดับเบื้องต้น	เปิดโอกาสให้นักศึกษาคณะอื่นสามารถมาลงวิชาการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิชาเลือกได้	เน้นการเรียนการสอนแบบ Experience – based Learning โดยผู้สอนจะต้องเป็นพี่เลี้ยง ให้นักศึกษาและดูแลนักศึกษาแต่ละคนตามแนวคิดของการบ่มเพาะธุรกิจ	สามารถเป็นได้ทั้งหลักสูตรระยะสั้นหรือหลักสูตรปริญญาตรี หรือหลักสูตรปริญญาโท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพร้อมของแต่ละมหาวิทยาลัยว่าพร้อมหรือไม่ แต่ควรจะมุ่งในสิ่งมีมหาวิทยาลัยของตัวเองเด่นและมีความเชี่ยวชาญ

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนัก ศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ	นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้หรือไม่	องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการหรือทำงานในองค์กรต่างๆ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการหรือไม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่	มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาวิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน	รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	มีประโยชน์ในระดับเบื้องต้น เพราะขึ้นอยู่กับตัวผู้เรียน เนื้อหาของหลักสูตรและระบบนิเวศของกระบวนการสร้างผู้ประกอบการที่ชัดเจน	ต้องการเรียนเพราะต้องการเพิ่มเติมความรู้การเป็นผู้ประกอบการ	ได้ เพราะองค์ความรู้ทั้ง 2 ด้าน คือ องค์ความรู้เชิงทฤษฎีและองค์ความรู้เชิงปฏิบัติ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทุกองค์กร	ขึ้นอยู่กับความพร้อมของแต่ละมหาวิทยาลัย แต่ไม่จำเป็น เพราะสามารถเรียนคอร์สสั้นๆแทนระดับปริญญาได้	ได้ แต่ต้องลงมือปฏิบัติจริง	มีเรียนเป็นวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป	เน้นการลงมือปฏิบัติจริง	ควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้น เพราะเกิดผลเร็วและเนื้อหามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	มีประโยชน์กับนักศึกษาบางคน ไม่ใช่กับนักศึกษาทุกคนเพราะขึ้นอยู่กับแรงขับภายใน/แรงบันดาลใจของตัวนักศึกษาเอง	ต้องการการเรียนแต่ไม่มากเพราะนักศึกษาไทยส่วนใหญ่ขาดแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการ แต่นักศึกษาไทยอยากรับราชการหรือทำงานกินเงินเดือนกับบริษัทเอกชน	ได้ เพราะองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถนำมาใช้ในองค์กรได้ไม่ว่านักศึกษาจะมาทำงานเป็นพนักงานของบริษัทก็ต้องมีความเป็นเจ้าของ หรือในอนาคตถ้านักศึกษาจะออกจากบริษัทไปประกอบธุรกิจของตนเองก็ได้รับการปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการ	สมควรเปิดเพราะนักศึกษาทุกสาขาก็สามารถเป็นผู้ประกอบการได้ และแรงบันดาลใจไม่ได้จำกัดสาขา	ได้ เพราะเป็นการปูความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ	เปิดโอกาสให้นักศึกษาคณะอื่นสามารถมาลงวิชาการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิชาเลือกได้	สัมผัสความเป็นจริงกล่าวคือกรอบของหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการในขณะที่ยังเป็นนักศึกษา ต้องทำให้มีรายได้จากการฝึกการเป็นผู้ประกอบการในระหว่างที่เรียนตามหลักบ่มเพาะการเป็นผู้ประกอบการเป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง(Experience Learning)	สามารถทำได้ทุกรูปแบบตามกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน -หลักสูตรระยะสั้นเป็นหลักสูตรเสริมที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ต้องการเทคนิคที่นำไปใช้ในการดำเนินการเปิดธุรกิจจริง -หลักสูตรปริญญาตรี และหลักสูตรปริญญาโท สอนให้เป็นผู้ประกอบการแบบรู้กว้าง

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนัก ศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ	นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้หรือไม่	องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการหรือทำงานในองค์กรต่างๆ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการหรือไม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่	มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาวิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน	รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้นหลักสูตรปริญญาตรีหลักสูตรปริญญาโท
มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มีประโยชน์สำหรับกับนักศึกษาบางกลุ่มว่ามีแรงบันดาลใจและต้องการที่จะเป็นผู้ประกอบการจริงๆ	ต้องการเรียน แต่ควรเป็นหลักสูตรระยะสั้นที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะ มีผลการเรียนรู้ที่ชัดเจน	ได้ เพราะทำให้มีทักษะในการประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้จากการเรียนเข้าสู่การทำงาน เข้าใจถึงลักษณะงาน สามารถตีโจทย์ความต้องการขององค์กรได้	ขึ้นอยู่กับความพร้อมของแต่ละมหาวิทยาลัย	ได้ แต่ขึ้นอยู่กับ Mindset ของตัวนักศึกษาว่า พร้อมที่จะปรับตัว เรียนรู้และพัฒนาตนเองมากน้อยเพียงใด	เปิดโอกาสให้นักศึกษาคณะอื่นสามารถมาลงวิชาการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิชาเลือกได้	เรียนด้วยการกระทำ (Learning by Doing) ให้มากที่สุดเพื่อจะได้เกิดการเรียนรู้ที่ดี และจำได้นาน รวมถึงการได้ลงมือปฏิบัติจริงและทราบผลการปฏิบัติของตนเอง	ควรเป็นหลักสูตรปริญญาโท เพราะนักศึกษาจะได้เก็บเกี่ยวประสบการณ์และค้นหาตัวเองให้เจอว่าชอบหรือสนใจอะไร หลังจากนั้นจึงมาแสวงหา ศึกษาและพัฒนาองค์ความรู้ได้อย่างเชิงลึก เฉพาะด้าน
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	มีประโยชน์ เพราะจะได้ทราบแนวทางและหลักการเป็นผู้ประกอบการ	ต้องการเรียน เพราะจะได้ทราบแนวทางและหลักการเป็นผู้ประกอบการสอดคล้องกับทิศทางของประเทศที่มีการส่งเสริมให้การสนับสนุน	ได้ เพราะองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับใช้ทั้งการเป็นเจ้าของกิจการเองหรือทำงานในองค์กรต่างๆได้	ไม่สมควรเปิดทุกมหาวิทยาลัยแต่ขึ้นอยู่กับว่ามหาวิทยาลัยไหนมีความสามารถและมีบุคลากรพร้อมหรือไม่	ได้ในระดับหนึ่งขึ้นอยู่กับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ภูมิหลังและสภาพแวดล้อมของนักศึกษาด้วย	เปิดโอกาสให้นักศึกษาคณะอื่นมาลงเรียนวิชาของคณะบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการได้	เรียนเชิงปฏิบัติ (Learning by doing)ผู้เรียนได้กระทำสิ่งต่างๆด้วยตนเอง ผ่านการปฏิบัติการจริง	-หลักสูตรระยะสั้นเหมาะสม เพราะเรียนเอาไปปฏิบัติ ไม่จำเป็นต้องมีใบปริญญา '-หลักสูตรปริญญาตรีเหมาะกับทายาทธุรกิจเรียนแบบกว้าง เผชิญหน้า (face up)กับเทคนิคใหม่ๆ '-หลักสูตรปริญญาโท ไม่จำเป็น

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนัก ศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ	นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้หรือไม่	องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการหรือทำงานในองค์กรต่างๆ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการหรือไม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่	มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาวิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน	รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท
มหาวิทยาลัยนเรศวร	มีประโยชน์เพราะดีกว่าเรียนเองจากการอ่านหรือจากอินเทอร์เน็ต เพราะมีผู้เชี่ยวชาญมาพูดและวิเคราะห์ให้ฟัง	ต้องการระดับหนึ่งเพราะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างเช่น ผู้เรียนต้องการอะไร ผู้ออกแบบหลักสูตรต้องการอะไร และสภาพแวดล้อมในการเรียน	ได้ มีความเข้าใจในแนวทางการจัดการที่เฉพาะเจาะจงกับการดำเนินธุรกิจ มีความรอบรู้ในหลักการบริหารและการจัดการที่เหมาะสม	ถ้ามหาวิทยาลัยนั้นมีหลักสูตร Business ก็ควรจะเปิด ขึ้นอยู่กับความพร้อมของแต่ละมหาวิทยาลัย	ได้ในระดับหนึ่งในเรื่องของแนวคิดและพื้นฐานในการเป็นผู้ประกอบ	1) มีเรียนเป็นวิชาหมวดวิชาศึกษาทั่วไป 2) เปิดโอกาสให้นักศึกษาคณะอื่นสามารถมาลงวิชาการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิชาเลือกได้	ให้ทำแบบทดสอบและWorkshop แต่เหมาะกับนักศึกษา 25-40 คน แต่ถ้านักศึกษาจำนวน 175 คน อาจจะทำให้พัฒนาได้น้อยลง	ควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้น เพราะคนที่สนใจหรืออยากการเป็นผู้ประกอบการจริงๆมาเรียน ไม่ใช่การบังคับให้มาเรียน
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต	มีประโยชน์ เพราะได้เรียนรู้การทำธุรกิจเพื่อสังคมทั้งในภาคทฤษฎีและการปฏิบัติ	ต้องการ เพราะเด็กรุ่นใหม่ไม่อยากทำงานประจำหรือลูกจ้าง และเริ่มหาธุรกิจของตัวเอง	ได้ มีความเข้าใจในแนวทางการจัดการที่เฉพาะเจาะจงกับการดำเนินธุรกิจ มีความรอบรู้ในหลักการบริหารและการจัดการที่เหมาะสม	ควรเปิดตามความพร้อมของแต่ละมหาวิทยาลัย	ได้ เพราะสามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้	ให้นักศึกษาคณะอื่นมาลงเรียนวิชาของคณะบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการได้	แบบผสมผสาน ได้แก่ 1) การจัดการเรียนรู้แบบเน้นประสบการณ์ (Experiential Learning) 2)การสอนแบบโครงงาน (Project Based Learning) โดยการสอนแบบโครงงาน	สามารถเป็นได้ทั้งหลักสูตรระยะสั้น หรือหลักสูตรระดับปริญญาตรี ขึ้นอยู่กับความพร้อมและความเชียวชาญของแต่ละมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนัก ศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ	นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้หรือไม่	องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการหรือทำงานในองค์กรต่างๆ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการหรือไม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่	มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา วิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน	รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท
							สามารถจัดเป็นกิจกรรมกลุ่ม 3)การสอนที่เน้นทักษะกระบวนการคิด (Thinking Based Learning) 4) การสอนแบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning)	
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	มีประโยชน์เพราะเป็นการวางรากฐานให้กลุ่มนิสิตนักศึกษาได้มีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานทางด้านธุรกิจที่ถูกต้อง บทบาทหน้าที่ของการเป็นผู้ประกอบการ	ต้องการ เพราะสามารถทำให้นักศึกษาทราบแนวคิดที่ดีและองค์ความรู้ในการทำธุรกิจ	ได้ เพราะสามารถสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้ผู้เรียนบางคนได้มีแนวคิดที่สามารถนำไปสร้างสรรค์และประยุกต์ใช้เพื่อสร้างงาน หรือธุรกิจที่เป็นของตนเองได้	ควรเปิดตามความพร้อมของแต่ละมหาวิทยาลัย	ได้ เพราะได้ความรู้และทักษะในการเป็นเจ้าของกิจการสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการจัดตั้งธุรกิจได้	ให้นักศึกษาคณะอื่นมาลงเรียนวิชาของคณะบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการได้	แบบผสมผสาน ได้แก่ วิธีการสอนโดยใช้กรณีตัวอย่าง (Case study) นอกจากนี้ มีการเรียนรู้จากการดูงาน เชิญผู้ประกอบการจริงมาแชร์ประสบการณ์ และให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติงานในสถานที่ประกอบการ	สามารถเป็นได้ทั้งหลักสูตรระยะสั้น หรือหลักสูตรระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	**หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนัก ศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ**	**นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้หรือไม่**	**องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการหรือทำงานในองค์กรต่างๆ**	**ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการหรือไม่**	**หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่**	**มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ**	**วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาวิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน**	**รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้นหลักสูตรปริญญาตรีหลักสูตรปริญญาโท**
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร	มีประโยชน์ในการส่งเสริมให้เป็นผู้ประกอบการได้ เพราะผู้ประกอบการที่มีความสามารถแต่ขาดความรู้มีจำนวนมาก หากมีหลักสูตรผู้ประกอบการจะมีประโยชน์ในการเติมเต็มด้านวิชาการให้เป็นผู้ประกอบการที่สมบูรณ์ ทำให้ผู้ประกอบการมีทั้งความรู้และความสามารถ ซึ่งมีเพียงความรู้	ต้องการ เพราะหลักสูตรผู้ประกอบการจะมีประโยชน์สามารถพัฒนาความรู้และทักษะในการประกอบธุรกิจได้จริงและ แข่งขันในโลกแห่งความจริงได้	ได้ หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับการส่งเสริมให้เกิดธุรกิจใหม่ (Start Up) หากนำนักศึกษาคิดโครงการที่ได้	ไม่เห็นด้วยที่ทุกมหาวิทยาลัยจะเปิดหลักสูตรดังกล่าว เนื่องจากความรู้ความชำนาญของแต่ละมหาวิทยาลัยมีจุดเด่นที่แตกต่างกัน ควรเปิดกับมหาวิทยาลัยที่มีคณะ/สาขาที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ	ได้ สามารถนำความรู้ที่ศึกษาไปใช้ในการประกอบอาชีพอื่นๆได้	ให้นักศึกษาคณะอื่นมาลงเรียนวิชาของคณะบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการได้	ให้นักศึกษาจัดตั้งธุรกิจจริง ผลประกอบการให้เป็นไปตามที่ควรจะเป็น แต่ต้องมีการทำการประเมินความเป็นไปได้ก่อนที่จะดำเนินธุรกิจจริง ดังนั้นหลักสูตรจึงต้องสนับสนุนให้นักศึกษาเห็นถึงการที่มีความรู้ด้านวิชาการเสริมเพิ่มเติมจะทำให้ตัวนักศึกษาที่เป็นผู้ประกอบการมีความเหนือคู่แข่งในตลาดอย่างเหนือชั้นอย่างไร	ควรเป็นหลักสูตรปริญญาตรี เพราะบัณฑิตที่จะเป็นสามารถเป็นผู้ประกอบการได้ควรเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่ยังไม่สำเร็จการศึกษา โดยการให้ทฤษฎีควบคู่กับการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนัก ศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ	นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้หรือไม่	องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการหรือทำงานในองค์กรต่างๆ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการหรือไม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่	มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาวิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน	รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้นหลักสูตรปริญญาตรีหลักสูตรปริญญาโท
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	มีประโยชน์เพราะสามารถเตรียมความพร้อมสาหรับการก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการได้	ต้องการ เพราะสามารถส่งเสริมให้นักศึกษาที่มีศักยภาพสามารถเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่	ได้ สามารถเสริมทักษะความรู้ด้านการประกอบการหลักการบริหารธุรกิจสมัยใหม่ และดำเนินธุรกิจที่ถูกต้องเหมาะสม	ควรเปิดเป็นวิชาเลือกเสรี ที่นักศึกษาที่สนใจสามารถลงเรียนได้ตามความสมัครใจ	ได้ เพราะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการและประยุกต์ความรู้สู่การปฏิบัติได้	เปิดโอกาสให้นักศึกษาคณะอื่นสามารถมาลงวิชาการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิชาเลือกได้	การสอนแบบโครงงาน (Project Based Learning) โดยการสอนแบบโครงงานเป็นกิจกรรมเดี่ยว ให้โจทย์งานและคุณลักษณะที่ต้องการพัฒนา วางแผนและกำหนดเกณฑ์อย่างกว้างๆ แล้วให้นักศึกษาวางแผนดำเนินการศึกษาค้นคว้าข้อมูลด้วยตนเองโดยผู้สอนมีบทบาทเป็นผู้ให้คำปรึกษา จากนั้นให้นักศึกษานำเสนอแนวคิด ออกแบบกระบวนการ/สินค้า/บริการ พร้อมให้	ควรเป็นหลักสูตรปริญญาตรี เพราะนักศึกษาสามารถเป็นผู้ประกอบการได้หากได้รับการปลูกฝังแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ มีความรู้ความเข้าใจในหลักการบริหารธุรกิจสมัยใหม่ มีความคิดสร้างสรรค์ จะสามารถดำเนินธุรกิจและสร้างธุรกิจของตนเองขึ้นมาได้

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนัก ศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ	นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้หรือไม่	องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการหรือทำงานในองค์กรต่างๆ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการหรือไม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่	มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา วิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน	รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรี หลักสูตรปริญญาโท
							เหตุผลประกอบจาการค้นคว้า ให้ผู้สอนพิจารณาร่วมกับการอภิปรายในชั้นเรียน จากนั้นนักศึกษาลงมือปฏิบัติทำสินค้า/บริการ/ กระบวนการและส่งความคืบหน้าตามกำหนด การประเมินผลจะประเมินตามสภาพจริง โดยมีเกณฑ์การประเมินกำหนดไว้ล่วงหน้าและแจ้งให้ผู้เรียนทราบก่อนลงมือทำโครงการและมีการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิร่วมประเมินผล	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนัก ศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ	นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้หรือไม่	องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการหรือทำงานในองค์กรต่างๆ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการหรือไม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่	มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาวิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน	รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้นหลักสูตรปริญญาตรีหลักสูตรปริญญาโท
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	มีประโยชน์เพราะสามารถพัฒนาและส่งเสริมความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการได้	ต้องการแต่หลักสูตรต้องเด่น มีความเฉพาะความแตกต่างกับหลักสูตรทั่วไปในตลาด	ได้ พัฒนาศักยภาพบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถด้านวิชาการและทักษะวิชาชีพพร้อมเข้าสู่ตลาดงานที่หลากหลาย ทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ เจ้าของธุรกิจ หรือพนักงานในองค์กรธุรกิจ	ควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการแต่ต้องมีความแตกต่าง มีนวัตกรรม สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้เรียนได้	ได้ เพราะหลักสูตรสาขานวัตกรรมการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจการประกอบอาหารสามารถทำงานเป็นเชฟได้ทั่วยุโรปและสามารถเป็นเจ้าของธุรกิจร้านอาหาร	ไม่เปิดให้นักศึกษาคณะอื่นมาเรียนเพราะเป็นหลักสูตรอินเตอร์มีการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ	แบบผสมผสานได้แก่1) การสอนแบบเน้นฝึกปฏิบัติ ผู้สอนวางแผนและออกแบบกิจกรรมที่เน้นการฝึกทักษะ เช่น การฝึกทักษะทางทำอาหาร โดยจัดกิจกรรมที่กระตุ้นให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะซ้ำๆ อาจเป็นในลักษณะใช้โปรแกรมช่วยสอน เช่น คลิปวีดีโอสำหรับการฝึกทำอาหาร โดยผู้สอนมีบทบาทให้คำแนะนำ อำนวยความสะดวก กระตุ้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ควรเปิดเป็นหลักสูตรปริญญาตรี เพื่อพัฒนานักศึกษาให้มีความพร้อม สามารถพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพ เป็นที่ยอมรับในตลาด

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนัก ศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ	นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้หรือไม่	องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการหรือทำงานในองค์กรต่างๆ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการหรือไม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่	มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาวิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน	รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้นหลักสูตรปริญญาตรีหลักสูตรปริญญาโท
							2) การสอนแบบโครงงาน (Project Based Learning) 3) การสอนแบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning)	
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ	มีประโยชน์เพราะสามารถพัฒนาและเตรียมความพร้อมพื้นฐานความรู้การเป็นผู้ประกอบการได้	ต้องการ แต่ควรเป็นหลักสูตรระยะสั้นหรือวิชาเลือกเสรี	ได้ สำหรับนักศึกษาที่สนใจจะมีกิจการเป็นของตนเอง	ไม่จำเป็นที่ทุกมหาวิทยาลัยต้องเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการเพราะหลายมหาวิทยาลัยอาจจะยังไม่พร้อม ควรเพิ่มทักษะการเป็นผู้ประกอบการเข้าไปในหลักสูตรการเรียนการสอน	ได้ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจและขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจได้	เปิดโอกาสให้นักศึกษาคณะอื่นมาลงเรียนวิชาของคณะบริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการได้	แบบผสมผสานได้แก่1) เรียนรู้แบบกรณีศึกษา 2) การเรียนรู้แบบใช้เกม 3) การเรียนรู้แบบวิเคราะห์วีดีโอ	ควรเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้น หรือรายวิชาเลือกเสรีในระดับปริญญาตรี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนัก ศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ	นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้หรือไม่	องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการหรือทำงานในองค์กรต่างๆ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการหรือไม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่	มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาวิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน	รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้นหลักสูตรปริญญาตรีหลักสูตรปริญญาโท
				วิชาบังคับในหมวดวิชาการศึกษาทั่วไปหรือสอดแทรกเข้าไปวิชาสหกิจศึกษา				
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	มีประโยชน์ เพราะสามารถสร้างแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจให้กับนักศึกษาในการเรียนรู้การดำเนินธุรกิจ	ต้องการ เพราะมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนว่าต้องการมาเรียนรู้การเป็นเจ้าของกิจการ เพื่อเป็นผู้ประกอบการเพื่อบริหารธุรกิจของตัวเองหรือครอบครัว	ได้ สามารถเสริมสร้างศักยภาพนักศึกษาให้มีกรอบความคิด (Mindset) และทักษะความเป็นผู้ประกอบการที่พร้อมจะเป็นผู้ประกอบการหรือทำงาน	ควรเปิด ถ้ามหาวิทยาลัยนั้นมีความพร้อม เพราะการเรียนบริหารธุรกิจแบบเดิมอาจไม่เพียงพอต่อผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจหรือผู้ที่อยากมีกิจการของตัวเองและต้องการเป็นมากกว่านักบริหารการ	ได้ เพราะได้พัฒนาความรู้ความสามารถในการเป็นเจ้าของธุรกิจที่ตรงตามความต้องการ สามารถประยุกต์องค์ความรู้ไปจัดตั้งธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	เปิดวิชาการประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม (IDE 101)ซึ่งเป็นวิชาศึกษาทั่วไป ให้กับนักศึกษาจากทุกคณะสามารถเรียนได้ โดยภาคการศึกษา ที่ผ่านมามีนักศึกษาเรียนวิชานี้แล้วประมาณ 1,500 คน	เน้นการเรียนการสอนแบบ projected based learning ซึ่งไม่มีการสอบข้อเขียน แต่ให้นักศึกษาจัดทีมขึ้นมาขายไอเดีย (pitching) โดยมหาวิทยาลัยจะสนับสนุนของรางวัลหรือมอบเงินให้กับโปรเจคที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดเพื่อให้นักศึกษาไปต่อยอดเป็นธุรกิจจริง”	สามารถเป็นได้ทั้งหลักสูตรระยะสั้นหลักสูตรปริญญาตรีและหลักสูตรปริญญาโท ขึ้นอยู่กับความพร้อมของแต่ละมหาวิทยาลัย เพราะมีเป้าหมาย วัตถุประสงค์ กลุ่มผู้เรียน การเรียนการสอนที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนัก ศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ	นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้หรือไม่	องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการหรือทำงานในองค์กรต่างๆ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการหรือไม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่	มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาวิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน	รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้นหลักสูตรปริญญาตรีหลักสูตรปริญญาโท
				จัดการ จึงเกิดเป็นสาขาวิชาเฉพาะแยกออกมาเพื่อตอบโจทย์ความเปลี่ยนแปลงไปดังกล่าว เพื่อที่จะสร้างให้ผู้เรียนมีความคิดและเข้าใจการเป็นเจ้าของธุรกิจอย่างแท้จริง				
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	มีประโยชน์ สามารถเพิ่มความรู้ ความเข้าใจ และความสามารถด้านการเป็นผู้ประกอบการ จากประสบการณ์ตรงจากผู้ประกอบการที่	ต้องการ เพราะนักศึกษาที่มาเรียนมีความตั้งใจมุ่งมั่นที่จะประกอบกิจการส่วนตัว หรือเป็นทายาทธุรกิจครอบครัว	ได้ เพราะกระบวนการเรียนการสอนแบบบูรณาการที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้องค์ความรู้ใหม่ และทักษะประสบการณ์	ควรเปิดตามความพร้อมและความเชี่ยวชาญของแต่ละมหาวิทยาลัย แต่อย่างน้อยที่สุดอาจจะเปิดเป็นวิชาบังคับใน	ได้ เพราะสามารถบูรณาการองค์ความรู้ ทักษะและประสบการณ์การเป็นเจ้าของธุรกิจ สู่การลงมือทำธุรกิจจริง	เปิดโอกาสให้นักศึกษาคณะอื่นสามารถมาลงวิชาการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิชาเลือกได้	เน้นการพัฒนาองค์ความรู้อย่างเป็นระบบด้วยการเรียนการสอนเชิงบูรณาการ และเน้นการลงมือปฏิบัติ ฝึกฝนให้เกิดทักษะและประสบการณ์จริงใน	สามารถเป็นได้ทั้งหลักสูตรระยะสั้นหลักสูตรปริญญาตรีและหลักสูตรปริญญาโท ขึ้นอยู่กับความพร้อม ความเชี่ยวชาญการบริหารจัดการของแต่ละมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	**หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนัก ศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ**	**นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้หรือไม่**	**องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการหรือทำงานในองค์กรต่างๆ**	**ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการหรือไม่**	**หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่**	**มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ**	**วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาวิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน**	**รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้นหลักสูตรปริญญาตรีหลักสูตรปริญญาโท**
	ประสบความสำเร็จและสร้างแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้		จากการเรียนรู้เชิงปฏิบัติให้มากขึ้น เพื่อจะสามารถก้าวสู่การเป็นเจ้าของธุรกิจหรือรับมอบธุรกิจครอบครัวได้อย่างประสบความสำเร็จได้	หมวดวิชาการศึกษาทั่วไป (General Education)			การเริ่มต้นทำธุรกิจอย่างมีระบบ เพื่อนำไปสู่การเริ่มต้นดำเนินธุรกิจ	
มหาวิทยาลัยพายัพ	มีประโยชน์ สามารถเสริมสร้างทักษะความเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้	ต้องการเรียน แต่ควรเป็นหลักสูตรระยะสั้นที่นักศึกษาทุกคณะสามารถมีโอกาสเรียนได้	ได้ แนวคิดและองค์ความรู้ในธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจต่างๆ การเลือกทรัพยากรที่ถูกต้องเหมาะสม โดยเฉพาะธุรกิจที่เริ่มต้นใหม่ เพราะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ค่อนข้างน้อยให้เกิดประโยชน์สูงสุด	ไม่จำเป็นที่ทุกมหาวิทยาลัยต้องเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ แต่เปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้นสำหรับนักศึกษาทุกคณะที่สนใจมาเรียน	ได้ เพราะได้เรียนรู้กระบวนการการเป็นผู้ประกอบการสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้จริง	เปิดโอกาสให้นักศึกษาคณะอื่นสามารถมาลงวิชาการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิชาเลือกได้	แบบผสมผสาน ได้แก่ การจัดการเรียนรู้แบบเน้นประสบการณ์ (Experiential Learning) การสอนแบบโครงงาน(Project Based Learning) และ การสอนแบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning	ควรเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้นที่มีการลงมือทำจริง เช่น การสร้างธุรกิจแล้วได้ออกงานแสดงสินค้าจริง

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัย (ต่อ)

ประเด็น / มหาวิทยาลัย	**หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนัก ศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ**	**นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้หรือไม่**	**องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการหรือทำงานในองค์กรต่างๆ**	**ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการหรือไม่**	**หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้หรือไม่**	**มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ**	**วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาวิธีใดที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน**	**รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้นหลักสูตรปริญญาตรีหลักสูตรปริญญาโท**
สรุป	ทุกมหาวิทยาลัยเห็นว่า มีประโยชน์เพราะทราบถึงขั้นตอนและแนวทางในเริ่มต้นในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อจะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานธุรกิจได้	ส่วนใหญ่ ต้องการเรียน เพื่อจะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของกิจการหรือแนวทางการดำเนินธุรกิจของตัวเอง	ทุกมหาวิทยาลัยเห็นว่า ได้เพราะ องค์ความรู้ของการเป็นผู้ประกอบการทั้งความรู้เชิงทฤษฎีและความรู้เชิงปฏิบัติสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกองค์กร	ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่จำเป็นที่ทุกมหาวิทยาลัยต้องเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการขึ้นอยู่ความพร้อมและเชี่ยวชาญของแต่ละมหาวิทยาลัยอาจจะเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้นสำหรับนักศึกษาทุกคณะที่สนใจมาเรียน หรือ วิชาบังคับในหมวดวิชาการศึกษาทั่วไป	ทุกมหาวิทยาลัยเห็นว่า ได้ เพราะสามารถเตรียมความพร้อมในเบื้องต้นให้กับนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการได้	ส่วนใหญ่เปิดโอกาสให้นักศึกษาคณะอื่นสามารถมาลงวิชาการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิชาเลือกได้	ส่วนใหญ่ เห็นว่าวิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาควรเป็นแบบผสมผสานและบูรณาการ เน้นการลงมือปฏิบัติ เช่นให้โจทย์กับนักศึกษาแก้ปัญหา(Problems Base Learning) นำเสนอโครงงาน (Project Based Learning)แลกรณีตัวอย่าง (Case study	สามารถเป็นได้ทั้งหลักสูตรระยะสั้นหลักสูตรปริญญาตรีและหลักสูตรปริญญาโท ขึ้นอยู่กับความพร้อมของแต่ละมหาวิทยาลัย แต่ส่วนใหญ่เห็นว่า ควรเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้นมากกว่า เพราะเกิดผลเร็ว และนักศึกษาสนใจที่จะเรียนมากกว่า

จากตารางที่ 4.8 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี สรุปได้ดังนี้

หลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนิสิตนักศึกษาที่สนใจ มีประโยชน์ต่อนิสิตนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจ: ทุกมหาวิทยาลัยเห็นว่า มีประโยชน์ เพราะทราบถึงขั้นตอนและแนวทางในเริ่มต้นในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อจะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานธุรกิจได้

นักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรนี้: ส่วนใหญ่ต้องการเรียน เพื่อจะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของกิจการหรือแนวทางการดำเนินธุรกิจของตัวเอง

องค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการ หรือทำงานในองค์กรต่างๆ : ส่วนใหญ่เห็นว่า ได้ เพราะองค์ความรู้ของการเป็นผู้ประกอบการ ทั้งความรู้เชิงทฤษฎีและความรู้เชิงปฏิบัติ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกองค์กร

มหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการให้นักศึกษาคณะต่างๆ: ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่จำเป็นที่ทุกมหาวิทยาลัยต้องเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ เพราะขึ้นอยู่ความพร้อมและความเชี่ยวชาญของแต่ละมหาวิทยาลัย แต่ควรเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้นสำหรับนักศึกษาทุกคณะที่สนใจมาเรียนหรือวิชาบังคับในหมวดวิชาการศึกษาทั่วไป (General Education)

หลักสูตรผู้ประกอบการ สามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา: ทุกมหาวิทยาลัยเห็นว่า ได้ เพราะสามารถเตรียมความพร้อมในเบื้องต้นให้กับนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการได้

มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้นักศึกษาคณะอื่นๆที่ไม่ได้เรียนสายบริหารธุรกิจเป็นผู้ประกอบการ : ส่วนใหญ่เปิดโอกาสให้นักศึกษาคณะอื่นสามารถมาลงวิชาการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิชาเลือกได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

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

สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ดังนี้ ทุกแห่งเห็นว่าหลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนิสิตนักศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนิสิตนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจและหลักสูตรผู้ประกอบการ สามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา

ได้ ส่วนใหญ่เห็นว่านิสิตนักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เห็นว่าองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการ หรือทำงานในองค์กรต่างๆได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่จำเป็นที่ทุกมหาวิทยาลัยต้องเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ เพราะขึ้นอยู่ความพร้อมและความเชี่ยวชาญของแต่ละมหาวิทยาลัย แต่ควรเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้น เพราะเกิดผลเร็ว และนักศึกษาสนใจที่จะเรียนมากกว่า วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาควรเป็นแบบผสมผสานและบูรณาการ

2.2 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีของผู้ประกอบการ

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

ประเด็น / ประเด็น	หลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา	หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมนักศึกษาเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการที่เหมาะสม	รูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสม	กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	ปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ	ความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี
ผู้ประกอบการคนที่ 1	มีประโยชน์ความรู้ทางธุรกิจสามารถทลายอุปสรรคสำหรับผู้ที่ต้องการนำไอเดียมาสู่การเป็นธุรกิจ	ได้ โดยการให้ความรู้พื้นฐานทางธุรกิจในมุมมองที่กว้างขึ้น	ได้	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้เพราะหลักสูตรสามารถให้เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียนที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	ควรเปิดเพราะหลักสูตรผู้ประกอบการจะเข้ามาแทนที่หลักสูตรธุรกิจ / การค้าขั้นพื้นฐาน	ไม่มี	ฝึกปฏิบัติจริงซึ่งประสบการณ์ได้มานั้นนั้นมีค่ามากเพราะเป็นกรณีศึกษาจากการลงมือปฏิบัติจริง	เป็นหลักสูตรระยะสั้นหรือปริญญาตรีก็ได้ เช่น หลักสูตรระยะสั้นจะต้องครอบคลุมความรู้พื้นฐานด้าน บัญชี การเงิน กฎหมาย และการตลาดและผู้เรียนสามารถเข้าถึงความช่วยเหลือจากผู้สอนได้	จากกรณีศึกษาในห้องเรียน	ความพากเพียรและความยืดหยุ่น จินตนาการ มีทักษะเครือข่ายที่ดี	การบัญชี พื้นฐานการเงิน กฎหมายธุรกิจ เทคโนโลยี การตลาด
ผู้ประกอบการคนที่ 2	มีประโยชน์หลักสูตรจะปูพื้นฐานของการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา	ได้แต่ไม่ทั้งหมดเพราะในความเป็นจริงมีหลายด้านที่จะเริ่มต้นธุรกิจที่ยั่งยืน	ได้	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้ ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของหลักสูตร	ควรเปิดเพราะส่งเสริมการสร้างธุรกิจใหม่และสร้างงานเพิ่ม	ไม่มี	ควรจะมีการสอนที่บูรณการความรู้ทั้งทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในสถานการณ์จริงในโลกปัจจุบัน	ควรเป็นหลักสูตรระยะสั้น 1 ปี มีใบรับรองหรือประกาศนียบัตรให้กับผู้เรียนด้วย	โปรแกรมความร่วมมือทางการศึกษากับผู้ประกอบการ ที่ช่วยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการทำงานและการเรียนรู้	ยอมรับความเสี่ยงอย่างสมเหตุสมผล และมีการจัดการธุรกิจดี	การตลาด การวางแผนธุรกิจ เศรษฐศาสตร์

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี (ต่อ)

ประเด็น / ประเด็น	หลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา	หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมนักศึกษาเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการที่เหมาะสม	รูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสม	กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	ปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ	ความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี
ผู้ประกอบการคนที่ 3	มีประโยชน์	ได้ เพราะสามารถทำให้นักศึกษาทราบข้อดีและข้อเสียของการเป็นผู้ประกอบการ	n/a	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้	ไม่สมควรเปิดเพราะวิชาผู้ประกอบการมีอยู่แล้วในแต่มหาวิทยาลัย	ไม่มี	ฝึกปฏิบัติจริงและเรียนรู้จากกรณีศึกษา	ควรเป็นหลักสูตรระยะสั้นก็เพียงพอ	ฝึกงานกับบริษัทผู้ประกอบการ	ไม่ยอมแพ้มีความอดทน มีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ	การตลาด การบัญชี การบริหาร การปฏิบัติการ
ผู้ประกอบการคนที่ 4	มีประโยชน์	ได้ในระดับหนึ่ง	ได้	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้	ไม่สมควรเปิดเพราะไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน	มีรับนักศึกษาฝึกงานสหกิจ	ควรปลูกฝังความคิดของนักศึกษาในการทำสิ่งต่างๆ ด้วยใจรักและตั้งใจให้ ผู้ประกอบการมาถ่ายทอดประสบการณ์	ควรเป็นหลักสูตรระยะสั้นซึ่งเหมาะสมกว่าหลักสูตรปริญญาโท	ฝึกงานกับบริษัทผู้ประกอบการ	มีทักษะวิชาชีพ มีเป้าหมายความเพียรและทักษะการสื่อสาร	เทคโนโลยี การตลาด การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร
ผู้ประกอบการคนที่ 5	มีประโยชน์เพราเป็นการเตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ	ได้ เพราะนักศึกษาสามารถเรียนรู้ทุกขั้นตอนที่จำเป็นในการเป็น	ได้ เพราะสามารถทำให้นักศึกษาเห็นถึงสิ่งที่เป็นไปได้ในอนาคตใน	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้เพราะหลังจากเรียนรู้เกี่ยวกับผู้ประกอบการ	ควรเปิดเพราะนักศึกษาสามารถเรียนรู้และใช้ความรู้	ไม่มี	เรียนรู้ในห้องเรียนและได้รับประสบการณ์ผ่านการฝึกงานจริง	ควรเป็นหลักสูตรระยะสั้นเพราะจะช่วยให้นักเรียนสามารถเรียนจบตามความรู้ที่จำเป็นในการเป็น	นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจใหม่ ๆ ในห้องเรียนได้	มีความพร้อมที่จะรับมือกับปัญหา มีวิสัยทัศน์	การตลาด การเงิน การวางแผนทางธุรกิจ

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี (ต่อ)

ประเด็น / ประเด็น	หลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา	หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมนักศึกษาเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการที่เหมาะสม	รูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสม	กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	ปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ	ความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี
		ผู้ประกอบการ	ฐานะผู้ประกอบการ	นักศึกษาสามารถใช้ความรู้เพื่อสร้างธุรกิจของตนเอง	เพื่อสร้างธุรกิจใหม่ของตนเองได้			ผู้ประกอบการเพราะไม่ใช่นักศึกษาทุกคนที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ			
ผู้ประกอบการคนที่ 6	มีประโยชน์	ได้	ได้	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้เฉพาะคนที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ	ควรเปิดเพราะส่งเสริมนักศึกษาที่สนใจประกอบธุรกิจของตนเองสามารถเริ่มต้นอาชีพด้วยตนเองได้	ไม่มี	ให้ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จมาสอน	หลักสูตรระดับปริญญาตรีก็เพียงพอแล้วเพราะจะได้มีเวลาในการฝึกปฏิบัติ	ทำการสำรวจทดสอบทางการตลาด	คิดและลงมือทำ	การตลาดการเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กรการวางแผนทางธุรกิจ
ผู้ประกอบการคนที่ 7	มีประโยชน์	ได้	ได้	ไม่แน่ใจ	ควรเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้นสำหรับหลังจบการศึกษา	ไม่มี	ทดลองปฏิบัติจริงขายจริง	ควรเป็นหลักสูตรระยะสั้นหลังเรียนจบ	ทำความเข้าใจพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการด้วยการฝึกงานก่อนเข้าสู่การเป็น	มีความฝันและขับเคลื่อนสู่ความสำเร็จความมุ่งมั่นเข้าใจสถานการณ์	การเงินเทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่การบริหารการ

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี (ต่อ)

ประเด็น / ประเด็น	หลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา	หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมนักศึกษาเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการที่เหมาะสม	รูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสม	กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	ปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ	ความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี
					แล้วดีกว่า เพราะตอนนี้นักศึกษาควรมุ่งเน้นไปที่การเรียนปัจจุบันให้ดีก่อน				ผู้ประกอบการ	และมีการทำแผนที่ทางความคิดที่ดี	ปฏิบัติการ
ผู้ประกอบการคนที่ 8	มีประโยชน์เพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ให้ผู้สนใจเป็นผู้ประกอบการ	ได้	ไม่แน่ใจเพราะไม่เคยเห็นโครงร่างหลักสูตร	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้ แต่ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียนแตกต่างกัน	ควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ไม่มี	ให้ผู้ประกอบการจริงมาถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำธุรกิจจริง	ควรเป็นหลักสูตรระยะสั้น	มีกิจกรรมให้รุ่นพี่ที่เป็นศิษย์เก่าและเป็นผู้ประกอบการมาแชร์ประสบการณ์	ขวนขวายในการแสวงหาโอกาสในการลงทุนทำธุรกิจอยู่เสมอ มีแต่ความตั้งใจแน่วแน่ ไม่ยอมแพ้ต่อปัญหาอุปสรรค อดทนทำงานหนัก	การวางแผนทางธุรกิจ กฎหมายธุรกิจ บัญชี การเงิน การตลาด
ผู้ประกอบการ	มีประโยชน์	ได้	ได้	อาจจะ	ควรเปิด	ไม่มี	ใช้วิธีสอนด้วย	ควรเป็นหลักสูตร	ให้ปฏิบัติการ	มีความมั่นใจ	การวางแผน

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี (ต่อ)

ประเด็น / ประเด็น	หลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา	หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมนักศึกษาเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการที่เหมาะสม	รูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสม	กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	ปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ	ความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี
คนที่ 9	ทักษะการเป็นผู้ประกอบการให้นักศึกษาได้			สนองตอบความต้องการของผู้เรียนน้อย หรือเฉพาะบางกลุ่มที่สนใจ	หลักสูตรผู้ประกอบการ		การปูพื้นความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการและกรณีศึกษาในชั้นเรียนและฝึกงานกับผู้ประกอบการจริง	ระยะสั้น	จริงผ่านโครงการที่ได้รับมอบหมายเช่น เปิดบูธขายสินค้าที่ทำเอง	ในตนเอง ไม่กลัวการแข่งขัน อดทนกับอุปสรรค์และปัญหา	ทางธุรกิจ บัญชี การเงิน การบริหารการปฏิบัติการ การตลาด กฎหมายธุรกิจ
ผู้ประกอบการคนที่ 10	มีประโยชน์ส่งเสริมให้มองหาโอกาสในการทำธุรกิจในฐานะผู้ประกอบการ	ได้	ได้ในระดับปานกลาง	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้ ขึ้นกับตัวของนักศึกษาแต่ละคนว่ามีความตั้งใจแค่ไหน	ควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ไม่มี	ฝึกงานจริงกับผู้ประกอบการแบบครอบครัวเพื่อเรียนรู้ปัญหาต่างๆ ที่นักศึกษาจะได้เจอเมื่อต้องบริหารงานในกิจการของตัวเอง	ควรเป็นหลักสูตรระยะสั้น	ฝึกงานกับผู้ประกอบการที่นักศึกษาสนใจ	เรียนรู้และปรับปรุงธุรกิจอย่างต่อเนื่อง รักในธุรกิจของตัวเอง เอาใจใส่ใกล้ชิดลูกค้า	การตลาด การจัดการกลยุทธ์ กฎหมายธุรกิจ บัญชี
ผู้ประกอบการคนที่ 11	มีประโยชน์เป็นการปูพื้นฐานความรู้ในการเป็นผู้ประกอบรายใหม่	ได้ ด้วยการปูความรู้พื้นฐานด้านต่างๆในการทำธุรกิจให้กับนักศึกษาเช่น ระบบบัญชี	ได้ แต่ไม่มาก	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้ แต่ขึ้นอยู่กับหลักสูตรว่าเน้นไปที่เรื่องใด ที่	ควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ เพราะสามารถ	ไม่มี	ต้องให้ศึกษาได้เห็นการทำงานจริง มีประสบการณ์จริง เช่น ให้ลองไปขายของ	ควรเป็นหลักสูตรระดับปริญญาตรี เพราะมันไม่ได้เรียนยาก เนื้อหาที่ใช้งานจริงไม่ได้เยอะมาก เป็น	ฝึกการปฏิบัติการเป็นผู้ประกอบการจริง เช่น ทดลองขายของออนไลน์	รู้กว้างในเรื่องที่ต้องรู้ และ รู้ลึกในสิ่งที่ทำ ไม่ปิดกั้นโอกาสที่จะ	บัญชี การเงิน การบริหารการปฏิบัติการ กฎหมายธุรกิจ

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี (ต่อ)

ประเด็น / ประเด็น	หลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา	หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมนักศึกษาเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการที่เหมาะสม	รูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสม	กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	ปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ	ความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี
		ระบบขนส่ง ระบบธนาคาร การชำระเงิน ฯลฯ		แน่ๆผู้ที่จบหลักสูตรจะมีความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น	ตอบสนองกับผู้ที่มีกิจการอยู่แล้ว หรือผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการรายใหม่		ตลาดนัด ให้ลองทำงานใน 7/11 ทดลองขายของออนไลน์ หรือการเรียนรู้จากผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการโดยตรง	ระดับที่ทุกคนเรียนแล้วนำความรู้ไปใช้งานได้เลย	หรือ ตามตลาดนัด ให้เห็นกำไรขาดทุนกันจริงๆ	ก้าวไปข้างหน้า	
ผู้ประกอบการคนที่ 12	มีประโยชน์ สร้างศักยภาพการผู้ประกอบการให้กับผู้เรียนให้มีความรู้ในการดำเนินธุรกิจได้	ได้	ได้มาก	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้ ขึ้นอยู่กับการออกแบบเนื้อหาให้น่าสนใจ	ควรเปิดแต่ขึ้นอยู่กับความพร้อมของแต่ละมหาวิทยาลัย	ไม่มี	เชิญผู้ประกอบการจริงมาถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำธุรกิจ	หลักสูตรระยะสั้น หรือ หลักสูตรระดับปริญญาตรี	ร่วมมือกับผู้ประกอบการโดยส่งนักศึกษาไปฝึกงานและทำโครงการนำเสนอ	ตั้งเป้าหมายให้เป็นรับมือกับความล้มเหลวให้เป็น มีแผนการเงินที่ดี เตรียมพร้อมสำหรับโอกาสและการเปลี่ยนแปลง	การบริหารการปฏิบัติการ การเงิน กลยุทธ์ การเป็นผู้นำ และพฤติกรรมในองค์กร การตลาด
ผู้ประกอบการ	มีประโยชน์	ได้ มองโลกกว้าง	ได้ระดับหนึ่ง	สนองตอบความ	ควรเปิด	มีรับน.ศ.	ต้องฝึกงานจริง	หลักสูตรระดับ	ฝึกปฏิบัติการ	มีความสุข	การวางแผน

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี (ต่อ)

ประเด็น / ประเด็น	หลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา	หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพ	ทุกมหาวิทยา ลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ความร่วมมือกับมหาวิทยา ลัยในการส่งเสริมนักศึกษาเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการที่เหมาะสม	รูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสม	กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	ปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ	ความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี
คนที่ 13	ให้ความรู้ความเข้าใจในแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ	ขึ้น		ต้องการของผู้เรียนได้ แต่ขึ้นกับตัวของนักศึกษาเองด้วย	เพื่อให้นักศึกษาได้เตรียมความพร้อมก่อนที่จะไปดำเนินธุรกิจของตนเอง	ฝึกงานสหกิจ	เป็นเวลาไม่น้อยกว่า1ภาคการศึกษา	ปริญญาตรี	จริง โดยมีผู้ประกอบการเป็นพี่เลี้ยง		ทางธุรกิจ การบริหารการปฏิบัติการ การตลาด บัญชี การเงิน
ผู้ประกอบการคนที่ 14	มีประโยชน์เรียนรู้แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการและดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ	ได้	ได้	อาจจะสนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้ไม่มากหรือเฉพาะบางกลุ่มที่สนใจ	ควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ไม่มี	ทดลองปฏิบัติในการเป็นประกอบการจริง เช่น ผลิตสินค้าแล้วนำไปขายในพื้นที่ของมหาวิทยาลัย	หลักสูตรระยะสั้น	ทดลองฝึกเป็นผู้ประกอบการที่นักศึกษาสนใจ เช่น เปิดร้านขายน้ำผลไม้	เรียนรู้อยู่ตลอดเวลา รู้จักวิธีในการนำมาประยุกต์ใช้ ไม่กลัวความล้มเหลวในการประกอบธุรกิจ	กฎหมายธุรกิจ บัญชี การเงิน
ผู้ประกอบการคนที่ 15	มีประโยชน์สานฝันในการคิดริเริ่มดำเนินธุรกิจให้กับนักศึกษาที่	ได้ ถ้ามีแรงจูงใจมุ่งมั่น อยากสำเร็จ	ได้ระดับปานกลาง	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้ ขึ้นอยู่กับความพร้อมของนักศึกษา	ควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ไม่มี	การที่ได้ลงมือทำธุรกิจจริง เช่น ไปฝึกงานขายที่ร้านกาแฟอเมซอน	หลักสูตรระดับปริญญาตรี เพราะสามารถปลูกฝังแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการได้	ฝึกงานกับบริษัทผู้ประกอบการ	สิ่งที่มีค่าที่สุดาคือการได้ทดลองความกล้าที่จะทำ ธุรกิจ	การเงิน การตลาด การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี (ต่อ)

ประเด็น / ประเด็น	หลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา	หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมนักศึกษาเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการที่เหมาะสม	รูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสม	กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	ปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ	ความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี
	ต้องการทีธุรกิจเป็นของตัวเอง			ผู้สอนเนื้อหาวิชาเรียน				โดยสามารถเปิดโอกาสให้นักศึกษาที่สนใจลงเรียนเป็นวิชาเลือกเสรีตามความสมัครใจ		เริ่มแล้วล้มไม่ใช่เรื่องแปลกแต่ต้องลุกมาให้ได้ มีการวางแผนที่ดี มีกลุ่มลูกค้าชัดเจน	
ผู้ประกอบการคนที่ 16	มีประโยชน์ต่อการพัฒนาบัณฑิตให้มีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการได้	ได้	ได้ระดับหนึ่ง	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้ แต่ขึ้นอยู่กับความพร้อมของนักศึกษาด้วย	ควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ไม่มี	ฝึกงานจริงกับผู้ประกอบการขนาดเล็กแบบสหกิจศึกษา	หลักสูตรระยะสั้นที่สามารถเรียนออนไลน์ได้	ให้นักศึกษาคิดสินค้ามาขายผ่านตลาดนัดคนเดิน มีการทดสอบตลาดว่า สินค้าโอเคหรือต้องมีการปรับปรุงด้านไหนบ้าง	ความซื่อตรงในการประกอบธุรกิจ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เชื่อมั่นในตนเอง รักในสิ่งที่ทำ	กลยุทธ์ บัญชี การเงิน การตลาด การบริหารการปฏิบัติการ

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี (ต่อ)

ประเด็น / ประเด็น	หลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา	หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมนักศึกษาเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการที่เหมาะสม	รูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสม	กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	ปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ	ความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี
ผู้ประกอบการคนที่ 17	มีประโยชน์สร้างผู้สนใจให้มีแรงบันดาลใจหรือเป็นผู้ประกอบการ	ได้	ได้ปานกลาง	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้	ควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ไม่มี	ฝึกทักษะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจจริง เช่น ผลิตจริง ขายจริง ทำตลาดจริง กำไรจริง ขาดทุนจริง	หลักสูตรปริญญาโท เพราะมีองค์ความรู้ที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจที่ต้องเรียนรู้อีกมากมาย การที่ผ่านประสบการณ์การทำงานมาก่อนจะทำให้เห็นภาพได้ง่าย สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ได้ รู้ว่าจะประยุกต์ใช้เครื่องมืออะไร	ลงมือปฏิบัติทำธุรกิจจริง ไม่จำเป็นต้องเป็นโครงการใหญ่หรือใช้เงินมาก เช่น ขายของออนไลน์	คุณภาพของสินค้า/บริการต้องดี บริหารจัดการด้วยความเข้าใจ เรียนรู้สิ่งต่างๆ ตลอดเวลา	การเงิน กฎหมาย การจัดตั้งธุรกิจใหม่ การวางแผนทางธุรกิจ กลยุทธ์เทคโนโลยี
ผู้ประกอบการคนที่ 18	มีประโยชน์สำหรับผู้ที่มีความฝันในการเป็นเจ้าของธุรกิจให้มีความรู้และความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจ	ได้	ได้	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้ ขึ้นอยู่กับทางมหาวิทยาลัยและผู้ออกแบบหลักสูตรว่าจะสามารถสร้างความมั่นใจและ	ควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	มีรับน.ศ.ฝึกงานสหกิจ	เข้าไปฝึกงานจริงกับผู้ประกอบการที่นักศึกษาสนใจอยากเป็น	หลักสูตรระยะสั้นแบบออนไลน์ เพราะไม่ใช่แค่นักศึกษาเท่านั้นที่อยากเป็นผู้ประกอบการ ผู้ที่กำลังทำงานอยู่หรือผู้ที่เกษียณก็มีความสนใจเช่นกัน	ลงมือปฏิบัติทำธุรกิจจริง เช่น ขายของออนไลน์	กล้าเปลี่ยนแปลง อดทนไม่ย่อท้อ รู้จักกลุ่มลูกค้า นำเสนอ “คุณค่า” ไม่ใช่ “ราคา”	การวางแผนธุรกิจ การบริหารการปฏิบัติการ การตลาด บัญชีการเงิน การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี (ต่อ)

ประเด็น / ประเด็น	หลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา	หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพ	ทุกมหาวิทยา ลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ความร่วมมือกับมหาวิทยา ลัยในการส่งเสริมนักศึกษาเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการที่เหมาะสม	รูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสม	กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	ปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ	ความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี
				สร้างแรงบันดาลใจให้กับนักศึกษา							
ผู้ประกอบการคนที่ 19	มีประโยชน์สร้างศักยภาพผู้ประกอบการได้	ได้	ได้	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้ ขึ้นอยู่กับความพร้อมของนักศึกษาแต่ละคน	ควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ไม่มี	เข้าไปฝึกงานจริงกับผู้ประกอบการแบบสหกิจศึกษาและทำโครงการร่วมกับผู้ประกอบการจริง	ปริญญาโทเพราะการที่ผ่านประสบการณ์มาพอสมควร เวลาเจอโจทย์ทางธุรกิจสามารถเข้าใจได้ง่าย ต่อยอดและประยุกต์ได้เร็ว	ทำโครงงานร่วมกับผู้ประกอบการจริง	มีเป้าหมายทำงานหนักทุ่มเทให้กับงาน เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามช่องทางที่วางไว้ กล้าเสี่ยง	บัญชี การเงิน การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร การตลาด การบริหารการปฏิบัติการ
ผู้ประกอบการคนที่ 20	เป็นประโยชน์เพราะได้ทราบถึงหลักการและแนวคิดในการเป็นผู้ประกอบการ	ได้ เพราะเป็นการเตรียมความพร้อมขั้นพื้นฐานก่อนที่จะไปทำงานจริง	ได้	สนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้ความรู้พื้นฐานด้านธุรกิจในการเป็นผู้ประกอบการสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในโลกธุรกิจได้	ควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการเพราะสามารถปลูกฝังความคิดในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้	ไม่มี	เรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติงานจริง	ควรจะเป็นปริญญาโทเพราะเป็นช่วงที่ตกผลึกทางความคิดในขณะที่ช่วงปริญญาตรีเป็นช่วงที่นักศึกษามุ่งหางานและประสบการณ์	ให้นักศึกษาได้ลงมือปฏิบัติทำธุรกิจจริงในการเป็นผู้ประกอบการ เช่น ทดสอบตลาดและพาไปขายในตลาดจริง	ความอดทน คิดบวก มีคอนเนคชั่นและเครือข่ายที่ดี	บัญชี การตลาด การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี (ต่อ)

ประเด็น / ประเด็น	หลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	หลักสูตรผู้ประกอบการสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษา	หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่	หลักสูตรผู้ประกอบการสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพ	ทุกมหาวิทยาลัยควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ	ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมนักศึกษาเป็นผู้ประกอบการ	วิธีการสอนการที่เหมาะสม	รูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสม	กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	ปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ	ความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมี
สรุป	ผู้ประกอบการทั้งหมดเห็นว่ามีประโยชน์ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการให้นักศึกษาได้เพราะเป็นการปูพื้นฐานความรู้ในการเป็นผู้ประกอบและดำเนินธุรกิจที่ต้องการทีธุรกิจเป็นของตัวเอง	ผู้ประกอบการทั้งหมดเห็นว่าได้ เพราะเป็นการให้แนวคิดและความรู้พื้นฐานทางธุรกิจกับนักศึกษาที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ	ส่วนใหญ่เห็นว่า ได้ เพราะสามารถปลูกฝังความคิดในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาในการนำไปประกอบอาชีพสำหรับอนาคต	ส่วนใหญ่เห็นว่าสนองตอบความต้องการของผู้เรียน ได้ แต่ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น เนื้อหาของหลักสูตร ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียน ความพร้อมของนักศึกษาแต่ละคน	ส่วนใหญ่เห็นว่าควรเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการเพราะเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาให้มีองค์ความรู้และใช้ความรู้เพื่อสร้างธุรกิจใหม่ของตนเองได้	ส่วนใหญ่ 17 แห่ง ไม่มีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย มีเพียง 3 แห่งเท่านั้นที่มีรับน.ศ.ฝึกงานสหกิจ	ส่วนใหญ่ เห็นว่าวิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาที่เหมาะสม คือ การฝึกปฏิบัติจริงและการฝึกงานจริงกับผู้ประกอบการในธุรกิจที่นักศึกษาสนใจ	ส่วนใหญ่จำนวน 11 แห่ง เห็นว่าควรเป็นหลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาโท จำนวน 3 แห่ง เป็นหลักสูตรระดับปริญญาตรี จำนวน 4 แห่ง สามารถเป็นได้ทั้งหลักสูตรระยะสั้นหรือปริญญาตรี จำนวน 2 แห่ง	ส่วนใหญ่ เห็นว่ากิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาควรจะฝึกปฏิบัติการจริง เช่น ขายของออนไลน์ หรือฝึกงานกับบริษัทผู้ประกอบการ	ส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การมีเป้าหมาย มีความมุ่งมั่น มีความอดทน กล้าเปลี่ยนแปลง พัฒนาตนเองอยู่แสมอ เชื่อมั่นในตนเอง รักในสิ่งที่ทำ มีคอนเนคชั่นและเครือข่ายที่ดี	ส่วนใหญ่ เห็นว่าความรู้ที่ผู้ประกอบการต้องมีตามลำดับ ดังนี้ จากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1.การตลาด 2.การเงิน 3.บัญชี 4.การบริหารการปฏิบัติการ 5.การวางแผนทางธุรกิจ 6.กฎหมายธุรกิจ และการเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการ พบว่า

หลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ: ผู้ประกอบการทั้งหมดเห็นว่า มีประโยชน์ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการให้นักศึกษาได้ เพราะเป็นการปูพื้นฐานความรู้ในการเป็นผู้ประกอบและดำเนินธุรกิจที่ต้องการมีธุรกิจเป็นของตัวเอง

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษา : ส่วนใหญ่ เห็นว่ากิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาควรจะฝึกปฏิบัติการจริง 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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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
สื่อสังคมคมออนไลน์	153	39.23
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้นำเสนอข้อมูลต่าง ๆ เพื่อการเรียนการสอน	139	35.64
เอกสารประกอบการสอน หรือเอกสารคำสอนที่ผู้สอนใช้เพื่อประกอบการสอนกับผู้เรียน	123	31.54
หนังสือและตำราเรียน	118	30.26
เว็บไซต์	103	26.41

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา (n=390) (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
วารสารผู้ประกอบการ และการค้า	73	18.72
หนังสืออิเล็กทรอนิกส์	61	15.64
บทบาทของผู้สอนสำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการแบบใดที่อยากเรียนด้วย*		
มีความรู้และประสบการณ์จริง สามารถแก้ปัญหาให้กับผู้เรียนได้	295	75.64
สามารถบูรณาการสิ่งที่ต้องการให้ผู้เรียนได้เรียนรู้เชื่อมโยงกับประสบการณ์เดิมของผู้เรียน	247	63.33
สอนเนื้อหาตรงตามตามวัตถุประสงค์ และกำหนดการในตารางเรียน	158	40.51
มีอารมณ์ขันตลอดเวลาเรียน	1	0.26
การประเมินผลสำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการ ควรเป็นแบบใด*		
ประเมินจากการความรู้ความเข้าใจด้วยสอบข้อเขียนผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด	248	63.59
ประเมินจากโครงการที่ได้รับมอบหมายให้ทำในรายวิชาที่เรียน	203	52.05
ประเมินจากการเวลาเข้าชั้นเรียน	93	23.85
การให้ผู้เรียนทำธุรกิจระหว่างเรียน และประเมินจากผลประกอบการของธุรกิจ	3	0.77
ประเมินจากความเข้าใจด้วยการพูด การทำ ไม่ใช่การเขียนเพราะใครๆก็ท่องจำมาสอบได้	2	0.51
ประเมินจากสิ่งที่ทำได้จริงและเห็นผล	1	0.26
ประเมินตนเอง	1	0.26
ประยุกต์ใช้ได้จริง	1	0.26
สามารถแก้ปัญหาได้จริง	1	0.26
ถ้ามีหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านแบบออนไลน์		
สนใจ	337	86.41
ไม่สนใจ	53	13.59
รวม	390	100.00
ถ้ามีการสอนเขียนแผนธุรกิจและให้สามารถนำเสนอแผนธุรกิจให้กับผู้เชี่ยวชาญได้		
สนใจ	329	84.36
ไม่สนใจ	61	15.64
รวม	390	100.00
ต้องการให้มหาวิทยาลัยของท่าน ส่งเสริมและสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา*		

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
ต้องการให้มหาวิทยาลัยจัดหาแหล่งเงินทุนสำหรับนักศึกษาที่เริ่มต้นเป็นผู้ประกอบ	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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

* เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากการสำรวจเกี่ยวกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาจำนวน 390 คน พบว่า

เคยเรียนวิชาการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 184 คน (ร้อยละ 47.18) และไม่เคยเรียนวิชาการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 206 คน (ร้อยละ52.82)

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

สนใจในวิชาต่างๆ 6 อันดับแรก ดังนี้ การตลาด จำนวน 188 คน (ร้อยละ48.21) การเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 156 คน (ร้อยละ 40) การวางแผนทางธุรกิจจำนวน 126 คน (ร้อยละ 32.31) การเงิน จำนวน118 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 จำนวน172 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 จำนวน208 คน (ร้อยละ 53.33) สื่อสังคมคมออนไลน์ จำนวน 153 คน (ร้อยละ 39.23) และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้นำเสนอข้อมูลต่างๆ 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 สื่อสังคมคมออนไลน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการประเมินผลที่เหมาะสม คือประเมินจากการความรู้ความเข้าใจด้วยสอบข้อเขียนผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดและประเมินจากโครงการที่ได้รับมอบหมายให้ทำในรายวิชาที่เรียน

ตอนที่ 3 การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ผลการศึกษาและการนำเสนอการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ดังนี้

3.1 การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้แนวคิดแอดดี้โมเดล (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 ขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้แนวคิดแอดดี้โมเดล (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 วิเคราะห์เนื้อหาหลักสูตรผู้ประกอบการและวิเคราะห์ผู้เรียน

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) จำนวนชั่วโมงต่อวิชาที่สอนทั้งหมดที่เหมาะสมในการเรียนควรจะ 1-2 ชั่วโมงต่อวิชาที่สอนมีสัดส่วนสูงที่สุด จำนวน 248 คน(ร้อยละ 63.59) จำนวนชั่วโมงต่อวันที่เหมาะสมในการเรียน ควรจะเป็น 1-2 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 234 คน (ร้อยละ 60) จำนวนวันต่อสัปดาห์ที่เหมาะสมในการเรียน ควรจะเป็น 2 วันต่อสัปดาห์ จำนวน172 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) สื่อการสอนที่เหมาะสมกับในการเรียน 3 อันดับแรก ได้แก่ มัลติมีเดีย จำนวน 208 คน (ร้อยละ 53.33) สื่อสังคมคมออนไลน์ จำนวน 153 คน (ร้อยละ 39.23) และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้นำเสนอข้อมูลต่าง ๆ เพื่อการเรียนการสอน จำนวน 139 คน (ร้อยละ 35.64) บทบาทของผู้สอนสำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการแบบใดที่อยากเรียนด้วย ที่มีสัดส่วนสูงที่สุด คือ มีความรู้และประสบการณ์จริง สามารถแก้ปัญหาให้กับผู้เรียนได้ จำนวน 295 คน (ร้อยละ 75.64)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

จากการสัมภาษณ์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีของผู้บริหารมหาวิทยาลัย พบว่า ทุกแห่งเห็นว่าหลักสูตรผู้ประกอบการที่เป็นหลักสูตรเสริมสำหรับนิสิตนักศึกษาที่สนใจมีประโยชน์ต่อนิสิตนักศึกษาในการประกอบอาชีพด้านธุรกิจและหลักสูตรผู้ประกอบการ สามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาได้ ส่วนใหญ่เห็นว่านิสิตนักศึกษาต้องการเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เห็นว่าองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถเป็นทางเลือกในการเป็นผู้ประกอบการ หรือทำงานในองค์กรต่างๆได้ ส่วนใหญ่เห็นว่าไม่จำเป็นที่ทุกมหาวิทยาลัยต้องเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ เพราะขึ้นอยู่ความพร้อมและความเชี่ยวชาญของแต่ละมหาวิทยาลัย 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 กิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาควรจะฝึกปฏิบัติการจริง 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) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างมุมมองของผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างมุมมองของผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษา พบว่า

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

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

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

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

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการของผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษา

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	มุมมองของ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
ด้านพฤติกรรม (Behaviors)	ผู้ประกอบการ	3.92	0.733	มาก
	นิสิตนักศึกษา	3.35	0.963	ปานกลาง
1. แสวงหาโอกาสและช่องทางการพัฒนาเชิงธุรกิจ	ผู้ประกอบการ	3.85	0.671	มาก
	นิสิตนักศึกษา	3.25	0.970	ปานกลาง
2. หาคำตอบ/แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และทันสมัย	ผู้ประกอบการ	3.80	0.696	มาก
	นิสิตนักศึกษา	3.26	0.914	ปานกลาง
3. เผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจอย่างเหมาะสม	ผู้ประกอบการ	3.95	0.826	มาก
	นิสิตนักศึกษา	3.19	0.944	ปานกลาง
4. บริหารจัดการและตัดสินใจเพื่อมุ่งเป้าหมายได้ด้วยตนเอง	ผู้ประกอบการ	4.10	0.718	มาก
	นิสิตนักศึกษา	3.45	0.936	ปานกลาง
5. แก้ไขปัญหา/อุปสรรคจากสภาพการณ์ที่ท้าทายเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างมุ่งมั่น	ผู้ประกอบการ	4.15	0.671	มาก
	นิสิตนักศึกษา	3.47	0.995	ปานกลาง
6. ใช้ทักษะทางสังคมในการปฏิสัมพันธ์ และทำงานร่วมกับผู้อื่น	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. ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายและพัฒนาตนเองไปสู่ความสำเร็จ	ผู้ประกอบการ	3.85	0.587	มาก
	นิสิตนักศึกษา	3.43	0.948	ปานกลาง
8. ความเชื่อมั่นในตัวเอง	ผู้ประกอบการ	4.30	0.657	มาก
	นิสิตนักศึกษา	3.46	1.020	ปานกลาง
9. ความมุ่งมั่นและอดทนต่อทุกสถานการณ์ที่ท้าทาย	ผู้ประกอบการ	4.10	0.641	มาก
	นิสิตนักศึกษา	3.54	1.007	มาก
10. มีความเชื่อพลังอำนาจในตนโดยเชื่อว่าสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเรา เกิดจากการกระทำของเราเอง และเราสามารถควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ	ผู้ประกอบการ	4.00	0.795	มาก
	นิสิตนักศึกษา	3.53	1.028	มาก
11. การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์	ผู้ประกอบการ	4.05	0.686	มาก
	นิสิตนักศึกษา	3.62	0.954	มาก
12. การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์	ผู้ประกอบการ	4.10	0.553	มาก
	นิสิตนักศึกษา	3.46	0.894	ปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการของผู้ประกอบการและนิสิตนักศึกษา (ต่อ)

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	มุมมองของ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
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. บริการจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนินโครงการ/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. ตระหนักและเข้าใจต่อสภาวการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร	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 คุณลักษณะผู้ประกอบการของผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยสูงกว่านักศึกษาทุกด้าน โดยค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการ ในด้านพฤติกรรม ด้านคุณลักษณะ และด้านทักษะ มีค่าเท่ากับ 3.92, 4.07 และ 3.77 ตามลำดับ ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของนิสิตนักศึกษามีค่า 3.35, 3.51 และ 3.30 ตามลำดับ

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

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

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

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

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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. บริการจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนินโครงการ/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. ตระหนักและเข้าใจต่อสภาวการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร	-1.27	408	0.206	-0.279	2.625	0.106
19. แสวงหาโอกาสและชี้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร	-2.72	22.630	0.012*	-0.456	7.294	0.007

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

3.2) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างมุมมองของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้านต่างๆ ของคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ ได้แก่ ด้านพฤติกรรม (Behaviors) ด้านคุณลักษณะ (Attributes) และด้านทักษะ (Skills) พบว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ทุกด้าน 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 ($\overline{X}$ = 3.43) คือ ใช้ทักษะทางสังคมในการปฏิสัมพันธ์ และทำงานร่วมกับผู้อื่น และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\overline{X}$ = 3.14) คือ เผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจอย่างเหมาะสม ส่วนคุณลักษณะผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษากลุ่มไม่ใช่วิทยาศาสตร์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 3.56) คือ แก้ไขปัญหา/อุปสรรคจากสภาพการณ์ที่ท้าทายเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างมุ่งมั่น และที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\overline{X}$ = 3.25) คือ เผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจอย่างเหมาะสม

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

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.13 แสดงข้อมูลคุณลักษณะผู้ประกอบการในมุมมองของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.13 แสดงข้อมูลคุณลักษณะผู้ประกอบการในมุมมองของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ (ต่อ)

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	มุมมองของนิสิตนักศึกษา	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
ด้านทักษะ (Skills)	กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.21	0.788	ปานกลาง
	ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.40	0.793	ปานกลาง
13. มีทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และสามารถแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการที่หลากหลาย	กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.17	0.895	ปานกลาง
	ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.32	0.985	ปานกลาง
14. สามารถเจรจาต่อรองและโน้มน้าวคนรอบข้าง	กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.25	0.931	ปานกลาง
	ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.35	0.954	ปานกลาง
15. บริการจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนินโครงการ/กิจกรรมอย่างเหมาะสม	กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.16	0.920	ปานกลาง
	ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.42	0.962	ปานกลาง
16. สามารถประเมินสถานการณ์และตัดสินใจเพื่อควบคุมปัจจัยเสี่ยง	กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.17	0.963	ปานกลาง
	ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.37	0.889	ปานกลาง
17. มีทักษะการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.20	0.900	ปานกลาง
	ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.32	0.965	ปานกลาง
18. ตระหนักและเข้าใจต่อสภาวการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร	กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.17	0.972	ปานกลาง
	ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.47	0.954	ปานกลาง
19. แสวงหาโอกาสและชี้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร	กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.36	0.993	ปานกลาง
	ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์	3.52	0.921	มาก

เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ ในด้านพฤติกรรม (Behaviors) ด้านคุณลักษณะ (Attributes) และด้านทักษะ (Skills) พบว่า มุมมองของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรคุณลักษณะผู้ประกอบการ ในคุณลักษณะ (Attributes) และด้านทักษะ (Skills) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนมุมมองของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรคุณลักษณะผู้ประกอบการ ในด้านพฤติกรรม (Behaviors) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากนั้นทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ ในด้านพฤติกรรม (Behaviors) รายข้อย่อย พบว่า มุมมองของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรคุณลักษณะผู้ประกอบการ ประเด็นหาคำตอบ/แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และทันสมัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ ในด้านคุณลักษณะ (Attributes) รายข้อย่อย พบว่า มุมมองของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรคุณลักษณะผู้ประกอบการ ข้อ ความเชื่อมั่นในตัวเอง ข้อ มีความเชื่อพลังอำนาจในตนโดยเชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเรา เกิดจากการกระทำของเราเอง และเราสามารถควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ และข้อ การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ ในด้านทักษะ (Skills) รายข้อย่อย พบว่า มุมมองของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรคุณลักษณะผู้ประกอบการ ข้อ บริการจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนินโครงการ/กิจกรรมอย่างเหมาะสม ข้อ สามารถประเมินสถานการณ์และตัดสินใจเพื่อควบคุมปัจจัยเสี่ยง และข้อ ตระหนักและเข้าใจต่อสภาวการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังตารางที่ 4.14

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างคุณลักษณะผู้ประกอบการมุมมองของนิสิตนักศึกษาระหว่างกลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์

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/แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และทันสมัย	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. มีความเชื่อพลังอำนาจในตนโดยเชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ 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. บริการจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนินโครงการ/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. ตระหนักและเข้าใจต่อสภาวการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร	3.102	388	0.002*	0.303	1.112	0.292
19. แสวงหาโอกาสและชี้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร	1.639	388	0.102	0.159	0.357	0.551

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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) และสมรรถนะด้านพฤตินิสัย (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 โดยมีการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดรับกับสังคมยุค 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 ที่สอดรับกับสังคมยุค 5.0 สามารถประเมินศักยภาพตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ ทางเลือกที่การเริ่มต้นธุรกิจได้ คือ การพัฒนาธุรกิจใหม่ เครื่องมือที่ช่วยออกแบบโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) และการฝึกปฏิบัติ มีการใช้กรณีศึกษาของประเภทของผู้ประกอบการ (แบ่งตามประเภทของธุรกิจ) ในการดำเนินเรื่องทำให้ผู้เรียนสามารถเห็นภาพรวมขององค์ประกอบของธุรกิจและออกแบบโมเดลธุรกิจของตนเองได้

2) วิชาการตลาด 5.0 : บูรณาการเพิ่มวิชาการจัดการกลยุทธ์และวิชาเทคโนโลยีและสารสนเทศ ซึ่งความโดดเด่นและพิเศษของรายวิชานี้ต่างจากที่อื่น คือ ปูพื้นฐานการตลาดเบื้องต้น ได้แก่ การวิเคราะห์สินค้าและบริการการวิเคราะห์ลูกค้า 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) เทคโนโลยีระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตนอิเล็กทรอนิกส์ (Biometric & Digital ID) สำหรับความรู้เกี่ยวกับการเงิน มีการใช้กรณีศึกษาของบริษัท AAA จำกัด ในการดำเนินเรื่องทำให้ผู้เรียนสามารถเห็นภาพรวมของของงบการเงิน ประกอบด้วย 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 กลยุทธ์การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจ 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) หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา มีขั้นตอนการเรียน 3ขั้นตอน 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 โดยจะมีประเมินผลการเรียนโดยแจ้งกลับไปที่ผู้เรียนแต่ละคนตามเบอร์มือถือ /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

-สื่อการสอนในรูปของ PowerPoint / เอกสาร

-บทเรียนมัลติมีเดีย เช่น การใช้เสียง ภาพ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว วีดีโอคลิป

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

1.6) การประเมินผล (Evaluation) เก็บข้อมูลของผู้เข้าเรียนและผลสัมฤทธิ์ของผู้เข้าเรียนดังนี้ 1) ทดสอบความรู้ก่อนเรียน 2)ทดสอบความรู้หลังเรียน

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

1.8) ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เป็นกระบวนการให้ข้อมูลเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไของค์ประกอบที่มีข้อบกพร่อง เพื่อให้หลักสูตรผู้ประกอบการฯ มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น ประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนา (Development)

1) การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

นำข้อมูลจากการออกแบบมาพัฒนาเป็นร่างหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา รวมทั้งตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยได้พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาซึ่งประกอบด้วย 5 ชุดวิชาได้แก่ วิชาผู้ประกอบการ 5.0 วิชาการตลาด 5.0 วิชาการเงิน 5.0 วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 และวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 และได้พัฒนาเนื้อหารวมถึงบทเรียนแต่ละวิชาให้เรียนผ่านทางเว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com โดยกิจกรรมการเรียนการสอนเป็นรูปแบบการบรรยาย การยกตัวอย่างกรณีศึกษาและสถานการณ์จำลองที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาผ่านสื่อการสอนที่เป็นคลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย เปิดโอกาสให้ผู้เรียนสอบถาม และแลกเปลี่ยนความเห็นกับผู้สอนบนเว็บไซต์ อีเมล และไลน์ โดยใช้ระยะเวลาศึกษาวิชาละ 6 ชั่วโมง รวมทั้งหมด 30 ชั่วโมง (ภายใน 4 สัปดาห์) ทั้งนี้ ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองตามสภาพความพร้อมหรืออัตราการเรียนรู้ของแต่ละคน ส่วนการประเมินผลประกอบด้วย 1) การประเมินความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจก่อนและหลังเรียน 2) การประเมินผลหลังเรียนของแต่ละรายวิชา ซึ่งนักศึกษาจะต้องแสดงให้เห็นถึงการมีความรู้และทักษะตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของแต่ละชุดวิชาโดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 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 รายวิชามีระดับความเหมาะสมในระดับมากที่สุดแสดงให้เห็นว่า ทุกวิชามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดสามารถนำไปใช้ได้ในการสอนได้ รายละเอียดดังตารางที่ 4.15

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.15 (ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

โครงสร้างหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์
เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

หลักการ

ในปัจจุบันนี้บทบาทของการเป็นผู้ประกอบการมีความเกี่ยวข้องกับนิสิตนักศึกษามากขึ้น เนื่องจากสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว กระแส "Startup Business" ในยุค Thailand 4.0 และการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยียุคดิจิทัลที่ทำให้นิสิตนักศึกษาจบใหม่เริ่มมีความคิดที่ไม่ต้องการทำงานประจำ แต่ต้องการที่จะมีธุรกิจเป็นของตัวเองหลังจากจบการศึกษาซึ่งมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ หากแต่ไม่ใช่ว่าทุกคนจะประสบความสำเร็จ ดังนั้น การเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาจึงมีความสำคัญอย่างมาก เพราะนิสิตนักศึกษาที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการใหม่ (Startup) ควรต้องมีความรู้และมีการเตรียมตัวอย่างเหมาะสมก่อนที่จะเริ่มธุรกิจใหม่ของตนเอง เพื่อจะช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสความสำเร็จในธุรกิจได้มากขึ้น

การเรียนการสอนให้นิสิตนักศึกษาได้เข้าใจการดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริงนั้น จึงจำเป็นต้องให้นิสิตนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทักษะและความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจทั้งด้านการตลาด การบริหารปฏิบัติการ การเงิน และวางแผนธุรกิจและนำไปใช้ได้จริง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ให้กับนิสิตนักศึกษาทุกคณะและทุกคนที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ และเตรียมความสามารถให้พร้อมที่จะเข้าสู่โลกของการเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาอยู่ภายใต้ความเชื่อที่ว่านิสิตนักศึกษาสามารถเป็นผู้ประกอบการได้ และจะช่วยให้นิสิตนักศึกษาทุกคนมีโอกาสที่จะเรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการและเตรียมพร้อมที่จะเข้าสู่โลกของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของหลักสูตร

1. เพื่อพัฒนานิสิตนักศึกษา ให้มีความรู้ความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการ
2. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพนิสิตนักศึกษาให้มีทักษะความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการและสามารถประยุกต์ใช้ได้
3. เพื่อสนับสนุนนิสิตนักศึกษาที่มีศักยภาพ ให้มีโอกาสประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ

คุณสมบัติของผู้เข้าเรียน

นักศึกษาปริญญาตรีทุกสาขาชั้นปีที่ 2 ขึ้นไปที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ

ประโยชน์ที่ได้รับ

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 1) วิชาการเป็นผู้ประกอบการ 5.0 2) วิชาการตลาด 5.0 3) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 4) วิชาการเงิน 5.0 5) วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0
ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี	
จำนวนชั่วโมงที่ใช้ :	ใช้เวลาเรียนจากบทเรียนบนเว็บไซต์ด้วยตนเอง 6 ชั่วโมงต่อรายวิชา หรือทั้งหมด 30 ชั่วโมง (ภายใน 4 สัปดาห์) โดยผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองตามสภาพความพร้อมหรืออัตราการเรียนรู้ของแต่ละคน (Self-Placed Learning)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รายละเอียดบทเรียนชุดวิชา(Module)
หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์
เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

1. ลักษณะของโมดูล

โมดูลหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย 5 วิชา ดังนี้

1) วิชาผู้ประกอบการ 5.0 (Entrepreneur 5.0)

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง
- สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ประกอบด้วย คลิปวีดีโอความยาวประมาณ 12 นาทีและบทเรียนมัลติมีเดีย/เอกสารประกอบ
- รายวิชาวิชานี้มีการฝึกปฏิบัติโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

2) วิชาการตลาด 5.0 (Marketing 5.0)

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง
- สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ประกอบด้วย : คลิปวีดีโอความยาวประมาณ 12 นาทีและบทเรียนมัลติมีเดีย/เอกสารประกอบ

3) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 (Operations Management 5.0)

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง
- สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ประกอบด้วย : คลิปวีดีโอความยาวประมาณ 12 นาทีและบทเรียนมัลติมีเดีย/เอกสารประกอบ

4) วิชาการเงิน 5.0 (Finance5.0)

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง
-สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอนประกอบด้วย: คลิปวีดีโอความยาวประมาณ12 นาทีและบทเรียนมัลติมีเดีย/เอกสารประกอบ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

5) 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 ประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการในการประกอบอาชีพการเป็นผู้ประกอบการได้

3. ความรู้พื้นฐาน: มีทักษะในการใช้งานคอมพิวเตอร์เบื้องต้น

4. กิจกรรมการเรียนการสอน

4.1 เรียนจากบทเรียนผ่านเว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com

4.2 ทำกิจกรรมการเรียน การสอบถามและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้สอนบนเว็บบอร์ด และchat room

4.3 ผู้สอนกำหนดเนื้อหาแบ่งเป็นบทๆ ให้นิสิตนักศึกษาได้ศึกษาจากบทเรียนในคลิปวีดีโอ และสื่อการสอนในรูปของบทเรียนมัลติมีเดียรวมถึงยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับบทเรียนบนเว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com

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

4.5 นิสิตนักศึกษาเอกสารการสอนเพิ่มเติมตามที่ผู้สอนมอบหมายในแต่ละบทเรียน

5. การประเมินผล

5.1 การประเมินผลก่อนเรียน

นิสิตนักศึกษาทำแบบทดสอบความรู้พื้นฐานธุรกิจและทัศนคติของการเป็นผู้ประกอบการก่อนเข้าเรียนเพื่อประเมินความรู้พื้นฐานก่อนเข้าเรียน

5.2 การประเมินผลหลังเรียน

นิสิตนักศึกษาทำแบบทดสอบความรู้หลังจากเรียนจบในแต่ละบทเรียนจะต้องแสดงให้เห็นถึงการมีความรู้ทักษะตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของชุดวิชา มีการประเมินผลและให้คะแนน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

6. อุปกรณ์การเรียน

นิสิตนักศึกษาจำเป็นต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์หรือมือถือที่สามารถใช้อินเตอร์เน็ตได้ผ่านทางเว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com และบทเรียนบางบทเป็นคลิปวีดีโอ นิสิตนักศึกษาจะต้องมี Window Media Player ในเครื่องคอมพิวเตอร์และเอกสารประกอบที่ใช้เป็นไฟล์PDF

7. ระยะเวลาเรียน

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

Chulalongkorn University

โมดูลวิชาผู้ประกอบการ 5.0 (Entrepreneur 5.0)

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

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

กิจกรรมการเรียนการสอน

บรรยายด้วยคลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน

- คลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
- เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียน

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชา

ดร.วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์

CEO บจก.โนบิทเทอร์

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)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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. ประยุกต์กลยุทธ์การตลาดและนวัตกรรมทางด้านการตลาด

กิจกรรมการเรียนการสอน

บรรยายด้วยคลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน

- คลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
- เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียน

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชา

ดร.ธีรช์กรณ์ อุดมรัตนะมณี

ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจและการตลาด บริษัทไทยเจริญ จิวเวอรี่ จำกัด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

บรรยายด้วยคลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน

- คลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
- เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

เวลาที่ใช้ในการเรียน

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชา

คุณพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี CEO Revitalize Innovation Co., Ltd

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

ผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

เนื้อหา

บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารการปฏิบัติการ

1.1 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต

1.2 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า

1.3 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจบริการ

บทที่ 2 การประยุกต์ใช้การจัดการการปฏิบัติการและแนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัล

2.1 การประยุกต์ใช้การจัดการการปฏิบัติการกับการลดต้นทุน

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”

โมดูลวิชาการเงิน 5.0 (Finance 5.0)

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. อธิบายความหมาย แหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่และนวัตกรรมทางการเงิน
2. วิเคราะห์งบการเงินและอัตราส่วนทางการเงิน
3. ประยุกต์การบริหารทุนหมุนเวียน ความเสี่ยงทางการเงินและแผนการเงิน

กิจกรรมการเรียนการสอน

บรรยายด้วยคลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน

- คลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
- เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียน

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชา

คุณภัคย์พิชญา 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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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.สรศักย์ ชัยสถาผล

-อดีตอาจารย์ ประจำคณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ 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)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

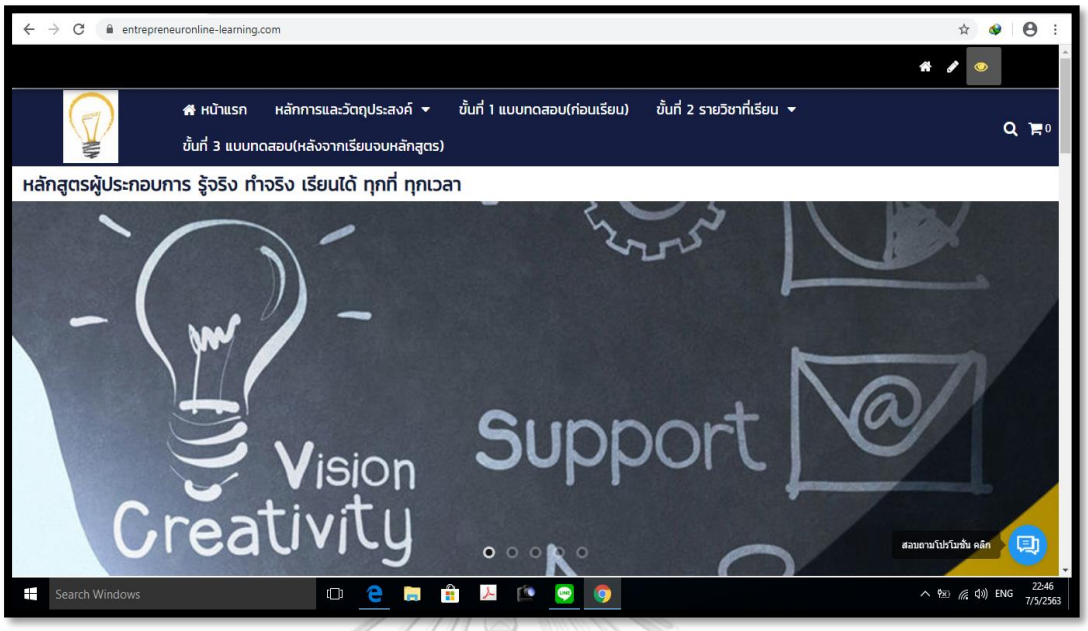
2) การสร้างบทเรียนออนไลน์ โดยใช้เว็บไซต์กึ่งสำเร็จรูปของ ReadyPlanet สำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

การเรียนการสอนในปัจจุบันได้นำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าช่วยแก้ปัญหาทางด้านการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้นักศึกษาสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเนื้อหาบทเรียนได้ตลอดทุกที่ ทุกเวลา จึงควรนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ประโยชน์ในลักษณะของการสอนบนเว็บไซต์ ซึ่งเป็นวิธีการที่ช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และพัฒนาไปตามความสามารถและศักยภาพของแต่ละบุคคลนับว่าเป็นสื่อการเรียนการสอนที่มีประโยชน์อย่างมาก ผู้สอนสามารถใช้ในการสอนเนื้อหาโดยผู้เรียนสามารถทบทวนบทเรียน ทำแบบฝึกหัดและแบบทดสอบด้วยตนเองได้

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้เว็บไซต์กึ่งสำเร็จรูปของ ReadyPlanet ซึ่งมีระบบบริหารข้อมูล (CMS:Content Management System) และรูปแบบสำเร็จรูป (Templates) โดยผู้วิจัยได้จดโดเมน www.entrepreneuronline-learning.com มีขั้นตอนการออกแบบออกแบบหน้าจอและเทมเพลทในการการสร้างบทเรียนออนไลน์ โดยใช้เว็บไซต์กึ่งสำเร็จรูปของ ReadyPlanet ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

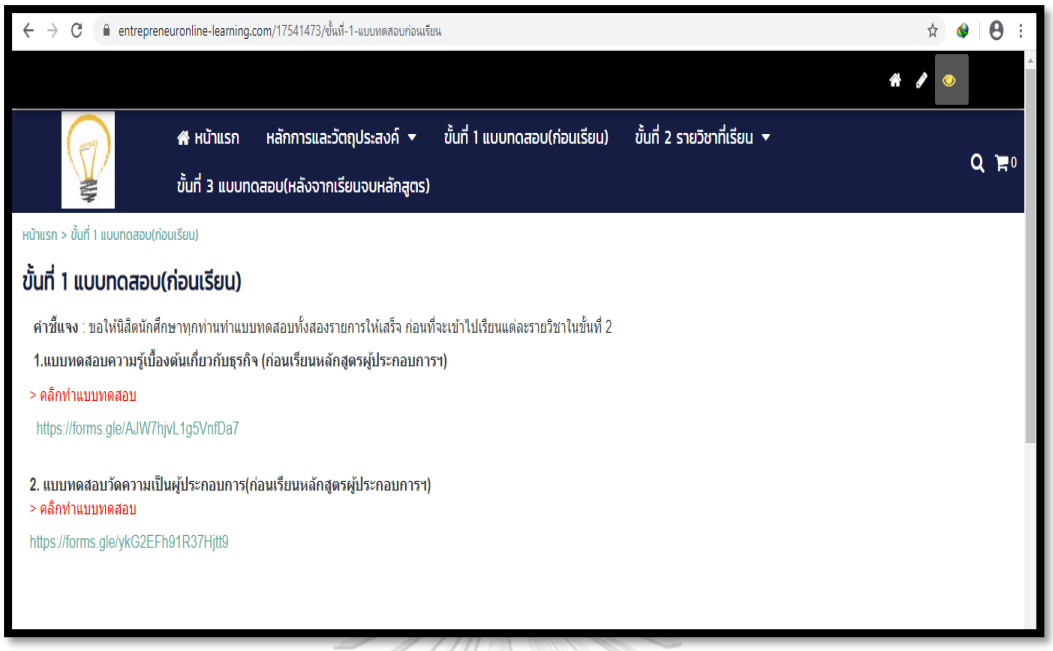
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แบบทดสอบก่อนเรียน ประกอบด้วย

1) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ

2) แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ

หลังจากผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนเสร็จแล้ว ข้อมูลจะถูกส่งจัดเก็บแบบออนไลน์(Google Documents) หลังจากนั้น ผู้วิจัยจะทำการตรวจคะแนนของผู้เรียนแต่ละคนและจัดเก็บไว้



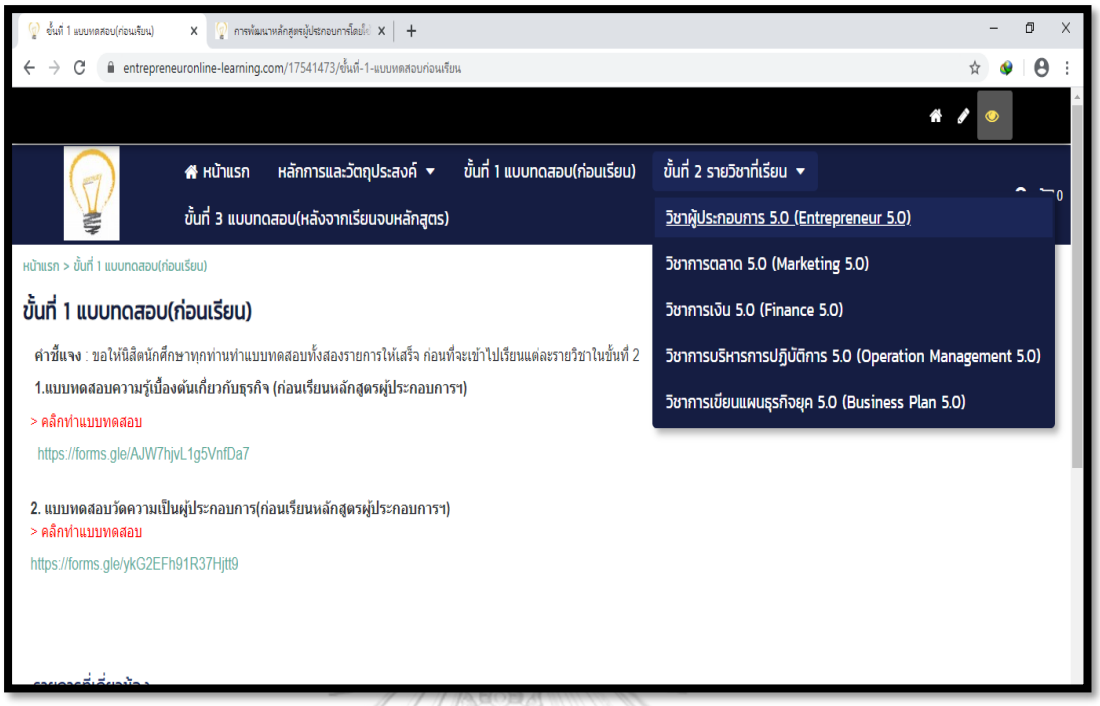
3. ผู้เรียนเข้าสู่ขั้นตอนที่ 2.ในเว็บไซต์ คือ รายวิชาของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ ประกอบด้วย 5 รายวิชา โดยเรียงลำดับตามความยากง่ายของเนื้อหาแต่ละรายวิชา

-เริ่มเรียนจากวิชาผู้ประกอบการ 5.0 ก่อน ตามด้วยวิชาการตลาด วิชาการเงินวิชาการบริหารปฏิบัติการ และวิชาสุดท้ายคือวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0

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

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University



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

การฝึกปฏิบัติงานตามโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)	ฝึกปฏิบัติแบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจใหม่ (Business Plan Simulation)

5. หลังจากผู้เรียนเรียนจบหลักสูตรผู้ประกอบการ ฯในขั้นที่ 2 แล้วผู้เรียนต้องทำแบบทดสอบหลังเรียนจบในขั้นตอนที่ 3 ในเว็บไซต์

แบบทดสอบหลังเรียน ประกอบด้วย

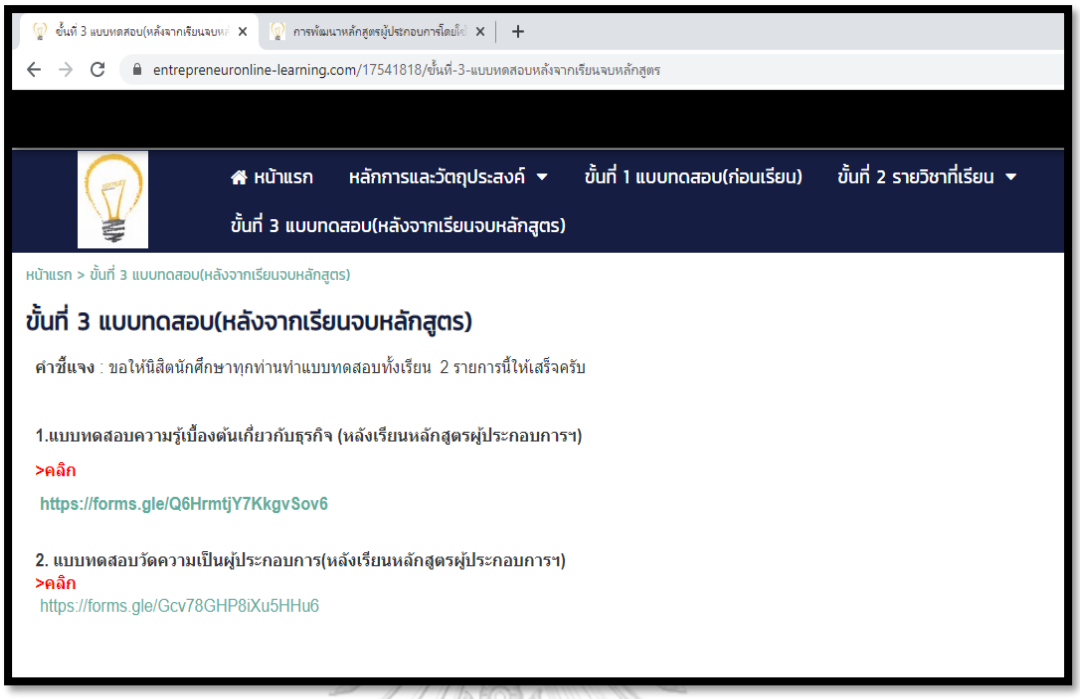
1) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ

2) แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ

-หลังจากผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียนเสร็จแล้ว ข้อมูลจะถูกส่งจัดเก็บแบบออนไลน์(Google Documents)

-ผู้วิจัยจะทำการตรวจคะแนนของผู้เรียนแต่ละคนและเปรียบเทียบผลคะแนนก่อนเรียนกับหลังเรียน

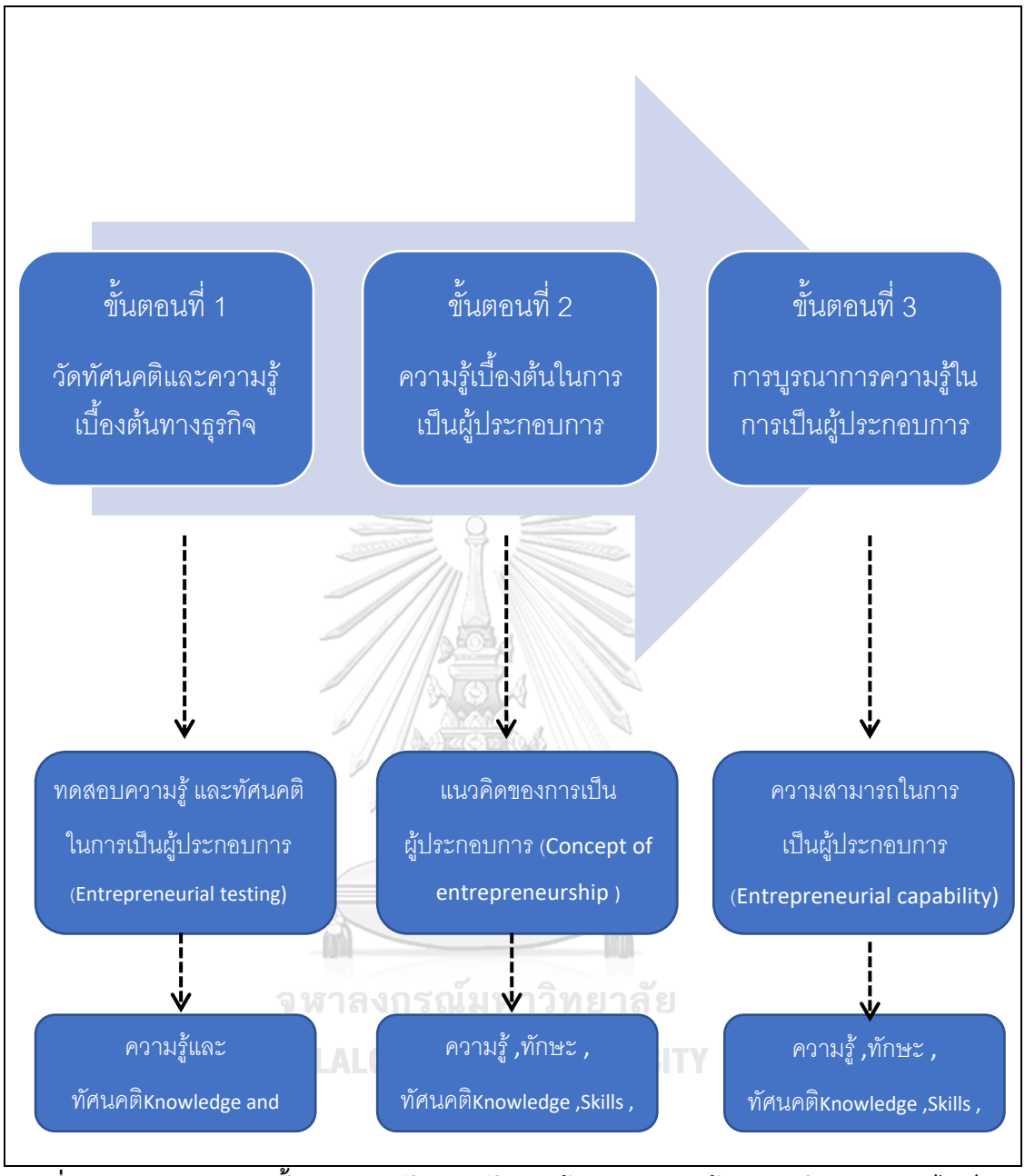
-แจ้งคะแนนกลับไปให้ผู้เรียนแต่ละคนทราบผ่านเบอร์มือถือ /ไลน์ไอดี/อีเมลที่ผู้เรียนแต่ละคนแจ้งไว้ภายใน 1-2 วัน



2) การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University



รูปที่ 4.1 แผนภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ขั้นตอนที่ 1 วัดทัศนคติและความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจ : เปรียบเทียบผลการทดสอบความรู้และทัศนคติในการเป็นผู้ประกอบการก่อนเรียนและหลังเรียน

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

ขั้นตอนที่ 3 การบูรณาการความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ : ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial capability) เป็นการพัฒนานิสิตนักศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการและสร้างศักยภาพนิสิตนักศึกษาให้มีทักษะความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการและสามารถประยุกต์ใช้ได้ 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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผล (Evaluation)

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้หลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาจำนวน 70 คน เปรียบเทียบคะแนนจากแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนของกลุ่มตัวอย่าง และหาความพึงพอใจของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

สรุปผลการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาด้วย 5 ขั้นตอนของ ADDIE Model ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.16 สรุปการประยุกต์ใช้ขั้นตอนทั้ง 5 ของ ADDIE Model ในการออกแบบหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

3.2 ผลการทดลองหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

1) ผลทดสอบความรู้เบื้องต้นการเป็นผู้ประกอบการ
2) ผลทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ
3) ผลการสอบหลังเรียน 5 วิชาของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

4) ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2) ผลทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ

ในภาพรวม พบว่า ผลทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 59.19 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 70.11 รายละเอียดดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการก่อนเรียนและหลังเรียน (n=70)

กลุ่มนิสิตนักศึกษา	แบบทดสอบความเป็นผู้ประกอบการ	$\overline{X}$	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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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 วิชาของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์

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

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

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

ตารางที่ 4.19 ผลทดสอบหลังเรียน 5 วิชาของนิสิตนักศึกษาแบ่งตามสาขาวิชา (n=70)

วิชา	นิสิตนักศึกษา กลุ่มวิทยาศาสตร์ (n =42)			นิสิตนักศึกษา ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ (n =28)			ภาพรวม (n =70)		
	%	$\overline{X}$	S.D.	%	$\overline{X}$	S.D.	%	$\overline{X}$	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 และไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ พบว่า คะแนนของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ในวิชาผู้ประกอบการ 5.0 วิชาการตลาด 5.0 วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 และวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นวิชาการเงิน 5.0 ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ คะแนนของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์สูงกว่านักศึกษากลุ่มไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ทุกรายวิชา รายละเอียดดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบความแตกต่างหลังเรียน 5 วิชาของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์

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 นักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์

4) ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

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

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ (n=70)

รายการประเมิน	กลุ่มนิสิตนักศึกษา	$\overline{X}$	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 ($\overline{X}$ = 3.73) รองลงมา คือ ด้านเนื้อหาวิชา ($\overline{X}$ = 3.70) ด้านสื่อ เอกสารและอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน ($\overline{X}$ = 3.64)ด้านผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร ($\overline{X}$ = 3.58) และด้านวิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน ($\overline{X}$ = 3.56) และนิสิตนักศึกษามีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านการประเมินผล ($\overline{X}$ = 3.37) และด้านองค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ ($\overline{X}$ = 3.38)

จากนั้นทำการผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจจำแนกตามกลุ่มนิสิตนักศึกษาระหว่างนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ ต่อหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา พบว่า นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ด้าน โดยที่ด้านรายละเอียดของหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่น ๆ ($\overline{X}$ = 3.70) รองลงมา คือ ด้านสื่อ เอกสารและอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน ($\overline{X}$ = 3.67) ด้านเนื้อหาวิชา ($\overline{X}$ = 3.65) ด้านผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร ($\overline{X}$ = 3.64) ด้านวิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน ($\overline{X}$ = 3.57) ด้านการประเมินผล ($\overline{X}$ = 3.51) และด้านองค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ ($\overline{X}$ = 3.46) ในขณะที่ นิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมาก จำนวน 4 ด้าน โดยที่ด้านรายละเอียดของหลักสูตร ($\overline{X}$ = 3.78) และด้านเนื้อหาวิชา ($\overline{X}$ = 3.78) มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่น ๆ รองลงมา คือ ด้านสื่อ เอกสารและอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน ($\overline{X}$ = 3.58) ด้านวิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน ($\overline{X}$ = 3.55) และด้านผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร ($\overline{X}$ = 3.49) ขณะที่ด้านองค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ ($\overline{X}$ = 3.24) และด้านการประเมินผล ($\overline{X}$ = 3.15) ที่มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาด้านรายละเอียดของหลักสูตร พบว่า นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น ยกเว้น ประเด็นคุณสมบัติของผู้เข้าเรียน ($\overline{X}$ = 3.26) มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลาง เช่นเดียวกันนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น ยกเว้น ประเด็นคุณสมบัติของผู้เข้าเรียน ($\overline{X}$ = 3.07) ที่มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาด้านเนื้อหาวิชา พบว่า นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็นเช่นเดียวกัน

เมื่อพิจารณาด้านวิธีการสอนและกิจกรรมการเรียนการสอน พบว่า นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น ส่วนนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น ยกเว้น ประเด็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ประยุกต์แนวคิดศาสตร์ทางการเป็นวิชาชีพและ/หรือศาสตร์ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการเรียนรู้ ($\overline{X}$ = 3.11) ที่มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาด้านสื่อ เอกสารและอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอน พบว่า นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็นเช่นเดียวกัน

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

เมื่อพิจารณาด้านองค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ พบว่า นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมากในทุก ๆ ประเด็น ยกเว้น ประเด็นความสม่ำเสมอของรูปแบบตลอดของเว็บไซต์ ได้แก่ การมีรูปแบบ กราฟิก โทนสีและการตกแต่งต่าง ๆ ในแต่ละหน้าบนเว็บไซต์ที่มีความคล้ายคลึงกัน และเป็นแนวเดียวกันไปตลอด ($\overline{X}$ = 3.29) ที่มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลาง ส่วนนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับปานกลางในทุกๆประเด็น

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

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจระหว่างนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

รายการประเมิน	*t*	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. องค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์	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 นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์, j คือ นิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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 ขึ้นไปจากกลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์จาก 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) และหลักสูตรผู้ประกอบการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI)

2. ประเภทข้อมูลจากบุคคล ประกอบด้วย

2.1 ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรี จำนวน 8 คน เพื่อศึกษาแนวคิดและการดำเนินงานของหลักสูตรผู้ประกอบการในปัจจุบันและวิเคราะห์ปรัชญา/ที่มา เหตุผลและความสำคัญของหลักสูตร วัตถุประสงค์ของหลักสูตร จำนวนปีที่เปิดสอน จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี การเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเรียน วิชาแกน/วิชาบังคับ วิชาเลือก (Elective) หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน วิธีในการจัดลำดับการเรียนแต่ละวิชา หลักการและแนวคิดในการออกแบบการเรียนการสอนของแต่ละวิชาในหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสอน/กิจกรรมในการพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของการเป็นผู้ประกอบการ และข้อจำกัด

2.2 ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโท จำนวน 9 คน เพื่อศึกษาแนวคิดและการดำเนินงานของหลักสูตรผู้ประกอบการในปัจจุบันและวิเคราะห์ปรัชญา/ที่มา เหตุผลและความสำคัญของหลักสูตร วัตถุประสงค์ของหลักสูตร จำนวนปีที่เปิดสอน จำนวนนักศึกษาที่รับต่อปี การเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเรียน วิชาแกน/วิชาบังคับ วิชาเลือก (Elective) หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน วิธีในการจัดลำดับการเรียนแต่ละวิชา หลักการและแนวคิดในการออกแบบการเรียนการสอนของแต่ละวิชาในหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสอน/กิจกรรมในการพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของการเป็นผู้ประกอบการ และข้อจำกัด

2.3 ผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นและการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ จากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 3 คน จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน เพื่อศึกษาแนวคิดและการดำเนินงานของสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ ได้แก่ ปรัชญา/ที่มา เหตุผลและความสำคัญของการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยวิชา/หลักสูตร จำนวนผู้เข้ารับการอบรมที่คาดว่าจะรับต่อปี งบประมาณของการจัดหลักสูตรฝึกอบรมการต่อปี/ค่าใช้จ่ายในการอบรมต่อหัว หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน แนวคิดในการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมแต่ละวิชาที่ใช้สอน การจัดลำดับการเรียนแต่ละวิชา กิจกรรมที่จัดให้กับผู้เข้ารับการอบรม เกณฑ์ในการผ่านการอบรม และข้อจำกัด

2.4 ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี เลือกแบบเฉพาะเจาะจง ตามประเภทมหาวิทยาลัย ๆ ละ 3 แห่ง รวมทั้งสิ้น 15 แห่ง จำนวน 15 คน เพื่อศึกษาความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนักศึกษา แนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการนักศึกษาตามที่มหาวิทยาลัยมุ่งหวัง

2.5 ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง จำนวน 20 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการผลิต ผู้ประกอบการด้านการค้า ผู้ประกอบการด้าน

บริการ เพื่อศึกษา มุมมองของผู้ประกอบการที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ฯว่า สอดคล้องกับการเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ รวมถึงคุณลักษณะผู้ประกอบการ ได้แก่ ในด้านพฤติกรรม ด้านคุณลักษณะและด้านทักษะ

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

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

2.8 นักศึกษาที่สมัครใจในการทดลองใช้หลักสูตรผู้ประกอบการฯ จำนวน 70 คน จากกลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์

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 ที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่องการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา จำแนกขั้นตอนดำเนินการวิจัยออกเป็น3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ และการพัฒนาผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษา

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 หลักเกณฑ์และแนวคิดในการเลือกวิชาที่ใช้สอน แนวคิดในการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมแต่ละวิชาที่ใช้สอน การจัดลำดับการเรียนแต่ละวิชา กิจกรรมที่จัดให้กับผู้เข้ารับการอบรม เกณฑ์ในการผ่านการอบรม และข้อจำกัด จำนวน 3 คน โดยวิธีการสัมภาษณ์ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ให้ได้มาซึ่ง สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา

ขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์ความต้องการงานของหลักสูตรผู้ประกอบการ ซึ่งนำไปสู่แนวคิดหลักในการสร้างและพัฒนารูปแบบการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา การดำเนินงานแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

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

ส่วนที่ 2 ศึกษาความเห็นของผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ จำนวน 20 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการผลิต ผู้ประกอบการด้านการค้า ผู้ประกอบการด้านบริการ เพื่อศึกษาว่า มุมมองของผู้ประกอบการที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ฯ สอดคล้องกับการเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ รวมถึงคุณลักษณะผู้ประกอบการได้แก่ ในด้านพฤติกรรม ด้านคุณลักษณะและด้านทักษะ

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

ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ส่วนที่ 1 จัดทำโครงร่างหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 และ 2 มากำหนดเป็นโครงร่างรูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ADDIE model มาประยุกต์ในขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาฯ มีกระบวนการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ 2) การออกแบบ 3) การพัฒนา 4) การดำเนินงาน และ 5) การประเมินผล ซึ่งหลักสูตรดังกล่าวประกอบด้วย 5 ชุดวิชา (โมดูล) ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการ 5.0 2) การตลาด 5.0 3) การเงิน5.0 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 โดยใช้เกณฑ์การคัดเข้าคือ เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ สนใจร่วมทดลองเรียนโดยสมัครใจ และลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com ที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้น

ส่วนที่ 4 ประเมินผลหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการเปรียบเทียบก่อนเรียนและหลังเรียนของกลุ่มตัวอย่าง และหาความพึงพอใจของหลักสูตรผู้ประกอบการ ได้แก่ 1) ความรู้เบื้องต้นการเป็นผู้ประกอบ 2)ความเป็นผู้ประกอบการ 3) ผลการทดสอบหลังเรียน 5 วิชา และ 4) ผลความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัย เรื่องการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1. สภาพปัจจุบันของผลการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ

1. ผลการวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศ

จากการวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศ จากเอกสารและการสืบค้นจากอินเตอร์เน็ตที่เกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศในระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโท และหลักสูตรอบรมระยะสั้น ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ

ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ จากการวิเคราะห์เอกสารและจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศจำนวน 8 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พบว่า ทุกแห่งใช้ชื่อเป็นหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (Bachelor of Business Administration)และรูปแบบของหลักสูตร 4 ปี ส่วนใหญ่อยู่ภายใต้คณะวิทยาการจัดการ/วิทยาลัยผู้ประกอบการ/คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจฯ/คณะพาณิชย์และการบัญชี จำนวนหน่วยกิตที่เรียนตลอดหลักสูตรระหว่าง 128- 133 หน่วยกิต ส่วนใหญ่เปิดสอนมากกว่า 5 ปีและจำนวนนักศึกษาที่รับต่อปีน้อยกว่า 100 คน ทุกแห่งเปิดโอกาสให้นักศึกษาต่างคณะสามารถเลือกเรียนรายวิชาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิชาเลือกได้ วิชาแกนที่มีสอนในมหาวิทยาลัยทุกแห่งได้แก่ การเงิน การตลาด บัญชี การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร เศรษฐศาสตร์ กฎหมายธุรกิจและสถิติ รายวิชาเอกส่วนใหญ่ มาจาก 4 กลุ่มวิชา ได้แก่ 1) กลุ่มวิชาการตลาด 2) กลุ่มวิชาการจัดการองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ 3) กลุ่มวิชาการจัดการทางธุรกิจ และ4) กลุ่มวิชาการจัดการทางระบบสารสนเทศ รายวิชาส่วนใหญ่มาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต กลยุทธ์การสอน/กิจกรรมในการพัฒนาคุณลักษณะพิเศษของการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาส่วนใหญ่ได้แก่ การประกวดแผนธุรกิจ เสนอแนวคิดธุรกิจที่น่าสนใจ (Pitch ideas) หรือกิจกรรมต่างๆ ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัย เช่น โครงการฝึกงานการทดลองจำหน่ายสินค้า

1.2 ผลวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ

ผลการวิเคราะห์หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ จากการวิเคราะห์เอกสาร และจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ จำนวน 9 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอม

เกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิตและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ 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.ภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ 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 ภาวะผู้นำและพฤติกรรมองค์การ 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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 2 ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีในประเทศ

ผลการศึกษาความต้องการของมหาวิทยาลัย 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 เห็นว่าไม่จำเป็นที่ทุกมหาวิทยาลัยต้องเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการเพราะขึ้นอยู่ความพร้อมและความเชี่ยวชาญของแต่ละมหาวิทยาลัย แต่ควรเปิดเป็นหลักสูตรระยะสั้นสำหรับนักศึกษาทุกคณะที่สนใจมาเรียน ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ารูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรจะเป็นหลักสูตรระยะสั้น เพราะเกิดผลเร็ว และนักศึกษาสนใจที่จะเรียนมากกว่า ส่วนด้านวิธีการสอน ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่า วิธีการสอนที่เหมาะสม คือการสอนแบบประสบการณ์จริง/ลงมือปฏิบัติจริง การสอนผสมผสานทฤษฎีและปฏิบัติ และวิธีการสอนแบบโครงงาน ด้านรายวิชาที่สนใจ ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่า รายวิชาที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ 5 อันดับแรก ได้แก่ การตลาด การเงิน การบริหารการปฏิบัติการ การวางแผนทางธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีของผู้ประกอบการ

สรุปผลจากสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ จำนวน 20 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการผลิต จำนวน 8 คน ผู้ประกอบการด้านการค้าจำนวน 5 คน และผู้ประกอบการด้านบริการ จำนวน 7 คน พบว่า ผู้ประกอบการทั้งหมดมีความคิดเห็นว่าหลักสูตรผู้ประกอบการมีประโยชน์ในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการและสามารถเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาได้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เห็นว่า หลักสูตรผู้ประกอบการสอดคล้องกับทิศทางการส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เห็นว่า หลักสูตรดังกล่าวสามารถสนองตอบความต้องการของผู้เรียนเพื่อการเข้าสู่อาชีพหลังจบการศึกษาได้ และเห็นว่า รูปแบบหลักสูตรผู้ประกอบการควรเป็นหลักสูตรระยะสั้น วิธีการสอนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดกับยุคปัจจุบัน คือ ฝึกปฏิบัติจริง วิธีการสอนแบบผสมผสานทฤษฎีและปฏิบัติ และวิธีการสอนแบบให้ผู้ประกอบการ มาถ่ายทอดประสบการณ์ สำหรับกิจกรรมการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่า ควรฝึกงานกับบริษัทผู้ประกอบการ/สหกิจและฝึกปฏิบัติจริงกับงานที่ได้รับมอบหมาย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่า รายวิชาที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ 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 (ร้อยละ35.38) บทบาทของผู้สอน คือ มีความรู้และประสบการณ์จริงและสามารถแก้ปัญหาให้กับผู้เรียนได้ จำนวน 290 คน (ร้อยละ74.36) และสามารถบูรณาการสิ่งที่ต้องการให้ผู้เรียนได้เรียนรู้เชื่อมโยงกับประสบการณ์เดิมของผู้เรียนจำนวน 248คน (ร้อยละ63.59) 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)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ส่วนที่ 3 การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการ

แนวคิด ADDIE model เป็นกระบวนการพัฒนารูปแบบการสอนที่นิยมใช้กันในออกแบบการเรียนการสอนและการฝึกอบรม 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) การเงิน5.0 4) การบริหารการปฏิบัติการ 5.0 และ 5) การเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 ตามแผนภาพที่ 5.1 ดังนี้

รูปที่ 5.1 ขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์โดยใช้แอดดี้โมเดล (ADDIE Model)

(ที่มา : ผู้วิจัย)

หลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์โดยใช้แอดดี้โมเดล ประกอบด้วย 5 ชุดวิชา ได้แก่ วิชาผู้ประกอบการ 5.0 วิชาการตลาด 5.0 วิชาการเงิน 5.0 วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 และวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 ผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้หลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างนิสิตนักศึกษาจำนวน 70 คนจากกลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ เพื่อเปรียบเทียบก่อนเรียนและหลังเรียนของกลุ่มตัวอย่างและหาความพึงพอใจของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ ดังนี้

ผลการทดสอบความรู้เบื้องต้นทางธุรกิจก่อนเรียนและหลังเรียนของนิสิตนักศึกษาทั้งหมด 70 คน

พบว่า ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 55.86 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

75.57 นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 55.71 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 75.24 และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 56.07 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 76.07

ผลการทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการก่อนเรียนและหลังเรียนของนิสิตนักศึกษาทั้งหมด 70 คน

พบว่า ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 59.19 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 70.11 นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 60.14 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 71.98 และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 57.75 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 67.32

ผลการสอบหลังเรียน 5 วิชาของนิสิตนักศึกษาทั้งหมด 70 คน

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

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

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

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ ของนิสิตนักศึกษาทั้งหมด 70 คน

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

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันของผลการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการในประเทศ

ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรี พบว่า หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในมหาวิทยาลัยของรัฐอยู่ภายใต้คณะวิทยาการจัดการ/คณะพาณิชย์/คณะเทคโนโลยีการจัดการ และส่วนมหาวิทยาลัยเอกชนอยู่ภายใต้วิทยาลัยผู้ประกอบการ/คณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ รายวิชาส่วนใหญ่ในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ขณะที่หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศของรัฐ 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 และกลยุทธ์ในการออกจากธุรกิจอย่างได้ประโยชน์ ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่า การสร้างหลักสูตรผู้ประกอบการที่แท้จริงในการเตรียมความพร้อมนักศึกษาในการ

เริ่มต้นธุรกิจนั้น หลักสูตรออนไลน์ระยะสั้นน่าจะเป็นทางออกที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนิสิตนักศึกษา โดยอาจจะเปิดเป็นหลักสูตรประกาศนียบัตร (Non-degree) ซึ่งนิสิตนักศึกษาทุกคณะสามารถลงเรียนได้ 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 กลุ่มวิชาการจัดการการดำเนินงาน 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 สอดคล้องกับรายงานของคณะกรรมาธิการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ เรื่องการสร้างสังคมผู้ประกอบการ (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2559 ,p.3-5) ได้กล่าวถึงว่า โครงสร้างพื้นฐานและมาตรการสนับสนุนของภาครัฐยังไม่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ รวมถึงขาดการส่งเสริมการเรียนรู้ให้เป็นผู้ประกอบการหลังจากสำเร็จการศึกษา 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 และยังสอดคล้องกับผลสำรวจของประเทศสหรัฐอเมริกาเกี่ยวกับหลักสูตรหรือโปรแกรมการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการระหว่างปี 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 อันดับแรกของการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการได้แก่ การเป็นผู้ประกอบการ การวางแผนทางธุรกิจ การเงินสำหรับผู้ประกอบการ การจัดตั้งธุรกิจใหม่ และการจัดการนวัตกรรม

3. การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการ

1) การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาผ่านการเรียนการสอนออนไลน์โดยใช้แอดดี้โมเดล

หลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์โดยใช้แอดดี้โมเดล ประกอบด้วย 5 ชุดวิชา 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 รายวิชามีระดับความเหมาะสมในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาผ่านการเรียนการสอนออนไลน์โดยใช้แอดดี้โมเดล ทำให้หลักสูตรผู้ประกอบการมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด สามารถนำไปใช้ได้ในการสอนได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pralabraksa (2016 p.110-114) ได้มีการพัฒนารูปแบบการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมโดยใช้แอดดี้โมเดล พบว่า ผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบของรูปแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.84) และผลการประเมินความเหมาะสมของขั้นตอนการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียโดยผู้เชี่ยวชาญ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.82)

2) การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรวมทั้ง 5 วิชาของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ พบว่า คะแนนของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์สูงกว่านิสิตนักศึกษากลุ่มไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ทุกรายวิชา กล่าวคือ นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรวมทั้ง 5 วิชาเท่ากับร้อยละ 76.56 และนิสิตนักศึกษากลุ่มไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรวมทั้ง 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 การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาผ่านการเรียนการสอนออนไลน์โดยใช้แอดดี้โมเดลมีความสัมพันธ์กับการเสริมสร้างผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนได้ดี สอดคล้องกับ Jongburanasit (2019, p.12) กล่าวว่า แอดดี้โมเดลเป็นกระบวนการออกแบบและพัฒนารูปแบบการสอนที่นักเทคโนโลยีการศึกษานิยมนำมาใช้ในการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนเป็นรูปแบบที่ง่ายและมีขั้นตอนชัดเจน สามารถนำมาใช้ในการออกแบบและพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนได้เป็นอย่างดี และงานวิจัยของ Prakobpol (2020, p.9-13) ที่กล่าวว่า การออกแบบและพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนโดยใช้แอดดี้โมเดล พบว่า ทำให้บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพและประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี

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

ภาพรวมนิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรผู้ประกอบการในระดับมาก ($\overline{X}$ =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 ($\overline{X}$ = 4.14, S.D. = 0.64)

3) ผลการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯพบว่า รายการประเมินความพึงพอใจข้อที่ (5) การประเมินผล และ (6) องค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านประเมินผล พบว่า นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจมาก ($\overline{X}$ = 3.51) นิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจ ปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.15) และด้านองค์ประกอบของการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ พบว่า นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจมาก ($\overline{X}$ = 3.46) และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.24) สอดคล้องกับงานวิจัยของ จตุพัฒน์ ประพจนสมบูรณ์ (2562) จากการวิจัยการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างภาวะผู้ประกอบการของนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พบว่า สภาวะแวดล้อมการศึกษาวิชาผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการสร้างทักษะความเป็นผู้ประกอบการในนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยส่วนใหญ่แล้วนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจะมีความตั้งใจและมีทักษะของการประกอบอาชีพนั้นๆตามคณะหรือสาขาวิชาที่ได้ศึกษามา มีเพียงนักศึกษาส่วนน้อยเท่านั้นที่ค้นพบว่าคณะหรือสาขาที่ได้เรียนมานั้นไม่ตรงกับความต้องการของตัวเองจึงได้ออกหาประสบการณ์ หรือการเรียนรู้อื่นๆมาเพิ่มเติม ยกเว้นในนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีประยุกต์ เช่น นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ และนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่มีการเรียนการสอนสอดแทรกวิชาผู้ประกอบการเข้าไปในเนื้อหาหลักสูตรอยู่บ้าง ทำให้นักศึกษาในสายนี้มีความรู้และความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมากกว่าเมื่อเทียบกับนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์สุขภาพและนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์บริสุทธิ์

4) ผลการทดสอบความแตกต่างหลังเรียน 5 วิชาของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ พบว่า วิชาการเงิน 5.0 ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า วิชาการเงิน 5.0 ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์มีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนวิชาการเงิน 5.0 เท่ากับร้อยละ 84.22 และนิสิตนักศึกษากลุ่มไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ มีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนวิชาการเงิน 5.0 เท่ากับร้อยละ 82.41 เนื่องจากวิชาการเงิน มีการใช้การคำนวณค่อนข้างมาก นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ที่มีการใช้คณิตศาสตร์ในการเรียนมาตลอด ดังนั้นเมื่อมาเรียนวิชาการเงินซึ่งส่วนใหญ่เป็นการคำนวณ จึงทำให้นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ทำคะแนนวิชาการเงินได้ไม่แตกต่างกับนักศึกษากลุ่มไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์

5) การเปรียบเทียบผลทดสอบวัดความเป็นความเป็นผู้ประกอบการก่อนเรียนและหลังเรียนของนิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ พบว่า นิสิตนักศึกษากลุ่มวิทยาศาสตร์ ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 60.14 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 71.98 และนิสิตนักศึกษาไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ ผลทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 57.75 และผลการทดสอบหลังเรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 67.32 แสดงให้เห็นว่าหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาผ่านการเรียนการสอนออนไลน์ สามารถเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการให้กับผู้เรียนได้ และนิสิตนักศึกษาทั้งกลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ต่างก็มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการได้ 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 สาขามีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอยู่ที่ระดับปานกลาง และสอดคล้องงานวิจัยของ เมธาวี เกียรติพรพิเชฐ และจรัญญา ปานเจริญ (2562, p.1) ได้ศึกษาและเปรียบเทียบคุณลักษณะและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำนวน 400 คน พบว่า ระดับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการโดยรวมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรภาษาไทย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ อยู่ในระดับสูง และมีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก

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

ผ่านมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ ๆ ที่ดีกว่าเดิมในการทำงาน ต้องมีความสนใจแสวงหาความรู้เพิ่มเติม ในอดีตผู้ประกอบการมักไม่ได้เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับสูง แต่ก็ได้เรียนรู้ มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ที่ทำการผลิต ดังนั้นผู้ประกอบการที่ดีจะต้องขวนขวายหาความรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา

7) การที่นิสิตนักศึกษาเข้ามาเรียนด้วยตนเอง และวิธีการที่สามารถทำให้สามารถรักษาคนที่เข้ามาเรียนได้จำนวนมาก คือ รับ 100 คงอยู่ 70 ต้องมีการสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนอยู่ในระบบต่อไปด้วย การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง (Self-Placed Learning) ตามสภาพความพร้อมหรืออัตราการเรียนรู้ของแต่ละคน ได้แก่ รายวิชาจึงถูกออกแบบให้กระชับ เข้าใจง่าย ใช้เวลาเรียนไม่มากแต่ละรายวิชามีการใช้กรณีศึกษาของบริษัทต่างๆในการดำเนินเรื่อง ทำให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงความรู้ หรือสร้างความรู้ให้เกิดขึ้นในตนเองหลังจากเรียนจบแต่ละเรื่องได้ทันที หลังจากที่ผู้เรียนทำแบบทดสอบของแต่ละบทเสร็จ ทางผู้วิจัยก็จะมีการแจ้งผลคะแนนให้ผู้เรียนทราบภายใน 1วันทำให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับกิจกรรมการเรียนรู้และอยากที่จะเรียนวิชาอื่นๆ ต่อไปจนจบ สอดคล้องกับปราวีณยา สุวรรณณัฐโชติ (2564) กล่าวว่า กิจกรรมการเรียนรู้ออนไลน์ ผู้สอนจะต้องพิจารณา 2 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การให้ข้อมูลป้อนกลับแก่ผู้เรียน การได้รับข้อเสนอแนะจะทำให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ได้จากข้อเสนอแนะของผู้สอน โดยการให้ ข้อเสนอแนะอาจจะมาหลังจากช่วงเวลาที่ผู้สอนกระตุ้นให้ผู้เรียนทำงานใดๆ 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) หรือบางกิจกรรมจำเป็นที่ต้องพิจารณา การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ร่วมกัน (Collaboration Skills) ดังนั้นการออกแบบกิจกรรมจึงสามารถออกแบบได้หลากหลาย มากขึ้นทั้งรายบุคคล เป็นคู่ หรือเป็นกลุ่มย่อย เป็นต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำไปใช้และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1.ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ผลการวิจัยครั้งนี้มีการวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า มีนิสิตนักศึกษาที่สนใจจะเรียนหลักสูตรผู้ประกอบการฯ จำนวน 360 คน (ร้อยละ 92) เมื่อสำเร็จการศึกษาตั้งใจค่อนข้างมากที่จะทำธุรกิจของตนเองและทำธุรกิจของตนเองหลังจบการศึกษาแน่นอน จำนวน 223 คน (ร้อยละ 57.19) ดังนั้นควรมีหลักสูตรเฉพาะที่จะส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง ผู้บริหารมหาวิทยาลัยสามารถนำไปใช้วางแผนรายวิชาที่นิสิตนักศึกษาสนใจที่จะเรียนได้ โดยเปิดเป็นวิชาเลือกให้นิสิตนักศึกษาทุกคณะสามารถลงเรียนได้ตาม

ความสนใจ เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาก่อนที่จะเริ่มต้นธุรกิจจริงในอนาคต โดยอาจจะใช้สอนผ่านช่องทางการเรียนออนไลน์ของแต่ละมหาวิทยาลัย

1.2 สามารถนำเอาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาผ่านการเรียนการสอนออนไลน์นี้ไปใช้สอนกับนิสิตนักศึกษาในมหาวิทยาลัยอื่นๆ ที่มีความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมความพร้อมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของไทย โดยอาจจะใช้สอนผ่านช่องทางการเรียนออนไลน์ของแต่ละมหาวิทยาลัย หรือช่องทางการเรียนการสอนผ่านออนไลน์ Thai MOCC ซึ่งเป็นการศึกษาที่นิสิตนักศึกษาทุกคนสามารถเข้าถึงได้มีทางเลือกในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพตนเองและเป็นต้นแบบในการสร้างผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาอื่นที่สนใจและสามารถนำไปปรับปรุงให้บุคคลทั่วไปที่สนใจเป็นผู้ประกอบการใช้เรียนได้ ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์ต่อวงการการศึกษา

1.3 จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบว่านิสิตนักศึกษาทั้งกลุ่มวิทยาศาสตร์และไม่ใช่กลุ่มวิทยาศาสตร์ต่างก็มีสมรรถนะหรือคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำผลการวิจัยไปใช้ในแนวทางในการออกแบบการพัฒนาศักยภาพคุณลักษณะผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา เพราะคุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ และควรได้รับการส่งเสริมจากมหาวิทยาลัยที่นักศึกษาสังกัดในการนำแนวคิดสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการนี้ไปใช้ในการพัฒนานิสิตนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

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

2.2 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการประเภทอื่นๆ เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจใหม่ที่สอดรับกับ New S-Curve ผู้ประกอบการออกแบบสื่อดิจิทัล ผู้ประกอบการด้านผลิตหุ่นยนต์อาจจะมีความคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการไม่เหมือนกัน เพราะสมรรถนะหรือคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ ควรปฏิบัติคู่ขนานกันระหว่างการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการกับการพัฒนาศักยภาพคุณลักษณะผู้ประกอบการ

2.3 ในการพัฒนาเนื้อหารายวิชาหลักสูตรผู้ประกอบที่เป็นขั้นสูง อาจจะต้องมีเนื้อหาที่มากกว่านี้และเป็นเชิงลึก และใช้เวลาในการศึกษาแต่ละโมดูลมากกว่า 60 นาที และผู้เรียนอาจจะต้องมีการค้นคว้าด้วยตนเองเพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนบูรณาการข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศและนำไปสู่การสร้างความคิดรวบยอดองค์ความรู้การเป็นผู้ประกอบการ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์. (2544). **การจัดการธุรกิจขนาดย่อม**. เท็กซ์ แอนด์เจอร์นัลพับลิเคชั่น.

กรรณิการ์ ปัญญาดี. (2558). **ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุกออนไลน์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ 3ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. 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). **รายงานการวิจัยศักยภาพและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ 2551**.

ขวัญเชิญ ภาคฐิน. (2546). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จตุพัฒน์ ประพจนสมบูรณ์. (2562). **การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างภาวะผู้ประกอบการของนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในมหาวิทยาลัยมหิดล** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหิดล.

จริยา กอสุขทวีคูณ. (2561). **การศึกษาแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

จินตวีร์ 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). **คุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจหอพักเอกชนในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยราช

ภัฏเชียงใหม่.

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

ชลิตา บุญนภา. (2559). **คุณลักษณะของผู้ประกอบการและโอกาสของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชุติมา หวังเบ็ญหมัด และ เจตน์สฤษฎ์ สังขพันธ์. (2555). **รายงานการวิจัยสมรรถนะทางด้านบริหารธุรกิจและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในจังหวัดสงขลา**. คณะบริหารธุรกิจ และ คณะศิลปะศาสตร์และศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

ชูชัย สมิทธิไกร. (2548). **บทความการวิจัยศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย**. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ฐิติมา พิกุลทอง. (2548). **ลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจ** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณัฐชา ทวีแสงสกุลไทย. (2561). **การศึกษาเพื่อสร้างนวัตกรรุ่นเยาว์และผู้ประกอบการนวัตกรรม**. โครงการปาฐกถาปาฐกถาศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสอ้าน ครั้งที่ 9. ห้องประชุมคุณดวงเดือน พิศาลบุตร อาคารประชุมสุข อาชวอำรุง คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐวุฒิ วิเศษ. (2552). **รายงานการวิจัยคุณลักษณะและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาการเป็นผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยาลัยราชพฤกษ์.

ธีรยุส วัฒนาศุภโชค. (2542). Entrepreneurship: ฤๅจะเป็นฟางเส้นสุดท้ายต่อระบบเศรษฐกิจไทย. **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 ไอรารัตน์. (2561a). **รายงานผลการวิจัยเรื่องการบริหารงานกิจการนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น.** กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

นภาพร ไอรารัตน์. (2561b). **รายงานผลการวิจัยเรื่องความต้องการและความพึงพอใจในสวัสดิการของบุคลากร กองกิจการนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น.** กองกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

นิศรา จันทร์เจริญสุข. (2542). **ทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะวิชา**

บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ [การค้นคว้าแบบอิสระ]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญเกื้อ ควรหาเวช. (2543). **นวัตกรรมการศึกษา** (พิมพ์ครั้งที่ 5). SR Printing.

ปฏิภาณ เสี้ยจันทร์บริบูรณ์. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปีสุดท้ายระดับปริญญาตรี คณะการจัดการและการท่องเที่ยว ภาคปกติ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตบางแสน** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปทีป เมธาคุณวุฒิ. (2544). **หลักสูตรอุดมศึกษา:การประเมินและการพัฒนา**. นิชิน แอดเวอร์ไทซิ่ง.

ปราวีณยา สุวรรณณัฐโชติ. (2564). **คู่มือการจัดการเรียนการสอนและการประเมินผลผู้เรียนแบบออนไลน์ภายใต้สถานการและมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019**. สำนักบริหารวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฝนทิพย์ ฆารไสว ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ และ ไว จามรมาน. (2555). การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. **วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์**, **7**(1), 43-44.

พรรณิสา จั่นแย้ม. (2558). **การพัฒนาชุดกิจกรรมด้วยกลยุทธ์เกมมิฟิเคชั่นและผังความคิดกราฟฟิคแบบร่วมมือออนไลน์ในการเรียนโดยใช้โครงงานเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์เชิงธุรกิจและจริยธรรมของนักศึกษาปริญญาตรีสาขาบริหารธุรกิจ** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิโรดม ใหลตระกูล. (2554). **การสื่อสารการตลาดโดยอาศัยกระบวนการเกม** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไพฑูรย์ นันตะสุคนธ์. (2561, 26 มิถุนายน). **การจัดทำบทเรียนโมดูล (Module)**. www.edu.ru.ac.th/coved/pdf/

ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ. (2563). คุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. **วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย**, **15**(2 (กรกฎาคม - ธันวาคม)), 127.

ภาสกร แช่มประเสริฐ. (2546). **การเปรียบเทียบภูมิหลังและลักษณะความเป็นผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและในการดาเนินกิจการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภูมิสิริ พูลเพิ่ม. (2560). **อิทธิพลของการทาการตลาดบนเฟซบุ๊กด้วยเกมที่มีต่อความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เมธาวี เกียรติพรพิเชฐ และ จรัญญา ปานเจริญ. (2562). คุณสมบัติและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. **วารสาร**

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, **7**(2), 155-156.

ยุพิน นิลวลัยกุล. (2541). **การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่ส่งผลให้บุคคลประสบความสาเร็จในการประกอบอาชีพอิสระในเขตภาคตะวันออก** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยบูรพา.

วชิร โอภิธากร. (2533). **ความสัมพันธ์ระหว่างการอบรมสร้างเสริมในครอบครัวและสถานศึกษากับจิตลักษณะที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอาชีวศึกษาในภาคใต้** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วรรณา ฉายาวัฒนะ. (2544). **รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อม ในอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะและ พลาสติก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวายจังหวัดนครปฐม. **Veridian E Journal**, **8**(2), 969-970.

วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา. (2556). **การพัฒนานิสิตนักศึกษา**. ภาควิชาอุดมศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2542). **SMEs: เสาหลักของอุตสาหกรรมกู้ชาติ** (พิมพ์ครั้งที่ 2). สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

วิทยาลัยบูรณาการศาสตร์. (2564, 24 มิถุนายน). **ศาสตร์แห่งแผ่นดินเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน**. https://sis.ku.ac.th/klsd/ปรัชญาของหลักสูตร/

วินิจ วีรยางกูร. (2528). **การบริหารธุรกิจขนาดย่อม**. ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิมพ์วิภา เกตุเทียน. (2556). **คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

วิรวินท์ ศรีโหมด. (2017, 28 ธันวาคม). **ทักษะบัณฑิตใหม่ต้องมี! อนาคต ไม่ตกงาน-ไม่อดตาย**. โพสต์ทูเดย์.

วีไล พึ่งผล และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2561). คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ตอัพ. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, **12**(2), 310.

ศักดิพล เจือศรีกุล. (2561). **IDE Center ชู 'นวัตกรรม' คืออนาคตของผู้ประกอบการยุคใหม่.** https://themomentum.co/successful-feature-ide-center-invention-x-

commercialization/

ศิริพร ยาวิชัย. (2552). **ความต้องการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ. (2558). **คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศุภกร ถิรมงคลจิต. (2558). **ผลของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้วิชาวิทยาศาสตร์ตามแนวคิดเกมิฟิเคชันเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง. (2559, 1 มีนาคม). **สำรวจ 'ความฝัน Gen-Y' ไทยหนี้ท่วมธุรกิจล้ม 50-50 Startup ทั่วโลกสะดุด**. https://www.tcijthai.com/news/2016/06/scoop/6527

สมชาย หิรัญกิตติ. (2542). **การบริหารธุรกิจขนาดย่อม: Small Business Management**. ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

สำคัญสุด สีหตุลานนท์. (2560). **ปัจจัยแวดล้อมที่เกื้อหนุนต่อการเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ กรณีศึกษานักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. 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). **โครงการตำราอีเลิร์นนิง โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย ,อีเลิร์นนิง: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ**.

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2553). **คู่มือการกำหนดสมรรถนะในราชการพลเรือน: คู่มือสมรรถนะหลัก. สำนักพัฒนาระบบจำแนกตำแหน่งและค่าตอบแทน**. 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). **รายงานของคณะกรรมาธิการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ เรื่องการสร้างสังคมผู้ประกอบการ. สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร**, หน้า 3-5.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). **ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ**. http://sme.go.th

สำนักบริหารระบบบริการสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต. (2560). **การพัฒนาหลักสูตรอบรมแบบเน้นผลลัพธ์.**

สิทธิพงศ์ ศิริมาศเกษม. (2559). **90% ของ Startup ที่เจ๊งเป็นความผิดพลาดของใคร?** https://medium.com/gengsittipong/https-medium-com-gengsittipong-why-90percent-startup-dead-f5a4f5e6de6b

สุธีรา อะทะวงษา. (2556). **คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย** [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

สุธีรา อะทะวงษา และ สมบูรณ์วัลย์ สัตยารักษ์วิทย์. (2556). คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย. **วารสารสุทธิปริทัศน์**, **28**(85), 75-93.

สุพจน์ หารหนองบัว. (2557). **นวัตกรรมการคิดในห้องเรียน Chula Engineering Education 4.0**. http://www.prachachat.net

สุเมธ แย้มนุ่น. (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)**.

อัฏฐพล เขื่อนคำ. (2548). **คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่** [การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง]. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

อาคิรา โสภณวชิรวงศ์. (2552). **อำนาจพยากรณ์ของความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค ลักษณะการอบรมเลี้ยงดูและแรงจูงใจภายในที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่** [การค้นคว้าแบบอิสระ]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อาทิตย์ วุฒิคะโร. (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.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn 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** [Bachalor'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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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-entrpreneurship-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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Online ภาษาอังกฤษ

แบ๊บสัน คอลเลจ (Babson College) ประเทศสหรัฐอเมริกา. Available from: www.babson.edu/Academics/graduate/msel/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 (Standford University) ประเทศสหรัฐอเมริกา. Available from: http://www.gsb.stanford.edu/programs/mba/academicexperience/curriculum/firs

t-year-curriculum

มหาวิทยาลัยฮาวาร์ด (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) ประเทศสวิตเซอร์แลนด์. 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/

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยที่ 1 แบบวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ

เครื่องมือวิจัยที่ 2 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการ รวมถึงแนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการนักศึกษา

เครื่องมือวิจัยที่ 3 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารที่มีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ

เครื่องมือวิจัย 4 แบบสอบถามความต้องการความต้องการหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

เครื่องมือวิจัย 5 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ตัวแทนของมหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

เครื่องมือวิจัย 6 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง

เครื่องมือวิจัยที่ 7 แบบประเมินรายวิชาของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ

เครื่องมือวิจัยที่ .8 แบบประเมิน(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ

เครื่องมือวิจัยที่ 9 แบบสอบถามความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

เครื่องมือวิจัยที่ 1 แบบวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศรวมถึงหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ

เครื่องมือวิจัยที่ 1 แบบวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ
วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย แบบวิเคราะห์เอกสารนี้ใช้ในการจัดจำแนก ลงบันทึกข้อมูลที่สืบค้นมา เพื่อสร้างข้อสรุปการค้นคว้าเอกสาร และเพื่อสะดวกในการยืนยันตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเอกสาร
แหล่งที่มา :..... **ผู้เขียน/ผู้แต่ง** : ..... **เลขหมู่/การอ้างอิงตามหลัก APA**:..... **รหัสเอกสาร**:..... **คำสำคัญ/ชื่อเรื่อง** ประเด็นที่ 1:..... ประเด็นที่ 2:..... ประเด็นที่ 3:..... ประเด็นที่ 4:..... ประเด็นที่ 5:..... **สรุปสาระสำคัญ:**..... ....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตัวอย่าง แบบวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการงในประเทศและต่างประเทศ

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

เครื่องมือวิจัยที่ 2 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการ รวมถึง แนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการนักศึกษา

เครื่องมือวิจัยที่ 2

แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของมหาวิทยาลัยของหลักสูตรผู้ประกอบการ

รวมถึงแนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการนักศึกษา

วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับคณะและหน่วยงานของมหาวิทยาลัย แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ และตอนที่ 2 แนวคิดและการดาเนินงานของมหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ ..... นามสกุล .....
2. ตำแหน่งปัจจุบัน.....
3. วันที่ให้สัมภาษณ์ ..... เวลา ..... สถานที่ .....

ตอนที่ 2 สภาพปัจจุบันของมหาวิทยาลัย แนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหารของมหาวิทยาลัย โปรดแสดงทัศนะหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของมหาวิทยาลัย แนวคิดและการดาเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษา ดังนี้

	ประเด็นการสัมภาษณ์
1	มหาวิทยาลัยของท่านมีการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาอย่างไร
2	มหาวิทยาลัยของท่านมีการจัดการสอนหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการให้กับนักศึกษาหรือไม่
3	คณะ/หน่วยงานใดเป็นผู้รับผิดชอบ นักศึกษาเป้าหมายกลุ่มใดคณะใด
4	หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการของมหาวิทยาลัยของท่านเป็นหลักสูตรในเวลา หรือนอกเวลา หรือ กิจกรรมเสริม
5	วิธีที่ใช้สอนเป็นอย่างไร การเรียนการสอนแบบเดิมในห้องเรียน หรือแบบใด
6	มีข้อจำกัดในเรื่องจำนวนผู้เรียนที่รับได้หรือไม่ หรือมีข้อจำกัดในเรื่องคุณสมบัติของผู้เรียนหรือไม่ เช่น รับเฉพาะนักศึกษาที่เรียนในคณะที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการเท่านั้น (เช่น คณะบริหารธุรกิจ)

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

นิสิตปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เครื่องมือวิจัยที่ 3 แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญที่มีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ

เครื่องมือวิจัยที่ 3

แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญที่มีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน

วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญที่มีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ ..... นามสกุล .....
2. ตำแหน่งปัจจุบัน.....
3. วันที่ให้สัมภาษณ์ ..... เวลา ..... สถานที่ .....

ตอนที่ 2 สภาพปัจจุบันของหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ แนวคิดและการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์กรของท่าน

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญของหน่วยงานหรือองค์กร โปรดแสดงทัศนะหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหน่วยงานหรือองค์กรของท่าน แนวคิดและการดำเนินงานของการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ดังนี้

	ประเด็นการสัมภาษณ์
1	แนวคิดของหน่วยงานของท่านในการพัฒนาหลักสูตรและการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเป็นอย่างไร
2	หน่วยงานของท่านส่งเสริมและสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการอย่างไร เป้าหมายกลุ่มใดคณะใด
3	การจัดการสอนหลักสูตรฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการของหน่วยงานของท่าน วิธีที่ใช้สอนเป็นอย่างไร ระยะเวลที่ใช้สอนนานเท่าใด ประกอบด้วยวิชาอะไรบ้าง
4	มีข้อจำกัดในเรื่องจำนวนผู้เรียนทั่บได้หรือไม่ หรือมีข้อจำกัดในเรื่องคุณสมบัติของผู้เรียนหรือข้อจำกัดอะไรบ้าง
5	ท่านคิดว่า วิธีสอนสำหรับหลักสูตรการฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการ วิธีใดที่เหมาะสมกับหน่วยงานของท่าน

CHULALONGKORN UNIVERSITY

6	ถ้ามีหลักสูตรฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนแบบออนไลน์ โดยมีระยะเวลาที่ใช้ในการเรียนจำนวน 3 เดือน และเรียนแบบออนไลน์(Any time , Any place) ทางหน่วยงานของท่านมีความสนใจนำไปใช้สอนหรือไม่
7	ถ้ามีหลักสูตรฝึกอบรมการเป็นผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนแบบออนไลน์ มีการสอนเขียนแผนธุรกิจและผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรมสามารถนำเสนอแผนธุรกิจให้กับผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ทางหน่วยงานของท่านมีความสนใจนำไปใช้สอนหรือไม่
8	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับบทบาทของหน่วยงานของท่านในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์
นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี
นิสิตปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

เครื่องมือวิจัย 4 แบบสอบถามความต้องการความต้องการหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

เครื่องมือวิจัย 4
แบบสอบถามความต้องการหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการ
ของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

คำชี้แจง

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ข้อมูลจากท่านเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง การให้ความรู้ ทัศนคติ คุณลักษณะที่จำเป็น และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมความพร้อมให้นิสิตนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการสามารถเริ่มต้นธุรกิจใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หลักสูตรผู้ประกอบการนิสิตนักศึกษา หมายถึง หลักสูตรเตรียมความพร้อมให้นิสิตนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการโดยผ่านชุดการสอนที่จัดทำเป็นโมดูล ประกอบด้วย แนวคิดและหลักการ วัตถุประสงค์ เนื้อหาหลักสูตรความรู้พื้นฐาน หรือ ชุดวิชาการเป็นผู้ประกอบการ การวัดและประเมินผลก่อนเรียนและหลังเรียน เพื่อให้ผู้เรียนเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ ทักษะตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ได้รับความกรุณาจากท่านในการสละเวลาให้ข้อมูลและประสบการณ์อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี
นิสิตปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อีเมล์ : pornprasit_tsh@hotmail.com
เบอร์โทร : 094-9416395

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 2 ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ ชาย
☐ หญิง

2. อายุ

☐ 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
.....มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี่สุรนารี
.....มหาวิทยาลัยนเรศวร

☐ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
.....มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
.....มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

☐ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
.....มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
.....มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

☐ มหาวิทยาลัยเอกชน
.....มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
.....มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
.....มหาวิทยาลัยรังสิต
.....มหาวิทยาลัยพายัพ

5.กลุ่มสาขาวิชา ที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

☐ อื่นๆ ระบุ.....

ตอนที่ 2 ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

8.ท่านเคยเรียนวิชาการเป็นผู้ประกอบการหรือไม่

☐ เคย

☐ ไม่เคย

9. จากข้อ 8 ถ้าท่านเคยเรียนวิชาการเป็นผู้ประกอบการ ท่านเรียนจากที่ใด

☐ จากมหาวิทยาลัยที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน

☐ อบรมกับหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน

ชื่อหลักสูตร ..... จัดโดย.....

☐ เรียนผ่านหลักสูตรออนไลน์

ชื่อหลักสูตร ..... จัดโดย.....

☐ อื่นๆ ระบุ.....

10. ถ้ามีหลักสูตรให้ความรู้การเป็นผู้ประกอบการ ท่านมีความสนใจที่จะเรียนหรือไม่

☐ สนใจ

☐ ไม่สนใจ

11. จากข้อ 10 เหตุผลที่ท่านต้องการเรียนเพื่ออะไร

☐ ความก้าวหน้าในอาชีพ

☐ แสวงหาความรู้เพิ่มเติม

☐ ต้องการทำธุรกิจของตนเอง

☐ ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

☐ แสวงหาเครือข่ายเพื่อดำเนินธุรกิจ

☐ อื่นๆ ระบุ.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

12.ถ้ามีหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการขึ้นในมหาวิทยาลัยที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน ท่านมีความสนใจในวิชาอะไร (เลือกได้ 3 วิชาเท่านั้น)

☐ การเงิน (Finance)

☐ การตลาด (Marketing)

☐ บัญชี (Accounting)

☐ การจัดการกลยุทธ์ (Strategy Management)

☐ การเป็นผู้นำและพฤติกรรมในองค์กร (Leadership and Organizational Behavior)

☐ การบริหารการปฏิบัติการ (Operations Management)

☐ เศรษฐศาสตร์ (Economics)

☐ เทคโนโลยีและการจัดการสารสนเทศ (Technology and Information)

☐ กฎหมายธุรกิจ (Business Law)

☐

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. ท่านคิดว่าจำนวนชั่วโมงต่อวิชาที่สอน<u>ทั้งหมดที่เหมาะสม</u>กับท่านในการเรียนมากที่สุด 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.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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)

☐ การเรียนการสอนผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย (Social Media) เช่น Facebook YouTube

☐ การเรียนการสอนในห้องเรียน เช่น การบรรยาย การฝึกอบรม
☐ การเรียนการสอนจากการฝึกงาน/การปฏิบัติจริงจากการทำงาน (Work Integrated-Learning)
☐ อื่นๆ ระบุ.....

17. ท่านคิดว่า สื่อการสอนแบบใดที่ที่เหมาะสมกับท่านในการเรียน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ หนังสือและตำราเรียน (Book and Textbooks)
☐ วารสารผู้ประกอบการ และการค้า (Entrepreneur and Trade Journal)
☐ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Books)
☐ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้นำเสนอข้อมูลต่าง ๆ เพื่อการเรียนการสอน เช่น PowerPoint Slide หรือ Presentation Files
☐ เอกสารประกอบการสอน หรือเอกสารคำสอนที่ผู้สอนใช้เพื่อประกอบการสอนกับผู้เรียน เช่น Document Files, Text Files และ PDF Files
☐ มัลติมีเดียได้แก่ ภาพเคลื่อนไหว และเสียงที่นำเสนอผ่านคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้สอนหรือการฝึกอบรม
☐ เว็บไซต์ (Websites)
☐ สื่อสังคมคมออนไลน์ (Social Media) เช่น ยูทูบ (YouTube) เฟซบุ๊ค(Facebook)
☐ อื่นๆ ระบุ.....

18. ท่านคิดว่า บทบาทของผู้สอนสำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการ แบบใดที่ท่านอยากเรียนด้วย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ สามารถบูรณาการสิ่งที่ต้องการให้ผู้เรียนได้เรียนรู้เชื่อมโยงกับประสบการณ์เดิมของผู้เรียน
☐ สอนเนื้อหาตรงตามตามวัตถุประสงค์ และกำหนดการในตารางเรียน
☐ มีความรู้และประสบการณ์จริง สามารถแก้ปัญหาให้กับผู้เรียนได้
☐ อื่นๆ ระบุ.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

19. ท่านคิดว่า การประเมินผลสำหรับหลักสูตรผู้ประกอบการ ควรเป็นแบบใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ประเมินจากการเวลาเข้าชั้นเรียน
☐ ประเมินจากการความรู้ความเข้าใจด้วยสอบข้อเขียนผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด
☐ ประเมินจากโครงการที่ได้รับมอบหมายให้ทำในรายวิชาที่เรียน
☐ อื่นๆ ระบุ.....

20. ถ้ามีหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการสำหรับนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาโดยใช้การเรียนการสอนผ่านแบบออนไลน์ (ทุกที่ ทุกเวลา) ท่านสนใจเรียนหรือไม่

☐ สนใจ
☐ ไม่สนใจ

21. ถ้ามีการสอนเขียนแผนธุรกิจและให้สามารถนำเสนอแผนธุรกิจให้กับผู้เชี่ยวชาญได้ ท่านสนใจเรียนหรือไม่

☐ สนใจ
☐ ไม่สนใจ

22.ท่านต้องการให้มหาวิทยาลัยของท่าน ส่งเสริมและสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาอย่างไร

☐ เพิ่มรายวิชาโทหรือวิชาเลือกที่เน้นการเป็นผู้ประกอบการและนักศึกษาจากทุกคณะ สามารถเข้าเรียนได้
☐ กำหนดให้เป็นรายวิชาให้เลือกเรียนได้ เช่น หมวดวิชาการศึกษาทั่วไป
☐ ทำเป็นหลักสูตรออนไลน์ และเปิดให้ผู้สนใจเลือกเรียนแบบสมัครใจ
☐ เชิญวิทยากรหรือผู้ประกอบการมีประสบการณ์จากภายนอกมาบรรยายให้ความรู้การเป็นผู้ประกอบการ
☐ ต้องการให้มหาวิทยาลัยจัดตั้งสถานที่จำหน่ายสินค้าและบริการของนักศึกษาจากทุกคณะ
☐ ต้องการให้มหาวิทยาลัยจัดหาแหล่งเงินทุนสำหรับนักศึกษาที่เริ่มต้นเป็นผู้ประกอบ
☐ ต้องการให้มหาวิทยาลัยสร้างเครือข่ายระหว่างนักศึกษากับผู้ประกอบการในการต่อยอดสินค้าและบริการที่นักศึกษาผลิตคิดค้นขึ้นมา
☐ อื่นๆ ระบุ.....

23.เมื่อสำเร็จการศึกษา ท่านมีความตั้งใจที่จะไปเป็นผู้ประกอบการเพียงใด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

24. ท่านคิดว่า ท่านมีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ มากน้อยเพียงใด

ระดับความคิดเห็น

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
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. บริการจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนินโครงการ/กิจกรรมอย่างเหมาะสม					
16. สามารถประเมินสถานการณ์และตัดสินใจเพื่อควบคุมปัจจัยเสี่ยง					
17. มีทักษะการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน					
18. ตระหนักและเข้าใจต่อสภาวการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร					
19. แสวงหาโอกาสและชี้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร					

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ได้รับความกรุณาจากท่านในการสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี
นิสิตปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อีเมล์ : pornprasit_tsh@hotmail.com
เบอร์โทร : 094-9416395

CHULALONGKORN UNIVERSITY

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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

เครื่องมือวิจัย 6 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง

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	ท่านเห็นว่ามหาวิทยาลัยสมควรที่จะเปิดหลักสูตรผู้ประกอบการ 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

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
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. บริการจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนินโครงการ/กิจกรรมอย่างเหมาะสม					
16. สามารถประเมินสถานการณ์และตัดสินใจเพื่อควบคุม					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ปัจจัยเสี่ยง					
17. มีทักษะการสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน					
18. ตระหนักและเข้าใจต่อสภาวการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร					
19. แสวงหาโอกาสและชี้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร					

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ได้รับความกรุณาจากท่านในการสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี
นิสิตปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อีเมล์ : pornprasit_tsh@hotmail.com
เบอร์โทร : 094-9416395

เครื่องมือวิจัยที่ 6 (version Thai –English-Chinese)

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนเอง

Interview form with new entrepreneurs who succeeded in running his own business

模拟面谈成功经营自己的企业的年轻企业家

คำชี้แจง /Explanation / 说明

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี ข้อมูลจากท่านเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี

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.

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。

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย/ Definitions used in research/ 研究意义

การศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง การให้ความรู้และเตรียมความพร้อมนักเรียนนักศึกษาที่สนใจเป็นผู้ประกอบการให้มีแนวคิดความรู้ทางด้านธุรกิจ เสริมสร้างทัศนคติ คุณลักษณะที่จำเป็น และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้เรียนจบไปแล้วเป็นผู้ประกอบการที่สามารถเริ่มต้นธุรกิจใหม่ได้ และดำเนินธุรกิจหรือบริษัทใหม่ได้อย่างมี

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 ทัศนคติ 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。

Chulalongkorn University

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，非常感谢你们给予的机会。

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

Mr. Pornprasit Denmoree

นิสิตปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา

Ph.D. Candidate of Education ,Higher Education

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Faculty of Education, Chulalongkorn University
อีเมล์ :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.

您对大学本科生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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

	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	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ระดับความคิดเห็น

	น้อยที่สุด Least 无	น้อย Little 少	ปานกลาง Medium 中等	มาก Very much 多	มากที่สุด 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/แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์และทันสมัย **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. เผชิญปัญหาและรับมือกับความเสี่ยงเชิงธุรกิจอย่างเหมาะสม **Facing problems and dealing with business risks appropriately** 解决问题并妥善处理业务风险					
4. บริหารจัดการและตัดสินใจเพื่อมุ่งเป้าหมายได้ด้วยตนเอง **Manage and decide to aim for yourself.** 管理并专注自己的目标。					
5. แก้ไขปัญหา/อุปสรรคจากสภาพการณ์ที่ท้าทายเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างมุ่งมั่น **Solve problems / obstacles from challenging situations for achieving goals** 解决实现目标中的问题/障碍					
6. ใช้ทักษะทางสังคมในการปฏิสัมพันธ์ และทำงานร่วมกับผู้อื่น **Use social skills In interaction And working with others** 使用社交技巧并与他人合作					
ด้านคุณลักษณะ (Attributes) 特征					
7. ความสามารถในการกำหนดเป้าหมายและพัฒนา					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

	น้อยที่สุด Least 无	น้อย Little 少	ปานกลาง Medium 中等	มาก Very much 多	มากที่สุด 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. การพัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์ **Self-development from action and experience** 从行动和经验中自我发展。					
12. การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคได้อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์ **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. มีทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และสามารถแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการที่หลากหลาย					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

	น้อยที่สุด Least 无	น้อย Little 少	ปานกลาง Medium 中等	มาก Very much 多	มากที่สุด 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. บริหารจัดการและลำดับความสำคัญเพื่อการดำเนินโครงการ/กิจกรรมอย่างเหมาะสม Management services and priorities for project / activity implementation appropriately 管理服务和事项，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. ตระหนักและเข้าใจต่อสภาวการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร Realize and understand the circumstances that affect the organization. 了解影响组织的因素。					
19. แสวงหาโอกาสและชี้นำธุรกิจไปสู่ผลประกอบการตามเป้าหมายขององค์กร					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

	น้อยที่สุด Least 无	น้อย Little 少	ปานกลาง Medium 中等	มาก Very much 多	มากที่สุด 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					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

เครื่องมือวิจัยที่ 7 แบบประเมินรายวิชาของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ

เครื่องมือวิจัยที่ 7

แบบประเมินรายวิชาของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ

วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย

เพื่อประเมินความเหมาะสมของรายวิชาของโครงร่างหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ชื่อผู้ประเมิน :

ตำแหน่ง:

รายวิชาที่ประเมิน :

<u>แบบประเมินความเหมาะสมของรายวิชาของโครงร่างหลักสูตรผู้ประกอบการฯ</u>

คำชี้แจง : ขอให้ท่านใส่เครื่องหมาย(/) ลงในช่องความคิดเห็นพร้อมให้ข้อแนะที่เป็นประโยชน์ในการการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป

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. เนื้อหามีประโยชน์ต่อการนำไปใช้					
9. การจัดเรียงลำดับเนื้อหาของรายวิชา					
10.มีตัวอย่างและกรณีศึกษาประกอบที่ทำให้เข้าใจง่าย					
11. ความเหมาะสมของหัวข้อหลัก					
12. ความเหมาะสมของหัวข้อย่อย					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

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

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี: ผู้วิจัย

เครื่องมือวิจัยที่ .8 แบบประเมิน(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ

เครื่องมือวิจัยที่ 8

แบบประเมิน (ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ

วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย

เพื่อประเมินความเหมาะสมของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย 5 รายวิชา ได้แก่ วิชาผู้ประกอบการ 5.0 วิชาการตลาด 5.0 วิชาการเงิน 5.0 วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 และวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค5.0

ชื่อผู้ประเมิน :

ตำแหน่ง : **หน่วยงาน :**

<u>แบบประเมินความเหมาะสมของ(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์</u>

คำชี้แจง : ขอให้ท่านใส่เครื่องหมาย(/) ลงในช่องความคิดเห็นพร้อมให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป

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					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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

วัตถุประสงค์ของเครื่องมือวิจัย

เพื่อประเมินความพึงพอใจของหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย 5 รายวิชา ได้แก่ วิชาผู้ประกอบการ 5.0 วิชาการตลาด5.0 วิชาการเงิน 5.0 วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 และวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0

ชื่อผู้ประเมิน:

นักศึกษาชั้นปีที่ :

คณะ :

มหาวิทยาลัย :

เบอร์มือถือ /ไลน์ไอดี/อีเมล :

คำชี้แจง : ขอให้ท่านใส่เครื่องหมาย(/) ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป

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

CHULALONGKORN UNIVERSITY

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
8. เนื้อหาที่นำเสนอสอดคล้องและครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของแต่ละรายวิชา					
9. เนื้อหาของแต่ละวิชามีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกัน					
10. เนื้อหามีความทันสมัย 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					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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 โทนสีและการตกแต่งต่างๆ ในแต่ละหน้าบนเว็บไซต์ที่มีความคล้ายคลึงกัน และเป็นแนวเดียวกันไปตลอด					
32. ความสวยงามดึงดูดความสนใจของเว็บไซต์					
33. ความง่ายต่อการใช้งาน					
34. เชื่อมโยงระหว่างเมนูต่างๆ ของเว็บไซต์มีความสะดวกและมีความรวดเร็ว รวมทั้งมีความเป็นมิตรกับผู้ใช้งาน					
ผลลัพธ์การเรียนรู้หลังจากที่ได้เรียนในหลักสูตร					
35. มีความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

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

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

โปรดตอบคำถามทุกข้อตามความเป็นจริงเพราะคำตอบที่เป็นจริงและสมบูรณ์เท่านั้นจึงจะช่วยให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ โดยคำตอบของท่านนั้นทางผู้ศึกษาวิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะภาพรวมเท่านั้น

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมพี: ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย 1
(แบบวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับหลักสูตรผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศรวมถึงหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริฉันท์ สถิรกุล เตชพาหพงษ์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม : ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร. อัจฉรา จันทร์ฉาย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย 2
(แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของหลักสูตรผู้ประกอบการ รวมถึงแนวคิดและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการนักศึกษา)

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/ผู้เชี่ยวชาญที่มีตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ)

CHULALONGKORN UNIVERSITY

1.ผศ.ดร. อรุณี หงษ์ศิริวัฒน์
-อาจารย์ประจำสาขาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. ดร.อวิรุทธ์ ฉัตรมาลาทอง
-สาขาอุดมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. ดร.สรศักย์ ชัยสถาผล
-อาจารย์ประจำคณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย 5, 6, 7, 8
(แบบสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ตัวแทนของมหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับความต้องการของมหาวิทยาลัยต่อหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี)

1. ดร.สรศักย์ ชัยสถาผล
-อาจารย์ประจำคณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ 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
-อดีตรองผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
-อดีตรองคณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ค
รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ค รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์จากผู้บริหารมหาวิทยาลัย
หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา
หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาตรีในประเทศ

1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย:
ดร. ขวัญรัตน์ ส่วนพงษ์ อาจารย์ประจำสาขาการจัดการเพื่อเป็นผู้ประกอบการ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

2. มหาวิทยาลัยหอการค้า
ดร. รวิดา วิริยกิจจา คณบดี (วิทยาลัยผู้ประกอบการ)

3. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ดร. สรศักย์ ชัยสถาผล อาจารย์ประจำคณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

4. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
ดร. อนุศรา สาวังชัย ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการการเป็นผู้ประกอบการ

5. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ผศ. ธิดารัตน์ เหมือนเดชา หัวหน้าหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการเป็น
ผู้ประกอบการ

6. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
อาจารย์ พัชรินทร์ อุดมจรัสเดช ประธานหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ

7. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย (วิทยาเขตนครศรีธรรมราช)
ผศ.ดร.กิตติศักดิ์ แสงทอง หัวหน้าสาขาการจัดการ คณะเทคโนโลยีการจัดการ

8.มหาวิทยาลัยราชภัฏสมเด็จเจ้าพระยา
อาจารย์ นภัสพร นิยะวานนท์ ประธานสาขาวิชา (วิชาการเป็นผู้ประกอบการ)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์จากผู้บริหารมหาวิทยาลัย
หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา
หลักสูตรผู้ประกอบการระดับปริญญาโทในประเทศ

1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ดร. ขวัญรัตน์ ส่วนพงษ์ อาจารย์ประจำสาขาการจัดการเพื่อเป็นผู้ประกอบการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

2. มหาวิทยาลัยหอการค้า

ดร.รวิดา วิริยกิจจา คณบดี (วิทยาลัยผู้ประกอบการ)

3. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ดร. สรศักย์ ชัยสถาผล อาจารย์ประจำคณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ

4. มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ดร.นารา กิตติเมธีกุล ประธานคณะกรรมการบริหาร (หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (วิทยาเขตหนองคาย)

5. มหาวิทยาลัยรังสิต

ดร.ณกมล จันทร์สม ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ

6.มหาวิทยาลัยมหิดล

ดร.กิตติชัย ราชมหา ประธานหลักสูตรผู้ประกอบการ วิทยาลัยการจัดการ

7. มหาวิทยาลัยนเรศวร

ดร. วราวุธ ฤกษ์วรารักษ์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

8. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ผศ. ธิดารัตน์ เหมือนเดชา. หัวหน้าหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการเป็นผู้ประกอบการ

9.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปภัศร ชัยวัฒน์

ดร.วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ รักษาการประธานหลักสูตรการจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์จากผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา
หลักสูตรผู้ประกอบการระยะสั้นในประเทศ

1.คุณภาสกร ชัยรัตน์. รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

2.คุณวิจักขณ์ รัตนสุวรรณ ผู้อำนวยการกองส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

3.คุณ เยาวนิจ แซ่ตั้ง ผู้อำนวยการกลุ่มสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

4.รศ.ดร. ศิริพร ดำรงค์ศักดิ์กุล

-ผู้อำนวยการหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

-เลขานุการหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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 Bejing 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 ปานหิรัญ ไส้อั๊วยายปี๋ ลำพูน

7.คุณชาวไร่ กาญจโนมัย สวนองุ่นชาวฟ้า เชียงราย

8.คุณพัฒนพงศ์ สุวรรณชาต,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 นิมิตสถาพร,เจ้าของกิจการ ,ร้านกิจเสรี ,จังหวัดระนอง

5.คุณจีรวรรณ วงศ์โสภา บริษัท ดับเบิ้ลยู 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 ซีวันเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ เชียงใหม่

4.คุณรัชพร แก้วลำดวน บริษัท ก่อแก้วชลบุรี จำกัด ชลบุรี

5.คุณพรพงษ์ เลิศทำนองธรรม ร้าน Salad Terrace (สลัดเทอเรส) เชียงใหม่

6.คุณมณีรันต์ ทาม่วง หจก. สงวนสินปิโตรเลียม. จันทบุรี

7.คุณปฏิวัติ ประจันตะเสน บริษัท คี ฟอร์ช 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 ฉ่ำเลิศวัฒน์

-CEO บจก.โนบิทเทอร์

-ผู้เขียนหนังสือ การเดินทางของเหล่ายูนิคอร์น The Journey of Unicorns

-ผู้เขียนหนังสือ iMarketing 10.0 :10 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เขย่าโลก

-ผู้พัฒนาแอปพลิเคชั่นบัตรออนไลน์ bud โซลูชั่นไร้กระดาษเพื่อการทำธุรกิจของ 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 ทีปรึกษาสมาคมอุตสาหกรรมซอฟท์แวร์ไทย

-ผู้ร่วมก่อตั้งสมาคมบล็อกเชนไทย

2. ดร.ลภัสรดา จ่างแก้ว

-อาจารย์พิเศษ ระดับปริญญาตรี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

-อาจารย์พิเศษ ระดับปริญญาโท ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

-อาจารย์พิเศษ ระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร

3. ผศ. ดร. ศุภธณิศร์ เติมสงวนวงศ์

-อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

-เลขาธิการสมาคมเครือข่ายที่ปรึกษาภาคเหนือ (NCNA)

รายวิชาที่ประเมิน : การเงิน 5.0

1. รศ ดร สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์

-ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

-อดีตคณบดีสำนักวิชาการจัดการ

-อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

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 ปัญญาธนคุณ
-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 อีเล็คทริค (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

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมิน(ร่าง)หลักสูตรผู้ประกอบการฯ

1.นายปฐม อินทโรดม
-ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัทสยามไอซีโอ จำกัด
-อดีตประธานเจ้าหน้าที่บริษัท เออาร์ไอพี จำกัด (มหาชน)
-กรรมการ Creative Digital Economy สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
-กรรมการสภาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งประเทศไทย
-อุปนายกสมาคมดิจิทัลไทย ทีปรึกษาสมาคมอุตสาหกรรมซอฟท์แวร์ไทย
-ผู้ร่วมก่อตั้งสมาคมบล็อกเชนไทย
2. ดร.วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์
-CEO บจก.โนบิทเทอร์
-ผู้เขียนหนังสือ การเดินทางของเหล่ายูนิคอร์น The Journey of Unicorns
-ผู้เขียนหนังสือ iMarketing 10.0 :10 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เขย่าโลก
-ผู้พัฒนาแอปพลิเคชั่นบัตรออนไลน์ bud โซลูชั่นไร้กระดาษเพื่อการทำธุรกิจของ SMEs ไทย
3.รศ ดร สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์
-ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
-อดีตคณบดีสำนักวิชาการจัดการ
-อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
4. ผศ. ดร.พิชญลักษณ์ พิชญกุล
-อาจารย์ภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ,
-รองคณบดีวิทยาลัยนานาชาตินวัตกรรมดิจิทัล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
5. ดร.ศิริลักษณ์ หล่อพันธ์มณี
-อาจารย์ผู้สอนคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
-อดีตรองผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
-อดีตรองคณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ภาคผนวก จ

รายชื่ออาจารย์ประจำวิชาบรรยายคลิปวีดีโอของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก จ รายชื่ออาจารย์ประจำวิชาบรรยายคลิปวีดีโอของหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

รายชื่ออาจารย์ประจำวิชาบรรยายคลิปวีดีโอหลักสูตรผู้ประกอบการฯ

วิชาผู้ประกอบการ 5.0

ดร.วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์

-CEO บจก.บัดนาว

-ผู้เขียนหนังสือ การเดินทางของเหล่ายูนิคอร์น The Journey of Unicorns

-ผู้เขียนหนังสือ iMarketing 10.0 :10 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์เขย่าโลก

-ผู้พัฒนาแอปพลิเคชั่นบัตรออนไลน์ bud โซลูชั่นไร้กระดาษเพื่อการทำธุรกิจของ SMEs ไทย

วิชาการตลาด 5.0

ดร.ธีรช์กรณ์ อุดมรัตนะมณี

-ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจและการตลาด บริษัทไทยเจริญ จิวเวอรี่จำกัด

วิชาการเงิน 5.0

คุณภัคย์พิชญา เฉลิมชัยวุฒิ

-ผู้ช่วยผู้จัดการ แผนกการบริหารเงิน ฝ่ายบัญชีและการเงิน

Toyota Daihatsu Engineering &Manufacturing Co., Ltd

วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0

คุณพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

-CEO Revitalize Innovation Co.,Ltd

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

วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0

ดร.สรศักย์ ชัยสถาผล

-ผู้ช่วยผู้จัดการศูนย์ความเป็นเลิศด้านการค้า EXIM Bank

-อดีตอาจารย์ประจำคณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ฉ
คู่มือการใช้หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

เอกสารนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต
เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาใน
สถาบันอุดมศึกษา สาขาอุดมศึกษา ภาควิชานโยบาย การจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

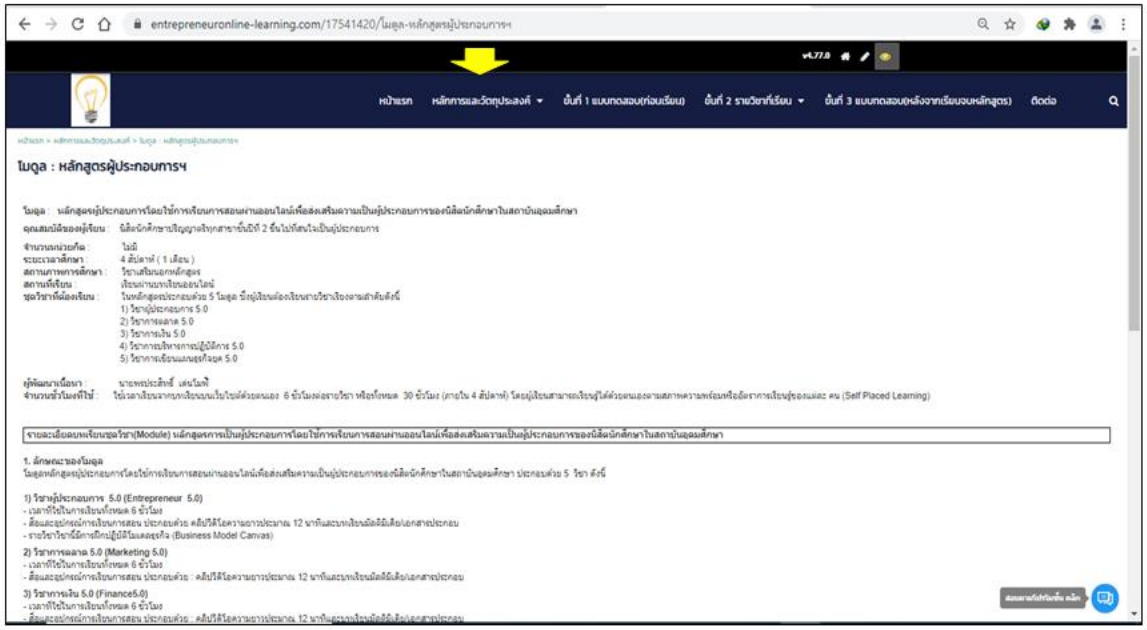
หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์
เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
ประกอบด้วย 5 โมดูล ซึ่งผู้เรียนต้องเรียนรายวิชาเรียงตามลำดับดังนี้

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

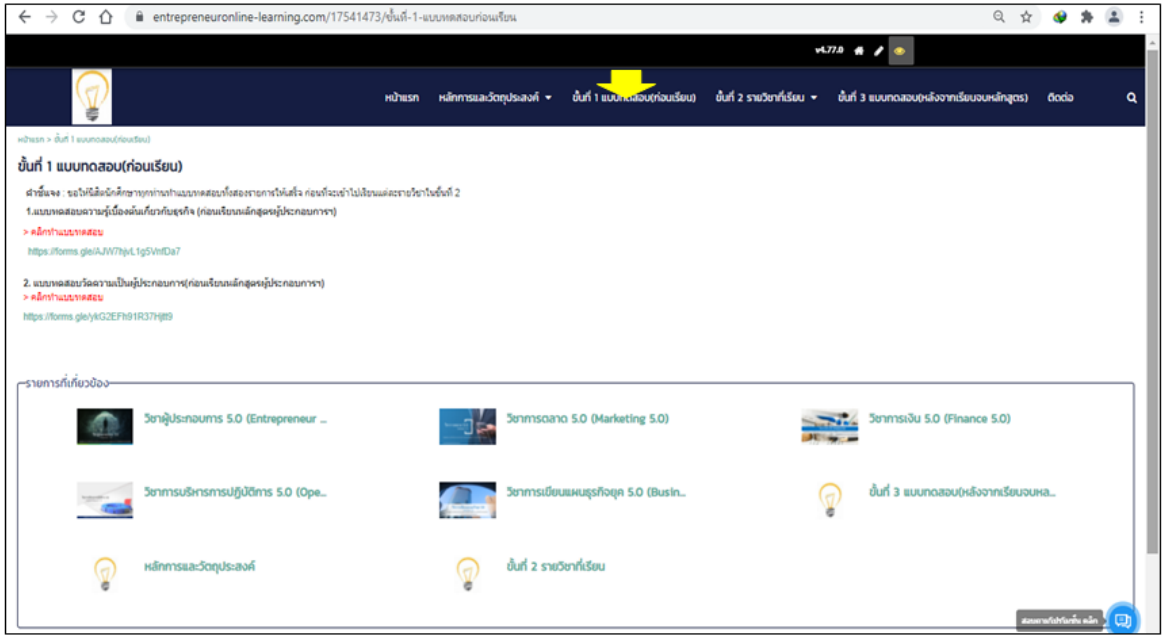
2. ผู้เรียน คลิกที่ หลักการและวัตถุประสงค์
เพื่อทราบถึงรายละเอียดต่างๆที่เกี่ยวข้องของหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์



3. ผู้เรียน คลิกที่ **ขั้นตอนที่ 1 แบบทดสอบก่อนเรียน**

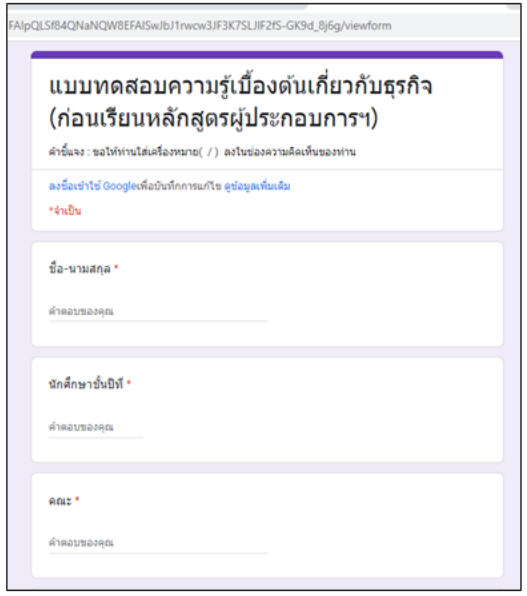
ประกอบด้วยแบบทดสอบ จำนวน 2 ชุด ได้แก่ 1) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ และ 2) แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ

หลังจากผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนจำนวน 2 ชุด เสร็จแล้ว จึงเข้าสู่ขั้นตอนถัดไป

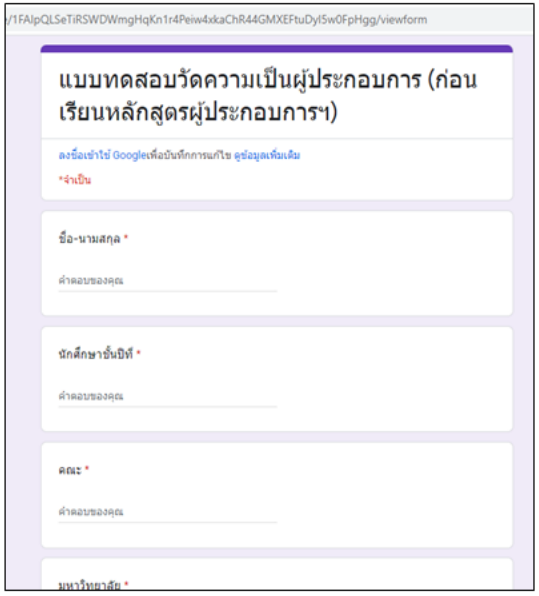


ขั้นตอนที่ 1 แบบทดสอบก่อนเรียน

1) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ



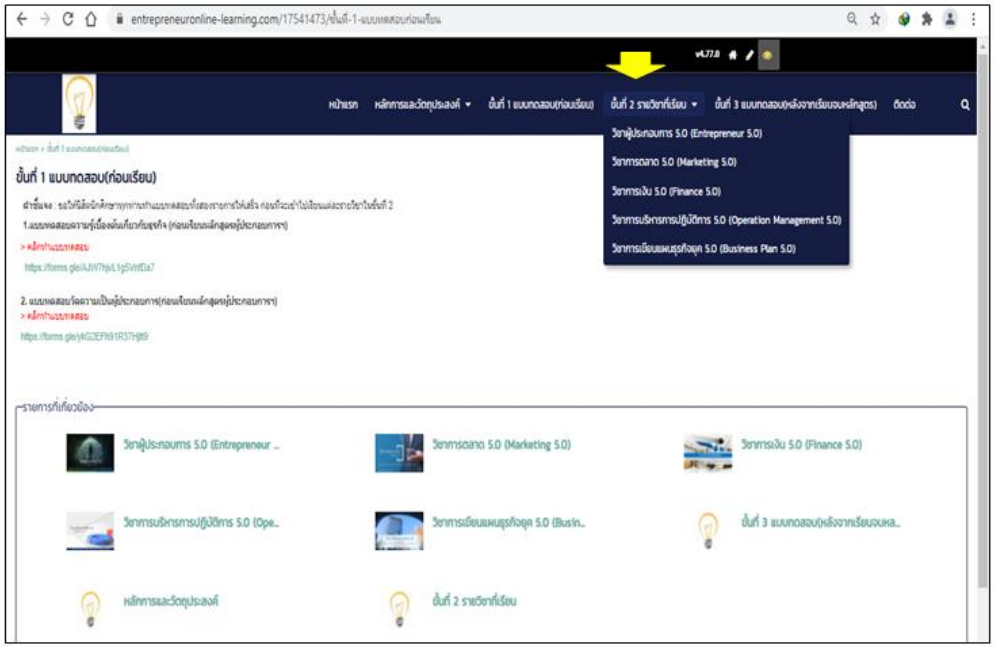
2) แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ



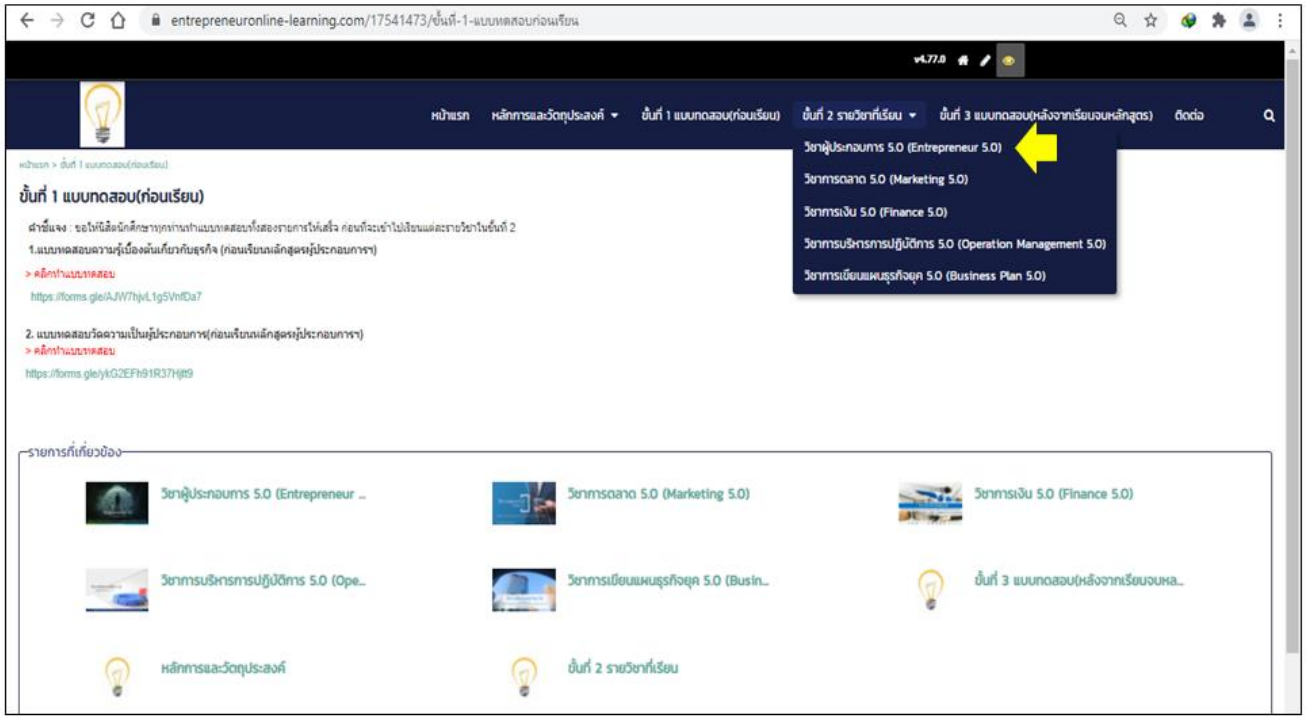
4. ผู้เรียน คลิกที่ **ขั้นตอนที่ 2 รายวิชาที่เรียน** ประกอบด้วย 5 ชุดวิชาหรือโมดูล (Module)

ผู้เรียนต้องเรียนรายวิชาเรียงตามลำดับดังนี้

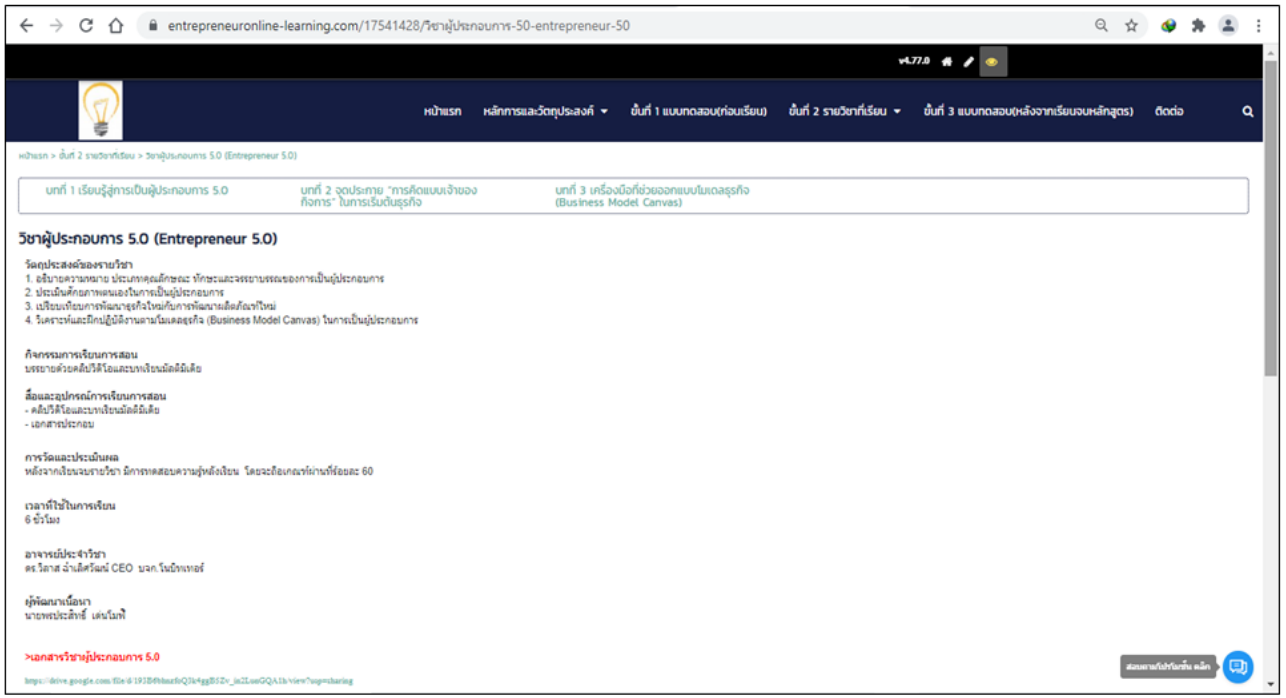
1) วิชาการเป็นผู้ประกอบการ 5.0
2) วิชาการตลาด 5.0
3) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0
4) วิชาการเงิน 5.0
5) วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0



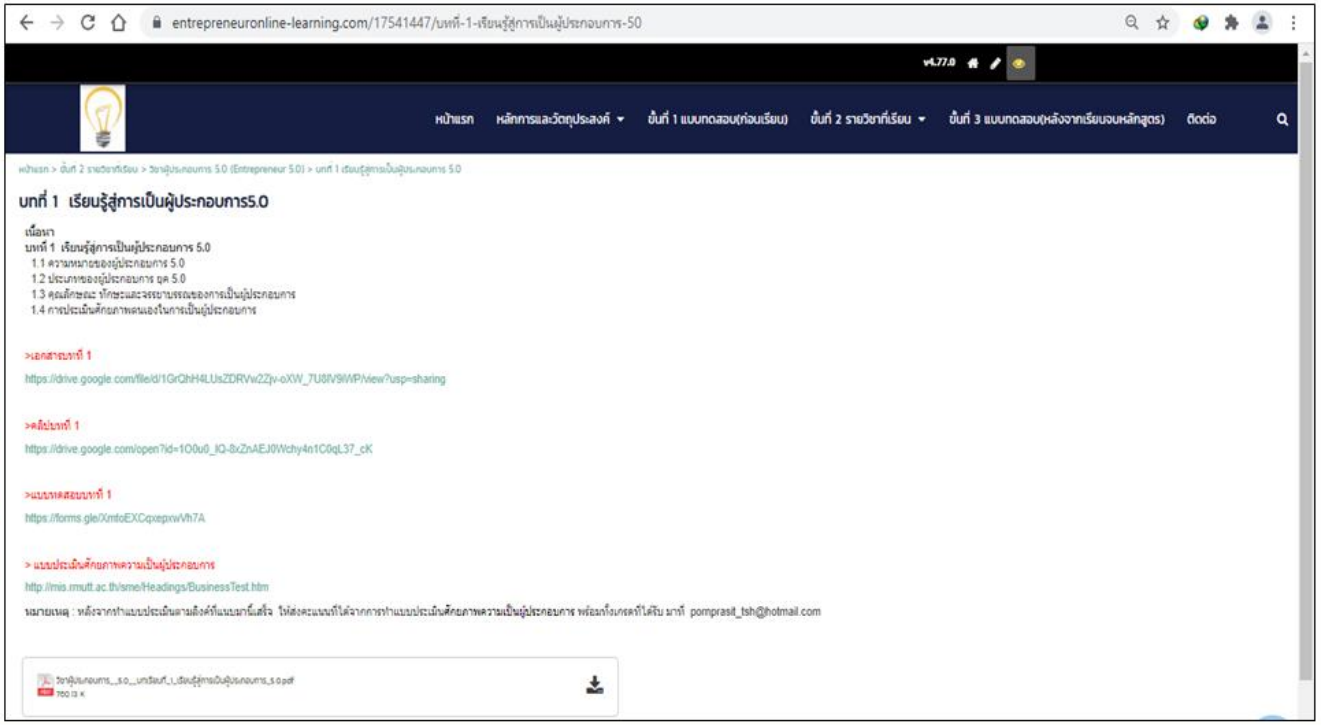
ผู้เรียนเริ่มเรียน คลิกที่ วิชาการเป็นผู้ประกอบการ 5.0



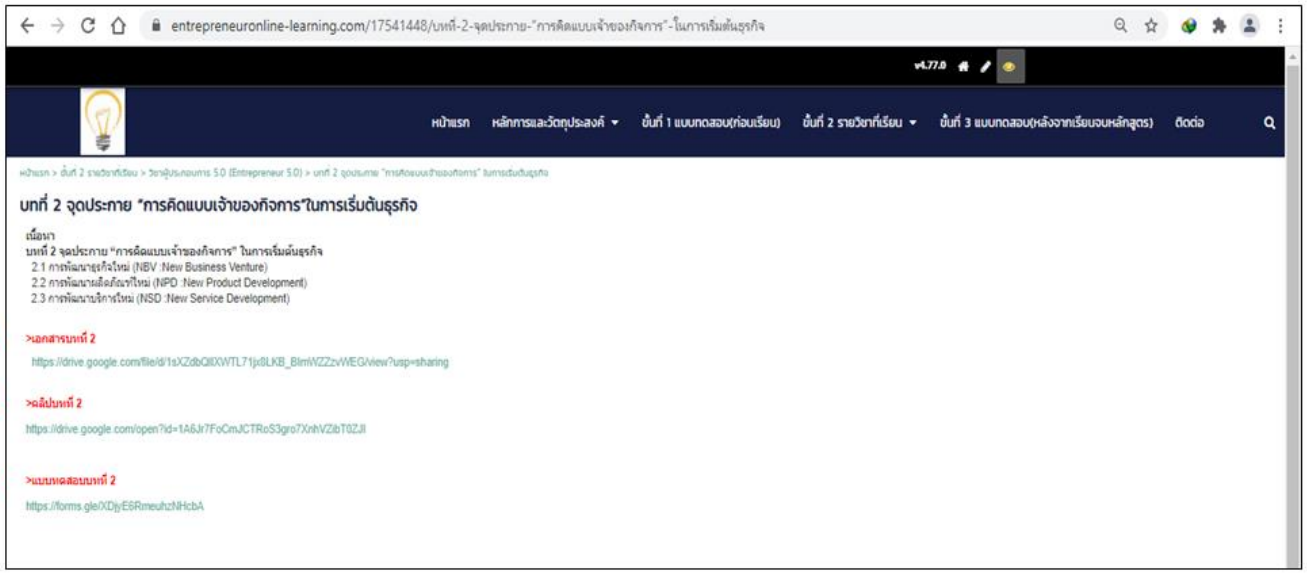
- หน้าจอจะแสดงข้อมูลเบื้องต้นของวิชาผู้ประกอบการ 5.0



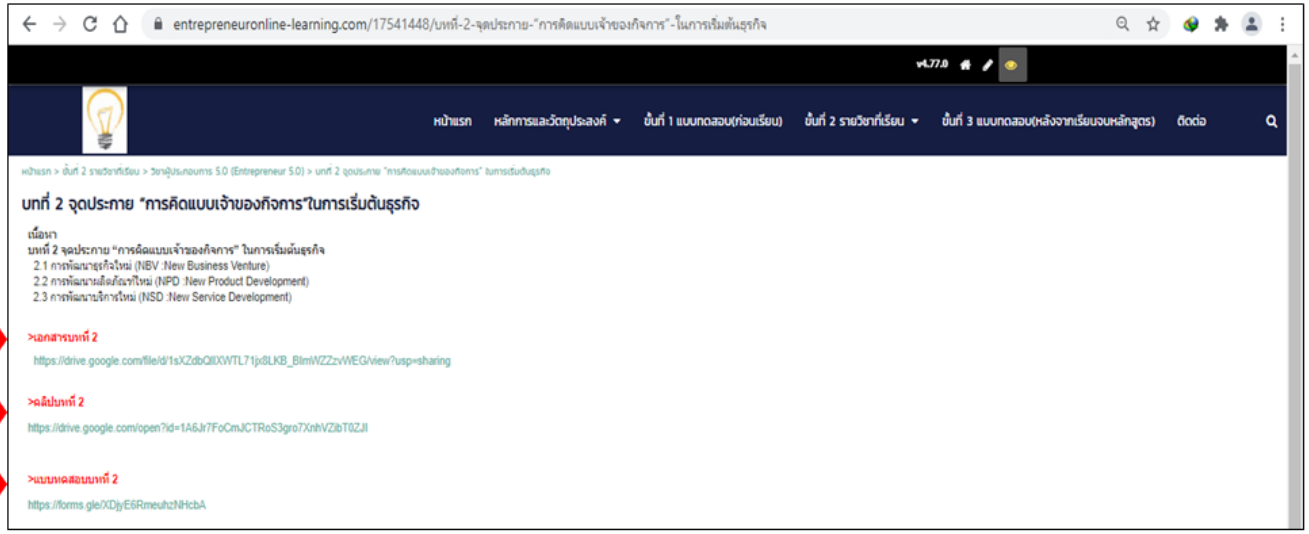
- หลังจากอ่านข้อมูลเบื้องต้นของ**วิชาผู้ประกอบการ 5.0** เสร็จแล้ว ผู้เรียน ผู้เรียน คลิกที่ **บทที่ 1**
  เริ่มเรียนโดยกดเข้าไปตามลิงค์ที่มีตามลำดับ **>** อ่านเอกสารบทที่ 1 **>** แล้วดูคลิปบทที่ 1 **>**หลังจากนั้นทำแบบทดสอบบทที่ 1 **>** แบบประเมินความเป็นผู้ประกอบการ
  หมายเหตุ : ทำตามคำแนะนำ และหากมีข้อสงสัยให้ติดต่อผู้พัฒนาหลักสูตร



- หลังจากทำบทที่ 1 เสร็จแล้วก็ทำบทเรียนต่อไปของรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการ 5.0 เสร็จแล้ว ผู้เรียน ผู้เรียน คลิกที่ บทที่ 2 เริ่มเรียนโดยกดเข้าไปตามลิงค์ที่มีตามลำดับ > อ่านเอกสารบทที่ 2 > แล้วดูคลิปบทที่ 2 >หลังจากนั้นทำแบบทดสอบบทที่ 2



- หลังจากทำบทที่ 2 เสร็จแล้วก็ทำบทเรียนต่อไปของรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการ 5.0 เสร็จแล้ว ผู้เรียน ผู้เรียน คลิกที่ บทที่ 3 เริ่มเรียนโดยกดเข้าไปตามลิงค์ที่มีตามลำดับ > อ่านเอกสารบทที่ 3 > แล้วดูคลิปบทที่ 3 >หลังจากนั้นทำแบบทดสอบบทที่ 3



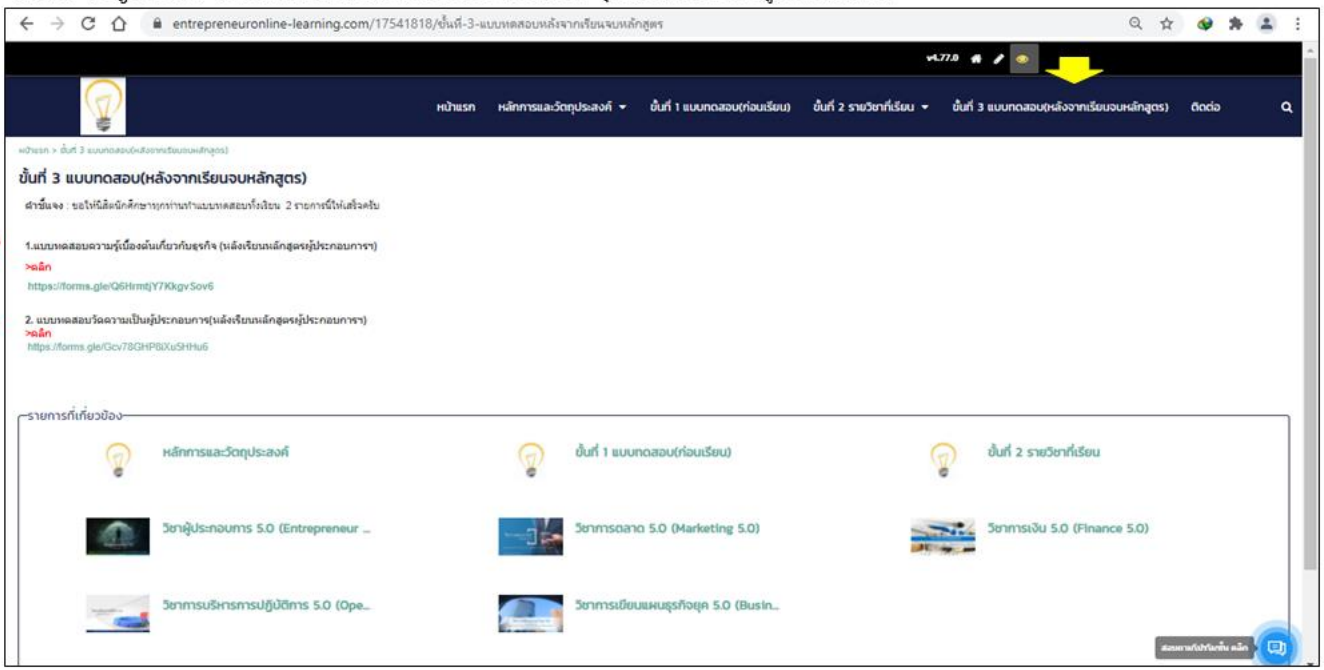
- หลังจากทำบทเรียนบทของวิชาการเป็นผู้ประกอบการ 5.0 ครบหมดแล้ว
- ผู้เรียนก็เริ่มเรียนวิชาอื่นๆ ตามลำดับได้แก่ วิชาการตลาด5.0 วิชาการเงินวิชาการบริหารปฏิบัติการ 5.0 และวิชาสุดท้ายคือวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0
- หลังจากเรียนจบครบ 5 ชุดวิชาของขั้นตอนที่ 2 แล้ว ก็เข้าสู่ขั้นตอนที่ 3 ต่อไป

หมายเหตุ ผู้วิจัยจะทำการตรวจคะแนนของผู้เรียนแต่ละคน และแจ้งคะแนนแต่ละวิชากลับไปให้ผู้เรียนแต่ละคนทราบผ่านเบอร์มือถือ /ไลน์ไอดี/อีเมลที่ผู้เรียนแต่ละคนแจ้งไว้

5. ผู้เรียน คลิกที่ **ขั้นตอนที่ 3 แบบทดสอบหลังเรียน**

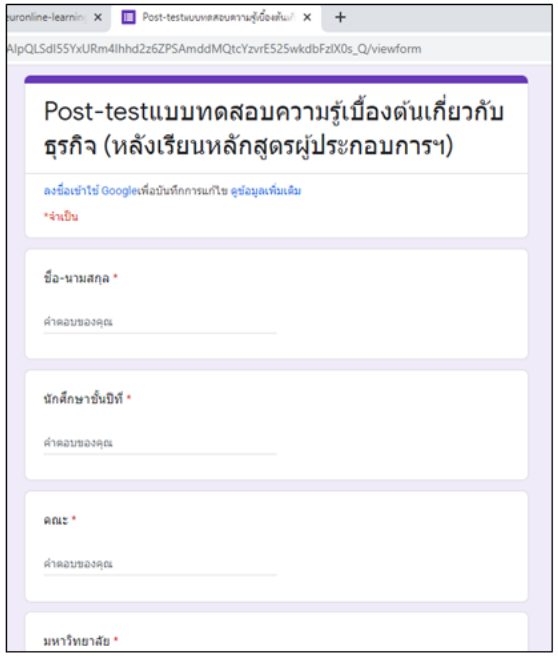
ประกอบด้วยแบบทดสอบ จำนวน 2 ชุด ได้แก่ 1) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ และ 2) แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ

หลังจากผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียนจำนวน 2 ชุด เสร็จแล้ว จึงเข้าสู่ขั้นตอนถัดไป

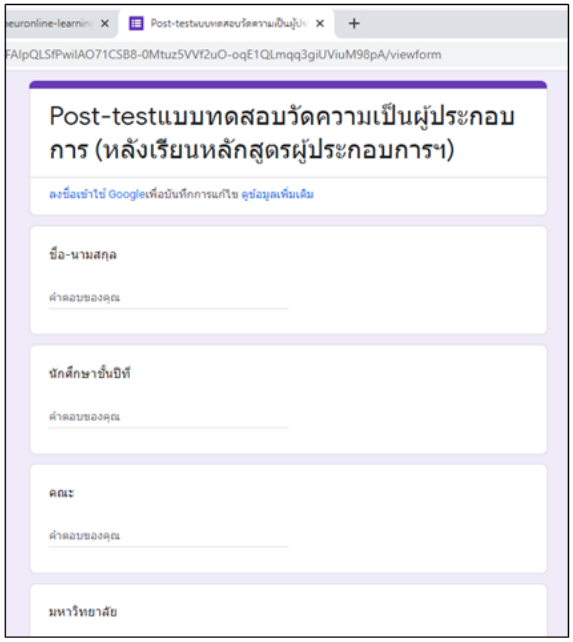


ขั้นตอนที่ 3 แบบทดสอบหลังเรียน

1) แบบทดสอบความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ



2) แบบทดสอบวัดความเป็นผู้ประกอบการ



- หลังจากผู้เรียน เรียนจนครบทั้ง 3 ขั้นตอนแล้ว
- ข้อมูลของผู้เรียนจากการทำแบบทดสอบต่างๆ ตั้งแต่ขั้นตอนที่ 1-3 ผู้วิจัยจะทำการตรวจคะแนนของผู้เรียนแต่ละคนและเปรียบเทียบผลคะแนนก่อนเรียนกับหลังเรียน
- แจ้งคะแนนกลับไปให้ผู้เรียนแต่ละคนทราบผ่านเบอร์มือถือ /ไลน์ไอดี/อีเมลที่ผู้เรียนแต่ละคนแจ้งไว้
- ผู้วิจัยจะส่งแบบสอบถามความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรผู้ประกอบการฯ ให้ผู้เรียนแต่ละคน

Thank You

ภาคผนวก ช
เอกสารหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เด่นโมพี

เอกสารนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต
เรื่อง การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
สาขาวิชาอุดมศึกษา ภาควิชานโยบาย การจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์

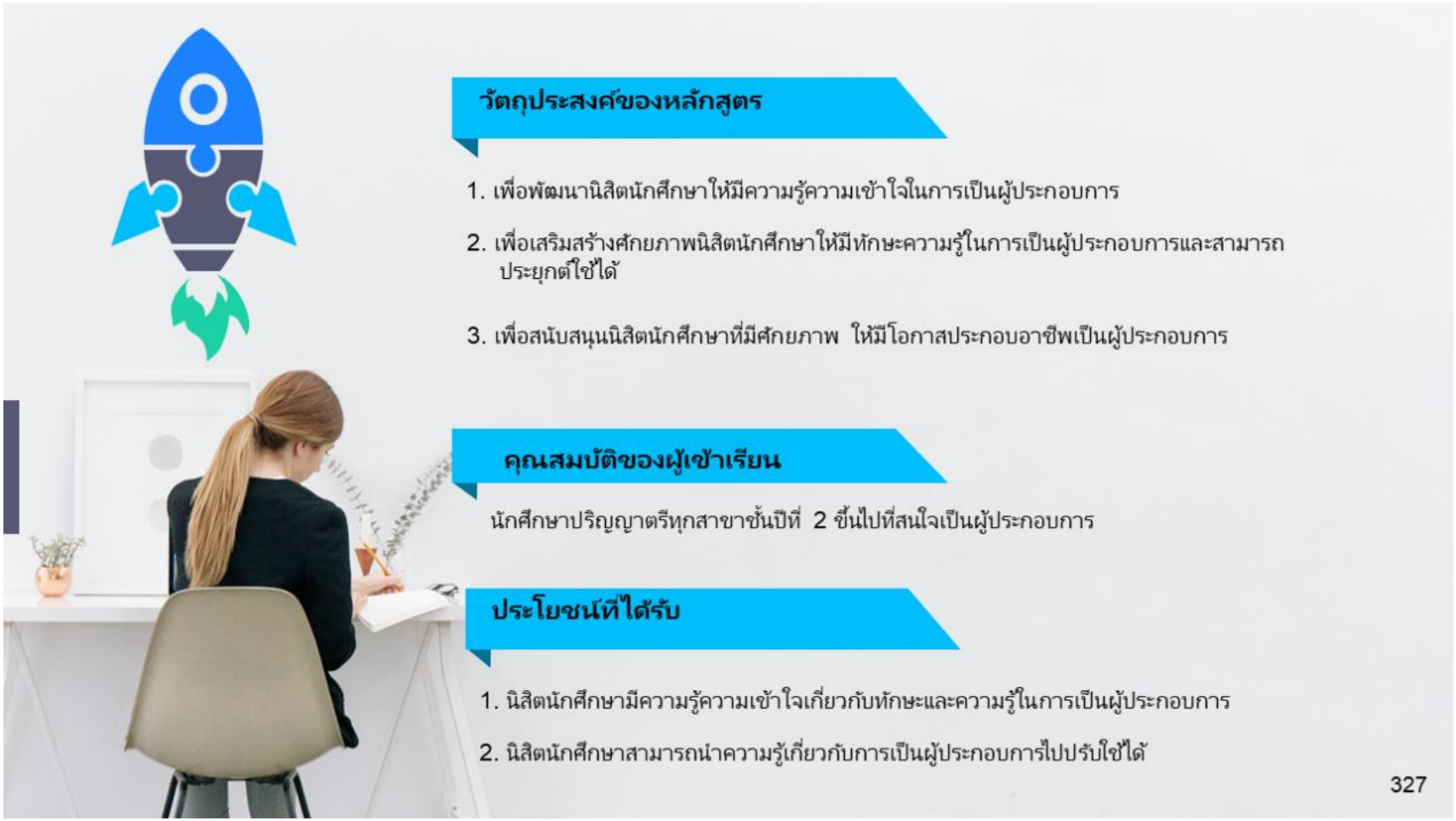
เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย 5 โมดูล ซึ่งผู้เรียนต้องเรียนรายวิชาเรียงตามลำดับดังนี้

1. วิชาผู้ประกอบการ 5.0
2. วิชาการตลาด 5.0
3. วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0
4. วิชาการเงิน 5.0
5. วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์
เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

หลักการ
ในปัจจุบันนี้บทบาทของการเป็นผู้ประกอบการมีความเกี่ยวข้องกับนิสิตนักศึกษามากขึ้น เนื่องจากสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว กระแส "Startup Business" ในยุค Thailand 4.0 และการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยียุคดิจิทัลที่ทำให้นิสิตนักศึกษาจบใหม่เริ่มมีความคิดที่ไม่ต้องการทำงานประจำ แต่ต้องการที่จะมีธุรกิจเป็นของตัวเองหลังจากจบการศึกษาซึ่งมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ หากแต่ไม่ใช่ว่าทุกคนจะประสบความสำเร็จ ดังนั้น การเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการให้กับนิสิตนักศึกษาจึงมีความสำคัญอย่างมาก เพราะนิสิตนักศึกษาที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการใหม่ (Startup) ควรต้องมีความรู้และมีการเตรียมตัวอย่างเหมาะสมก่อนที่จะเริ่มธุรกิจใหม่ของตนเอง เพื่อจะช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสความสำเร็จในธุรกิจได้มากขึ้น

การเรียนการสอนให้นิสิตนักศึกษาได้เข้าใจการดำเนินธุรกิจอย่างแท้จริงนั้น จึงจำเป็นต้องให้นิสิตนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทักษะและความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจทั้งด้านการตลาด การบริหารปฏิบัติการ การเงิน และวางแผนธุรกิจและนำไปใช้ได้จริง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ให้กับนิสิตนักศึกษาทุกคณะและทุกคนที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ และเตรียมความสามารถให้พร้อมที่จะเข้าสู่โลกของการเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการโดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาอยู่ภายใต้ความเชื่อที่ว่านิสิตนักศึกษาสามารถเป็นผู้ประกอบการได้ และจะช่วยให้นิสิตนักศึกษาทุกคนมีโอกาสที่จะเรียนรู้การเป็นผู้ประกอบการและเตรียมพร้อมที่จะเข้าสู่โลกของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้อย่างแท้จริง


วัตถุประสงค์ของหลักสูตร
1. เพื่อพัฒนานิสิตนักศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการ
2. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพนิสิตนักศึกษาให้มีทักษะความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการและสามารถประยุกต์ใช้ได้
3. เพื่อสนับสนุนนิสิตนักศึกษาที่มีศักยภาพ ให้มีโอกาสประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ
คุณสมบัติของผู้เข้าเรียน
นักศึกษาปริญญาตรีทุกสาขาชั้นปีที่ 2 ขึ้นไปที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ
ประโยชน์ที่ได้รับ
1. นิสิตนักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทักษะและความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ
2. นิสิตนักศึกษาสามารถนำความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการไปปรับใช้ได้
327

ชุดวิชาหรือโมดูล (Module)

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

คุณสมบัติของผู้เรียน: นิสิตนักศึกษาปริญญาตรีทุกสาขาชั้นปีที่ 2 ขึ้นไป ที่สนใจเป็นผู้ประกอบการ

จำนวนหน่วยกิต: ไม่มี

สถานภาพการศึกษา : วิชาเสริมนอกหลักสูตร

สถานที่เรียน : เรียนผ่านบทเรียนออนไลน์

ชุดวิชาที่ต้องเรียน : ในหลักสูตรประกอบด้วย 5 โมดูล ซึ่งผู้เรียนต้องเรียนรายวิชาเรียงตามลำดับดังนี้

1) วิชาผู้ประกอบการ 5.0
2) วิชาการตลาด 5.0
3) วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0
4) วิชาการเงิน 5.0
5) วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0

ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เด่นโมพี

อาจารย์ที่ปรึกษา :
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริฉันท์ สถิรกุล เตชพาหพงษ์
ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร. อัจฉรา จันทร์ฉาย

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

รายละเอียดบทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)
หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

1. ลักษณะของบทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล(Module)

โมดูลหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย 5 วิชา ดังนี้

วิชาผู้ประกอบการ 5.0

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง
- สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ประกอบด้วย คลิปวีดีโอความยาวประมาณ 12 นาทีและบทเรียนมัลติมีเดีย/เอกสารประกอบ
- รายวิชาวิชานี้มีการฝึกปฏิบัติโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

วิชาการตลาด 5.0 (Marketing 5.0)

- เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด 6 ชั่วโมง
- สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน ประกอบด้วย : คลิปวีดีโอความยาวประมาณ 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 ประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการในการประกอบอาชีพการเป็นผู้ประกอบการได้

3. ความรู้พื้นฐาน

มีทักษะในการใช้งานคอมพิวเตอร์เบื้องต้น

4. กิจกรรมการเรียนการสอน

4.1 เรียนจากบทเรียนผ่านเว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com
4.2 ทำกิจกรรมการเรียน การสอบถามและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้สอนบนเว็บบอร์ด และchat room
4.3 ผู้สอนกำหนดเนื้อหาแบ่งเป็นบทๆ ให้นิสิตนักศึกษาได้ศึกษาจากบทเรียนในคลิปวีดีโอ และสื่อการสอนในรูปของ
บทเรียนมัลติมีเดียรวมถึงยกตัวอย่างกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับบทเรียนบนเว็บไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com
4.4 ผู้สอนกำหนดให้นิสิตนักศึกษาฝึกปฏิบัติทำโมเดลธุรกิจ(Business Model Canvas) ในรายวิชาผู้ประกอบการ 5.0 และ
แบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจใหม่การเขียนแผนธุรกิจใหม่ (Business Plan for Startup) ในรายวิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0
4.5 นิสิตนักศึกษาเอกสารการสอนเพิ่มเติมตามที่ผู้สอนมอบหมายในแต่ละบทเรียน

5. การประเมินผล

5.1 การประเมินผลก่อนเรียน

นิสิตนักศึกษาทำแบบทดสอบความรู้พื้นฐานธุรกิจและทัศนคติของการเป็นผู้ประกอบการก่อนเข้าเรียนเพื่อประเมินความรู้พื้นฐานก่อนเข้าเรียน

5.2 การประเมินผลหลังเรียน

นิสิตนักศึกษาทำแบบทดสอบความรู้หลังจากเรียนจบในแต่ละบทเรียน าจะต้องแสดงให้เห็นถึงการมีความรู้ ทักษะตามที่กำหนดไว้ใน วัตถุประสงค์ของชุดวิชา มีการประเมินผลและให้คะแนน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

6. อุปกรณ์การเรียน

นิสิตนักศึกษาจำเป็นต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์หรือมือถือที่สามารถใช้อินเตอร์เน็ตได้ผ่านทางเวปไซต์ www.entrepreneuronline-learning.com และบทเรียนบางบทเป็นคลิปวีดีโอ นิสิตนักศึกษาจะต้องมี Window Media Player ในเครื่องคอมพิวเตอร์และเอกสารประกอบที่ใช้เป็นไฟล์ PDF

7. ระยะเวลาเรียน

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

บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)
หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านเพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
วิชาผู้ประกอบการ 5.0
ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)
หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
วิชาการตลาด 5.0
ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)
หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
วิชาการบริหารการปฏิบัติการ
ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)
หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
วิชาการเงิน 5.0
ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)
หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0
ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

เริ่มเข้าสู่บทเรียน
หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
หลักสูตรผู้ประกอบการ รู้จริง ทำจริง เรียนได้ทุกที่ ทุกเวลา

บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)
หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
วิชาผู้ประกอบการ 5.0
ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

วิชาผู้ประกอบการ 5.0
(Entrepreneur 5.0)
หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
www.entrepreneuronline-learning.com

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

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

กิจกรรมการเรียนการสอน

บรรยายด้วยคลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน

-คลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
-เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด

6 ชั่วโมง ต่อรายวิชา

อาจารย์ประจำวิชา

ดร.วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์ CEO บจก.โนบิทเทอร์

ผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

เนื้อหาบทเรียน

1 เรียนรู้สู่การเป็นผู้ประกอบการ 5.0

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

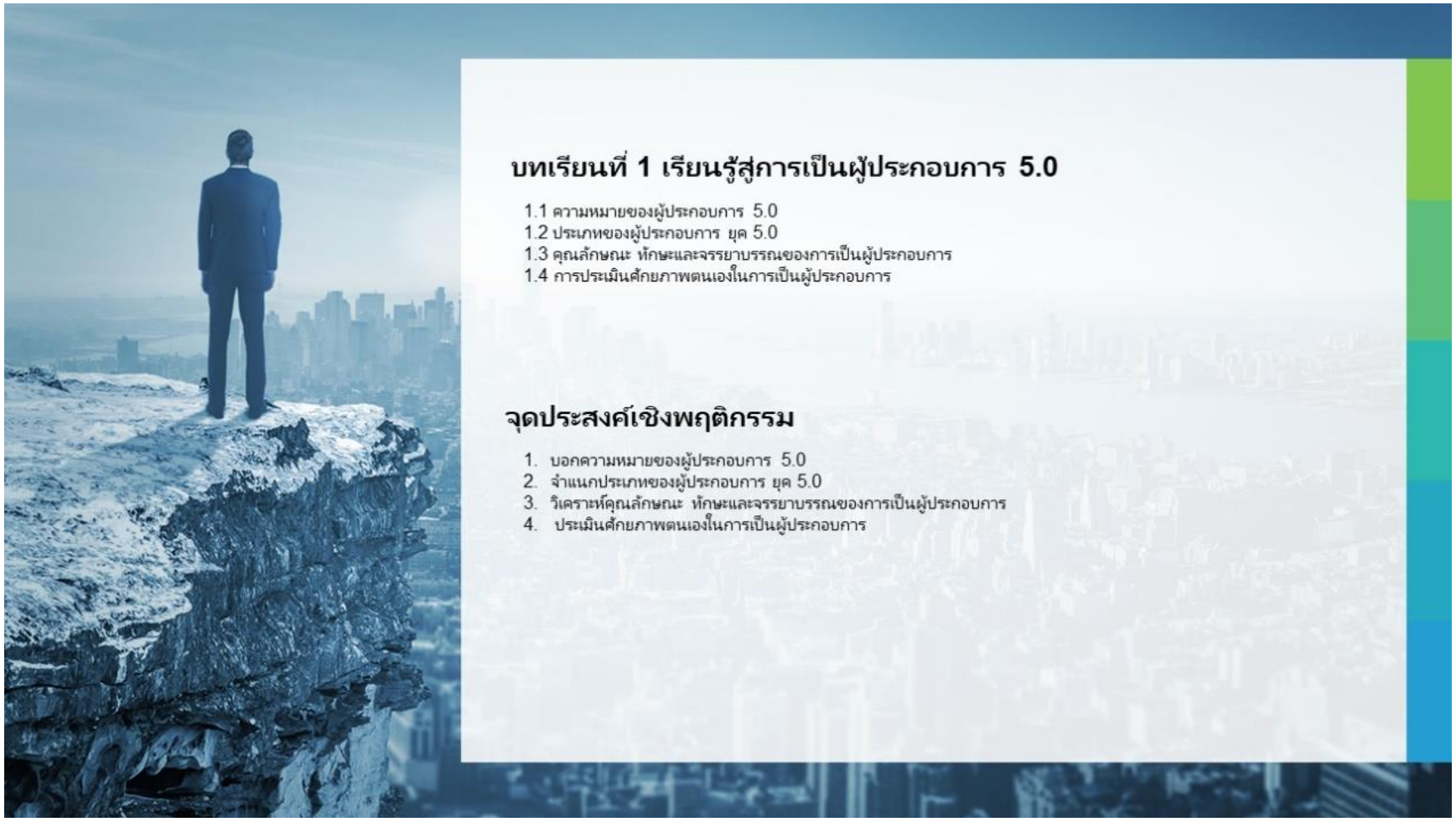
2 จุดประกาย “การคิดแบบเจ้าของกิจการ” ในการเริ่มต้นธุรกิจ

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
- ✓ มีการวางแผนการดำเนินงานและดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง
- ✓ มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ ปรับเปลี่ยนโอกาสไปสู่ธุรกิจและบริหารจัดการธุรกิจ
- ✓ ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาจากเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและนวัตกรรม
- ✓ มุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ด้วยการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ โดยมีการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดรับกับสังคมยุค5.0 (Society 5.0) ที่เน้นถึงวิธีการแก้ปัญหาสำหรับชีวิตมนุษย์ที่ดีขึ้น (Solution for better human life)

สังคมยุค 5.0 (Society 5.0)

- ✓ สิ่งต่างๆ และระบบต่าง ๆ จะเชื่อมต่อกันในโลกเสมือน และกระบวนการจะนำคุณค่าใหม่ๆ มาสู่อุตสาหกรรมและสังคมในแบบที่ไม่เคยทำได้มาก่อน
- ✓ นำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ 5.0 ที่มีการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดรับกับสังคมยุค 5.0 ที่เน้นถึงวิธีการแก้ปัญหาสำหรับชีวิตมนุษย์ที่ดีขึ้น

ทำไมถึงต้องเป็นผู้ประกอบการ 5.0

- ✓ สังคมที่มีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง มีความสมดุลของความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและการแก้ปัญหาทางสังคม
- ✓ นำระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่สามารถเชื่อมโยงพื้นที่เสมือน (ไซเบอร์สเปซ) และพื้นที่ทางกายภาพ (พื้นที่จริง) เข้าด้วยกัน
- ✓ ใช้ประโยชน์จากการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI)

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: สังคมญี่ปุ่นแห่งอนาคต

ผู้ประกอบการ 5.0 (Entrepreneur 5.0)

ผู้ประกอบการ 5.0 หมายถึง **เจ้าของกิจการที่คิดริเริ่มจัดตั้งธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ ปรับเปลี่ยนโอกาสไปสู่ธุรกิจและบริหารจัดการธุรกิจ และยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ ตลอดเวลาจากเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและนวัตกรรม มุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ด้วยการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ โดยมีการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดรับกับสังคมยุค5.0 (Society 5.0) ที่เน้นถึงวิธีการแก้ปัญหาสำหรับชีวิตมนุษย์ที่ดีขึ้น (Solution for better human life)**

(ที่มา : ผู้วิจัยประยุกต์เพิ่มเติมจาก Society 5.0: สังคมญี่ปุ่นแห่งอนาคต)

ทำไมถึงต้องเป็นผู้ประกอบการ 5.0 (Entrepreneur 5.0)

ปี2562 หัวข้อสำคัญในการประชุมสุดยอด G20 ที่เมืองดาโวส คือ **สังคมยุค 5.0(Society 5.0) : สังคมญี่ปุ่นแห่งอนาคต**เป็นแนวคิดใหม่ล่าสุดที่นำเสนอโดยรัฐบาลญี่ปุ่นเพื่ออธิบายถึงการปฏิวัติครั้งที่ 5 ที่กำลังจะมาถึงซึ่งเริ่มขึ้นในปี 2563 กล่าวคือ วิสัยทัศน์สังคม 5.0 ของญี่ปุ่นหมายถึงสังคมที่มีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง เป็นสังคมที่มีความสมดุลของความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและการแก้ปัญหาทางสังคม ผ่านการนำระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่สามารถเชื่อมโยงพื้นที่เสมือน (ไซเบอร์สเปซ) และพื้นที่ทางกายภาพ (พื้นที่จริง) เข้าด้วยกัน และใช้ประโยชน์จากการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งทำให้สามารถบริหารจัดการเรื่องต่างๆ ในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

แหล่งที่มา : https://www.thailandff.org/post/society-5-0

สังคม 5.0 นำเสนอในแผนพัฒนาเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ฉบับที่ 5 ในฐานะสังคมในอนาคตที่ญี่ปุ่นควรให้ความสำคัญ ที่ผ่านมา ในสังคมข้อมูลสารสนเทศ (Society 4.0) ญี่ปุ่นเห็นว่าเพียงแค่การแบ่งปันความรู้และข้อมูลนั้นยังไม่เพียงพอ อีกทั้งความร่วมมือระหว่างกันของคนและองค์กรยังเกิดขึ้นได้ยาก ข้อจำกัดที่สำคัญ คือ ปริมาณข้อมูลจำนวนมากที่ล้นเกิน การวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้เป็นงานหนัก นอกจากนี้ การทำงานถูกจำกัดจากอายุของคนญี่ปุ่นที่สูงขึ้น 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) จะได้รับการวิเคราะห์โดยใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI)**

ในสังคมข้อมูลที่ผ่านมา การปฏิบัติทั่วไป คือ การรวบรวมข้อมูลผ่านทางเครือข่ายและทำการวิเคราะห์โดยมนุษย์ **แต่ในสังคม 5.0 คน สิ่งต่างๆ และระบบต่าง ๆ จะเชื่อมต่อกันในโลกเสมือน และผลลัพธ์ที่ดีที่สุดจากปัญญาประดิษฐ์จะส่งมอบกลับสู่โลกจริง กระบวนการนี้จะนำคุณค่าใหม่ๆ มาสู่อุตสาหกรรมและสังคมในแบบที่ไม่เคยทำได้มาก่อน**

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 ข้อมูลเรียลไทม์เกี่ยวกับสภาพอากาศการจราจร ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม และประวัติส่วนตัว
✓ทำให้การเดินทางและการท่องเที่ยวจะง่ายดายขึ้นมาก เช่น ทำให้เส้นทางการท่องเที่ยวตรงกับความต้องการส่วนบุคคล

02

สังคม 5.0 กับการดูแลสุขภาพ/ผู้ป่วยในอนาคต

- ✓ วิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อดูแลสุขภาพและผู้ป่วย
- ✓ โดยข้อมูลครอบคลุมข้อมูลทางสรีรวิทยาในเวลาจริง ข้อมูลทางการแพทย์ ข้อมูลการรักษา การติดเชื้อและข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม จึงทำให้สามารถตรวจสุขภาพแบบเรียลไทม์

03

สังคม 5.0 กับการผลิตในอนาคต

- ✓ วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค ข้อมูลสินค้าคงคลังของผู้จัดจำหน่าย และข้อมูลการจัดส่งสินค้าแบบเรียลไทม์ด้วยระบบปัญญาประดิษฐ์
- ✓ สามารถวางแผนการผลิตที่ยืดหยุ่นและจัดการสินค้าคงคลังเพื่อตอบสนองความต้องการในปัจจุบัน

04

สังคม 5.0 กับการเกษตรในอนาคต

- ✓ วิเคราะห์ข้อมูลทางอุตุนิยมวิทยา ข้อมูลการเจริญเติบโตของพืช สภาพตลาด แนวโน้มความต้องการอาหารแบบเรียลไทม์ด้วยระบบปัญญาประดิษฐ์จากการเชื่อมโยงระบบผ่าน Internet of Things (IoTs)

ตัวอย่างสังคมยุค 5.0 (Society 5.0)

สังคม 5.0 กับการเดินทางในอนาคต

ในสังคม 5.0 จะมีการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อใช้ประโยชน์สำหรับเดินทาง โดยใช้ข้อมูลที่ได้รับจากรถยนต์ ข้อมูลเรียลไทม์เกี่ยวกับสภาพอากาศการจราจร ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม และประวัติส่วนตัว ทำให้การเดินทางและการท่องเที่ยวจะง่ายดายขึ้นมาก เช่น ทำให้เส้นทางการท่องเที่ยวตรงกับความต้องการส่วนบุคคล และเสนอแผนการที่ดีที่สุดจากการพิจารณาจากสภาพอากาศและความแออัด การเดินทางจะเป็นไปได้อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย โดยไม่เกิดความแออัดและลดอุบัติเหตุผ่านรถยนต์ที่ขับขี่ด้วยตนเอง นอกจากนี้ การเดินทางจะลื่นไหลคล่องตัวจากการเชื่อมบริการแบ่งปันรถกับการขนส่งสาธารณะ ผู้สูงอายุและผู้พิการทางร่างกายก็สามารถเดินทางด้วยตัวเองผ่านการใช้เก้าอี้ล้อเลื่อนอัตโนมัติ

สังคม 5.0 กับการดูแลสุขภาพและการดูแลผู้ป่วยในอนาคต

สังคม 5.0 จะเปิดโอกาสให้เราวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อดูแลสุขภาพและผู้ป่วย โดยข้อมูลครอบคลุมข้อมูลทางสรีรวิทยาในเวลาจริง ข้อมูลทางการแพทย์ ข้อมูลการรักษา การติดเชื้อ และข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม จึงทำให้สามารถตรวจสุขภาพแบบเรียลไทม์ ทำให้สุขภาพที่ดีและตรวจหาความเจ็บป่วยได้สะดวก ผู้ป่วยสามารถใช้ชีวิตที่สะดวกสบายด้วยตัวเอง สามารถใช้หุ่นยนต์เพื่อลดภาระการดูแลสุขภาพและการดูแลผู้ป่วย แพทย์สามารถมอบการรักษาที่ดีที่สุดโดยการแบ่งปันข้อมูลด้านสรีรวิทยาและข้อมูลทางการแพทย์ สังคม 5.0 จึงช่วยลดต้นทุนทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ การดูแลและแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานในสถานบริการด้านสุขภาพ

แหล่งที่มา :https://www.thailandff.org/post/society-5-0

สังคม 5.0 กับการผลิตในอนาคต

ช่วยให้เกิดการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค ข้อมูลสินค้าคงคลังของผู้จัดจำหน่าย และข้อมูลการจัดส่งสินค้าแบบเรียลไทม์ด้วยระบบปัญญาประดิษฐ์ ทำให้สามารถวางแผนการผลิตที่ยืดหยุ่นและจัดการสินค้าคงคลังเพื่อตอบสนองความต้องการในปัจจุบันด้วยการสร้างการเชื่อมโยงกับซัพพลายเออร์ในอุตสาหกรรม สามารถใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และหุ่นยนต์เพื่อประสานงานระหว่างโรงงานเพื่อให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้นประหยัดแรงงาน ทำให้การกระจายสินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยสามารถขนส่งสินค้าข้ามอุตสาหกรรมร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และช่วยให้ลูกค้าและผู้บริโภคสามารถรับสินค้าราคาถูกได้อย่างรวดเร็วจากการจัดส่งตามความต้องการ เป็นความหวังเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น รวมถึงการตอบสนองต่อภัยพิบัติ การลดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน การตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย รวมถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าและกระตุ้นการบริโภค

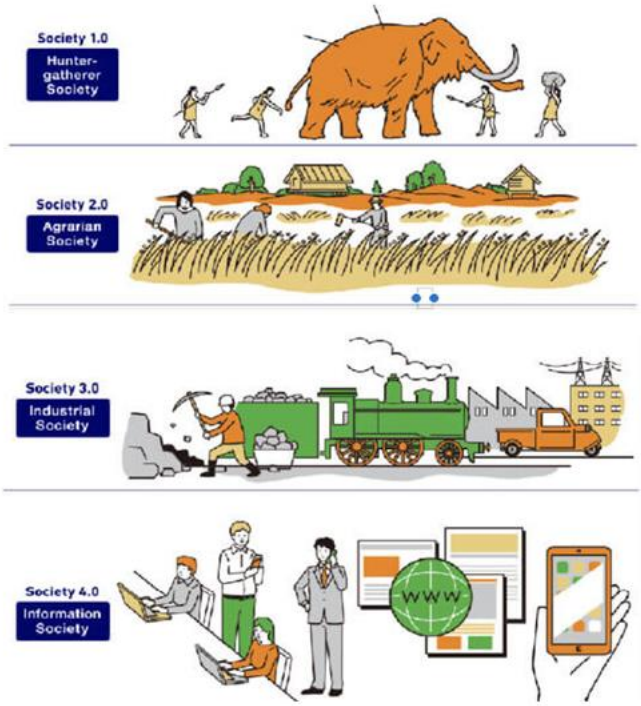
สังคม 5.0 กับการเกษตรในอนาคต

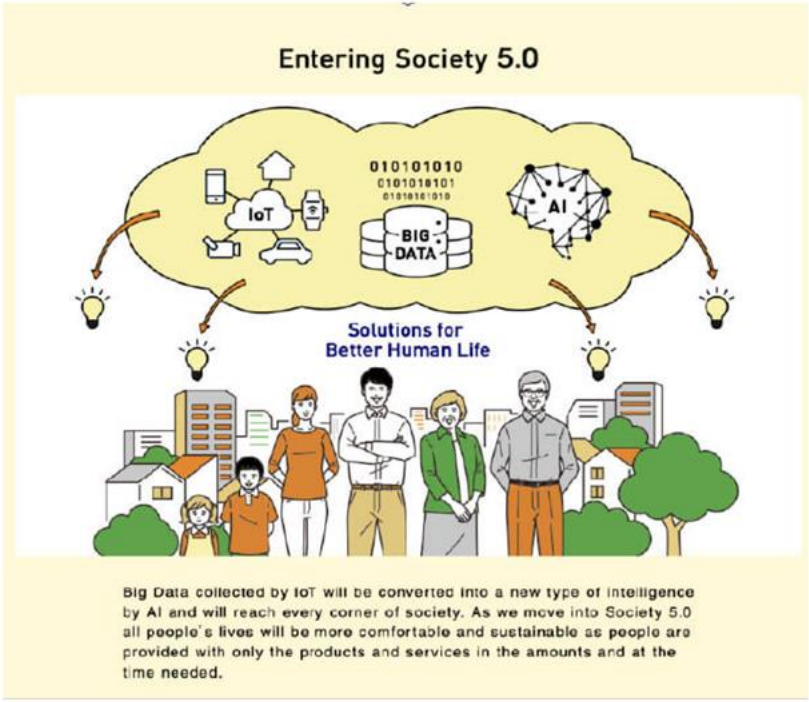
การวิเคราะห์ข้อมูลทางอุตุนิยมวิทยา ข้อมูลการเจริญเติบโตของพืช สภาพตลาด แนวโน้มความต้องการอาหาร แบบเรียลไทม์ด้วยระบบปัญญาประดิษฐ์จากการเชื่อมโยงระบบผ่าน Internet of Things (IoTs) จะช่วยให้เกิดการทำฟาร์มแบบอัจฉริยะที่สามารถประหยัดแรงงานและมีการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงด้วยการทำงานโดยอัตโนมัติในฟาร์ม ช่วยประหยัดแรงงานผ่านการใช้หุ่นยนต์ เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการน้ำตามการคาดการณ์สภาพอากาศข้อมูลแม่น้ำ สามารถจัดทำแผนการทำการเกษตรด้วยการกำหนดผลผลิตพืชที่เหมาะกับความต้องการ การเพิ่มประสิทธิภาพแผนการทำงานร่วมกับการคาดการณ์สภาพอากาศ การแบ่งปันประสบการณ์และความรู้และการขยายฐานลูกค้า ทำให้เกษตรกรสามารถผลิตสินค้าเกษตรได้ตามความต้องการของตลาดและส่งมอบผลผลิตในฟาร์มให้กับผู้บริโภคเมื่อพวกเขาต้องการโดยยานพาหนะขับขี่ด้วยตนเอง การแก้ปัญหาเหล่านี้จะช่วยเพิ่มการผลิตอาหารและสร้างเสถียรภาพของอุปทาน แก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานในพื้นที่การเกษตร ลดเศษเหลือจากอาหารและกระตุ้นการบริโภค

แหล่งที่มา :https://www.thailandff.org/post/society-5-0

สังคมยุค 5.0 (Society 5.0)

นำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ 5.0 ที่มีการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้สอดรับกับสังคมยุค 5.0 ที่เน้นถึงวิธีการแก้ปัญหาสำหรับชีวิตมนุษย์ที่ดีขึ้น (Solution for better human life)





แหล่งที่มา : https://entrepreneur5.geniusu.com/freetraining/

ประเภทของผู้ประกอบการ (แบ่งตามประเภทของธุรกิจ)

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

Industrial Entrepreneur

-เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ใช้ทรัพยากรที่มีผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา

-เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา ผลิตจากเนื้อปลาทะเล คัดพิเศษ ไม่มีแป้งผสม ด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปี รับประกัน อร่อย เนียน เหนียว นุ่ม ไม่คาว ได้คุณประโยชน์จากปลาทะเล

ผู้ประกอบการค้า

Trading Entrepreneur

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้าจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่งเป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

ผู้ประกอบการเกษตร

Agricultural Entrepreneur

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูกเทคโนโลยีทางการเกษตรจนถึงปลายน้ำ

เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม

-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกชิมมากมาย

-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ

-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

ผู้ประกอบการธุรกิจ

Business Entrepreneur

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

ผู้ประกอบการในองค์การ

Corporate Entrepreneur

-ใช้ทักษะความคิดสร้างสรรค์ในการการบริหารจัดการในองค์กรที่ตนเองบริหารงานอยู่

William L. McKnight

-จากพนักงานตำแหน่งผู้ช่วยเสมียนบัญชี วัย 20 ปี ต่อมาอีก 40 ปี ที่ได้ก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งประธานคณะกรรมการบริหารของ 3M

แหล่งที่มา : ผู้วิจัย

สรุปคุณลักษณะและทักษะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ประสบความสำเร็จ

ด้านคุณลักษณะ (Attributes)

15A

1. ต้องการสู่ความสำเร็จ
2. มีลักษณะนิสัยชอบเสี่ยง
3. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ หรือมีจิตนาการที่ไม่เหมือนคนอื่น
4. ความพยายามไม่ย่อท้อ กล้าเผชิญกับอุปสรรค
5. เชื่อมั่นในตนเอง
6. กล้าเปลี่ยนแปลงถือเป็นโอกาส
7. อดทนต่อความไม่แน่นอน
8. มีความมุ่งมั่นอย่างแรงกล้า
9. กล้าตัดสินใจ
10. ความเป็นผู้นำ
11. ความรักในสิ่งที่ทำ
12. แสวงหาโอกาส
13. รับมือความเสี่ยงอย่างเหมาะสม
14. พัฒนาตนเองจากการกระทำและประสบการณ์
15. เชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเรา เกิดจากการ

ด้านทักษะ (Skills)

15S

1. ความสามารถในการจัดการเงิน
2. ความสามารถในการสร้างแบรนด์ของตัวเอง
3. ความสามารถในการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร
4. ความสามารถในการขาย
5. ความสามารถในการใช้การตลาดขั้นพื้นฐาน
6. ความสามารถด้านการผลิตสินค้าหรือบริการ
7. ความสามารถในการสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพ
8. ความสามารถในการจัดการกับความล้มเหลว
9. ความสามารถในการสร้างเครือข่ายธุรกิจ
10. ความรู้ทางด้านกฎหมาย
11. การเขียนแผนธุรกิจและการPitching
12. การวางกลยุทธ์องค์กรและการมีวิสัยทัศน์ที่ดี
13. การปรับตัวและความยืดหยุ่น
14. การปรับทัศนคติของตัวคุณเองให้เป็นบวกอยู่เสมอ
15. เชื่อว่าสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตัวเรา เกิดจากการ

แหล่งที่มา : ผู้วิจัย

จรรยาบรรณผู้ประกอบการรุ่นใหม่ 6 ประการ

จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อลูกค้า

1. กำหนดราคาสินค้าบริการด้วยความยุติธรรม เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ

จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อผลิตภัณฑ์

2. ผลิตสินค้าที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยระบุวันผลิตและวันหมดอายุ ที่ตั้งผลิตภัณฑ์ ไว้อย่างชัดเจน

จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อคู่แข่งขัน

แหล่งที่มา : ผู้วิจัย

จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อหน่วยราชการ

4. ปฏิบัติตามข้อบังคับของกฎหมายในการประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ เช่น จัดทำบัญชีและเสียภาษีถูกต้องสามารถตรวจสอบ

จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อพนักงาน

5. ให้ค่าจ้าง สวัสดิการ และผลตอบแทนอย่างเหมาะสม โดยพิจารณาจากความรู้ ความสามารถ และลักษณะของงาน

จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อสังคม

6. ไม่ทำธุรกิจที่เป็นต้นเหตุให้เกิดมลพิษ และทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

1.4 การประเมินศักยภาพตนเองในการเป็นผู้ประกอบการ

> แบบทดสอบการประเมินตนเองก่อนการเริ่มต้นธุรกิจชุดนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางความพร้อมในการเป็นเจ้าของธุรกิจหรือไม่ ทั้งนี้ผลที่ได้จากแบบทดสอบไม่ใช่ เครื่องบ่งชี้ว่าท่านควรหรือไม่ควรที่จะประกอบธุรกิจ

> แบบทดสอบจะประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 40 ข้อ ซึ่งแต่ละคำถามจะประกอบไปด้วยตัวเลือก 5 ข้อ โดยคำถามในแบบทดสอบนี้ ไม่มีตัวเลือกที่ถูกหรือผิด ดังนั้น
ขอให้ท่านตอบคำถามให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด และตอบคำถามทุกข้อเหมือนเป็นคำถามข้อใหม่
> การตอบคำถาม หากท่านเห็นด้วยกับคำถาม ให้เลือกตอบในแนวทางขวามือ (ใช่) และหากท่านไม่เห็นด้วยกับคำถาม ให้เลือกตอบในแนวทางซ้ายมือ (ไม่ใช่)

แบบประเมินศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการ

คลิ๊กที่ลิงค์ http://mis.rmutt.ac.th/sme/Headings/BusinessTest.htm

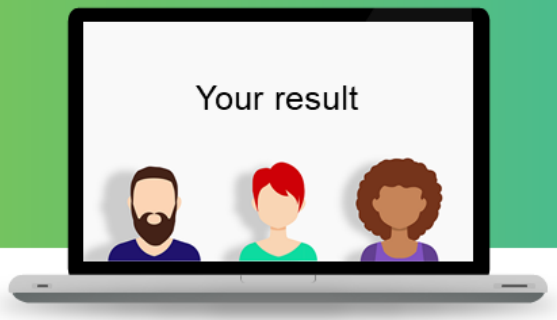
ที่มา:กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

หมายเหตุ : หลังจากทำแบบประเมินตามลิงค์ที่แนบมานี้เสร็จ ให้ส่งคะแนนที่ได้จากการทำแบบประเมิน
พร้อมทั้งเกรดที่ได้รับ มาที่ pornprasit_tsh@hotmail.com

แบบประเมินศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการ

คลิ๊กที่ลิงค์ http://mis.rmutt.ac.th/sme/Headings/BusinessTest.htm

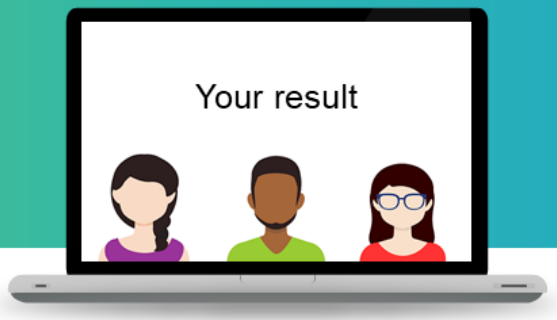
หมายเหตุ : หลังจากทำแบบประเมินตามลิงค์ที่แนบมานี้เสร็จ ให้ส่งคะแนนที่ได้จากการทำแบบประเมิน พร้อมทั้งเกรดที่ได้รับ มาที่ pornprasit_tsh@hotmail.com



High

เกณฑ์การประเมิน

เกรด A = คุณมีความพร้อมสูงที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ
เกรด B = คุณค่อนข้างมีความพร้อมที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ



Low

เกณฑ์การประเมิน

เกรด C = คุณมีความพร้อมที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจค่อนข้างน้อย
เกรด D = คุณไม่มีความพร้อมที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจ

ที่มา:กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

คลิปประกอบการเรียนการสอนเพิ่มเติม

> วิธีคิดไอเดียธุรกิจใหม่ | 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 ประการ ของผู้ประกอบการที่ดี แหล่งที่มา : http://www.brightbbc.com/readercorner/leader.html (3 มกราคม 2563)

ผู้ประกอบการที่ดี ต้องมี 10 ข้อนี้ แหล่งที่มา :https://cheechongruay.smartsme.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” ที่อยากประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องมี 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)

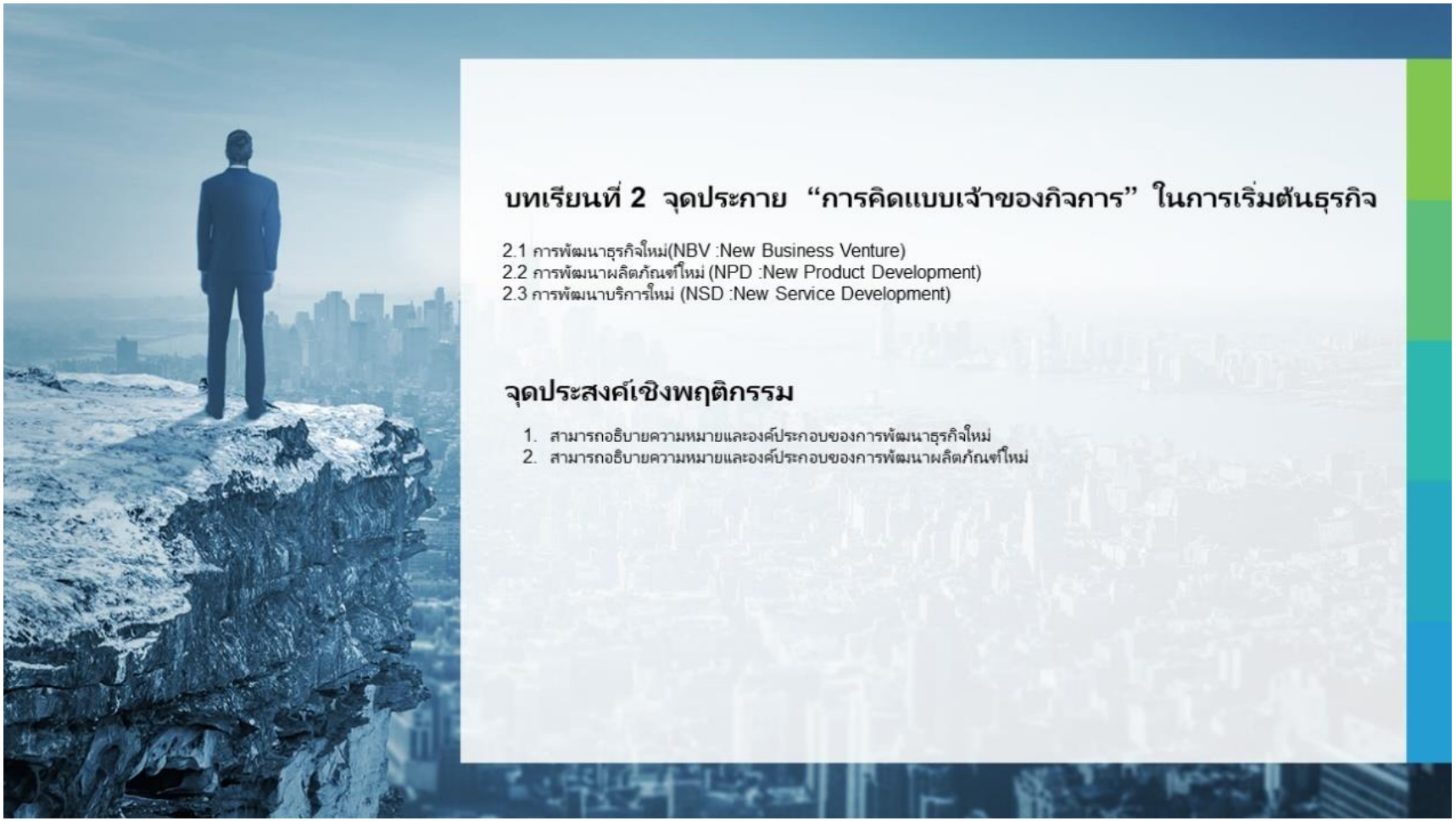
เครดิต free powerpoint templates

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 และการพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโต ผู้ประกอบการควรจำเป็นต้องมีความรู้ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบขององค์กรธุรกิจ

ผู้ประกอบการสามารถกระทำได้หลายวิธีการขึ้นอยู่ลักษณะของการดำเนินงานของแต่ละธุรกิจและความเหมาะสม สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลักได้แก่

1.1 บุคคลธรรมดา

1.1.1 กิจการเจ้าของคนเดียว
1.1.2 ห้างหุ้นส่วนสามัญ(หสม)

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 3วิธีการ

2.1 ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่ (Start Up)
2.2 ธุรกิจที่ซื้อต่อมาจากผู้อื่น (Buyout/Take Over)
2.3 ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้า (Franchise)

1.1 บุคคลธรรมดา

1.1.1 กิจการเจ้าของคนเดียว เป็นการดำเนินกิจการที่บุคคลเพียงคนเดียว เป็นเจ้าของลงทุนประกอบกิจการเพื่อแสวงหาผลกำไร และรับผิดชอบต่อการดำเนินการทั้งหมดแต่เพียงผู้เดียว ถ้าเป็นกิจกรรมขนาดเล็ก ผู้ประกอบการลักษณะนี้เรียกว่า เจ้าของ แต่ในกรณีที่กิจการมีขนาดใหญ่ มักเรียกว่า ผู้จัดการ โดยทั่วไปแล้ว การประกอบการแบบนี้ อาจมีป้ายหรือยี่ห้อ โดยอาศัยชื่อเจ้าของร้าน

-กิจการที่มีบุคคลคนเดียวเป็นผู้ลงทุนและเจ้าของกิจการ

-เมื่อกิจการมีผลกำไรหรือขาดทุน เจ้าของกิจการจะเป็นผู้รับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

1.1.2 ห้างหุ้นส่วนสามัญ(หสม) เป็นกิจการที่มีบุคคล ตั้งแต่สองคนขึ้นไปเป็นเจ้าของโดยตกลงร่วมทุนกันลงทุนเป็นเงินสด สินทรัพย์อื่นหรือแรงงานก็ได้ ผู้เป็นหุ้นส่วนจะตกลงทำสัญญาจัดตั้งห้างหุ้นส่วนสัญญานี้อาจทำด้วยวาจาหรือเป็นลายลักษณ์อักษรก็ได้

-เป็นห้างหุ้นส่วนประเภทที่ บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงทำการค้าร่วมกันเพื่อแสวงหากำไร และมุ่งหวังที่จะแบ่งผลกำไรจากการดำเนินกิจการนั้น

-ผู้เป็นหุ้นส่วนสามารถลงหุ้นด้วย เงิน ทรัพย์สิน หรือแรงงานก็ได้

-ทุกคนจะต้องรับผิดชอบในหนี้สินของห้างหุ้นส่วนอย่างไม่จำกัด

1.2 เป็นนิติบุคคล

1.2.1 ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล(หสน)

-เป็นห้างหุ้นส่วนประเภทที่ บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงทำการค้าร่วมกัน เพื่อแสวงหากำไร และมุ่งหวังที่จะแบ่งผลกำไรจากการดำเนินกิจการนั้น

-เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญที่ได้จดทะเบียนจัดตั้งกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า มีสภาพเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย

-เมื่อจดทะเบียนแล้วจะได้รับ “เลขทะเบียนนิติบุคคล” 13 หลัก ซึ่งใช้เป็นเลขประจำตัวผู้เสียภาษีในการยื่นแบบภาษีเงิน ได้นิติบุคคล

-การฟ้องร้อง ต้องฟ้องห้างก่อน หากทรัพย์สินไม่พอจึงฟ้องหุ้นส่วน

1.2.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด(หจก)

ห้างจะต้องมีหุ้นส่วน 2 ประเภท ได้แก่

1) หุ้นส่วนประเภทที่จำกัดความผิดชอบ (Limited Partner) มีคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ รับผิดชอบจำกัดไม่เกินจำนวนเงินที่ตกลงจะนำมาลงทุน แต่ไม่มีอำนาจจัดการห้างหุ้นส่วน และสามารถโอนหุ้นให้ผู้อื่นได้ง่าย

2) หุ้นส่วนประเภทไม่จำกัดความรับผิดชอบ (General Partner) เป็นหุ้นส่วนที่รับผิดชอบในหนี้สินของห้างฯ โดยไม่จำกัดจำนวน ดังนั้น หุ้นส่วนประเภทนี้จึงมีสิทธิในการเป็นผู้จัดการของห้างหุ้นส่วน

1.2.3 บริษัทจำกัด

-เป็นกิจการที่มีผู้ร่วมก่อการตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป จัดตั้งเป็นประเภทนิติบุคคล

-มีการแบ่งทุนออกเป็นหุ้นมูลค่าหุ้นละเท่าๆ กัน แต่ละคนอาจมีจำนวนหุ้นไม่เท่ากันก็ได้ ผู้ถือหุ้นแต่ละคนจะได้ส่วนแบ่งกำไรของบริษัทตามสัดส่วนหุ้นที่ตนเองถืออยู่

-ผู้ถือหุ้นทุกคนจะรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังชำระไม่ครบมูลค่าหุ้นที่ตนถือเท่านั้น

-คณะกรรมการบริษัทไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ถือหุ้นของบริษัท แต่อาจเป็นบุคคลภายนอกที่เป็นมืออาชีพก็ได้

เปรียบเทียบรูปแบบขององค์กรธุรกิจ

รายละเอียด	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนสามัญ	ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัท
จำนวนผู้เริ่มก่อตั้ง	1 คน	2 คนขึ้นไป	2 คนขึ้นไป	2 คนขึ้นไป (มีหุ้นส่วน 2 ประเภท จำกัด และ ไม่จำกัด)	3 คนขึ้นไป
ผู้บริหารงาน	เจ้าของ	หุ้นส่วนทั้งหมด	หุ้นส่วนผู้จัดการ	หุ้นส่วนผู้จัดการ	กรรมการ
ผลกำไรขาดทุน	ไม่ต้องแบ่งใคร	แบ่งกัน ระหว่างหุ้นส่วน	แบ่งกัน ระหว่างหุ้นส่วน	แบ่งกัน ระหว่างหุ้นส่วน	จ่ายเป็นเงินปันผล ตามจำนวนหุ้นที่ถือ
ความรับผิดชอบต่อหนี้สินของกิจการ	เจ้าของ รับผิดชอบ ไม่จำกัดจำนวน	หุ้นส่วนแต่ละคน รับผิดชอบ ไม่จำกัดจำนวน	หุ้นส่วนแต่ละคน รับผิดชอบไม่จำกัด จำนวน	จำกัดเฉพาะ หุ้นส่วนที่จำกัด ความรับผิดชอบ	ผู้ถือหุ้นทุกคน รับผิดชอบจำกัด
การจดทะเบียน	จดทะเบียน พาณิชย์ (ถ้าเข้าข่าย พรบ.ทะเบียนพาณิชย์)	จดทะเบียน พาณิชย์ (ถ้าเข้าข่าย พรบ.ทะเบียนพาณิชย์)	จดทะเบียนจัดตั้ง ห้างหุ้นส่วน	จดทะเบียนจัดตั้ง ห้างหุ้นส่วน	จดทะเบียนจัดตั้ง บริษัท
ภาระหน้าที่ เกี่ยวกับบัญชี	บางกิจการ ต้องทำรายงาน รายรับ รายจ่าย	บางกิจการ ต้องทำรายงาน รายรับ รายจ่าย	ทำบัญชี ส่งงบการเงิน เก็บรักษาบัญชี	ทำบัญชี ส่งงบการเงิน เก็บรักษาบัญชี	ทำบัญชี ส่งงบการเงิน ทำสมุดทะเบียนหุ้น จัดประชุมสามัญและ วิสามัญผู้ถือหุ้น
ผู้ทำบัญชี(คุณสมบัติตาม พรบ.การบัญชี)	ไม่จำเป็นต้องมี	ไม่จำเป็นต้องมี	ต้องมี	ต้องมี	ต้องมี
ผู้ตรวจสอบบัญชี	ไม่จำเป็นต้องมี	ไม่จำเป็นต้องมี	ต้องมี	ต้องมี	ต้องมี
การเสียภาษี	ภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา (ภงด.90,94)	ภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา (ภงด.90,94)	ภาษีเงินได้นิติบุคคล (ภงด.50,51)	ภาษีเงินได้นิติบุคคล (ภงด.50,51)	ภาษีเงินได้นิติบุคคล (ภงด.50,51)
ความน่าเชื่อถือ ต่อบุคคลภายนอก	น้อย	ปานกลาง	ค่อนข้างมาก	ค่อนข้างมาก	มาก

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากรูปแบบขององค์กรธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ข้อดี

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากรูปแบบขององค์กรธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ข้อเสีย

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากรูปแบบขององค์กรธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

2. รูปแบบวิธีการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบการสามารถกระทำได้หลายวิธีการขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจผู้ประกอบการ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และเงินทุนที่มีอยู่ ซึ่งรูปแบบวิธีการเริ่มต้นประกอบธุรกิจที่เหมาะสมสามารถแบ่งออกเป็น 3 วิธีการ ได้แก่

2.1 ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่ (Start Up)

เป็นวิธีการที่ผู้ประกอบการนิยมดำเนินการมากที่สุด เพราะสามารถมีอิสระในการเลือก องค์ประกอบของธุรกิจให้เป็นไปตามแนวคิดของตนเองได้ แต่การก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่จะมีความเสี่ยงค่อนข้างสูง

2.2 ธุรกิจที่ซื้อต่อมาจากผู้อื่น (Buyout/Take Over)

เป็นวิธีการที่ผู้ประกอบการสามารถลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจลงได้ส่วนหนึ่ง เพราะได้เห็นผลการดำเนินธุรกิจจากผู้ประกอบการคนเดิมแล้ว และธุรกิจที่ซื้อต่อมาจากผู้อื่นมักจะมีต้นทุนในการเริ่มต้นต่ำกว่าธุรกิจที่ก่อตั้งตัวจากศูนย์ ดังเช่นธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่

2.3 ธุรกิจการรับสิทธิ์ทางการค้า (Franchise)

การทำธุรกิจโดยมีการให้สิทธิ์ และส่วนการครอบครองการบริหารจัดการและการจัดจำหน่ายทั้งหมดในมือของผู้ที่ได้รับกรรมสิทธิ์โดยชอบธรรม โดยบริษัทจะให้สิทธิเครื่องหมายการค้าและวิธีการในการทำธุรกิจที่จะถ่ายทอดให้ในรูปแบบของการทำงานทั้งหมด เช่น ระบบการผลิต ระบบการขาย ระบบการบริหารการตลาด เพื่อที่จะให้รูปแบบวิธีดำเนินธุรกิจในทุกๆสาขาให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกันตามต้นแบบของบริษัท

3 รูปแบบสำหรับวิธีการเริ่มต้นประกอบธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการใหม่

นิยมดำเนินการมากที่สุด เพราะอิสระในการเลือก องค์ประกอบของธุรกิจให้เป็นไปตามแนวคิดของตนเองแต่มีความเสี่ยงค่อนข้างสูง

ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่

(Start Up)

สามารถลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจลงได้ส่วนหนึ่ง เพราะได้เห็นผลการดำเนินธุรกิจจากผู้ประกอบการคนเดิมแล้ว

ธุรกิจที่ซื้อต่อมาจากผู้อื่น

(Buyout/Take Over)

บริษัทจะให้สิทธิเครื่องหมายการค้าและวิธีการในการทำธุรกิจที่จะถ่ายทอดให้ในรูปแบบของการทำงานทั้งหมด

ธุรกิจการรับสิทธิ์ทางการค้า

(Franchise)

แหล่งที่มา : ผู้วิจัย

2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD :New Product Development)

ผู้ประกอบการใหม่หลายท่านอาจมีความสนใจที่จะเริ่มต้นประกอบธุรกิจด้วยตนเอง ซึ่งธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่ (Start Up) นั้นต้องมีความรู้ในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนั้นในหัวข้อต่อไปนี้ จะอธิบายขั้นตอนที่สำคัญในการประยุกต์ใช้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPD :New Product Development) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีแนวคิดใหม่หรือ เป็นการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะต้องมีผลให้ผู้บริโภคพึงพอใจผลิตภัณฑ์มากขึ้นกว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์เดิมหรืออาจจะเป็นผลิตภัณฑ์เดิมที่นำเสนอในตลาดใหม่ (Mccathy & Pereault, 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 โดยการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งขัน เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับบริษัท แต่เก่าในตลาด

371

1) ความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผลประกอบการของบริษัทในด้านหลายด้าน เช่น ช่วยเพิ่มยอดขายและกำไร เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน พัฒนาคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม และช่วยบริหารต้นทุนการผลิตสินค้าได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2) ขั้นตอนในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

ขั้นที่ 1 ค้นหาความคิดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เราสนใจ (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 ค้นหาความคิดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เราสนใจ (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 ญาติพี่น้อง เพื่อน พนักงานขาย ฝ่ายวิจัยและพัฒนา
-ภายนอกองค์กร ได้แก่ ลูกค้า พ่อค้าส่ง ตัวแทนจำหน่าย หรือพ่อค้าปลีก คู่แข่งขัน
-แหล่งข้อมูลอื่นๆ เช่น งานวิจัย วารสาร นิตยสาร เว็บไซต์
ขั้นที่ 3 การประเมินและคัดเลือกแนวความคิด (Idea Screening)
-หลังจากได้ไอเดียหรือความคิดใหม่ๆ เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เราต้องการที่จะทำแล้ว
-ต้องประเมินความเป็นไปได้ว่า สามารถนำมาต่อยอดพัฒนาเป็นธุรกิจใหม่หรือสินค้าใหม่ได้จริงหรือไม่
-ต้องมีหลักเกณฑ์ (criteria) ในคัดเลือก เช่น การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility study) ; ด้านเทคนิค ด้านตลาด ด้านการเงิน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการแข่งขัน
373

ขั้นที่ 4 การพัฒนาและทดสอบแนวความคิด (Concept Development and Testing)

-เมื่อได้แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมที่สุดและผ่านการคัดเลือกแล้ว
-นำแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ได้ไปทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เพื่อวัดความรู้สึกและการยอมรับในผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น

การวิเคราะห์ลูกค้าด้วยทฤษฎี 6W1H

1).ลูกค้าเป็นใครหรือใครคือลูกค้า (Who)
2).ลูกค้าต้องการซื้ออะไร (What)
3).ทำไมลูกค้าถึงซื้อ (Why)
4).ลูกค้าซื้อสินค้าเมื่อไร (When)
5).ลูกค้าซื้อที่ไหน (Where)
6).ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom)
7) ลูกค้าซื้ออย่างไร (How)

ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business analysis)
1) ประมาณการยอดขาย ต้นทุน กำไร เช่น
-ประมาณการยอดขายประจำเดือนและปี
-ประมาณการค่าใช้จ่ายประจำเดือนและปี
-ประมาณการกำไรประจำเดือนและปี
2) การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่ 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) วัตถุประสงค์ที่ดีต้องเป็นตัวเลขที่วัดได้
A (Achievable) วัตถุประสงค์ต้องใช้ความพยายามเพื่อให้บรรลุผลได้
R (Relevant) ต้องมีความสอดคล้อง สมเหตุสมผล
T (Timed) กำหนดระยะเวลาที่ชัดเจน

ขั้นที่ 6 การพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy Development)

เป็นการพัฒนาเครื่องมือทางการตลาด เพื่อใช้ในการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ เข้าสู่ตลาด ให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายประกอบด้วย 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 ซึ่งเป็นกิจกรรมในอนาคตที่จะทำให้บริษัทสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่วางแผนไว้

ขั้นที่ 7 การพัฒนาผลิตภัณฑ์(Product Development)
1) เป็นการนำแนวความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผ่านการวิเคราะห์ทางธุรกิจมาวิจัยและพัฒนา
โดยการผลิต ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ(Prototype) ขึ้นมา
2) พิจารณาความเป็นไปได้ในเชิงเทคนิคและด้านตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของ
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
-สินค้าที่ผลิตออกมามีความแปลกใหม่หรือมีนวัตกรรมหรือไม่
-มีคุณภาพ มีความอร่อยและเป็นไปตามมาตรฐานหรือไม่ สะอาดปลอดภัยหรือไม่
-กระบวนการผลิตเป็นอย่างไรบ้างต้องมีเครื่องจักร เครื่องมือ ผังงาน ปริมาณการผลิตวันละเท่าไหร่ เทคนิค
ในการผลิตมีไหม
-ระเบียบ กฎเกณฑ์และข้อบังคับเรื่องผลิตภัณฑ์ จำเป็นต้องขอมาตรฐานการผลิตอะไรบ้าง
-ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของเราในตลาดว่ามีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือไม่
-มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร ช่องว่างทางตลาดกว้างหรือไม่
-ช่องทางการจำหน่ายเป็นอย่างไร
-ลูกค้าจะยอมรับหรือไม่ ผลิตภัณฑ์ของเราสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เพียงใด
377

ขั้นที่ 8 การทดสอบตลาด (Market Testing)

-ทำแผนการทดสอบตลาด โดยเหมือนแผนการตลาดจริง

-นำผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาแล้ว ไปทดสอบกับตลาดเป้าหมายให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายจริง สภาพการแข่งขันและคู่แข่งจริง โดยสินค้าที่นำไปทดสอบต้องมีตราสินค้า มีการบรรจุหีบห่อ และดำเนินกิจกรรมทางการตลาดจริง

-วัตถุประสงค์ในการทดสอบตลาดคือ เพื่อศึกษาว่าผู้บริโภคและช่องทางจำหน่ายมีปฏิกิริยาต่อการใช้สินค้าอย่างไร เป็นการหาข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข ปรับแผนการตลาด ก่อนการนำผลิตภัณฑ์ออกขายในตลาดจริง

ขั้นที่ 9 การดำเนินธุรกิจ (Commercialization)

1) เมื่อผลิตภัณฑ์ได้ผ่านการทดสอบตลาดแล้ว

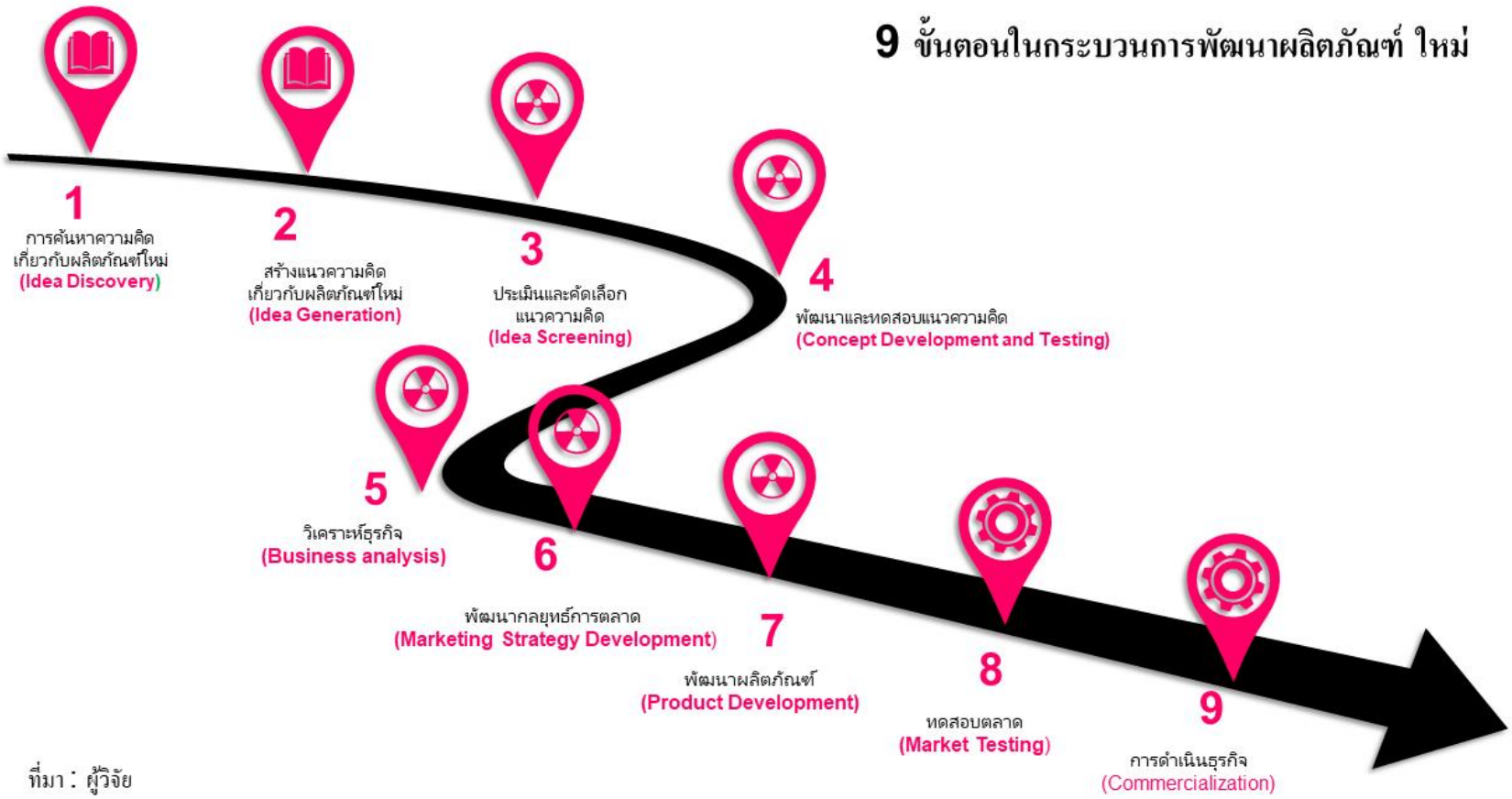
2)นำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกวางจำหน่ายจริงตามแผนการตลาดที่ได้วางแผนเอาไว้

3) ต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ เช่น

-ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในการวางตลาดครั้งแรกและขอบเขตของตลาด

-การบริหารการปฏิบัติการ (OM: Operations Management)

คือ การจัดการให้กระบวนการภายในองค์การ/การดำเนินงานต่างๆ ที่ใช้ปัจจัยนำเข้า (Input) เช่น คน เงินทุน วัตถุดิบ และผ่านกระบวนแปรรูปให้กลายเป็นปัจจัยนำออก (Output) ในรูปของสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ /มูลค่าและสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่คาดหวัง


9 ขั้นตอนในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ใหม่
1
การค้นหาความคิด
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่
(Idea Discovery)
2
สร้างแนวความคิด
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่
(Idea Generation)
3
ประเมินและคัดเลือก
แนวความคิด
(Idea Screening)
4
พัฒนาและทดสอบแนวความคิด
(Concept Development and Testing)
5
วิเคราะห์ธุรกิจ
(Business analysis)
6
พัฒนากลยุทธ์การตลาด
(Marketing Strategy Development)
7
พัฒนาผลิตภัณฑ์
(Product Development)
8
ทดสอบตลาด
(Market Testing)
9
การดำเนินธุรกิจ
(Commercialization)

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

บริษัท พิซซ่าไทย จำกัด

1	2	3	4
การค้นหาความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Idea Discovery)	สร้างแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Idea Generation)	ประเมินและคัดเลือกแนวความคิด (Idea Screening)	พัฒนาและทดสอบแนวความคิด (Concept Development and Testing)
อยากทำพิซซ่าให้ได้รสชาติถูกใจคนไทยและราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท	คิดค้น" สูตรพิซซ่าให้ได้รสชาติถูกใจคนไทย" -แหล่งข้อมูลภายในองค์กร เช่น พนักงานขาย -แหล่งข้อมูลภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้า คู่แข่ง ตัวแทนจำหน่าย แฟรนไชส์ -แหล่งข้อมูลอื่น เช่น งานวิจัย	-ได้สูตรพิซซ่าหลากหลายสูตร -เลือกสูตรพิซซ่าที่มีความเป็นไปได้สำหรับเป็นผลิตภัณฑ์ตัวใหม่	-เลือกสูตรพิซซ่าที่มีความเป็นไปได้มาพัฒนา ผลิตและนำไปทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อวัดความรู้สึกและการยอมรับในผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ เช่น การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคด้วยด้วยทฤษฎี 6W1H

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

Pizza Thai

พิซซ่าไทยเกิดจากการสั่งสมประสพการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทย ตลอดจนประสพการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ ซึ่งรู้ดีในเรื่องการผลิตพิซซ่าให้ได้รสชาติถูกใจคนไทย และชาวต่างชาติที่ชื่นชอบอาหารรสชาติแบบไทยๆ

www.pizzathai.net

ตัวอย่างกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัท พิซซ่าไทย จำกัด

5	6	7	8	9
วิเคราะห์ธุรกิจ **(Business analysis)**	พัฒนากลยุทธ์การตลาด **(Marketing Strategy Development)**	พัฒนาผลิตภัณฑ์ **(Product Development)**	ทดสอบตลาด **(Market Testing)**	การดำเนินธุรกิจ (Commercialization)
1) ประมาณการยอดขาย ต้นทุน กำไร 2) การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่ อย่างไร -ระยะเวลาการคืนทุน -อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน 3) พิจารณาภารกิจหลัก นโยบาย วัตถุประสงค์ของกิจการ	**วิเคราะห์ 4P** **P: ผลิตภัณฑ์** **P: ราคา** **P: การจัดจำหน่าย** **P: การส่งเสริมการตลาด** **วิเคราะห์ STP** **S**:การแบ่งส่วนตลาด **T**: ตลาดเป้าหมาย **P** :ตำแหน่งของสินค้า	พัฒนาแนวความคิดให้เป็นผลิตภัณฑ์สินค้าพิซซ่าที่เป็นรูปเป็นร่างพร้อมที่ออกสู่ตลาด “ ผลิตภัณฑ์พิซซ่าต้นแบบ “	-ก่อนที่จะนำผลิตภัณฑ์พิซซ่าออกวางจำหน่าย จริง ต้องมีการทดสอบตลาดก่อน -โดยอาจจะวางจำหน่ายในบางจุดก่อน หรือให้ผู้บริโภคทำการทดลองชิม	-เมื่อผลิตภัณฑ์พิซซ่าได้ผ่านการทดสอบตลาดแล้ว -นำเอาผลิตภัณฑ์พิซซ่าออก วางขายจริงตามแผนการตลาดที่ได้วางเอาไว้

ที่มา : ผู้วิจัย

2.3 การพัฒนาบริการใหม่ (NSD :New Service Development)

ผู้ประกอบการใหม่หลายท่านอาจมีความสนใจที่จะเริ่มต้นประกอบธุรกิจด้วยตนเองในรูปแบบของการพัฒนาบริการใหม่ จึงควรทราบถึงขั้นตอนที่สำคัญเพื่อนำไปการประยุกต์ใช้ดังนี้

ขั้นตอนในกระบวนการพัฒนาบริการใหม่

ขั้นที่ 1 ค้นหาโอกาส/ปัญหา/ความต้องการสำหรับบริการใหม่ที่เราสนใจ (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 Kuczmarski&Associate Inc (1995).Winning New Products ans Services for the 1990s.Chicago; Kuczmarkski &Associates Inc. Reproduced by permission of Kuczmarski&Associate Inc

9 ขั้นตอนในกระบวนการพัฒนาบริการใหม่
1
ค้นหาโอกาส/ปัญหา/ความ
ต้องการเกี่ยวกับบริการใหม่
(Opportunity ,Problem
s ,Need Discovery)
2
สร้างแนวความคิด
เกี่ยวกับบริการใหม่
(Idea Generation)
3
ประเมินและคัดเลือก
แนวความคิด
(Idea Screening)
4
การรออกแบบแนวคิดและพัฒนา
(Concept Design and Development)
5
วิเคราะห์ธุรกิจ
(Business analysis)
6
ทดสอบการใช้งาน
และพัฒนากลยุทธ์การตลาด
(Operation test and
Marketing Strategy
Development)
7
พัฒนาบริการ
(Service Development)
8
ทดสอบตลาด
(Market Testing)
9
แนะนำและเปิดตัวเชิงพาณิชย์(
(Introduction and Commercial Launch)

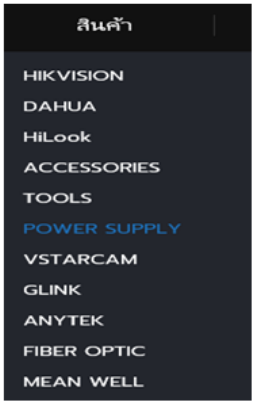
ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างกระบวนการพัฒนาบริการใหม่ บริษัท เอบี โกลบอล ซัพพลาย จำกัด

1

ค้นหาโอกาส/ปัญหา/ความต้องการเกี่ยวกับบริการใหม่ (Opportunity ,Problems ,Need Discovery)

อยากนำของจากจีนมาขายที่ประเทศไทย



ที่มา : ผู้วิจัย

2

สร้างแนวความคิดเกี่ยวกับบริการใหม่ (Idea Generation)

คิดค้น “ จะเอาอะไรมาขาย”

-แหล่งข้อมูลภายในองค์กร เช่น ตัวเอง ญาติพี่น้อง เพื่อน

-แหล่งข้อมูลภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้า คู่แข่ง ตัวแทนจำหน่าย

-แหล่งข้อมูลอื่นๆ เช่น วารสาร นิตยสาร เวปไซต์

3

ประเมินและคัดเลือกแนวความคิด (Idea Screening)

-ได้รายการ/ประเภทของสินค้าที่จะนำมาขาย

“กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ”

-เลือกรายการสินค้าที่มีความเป็นไปได้ สำหรับเป็นสินค้าและบริการตัวใหม่ในการทำตลาดของเรา

4

การรออกแบบแนวคิดและพัฒนา (Concept Design and Development)

-เลือกสินค้าที่มีความเป็นไปได้มาพัฒนาตลาดและนำไปทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อวัดความรู้สึกและการยอมรับในสินค้าและบริการของเรา

-การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคด้วยด้วยทฤษฎี 6W1H

ลูกค้าเป็นใครหรือใครคือลูกค้า
ลูกค้าต้องการซื้ออะไร
ทำไมลูกค้าถึงซื้อ
ลูกค้าซื้อสินค้าเมื่อไร
ลูกค้าซื้อที่ไหน
ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ
ลูกค้าซื้ออย่างไร

ผู้ประกอบการค้า

เอบี โกลบอล ซัพพลาย
-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง
-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือกล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ตัวอย่างกระบวนการพัฒนาบริการใหม่ บริษัท เอบี โกลบอล ซัพพลาย จำกัด

5

วิเคราะห์ธุรกิจ
(Business analysis)

1) ประมาณการยอดขาย ต้นทุน กำไร
2) การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่ อย่างไร
   -ระยะเวลาการคืนทุน
   -อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน
3) พิจารณาภารกิจหลัก นโยบาย วัตถุประสงค์ของกิจการ

ที่มา : ผู้วิจัย

6

ทดสอบการใช้งาน
และพัฒนากลยุทธ์การตลาด
(Operation test and Marketing Strategy Development)

-กระบวนการทดสอบการทำงานของระบบและอุปกรณ์ต่างๆ ว่าสามารถใช้งานได้จริง
-การวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B การมองหาจุดขายของสินค้าและบริการของเราเพื่อทำการตลาด

วิเคราะห์ STP
S:การแบ่งส่วนตลาด
T: ตลาดเป้าหมาย
P :ตำแหน่งของสินค้า

วิเคราะห์ 4P
P: ผลิตภัณฑ์ **P:** ราคา
P: การจัดจำหน่าย **P:** การส่งเสริมการตลาด

7

พัฒนาบริการ
(Service Development)

-พัฒนาแนวความคิดของสินค้าและบริการของเราขึ้นมาว่าจุดขายของสินค้าและบริการของเราดีกว่าอย่างไร เช่น
1)ราคาถูกกว่าเพราะสั่งจากโรงงานผู้ผลิตที่ประเทศจีนโดยตรง
2)ระยะเวลาในการสั่งซื้อสั้นกว่า
3)สินค้าทุกชิ้นรับประกัน1 ปี
4)บริการหลังการขาย 24 ชั่วโมง
เพื่อทำการตลาดและนำเสนอลูกค้าต่อไป

8

ทดสอบตลาด
(Market Testing)

-ก่อนที่จะเปิดร้านสำหรับนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนมาวางขายจริง ต้องมีการทดสอบตลาดก่อน
-โดยอาจจะวางขายทางเวปไซต์ หรือไลน์ก่อน
-จำหน่ายในราคาพิเศษให้ลูกค้าที่สนิททดลองใช้ก่อน
-มีสินค้าติดไว้ที่รถเพื่อนำไปสาธิตการใช้งานให้ลูกค้าดูและสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

9

แนะนำและเปิดตัวเชิงพาณิชย์
(Introduction and Commercial Launch)

-เมื่อสินค้าได้ผ่านการทดสอบตลาดแล้ว
-นำเอาสินค้าวางขายจริงตามแผนการตลาดที่ได้วางเอาไว้
-ออกบูธร่วมงานกับการนิคมอุตสาหกรรมลำพูนและหน่วยงานต่างๆ
-เยี่ยมเยียนแนะนำสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ

คลิปประกอบการเรียนการสอนเพิ่มเติม

> ตอนที่ 07 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
https://www.youtube.com/watch?v=QiQbv7Q1cMI

> Product Development คิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ใครๆก็คิดได้
https://www.youtube.com/watch?v=JWCmUKKHI2k

> 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.sytecscorp.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://smebyitp.blogspot.com/2011/09/2_5494.html (2 มกราคม 2563:Online)

พัทธนันท์ พรรณนา . 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 ในแบบที่เรียบง่ายบนหน้ากระดาษเพียงแผ่นเดียว เพื่อให้ทุกหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กรสามารถสื่อถึงสิ่งเดียวกันได้อย่างตรงประเด็น เข้าใจง่าย และ นำไปใช้งานได้ทันที นอกจากจะทำให้การสื่อสารชัดเจนแล้ว 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) คู่ค้าดำเนินธุรกิจที่สำคัญ(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 เพราะนี่คือหัวใจสำคัญของการทาธุรกิจ เพราะหากสินค้าที่ทำออกมาไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย การซื้อขายก็จะไม่เกิดขึ้นแน่นอน วิเคราะห์ให้ดีว่ากลุ่มเป้าหมายของเราเป็นใคร "ผู้ซื้อ กับ ผู้ใช้"เช่น ผลิตภัณฑ์เด็กที่ผู้ใช้งานคือเด็ก แต่พ่อแม่เป็นคนซื้อ ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายของสินค้าเด็กคือพ่อแม่ เราจึงต้องใส่ใจความต้องการของพ่อแม่เป็นหลัก แต่ก็ต้องตอบสนองความต้องการของลูกได้ด้วย

2) ความสัมพันธ์กับลูกค้า(Customer Relationships) คือ วิธีในการรักษาลูกค้าเดิม เพื่อให้มั่นใจได้ว่าใจของลูกค้ายังอยู่กับเราเสมอ ธุรกิจควรระบุประเภทของความสัมพันธ์ที่ต้องการสร้างกับกลุ่มลูกค้าให้ชัดเจนลงไปว่าเน้นหนักในเรื่องใดบ้าง ก็จะช่วยให้การจัดการด้านความสัมพันธ์กับลูกค้านั้นเน้นหนักได้ตรงใจลูกค้ามากขึ้น เช่น การพัฒนาพนักงานให้อำนวยความสะดวกลูกค้าและให้บริการเป็นอย่างดีทั้งระหว่างการขายและหลังการขาย

3) ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า(Channels) คือ วิธีในการสื่อสารไปถึงลูกค้า ช่องทางไหนที่จะช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงลูกค้าได้บ้าง โดยจะต้องให้ความสำคัญทั้งช่องทางการสื่อสาร และช่องทางการส่งมอบสินค้าไปถึงมือลูกค้าด้วย

4) คุณค่าของสินค้า/บริการ(Value Propositions) คือ จุดขายของสินค้า หรือ บริการนั้น ระบุลงไปให้ได้ว่า สินค้าหรือบริการของเรานั้นดีอย่างไร สามารถให้อะไรกับลูกค้าได้บ้าง ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการเพราะอะไร เช่น ความแปลกใหม่ของสินค้า, ใช้งานง่าย, ช่วยลดต้นทุน

5) คู่ค้าดำเนินธุรกิจที่สำคัญ(Key Partner) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งการช่วยป้อนวัตถุดิบและการช่วยขาย กิจกรรมหลักบางอย่างเราไม่สามารถทำได้เอง หรือมีคนอื่นที่ทำได้ดีกว่า เราจึงต้องหาหุ้นส่วนทางธุรกิจ เพื่อกระจายความเสี่ยงและเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธุรกิจ เช่น การจ้าง ซัพพลายเออร์(supplier)หรือการหาคนร่วมหุ้นเพื่อพัฒนาธุรกิจ ความแปลกใหม่ของสินค้า, ใช้งานง่าย, ช่วยลดต้นทุน

6) กิจกรรมหลัก(Key Activities) คือ กิจกรรมที่ต้องทำเพื่อให้โมเดลธุรกิจอยู่ได้งานหลักของธุรกิจคืออะไร เช่น การผลิต การให้บริการ การจัดงานเลี้ยง การสร้างเครือข่าย ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจรับจัดโต๊ะจีน กิจกรรมหลักคือจะต้องทำอาหารจำนวนมาก

7) ทรัพยากรหลัก(Key Resource) คือ สิ่งที่ต้องมีในการดำเนินธุรกิจ ทรัพยากรของบริษัทมีความสำคัญต่อการทำให้แผนธุรกิจสำเร็จ เช่น เงินลงทุน หรือว่าเครื่องจักร เทคโนโลยีต่างๆ รวมไปถึงทรัพยากรบุคคลด้วย

8) โครงสร้างค่าใช้จ่าย(Cost Structure) คือ ต้นทุนทั้งหมดของธุรกิจ ซึ่งในแต่ละธุรกิจจะมีค่าใช้จ่ายในการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะมีทั้งรายจ่ายที่คงทีและไม่คงที่ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าวัตถุดิบ ค่าเช่าสถานที่ รวมถึงค่าใช้จ่ายทางด้านการตลาดด้วยเช่นกัน เมื่อนำรายจ่ายเหล่านี้ไปลบกับ ช่องทางการเข้ามาของรายได้(Revenue Streams)ผลลัพธ์ที่ได้คือผลประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับกลับมา

9) ช่องทางการเข้ามาของรายได้(Revenue Streams) คือ รายได้ของธุรกิจนี้ ซึ่งรูปแบบของรายได้ที่ธุรกิจจะได้รับกลับมา ซึ่งเราจะต้องมองให้ออกว่ารายได้จะเข้ามาด้วยวิธีการใด เช่น ค่าสมาชิก ค่าเช่าสัญญาณ ค่าสินค้า ค่าบริการ รวมไปถึงค่าโฆษณาด้วย ยกตัวอย่างเว็บไซต์ที่เปิดให้คนเข้าชมได้ฟรี รายได้ที่เข้าเว็บไซต์จึงมาจากการขายพื้นที่โฆษณา

3.3 ประโยชน์ของโมเดลธุรกิจ

1) ทำให้เจ้าของกิจการและผู้บริหารสามารถเห็นภาพรวมของบริษัทเพื่อจะปรับจุดอ่อนหรือเสริมจุดแข็งรวมไปถึงการปรับกลยุทธ์ของบริษัทได้ง่ายและรวดเร็ว
2) เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวางแผนธุรกิจอย่างรวดเร็ว
3) ช่วยในการแจกแจงองค์ประกอบต่างๆ ที่จำเป็นให้เข้าใจง่ายด้วยภาพและออกแบบโมเดลธุรกิจได้รวดเร็ว
4) ช่วยในการกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ประเมินความสำเร็จของแผนงาน และเลือกรูปแบบโมเดลธุรกิจ (Business Model) ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับธุรกิจ

ตัวอย่างโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม: เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา

Key Partners
คู่ค้า

-โรงงานผู้ผลิต
-ผู้ขายสินค้า
-บริษัท/ห้างร้านต่างๆ
-ผู้ให้บริการโลจิสติกส์
-ธนาคาร

Key Activities
กิจกรรมหลัก

-ระบบการผลิตและโลจิสติกส์
-ระบบเทคโนโลยี
-ระบบการบริการลูกค้า
-ระบบการชำระเงิน

Key Resources
ทรัพยากรหลัก

-พนักงาน
-บริหารแบรนด์
-ระบบเทคโนโลยีอีคอมเมิร์ซ

Value Propositions
คุณค่าของสินค้า/บริการ

-ใช้เนื้อปลาทะเลคัดพิเศษ
-แหล่งโปรตีนและโอเมก้า 3
-ไม่ใช้วัตถุดิบกันเสียและบอแร็กซ์
-ไม่ใส่ผงชูรสและไม่ผสมแป้ง
-สะดวกในการสั่งซื้อและชำระเงิน
-มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

Customer Relationships
ความสัมพันธ์กับลูกค้า

-โซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ค ไลน์ อินสตาแกรม
-เวปไซต์
-ไปเยี่ยมลูกค้าตามต่างจังหวัดอย่างสม่ำเสมอ

Channels
ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า

-แอพพลิเคชั่น
-เวปไซต์แฟลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ
-มีทั้งออนไลน์และออฟไลน์

Customer Segments
กลุ่มลูกค้า

-ครอบครัว
-ร้านอาหาร/โมเดิร์นเทรด
-ลูกค้าทั่วไปที่ชอบช้อปปิ้งออนไลน์

Cost Structure
โครงสร้างค่าใช้จ่าย

-ค่าจ้างพนักงาน ต้นทุนค่าสินค้า ค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์/ขนส่ง/คลังสินค้า ค่าภาษี ค่าการทำตลาด

Revenue Streams
ช่องทางการเข้ามาของรายได้

-รายได้จากการขายสินค้าและบริการ

แหล่งที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ผู้ประกอบการค้า :บริษัท เอบี โกลบอล ซัพพลาย จำกัด

Key Partners

คู่ค้า

-โรงงานผู้ผลิต
-ผู้ขายสินค้า
-บริษัท/ห้างร้านต่างๆ
-ผู้ให้บริการโลจิสติกส์
-ธนาคาร

Key Activities

กิจกรรมหลัก

-ระบบโลจิสติกส์
-ระบบการชำระเงิน

Key Resources

ทรัพยากรหลัก

-พนักงาน
-บริหารแบรนด์สินค้าจากประเทศจีน

Value Propositions

คุณค่าของสินค้า/บริการ

-ความน่าเชื่อถือของแบรนด์
-ราคาไม่แพง คุณภาพปานกลางถึงดีมาก ขึ้นอยู่กับงบของลูกค้า
-มีสินค้าให้เลือกมากมายหลากหลาย
-มีบริการหลังการขาย

Customer Relationships

ความสัมพันธ์กับลูกค้า

-โซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊คไลน์
-เวปไซต์
-ไปเยี่ยมลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

Channels

ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า

-โซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊คไลน์
-เวปไซต์
-อีเมล์
-พนักงานขาย

Customer Segments

กลุ่มลูกค้า

-บริษัท/โรงงานในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง
-ผู้ประกอบการค้าปลีก/ส่ง

Cost Structure

โครงสร้างค่าใช้จ่าย

-ค่าจ้างพนักงาน ต้นทุนนำเข้าสินค้า ค่าใช้จ่ายด้านการนำเข้า ขนส่ง ค่าภาษี

Revenue Streams

ช่องทางการเข้ามาของรายได้

-รายได้จากการขายสินค้าและบริการ

แหล่งที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ผู้ประกอบการเกษตร:เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจ ฟาร์ม

Key Partners

คู่ค้า

-เครือข่ายคนปลูกผัก
-ซัพพลายเออร์ผู้ขายสินค้า
-ธนาคาร

Key Activities

กิจกรรมหลัก

-การประกอบอาหาร
-การปลูกพืชแบบมออร์แกนิก
-ระบบบริหารจัดการสินค้าคงคลัง
-ระบบการชำระเงิน

Key Resources

ทรัพยากรหลัก

-การบริหารทรัพยากรมนุษย์
-เมนูสูตรอาหาร
-พืชผักที่ปลูกของตัวเอง

Value Propositions

คุณค่าของสินค้า/บริการ

-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
ร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก
-ปลูกเมล่อนจำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกชิมมากมาย
-เมนูอาหารมีเอกลักษณ์ บรรยากาศดี

Customer Relationships

ความสัมพันธ์กับลูกค้า

-โซเชียลมีเดีย : เฟสบุ๊ค ไลน์
-บัตรส่วนลด โปรโมชั่น

Channels

ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า

-โซเชียลมีเดีย : เฟสบุ๊ค ไลน์
-ร้านเมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจ ฟาร์ม
-เจเจฟาร์ม

Customer Segments

กลุ่มลูกค้า

-นักศึกษา
-นักธุรกิจ
-พนักงานบริษัท
-ครอบครัว
-ผู้ที่ชอบอาหารเพื่อสุขภาพ

Cost Structure

โครงสร้างค่าใช้จ่าย

-ต้นทุนค่าวัตถุดิบ/สินค้าคงคลัง ค่าจ้างพนักงาน ค่าบริหาร ค่าน้ำค่าไฟ
-ค่าใช้จ่ายในการเพาะปลูกพืช ในฟาร์ม

Revenue Streams

ช่องทางการเข้ามาของรายได้

-รายได้จากการขายอาหารและสินค้าต่างๆ ในร้านและฟาร์ม

แหล่งที่มา :

ตัวอย่างโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

ผู้ประกอบการธุรกิจ :บริษัทพิซซ่าไทย จำกัด

Key Partners

คู่ค้า

-โรงงานผู้ผลิต
-ซัพพลายเออร์ผู้ขายสินค้า
-บริษัท/ห้างร้านต่างๆ
-ผู้ให้บริการโลจิสติกส์
-ธนาคาร

Key Activities

กิจกรรมหลัก

-ระบบการผลิต
-ระบบการบริหารจัดการ สินค้าคงคลังและโลจิสติกส์
-ระบบการชำระเงิน

Key Resources

ทรัพยากรหลัก

-โรงงานผลิตแป้งที่ได้มาตรฐาน
-ทรัพย์สินทางปัญญา
-การบริหารทรัพยากรมนุษย์

Value Propositions

คุณค่าของสินค้า/บริการ

-ร้านพิซซ่าไทยของคนไทย
-พิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท
-เอกลักษณ์คือหน้าต้มยำกุ้ง
-สูตรแป้งที่เราพัฒนาเอง
-ได้รับคัดเลือกจาก ช้อนทอง ชวนทาน ให้เป็นพิซซ่า เจ้าเดียวที่ได้รับประกาศนียบัตร แห่งความอร่อย

Customer Relationships

ความสัมพันธ์กับลูกค้า

-โซเชียลมีเดีย
-เวปไซต์

Channels

ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า

-ร้านพิซซ่าไทย
-สาขาของแฟรนไชส์พิซซ่าไทย
-สาขาต่างประเทศ
-โซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ค ไลน์
-เวปไซต์ ,อีเมล์

Customer Segments

กลุ่มลูกค้า

-พนักงานบริษัท
-นักศึกษา
-ครอบครัว
-ประชาชนทั่วไป

Cost Structure

โครงสร้างค่าใช้จ่าย

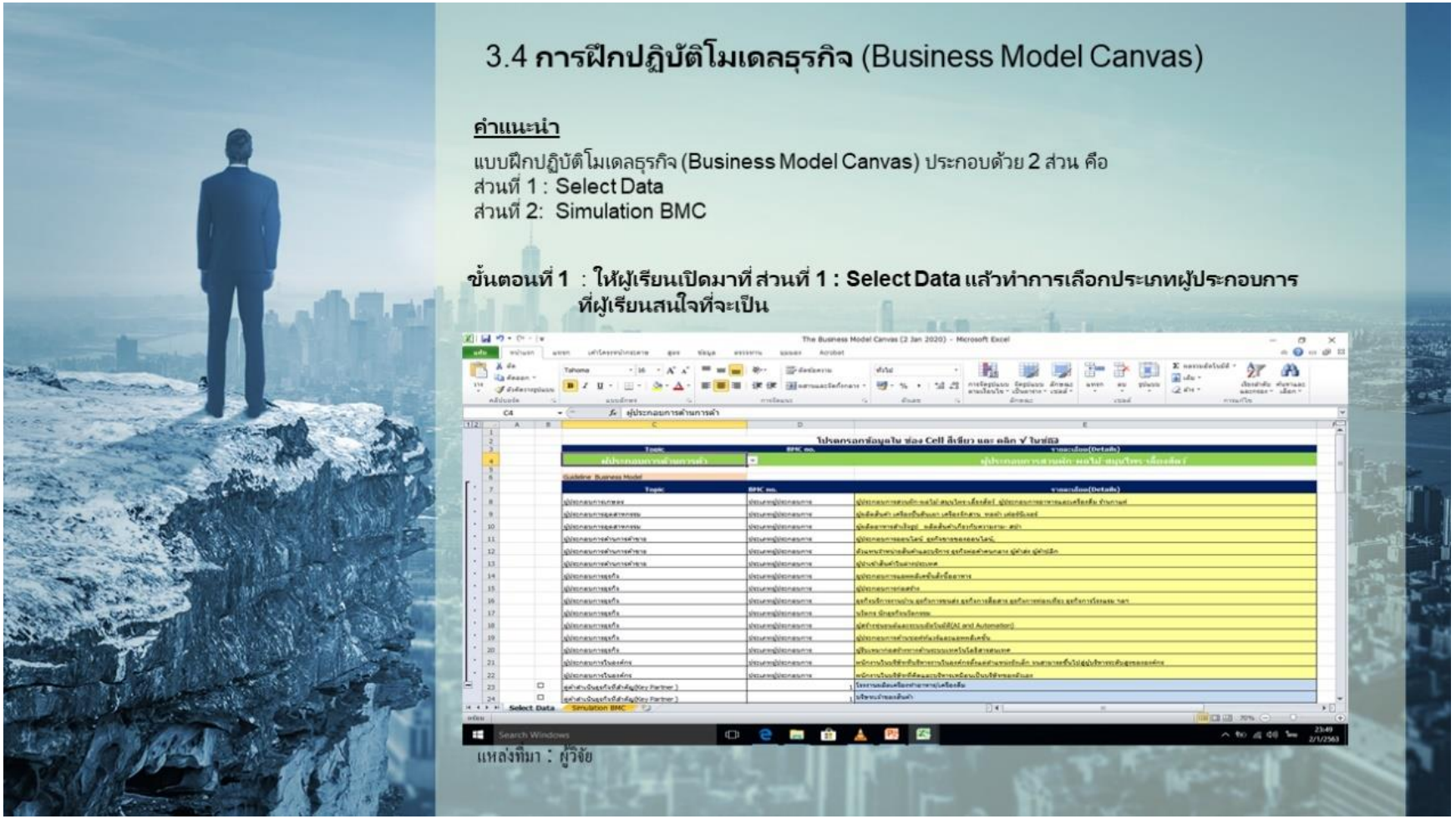
-ค่าสร้างเครือข่ายร้าน ค่าบริหารแบรนด์ ต้นทุนค่าวัตถุดิบ/สินค้าคงคลัง ค่าจ้างพนักงาน ค่าบริหาร

Revenue Streams

ช่องทางการเข้ามาของรายได้

-รายได้จากการขายพิซซ่า และสินค้าต่างๆ ในการทำพิซซ่า
-รายได้จากค่า แฟรนไชส์ ส่วนแบ่งกำไร

แหล่งที่มา : ผู้วิจัย



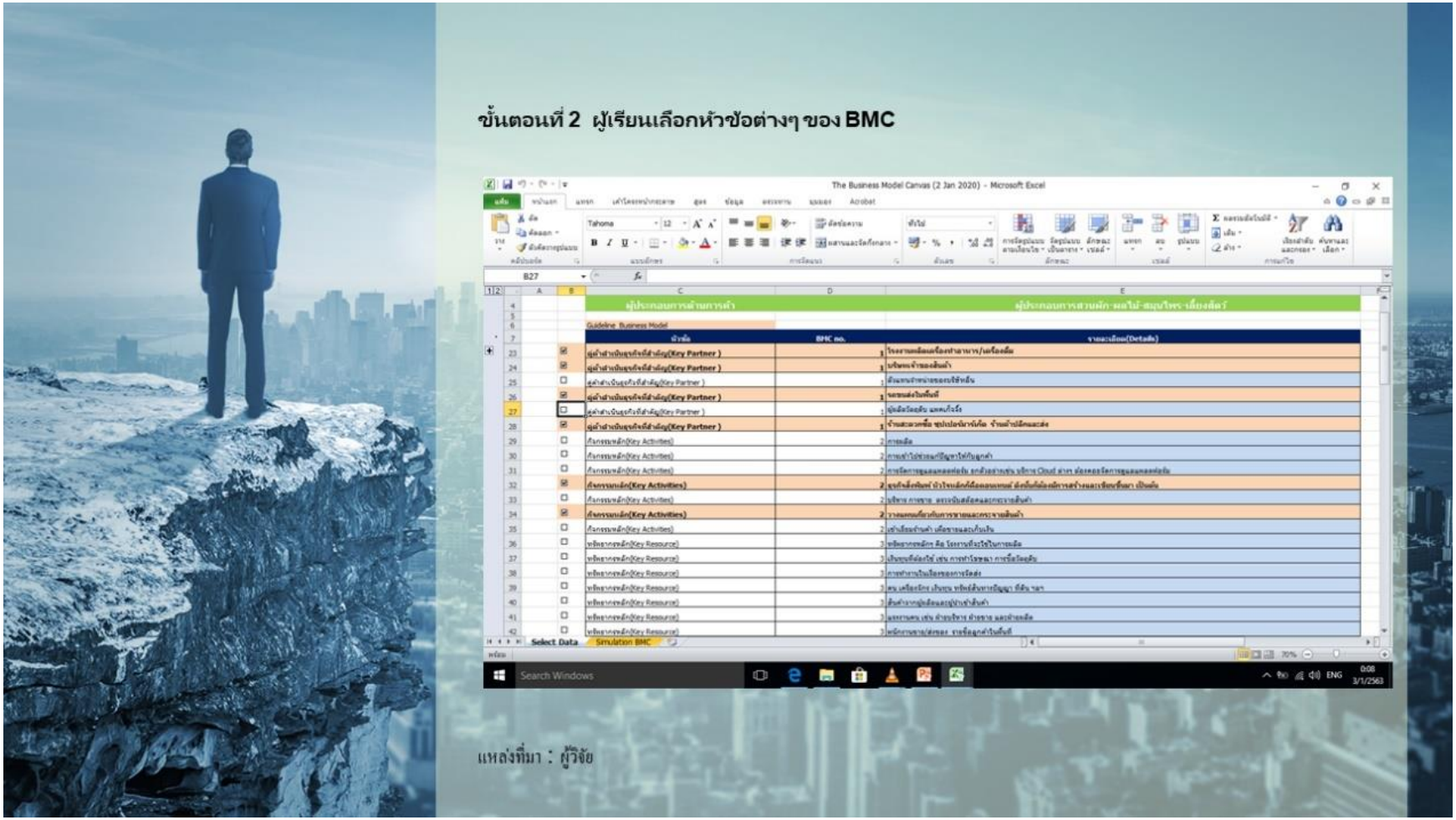
3.4 การฝึกปฏิบัติโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

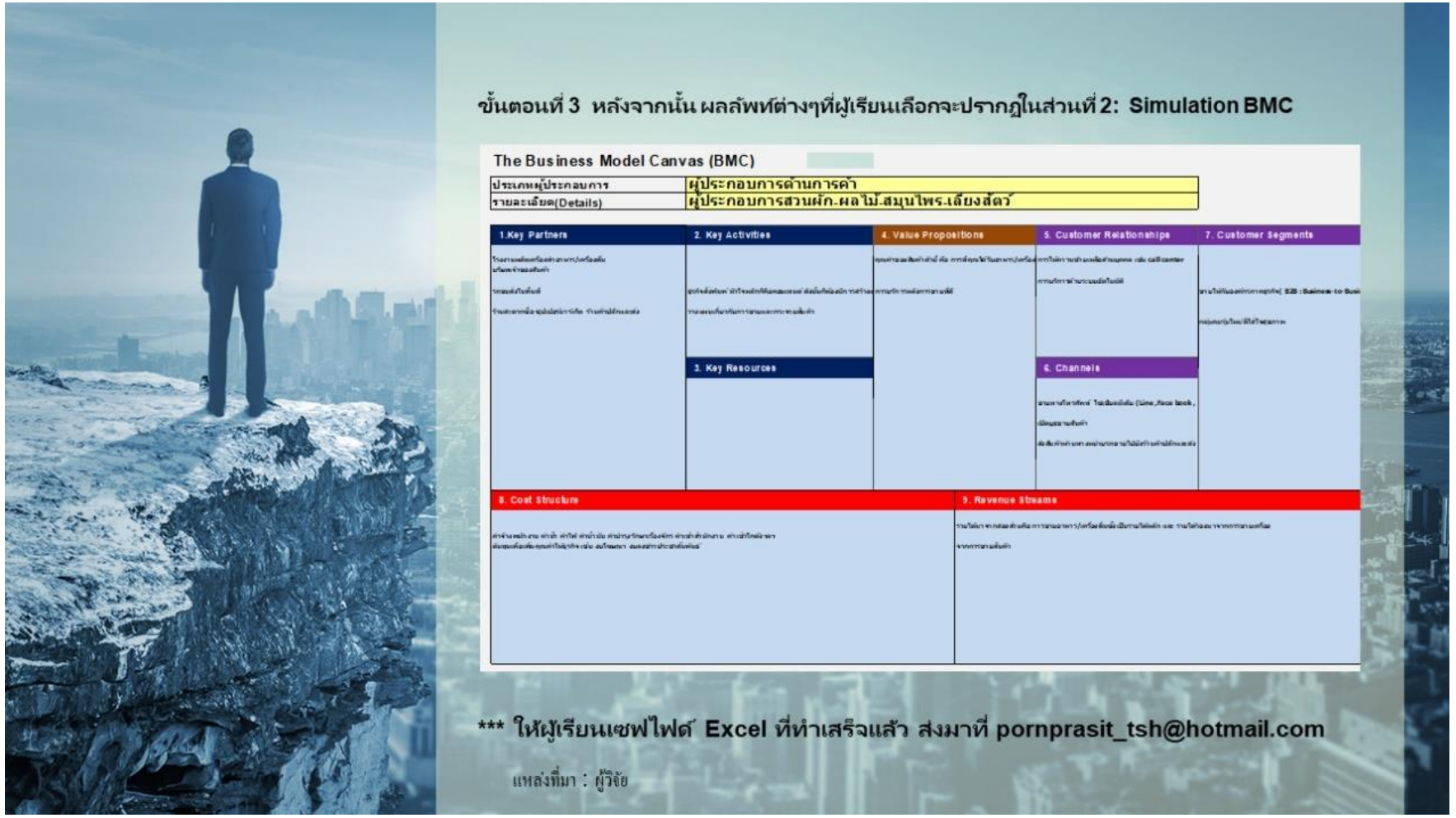
คำแนะนำ

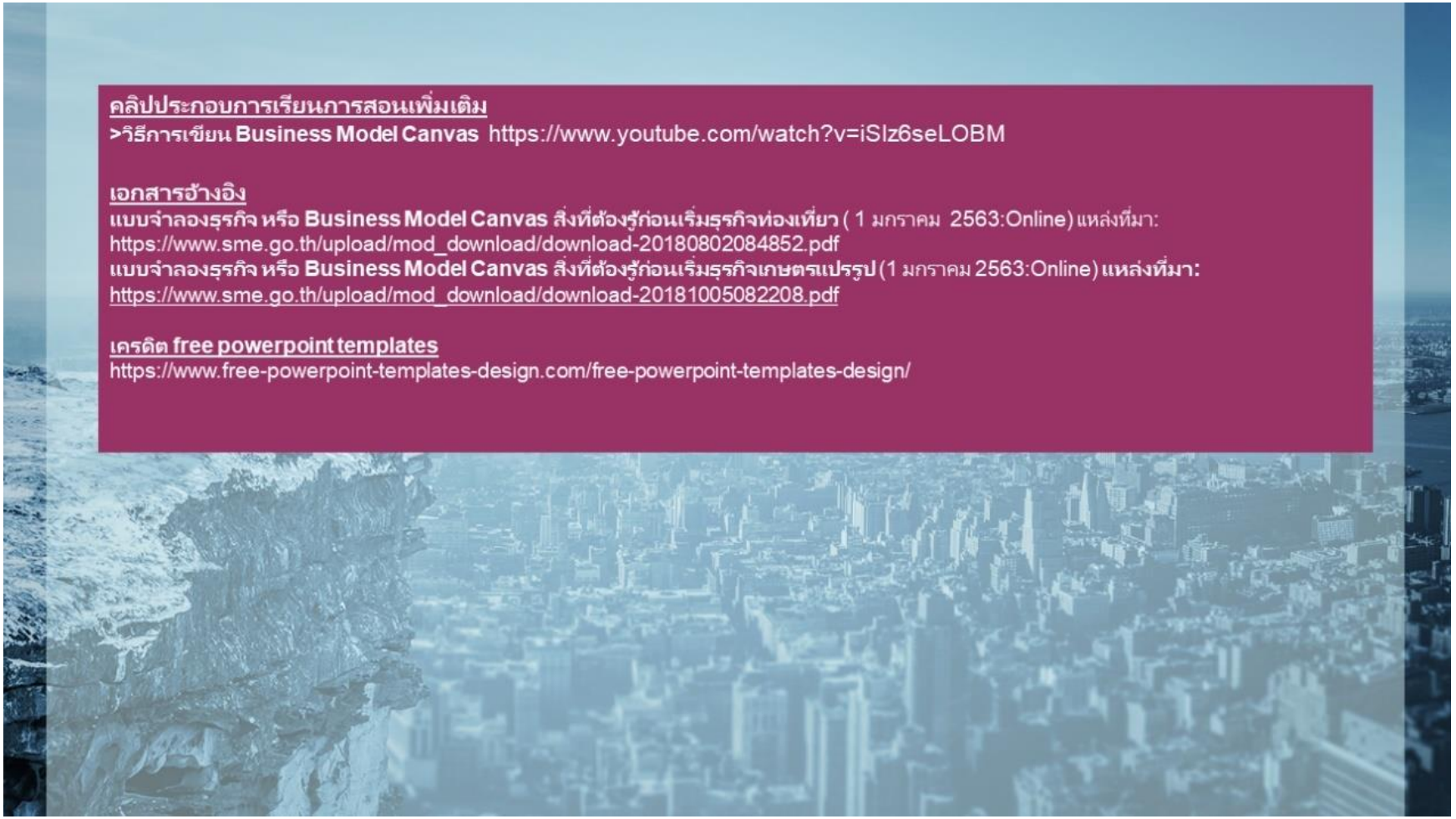
แบบฝึกปฏิบัติโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ
ส่วนที่ 1 : Select Data
ส่วนที่ 2: Simulation BMC

ขั้นตอนที่ 1 : ให้ผู้เรียนเปิดมาที่ ส่วนที่ 1 : Select Data แล้วทำการเลือกประเภทผู้ประกอบการที่ผู้เรียนสนใจที่จะเป็น

แหล่งที่มา : ผู้วิจัย


ขั้นตอนที่ 2 ผู้เรียนเลือกหัวข้อต่างๆ ของ BMC
The Business Model Canvas (2 Jan 2020) - Microsoft Excel
ผู้ประกอบการด้านการค้า
ผู้ประกอบการส่วนหลัก-ผลไม้-ชมุนไพร-เลี้ยงสัตว์
Guideline Business Model
หัวข้อ
BMC no.
รายละเอียด(Details)
Select Data
Simulation BMC
Search Windows
แหล่งที่มา : ผู้วิจัย


ขั้นตอนที่ 3 หลังจากนั้น ผลลัพท์ต่างๆที่ผู้เรียนเลือกจะปรากฏในส่วนที่ 2: Simulation BMC
The Business Model Canvas (BMC)
ประเภทผู้ประกอบการ
ผู้ประกอบการด้านการค้า
รายละเอียด(Details)
ผู้ประกอบการสวนผัก.ผลไม้.สมุนไพร.เลี้ยงสัตว์
1.Key Partners
2. Key Activities
3. Key Resources
4. Value Propositions
5. Customer Relationships
6. Channels
7. Customer Segments
8. Cost Structure
9. Revenue Streams
*** ให้ผู้เรียนเซฟไฟล์ Excel ที่ทำเสร็จแล้ว ส่งมาที่ pornprasit_tsh@hotmail.com
แหล่งที่มา : ผู้วิจัย


คลิปประกอบการเรียนการสอนเพิ่มเติม
>วิธีการเขียน 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 เด่นโมฬี

วิชาการตลาด 5.0
(Marketing 5.0)
หลักสูตรผู้ประกอบการ โดยใช้การเรียนการสอนผ่านออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
www.entrepreneuronline-learning.com

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. อธิบายอธิบายแนวคิดการตลาดและการพัฒนากลยุทธ์
2. วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคตามแนวคิดการตลาดยุคดิจิทัล
3. ประยุกต์กลยุทธ์การตลาดและนวัตกรรมทางด้านการตลาด

กิจกรรมการเรียนการสอน

บรรยายด้วยคลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน

-คลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
-เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชา

ดร.ธีรย์กรณ์ อุดมรัตนะมณี ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจและการตลาด บริษัทไทยเจริญ จิวเวอรี่จำกัด

ผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

เนื้อหาบทเรียน

1 พื้นฐานการตลาดเบื้องต้น

1.1 การวิเคราะห์สินค้าและบริการ
1.2 การวิเคราะห์ลูกค้า
1.3 วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
1.4. การตลาดยุค 5.0
1) ส่วนที่ 1 การใช้ ช่องทาง(Channel)ที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า
2) ส่วนที่ 2 การเจาะจงเฉพาะบุคคลPersonalized)
3) ส่วนที่ 3 การนำเทคโนโลยีเข้ามาทำงานทดแทนการใช้แทนมนุษย์ (Automation)
4) ส่วนที่ 4 การทำการตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์

2 กลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัล

2.1 6 ขั้นตอนสู่ความสำเร็จกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล
2.2 วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Analysis)
2.3 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด
1) การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน(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 การใช้ ช่องทาง(Channel)ที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า
2) ส่วนที่ 2 การเจาะจงเฉพาะบุคคลPersonalized)
3) ส่วนที่ 3 การนำเทคโนโลยีเข้ามาทำงานทดแทนการใช้แทนมนุษย์ (Automation)
4) ส่วนที่ 4 การทำการตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์ (Intelligence Predictive)

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. สามารถวิเคราะห์และจำแนก สินค้า บริการ ลูกค้าและ วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
2.สามารถอธิบายประโยชน์ของนวัตกรรมทางด้านการตลาด
3.สามารถอธิบายการสร้างความแตกต่างโดยการใช้ Big Data ช่วยออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด
4.สามารถอธิบายการตลาดแบบอัตโนมัติ

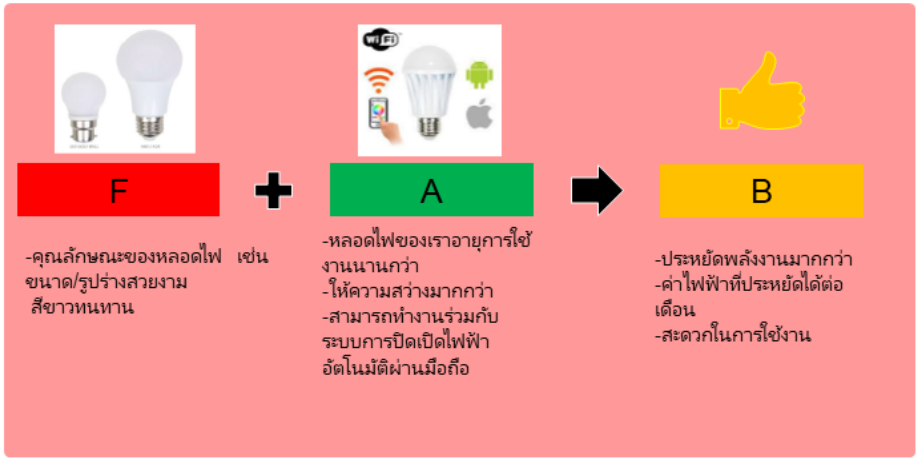
1.1 การวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B

การวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B
คือ การมองหาจุดขายของสินค้าและบริการของเราเพื่อทำการตลาด

F = Feature/Spec
(คุณลักษณะ/คุณสมบัติของสินค้า/บริการคืออะไร)

A = Advantage
(จุดเด่นของสินค้า/บริการ ดีกว่าอย่างไร,เหตุผลที่ต้องซื้อ)

B = Benefit (ประโยชน์ของสินค้า /บริการคืออะไร)



ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B

F (Feature / Spec) : คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าคืออะไร

-คุณสมบัติของลูกชิ้นปลาสด คือ เนื้อปลาสดแปรรูป ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารอายุสั้น ที่ไม่ใส่สารยืดอายุอาหาร ต้องผลิตใหม่สดทุกวันและต้องเก็บอยู่ในที่ที่มีความเย็นที่เหมาะสมตลอดเวลา

A (Advantage): จุดเด่นของสินค้าหรือดีกว่าอย่างไรหรือเหตุผลที่ต้องซื้อ

-วัตถุดิบคือปลาทะเลคัดพิเศษอยู่ที่การคัดสรรเนื้อปลาทะเลคุณภาพดี สดจากตลาดปลาทุกวัน
-แหล่งโปรตีนและโอเมก้า 3
-ไม่ใช้วัตถุดิบกันเสียและบอแร็กซ์
-ไม่ใส่ผงชูรสและไม่ผสมแป้ง
-สะดวกในการสั่งซื้อและชำระเงิน
-มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

B (Benefit): ประโยชน์ของสินค้าคืออะไร

-เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพสูง เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญด้านโภชนาการและสุขภาพ
-ลูกชิ้นปลาที่อร่อย เหนียว นุ่ม ให้โปรตีนสูง แคลอรี่ต่ำ อีกทั้งยังให้โอเมก้า 3

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

-เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ใช้ทรัพยากรที่มีผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา
-เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา ผลิตจากเนื้อปลาทะเล คัดพิเศษ ไม่มีแป้งผสม ด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปี รับประกัน อร่อย เนียน เหนียว นุ่ม ไม่คาว ได้คุณประโยชน์จากปลาทะเล

www.tenghaifishball.com

ตัวอย่างการวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B

F (Feature / Spec) : คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าคืออะไร

กล้องวงจรปิดที่ดีนั้นควรจะมีคุณสมบัติที่สำคัญก็คือ
-ให้ความคมชัดสูง ทั้งการจับภาพนิ่งและการจับภาพที่มีการเคลื่อนไหวมากๆ
-สามารถใช้งานได้กับทุกสภาพแสง เพราะต้องใช้งานกล้องนั้นตลอดเวลา 24 ชั่วโมง

A (Advantage): จุดเด่นของสินค้าหรือบริการดีกว่าอย่างไรหรือเหตุผลที่ต้องซื้อ

-ความน่าเชื่อถือของแบรนด์
-ราคาไม่แพง คุณภาพปานกลางถึงดีมาก ขึ้นอยู่กับงบของลูกค้า
-มีสินค้าให้เลือกมากมายหลากหลาย
-มีบริการหลังการขาย
-ส่งทั่วไทย
-เจ้าของเรียนจบปริญญาตรีวิศวกรรมที่ประเทศจีน สามารถพูดฟังอ่านเขียนภาษาจีน
ได้ดี สามารถจัดหาสินค้าที่ลูกค้าต้องการจากประเทศจีนได้อย่างครบถ้วน

B (Benefit): ประโยชน์ของสินค้าและบริการคืออะไร

-ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ สินค้ามีรับประกัน จัดส่งทั่วไทย

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย
-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง
-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B

F (Feature / Spec) : คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าคืออะไร

-ฟาร์มออร์แกนิก ผลิตอย่างปลอดภัย ไร้สารเคมี

-ผลผลิตจากผักผลไม้ที่ปลอดสารพิษนำมาแปรรูปทำเป็นอาหาร เครื่องดื่ม และไอศกรีมรสต่าง ๆ

A (Advantage): จุดเด่นของสินค้าหรือบริการดีกว่าอย่างไรหรือเหตุผลที่ต้องซื้อ

-ฟาร์มออร์แกนิก

-ร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิกของตัวเองและเครือข่าย

-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกชิมมากมาย

-เมนูอาหารมีเอกลักษณ์ บรรยากาศดี พนักงานเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด

B (Benefit) : ประโยชน์ของสินค้าและบริการคืออะไร

-อาหารที่สะอาด ปลอดสาร อร่อย เพื่อคนรักสุขภาพ

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ

เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม

-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกชิมมากมาย

-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ

-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

Facebook:Melon Cafe at Melon JJ Farm

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B

F (Feature / Spec) : คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าคืออะไร

-คุณลักษณะของพิซซ่า คือ พิซซ่าเป็นขนมปังอบ และมีการโรยหน้าด้วยเครื่องปรุงหรือผักต่างๆ
-เป็นหนึ่งในเรื่องคุณภาพที่ลูกค้าได้ให้ความไว้วางใจในแผ่นแป้ง ทั้งความอร่อย และความสะอาด ที่ได้มาตรฐาน

A (Advantage): จุดเด่นของสินค้าหรือดีกว่าอย่างไรหรือเหตุผลที่ต้องซื้อ

-ร้านพิซซ่าไทยของคนไทย
-พิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท
-เอกลักษณ์คือหน้าต้มยำกุ้ง มีหน้าและมีให้เลือกมากกว่า 25 หน้า
-สูตรแป้งที่เราพัฒนาเอง และมีโรงงานผลิตแป้งของตัวเองสามารถควบคุมสูตรได้ตามที่ต้องการจึงสามารถผลิตแป้งเนื้อดีได้ในราคาที่ไม่แพง
-ได้รับคัดเลือกจาก ช้อนทอง ชวนทาน ให้เป็นพิซซ่าเจ้าเดียวที่ได้รับประกาศนียบัตรแห่งความอร่อย

B (Benefit) : ประโยชน์ของสินค้าบริการคืออะไร

-แป้งทำเอง หน้าหลากหลาย จุดขายพิซซ่าราคาประหยัด
-พิซซ่าไทย มีมากกว่า500 สาขาทั่วประเทศ และสาขาต่างประเทศ ได้แก่ เมียนม่า ลาว กัมพูชา มาเก๊า และอาฟริกาใต้

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

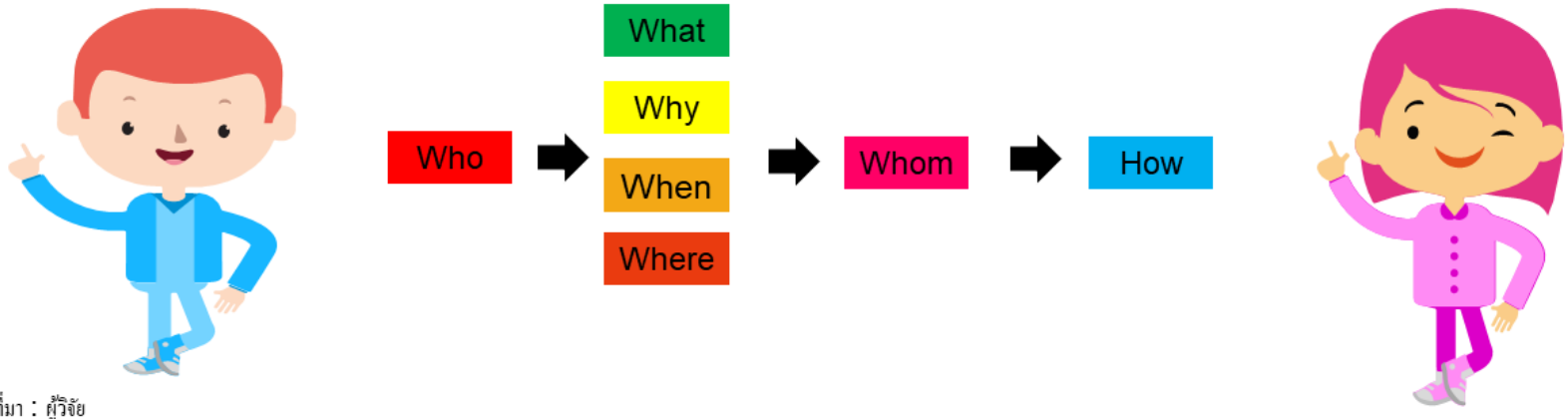
พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

1.2 การวิเคราะห์ลูกค้าด้วยทฤษฎี 6W1H (Behavior Analysis)

การวิเคราะห์ลูกค้าด้วยด้วยทฤษฎี 6W1H **<u>เป็นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค</u>**

1). **ลูกค้าเป็นใครหรือใครคือลูกค้า** (Who)
2). **ลูกค้าต้องการซื้ออะไร** (What)
3). **ลูกค้าซื้อทำไม** (Why)
4). **ลูกค้าซื้อสินค้าเมื่อไหร่** (When)
5). **ลูกค้าซื้อที่ไหน** (Where)
6). **ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ** (Whom)
7) **ลูกค้าซื้ออย่างไร** (How)



ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค
ด้วยการวิเคราะห์ลูกค้าด้วยทฤษฎี 6W1H (Behavior Analysis)

1).ลูกค้าเป็นใครหรือใครคือลูกค้า :
-ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญด้านโภชนาการและสุขภาพ
2).ลูกค้าต้องการซื้ออะไร :
-ลูกชิ้นปลาสดไม่ใช้วัตถุดิบกันเสีย,บอแร็กซ์,ผงชูรสและไม่ผสมแป้ง
3).ทำไมลูกค้าถึงซื้อ :
-ลูกชิ้นปลาที่อร่อย เหนียว นุ่ม ให้โปรตีนสูง แคลอรี่ต่ำ อีกทั้งยังให้โอเมก้า 3
4).ลูกค้าซื้อสินค้าเมื่อไร :
-เมื่อต้องการรับประทานลูกชิ้นปลาหรือนำไปปรุงร่วมกับเมนูอื่นๆ เช่น ก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นปลา
5).ลูกค้าซื้อที่ไหน :
-ห้างสรรพสินค้า ตัวแทนจำหน่าย ซื้อออนไลน์ได้ทาง เว็บไซต์ โทร เฟสบุ๊คและ ไลน์
6).ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ :
-ครอบครัว พนักงานขาย ครอบครัว เพื่อน การบอกปากต่อปากและการรีวิวสินค้า
-ผู้ซื้อเป็นผู้ตัดสินใจเองในการซื้อสินค้าและบริการ เนื่องจากเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่ได้มีราคาสูงจนเกินไป
7) ลูกค้าซื้ออย่างไร :
-สามารถซื้อแบบเฉพาะสินค้าที่ต้องการและแบบเป็นเซตได้

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

-เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ใช้ทรัพยากรที่มีผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา
-เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา ผลิตจากเนื้อปลาทะเล คัดพิเศษ ไม่มีแป้งผสม ด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปี รับประกัน อร่อย เนียน เหนียว นุ่ม ไม่คาว ได้คุณประโยชน์จากปลาทะเล

www.tenghaifishball.com

ตัวอย่างการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค
ด้วยการวิเคราะห์ลูกค้าด้วยทฤษฎี 6W1H (Behavior Analysis)

1).ลูกค้าเป็นใครหรือใครคือลูกค้า :
-บริษัท/โรงงานในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง ผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่ง
2).ลูกค้าต้องการซื้ออะไร : กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์ที่มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ สินค้ามีรับประกัน และมีบริการหลังการขาย
3).ทำไมลูกค้าถึงซื้อ :
-ราคาถูกเป็นกันเอง
4).ลูกค้าซื้อสินค้าเมื่อไร :
-เมื่อมีความต้องการหรือจำเป็นที่ต้องการป้องกันทรัพย์สินโดยบันทึกภาพเก็บไว้
5).ลูกค้าซื้อที่ไหน :
-ห้างสรรพสินค้า ตัวแทนจำหน่ายกล้องวงจรปิดในแต่ละจังหวัด
- ร้านคอมพิวเตอร์ที่จัดจำหน่ายอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย
-สั่งซื้อออนไลน์ ร้านค้า เว็บไซต์หรือผ่านทางโซเชียล
6).ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ :
-ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบุคคล ฝ่ายดูแลความปลอดภัยฝ่ายคลังสินค้า ฝ่ายผลิตของลูกค้า
-จากการได้เห็นจากญาติหรือคนอื่นใช้ การบอกปากต่อปากทางโซเชียลมีเดีย
7) ลูกค้าซื้ออย่างไร :
-ซื้อสินค้ากล้องหรืออุปกรณ์อื่นๆที่ต้องการทั้งแบบราคาปลีกหรือซื้อแบบเหมาราคาส่ง

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย
-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง
-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

<u>ตัวอย่างการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค</u>
ด้วยการวิเคราะห์ลูกค้าด้วยทฤษฎี 6W1H (Behavior Analysis)

1).ลูกค้าเป็นใครหรือใครคือลูกค้า :
-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
-ความสดอร่อยของเมล่อน อาหารอร่อย

4).ลูกค้าซื้อสินค้าเมื่อไร :
-ช่วงเวลาในการสั่งสินค้าสูงสุดอยู่ในช่วง 11.00 น.-13.00 น. และ 16.00 น. – 20.00 น.

5).ลูกค้าซื้อที่ไหน :
-ที่ร้านเมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม บางแสน ชลบุรี

6).ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ :
-ครอบครัว เพื่อน การบอกปากต่อปากและการรีวิวอาหารทางโซเชียลมีเดีย

7) ลูกค้าซื้ออย่างไร :
- สามารถสั่งเป็นอาหารจานเดียวหรือเป็นเซตได้

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ

เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม
-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกชิมมากมาย
-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

Facebook:Melon Cafe at Melon JJ Farm

ตัวอย่างการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค
ด้วยการวิเคราะห์ลูกค้าด้วยทฤษฎี 6W1H (Behaviour Analysis)

1).ลูกค้าเป็นใครหรือใครคือลูกค้า:
-กลุ่มคนที่มีความเร่งรีบในชีวิตประจำวัน
--กำหนดคุณลักษณะอื่นๆ ได้แก่ ลูกค้าทุกเพศทุกวัย เช่น พนักงานบริษัท,นักเรียน นักศึกษา,ครอบครัว, ประชาชนทั่วไป

2).ลูกค้าต้องการซื้ออะไร :
-มีพิซซ่าหน้าต้มยำกุ้งที่ถูกปากคนไทยและมีให้เลือกมากกว่า 25 หน้า
-ความสะดวกในการรับประทาน รสชาติที่อร่อย ราคาที่เหมาะสม

3).ทำไมลูกค้าถึงซื้อ :
-พิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท

4).ลูกค้าซื้อสินค้าเมื่อไร:
-เวลาหิว เวลาไปเดินช้อปปิ้ง เวลาเลิกงานกลับบ้าน

5).ลูกค้าซื้อที่ไหน:
-ซื้อที่สาขาของพิซซ่าไทย มีมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศ

6).ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ:
-เพื่อน ครอบครัว

7) ลูกค้าซื้ออย่างไร:
-สั่งซื้อเป็นถาด

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

การศึกษายอดขายของผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการของบริษัทกับวงจรการเจริญเติบโตของยอดขายตามระยะเวลา แบ่งออกได้เป็น 4 ช่วง

ขั้นแนะนำ (Introduction Stage)
เป็นขั้นตอนที่เริ่มต้นในการนำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการของเราเข้าสู่ตลาด เช่น ให้ผู้บริโภคทดลองใช้สินค้าและบริการของเรา

ขั้นเจริญเติบโต (Growth Stage)
เป็นขั้นตอนที่เรานำผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการออกไปสู่ตลาดแล้ว และผู้บริโภคพอใจผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการของเรา ทำให้มียอดขายสูง และมีกำไรมาก ทำให้เราต้องมีการลงทุนเพิ่มมากขึ้นในการผลิตสินค้าและบริการเช่น ซื้อเครื่องจักรขยายกำลังการผลิต

ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ (Maturity Stage)
เป็นขั้นที่บริษัทเรามียอดขายและมีกำไรสูงสุดจากการผลิตสินค้าและบริการ ตลาดเริ่มอิ่มตัวทำให้เราไม่ต้องเพิ่มกำลังการผลิต แต่กำไรที่เราได้รับจะคงที่และค่อยๆ ลดลงตามลำดับ เพราะมีค่าใช้จ่ายทางการตลาดเพิ่มขึ้นในการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด

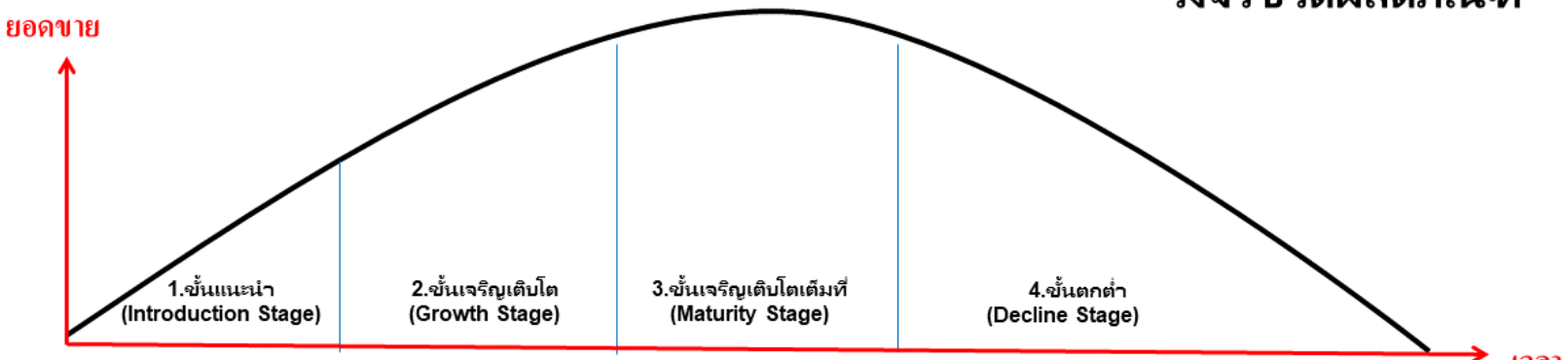
ขั้นตกต่ำ (Decline Stage)
เป็นขั้นตอนที่สินค้าและบริการของเราเริ่มเสื่อมความนิยม ยอดขายลดลง กำไรลดลง ต้องลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง เช่น ค่าใช้จ่ายลดการส่งเสริมกิจกรรมทางการ

-ถ้าไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้หรือไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน ก็อาจจะเลิกทำผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการตัวนั้น

-ถ้าผลิตภัณฑ์สินค้า หรือบริการนั้นยังพอมีผลกำไร ๆก็อาจจะมีการลงทุนเพิ่มเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการใหม่ๆออกยังสู่ห้องตลาดต่อไป

ที่มา : ผู้วิจัย

วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์



-เริ่มต้นในการนำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการตั้งแต่สินค้ายังไม่ได้เข้ายังสู่ตลาดให้เข้าสู่ตลาด

-เป็นช่วงที่ยอดขายมีน้อยและไม่มีกำไร

-ต้องเสนอรายละเอียดสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้ตรงกลุ่ม

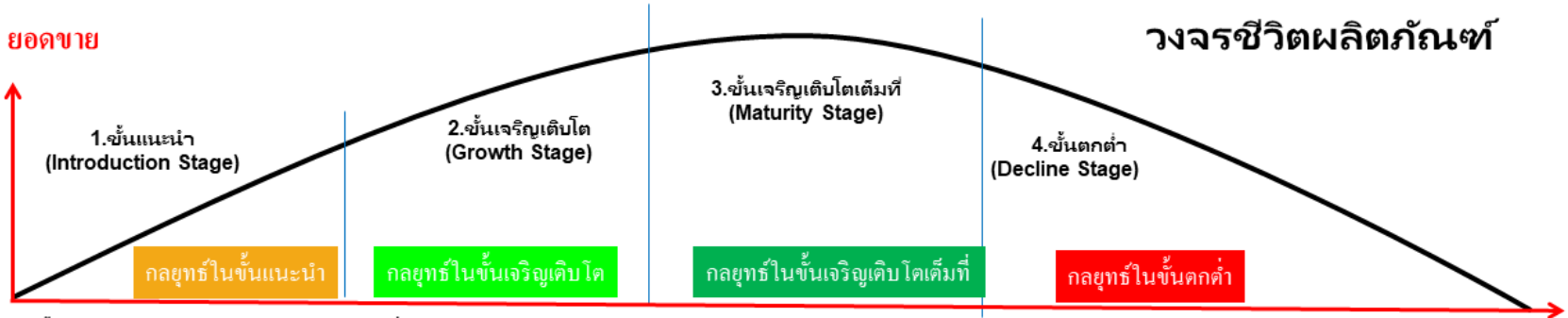
-เป็นขั้นตอนที่ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการออกไปสู่ตลาดแล้วและลูกค้าเกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการของเราอย่างรวดเร็ว

-มีอัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการสูง ยอดขายสูง และมีกำไรมาก

-เป็นขั้นที่ตลาดเริ่มอิ่มตัวในผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ

-เป็นขั้นตอนที่ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการเสื่อมความนิยมลดลงมาเรื่อยๆ ยอดขายของผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการลดลง และมีกำไรลดลง

ที่มา : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม



-การตั้งราคาสูงและมีการส่งเสริมการตลาดมาก เพื่อให้ได้กำไรมากและเร็วที่สุด เหมาะสำหรับตลาดที่ผู้บริโภคยังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ แต่เมื่อรู้จักแล้วยินดีที่จะจ่ายในราคาสูง

-การตั้งราคาสูงและมีการส่งเสริมการตลาดมาก เหมาะกับตลาดมีขนาดเล็ก ตลาดส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์และยินดีจ่ายในราคาสูง

-การตั้งราคาต่ำและการส่งเสริมทางการตลาดมาก เหมาะกับตลาดที่มีขนาดใหญ่ ผู้บริโภคไม่รู้จักและไวต่อราคา มีการแข่งขันกันสูง บริษัทมีต้นทุนในการผลิตต่ำ

-การตั้งราคาต่ำและการส่งเสริมทางการตลาดต่ำ เหมาะกับตลาดที่มีขนาดใหญ่ ผู้บริโภครู้จักและไวต่อราคา มีการแข่งขันกันสูง

-การเพิ่มรูปลักษณ์ใหม่ของสินค้า เพราะจำนวนลูกค้ามากขึ้น ย่อมมีความต้องการที่หลากหลายมากขึ้น ควรเพิ่มขนาดบรรจุ หรือเพิ่มกลิ่น หรือเพิ่มรสชาติใหม่

-การขยายช่องทางการจำหน่าย ต้องขยายช่องทางการจำหน่ายให้มีหลายช่องทางหรือพื้นที่ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในการจับจ่ายใช้สอย

-การส่งเสริมการตลาด ทำให้เกิดความชอบในตราสินค้าและตัวสินค้าแทน เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าของเราแทนการซื้อสินค้าของคู่แข่งขัน

-การปรับปรุงตลาด เช่น เข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ ที่ลูกค้ามีศักยภาพที่จะซื้อสินค้าได้ หรือการเพิ่มความถี่ในการใช้งานหรือเพิ่มโอกาสในการใช้สินค้าให้แก่ลูกค้าเดิม

-การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เช่น การปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ดีขึ้น ปรับปรุงรูปลักษณ์ของสินค้าให้ทันสมัยขึ้น ปรับปรุงสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไป

-การปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด เช่น การลดราคาสินค้าลงเพราะต้นทุนในการผลิตต่อหน่วยลดลงจากการผลิตจำนวนมาก การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายใหม่ๆ เช่น ช่องทางอีคอมเมิร์ซ โซเชียลมีเดีย

-เร่งระบายสินค้าออกจากตลาด เมื่อแนวโน้มสินค้ากำลังจะไม่เป็นที่ต้องการตลาด และระบายไปยังตลาดใหม่ที่ยังไม่รู้จักสินค้า

-ยอมทิ้งตลาดบางส่วน เพื่อนำทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งหมดไปทุ่มให้กับตลาดส่วนที่เรายังมีความเข้มแข็ง

-การพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ออกมาสู่ตลาดอยู่ตลอดเวลา เพื่อเพิ่มโอกาสในการขาย

ที่มา : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

การตลาดยุค 5.0

Marketing 5.0
การตลาด 5.0 มาพร้อมการทำลายและเติมเต็มการทำการตลาดแบบเดิมๆ (การตลาด 4.0) ซึ่งอาจไม่ตอบโจทย์ต่อความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการใช้ การตลาด 5.0 นั้น มิใช่เพียงการเปลี่ยนแพลตฟอร์มทางการตลาด(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 Agentsและเป็นคอลัมนิสต์นิตยสารฟอร์บ (Forbes)

องค์ประกอบของการทำ Marketing 5.0

1) การใช้ ช่องทาง(Channel) ที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า
2) การเจาะจงเฉพาะบุคคล(Personalized)
3) การนำเทคโนโลยีเข้ามาทำงานทดแทนการใช้แทนมนุษย์ (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 ทุกสิ่งทุกอย่างของการทำการตลาด เป็นยุคที่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และจดหมายครองเมือง สื่อสิ่งพิมพ์

ยุค 2.0 สื่อทีวีและวิทยุ

ทีวีและวิทยุเข้ามามีบทบาทเกิดเป็นการสื่อสารผ่าน Mass Media เป็นยุคที่ครีเอทีฟต่างสร้าง Story Telling ทำให้โฆษณาของตัวเองโดดเด่น แตกต่าง สร้างภาพจำในหัวคนมากที่สุด

ยุค 3.0 สื่อคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ต

ในยุคนี้เริ่มมีการคาดการณ์ถึงข้อมูลมหาศาลที่จะหลั่งไหลเข้ามาในยุคหน้า

ยุค 4.0 ยุคของ Social Media และ Mobile

ยุคที่นักการตลาดแข่งขันกันที่ความเร็ว 3 วินาทีที่จะทำให้ลูกค้าดูโฆษณาโดยไม่กด Skip ทุกคน ติดต่อสื่อสารกันทุกที่ทุกเวลา

ยุค 5.0 คือ ยุคของ Omni-Channel และ Customer Experience

เป็นยุคที่เต็มไปด้วยข้อมูลมากมายมหาศาล (Big Data) ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังยุคหน้า นั่นคือ ยุคของ Marketing 5.0 หากนักการตลาดปรับตัวไว นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ปรับใช้ยิ่งเร็วก็จะยิ่งได้เปรียบกว่าคนอื่นๆ

ที่มา : ชมพูนุท นิตตะโย “ทำความรู้จักการตลาด 5.0.” , สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย TMA

สรุปองค์ประกอบของการทำ Marketing 5.0

การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางที่หลากหลาย เป็นกลยุทธ์การตลาดที่มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกัน (Omni-Channel Experiences)

- Email
- Website
- Social Media ,
- Real-Time Media
- Mobile Media
- Programmatic Display

รูปแบบการสื่อสารถูกพัฒนาให้ให้เข้ากับความต้องการหรือความชอบของคนๆ นั้น

- **Email Direct Marketing** (EDM) เป็นช่องทางที่เข้าถึงลูกค้าได้เฉพาะเจาะจงที่สุด จึงมีโอกาสนำเสนอ content หรือโปรโมชั่นเด็ด ๆ ได้ตรงใจลูกค้ามากที่สุด
- **CRM on Website** การทำ CRM หรือ Loyalty Program ผ่านเว็บไซต์ จึงเป็นช่องทางที่สร้างความไว้เนื้อเชื่อใจที่ดีระหว่างเรากับลูกค้า
- **Social Media** เป็นช่องทางที่มาแรง และมีความใกล้ชิดกับผู้คนมากที่สุด ควรนำเสนอ Content ที่สอดคล้องกับสื่อและกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

-การใช้ Big Data ช่วยออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การนำเสนอสินค้าบริการ (Product) และการตั้งราคา (Price)

-การใช้ Big Data มาใช้ทางการตลาด ด้วยการ เสนอโฆษณาตรงกลุ่มเป้าหมาย เช่น Google และ Facebook เก็บข้อมูลของผู้ใช้มากขึ้นในทุกวัน ทำให้สามารถนำเสนอโฆษณาที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ เพียงดูจากบทความที่พวกเขาเข้าไปอ่าน

-การนำ AI ทำงานเบื้องหลัง หรือวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และนำเสนอบริการที่ตรงใจ

-ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI)สังเกตพฤติกรรมผู้ใช้ ในแอปพลิเคชันเพื่อบอกโปรโมชั่นลดแลกแจกแถมให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ที่มา : Data – Driven Marketing กุญแจสำคัญของ การตลาดยุค “Marketing 5.0” https://www.thumbsup.in.th/data-driven-marketing-from-alchemist

1) การใช้ ช่องทาง(Channel)ที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า

ไม่จำกัดแค่ในออนไลน์ หรือ ออฟไลน์ หรือ แค่ช่องทาง อีเมล SMS หรือไลน์ เพราะแต่ละช่องทางต่างก็มีวิธีการตอบสนองที่แตกต่างกันไป ดังนั้นการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางที่หลากหลายใช้ประโยชน์จากข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด จนเกิดเป็นกลยุทธ์การตลาดที่มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกัน (Omni-Channel Experiences)

กลยุทธ์การตลาดที่มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกัน (Omni-Channel Experiences)

-Email Direct Marketing (EDM) คือการใช้ email ในการส่งข้อมูลให้กับผู้รับหรือกลุ่มคน ได้เป็นวงกว้างครั้งละมากๆ มีค่าใช้จ่ายในการทำโฆษณาในราคาที่ถูก โดยมีจุดประสงค์เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจ กระตุ้น หรือ ชักชวนให้เกิดยอดขาย จากกิจกรรมการตลาดที่จัดขึ้น

-CRM on Website คือ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการใช้เทคโนโลยีและการใช้บุคลากรอย่างมีหลักการ เช่น การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านเว็บไซต์

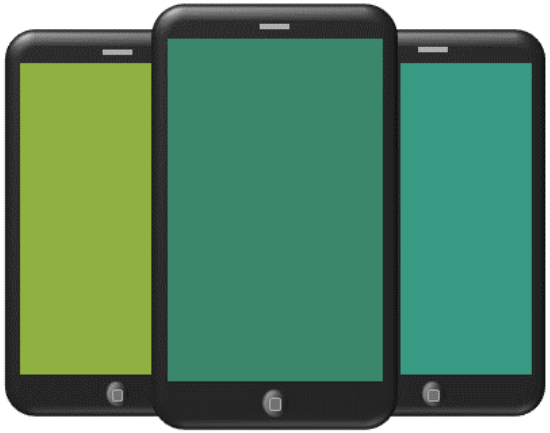
-Social Media คือ สังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้เป็นผู้สื่อสาร หรือเขียนเล่า เนื้อหา เรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้เขียนขึ้นเอง ทำขึ้นเอง หรือพบเจอจากสื่ออื่นๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตน เช่นผ่านทางเว็บไซต์ โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

ที่มา : Data – Driven Marketing กุญแจสำคัญของ การตลาดยุค “Marketing 5.0” https://www.thumbsup.in.th/data-driven-marketing-from-alchemist

-Real-Time Media คือ การสื่อสารทางการตลาดของแบรนด์ในลักษณะที่แบรนด์ทำคอนเทนต์รูปแบบต่างๆ ที่กล่าวถึงเหตุการณ์หรือเรื่องที่กำลังเป็นที่น่าสนใจ ณ เวลานั้น โดยแฝงตัวคอนเทนต์เกาะกระแสเพื่อให้เข้าไปอยู่ในวงการสนทนาและสื่อสารออกไปได้ถูกที่ถูกเวลา เช่น การ Live Streaming ถ่ายทอดสดเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นได้แบบเรียลไทม์

-Mobile Media คือ การสื่อสารทางการตลาดต่าง ๆ ผ่านทางโทรศัพท์สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต หรือแอปพลิเคชัน

-Programmatic Display คือ การซื้อโฆษณาหรือแบนเนอร์กับสื่อต่างๆผ่านโปรแกรมการจัดการอัตโนมัติ เช่น การซื้อพื้นที่โฆษณาบนสื่อต่าง ๆ 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 ข้อความที่ถูกส่งออกมาจากแบรนด์จึงต้องถูกปรับเปลี่ยนให้เข้ากับความต้องการหรือความชอบของคนๆ นั้น หมายความว่า ถ้าต้องการสื่อสารกับคนหนึ่งล้านคน แบรนด์อาจจะต้อง ส่งข้อความแบบเจาะจงเฉพาะบุคคลออกมาหนึ่งล้านรูปแบบ เพื่อให้ตรงกับความสนใจของแต่ละคน ดังนั้น รูปแบบการสื่อสารจึงถูกพัฒนาให้ให้เข้ากับความต้องการหรือความชอบของคนๆ นั้น ได้แก่

- **Email Direct Marketing (EDM)** เป็นช่องทางที่เข้าถึงลูกค้าได้เฉพาะเจาะจงที่สุด จึงมีโอกาสนำเสนอ content หรือโปรโมชั่นเด็ด ๆ ได้ตรงใจลูกค้ามากที่สุด
- **CRM on Website** การทำ CRM หรือ Loyalty Program ผ่านเว็บไซต์จึงเป็นช่องทางที่สร้างความไว้เนื้อเชื่อใจที่ดีระหว่างเรากับลูกค้า เป็นช่องทางที่มีคุณภาพและความน่าเชื่อถือมาก
- **Social Media** การทำการตลาดบนสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่มาแรง และมีความใกล้ชิดกับผู้คนมากที่สุด ควรนำเสนอ Content ที่สอดคล้องกับสื่อและกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
- **Real-Time Media** สื่อแบบ Real-Time เช่น การไลฟ์ **(Live)** ช่วยให้คุณสื่อสารกับลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น เพราะคุณสามารถตอบโต้กับลูกค้าได้โดยตรง และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับพวกเขาได้มากกว่าการสื่อสารทางเดียว
- **Mobile Media** สื่อที่กำลังได้รับความนิยมที่สุด การทำการตลาดต่าง ๆ ผ่านทางโทรศัพท์สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต หรือแอปพลิเคชัน
- **Programmatic Display** การซื้อพื้นที่โฆษณาบนสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Google Display Network, Google Ads หรือ Facebook Ads เป็นวิธีที่คุณสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายที่สุด ช่องทางเหล่านี้จึงมีความสำคัญกับการทำธุรกิจยุคดิจิทัลเป็นอย่างมากการซื้อพื้นที่โฆษณาบนสื่อต่าง ๆ

3) การนำเทคโนโลยีเข้ามาทำงานทดแทนการใช้แทนมนุษย์ (Automation)

นำมาใช้แทนแรงงานมนุษย์เป็นจำนวนมากหรือเกินความสามารถที่มนุษย์จะทำได้ เช่น การใช้ email ในการส่งข้อมูลให้กับผู้รับหรือกลุ่มคนได้เป็นวงกว้างครั้งละมากๆ การออกแบบให้มีลักษณะเฉพาะบุคคล และพิมพ์ข้อความ 1 ล้านรูปแบบเพื่อส่งออกไป อาจกลายเป็นต้นทุนมหาศาลทั้งด้านเวลา ราคาและทรัพยากรบุคคล หากไม่มีเครื่องมือรองรับที่ดีและมีประสิทธิภาพมากพอ

ดังนั้นการนำเทคโนโลยีเข้ามาทำงานทดแทนการใช้แทนการวิเคราะห์ของมนุษย์ จะเข้ามาช่วยงานของมนุษย์ให้รวดเร็วขึ้นได้ เช่น **ใช้ ปัญญาประดิษฐ์(AI)ในการวิเคราะห์ Big Data**

-Big Data คือ ข้อมูลขนาดใหญ่มากทั้งหมดที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ ด้วยวิธีการหลากหลายวิธีการ ขึ้นอยู่กับว่าต้องการนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้งานด้านไหน

-การใช้ Big Data ช่วยออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การนำเสนอสินค้าบริการ (Product) และการตั้งราคา (Price)

-การประยุกต์ใช้ Big Data มาใช้ทางการตลาด ด้วยการ เสนอโฆษณาตรงกลุ่มเป้าหมาย เช่น Google และ Facebook เก็บข้อมูลของผู้ใช้มากขึ้นในทุกวัน ทำให้สามารถนำเสนอโฆษณาที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ เพียงดูจากบทความที่พวกเขาเข้าไปอ่าน

ที่มา : ผู้วิจัย

4) การทำการตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์ (Intelligence Predictive)

ทำให้ไม่ใช่แค่เข้าใจลูกค้าเท่านั้น แต่ยังสามารถเรียนรู้และคาดการณ์พฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นได้อย่างแม่นยำ เช่น **การนำ AI ทำงานเบื้องหลัง หรือวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และนำเสนอบริการที่ตรงใจ**

>ธนาคารไทยพาณิชย์: SCB Abacus

-ใช้ปัญญาประดิษฐ์(AI) สังเกตพฤติกรรมผู้ใช้ ด้วยฟีเจอร์ใหม่ที่ใส่ลงในแอปพลิเคชันของธนาคารมาให้บริการ โปรเพื่อคุณ บนแอป SCB Easy เพื่อบอกโปรโมชันลดแลกแจกแถมให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ช่วยให้ธนาคารเข้าใจพฤติกรรมลูกค้ามากยิ่งขึ้น

--นำเทคโนโลยี AI และ Machine Learning มาใช้ในการให้บริการสินเชื่อออนไลน์เป็นรายแรกของไทยพาณิชย์ "สินเชื่อแม่มณีศรีออนไลน์ เพื่อผู้ประกอบการ SME ที่มีร้านค้าหรือให้บริการบนแพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace) ของลาซาด้า โดยสามารถอนุมัติสินเชื่อได้ในเวลาเพียง 15 นาที พร้อมอัตราดอกเบี้ยเพียง 1.59% ต่อเดือน และมีการขยายขอบเขตพื้นที่การให้บริการจากกรุงเทพและปริมณฑลไปยัง 20 จังหวัดทั่วประเทศไทย นับเป็นธนาคารแรกของไทยที่สร้างเครือข่ายทางการเงินแบบดิจิทัลครบวงจรสำหรับการอนุมัติสินเชื่อออนไลน์ (Digital Lending) ส่งเสริมสภาพคล่องให้ลูกค้า SME สามารถขยายธุรกิจได้รวดเร็ว ทันต่อการแข่งขันในยุคที่กระแสอีคอมเมิร์ซกำลังเติบโตทั่วโลก สินเชื่อแม่มณีออนไลน์ ที่ให้กับ SME บน Lazada

ที่มา :ไทยพาณิชย์และเอสซีบี อบาคัส เผยความสำเร็จจากการนำร่องบริการสินเชื่อออนไลน์ให้กับ SME บนลาซาด้า ฯ

ตัวอย่างของ Marketing 5.0

ใช้ช่องทางที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า(Omni Channel)

ทรงพล ชัญมาตรกิจ Group CEO บริษัท ทีวี ไดเร็ค จำกัด (มหาชน) ระบุว่า เทรนด์ที่กำลังเกิดขึ้นอีกอย่างหนึ่ง นอกจากการทำแพลตฟอร์มออมนิแชนเนล ก็คือการที่แบรนด์สินค้าเริ่มหันมาทำการตลาดแบบตรงถึงลูกค้า (direct to consumer) เพื่อสร้างช่องทางการขายและฐานข้อมูลของตัวเอง ซึ่งจะสามารถนำมาวิเคราะห์หาอินไซต์ความต้องการ การทำโปรโมชั่นแบบเฉพาะบุคคล ฯลฯ จากเดิมที่ข้อมูลพวกนี้จะอยู่กับมาร์เกตเพลซ หรือค้าปลีกประเภทต่าง ๆ ที่แบรนด์เข้าไปวางขายสินค้าเท่านั้น

-การค้าขายจะถูกบายพาสจากรีเทลเลอร์ไปสู่แบรนด์กับผู้บริโภคโดยตรง

-ในอนาคตตลาดจะพัฒนาไปสู่ “harmonized channel” ซึ่งเป็นอีกขั้นของออมนิแชนเนล ที่จะต้องใช้เทคโนโลยีทั้ง data mining, machine learning, artificial intelligence ฯลฯ เพื่อเข้าถึงลูกค้าแต่ละคนในแต่ละช่องทางได้อย่างเฉพาะบุคคล (personalized)

ที่มา : ติดอาวุธ “ค้าปลีก” 2020 “ออมนิแชนแนล” ต้องมี ข้อมูลต้องแม่น , ฐานเศรษฐกิจ

ตัวอย่างของ Marketing 5.0

การเจาะจงเฉพาะบุคคล (Personalized)

Youtube ได้ออกเครื่องมือตัวใหม่ที่เข้ามาช่วยทำงานด้าน Customized โฆษณาให้สามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น ภายใต้ชื่อ YouTube Director Mix จากเดิมที่นักโฆษณาต้องนั่งทำโฆษณาหลายชิ้นเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่าง แต่เครื่องมือตัวนี้จะสามารถตัดต่อโฆษณาได้อัตโนมัติจากการวิเคราะห์ประมวลผลจากข้อมูลความชอบของผู้บริโภคที่เคยกด Skip โฆษณา โดยเครื่องมือนี้สามารถทำงานด้านการตัดต่อจากเดิมโฆษณามีความยาว 30 วินาทีเหลือเพียง 6 วินาที หรือเชื่อมโยงข้อมูลโฆษณาไปอยู่กับแพลตฟอร์มต่างๆที่เกี่ยวข้องการเจาะจงเฉพาะบุคคล (Personalized)

Twitter ที่มาแบ่งปันเรื่องราวเกี่ยวกับ **The Speed of Culture วัฒนธรรมความเร็วที่จุดชนวนกระแสของคนแต่ละกลุ่ม** ไม่ว่าจะเป็นการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ การแสดงความคิดเห็น ประเด็นจุดยืนต่างๆ มากมาย โดยในช่วงปีก่อนมีการทวีตหรือแสดงจุดยืนมากกว่า 1,400 ล้านทวีต(Conversation)

Facebook ได้เข้ามา**นำเสนอหลักการทำการตลาดแบบ Full Funnel Marketing** (การเดินทางของลูกค้าไปสู่การบรรลุเป้าหมายธุรกิจ) โดยใช้หลัก Brand with a pulse สื่อสารผ่าน IG Stories, Free Video เป็นต้น

ที่มา : จะเกิดอะไร เมื่อ Technology Disruption วงการโฆษณา ,ฐานเศรษฐกิจ

ตัวอย่างของ Marketing 5.0

การเจาะจงเฉพาะบุคคล (Personalized)

พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลนั้นมีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเทรนด์ ของการใช้งานดิจิทัลแพลต ฟอร์มในยุค “Mobile-First” หรือการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่เป็นหลัก

ผู้บริโภคทั้งกลุ่มมิลเลนเนียล (Millennial) และเจน ซี (Gen Z) กำลังก้าวขึ้นมาเป็นกำลังซื้อหลักในตลาด มีความหลากหลายมากขึ้น แม้แต่ครอบครัวที่อยู่อาศัยภายในบ้านหลังเดียวกันยังมีพฤติกรรมในการรับชมคอนเทนต์ที่แตกต่างกัน อาทิ

แม่ที่รับชมละครผ่านทางทีวี ขณะที่ลูกมีการติดตามความเคลื่อนไหวของละครผ่านทวิตเตอร์หรือรับชมย้อนหลังผ่านแพลตฟอร์มอื่น **ทำให้แนโน้มการบริโภคสื่อเปลี่ยนจากแชร์ระหว่างคนหมู่มากผ่านสื่อหลักเพียงไม่กี่ช่องทาง สู่การรับสื่อที่มีความเฉพาะเจาะจงกับแต่ละบุคคล (Personalized) มากขึ้น เนื่องจากแพลตฟอร์ม โซเชียลมีเดียที่มีในปัจจุบันนั้นมีความเฉพาะเจาะจงต่อกลุ่มคนที่มีความสนใจที่แตกต่างกัน เทรนด์ของผู้ใช้งานจะถูกแบ่งเป็นกลุ่มตามความชอบที่คล้ายๆ กัน ในแต่ละ แอปพลิเคชัน โดยปี 2562 ที่ผ่านมาผู้ใช้มีการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กสลับไปมาระหว่าง 6 แอป คาดการณ์ว่าในปี 2566 การใช้งานแบบสลับแอปไปมาระหว่างกันจะเพิ่มเป็น 10 แอป นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ใช้คนเดียวกันยังมีพฤติกรรมการใช้งานและการแสดงออกของตัวตนในแต่ละแพลตฟอร์มที่มีความแตกต่างกัน**

ที่มา : Personalized เทรนด์รับสื่อคนยุคมิลเลนเนียล , ฐานเศรษฐกิจ

ตัวอย่างของ Marketing 5.0

นำเทคโนโลยีมาทำงานทดแทนคน (Automation)
การตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์ (Intelligence Predictive)

ณัฐธิดา สงวนสิน กรรมการผู้จัดการ บริษัท บัซซี่บีส์ จำกัด ระบุว่า **เทรนด์ดิจิทัลที่ธุรกิจจะต้องเตรียมรับมือเพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทุกอย่างเร็วขึ้น เฉพาะขึ้น "ใช้เทคโนโลยีทำให้เร็วขึ้น"** สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้าน เชื่อมหน้าร้านออนไลน์-ออฟไลน์ อาทิ ให้สั่งสินค้าได้ล่วงหน้าผ่านแอปพลิเคชั่นเมื่อลูกค้ามาถึงหน้าร้านก็จะได้รับสินค้าที่สั่งได้ทันที ซึ่งในธุรกิจร้านอาหารเป็นสิ่งจำเป็นมาก ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าที่นั่งรับประทานที่ร้าน หรือ grab-and-go นำไปรับประทานข้างนอก

ปัจจุบันประเทศไทยก้าวสู่สังคมสูงวัย มีประชากรอายุมากกว่า 60 ปี เกินกว่า 1 ใน 6 แล้ว และนับวันจะยิ่งมากขึ้น **แต่จะเป็นผู้สูงวัยที่มีพฤติกรรมแตกต่างจากผู้สูงวัยในยุคก่อน คือ ยังมีไลฟ์สไตล์ทันสมัย แตกต่างจากภาพจำในอดีต ซึ่งเป็นสิ่งที่แบรนด์ต่าง ๆ ต้องปรับตัว "** **AI/machine learning"** ที่จะต้องวิเคราะห์ดาต้าลงลึกให้มากขึ้น อาทิ พฤติกรรมผู้บริโภคระดับ hyper location จำแนกเป็น "รายสาขา" การจำแนกกลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรมการซื้อเพื่อหาแรงจูงใจและวิธีกระตุ้นให้ซื้อสินค้า เช่น การส่งคูปองส่วนลดสินค้าไปให้

ที่มา : เปลี่ยนเร็ว-เจาะรายบุคคล ความท้าทายธุรกิจยุคดิสรัปต์, 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/ผู้ประกอบการ/การจัดการธุรกิจ/การตลาด/case-study-big-data-marketing/

เอกสารอ้างอิง

SCB Abacus เริ่มแล้ว ดันแบงก์ไทย ดึง AI สังเกตพฤติกรรมผู้ใช้ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: https://themomentum.co/scb-abacus-artificial-intelligence/ (8 มกราคม 2563)

ไทยพาณิชย์และเอสซีบี อบาคัส เผยความสำเร็จจากการนำร่องบริการสินเชื่อออนไลน์ให้กับ SME บนลาซาด้า ฯ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: https://www.scb.co.th/th/about-us/news/nov-2561/nws-sme-clickcash.html (10 มกราคม 2563)

เทคโนโลยี ปัญญา ประดิษฐ์สำหรับการบริหารงาน 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 เปลี่ยนผ่านการตลาดสู่ยุคเอไอ พร้อมให้กำเนิด นักการตลาด ‘มาร์เท็คเตอร์’ สายพันธุ์ใหม่ (Online) แหล่งทีมาของข้อมูล: 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 :https://www.benleymedia.co.th/กลยุทธ์การตลาด-5-0-กับการท (11 มกราคม 2563)
Data Driven Marketing กุญแจสำคัญของการตลาดยุค “Marketing 5.0“**(Online)** แหล่งที่มาของข้อมูล :https://www.thumbsup.in.th/data-driven-marketing-from-alchemist (11 มกราคม 2563)
Social Media มันคืออะไร และวิธีเลือกใช้งานให้ เหมาะกับธุรกิจอย่างไร **(Online)** แหล่งที่มาของข้อมูล: www.broadcastmedia.co.th/social-media/ (11 มกราคม 2563)
ทำความรู้จักการตลาด 5.0. , สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย 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)
ติดอาวุธ “ค้าปลีก” 2020 “ออมนิแชนแนล” ต้องมี ข้อมูลต้องแม่น , ประชาชาติ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: https://www.prachachat.net/marketing/news-408066 (5 เมษายน 2563)
Personalized เทรนด์รับสื่อคนยุคมิลเลนเนียล , ฐานเศรษฐกิจ ฐานเศรษฐกิจ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: https://www.thansettakij.com/content/tech/421613 (5 เมษายน 2563)
เปลี่ยนเร็ว-เจาะรายบุคคล ความท้าทายธุรกิจยุคดิสรัปต์, ประชาชาติ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: https://www.prachachat.net/ict/news-426637 (5 เมษายน 2563)

เครดิต free powerpoint templates
https://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
    1) การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน(5 Force Model)
    2) การประเมินศักยภาพของธุรกิจ(SWOT Analysis)
2.3.2 การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจนตามหลัก SMART
  2.3.3 การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และ การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (STP)
  2.3.4 กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)

จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. อธิบายขั้นตอนสู่ความสำเร็จกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล
2.วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าด้วยกลยุทธ์ 5A
3.สามารถอธิบายการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการตลาด

6 ขั้นตอนสู่ความสำเร็จกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

1) รู้ด้วยตนเอง

-ลำดับความสำคัญของสินค้าของเราและลูกค้าของเรา

2) รับข้อมูลเชิงลึก

-การตลาดที่มุ่งเสนอขายสินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

3) แปลข้อมูลเชิงลึกของลูกค้าสู่การผลิตสินค้าและบริการ

-เสนอสิ่งที่ตรงตามความสนใจ เป็นการ เพิ่มโอกาสในการขายให้มากขึ้น
-ยิ่งตอบโจทย์ความต้องการได้มาก เป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
-ให้บริการเสมือนคนที่รู้ใจ เป็นการ สร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า

4) สร้างเนื้อหาให้น่าประทับใจ

การสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าและบริษัท
-นำข้อมูลที่มีมาวิเคราะห์และนำเสนอให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
-คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากแบรนด์

5) เลือกช่องทางของแพลตฟอร์มที่เหมาะสม

-ทุกช่องทางทั้งออฟไลน์และออนไลน์
-คอนเทนต์ที่สื่อสารออกไปในแต่ละช่องทางสอดคล้องกัน
-การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางที่หลากหลาย

6) สร้างความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนได้

-สามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลา ทันเหตุการณ์

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่าง : ขั้นตอนสู่ความสำเร็จกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล

ที่มา : ผู้วิจัย

วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Behaviour Analysis)ด้วยกลยุทธ์5A

(ศาสตราจารย์Philip Kotler นักการตลาดชาวสหรัฐฯ ปรมาจารย์ด้านการตลาดระดับโลก)

A1 (Aware) : การทำให้ลูกค้ารู้จักกับสินค้าหรือแบรนด์ของเรา
-ทำให้รู้จักจากโฆษณา การสื่อสารการตลาด โซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊ก และอื่นๆ

A2 (Appeal) : ดึงดูดความสนใจจากลูกค้า
-ทำให้ชื่นชอบสินค้าหรือแบรนด์ของเรา ดึงดูดให้แบรนด์เราเป็นหนึ่งในทางเลือกของเขา
-ทำอย่างไรให้คิดถึงแบรนด์ของเรา ต้องทำให้เขาสนใจให้ได้

A3 (Ask) : ถามต่อ
-เมื่อลูกค้าให้ความสนใจสินค้าหรือแบรนด์ของเรา
-ลูกค้าก็จะมีการสอบถามข้อมูล รายละเอียดต่างๆ ของสินค้าของแบรนด์ของเรา
-ลูกค้าอาจจะค้นหาข้อมูลจากเวปไซต์ โซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊ก และอื่นๆ

A4 (Act) : การตัดสินใจซื้อ
-หลังจากลูกค้ามีการสอบถามหรือค้นหาข้อมูลต่างๆ แล้ว ในกรณีที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวสินค้า ได้การตัดสินใจซื้อก็จะเกิดขึ้น

A5 (Advocate): เกิดการแนะนำสินค้าจากผู้อื่น
-ทำอย่างไรให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือแบรนด์ของเรา ส่งต่อประสบการณ์ดี ๆ ไปให้ลูกค้าคนต่อไป
-เกิดจากการที่ลูกค้าใช้งานสินค้าแล้วเกิดความประทับใจ

ตัวอย่าง
การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Behaviour analysis)ด้วยกลยุทธ์ 5A

Aware
รู้จักสินค้า

ลูกชิ้นปลาที่อร่อย เหนียว นุ่ม ให้โปรตีนสูง แคลอรี่ต่ำ และมีโอเมก้า 3

-ทำให้คนรู้จัก สร้างการรับรู้จากโฆษณา การสื่อสารการตลาด จาก โซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม
การ โฆษณาทางออนไลน์ และเว็บไซต์

Appeal
ชื่นชอบสินค้า

ชื่นชอบสินค้า พอเกิดการรู้จักก็ดึงดูดให้แบรนด์เราเป็นหนึ่งในทางเลือกของลูกค้า

-ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้า จุดเด่นของสินค้าดีกว่าอย่างไร วิธีการสั่งซื้อ และการทำคอนเทนต์ดีๆ ให้น่าสนใจ

Ask
ถามต่อ

สอบถามข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ

-ลูกค้าอาจสอบถามจากคนใกล้ตัวหรือคนที่เคยรับประทานลูกชิ้นปลาของเรามาก่อนหรือการรีวิวอาหารทางโซเชียลมีเดีย การโฆษณาทางออนไลน์ และเว็บไซต์

Act
การตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ

-หลังจากลูกค้ามีการสอบถามหรือค้นหาข้อมูลต่างๆ แล้ว ในกรณีที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวสินค้าได้การตัดสินใจซื้อสินค้าของเราก็จะเกิดขึ้น

Advocate
เกิดการแนะนำ

เกิดการแนะนำสินค้าจากผู้อื่น

-ทำอย่างไรให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือแบรนด์ของเรา ส่งต่อประสบการณ์ดี ๆ ไปให้ลูกค้าคนต่อไป
-เกิดจากการที่ลูกค้าเคยรับประทานสินค้าของเราแล้วเกิดความพึงพอใจประทับใจ ลูกค้าถ่ายรูป นำไปลงโซเชียล เพื่อแนะนำต่อ

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

-เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ใช้ทรัพยากรที่มีผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา

-เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา ผลิตจากเนื้อปลาทะเล คัดพิเศษ ไม่มีแป้งผสม ด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปี รับประกัน อร่อย เนียน เหนียว นุ่ม ไม่คาว ได้คุณประโยชน์จากปลาทะเล

www.tenghaifishball.com

ตัวอย่าง
การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Behavior analysis)ด้วยกลยุทธ์ 5A

Aware
รู้จักสินค้า

กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์จากแบรนด์ชั้นนำ ที่มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ
สินค้ามีรับประกัน และมีบริการหลังการขาย
-ทำให้คนรู้จัก สร้างการรับรู้จากโฆษณา การสื่อสารการตลาด จากโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก เฟซบุ๊คเพจ ไลน์และเว็บไซต์

Appeal
ชื่นชอบสินค้า

ชื่นชอบสินค้า พอเกิดการรู้จักก็ดึงดูดให้สินค้าของเราเป็นหนึ่งในทางเลือกของลูกค้า
-ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้า จุดเด่นของสินค้าและบริการดีกว่าอย่างไร โปรโมชั่นต่างๆ

Ask
ถามต่อ

สอบถามข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ
-ลูกค้าอาจสอบถามจากคนใกล้ตัวหรือคนที่เคยซื้อของจากร้านเรามาก่อนหรือร้านขายที่มีประสบการณ์กับสินค้าชนิดนี้
-ให้คำปรึกษาเวลาลูกค้ามีปัญหา เช่น อยากติดกล้องวงจรปิด ทำอย่างไรให้คิดถึงเรา ต้องทำให้ลูกค้าประทับใจ

Act
การตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ
-หลังจากลูกค้ามีการสอบถามหรือค้นหาข้อมูลต่างๆ แล้ว ในกรณีที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวสินค้าได้การตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านของเราก็จะเกิดขึ้น

Advocate
เกิดการแนะนำ

เกิดการแนะนำสินค้าจากผู้อื่น
-ทำอย่างไรให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือแบรนด์ของเรา ส่งต่อประสบการณ์ดี ๆ ไปให้ลูกค้าคนต่อไป
-เกิดจากการที่ลูกค้าใช้งานสินค้าแล้วเกิดความประทับใจ ถ้าซื้อแล้วใช้ดี มีบริการที่น่าประทับใจ ลูกค้าในยุคปัจจุบันจึงชอบที่จะบอกต่อ และการบอกต่อนี้เองที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า รวมทั้งเพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำ

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย
-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง
-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ตัวอย่าง
การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Behavior analysis)ด้วยกลยุทธ์ 5A

Aware
รู้จักสินค้า

ฟาร์มเกษตรแบบอินทรีย์นี้ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าและส่งต่อถึงผู้บริโภค ภายใต้ คอนเซป **“Farm to Table “**
-ทำให้คนรู้จัก สร้างการรับรู้จาก การสื่อสารการตลาด คนที่แนะนำเรา แชร์เราจากโซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊ก ไลน์ และการรีวิวอาหารทางโซเชียลมีเดีย

Appeal
ชื่นชอบสินค้า

ชื่นชอบสินค้า พอเกิดการรู้จักก็ดึงดูดให้แบรนด์เราเป็นหนึ่งในทางเลือกของลูกค้า
-ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าและบริการ จุดเด่นของสินค้าและบริการดีกว่าอย่างไร ที่ตั้งของร้าน เมนูใหม่ๆของร้าน การจัดวางอาหารบนจานให้สวยสะดุดตาน่ารับประทาน และการสื่อสารการตลาดอย่างสม่ำเสมอ

Ask
ถามต่อ

สอบถามข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ
-ลูกค้าอาจสอบถามจากคนใกล้ตัวหรือคนที่เคยมารับประทานที่ร้านเรามาก่อนหรือการรีวิวอาหารทางโซเชียลมีเดีย

Act
การตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ
-หลังจากลูกค้ามีการสอบถามหรือค้นหาข้อมูลต่างๆ แล้ว ในกรณีที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวสินค้าได้การตัดสินใจมารับประทานอาหารที่ร้านเราก็จะเกิดขึ้น

Advocate
เกิดการแนะนำ

เกิดการแนะนำสินค้าจากผู้อื่น
-ทำอย่างไรให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือแบรนด์ของเรา ส่งต่อประสบการณ์ดี ๆ ไปให้ลูกค้าคนต่อไป
-เกิดจากการที่ลูกค้าเคยรับประทานสินค้าของเราแล้วเกิดความพึงพอใจประทับใจ ก็จะแชร์และบอกต่อ นั่นก็เท่ากับลูกค้าได้สร้างการรับรู้ให้กับแบรนด์หรือร้านของเราไปในตัว

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ

เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม
-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกชิมมากมาย
-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

Facebook:Melon Cafe at Melon JJ Farm

ตัวอย่าง
การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Behaviour analysis)ด้วยกลยุทธ์ 5A

Aware
รู้จักสินค้า

แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย "พิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท"
ทำให้คนรู้จัก สร้างการรับรู้จากโฆษณา การสื่อสารการตลาด ผ่านทางโซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์และรายการทีวี

Appeal
ชื่นชอบสินค้า

ชื่นชอบสินค้า พอเกิดการรู้จักก็ดึงดูดให้แบรนด์เราเป็นหนึ่งในทางเลือกของลูกค้า
-ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้า จุดเด่นของสินค้าดีกว่าอย่างไร สาขาและที่ตั้งโรงงาน วิธีการสั่งซื้อ และการสื่อสารการตลาดอย่างสม่ำเสมอ

Ask
ถามต่อ

สอบถามข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ
-ลูกค้าอาจสอบถามจากคนใกล้ตัวหรือคนที่เคยรับประทานที่ร้านเรามาก่อนหรือการรีวิวอาหารทางโซเชียลมีเดียรายการทีวี

Act
การตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ
-หลังจากลูกค้ามีการสอบถามหรือค้นหาข้อมูลต่างๆ แล้ว ในกรณีที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวสินค้าได้การตัดสินใจซื้อสินค้าของเราก็จะเกิดขึ้น

Advocate
เกิดการแนะนำ

เกิดการแนะนำสินค้าจากผู้อื่น
-ทำอย่างไรให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือแบรนด์ของเรา ส่งต่อประสบการณ์ดี ๆ ไปให้ลูกค้าคนต่อไป
-เกิดจากการที่ลูกค้าเคยรับประทานสินค้าของเราแล้วเกิดความพึงพอใจประทับใจ การที่ลูกค้าบอกต่อสินค้าเราจะเป็นการประชาสัมพันธ์ไปในตัว

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด

การวิเคราะห์สถานการณ์

1) **การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน (5 Force Model)** วิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่เรากำลังดำเนินธุรกิจอยู่ หรือกำลังจะเริ่มดำเนินธุรกิจเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพตลาดที่เราอยู่ แบ่งปัจจัยที่จะทำการวิเคราะห์เป็น 5 ปัจจัย ได้แก่ การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่ การคุกคามจากสินค้าทดแทน อำนาจการต่อรองของผู้ขาย และอำนาจการต่อรองของลูกค้า

2) **การประเมินศักยภาพของธุรกิจ (SWOT Analysis)**
การมองโดยใช้ตัวเองเป็นจุดศูนย์กลาง เรื่องใดเป็นจุดแข็งของเรา แล้วจึงนำมาสู่ ขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์

การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และ การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(STP)
เครื่องมือทางการตลาดที่วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย การและกำหนดตำแหน่งของสินค้า

กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)
กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้วิเคราะห์การวางแผนการตลาด โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจนตามหลัก SMART
การตั้งเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและตัวชี้วัด(KPI)

ที่มา : ผู้วิจัย

2.3.1 การวิเคราะห์สถานการณ์

1) การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน(5 Force Model)

หมายถึง เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่เรากำลังดำเนินธุรกิจอยู่ หรือกำลังจะเริ่มดำเนินธุรกิจเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพตลาดที่เราอยู่ แบ่งปัจจัยที่จะทำการวิเคราะห์เป็น 5 ปัจจัย ได้แก่ การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่ การคุกคามจากสินค้าทดแทน อำนาจการต่อรองของผู้ขาย และอำนาจการต่อรองของลูกค้า

1) การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม
-สภาพการแข่งขันของผู้ทำธุรกิจในปัจจุบัน ดูจากการแข่งขันของคู่แข่งในปัจจุบัน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับจำนวนคู่แข่ง การพัฒนาเทคโนโลยีของคู่แข่ง และอัตราการเจริญเติบโตของตลาด

2) การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่
-ถ้าเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ง่าย ก็จะมีการแข่งขันสูง
-การออกจากธุรกิจนี้ยาก ก็จะทำให้คู่แข่งไม่ได้มีปริมาณลดลง การแข่งขันก็จะสูง

3) การคุกคามจากสินค้าทดแทน
-ถ้ามีสินค้าทดแทนได้ดี การแข่งขันจะสูง เพราะผู้บริโภคสามารถมีทางเลือกในการไปใช้สินค้าทดแทนได้

4) อำนาจการต่อรองของผู้ขาย
-การแข่งขันจะสูง ถ้าการต่อรองของผู้ขายสูง
โดยดูจาก ปริมาณการขายของผู้ขาย ความแตกต่างในสินค้า ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนผลิตภัณฑ์

5)อำนาจการต่อรองของลูกค้า
-ถ้าลูกค้ามีอำนาจการต่อรอง การแข่งขันจะสูง เพราะลูกค้าสามารถต่อรองราคา และสามารถเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการของคู่แข่ง

ตัวอย่างการวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม: เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา

การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่

-การเข้ามาในอุตสาหกรรมลูกชิ้นปลาสดค่อนข้างง่ายและ การแข่งขันสูง เพราะตลาดลูกชิ้นปลาสดได้รับความนิยมจากผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตลูกชิ้นประเภทอื่นๆ ได้ขยายไลน์มาผลิตลูกชิ้นปลาสดมากยิ่งขึ้น

อำนาจการต่อรองของผู้ขาย

-การมีความสัมพันธ์ที่ดีและยาวนานกว่า 20 ปีกับแหล่งวัตถุดิบคือตลาดปลาทะเลสด ทำให้มีปริมาณวัตถุดิบป้อนตลอดปี
-เพื่อกระจายความเสี่ยง มีการแตกไลน์การผลิตไปยังสินค้ากลุ่มอื่นๆ เช่น ปลาเส้นต้ม ลูกชิ้นกุ้ง ทอดมันปลาอินทรีย์ ใส่ถ้วพู น้ำจิ้มซีฟู้ด

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

สภาพการแข่งขันของผู้ทำธุรกิจในปัจจุบัน ดูจากการแข่งขันของคู่แข่งในปัจจุบัน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับจำนวนคู่แข่ง การพัฒนาเทคโนโลยีของคู่แข่ง และอัตราการเจริญเติบโตของตลาด

อำนาจการต่อรองของลูกค้า

-ลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการของคู่แข่งได้ง่ายเช่น อาจเปลี่ยนไปซื้อลูกชิ้นปลายี่ห้ออื่นที่มีขายทั่วไป

การคุกคามจากสินค้าทดแทน

ผู้ผลิตลูกชิ้นปลาหลายรายเริ่มแตกไลน์การผลิตสินค้าที่หลากหลายสามารถทดแทนลูกชิ้นปลาได้ เช่น ลูกชิ้นปู ลูกชิ้นกุ้ง ลูกชิ้นหมู ลูกชิ้นไก่

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ผู้ประกอบการค้า :บริษัท เอบี โกลบอล ซัพพลาย จำกัด

การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่

-การเข้ามาสู่ธุรกิจเทรดดิ้งนำของจากต่างประเทศเข้ามาขาย ผ่านทางออนไลน์ค่อนข้างง่าย มีการแข่งขันสูงทั้งจากผู้ขายในประเทศ ทั้งเว็บไซต์ออนไลน์หรือขายของผ่านโซเชียลมีเดียต่างๆ
-แต่ยังมีช่องว่างสำหรับสินค้าเฉพาะด้านที่ต้องใช้ความรู้ทางด้านเทคนิค การติดตั้งและมีบริการหลังการขาย

อำนาจการต่อรองของผู้ขาย

-การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรและโรงงานผู้ผลิตสินค้าที่ประเทศจีนโดยตรง ที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินกิจการของบริษัทในเรื่องราคา การรับประกันสินค้า บริการหลังการขายและเครดิตในการซื้อของจ่ายทีหลัง ทำให้ได้ต้นทุนที่ถูกและสามารถแข่งขันในตลาดได้

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

-สภาพการแข่งขันของผู้ทำธุรกิจนำเข้าในปัจจุบันในปัจจุบันยังไม่สูงมากนักเพราะเว็บในไทย เช่น Lazada shopee หรือ รายอื่นๆ ที่นำเข้ามาขายก็ยังแพง แถมยังคิดค่าขนส่งอีกต่างหาก และของบางสิ่งบางอย่างก็ไม่มีขาย

อำนาจการต่อรองของลูกค้า

-ถ้าลูกค้ามีอำนาจการต่อรอง ราคาปานกลาง เพราะของบางรุ่นไม่มีขาย หรือมีราคาแพง เพราะต้องบวกค่าใช้จ่ายมาหลายทอด
-การซื้อของผ่านเว็บในไทย เช่น Lazada shopee หรือ รายอื่นๆ ก็มักจะมีปัญหาเรื่องของที่สั่งไม่ตรง การเคลมยุ่งยากเสียเวลา และบริการหลังการขาย

การคุกคามจากสินค้าทดแทน

-ปัจจุบันผู้ขายจากประเทศจีนเริ่มมาเปิดบริษัทนำเข้าของจากจีนมาขายให้กับลูกค้าชาวไทยโดยตรง นอกจากนี้ยังมีเวปไซต์ออนไลน์จากประเทศจีนและของไทยเข้ามาแย่งตลาดในส่วนนี้เช่นกัน

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ผู้ประกอบการเกษตร :เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม

การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่

-การเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ยาก เพราะต้องลงทุนสูง ขณะที่ตลาดก็ไม่ได้มีขนาดใหญ่มาก ต้องเป็นผู้ที่ชื่นชอบหรือรักสุขภาพจริงๆจึงยอมที่จ่ายในราคาที่แพงกว่าร้านทั่วไป

อำนาจการต่อรองของผู้ขาย

-ส่วนใหญ่นำผลผลิตจากผักผลไม้ที่ปลอดสารพิษที่ปลูกเองมาทำเป็นอาหารเครื่องดื่ม จึงลดความเสี่ยงในเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบได้
-มีการทำสัญญารับซื้อบางส่วนจากเครือข่ายฟาร์มที่ปลูกออร์แกนิก

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

-สภาพการแข่งขันของผู้ทำธุรกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับไม่สูง เพราะจำนวนคู่แข่งน้อย และอัตราการเจริญเติบโตของตลาดไม่มาก อันเนื่องมาจากราคาของผลิตภัณฑ์

อำนาจการต่อรองของลูกค้า

-ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการไปเพื่อบริโภคตามความต้องการและความพอใจของตน เป็นหลัก

การคุกคามจากสินค้าทดแทน

-ฟาร์มที่ปลูกออร์แกนิก หรือเกษตรอินทรีย์ มีความแตกต่างกับการปลูกแบบวิธีอื่น เพราะการทำการเกษตรด้วยหลักธรรมชาติ บนพื้นที่การเกษตรที่ไม่มีสารพิษตกค้างและหลีกเลี่ยงจากการปนเปื้อนของสารเคมีทางดิน ทางน้ำ และทางอากาศ การทำธุรกิจให้อยู่รอดจึงไม่ใช่เรื่องง่าย

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ผู้ประกอบการธุรกิจ :บริษัทพิซซ่าไทย จำกัด

การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่

-การเข้าสู่ธุรกิจร้านพิซซ่าค่อนข้างง่ายเพราะใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนักโดยร้านพิซซ่าระดับท้องถิ่นที่มีการเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาเพราะธุรกิจพิซซ่าได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทำให้ธุรกิจนี้มีการเติบโตสูงมากในแต่ละปีจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลให้การมีการแข่งขันสูงทั้งร้านพิซซ่าระดับท้องถิ่นไปจนถึงร้านพิซซ่าระดับพรีเมียม

อำนาจการต่อรองของผู้ขาย

-เนื่องจากมีปริมาณการสั่งซื้อค่อนข้างมาก การผลิตไม่ต่ำกว่า 10,000แผ่นต่อวัน และมากกว่า 500 สาขาทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ได้ราคาและเงื่อนไขต่างๆที่ดี ทำให้ได้ต้นทุนที่ถูกและสามารถทำกำไรได้
-เนื่องจากวัตถุดิบหลักที่สำคัญในการทำพิซซ่าคือ แป้งพิซซ่า จึงมีการตั้งโรงงานผลิตแป้งของตัวเองเพื่อสามารถควบคุมสูตรได้ตามที่ต้องการจึงสามารถผลิตแป้งเนื้อดีได้ในราคาที่ไม่แพง

อำนาจการต่อรองของลูกค้า

-ลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการของคู่แข่งหรือ ฟาสต์ฟูด ประเภทอื่นๆ ได้ง่าย

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

-การแข่งขันสูงในอุตสาหกรรมสูง ทั้งพิซซ่าระดับพรีเมียม ไป จนถึงพิซซ่าระดับท้องถิ่น

การคุกคามจากสินค้าทดแทน

สินค้าฟาสต์ฟูด ประเภทอื่นๆ นอกจากพิซซ่าได้แก่ แฮมเบอร์เกอร์ ไก่ทอดเคเอฟซี มิสเตอร์โดนัท

ที่มา : ผู้วิจัย

2) การประเมินศักยภาพของธุรกิจ (SWOT Analysis)

หมายถึง การมองโดยใช้ตัวเองเป็นจุดศูนย์กลาง เรื่องใดเป็นจุดแข็งของเรา แล้วจึงนำมาสู่ขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์ ประกอบด้วย

ปัจจัยภายใน

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน เช่น ความรู้ด้านธุรกิจหรือทรัพยากรที่มีซึ่งส่งผลต่อการดำเนินกิจการ

1.จุดแข็ง(Strengths) คือ ข้อได้เปรียบของกิจการของเรา สามารถนำมาใช้ประโยชน์และใช้แข่งขันกับคู่แข่งได้

–ร้านอาหารตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง
-เป็นธุรกิจในครอบครัว จึงมีค่าใช้จ่ายในการจ้างงานน้อยกว่าคู่แข่ง
-เจ้าของมีประสบการณ์ในการทำงานที่ร้านอาหารมาก่อน
-กิจการมีพันธมิตรทางธุรกิจที่มีโรงงานผลิตสินค้าหลายแห่ง

2.**-จุดอ่อน(Weaknesses)** คือ ข้อด้อย ข้อเสีย หรือปัญหาภายในองค์กรของเรา ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการ ที่สามารถนำไปสู่ความล้มเหลวของการทำธุรกิจได้

-มีพนักงานให้บริการจำนวนน้อย
- สินค้าไม่มีความหลากหลาย

ปัจจัยภายนอก
การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกส่งผลบวกหรือลบสำหรับธุรกิจของเรา เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อมและกฎหมาย

3. โอกาส(Opportunities) คือ ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบในแง่ของการเอื้อประโยชน์ให้กับการดำเนินกิจการของบริษัท เป็นความได้เปรียบที่เอื้อต่อความสำเร็จของการดำเนินกิจการ
-ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญด้านโภชนาการและสุขภาพมากขึ้น
-เป็นโมเดลที่สามารถขยายไปยังต่างประเทศ รวมถึงประเทศอื่นๆได้

4.-อุปสรรค(Threats) คือ ความเสียเปรียบ หรือผลเสียจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อกิจการ อาจนำมาซึ่งปัญหา และความล้มเหลวของกิจการได้
-ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นทำให้ต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น
-มีคู่แข่งขันสูง มีการเกิดขึ้นของคู่แข่งขันหน้าใหม่อยู่ตลอดเวลา

ตัวอย่างการประเมินศักยภาพของธุรกิจ(SWOT Analysis)

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม: เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการประเมินศักยภาพของธุรกิจ(SWOT Analysis)

ผู้ประกอบการค้า :บริษัท เอบี โกลบอล ซัพพลาย จำกัด

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการประเมินศักยภาพของธุรกิจ(SWOT Analysis)

ผู้ประกอบการเกษตร:เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจ ฟาร์ม

จุดแข็ง(Strenghts)

-ร้านอาหารตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งของบางแสน ชลบุรี
-อาหารและเครื่องดื่มจากฟาร์มออร์แกนิก ผลิตอย่างปลอดภัย ไร้สารเคมี
-ผลผลิตจากผักผลไม้ที่ปลอดสารพิษนำมาแปรรูปทำเป็นอาหารเครื่องดื่ม
-ความสดอร่อยของเมล่อน อาหารอร่อย บรรยากาศดี พนักงานเอาใจใส่

S

จุดอ่อน(Weaknesses)

-มีการสื่อสารผ่านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ยังไม่มากพอ
-ผลผลิตจากผักผลไม้ที่ปลอดสารพิษนำมาแปรรูปทำเป็นอาหารยังมีไม่มากพอ ต้องซื้อจากเครือข่ายในราคาที่ไม่สามารถควบคุมได้
-เนื่องจากยังไม่มีสาขาและไม่มีการขายแฟรนไชส์ ทำให้รายได้ไม่หลากหลาย ส่วนใหญ่มาจากสินค้าในร้าน

W

โอกาส(Opportunities)

-การเลือกประกอบธุรกิจในทำเลที่ดีจะสามารถสร้างเงินหมุนเวียนได้สูงและมีลูกค้าประจำ
-คนเริ่มใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ทำให้อาหารและเครื่องดื่มจากฟาร์มออร์แกนิก ยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก

O

อุปสรรค(Threates)

-การเพิ่มค่าแรงของแรงงานทำให้ต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น
-เริ่มมีคู่แข่งขันเข้ามามากขึ้น หากมีการแข่งขันที่สูงขึ้น จะยิ่งนำมาสู่ราคาที่ลดลง

T

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่างการประเมินศักยภาพของธุรกิจ(SWOT Analysis)

ผู้ประกอบการธุรกิจ :บริษัทพิซซ่าไทย จำกัด

ที่มา : ผู้วิจัย

การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจนตามหลัก SMART

หมายถึง แนวคิดในการตั้งเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและตัวชี้วัด(KPI)ที่ดี

S-Specific (เจาะจง

มีการระบุที่ชัดเจน เช่น ปริมาณยอดขายที่ต้องการมากขึ้น การเติบโตของยอดขายมากขึ้น

Measurable (วัดได้)

การระบุดังกล่าวนั้นสามารถวัดได้ด้วย เช่น ปริมาณยอดขายที่ต้องการ 1 ล้านบาทต่อปี อัตราการเติบโตของยอดขาย 20% ต่อปี

Attainable (ทำได้)

เป้าหมายที่ตั้งต้องสามารถทำได้จริง

Relevant (สอดคล้องกับเป้าหมายใหญ่

เป้าหมายที่ตั้งต้องไปในทิศทางเดียวกับเป้าหมายใหญ่

Time-limited (ระบุในกรอบเวลา)

ตั้งเป้าหมายแบบกำหนดระยะเวลา เช่น ภายใน 1 ปี

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่าง
การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจนตามหลัก SMART

ยอดขายเพิ่มขึ้น 50% ภายใน 1 ปี ด้วยการเพิ่มจำนวนลูกค้า200 ราย ต่อเดือนผ่านเฟตบุ๊ค ไลน์ อินสตาแกรม และเว็ปไซต์ เพื่อการรับรู้ของแบรนด์ให้เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น

S-Specific (เฉาะจง

ต้องการเพิ่มยอดขาย

Measurable (วัดได้)

เป้าหมายคือ 50%

Attainable (ทำได้)

จำนวนลูกค้าเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 200 ราย ต่อเดือน

Relevant (สอดคล้องกับเป้าหมายใหญ่

การเพิ่มจำนวนลูกค้าบนเฟตบุ๊ค ไลน์ อินสตาแกรม และเว็ปไซต์จะเพิ่มการติดตามและการรับรู้ของแบรนด์ให้เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น

Time-limited (ระบุในกรอบเวลา)

ภายใน 1 ปี

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

-เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ใช้ทรัพยากรที่มีผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา

-เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา ผลิตจากเนื้อปลาทะเล คัดพิเศษ ไม่มีแป้งผสม ด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปี รับประกัน อร่อย เนียน เหนียว นุ่ม ไม่คาว ได้คุณประโยชน์จากปลาทะเล

www.tenghaifishball.com

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่าง

การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจนตามหลัก SMART

การเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ 50 ราย ต่อเดือนภายใน 1 ปีผ่านโปรแกรมส่งเสริมการขายของบริษัทด้วยการสะสมแต้มเพื่อนำมาใช้เป็นส่วนลดเงินสดหรือแลกเป็นสินค้าอื่นๆ **ด้วย**

S-Specific (เจาะจง

ต้องการเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่

Measurable (วัดได้)

ต้องการให้เพิ่มขึ้น 50 ราย ต่อเดือน

Attainable (ทำได้)

เพิ่มงบประมาณการโฆษณาในโซเชียลมีเดีย

Relevant (สอดคล้องกับเป้าหมายใหญ่

การเพิ่มจำนวนลูกค้าผ่านโปรแกรมส่งเสริมการขายของบริษัทด้วยการสะสมแต้มเพื่อนำมาใช้เป็นส่วนลดเงินสดหรือแลกเป็นสินค้าอื่นๆ

Time-limited (ระบุในกรอบเวลา)

ภายใน 1 ปี

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่าง
การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจนตามหลัก SMART

ยอดขายเพิ่มขึ้น 50% ภายใน 1 ปี ด้วยการเพิ่มโอกาสการขายการบริการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ และบริการส่งถึงที่ เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาใช้การบริการได้หลายช่องทาง

S-Specific (เจาะจง
ต้องการสร้างโอกาสการขายด้วยการเพิ่มการบริการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์

Measurable (วัดได้)
เป้าหมายคือ 50%

Attainable (ทำได้)
การบริการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์และบริการส่งถึงที่ ด้วยการส่งข่าวสารผ่านทางสื่อโซเชียล

Relevant (สอดคล้องกับเป้าหมายใหญ่
หากสามารถให้ลูกค้าเข้ามาใช้การบริการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น จะช่วยเพิ่มยอดขาย ได้มากขึ้น

Time-limited (ระบุในกรอบเวลา)
1 ปี

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ

เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม
-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกชิมมากมาย
-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

Facebook:Melon Cafe at Melon JJ Farm

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่าง
การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาดที่ชัดเจนตามหลัก SMART

ยอดขายเพิ่มขึ้น 50% ภายใน 3 เดือนด้วยการเพิ่มความถี่ในการซื้อซ้ำของลูกค้าเดิมจาก 1 ครั้ง เป็น 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ผ่านโปรแกรมส่งเสริมการขายพิซซ่า " ซื้อ 1 แถม 1"

S-Specific (เจาะจง
ต้องการเพิ่มความถี่ในการซื้อซ้ำของลูกค้าเดิมจาก 1 ครั้ง เป็น 2 ครั้งต่อสัปดาห์

Measurable (วัดได้)
ยอดขายเพิ่มขึ้น 50 %

Attainable (ทำได้)
เพิ่มความถี่ในการซื้อซ้ำของลูกค้าเดิมจาก 1 ครั้ง เป็น 3 ครั้งต่อสัปดาห์

Relevant (สอดคล้องกับเป้าหมายใหญ่
โปรแกรมส่งเสริมการขายพิซซ่าซื้อ 1 แถม 1

Time-limited (ระบุในกรอบเวลา)
ภายใน 3 เดือน

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

ที่มา : ผู้วิจัย

การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และ การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (STP)

วิเคราะห์ STP หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย การและกำหนดตำแหน่งของสินค้า

S การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

การแบ่งส่วนตลาด(Segmentation) คือ การแบ่งกลุ่มลูกค้าหรือตลาดของผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีความแตกต่างกันออกเป็นส่วนย่อยๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อจะได้วางแผนการตลาดได้เหมาะสมกับแต่ละส่วนของตลาด

ใครอาจจะมีโอกาสเป็นลูกค้าของเราได้บ้าง ?

T ตลาดเป้าหมาย (Target Group)

ตลาดเป้าหมาย (Target group) คือ การเลือกตลาดหนึ่งส่วนหรือหลายส่วนหรือทั้งหมด เพื่อใช้เป็นเป้าหมายสำหรับสินค้าและบริการของเราว่ามีศักยภาพเพียงพอที่จะเข้าไปแย่งชันแล้วมีโอกาสจะประสบความสำเร็จ

ลูกค้ากลุ่มไหนที่เราเลือก ?

ตลาดใหญ่พอที่เราจะเข้าไปแย่งชิงส่วนแบ่งหรือไม่

P การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (Positioning)

การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(Positioning) คือ การสร้างลักษณะเด่นของสินค้าและบริการจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือตลาดเป้าหมายอย่างชัดเจน

ลูกค้าเลือกสินค้าและบริการของเราเพราะเหตุใด ?

S การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

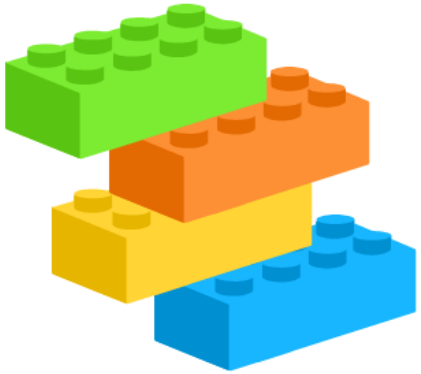
การแบ่งส่วนตลาด(Segmentation) คือ การแบ่งกลุ่มลูกค้าหรือตลาดของผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีความแตกต่างกันออกเป็นส่วนย่อยๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อจะได้วางแผนการตลาดได้เหมาะสมกับแต่ละส่วนของตลาด ได้แก่

1) แบ่งตามประชากรศาสตร์หรือข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล :
-อายุ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ศาสนา สถานภาพ

2) แบ่งตามภูมิศาสตร์ :
-ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคใต้
-จังหวัด เช่น ลำพูน เชียงใหม่ ลำปาง แพร่

3) แบ่งตามด้านจิตวิทยา :
-รูปแบบการดำเนิน เช่น ชอบโปรโมชั่นที่หลากหลาย ชอบความทันสมัย ชอบสินค้าที่มียี่ห้อ (Brand Name)
-กิจกรรม ความสนใจ

4) แบ่งตามด้านพฤติกรรมการใช้งาน :
-ประโยชน์ที่ต้องการใช้ (ประหยัด สะดวก รวดเร็ว คุณภาพ)
-อัตราการใช้ (ใช้มาก ใช้น้อย ใช้ปานกลาง)
-สถานะของผู้ใช้ (ไม่เคยใช้-ใช้ครั้งแรก-ใช้บ่อย)



T ตลาดเป้าหมาย (Target Group)

ตลาดเป้าหมาย (Target group) คือ การเลือกตลาดหนึ่งส่วนหรือหลายส่วนหรือทั้งหมด เพื่อใช้เป็นเป้าหมายสำหรับสินค้าและบริการของเราว่ามีศักยภาพเพียงพอที่จะเข้าไปแข่งขันแล้วมีโอกาสจะประสบความสำเร็จและเหมาะสมกับทรัพยากรและความชำนาญของ มีโอกาสทางการตลาด มีศักยภาพในการสร้างยอดขายและทำกำไรให้กับบริษัท

กลยุทธ์ในการเลือกตลาดเป้าหมายมี 3 กลยุทธ์ ได้แก่

ตัวอย่าง สมมุติว่า **การแบ่งส่วนตลาด**(Segmentation) คือ แบ่งตามอาชีพ : นักเรียนนักศึกษา พนักงาน ข้าราชการ แม่บ้าน เกษตรกร
ตลาดเป้าหมาย : นักเรียน นักศึกษา พนักงาน

1) **<u>กลยุทธ์ตลาดรวม</u>** คือ ขายผลิตภัณฑ์พิซซ่าหน้าหมูหยองอย่างเดียว ราคาเดียวคือ 25 บาทเพื่อเข้าถึงลูกค้าทุกรายทั่วประเทศ
ตลาดเป้าหมาย : นักเรียนนักศึกษา พนักงาน ข้าราชการ

2) **<u>กลยุทธ์หลายส่วนตลาด</u>** คือ ขายผลิตภัณฑ์พิซซ่า3 หน้า ราคาแตกต่างกันตามตลาด
-พิซซ่าหน้าหมูหยอง ราคา 25 บาท สำหรับขายที่โรงเรียน หอพัก
-พิซซ่าหน้าปลาทูน่า ราคา 35 บาท สำหรับขายที่โรงยิม สถานออกกำลังกาย
-พิซซ่าหน้าแฮมชีส ราคา 55 บาท สำหรับขายที่โรงหนัง ห้างสรรพสินค้า
ตลาดเป้าหมาย : นักเรียนนักศึกษา พนักงาน

3) **<u>กลยุทธ์มุ่งเฉพาะตลาดส่วนเดียว</u>** คือ
-พิซซ่าหน้าหมูหยองแบบไขมันต่ำไม่ใส่สารกันบูด ราคา 30 บาท สำหรับคนที่รักสุขภาพ
ตลาดเป้าหมาย : พนักงาน

P การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (Positioning)

การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(Positioning) คือ การสร้างลักษณะเด่นของสินค้าและบริการจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือตลาดเป้าหมายอย่างชัดเจน

กลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

1) การกำหนดตำแหน่งตามราคาและคุณภาพ

-มาบุญครอง สะอาดทุกถุง
-โตชิบา...นำสิ่งที่ดีสู่ชีวิต

2) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามลักษณะผู้ใช้ผลิตภัณฑ์

-คาราบาวแดง นักสู้ผู้ยิ่งใหญ่
-ลูกผู้ชายตัวจริง กระทิงแดง

3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามคุณสมบัติหรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

-ยาหม่องตราถ้วยทอง มิตรคู่เรือนเพื่อนคู่ตัว
-SALZ เค็มแต่ดี
-กาแฟเขาช่อง = เขาช่องรสแท้กาแฟไทย
-ไวตามิลค์= ให้โปรตีนอิ่มสบายท้อง

4) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามคุณลักษณะภายนอกที่สังเกตเห็นได้ของผลิตภัณฑ์ เช่น -ขนาด ความเก่าแก่ของตรายี่ห้อ
-นันยาง เก๋ามาตั้งแต่รุ่นพ่อ

5) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงการแข่งขัน เป็นความพยายามบอกกับตลาดว่าผลิตภัณฑ์ของตนดีกว่าคู่แข่งขัน
-ผงซักฟอกบางยี่ห้อระบุว่า จ่ายแพงกว่าทำไม
-ธนาคารกสิกรไทย = บริการทุกระดับประทับใจ

6)การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์แบบผสมผสาน เป็นการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยยึดหลักเกณฑ์หลาย ๆ อย่างร่วมกัน เช่น การนำทั้งคุณสมบัติของสินค้าและการแข่งขัน
มาร่วมกำหนดเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์
-การบินไทยรักคุณเท่าฟ้า
-ช่อง 3 คุ้มค่าทุกนาที ดูทีวีสีช่องสาม
-โซดาตราสิงห์ - ทุกหยดซ่าโซดาสิงห์

สรุปกลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

ตัวอย่าง
การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และ การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(STP)

S การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

-กลุ่มผู้บริโภค : แบ่งตามผู้ที่รักสุขภาพ และผู้ที่ไม่รักสุขภาพ

T ตลาดเป้าหมาย (Target Group) (T เป็นส่วนหนึ่งของ S)

-กลุ่มผู้ที่รักสุขภาพ

P การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (Positioning)

ผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นปลาซึ่งมีรสชาติอร่อย ซึ่งมีคุณประโยชน์และสรรพคุณต่อร่างกาย
ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงความต้องการและประโยชน์ที่จะได้รับสูงสุดและคุ้มค่าที่สุด เช่น อร่อย เหนียว นุ่ม ให้โปรตีนสูง แคลอรี่ต่ำ อีกทั้งยังให้โอเมก้า มีคุณค่าทางโภชนาการอย่างถูกต้อง เป็นอาหารที่สร้างประโยชน์ให้กับร่างกาย

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

-เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ใช้ทรัพยากรที่มีผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา
-เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา ผลิตจากเนื้อปลาทะเล คัดพิเศษ ไม่มีแป้งผสม ด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปี รับประกัน อร่อย เนียน เหนียว นุ่ม ไม่คาว ได้คุณประโยชน์จากปลาทะเล

www.tenghaifishball.com

ตัวอย่าง
การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และ การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(STP)

S การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

-กลุ่มผู้บริโภค : แบ่งตามแบ่งตามอาชีพ : นักเรียนนักศึกษา พนักงาน ข้าราชการ แม่บ้าน เกษตรกร

T ตลาดเป้าหมาย (Target Group) (T เป็นส่วนหนึ่งของ S)

- พนักงานบริษัท

P การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (Positioning)

ผลิตภัณฑ์วางตำแหน่งให้อยู่ในระดับเดียวกับผู้นำตลาดในเรื่องของความน่าเชื่อถือ โดยใช้ กลยุทธ์มุ่งสินค้าพรีเมียมและผู้นำด้านราคา มีคุณภาพใกล้เคียงกัน แต่ราคาต่ำกว่า เช่น

-กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์ที่มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ สินค้ามีรับประกัน และมีบริการหลังการขาย

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

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)** ที่รักสุขภาพและชอบรับประทานออกแกนิค

P การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (Positioning)

กลยุทธ์ที่สำคัญ คือ มีภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความแตกต่าง และเพิ่มช่องทางการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคยุคใหม่ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าในระยะยาวและสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าให้ดูมีระดับในสายตาของผู้บริโภค

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ

เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม
-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกชิมมากมาย
-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 การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (Positioning)

ใช้กลยุทธ์ราคาเดียว คือ 99 บาท สั่งได้ทุกหน้าพิซซ่าในราคาเดียวกัน ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ **พิซซ่าราคาประหยัด** ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าราคาพิซซ่าไม่แพง ซึ่งเป็นเครื่องมือในการขยายฐานลูกค้า

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-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

Place
การจัดจำหน่าย

เป็นการกำหนดวิธีการจัดจำหน่ายสินค้า เช่น ขายที่หน้าร้านของตนเอง ขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ขายออนไลน์

Price
ราคา

-เป็นการกำหนดว่าเราจะตั้งราคาแบบใด กลยุทธ์ราคาสูงหรือราคาต่ำ ต้องสอดคล้องกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของสินค้าและบริการของเรา เช่น
-ตั้งราคาตามความพอใจ หรือ ตั้งราคาตามตามตลาด
-ตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่ง เพื่อแสดงภาพลักษณ์ของตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของสินค้าเราที่อยู่ในระดับสูง หรือ ตั้งราคาสินค้าที่ราคาไม่แพง เพื่อให้ผู้บริโภคทดลองซื้อได้ง่าย
-การให้ส่วนลด การให้สินเชื่อ

Promotion
การส่งเสริมการตลาด

เป็นการกำหนดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่จะต้องสอดคล้องกับแผนการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ พนักงานขาย การสื่อสารทางการตลาด และการจัดกิจกรรมต่างๆในการส่งเสริมการขาย
-ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม และเวปไซต์
-ไปสาธิตและนำเสนอกับลูกค้าโดยตรงเพื่อแนะนำจุดเด่นของสินค้า

ตัวอย่าง
กลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)

Product
ผลิตภัณฑ์

-ลูกชิ้นปลาสดไม่ใช้วัตถุดิบกันเสีย,บอแร็กซ์,ผงชูรสและไม่ผสมแป้ง
-ลูกชิ้นปลาที่อร่อย เหนียว นุ่ม ให้โปรตีนสูง แคลอรีต่ำ อีกทั้งยังให้โอเมก้า 3
-ความชำนาญกว่า 20 ปีและการผลิตที่ได้มาตรฐาน

Price
ราคา

-ราคาที่สมเหตุสมผล ไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าขายแพงเกินไป

Place
การจัดจำหน่าย

-ห้างสรรพสินค้า ตัวแทนจำหน่าย เช่น Top market , Lemon farm ,Golden place , UFM Fuji, The Mall
-สามารถซื้อออนไลน์ได้ทาง เว็บไซต์ โทร เฟสบุ๊คและ ไลน์
-Tops online

Promotion
การส่งเสริมการตลาด

-การส่งเสริมการตลาด เช่นการเซ็ญชวน เซียร์สินค้า ด้วยตัวของพนักงานขาย แม่ค้า พ่อค้า หรือด้วยตัวของเจ้าของร้านเอง
-โปรโมชั่น เช่น ราคาพิเศษตามโอกาส

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

-เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูป ใช้ทรัพยากรที่มีผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา
-เท่งไฮ้ ลูกชิ้นปลา ผลิตจากเนื้อปลาทะเล คัดพิเศษ ไม่มีแป้งผสม ด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปี รับประกัน อร่อย เนียน เหนียว นุ่ม ไม่คาว ได้คุณประโยชน์จากปลาทะเล

www.tenghaifishball.com

ตัวอย่าง
กลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)

Product
ผลิตภัณฑ์

-เน้นที่คุณภาพของสินค้าที่นำมาขาย ต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมีรับประกัน

Price
ราคา

-ตั้งราคาสินค้าที่สมเหตุสมผลกับคุณภาพ ตามความต้องการและงบประมาณของลูกค้า เพื่อให้ตัดสินใจซื้อได้ง่าย

Place
การจัดจำหน่าย

-ที่บริษัท เอบี โกลบอล ซัพพลาย จำกัด หน้านิคมอุตสาหกรรมลำพูน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
-การบริการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์

Promotion
การส่งเสริมการตลาด

-การสาธิตและเชียร์สินค้าด้วยตัวของพนักงานขายและเจ้าของร้าน

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง
-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่าง
กลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)

Product
ผลิตภัณฑ์

-อาหารและเครื่องดื่มจากฟาร์มออร์แกนิก ผลิตอย่างปลอดภัย ไร้สารเคมี
-ผลผลิตจากผักผลไม้ที่ปลอดสารพิษนำมาแปรรูปทำเป็นอาหาร เครื่องดื่มและไอศกรีมรสต่าง
-ความสดอร่อยของเมล่อน อาหารอร่อย บรรยากาศดี พนักงานเอาใจใส่

Price
ราคา

-ตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่ง เพื่อแสดงภาพลักษณ์ของตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของสินค้าที่อยู่ในระดับสูง เพราะผลผลิตจากผักผลไม้ที่ปลอดสารพิษนำมาแปรรูปทำเป็นอาหาร เครื่องดื่ม และไอศกรีม

Place
การจัดจำหน่าย

-ที่ตั้งร้านค้าที่สะอาด ปลอดภัย เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจ และมีป้ายร้านค้าที่โดดเด่น สีสันสวยงาม
-ที่ร้านเมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม บางแสน ชลบุรี

Promotion
การส่งเสริมการตลาด

-เซียร์สินค้าด้วยการรีวิวอาหารทางโซเชียลมีเดีย พนักงานขายและเจ้าของร้าน

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ

เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม
-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกซื้อมากมาย
-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

Facebook:Melon Cafe at Melon JJ Farm

ตัวอย่าง
กลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)

Product
ผลิตภัณฑ์

-พิซซ่าไทยของคนไทยเอกลักษณ์คือหน้าต้มยำกุ้ง มีหน้า และมีให้เลือกมากกว่า 25 หน้า
-สูตรแป้งที่เราพัฒนาเอง และมีโรงงานผลิตแป้งของตัวเองสามารถควบคุมสูตรได้ตามที่ต้องการจึงสามารถผลิตแป้งเนื้อดีได้ในราคาที่ไม่แพง
-ได้รับคัดเลือกจาก ช้อนทอง ชวนทาน ให้เป็นพิซซ่า เจ้าเดียวที่ได้รับประกาศนียบัตร แห่งความอร่อย

Price
ราคา

-ตั้งราคาสินค้าที่ราคาไม่แพง โดยราคาต่ำกว่าคู่แข่งอย่างน้อย 30% เช่น พิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท เพื่อให้ผู้บริโภคทดลองซื้อได้ง่ายและเป็นลูกค้าประจำ

Place
การจัดจำหน่าย

-พิซซ่าไทย มีมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศและต่างประเทศ
-ขยายธุรกิจด้วยแฟรนไชส์

Promotion
การส่งเสริมการตลาด

-เชียร์สินค้าด้วยการรีวิวอาหารทางสื่อโทรทัศน์และโซเชียลมีเดีย แฟรนไชส์ไทยมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศและต่างประเทศ
-พนักงานขายและเจ้าของร้าน

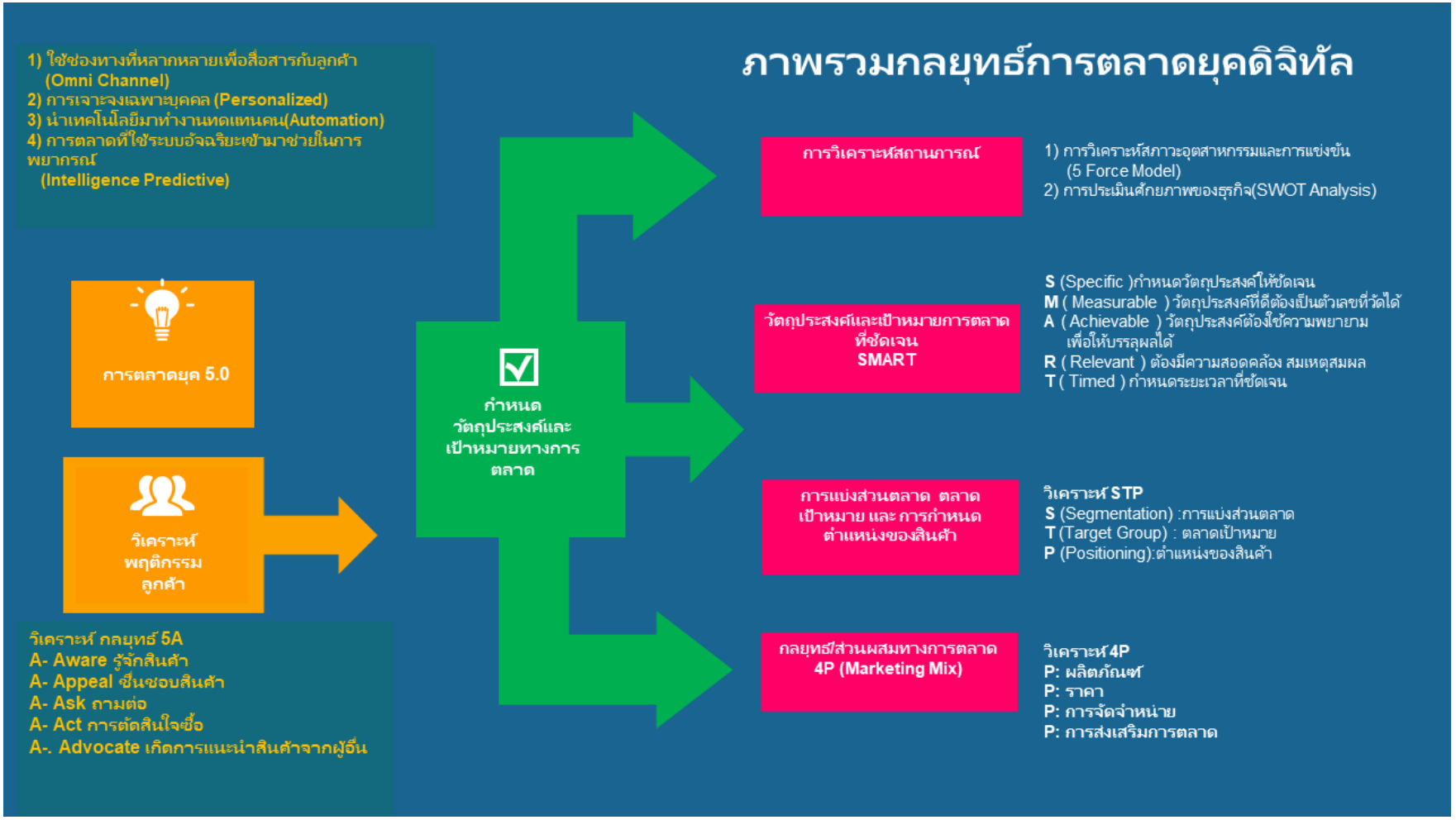
ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net


ภาพรวมกลยุทธ์การตลาดยุคดิจิทัล
1) ใช้ช่องทางที่หลากหลายเพื่อสื่อสารกับลูกค้า (Omni Channel)
2) การเจาะจงเฉพาะบุคคล (Personalized)
3) นำเทคโนโลยีมาทำงานทดแทนคน(Automation)
4) การตลาดที่ใช้ระบบอัจฉริยะเข้ามาช่วยในการพยากรณ์ (Intelligence Predictive)
การตลาดยุค 5.0
วิเคราะห์ พฤติกรรม ลูกค้า
วิเคราะห์ กลยุทธ์ 5A
A- Aware รู้จักสินค้า
A- Appeal ชื่นชอบสินค้า
A- Ask ถามต่อ
A- Act การตัดสินใจซื้อ
A-. Advocate เกิดการแนะนำสินค้าจากผู้อื่น
กำหนด วัตถุประสงค์และ เป้าหมายทางการ ตลาด
การวิเคราะห์สถานการณ์
1) การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน (5 Force Model)
2) การประเมินศักยภาพของธุรกิจ(SWOT Analysis)
วัตถุประสงค์และเป้าหมายการตลาด ที่ชัดเจน SMART
S (Specific)กำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน
M (Measurable) วัตถุประสงค์ที่ดีต้องเป็นตัวเลขที่วัดได้
A (Achievable) วัตถุประสงค์ต้องใช้ความพยายาม เพื่อให้บรรลุผลได้
R (Relevant) ต้องมีความสอดคล้อง สมเหตุสมผล
T (Timed) กำหนดระยะเวลาที่ชัดเจน
การแบ่งส่วนตลาด ตลาด เป้าหมาย และ การกำหนด ตำแหน่งของสินค้า
วิเคราะห์ STP
S (Segmentation) :การแบ่งส่วนตลาด
T (Target Group) : ตลาดเป้าหมาย
P (Positioning):ตำแหน่งของสินค้า
กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)
วิเคราะห์ 4P
P: ผลิตภัณฑ์
P: ราคา
P: การจัดจำหน่าย
P: การส่งเสริมการตลาด

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ คู่มือการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์และการดำเนินธุรกิจซึ่งขับเคลื่อนด้วยทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรมสู่ Thailand 4.0 ,2560.

อัจฉรา จันทร์ฉายและศิพัฒน์ ไตรอุโฆษ การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1 สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2562

แผนธุรกิจ (Business Plan) , **(Online)** แหล่งที่มา: https://www.iok2u.com/index.php/article/e-book/118-business-plan (11 มกราคม 2563)

การปรับปรุงสินค้าเดิมเพื่อยืดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ **(Online)** มแหล่งที่มา:https://bsc.dip.go.th/th/category/quality-control/qs-expandproductlifecycle (11 มกราคม 2563)

ทำความเข้าใจ 5A Aware-Appeal-Ask-Act-Advocate โมเดลดึงความสนใจจากลูกค้า 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 แม่ค้าออนไลน์ต้องศึกษา **(Online)** แหล่งที่มา : https://blog.sellsuki.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 เด่นโมฬี

วิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0

(Operations Management 5.0)

www.entrepreneuronline-learning.com

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการปฏิบัติการ
2. วิเคราะห์ภาพรวมของการบริหารการปฏิบัติการ
3. ประยุกต์ใช้การบริหารการปฏิบัติการ

กิจกรรมการเรียนการสอน

บรรยายด้วยคลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน

-คลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
-เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

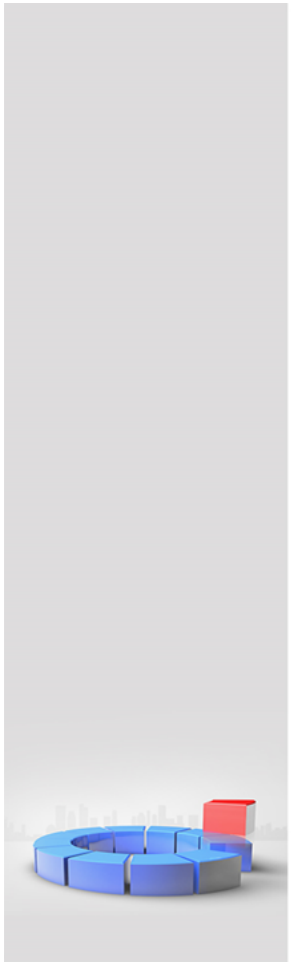
หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชาและผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมพี CEO Revitalize Innovation Co.,Ltd
อดีตผู้บริหารบริษัท BMW , Sony , Haier , Jardine ,Thai Summit Group , CP All



เนื้อหาบทเรียน

1 **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารการปฏิบัติการ**

1 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต
2 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า
3 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจบริการ

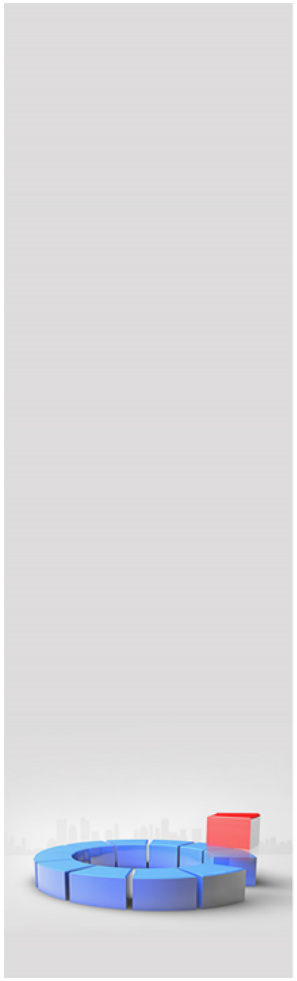
2 **การประยุกต์ใช้การจัดการการปฏิบัติการและแนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัล**

2.1 การประยุกต์ใช้การจัดการการปฏิบัติการกับการลดต้นทุน
- 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 "

บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารการปฏิบัติการ

www.entrepreneuronline-learning.com



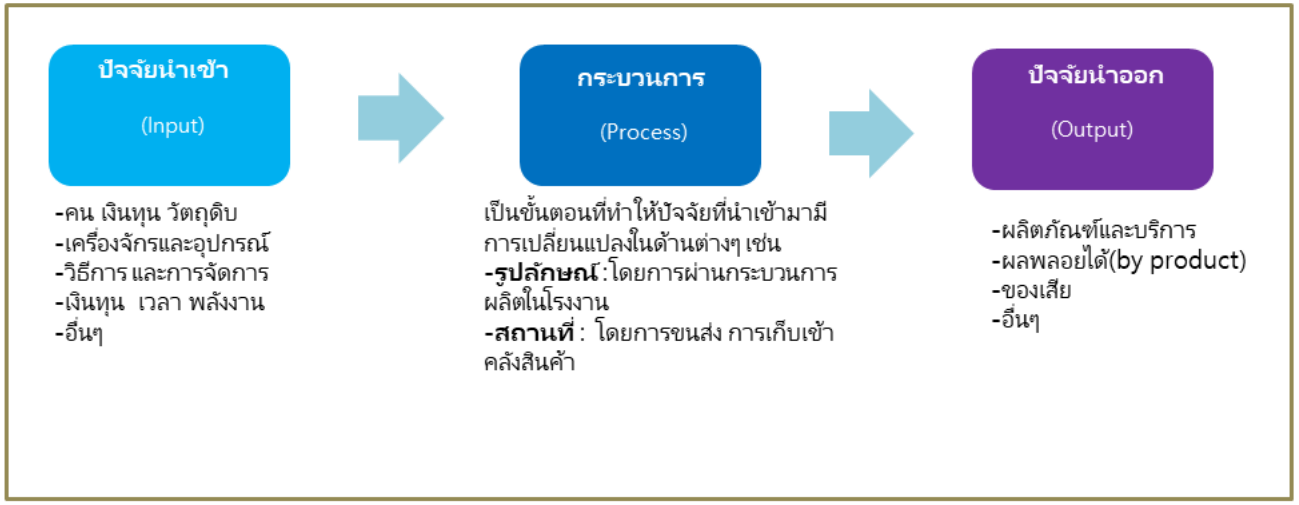
เนื้อหาบทเรียน

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารการปฏิบัติการ

1

1 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต
2 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า
3 การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจบริการ

การบริหารการปฏิบัติการ (OM: Operations Management) คือ การจัดการให้กระบวนการภายในองค์การ/การดำเนินงานต่างๆ ที่ใช้ปัจจัยนำเข้า (Input) เช่น คน เงินทุน วัตถุดิบ และผ่านกระบวนแปรรูปให้กลายเป็นปัจจัยนำออก (Output) ในรูปของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างมีประสิทธิภาพ/มูลค่าและสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่คาดหวัง



ประโยชน์ของการบริหารการปฏิบัติการ

1. การบริหารการปฏิบัติการ เป็นหนึ่งในในหน้าที่หลัก 3 ประการขององค์กร ทำให้เราทราบว่า จะบริหารการปฏิบัติการในบริษัทของเราได้อย่างไร (หน้าที่หลักขององค์กรคือ การตลาด, การเงิน และการปฏิบัติการ/ผลิต ทรัพยากรมนุษย์
2. เข้าใจในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ
3.สามารถนำมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจต่างๆ นอกจากธุรกิจการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม เช่น ธุรกิจการค้า และธุรกิจการบริการ

8 องค์ประกอบหลักของการบริหารการปฏิบัติการ สำหรับผู้ประกอบการใหม่(Startup)

1.กระบวนการผลิต/การค้า/การบริการ

2.การออกแบบผลิตภัณฑ์/บริการ

3.การวางแผนความต้องการวัสดุ และสินค้าคงคลัง

4.การจัดการคุณภาพ

5.การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

6. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และออกแบบองค์กร

7.ระบบสารสนเทศ

8.การใช้บริการจากภายนอกองค์กร

ผู้ประกอบการใหม่หลายท่านอาจมีความสนใจที่จะเริ่มต้นประกอบธุรกิจด้วยตนเองในรูปแบบของการพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ ควรทราบถึงองค์ประกอบที่จำเป็นและสำคัญเพื่อนำไปการประยุกต์ใช้

1. การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต

การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต
การจัดการให้กระบวนการภายในองค์การ/การดำเนินงานต่างๆ ที่ใช้ปัจจัยนำเข้า (Input) เช่น คน เงินทุน วัตถุดิบ และผ่านกระบวนแปรรูปให้กลายเป็นปัจจัยนำออก (Output) ในรูปของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างมีประสิทธิภาพและมูลค่า

1.1 การผลิต

การผลิต หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างผลิตภัณฑ์ในรูปของสินค้าและบริการสำหรับลูกค้า โดยองค์กรจะได้รับค่าตอบแทนกลับมาในรูปของรายได้และกำไร การบริหารการผลิตเป็นหนึ่งในสี่หน้าที่หลักขององค์การ ซึ่งองค์กรมีพันธกิจ คือผลกำไรที่ทำให้องค์การอยู่รอดและเจริญเติบโตได้ในระยะยาว

หมายเหตุ: ปัจจุบันหลายองค์กรธุรกิจก็นิยมใช้บริการจากภายนอกองค์กรทำการผลิตสินค้าแทนบริษัทตนเองเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายคงที่และความเสี่ยงจากการลงทุน เช่น ให้โรงงาน A ผลิตเสื้อผ้าภายใต้แบรนด์ของบริษัทผู้ว่าจ้าง B

4 หน้าที่หลักขององค์การ

ฝ่ายการผลิต

หน้าที่หลัก
-คุณภาพ
-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 การมุ่งขจัดความสูญเปล่าในกระบวนการผลิต หรือจากการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า ด้วยการวิเคราะห์หาสาเหตุหลักและหาทางปรับปรุง

ความสูญเปล่า (7 Waste) สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่

1) ความสูญเปล่าจากการผลิตที่มากเกินไป (Overproduction)
2) ความสูญเปล่าจากการรอคอย (Delay)
3) ความสูญเปล่าจากการขนส่ง (Transportation)
4) ความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ไร้ประสิทธิผล (Processing)
5) ความสูญเปล่าจากการเก็บวัสดุหรือสินค้าคงคลังที่ไม่จำเป็น (Inventory)
6) ความสูญเปล่าจากการเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็น (Motion)
7) ความสูญเปล่าจากการผลิตของเสียหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพ (Defect)

<u>แนวคิดแบบเก่า</u>

ต้นทุน+กำไร = ราคาสินค้า

<u>แนวคิดการผลิตแบบลีน</u>

ราคาสินค้า-ต้นทุน-ความสูญเปล่า = กำไร

ที่มา : ผู้วิจัย

2) การผลิตแบบทันเวลาพอดี (just-in-time)

การผลิตแบบทันเวลาพอดี หมายถึง การผลิตหรือส่งมอบ สิ่งที่ต้องการ ในเวลาที่ต้องการ โดยผลิตในปริมาณเท่าที่จำเป็นและเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า และจัดส่งออกไปตามจำนวนความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้วัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิตจะถูกสั่งซื้อเข้ามาต่อเมื่อมีความต้องการเท่านั้น

หลักการการผลิตแบบทันเวลาพอดี

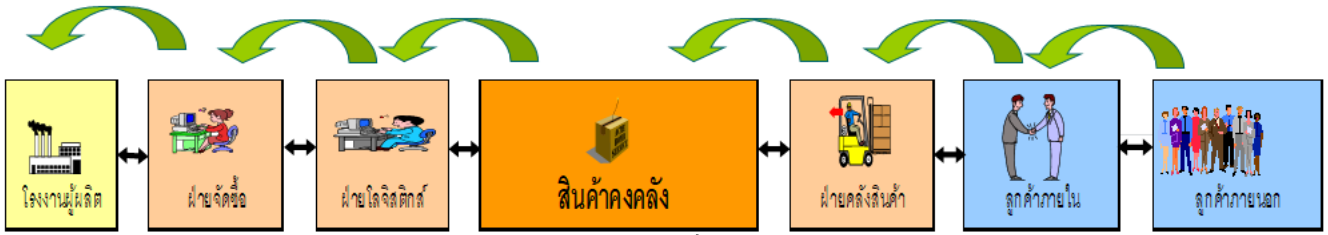
1. ใช้หลักการ "ดึง" (pull) แทนที่การ "ผลัก" (push) : การผลิตก็ต่อเมื่อมีความต้องการจากลูกค้า "ขายก่อนแล้วค่อยทำ" ทำให้มีปริมาณสินค้าคงคลังต่ำ

2. สั่งซื้อวัสดุจำนวนน้อยในแต่ละครั้ง : สั่งซื้อเท่ากับปริมาณที่จะใช้ในการผลิตเท่านั้น ทำให้มีสินค้าคงคลังต่ำ

3. การผลิตแบบอัตโนมัติ : การกำหนดแผนงาน เวลา ปริมาณการใช้วัสดุต้องสัมพันธ์กัน

4. การทำงานคงที่ : การวางแผนการทำงานที่ดี ทำให้จุดการทำงานหรือสถานีการทำงานได้รับงานในลักษณะคงที่ในแต่ละวัน เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น

5. มีความสัมพันธ์กับผู้จัดส่งที่ดี : มักไม่เปลี่ยนตัวคู่ค้า หรือผู้จัดส่งบ่อยๆ เพื่อให้การจัดส่งเป็นไปอย่างราบรื่น และไว้ใจได้



ใช้หลักการ "ดึง" (**pull**) แทนที่การ "ผลัก" (**push**)

ที่มา : ผู้วิจัย

1.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต้องคำนึงถึงวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ด้วยว่า อยู่ในช่วงใด เพื่อจะได้ใช้กลยุทธ์การปฏิบัติการให้เหมาะสมกับช่วงอายุของผลิตภัณฑ์

1) ช่วงแนะนำผลิตภัณฑ์ (Introduction Stage)

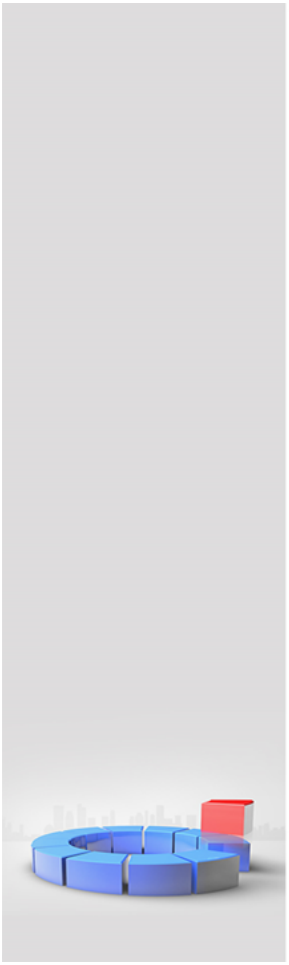
ในช่วงนี้ผลิตภัณฑ์ยังใหม่สำหรับตลาด และยังต้องปรับเปลี่ยนคุณสมบัติผลิตภัณฑ์บางส่วนให้เหมาะสมกับตลาด ขณะเดียวกันกระบวนการผลิตก็ต้องมีการปรับปรุงเทคนิคการผลิตให้เหมาะสม ดังนั้นการเตรียมการช่วงนี้ ได้แก่

- การทำการวิจัยตลาด
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์
- การปรับเปลี่ยนแก้ไขและการปรับปรุงกระบวนการทำงานหรือกระบวนการผลิตให้ดีขึ้น
- การคัดเลือกและพัฒนาผู้จัดหาวัตถุดิบ

2) ช่วงเจริญเติบโต (Growth Stage)

ในช่วงนี้ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบมานั้นจะเริ่มคงที่และได้รับความนิยมจากลูกค้าและสินค้าเริ่มติดตลาดแล้ว สิ่งที่สำคัญสาหรับช่วงนี้ ได้แก่

- การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าที่ต้องแม่นยำ เพื่อกำหนดกำลังการผลิตที่เหมาะสม และสามารถผลิตสินค้าให้ได้ตาม ปริมาณที่ลูกค้าต้องการได้
- อาจจะมีการลงทุนเพื่อขยายกำลังการผลิต



3) ช่วงอิ่มตัว (Maturity State)

ผลิตภัณฑ์เข้าสู่ช่วงเจริญเติบโตเต็มที่ ยอดขายจะมีปริมาณมากและคงที่ เริ่มมีคู่แข่งขันรายใหม่ เข้ามาแย่งส่วนแบ่งการตลาด กลยุทธ์ในช่วงนี้ ได้แก่

- การผลิตในปริมาณมากเพื่อลดต้นทุนการผลิต
- การใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เหมาะสมในระบบการผลิต
- การควบคุมต้นทุนในด้านต่างๆของบริษัท
- การลดความหลากหลายรุ่นของผลิตภัณฑ์หรือรุ่นพิเศษของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการน้อย
- การลดสายการผลิตลง เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้ในต้นทุนที่ต่ำลงและมีกำไรมากขึ้น
- พยายามรักษาและขยายส่วนแบ่งการตลาดให้มากขึ้น

4) ช่วงถดถอย (Decline Stage)

เป็นช่วงที่ผลิตภัณฑ์ มียอดขายลดลงอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ที่เหมาะสมสาหรับช่วงนี้ คือ

- การไม่ลงทุนเพิ่มเติม
- ควรตัดสินใจหยุดการผลิตสินค้านั้นก่อนเข้าสู่ช่วงของการขาดทุน

1.3 การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง

การวางแผนความต้องการวัสดุ หมายถึง เทคนิคการวางแผนและควบคุมสินค้าคงคลัง เพื่อให้เกิดความสมดุลในการบริหารงาน

สินค้าคงคลัง หมายถึง สินค้าและวัสดุที่เก็บไว้อยู่ในกระบวนการผลิต ตั้งแต่ก่อนผลิต ระหว่างผลิต และผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป

เทคนิคการปรับปรุงสินค้าคงคลังด้วยการวิเคราะห์แบบเอบีซี

กลุ่มสินค้า	% ของสินค้าทั้งหมด	มูลค่า(ล้านบาท)
A	5	70
B	30	20
C	65	10
รวม	100	100

<u>วัตถุประสงค์ของสินค้าคงคลัง</u>

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 เจรจาต่อรองกับซัพพลายเออร์ให้ลดMOQและ Lead time โดยมีการแชร์ข้อมูลความต้องการจากลูกค้าให้ซัพพลายเออร์ทราบแบบทันที

3.ในกรณีที่ซัพพลายเออร์ไม่สามารถลดปริมาณขั้นต่ำในการส่งของให้เราได้เพราะต้องเหมารถมาส่งของให้เราแบบเต็มลำ เราก็อาจต่อราคาเป็นซื้อหน้าโรงงานซัพพลายเออร์แทนและใช้บริการรถขนส่ง (Outsource) ไปรับสินค้าจากซัพพลายเออร์ของเราหลายๆที่เพื่อแชร์ค่าขนส่ง

ที่มา:ผู้วิจัย

1.4 การจัดการคุณภาพ

การจัดการคุณภาพ หมายถึง รูปแบบและคุณลักษณะเฉพาะของสินค้าหรือบริการที่สามารถสร้างความพอใจหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ประโยชน์ของการจัดการคุณภาพ

1) ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
2) ช่วยลดต้นทุนการผลิต
3) สร้างความเชื่อถือและไว้วางใจให้กับลูกค้า

มาตราฐาน ISO

ISO ย่อมาจาก (International Organization for Standardization) คือ องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน เป็นองค์กรที่ออกมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และอุตสาหกรรม ได้แก่

-ISO 9000 : การจัดระบบการบริหารเพื่อประกันคุณภาพ ที่สามารถตรวจสอบได้ โดยผ่านระบบเอกสาร
-ISO 9001 : เป็นมาตรฐานระบบคุณภาพ ซึ่งกำกับดูแลทั้งการออกแบบ และพัฒนาการผลิต การติดตั้ง และการบริการ
-ISO 9002 : มาตรฐานระบบคุณภาพ ซึ่งกำกับดูแลเฉพาะการผลิต การติดตั้ง และการบริการ
-ISO 9003 : เป็นมาตรฐานระบบคุณภาพ ซึ่งกำกับดูแลเรื่องการตรวจ และการทดสอบขั้นสุดท้าย
-ISO 9004 : เป็นแนวทางในการบริหารงานคุณภาพ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยเป็นข้อแนะนำ ในการจัดการในระบบคุณภาพ ซึ่งจะมีการกำหนดย่อย ในแต่ละประเภทธุรกิจ
-ISO 14000 : เป็นระบบมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นให้องค์กรมีการพัฒนาปรับปรุงสิ่งแวดล้อม อย่างต่อเนื่อง
-ISO 18000 : มาตรฐานระบบการจัดการ อาชีวอนามัยและความปลอดภัย

การบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM : Total Quality Management) หมายถึง การบริหารองค์กรทั้งหมดเพื่อให้มีลักษณะที่ดีในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

8 องค์ประกอบที่สำคัญของการบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM)

1. นำปรัชญาของการจัดการแบบใหม่มาใช้ มีการคิดใหม่ทำใหม่

2. ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการปรับปรุงองค์กร พนักงานมีวินัยในตัวเอง สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับซัพลายเออร์และลูกค้า

3. ใช้หลักการป้องกันความผิดพลาด

4. เน้นลูกค้าเป็นหลัก และเน้นผลได้ระยะยาว

5. ทำให้เกิดบรรยากาศของ TQM ด้วยการใช้ทรัพยากรมนุษย์ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม

6. เน้นการทำงานเป็นทีมทุกคนที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วม

7. มีระบบการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

8. ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

ที่มา:ผู้วิจัย

1.5 การจัดการทรัพยากรมนุษย์และออกแบบองค์กร

การจัดการทรัพยากรมนุษย์สำหรับการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ : จะเกี่ยวข้องกับการวางแผนอัตรากำลังคน กระบวนการจัดการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคน ได้แก่ การคัดเลือกบุคคลเข้าทำงาน การจัดวางตำแหน่งของบุคคลให้เหมาะสมกับงาน การจัดสวัสดิการ การจ่ายเงินเดือนหรือค่าตอบแทน เป็นต้น

สำหรับการบริหารทรัพยากรบุคคลกับการวางแผนอัตรากำลังคนในช่วงเริ่มต้นธุรกิจสามารถนำแนวทางการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎี 6W1H มาปรับใช้ได้ดังนี้

1).ใครคือ คุณสมบัติของคนที่เราอยากได้มาร่วมงานด้วย :
-เพศ อายุ การศึกษา ทักษะความสามารถพิเศษ

2).หน้าที่รับผิดชอบคืออะไร ต้องทำอะไรบ้าง เพื่อให้งานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด :
-พนักงานต้อนรับ : ทำหน้าที่ต้อนรับลูกค้า เมื่อลูกค้าเข้า / ออก ร้าน พาลูกค้าไปยังโต๊ะตามที่ลูกค้าร้องขอหรือเลือกโต๊ะที่เหมาะกับจำนวนลูกค้า

3). ทำอย่างไร (How) ทำอย่างไรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และ เพื่อให้การใช้ทรัพยากรขององค์กรเป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม และ ตรงตามความต้องการมากที่สุด (ประสิทธิภาพ) :
-แม่ครัว : ทำการปรุงอาหารและเครื่องดื่มตามออเดอร์ของลูกค้า

4). แผนกไหน (Where) ที่ต้องการบุคลากรก่อน-หลัง เร่งด่วนหรือไม่? :
-แผนกทำอาหารของร้านตอนนี้เหลือแม่ครัวทำอยู่คนเดียว เพราะผู้ช่วยแม่ครัวลาออกไปได้ 2 เดือนแล้ว จึงมีความจำเป็นต้องการบุคลากรด่วน เพื่อไม่ให้การบริการลูกค้ามีปัญหาและคอยนาน

5). เมื่อไหร่ (When) กำหนดระยะเวลาว่าในการดำเนินงานทั้งหมดต้องเสร็จสิ้น เมื่อไหร่? แต่ละกิจกรรมควรทำเมื่อไหร่? :
-ประกาศรับสมัครตำแหน่งผู้ช่วยแม่ครัวภายในสัปดาห์นี้ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ต่างๆ

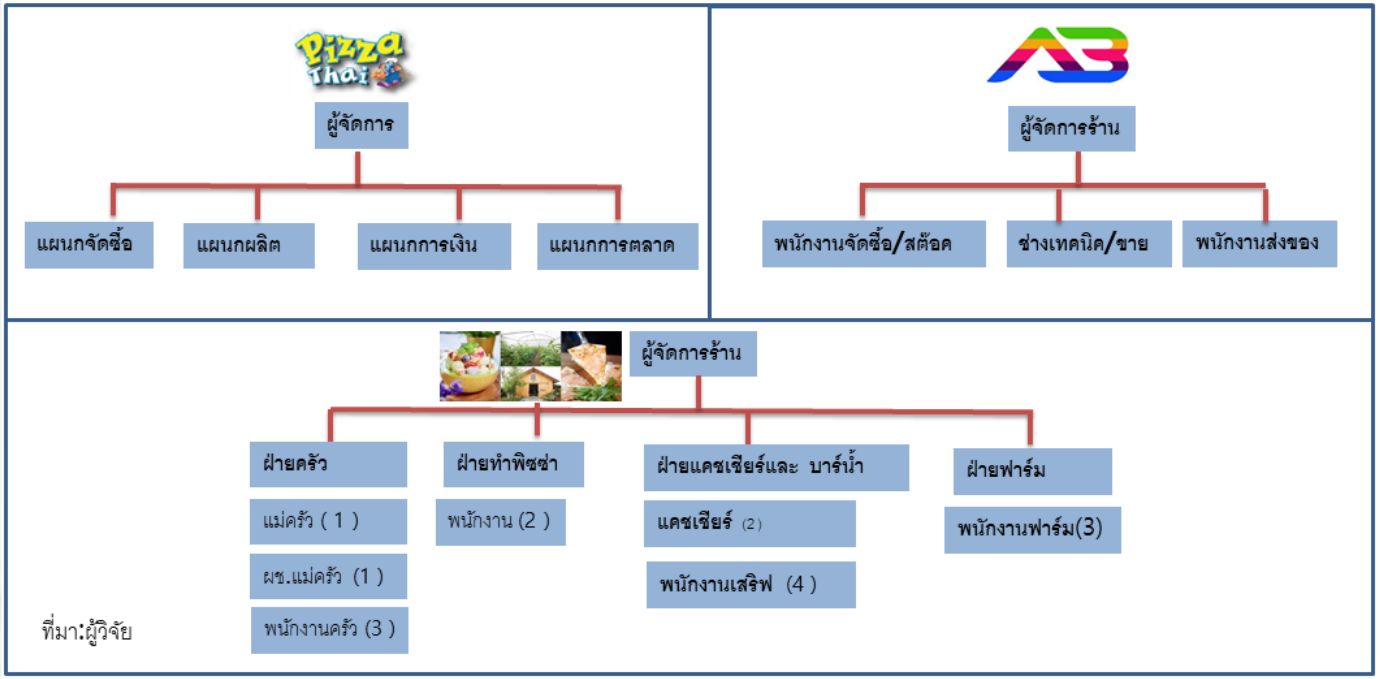
6). ให้ค่าจ้างเท่าไหร่? มีอะไรให้นอกเหนือจากเงินเดือน? (How much) :
-แม่ครัว : ได้รับค่าจ้างเป็นรายเดือนๆละ 25,000 บาท ที่พักฟรีและอาหาร 3 มื้อ

7) ทำไม (Why) ต้องจ้าง? ทำเองได้หรือไม่? :
-ผู้ช่วยแม่ครัวสามารถแบ่งเบางานของแม่ครัวได้ หรืออาจจะทำอาหารแทนได้บางเมนู จึงจำเป็นต้องจ้าง เพราะตอนนี้ลูกค้ารออาหารนาน

การออกแบบองค์กร

การจัดการโครงสร้างองค์การแบ่งตามหน้าที่ หมายถึง โครงสร้างองค์กรที่จัดตั้งขึ้นโดยแบ่งไปตามประเภทหรือหน้าที่การงาน เพื่อแสดงให้เห็นว่าในแต่ละคน/แผนกนั้น มีหน้าที่ต้องกระทำอะไรบ้าง เหมาะสำหรับผู้ประกอบการใหม่ (Startup) ที่เริ่มต้นธุรกิจของตัวเอง

ตัวอย่างแผนผังองค์การ (Organization Chart)



ที่มา:ผู้วิจัย

1.6 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) หมายถึง กระบวนการในการวางแผน ดำเนินการ และควบคุมประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บสินค้าและบริการ และสารสนเทศจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการใช้งาน โดยมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

กิจกรรมหลักของโลจิสติกส์ คือ กิจกรรมหลักที่ต้องใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดกำเนิดไปยังจุดบริโภคกิจกรรมต่างๆเหล่านี้ ครอบคลุมถึงกระบวนการโลจิสติกส์ทั้งหมด ได้แก่

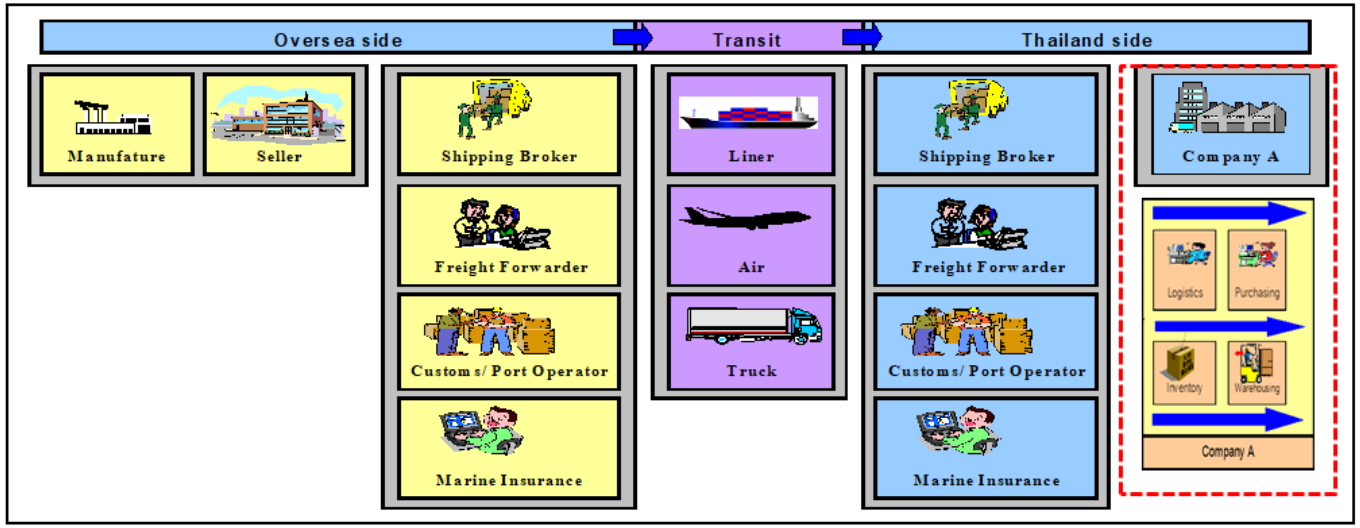
1) การจัดการวัตถุดิบ
2) กระบวนการสั่งซื้อ
3) การจัดหาสินค้า/วัตถุดิบ
4) การจัดการสินค้ารับคืน
5) การบริการลูกค้า
6) การพยากรณ์และการวางแผนอุปสงค์
7) การบริหารสินค้าคงคลัง
8) การติดต่อสื่อสารด้านโลจิสติกส์
9) การหีบห่อและบรรจุภัณฑ์
10) อะไหล่และการให้บริการ
11) การเลือกสถานที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า
12) โลจิสติกส์ย้อนกลับ
13) การจราจรและการขนส่ง
14) คลังสินค้าและการจัดเก็บสินค้า

ที่มา : กมลชนก สุทธิวาทนฤพุฒิและคณะ(2546) : การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์

การจัดการซัพพลายเชน (Supply Chain Management) หมายถึง การบูรณาการของกระบวนการธุรกิจที่เริ่มต้นจากผู้บริโภคขั้นสุดท้ายผ่านไปจนกระทั่งถึงผู้จัดจำหน่ายขั้นแรกสุดที่ทำหน้าที่จัดหาสินค้า บริการ สารสนเทศ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้บริโภค

ข้อแตกต่างประการสำคัญระหว่างการจัดการซัพพลายเชนกับการจัดการโลจิสติกส์ คือ การจัดการซัพพลายเชน มีขอบเขตที่กว้างกว่าการจัดการโลจิสติกส์ เพราะเป็นการจัดการกระบวนการทางธุรกิจหลักทุกประเภทที่เชื่อมโยงระหว่างสมาชิกทุกหน่วยที่อยู่ภายใต้ซัพพลายเชน

สรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการโลจิสติกส์ และการจัดการซัพพลายเชน ก็**คือโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของซัพพลายเชนนั่นเอง**



ที่มา : ผู้วิจัย

รูปภาพแสดง Supply Chain Operating Reference Model (SCOR Model)
ที่มา : SCOR Model of Supply Chain Council

SCOR Model คือ แบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานในโซ่อุปทาน แนวคิดนี้ถูกพัฒนาขึ้นในช่วงปี 1996 โดยคณะผู้เชียวชาญด้านซัพลายเชนและโลจิสติกส์จากสมาคมซัพพลายเชน (SCC : Supply Chain Council) ประกอบด้วย

1) การวางแผน (Plan) : เพื่อจัดสรรทรัพยากรโดยรวมและมุ่งการตอบสนองให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

2) แหล่งจัดหา (Source) : คัดเลือกผู้ส่งมอบที่สามารถส่งมอบของได้ทันตามกำหนดการ และสอดคล้องตามข้อกำหนด ประกอบด้วยกระบวนการต่างๆ เช่นการกำหนดราคาการบริหารเพื่อส่งมอบ กำหนดกรอบการจ่ายเงิน ให้กับผู้ส่งมอบ กำหนดรอบการจ่ายเงินให้กับผู้ส่งมอบ

3) การจัดทำ (Make) : ขั้นตอนการผลิต ซึ่งเป็นกิจกรรม ภายในโรงงาน ประกอบด้วยกำหนดการผลิตและกิจกรรมที่จำเป็น เช่น การทดสอบ การบรรจุหีบห่อ ละการจัดเตรียมสำหรับส่งมอบ

4) ส่งมอบ (Deliver) : กระบวนการทางโลจิสติกส์ โดยเกี่ยวข้องตั้งแต่กระบวนการรับใบสั่งซื้อจากลูกค้า การพัฒนาเครือข่ายคลังสินค้า การส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าและระบบการเรียกเก็บเงินจากลูกค้า

5) การส่งคืน (Return) : เป็นกระบวนการหลังการขาย กรณีลูกค้ารับสินค้าที่มีความบกพร่องหรือเกิดความเสียหายของการใช้งานในช่วงของการรับประกันก็จะมีการส่งคืนสินค้ากลับมายังผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายเพื่อรอรับบริการหรือนำสินค้ามาเปลี่ยนทดแทนสินค้าที่ชำรุด และรวมถึงกระบวนการกำจัดหลังจากสินค้าหมดอายุการใช้งาน หรือเสื่อมสภาพ

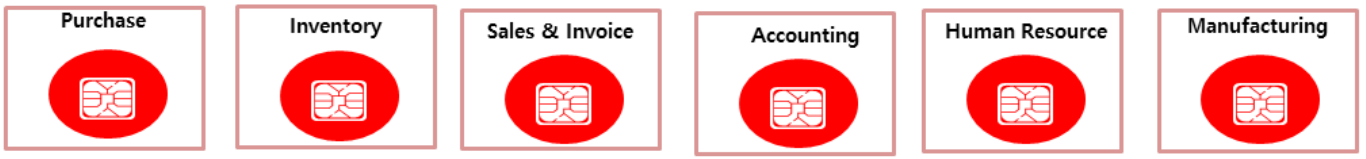
1.7 ระบบสารสนเทศ

ระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการที่มีความจำเป็นสำหรับใช้งาน ได้แก่

1)ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (MIS : Management Information System) : เป็นการออกแบบช่องทางการรับ-ส่งข้อมูลที่มีจำนวนมากหลากรูปแบบที่แตกต่างกัน สามารถเชื่อมโยงกันด้วยอุปกรณ์คอมพิวเตอร์โดยการเก็บรวบรวมและประมวลผลข้อมูล ซึ่งง่ายต่อการเข้าถึงเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจ เข้ามาช่วยจัดการด้านผลิต การสั่งซื้อ การพัสดุ การเงิน บุคลากร และงานด้านอื่นๆ ในโรงงาน

2)ระบบวางแผนทรัพยากรองค์กร (ERP :Enterprise Resource Planning) : เป็นเครื่องมือในการจัดการกระบวนการทางธุรกิจกิจกรรมหลักขององค์กร เพื่อวางแผนและจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยใช้ข้อมูลร่วมกันผ่านทุกฝ่ายในองค์การ และยังสามารถเชื่อมข้อมูลทั้งซัพพลายเชน ซึ่งจะเป็นข้อมูลในทางธุรกิจที่มีประโยชน์มาช่วยตัดสินใจในการดำเนินงานในทุกฝ่ายของบริษัท ประกอบด้วยโมดูลด้านการเงิน และการบัญชี ด้านการขาย การตลาด และการกระจายสินค้า ด้านกระบวนผลิต และการจัดซื้อวัตถุดิบและด้านจัดการทรัพยากรมนุษย์

ระบบ ERP เป็นที่นิยมใช้เพราะช่วยให้กระบวนการทำงานเป็นระบบมีมาตรฐาน ลดความขั้นตอนการทำงาน/ผิดพลาดและวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างมานยำ/รวดเร็ว สำหรับผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจใหม่และมีทุนไม่มาก สามารถใช้ระบบ ERP แบบคลาวด์ (Cloud ERP) ซึ่งลูกค้าสามารถเข้าใช้งานผ่านทางเว็ปเบราว์เซอร์ได้ทุกที่ทุกอุปกรณ์ที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในฐานะผู้ใช้บริการโดยเสียค่าบริการเป็นรายเดือน ไม่ต้องลงทุนซื้อไลเซนส์ที่ค่อนข้างแพงและไม่ต้องลงทุนฮาร์ดแวร์/ซอฟท์แวร์และอุปกรณ์ต่างๆ รวมถึงค่าบำรุงรักษาต่างๆ



ตัวอย่าง ERP System common module

ที่มา:ผู้วิจัย

1.8 การใช้บริการจากภายนอกองค์กร(Outsource)

การใช้บริการจากภายนอกองค์กร หมายถึง แนวคิดของการบริหารงานรูปแบบหนึ่งที่ส่งต่อกิจกรรมหรือกระบวนการที่ไม่ใช่ธุรกิจหลัก อาจส่งต่อทั้งหมดที่กล่าวมาหรือบางส่วนให้กับ ผู้ให้บริการจากภายนอกซึ่งมีความชำนาญและมีความพร้อมมากกว่าเป็นผู้ดำเนินการให้ อาจจะเพื่อช่วยงานในบางส่วนชั่วคราวหรืองานพื้นฐานระยะยาว ธุรกิจหลายแห่งอาจต้องการพนักงานเพิ่มเติม เช่น นักเขียนโปรแกรม นักวิเคราะห์ระบบ ให้มาช่วยงานในช่วงเร่งด่วน ในระยะเวลาสั้นๆ ดังนั้นแทนที่จะต้องเพิ่มพนักงาน อาจแก้ปัญหาด้วยการใช้บริการจากภายนอกองค์กรแทน โดยจ่ายค่าบริการเฉพาะช่วงที่กำหนด หรืออาจติดต่อที่ปรึกษาเมื่อต้องการความชำนาญเฉพาะด้าน

ประโยชน์ของการ ใช้บริการจากภายนอกองค์กร

1) ประหยัดต้นทุน และลดค่าใช้จ่ายขององค์กรได้ เพราะการจ้างในลักษณะเอ้าท์ซอร์สนั้นส่วนใหญ่จะเป็นการจ้างแบบมีกำหนดระยะเวลา และความรับผิดชอบต่อลูกจ้างจะตกไปอยู่กับบริษัทเอาท์ซอร์ส (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 ลูกค้าสัมพันธ์การตลาด
4) งานด้านระบบสารสนเทศ บริการเหมาจ่ายรายเดือน เพื่อให้ดูแลเครื่องคอมพิวเตอร์และระบบ Network ขององค์กร
5) งานด้านบุคลากร การพัฒนาบุคลากร การทำบัญชีเงินเดือน การสรรหาพนักงานเฉพาะตำแหน่งที่หายาก บริการยาม

ตัวอย่างการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจผลิต

1 การผลิต

-นำการผลิตแบบลีนและการผลิตแบบทันเวลาพอดี (just-in-time) มาประยุกต์ใช้ เช่น ลดการผลิตของเสียหรือไม่มีคุณภาพ ควบคุมความสูญเปล่าจากการรอคอยและการขนส่ง

2 การออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการ

-กระบวนการผลิตพิซซ่าหน้าต่างๆ
-การรับวัตถุดิบ การตรวจเช็ค การคัดแยก การหั่น และการจัดเก็บวัตถุดิบ

3 การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง

-การบริหารสินค้าภายในคลังสินค้าไม่ให้มากหรือน้อยเกินไปด้วยการเพิ่มความถี่ในการสั่งซื้อสัปดาห์ละ 3 ครั้ง

4 การจัดการคุณภาพ

-ตรวจสอบวัตถุดิบสำหรับผลิต 100 %

5 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

-การจัดซื้อ :วัตถุดิบจะสั่งจากบริษัทเทรดดิ้ง/โรงงานผู้ผลิตในและต่างประเทศจากที่มีการสั่งซื้อทุกวันก็เปลี่ยนเป็น3 ครั้งต่อสัปดาห์เพื่อบริหารสินค้าภายในคลังสินค้าไม่ให้มากหรือน้อยเกินไป

6 การจัดการทรัพยากรมนุษย์และออกแบบองค์กร

-ใช้ลักษณะการจัดการโครงสร้างองค์การแบบตามหน้าที่เพราะขนาดขององค์การมีขนาดที่ไม่ใหญ่มาก ง่ายต่อการบริหารและสั่งการ

7 ระบบสารสนเทศ

-การใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการบริหารงานโปรแกรม ERP ของคนไทย

8 การใช้บริการจากภายนอกองค์กร

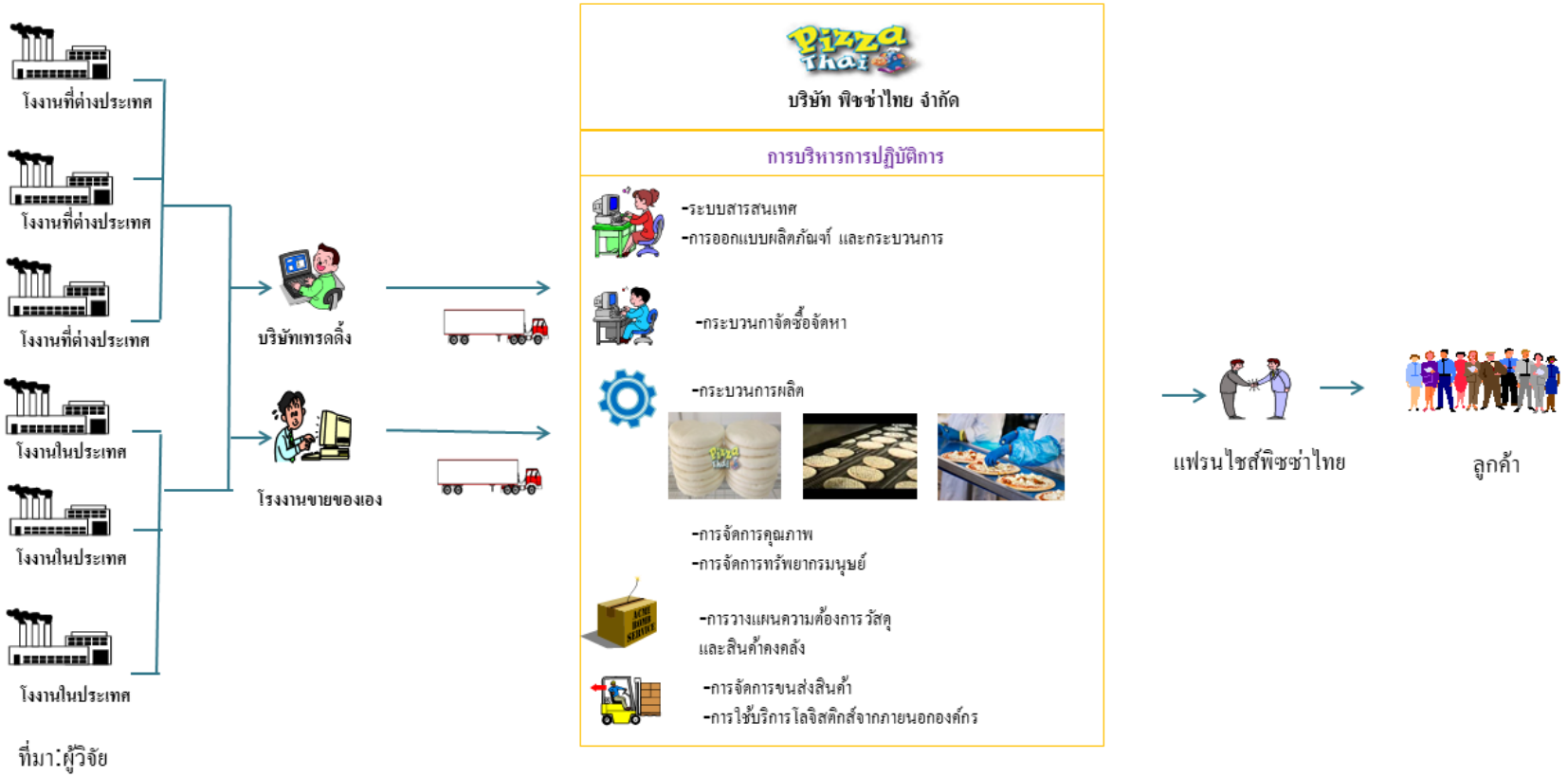
-การใช้บริษัทผู้ให้บริการโลจิสติกส์จากภายนอกองค์กรในการจัดส่งให้ลูกค้าแฟรนไชส์ พิซซ่าไทย ทั่วประเทศกว่า 500 สาขาทุกวัน

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

ภาพรวมซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจการผลิต



ที่มา:ผู้วิจัย

ตัวอย่างการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต

ขั้นตอนการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต

กระบวนการการสั่งซื้อ

1. **การสั่งซื้อวัตถุดิบหลัก : โรงงาน**ของพิซซ่าไทย จะสั่งซื้อวัตถุดิบในการผลิตพิซซ่าจากคู่ค้าของบริษัท(บริษัทเทรดดิ้ง/โรงงานผู้ผลิต) สัปดาห์ละ 3 ครั้ง ทุกวันจันทร์-พุธ-ศุกร์ของสัปดาห์โดยจะสั่งซื้อวัตถุดิบจำพวก ชีส แป้ง ซอสพิซซ่า และวัตถุดิบอื่นๆ จะสั่งซื้อจากห้างค้าส่งรายใหญ่ โดยจะถูกจัดส่งเข้ามาภายในร้านก่อนเวลา 9.00 น.

2. การรับวัตถุดิบ: คู่ค้าของบริษัท(บริษัทเทรดดิ้ง/โรงงานผู้ผลิต) จะนำวัตถุดิบมาส่งที่โรงงานของบริษัทพิซซ่าไทยก่อนเวลา 9.00 น. โดยมีผู้จัดการฝ่ายคลังสินค้าเป็นคนรับเรื่องและตรวจสอบทั้งหมด

3. การตรวจเช็ควัตถุดิบ: หลังจากที่ทำการรับสินค้าแล้ว ก็จะต้องตรวจสอบวัตถุดิบก่อนทำการเซ็นรับของว่ามีของช้ำ หรือของเน่าเสียปะปนมาหรือไม่ ถ้ามีทางผู้จัดการคลังสินค้าจะต้องส่งคืนให้กับผู้ค้าของบริษัททันที

4. การคัดแยกวัตถุดิบ: หลังจากที่ทำการตรวจสอบวัตถุดิบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ฝ่ายผลิตจะทำการคัดแยกวัตถุดิบ แต่ละชนิด เช่น แป้ง ชีส ซอส หรือ ผักและของสดต่างๆ โดยจะคัดแยกไว้ให้เป็นหมวดหมู่

5. การหั่นวัตถุดิบ : ในส่วนของผักและของสดที่ผ่านการคัดแยกจะนำมาล้างและหั่นตามที่ได้ประมาณการไว้ ทำการจัดเก็บวัตถุดิบต่างๆ ให้พร้อมและเป็นหมวดหมู่

6. การจัดเก็บวัตถุดิบเข้าตู้แช่ : จัดเก็บวัตถุดิบต่างๆ เข้าตู้แช่ ในอุณหภูมิที่ 3 องศาเซลเซียส เพื่อรักษาความสดของของสดและผัก

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

ตัวอย่างการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต

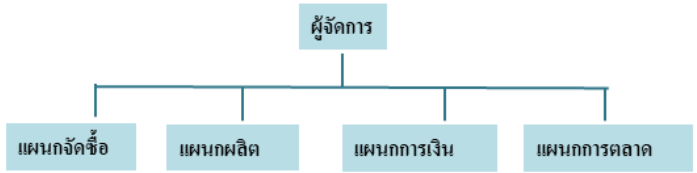
กระบวนการผลิตพิซซ่าหน้าต่างๆ

1. เตรียมแป้งพิซซ่า ที่ได้จากการขั้นตอนการผลิตแป้ง พักไว้เตรียมสำหรับตกแต่งหน้าตาและรสชาติ
2. นำวัตถุดิบต่างๆ เช่น เบคอน แฮม ไส้กรอก กุ้ง ฯลฯ และชีส มาเตรียมไว้ใส่ภาชนะตามปริมาณที่กำหนด
3. นำแผ่นชีสมาซอยออกเป็นแผ่นฝอยๆเส้นเล็ก แล้วพักเตรียมไว้
4. นำวัตถุดิบที่จัดเตรียมไว้ทั้งหมด มาตกแต่งหน้าแป้ง เรียงจากวัตถุดิบต่างๆเช่น เบคอน แฮม ไส้กรอก กุ้ง ฯ พร้อมกับทาซอสสูตรพิเศษของร้านพิซซ่าไทยลงบนตัวแป้ง
5. นำเส้นชีสที่หั่นเป็นฝอยเล็กๆ มาโปรยลงบนหน้าพิซซ่า แล้วจัดแต่งให้สวยงาม
6. นำเข้าเตาอบใช้เวลารอประมาณ 7-10 นาที ก็สามารถรับประทานได้

หมายเหตุ

-ส่วนใหญ่จะทำแป้งพิซซ่าไว้ก่อนเก็บได้ 3วันในตู้เย็น พอจะทำขายก็ทาซอส วางเครื่อง ใส่ชีส เข้าอบ 15นาที

ตัวอย่างแผนผังองค์การ (Organization Chart)



ที่มา:ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

2. การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า

การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า
การจัดการให้กระบวนการภายในองค์การ/การดำเนินงานต่างๆ ที่ใช้ปัจจัยนำเข้า (Input) เช่น คน เงินทุน วัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ และผ่านกระบวนการให้กลายเป็นปัจจัยนำออก (Output) ในรูปของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างมีประสิทธิภาพและมูลค่า

ตัวอย่างการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า

1 การบริการ

-การนำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด
-แนวคิดด้านลีนมาประยุกต์ใช้ เช่น ไม่สต๊อคสินค้ามากเกินไป
การลดเวลาที่เกิดจากการรอคอย ด้วยการลดระยะเวลาในการสั่งซื้อ/ส่งมอบ

2 การออกแบบบริการและกระบวนการ

-รูปแบบช่องทางการขาย เช่น เปิดหน้าร้านของตัวเอง
เว็บไซต์ของตัวเอง โซเชียลมีเดีย
-รูปแบบการบริการ เช่น เปิดร้านขายแบบ Online และOffline
-กระบวนการ เช่น สินค้าที่ขายดี /รุ่นพื้นฐาน อาจมีของวางโชว์ที่ร้านของตนเองและมีการสต๊อคสินค้ารุ่นที่ขายดีไว้บางส่วน แต่สินค้าที่บางรุ่น/รุ่นเฉพาะใช้วิธีพรีออเดอร์แทน

3 การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง

-การบริหารสินค้าภายในคลังสินค้าไม่ให้เกิดสินค้าต้นทุนจม
เช่น สินค้าที่บางรุ่นอาจจะไม่มีการสต๊อคสินค้า แต่ใช้วิธีพรีออเดอร์

4 การจัดการคุณภาพ

-ตรวจสอบสินค้า 100 % หลังจากได้รับสินค้าจากจีนภายใน 7 วัน

5 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

-แผนการจัดซื้อจัดหา บริษัทมีนโยบายการจัดซื้อสินค้าแบบราคาและ
คุณภาพถูกต้อง จังหวะเวลาที่ถูกต้อง ปริมาณที่ถูกต้อง แหล่งผลิตที่ถูกต้อง

6 การจัดการทรัพยากรมนุษย์และออกแบบองค์กร

องค์กรประกอบด้วยพนักงาน 4 คน ทำหน้าที่ดังต่อไปนี้
-เจ้าของกิจการ :ทำหน้าที่เป็นพนักงานขาย
-พนักงานออฟฟิต :ทำหน้าที่ จัดซื้อ ควบคุมสต๊อคสินค้า
-ช่างเทคนิค :ทำหน้าที่ ตรวจสอบและติดตั้งสินค้า
-พนักงานขับรถ :ทำหน้าที่ส่งสินค้า

7 ระบบสารสนเทศ

-การใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการบริหารงานร้านแบบง่าย

8 การใช้บริการจากภายนอกองค์กร

-ใช้บริการบริษัทชิปปิ้งในการจัดการขนส่งสินค้าจากจีนมาไทย

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย
-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง
-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

1) การประยุกต์แนวคิดการผลิตแบบลีนสำหรับธุรกิจการค้า (Lean for Trading)

การมุ่งขจัดความสูญเปล่าในกระบวนการทางธุรกิจที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า ด้วยการวิเคราะห์หาสาเหตุหลักและหาทางปรับปรุง

ความสูญเปล่า (7 Waste) สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่

1) ความสูญเปล่าจากการผลิตที่มากเกินไป (Overproduction)
2) ความสูญเปล่าจากการรอคอย (Delay)
3) ความสูญเปล่าจากการขนส่ง (Transportation)
4) ความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ไร้ประสิทธิผล (Processing)
5) ความสูญเปล่าจากการเก็บวัสดุหรือสินค้าคงคลังที่ไม่จำเป็น (Inventory)
6) ความสูญเปล่าจากการเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็น (Motion)
7) ความสูญเปล่าจากการผลิตของเสียหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพ (Defect)

การประยุกต์แนวคิดการผลิตแบบลีนสำหรับธุรกิจการค้า

1.ใช้แอปพลิเคชันมาปรับสร้างโปรแกรมบริการลูกค้า เช่น สั่งของออนไลน์ จ่ายเงินออนไลน์ ออกบิล/ใบเสร็จต่างๆแบบอิเลคทรอนิค

-สามารถลดความสูญเปล่าจากการรอคอย

-สามารถลดความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ไร้ประสิทธิผล

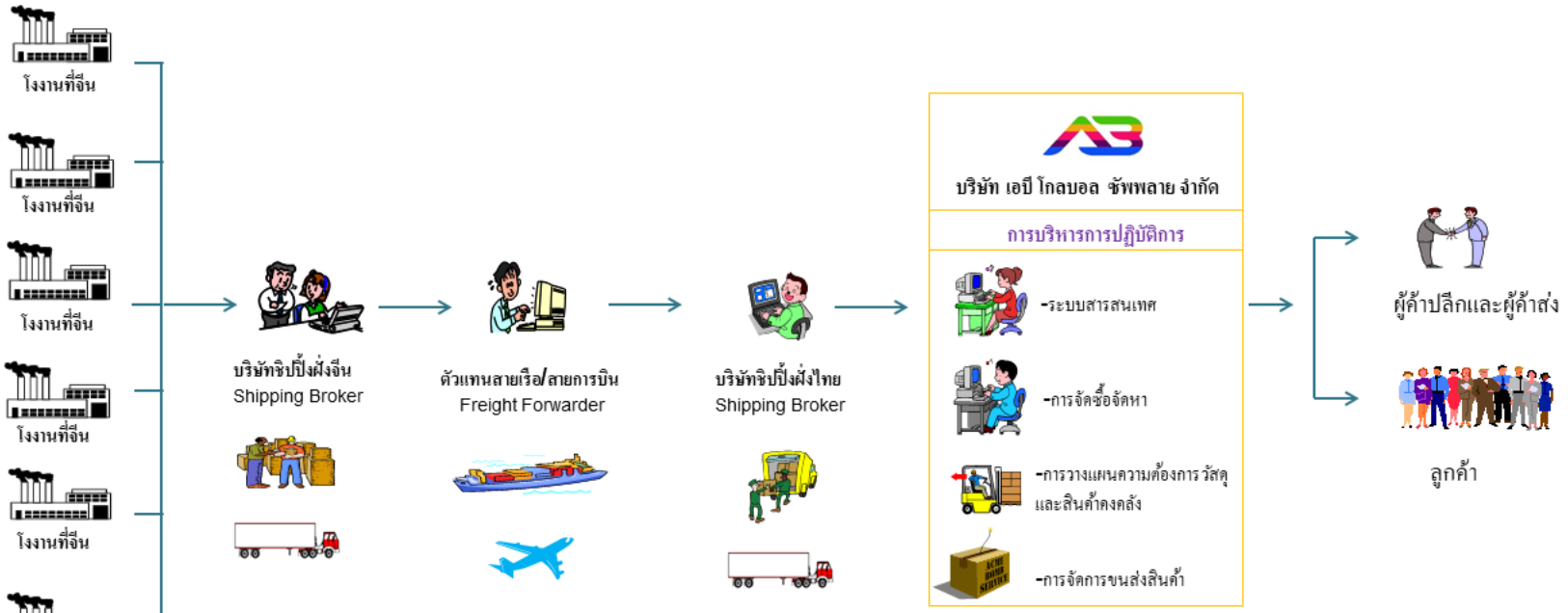
-สามารถลดความสูญเปล่าจากการขนส่ง

2. ใช้ AI ในระบบ Call center " Chatbot " แทนการใช้คน ให้สามารถโต้ตอบคำถามในเบื้องต้นกับลูกค้าได้ตลอดเวลา

-สามารถลดความสูญเปล่าจากการรอคอย

-สามารถลดความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ไร้ประสิทธิผล

ภาพรวมซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจการค้า



ที่มา:ผู้วิจัย

ขั้นตอนการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า

ปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มนิยมสินค้าจากประเทศจีน เพราะเป็นแหล่งผลิตสินค้าขนาดใหญ่ของโลก ราคาสินค้าที่ค่อนข้างถูก มีสินค้าให้เลือกมากมายหลายชนิด นอกจากนี้ถ้าผู้บริโภคต้องการสินค้ามีคุณภาพระดับพรีเมี่ยมที่ส่งออกไปขายตามประเทศต่างๆทั่วโลก ก็มีให้เลือกซื้อหาตามงบประมาณและคุณภาพที่ต้องการ

ผู้ประกอบการใหม่หลายท่านอาจมีความสนใจที่จะเริ่มต้นประกอบธุรกิจด้วยตนเองในรูปแบบของการนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนเข้ามาขายในประเทศไทย จึงควรจะมีความรู้ถึงขั้นตอนที่สำคัญและเกี่ยวข้อง ดังนี้

ขั้นตอนที่ควรรู้ก่อนนำเข้าสินค้า

1. รูปแบบการนำสินค้าเข้าจากประเทศจีน

1) กรณีที่มีความชำนาญ หรือมีคอนเนคชั่นกับประเทศจีน

-เดินทางไปเจรจาค้าขายกับผู้ผลิตสินค้าที่ประเทศจีนโดยตรง

ข้อดี คือ ได้สินค้าที่ตรงกับความต้องการ สามารถควบคุมราคาและคุณภาพได้ สามารถทำตลาดได้ในระยะยาว แต่กรณีนี้ ทางผู้ประกอบของบริษัทเอบี โกลบอล ซัพพลาย เคยศึกษาที่ประเทศจีน 2 ปี ทำให้มีคอนเนคชั่นและสามารถสื่อสารกับชาวจีนได้

2) กรณีที่ไม่มีความชำนาญ หรือไม่มีคอนเนคชั่นกับประเทศจีน

-สั่งซื้อจากเว็บไซต์ร้านค้าขายส่งของพ่อค้าชาวจีน เช่น www.taobao.com , www.alibaba.com , www.tmall.com

ข้อดี คือ สะดวกรวดเร็ว ได้สินค้าที่ตรงกับความต้องการ แต่ไม่สามารถควบคุมราคาและคุณภาพได้ เพราะราคาขึ้นลงตามตลาด

ข้อเสีย คือ ราคาไม่ค่อยต่างกับคู่แข่งที่นำของมาขายผ่านช่องทางนี้เหมือนกัน ทำให้การแข่งขันสูงเพราะเน้นแข่งเรื่องราคา

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ตัวอย่างการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า

2. รูปแบบการขนส่งในการนำสินค้าเข้าจากประเทศจีน

1) กรณีที่มีความชำนาญ

-การบริหารจัดการเรื่องขั้นตอนการนำเข้าผ่านบริษัทชิปปิ้งเอง รวมถึงค่าภาษีนำเข้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

ข้อดี คือ ได้สินค้าที่ตรงกับเวลาที่ต้องการ สามารถควบคุมราคา ระยะเวลาการส่งมอบและคุณภาพได้ดี เหมาะสำหรับผู้ที่มีประสบการณ์หรือความรู้เกี่ยวกับการนำเข้าพอสมควร

ข้อเสีย คือ มีขั้นตอนและรายละเอียด ต้องมีเวลาศึกษาและทำความเข้าใจก่อนลงมือปฏิบัติจริง

2) กรณีที่ไม่มีความชำนาญ

-สั่งซื้อจากเว็บไซต์ร้านค้าขายส่งของพ่อค้าชาวจีน เช่น www.taobao.com , www.alibaba.com , www.tmall.com ส่วนใหญ่ มักจะรวมบริการส่งของให้ด้วย

ข้อดี คือ สะดวกสบายได้สินค้ารวดเร็ว เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่มีประสบการณ์หรือความรู้เกี่ยวกับการนำเข้า

ข้อเสีย คือ ไม่สามารถควบคุมราคาและต้นทุนรวมได้ เพราะค่าใช้จ่ายๆต่างๆ รวมอยู่ในบริการแล้ว ราคาขึ้นลงตามจำนวนและการซื้อในแต่ละครั้ง

3. รูปแบบการชำระในการนำสินค้าเข้าจากประเทศจีน

1) กรณีที่มีความชำนาญ : จ่ายเงินผ่านระบบธนาคาร หรือจ่ายผ่าน Alipay

2) กรณีที่ไม่มีความชำนาญ : จ่ายเงินผ่านบัตรเครดิต หรือจ่ายเงินสด

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

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 /รุ่นพื้นฐาน อาจมีของวางโชว์ที่ร้านของตนเองและมีการสต๊อคสินค้ารุ่นที่ขายดีไว้บางส่วน
-สินค้าที่บางรุ่น/รุ่นเฉพาะ จะไม่มีการสต๊อคสินค้า แต่ใช้วิธีพรีออเดอร์โดยมีรายละเอียดของสินค้าให้ลูกค้าพิจารณา

3. การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง

3.1 การวางแผนความต้องการวัสดุ

-สินค้าที่ขายดี /รุ่นพื้นฐาน มีการสต๊อคสินค้ารุ่นที่ขายดีไว้บางส่วนตามปริมาณที่คาดว่าจะขายได้ (Demand Forecast)
-สินค้าที่บางรุ่น/รุ่นเฉพาะ จะไม่มีการสต๊อคสินค้า แต่ใช้วิธีพรีออเดอร์และจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ภายใน4-5 วัน

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

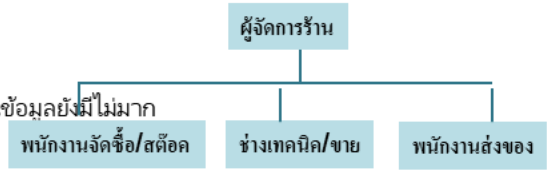
ตัวอย่างการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการค้า

4. การจัดการคุณภาพ
-ตรวจสอบสินค้า 100 % หลังจากได้รับสินค้าจากจีนภายใน 7 วัน

5.การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน
-กระบวนการจัดซื้อจัดหา บริษัทมีนโยบายการจัดซื้อสินค้าแบบราคาและคุณภาพถูกต้อง จังหวะเวลาที่ถูกต้อง ปริมาณที่ถูกต้อง แหล่งผลิตที่ถูกต้อง

6.การจัดการทรัพยากรมนุษย์และออกแบบองค์กร
องค์กรประกอบด้วยพนักงาน 4 คน ทำหน้าที่ดังต่อไปนี้
-เจ้าของกิจการ :ทำหน้าที่เป็น ผู้จัดการร้าน
-พนักงานออฟฟิต :ทำหน้าที่ จัดซื้อ ควบคุมสต๊อคสินค้า
-ช่างเทคนิค :ทำหน้าที่ นักงานขาย/ตรวจสอบและติดตั้งสินค้า
-พนักงานขับรถ :ทำหน้าที่ส่งสินค้า

ภาพแสดงแผนผังองค์การ (Organization Chart)



ที่มา: กู๋ซือ

7. ระบบสารสนเทศ
-การใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการบริหารงานร้านแบบง่าย เพราะปริมาณข้อมูลยังมีไม่มาก

8. การใช้บริการจากภายนอกองค์กร
-ใช้บริการบริษัทชิปปิ้งในการจัดการขนส่งสินค้าจากจีนมาไทยทุกสัปดาห์ เพราะมีการสั่งซื้อของจากลูกค้ามีมาอย่างสม่ำเสมอ

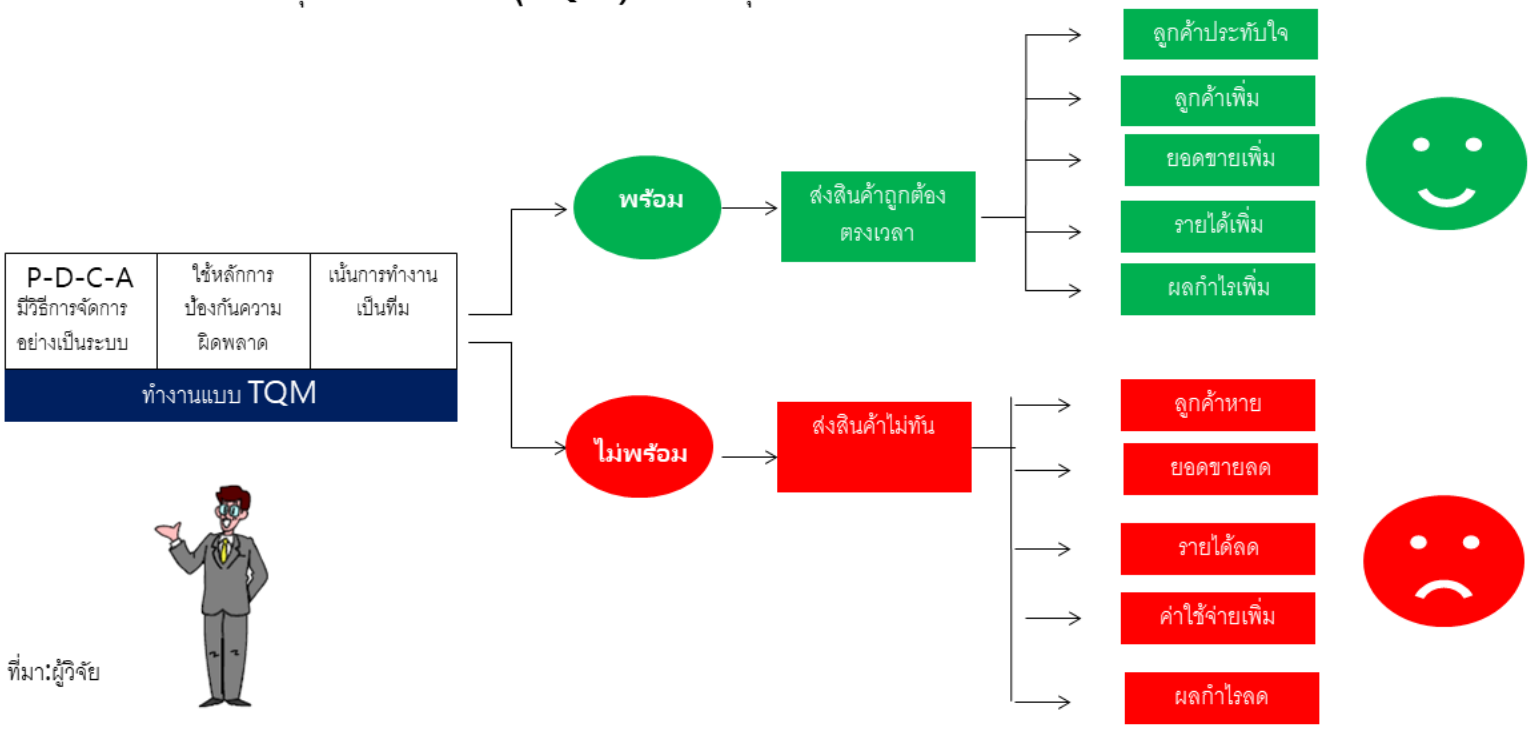
ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย
-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง
-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

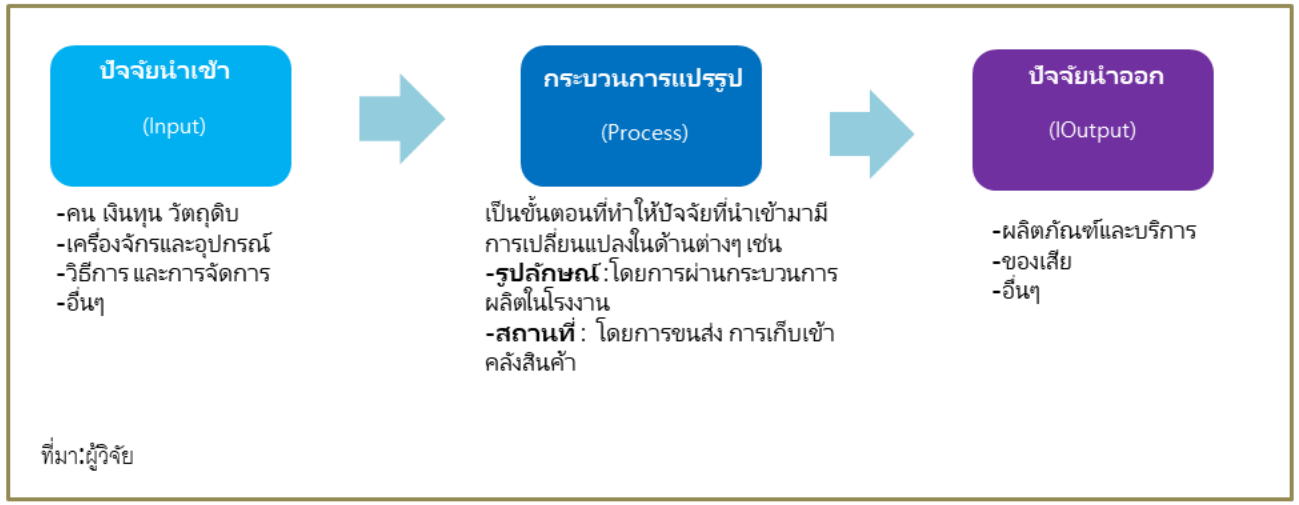
ตัวอย่างการบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM) สำหรับธุรกิจการค้าและบริการ



ที่มา:ผู้วิจัย

จากตัวอย่างข้างต้นเป็นการนำเอาหลักการบริหารคุณภาพรวมมาปรับใช้กับธุรกิจการค้าและบริการ เช่น ร้านนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมาขาย **เฉพาะปัญหาเรื่องการส่งสินค้าให้ทันหรือไม่ทัน** ก็สามารถส่งผลต่อการดำเนินงานของกิจการได้ เพราะถ้าเราส่งสินค้าให้ลูกค้าไม่ทัน ลูกค้าไม่พอใจก็ไม่สั่งซื้อสินค้ากับเราอีกต่อไป ทำให้ยอดขายสินค้าที่จะได้รับจากลูกค้ารายนี้หายไป ส่งผลให้รายได้ของกิจการลดลง ขณะเดียวกันต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มในการหาลูกค้าใหม่ซึ่งต้องใช้เวลา ดังนั้นจึงส่งผลต่อรายได้และกำไรของกิจการลดลงในที่สุด

3. การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการบริการ



การบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการบริการ
การจัดการให้กระบวนการภายในองค์การ/การดำเนินงานต่างๆ ที่ใช้ปัจจัยนำเข้า (Input) เช่น คน เงินทุน วัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ และผ่านกระบวนการให้กลายเป็นปัจจัยนำออก (Output) ในรูปของผลิตภัณฑ์และบริการอย่างมีประสิทธิภาพและมูลค่า

ตัวอย่างการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจบริการ

1 การผลิต

-แนวคิดด้านระบบการผลิตแบบทันเวลา(Just in Time) มาประยุกต์ใช้ เช่น ใช้ความต้องการของลูกค้ามาทำการกำหนดปริมาณการผลิตและการใช้วัตถุดิบ ในเวลาที่ต้องการและจำนวนที่ต้องการ

2 การออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการ

-กระบวนการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพจากฟาร์มออร์แกนิกของตัวเอง
-การรับวัตถุดิบ การตรวจเช็ค การคัดแยก และการจัดเก็บวัตถุดิบ
-รูปแบบช่องทางการขาย เช่น เปิดร้านอาหารและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตัวเอง มีการส่งเสริมการขายผ่านโซเชียลมีเดียและการรีวิวจากลูกค้าหรือคนที่มีอิทธิพลทางความคิด (influencer)

3 การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง

-การจัดการระบบสินค้าคงคลังให้มีสินค้าคงคลังเหลือน้อยที่สุด
-ฟาร์มมีการวางแผนการปลูกอย่างเป็นระบบ ทำให้ช่วยลดการเก็บเมล็ดพันธุ์และวัสดุปลูกเกินความจำเป็น

4 การจัดการคุณภาพ

-ตรวจสอบพืชผักตามแนวทางการจัดการฟาร์มออร์แกนิก 100 %

5 การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

-การจัดซื้อ วัตถุดิบส่วนใหญ่จะสั่งจากฟาร์มของตัวเองทุกวันโดยมีการแยกบัญชีรับจ่ายระหว่างฟาร์มกับร้านอาหารอย่างชัดเจน
-วัตถุดิบอื่นๆจะสั่งจากเครือข่ายฟาร์มออร์แกนิกหรือผู้ขายตามจำนวนที่ต้องการ

6 การจัดการทรัพยากรมนุษย์และออกแบบองค์กร

-นำแนวทางในการบริหารขององค์กรที่มุ่งเน้นคุณภาพ (TQM) โดยสมาชิกทุกคนขององค์กรมีส่วนร่วมและมุ่งหมายผลกำไรในระยะยาวด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า
-ใช้ลักษณะการจัดการโครงสร้างองค์การแบบตามหน้าที่ เพราะขนาดขององค์การมีขนาดที่ไม่ใหญ่มาก ง่ายต่อการบริหารและสั่งการ

7 ระบบสารสนเทศ

-การใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการบริหารงานร้านแบบง่าย

8 การใช้บริการจากภายนอกองค์กร

-ใช้บริการบริษัทที่ดูแลการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ต่างๆทุกเดือน

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูกเทคโนโลยีทางการเกษตรจนถึงปลายน้ำ

เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม
-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออแกนิคให้เลือกชิมมากมาย
-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

1) การประยุกต์แนวคิดการผลิตแบบลีนสำหรับธุรกิจการบริการ (Lean for Service)

การมุ่งขจัดความสูญเปล่าในกระบวนการทางธุรกิจที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า ด้วยการวิเคราะห์หาสาเหตุหลักและหาทางปรับปรุง

ความสูญเปล่า (7 Waste) สามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่

1) ความสูญเปล่าจากการผลิตที่มากเกินไป (Overproduction)
2) ความสูญเปล่าจากการรอคอย (Delay)
3) ความสูญเปล่าจากการขนส่ง (Transportation)
4) ความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ไร้ประสิทธิผล (Processing)
5) ความสูญเปล่าจากการเก็บวัสดุหรือสินค้าคงคลังที่ไม่จำเป็น (Inventory)
6) ความสูญเปล่าจากการเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็น (Motion)
7) ความสูญเปล่าจากการผลิตของเสียหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพ (Defect)

การประยุกต์แนวคิดการผลิตแบบลีนสำหรับธุรกิจการบริการ

1.ใช้แอปพลิเคชันมาปรับสร้างโปรแกรมบริการลูกค้า เช่น สั่งของออนไลน์ จ่ายเงินออนไลน์ ออกบิล/คูปองส่วนลด/ใบเสร็จต่างๆแบบอิเลคทรอนิค

-สามารถลดความสูญเปล่าจากการรอคอย

-สามารถลดความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ไร้ประสิทธิผล

-สามารถลดความสูญเปล่าจากการขนส่ง

2. การสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภคให้มากที่สุดโดยใช้ทรัพยากรเท่าที่จำเป็น เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ก็มีการทดสอบการตอบรับด้วยการเปิดให้มีการสั่งจองก่อน (Pre-Order)

-สามารถลดความสูญเปล่าจากการผลิตที่มากเกินไป เพราะถ้าเราสั่งผลิตมาขายก่อนก่อนที่จะรู้ความต้องการจริงจากลูกค้าอาจจะทำให้เงินจมหรือขาดทุนได้

ภาพรวมซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจบริการ

ที่มา:ผู้วิจัย

ขั้นตอนการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจบริการ

กระบวนการขั้นตอนการให้บริการในส่วนของร้านอาหารในเจเจฟาร์ม

1. การต้อนรับลูกค้า
-เมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน พนักงานพูดว่า “ยินดีต้อนรับครับ/ค่ะ”
-พนักงานพาลูกค้าไปยังโต๊ะตามที่ลูกค้าต้องการหรือเลือกโต๊ะที่เหมาะกับจำนวนลูกค้า
-เมื่อลูกค้าเดินออกนอกร้าน พนักงานพูดว่า “ขอบคุณมากครับ/ค่ะ”

2. การรับคำสั่งอาหาร
-พนักงานนำรายการอาหารมาให้กับลูกค้าพร้อมแนะนำรายการอาหารพิเศษสำหรับลูกค้าใหม่
สำหรับลูกค้าประจำให้พนักงานยืนรออยู่บริเวณใกล้ๆและเตรียมพร้อมเมื่อลูกค้าเรียกสั่งอาหาร
-จดรายการอาหารลงในใบรับรายการอาหารซึ่ง 1 ชุดจะมีทั้งหมด 2 แผ่น แผ่นที่ 1 เก็บไว้ที่โต๊ะของลูกค้าและแผ่นที่ 2 ส่งไปยังห้องครัว
-ทบทวนรายการอาหารที่ลูกค้าสั่งทั้งหมดทุกครั้งเพื่อยืนยันความถูกต้องทุกครั้ง

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ

เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม
-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกชิมมากมาย
-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

3. การปรุงอาหาร
-เมื่อฝ่ายครัวได้รับรายการอาหารแล้ว ก็จะทำการปรุงอาหารและจัดเตรียมเครื่องดื่มตามรายการของลูกค้า เมื่อทำเสร็จแล้วพนักงานฝ่ายครัวจะวางอาหารและเครื่องดื่มที่หน้าเคาน์เตอร์แล้ววางบิลอาหารไว้เพื่อให้พนักงานเสิร์ฟมายกอาหารไปเสิร์ฟให้กับลูกค้าต่อไป

4. การเสิร์ฟอาหาร
- พนักงานเสิร์ฟจะนำอาหารและเครื่องดื่มไปเสิร์ฟให้กับลูกค้า โดยดูจะบิลที่วางอยู่ในถาดว่าเป็นของลูกค้าโต๊ะไหน

5. การเก็บเงิน
-พนักงานเก็บเงินจะตรวจสอบใบรายการอาหารต้นฉบับกับสาเนาใบรายการอาหารที่ส่งให้ลูกค้าแล้วว่าตรงกันหรือไม่ แล้วทำการรวมรายการคำนวนเงินเพื่อเก็บเงินจากลูกค้า
-พิมพ์รายการอาหารพร้อมราคาเพื่อเรียกเก็บเงินจากลูกค้าและส่งใบเรียกเก็บเงินให้กับพนักงานเสิร์ฟ
-พนักงานเสิร์ฟนำใบเรียกเก็บเงินให้ลูกค้าตรวจสอบพร้อมรับเงินสดหรือบัตรเครดิต
-พนักงานเสิร์ฟส่งเงินหรือบัตรเครดิตให้กับพนักงานเก็บเงิน
-พนักงานเสิร์ฟส่งเงินทอนหรือสำเนาสลิปบัตรเครดิตคืนให้กับลูกค้า

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ

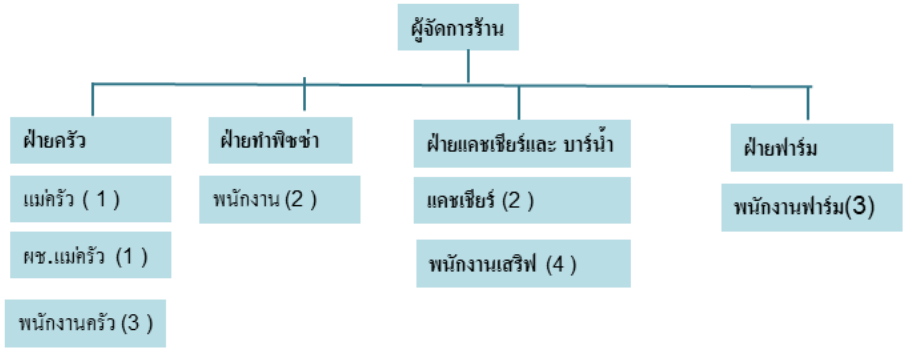
เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม
-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกชิมมากมาย
-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

6. การเก็บโต๊ะหลังจากลูกค้าใช้บริการ

-พนักงานเสิร์ฟจะเก็บโต๊ะหลังจากที่ลูกค้าลุกออกจากโต๊ะแล้วโดยการเก็บชาม/จาน/แก้วน้ำ หลังจากนั้นจึงทำความสะอาดบนโต๊ะและดูความสะอาดเรียบร้อยในบริเวณโต๊ะของลูกค้า

-พนักงานเสิร์ฟนำจาน/ชาม/ภาชนะที่ใช้แล้วไปทำความสะอาดต่อไป

ภาพแสดงแผนผังองค์การ (Organization Chart) ในส่วนของร้านอาหาร



ที่มา:ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ

เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม

-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกชิมมากมาย

-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ

-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

กระบวนการขั้นตอนการให้บริการในส่วนของเจเจฟาร์ม

กระบวนการผลิต

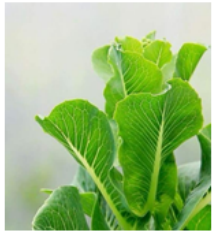
1) ทางเจเจฟาร์ม ได้นำแนวคิด Just In Time มาปรับใช้กับฟาร์มโดยมีการวางแผนการปลูกอย่างเป็นระบบเพื่อสามารถผลิตสินค้าได้ตรงความต้องการ

-ฟาร์มจะสั่งซื้อเมล็ดพันธ์ วัสดุปลูกต่าง ๆ ตามรอบของการปลูกพืชผักชนิดต่างๆ ทำให้สามารถลดการเก็บเมล็ดพันธ์และวัสดุปลูกเกินความจำเป็น

-ฟาร์มสามารถบริหารทรัพยากรได้ดี เพราะสามารถทราบจำนวนพืชผักชนิดต่างๆ ได้ล่วงหน้า

-ฟาร์มปลูกผักหลากหลายชนิด โดยมีการวางแผนการปลูกอย่างเป็นระบบ เพื่อสามารถผลิตสินค้าได้ตรงความต้องการของร้านอาหารของตัวเองและสามารถบริการกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มาซื้อผลผลิตโดยตรงที่ฟาร์ม

ตัวอย่างพืชผักชนิดต่างๆของเจเจฟาร์ม



ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ

เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม

-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกชิมมากมาย

-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ

-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

ตัวอย่างกระบวนการผลิตในส่วนของเจเจฟาร์ม

1) คะน้า

วิธีการผลิต : พรวนดิน พลิกดินตากแดดไว้ 10 วัน ใส่ปุ๋ยคอกอัตรา 1 ตันต่อไร่และพรวนดินอีกครั้ง แล้วจึงไถยกร่อง จากนั้นหว่านเมล็ดให้กระจายทั่ว ระยะความห่าง 3 เซนติเมตร ใช้ปุ๋ยคอกหว่านกลบเมล็ดความหนาประมาณ 1 เซนติเมตรเพื่อเก็บความชื้น คลุมด้วยฟางบาง ๆ รดน้ำเช้า-เย็น ต้นกล้าจะงอกภายใน 7 วัน

<u>การเก็บเกี่ยว</u>

หลังจากคะน้างอกประมาณ 20 วัน หรือต้นสูงประมาณ 8 เซนติเมตรให้เริ่มถอนแยก โดยถอนแยกต้นที่ไม่สมบูรณ์ออก โดยต้นอ่อนสามารถนำไปขายเป็นยอดผักได้ เมื่อคะน้ามีอายุ 30 วัน จึงสามารถนำมาขายได้

2) ผักชี

วิธีการผลิต : พรวนดิน พลิกดินตากแดดทิ้งไว้ 10 วัน ทำการบดเมล็ดผักชีให้แตกออกเป็น 2 ส่วนและนำไปแช่น้ำ 3 วัน หลังจากนั้นนำไปผึ่งลมเมื่อเริ่มงอกจึงนำไปหว่านและคลุมด้วยฟางบาง ๆ รดน้ำเช้า-เย็น

การเก็บเกี่ยว

เริ่มเก็บเกี่ยวเมื่ออายุ 40 วันขึ้นไป ก่อนการเก็บเกี่ยวควรรดน้ำให้ชุ่มแปลงดินเพื่อให้ถอนผักชีได้ง่ายต้นไม่ขาด แล้วทำการเก็บโดยการใช้มือจับที่โคนรากแล้วถอนดึงขึ้นมา

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ

เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม

-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกชิมมากมาย

-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ

-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

เอกสารอ้างอิง

การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ แปลและเรียบเรียงโดย กมลชนก สุทธิวาทนฤพุฒิและคณะ พิมพ์ที่บริษัทสำนักพิมพ์ท๊อป จำกัด 2546.

การบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ ประสงค์ ประณีตพลกรังและคณะ พิมพ์ที่ บริษัทธรรมสารจำกัด 2547

ระบบการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just-in-Time Production Systems): JIT (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : http://jaturongmim13.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.salika.co/2019/09/24/hrm-50-human-resource-management/ (20 มกราคม 2563)

HR for Startup : ฟังก์ชั่นสำคัญของการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : https://th.hrnote.asia/personnel-management/190806-hr-startup/ (20 มกราคม 2563)

ทำความรู้จักกับสาขาวิชาบริหารการปฏิบัติการ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : www.om.tbs.tu.ac.th/om.html (20 มกราคม 2563)

บทนำสู่การบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ (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)

ทฤษฎีองค์การและการจัดการเชิงกลยุทธ์ชั้นสูง (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : http://promrucsa-dba04.blogspot.com/2012/10/outsourcing.html (20 มกราคม 2563)

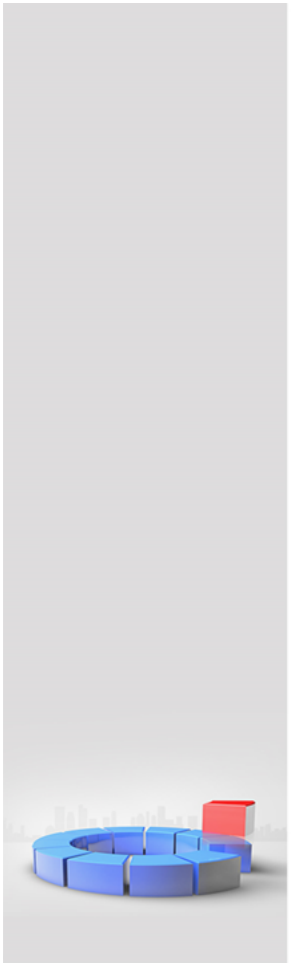
แบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานในโซ่อุปทาน SCOR Model (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : https://www.iok2u.com/index.php/article/logistics-supply-chain/511-s-scor-model (20 มกราคม 2563)

เครดิต **free powerpoint templates**

https://www.free-powerpoint-templates-design.com/free-powerpoint-templates-design

บทที่ 2 การประยุกต์ใช้การจัดการการปฏิบัติการและแนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัล

www.entrepreneuronline-learning.com



2 การประยุกต์ใช้การจัดการการปฏิบัติการและแนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัล

2.1 เพื่อลดต้นทุน

2.1.1 การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการผลิต

2.2.2 การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการค้า

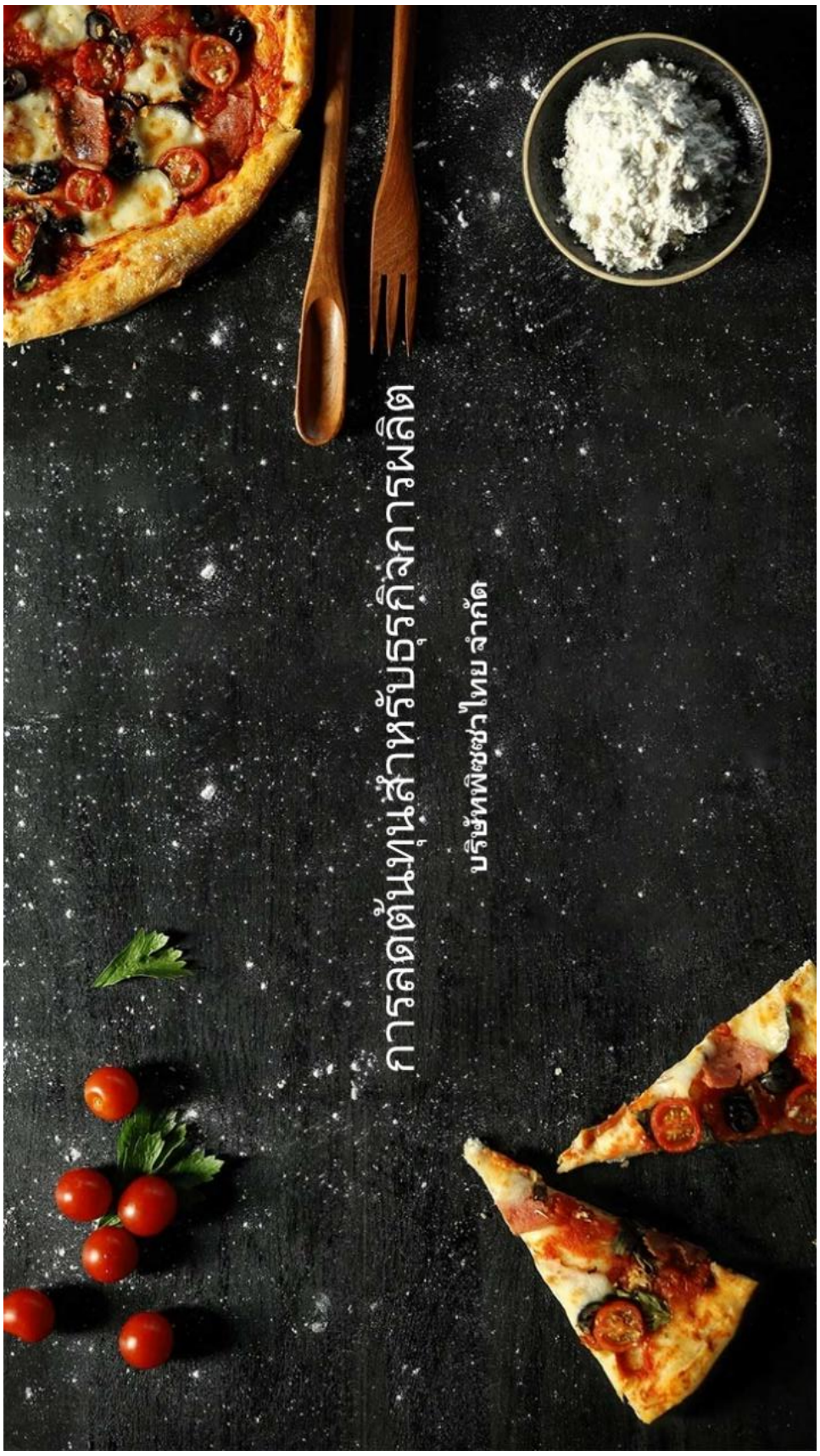
2.2.3 การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจบริการ

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
ตลอดจนรูปแบบการดำเนินงาน
บริษัทพิซซ่าไทย จำกัด

การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการผลิต

บริษัทพิซซ่าไทย จำกัด

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

การลดต้นทุนการลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการผลิต

บริษัทพิซซ่าไทยจำกัด

จากการวิเคราะห์ภาพรวมซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจการผลิตพิซซ่า พบว่า

-การบริหารการปฏิบัติการขององค์กร มีการติดต่อกับหน่วยงานทางด้านผู้ค้า/ผู้ขายวัตถุดิบต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ต้องนำวัตถุดิบต่างๆมาใช้ในการทำการผลิตพิซซ่าจำนวนมากในแต่ละวัน เพราะต้องทำการจัดส่งให้ลูกค้าแฟรนไชส์ พิซซ่าไทย ทั่วประเทศกว่า 500 สาขาทุกวัน

-การบริหารการปฏิบัติการ ในองค์กร สามารถแบ่ง ได้ เป็น 5 กระบวนการหลัก

<u>สมมุติว่ามีสัดส่วนต้นทุนแบ่งตามกระบวนการการบริหารการปฏิบัติการ</u> 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 ค่าสร้างเครือข่ายร้าน ค่าบริหารแบรนด์ ค่าจ้างพนักงาน ค่าบริหาร

กลุ่มที่ 4 : การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง (15%) ได้แก่ ต้นทุนค่าสินค้าคงคลัง ค่าเช่าคลังสินค้า

กลุ่มที่ 5 : การจัดการขนส่งสินค้า(การใช้บริการโลจิสติกส์จากภายนอกองค์กร) (10%) ได้แก่ ค่าขนส่งในประเทศและต่างประเทศ

-ทางบริษัทจึงต้องการลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการผลิต 3 อันดับแรกที่มีสัดส่วนต้นทุนรวมกันถึง 85% ทางบริษัทได้นำแนวคิดการผลิตแบบลีน การผลิตแบบทันเวลาพอดี (just-in-time) และการบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM) มาประยุกต์ใช้ปรับปรุงประสิทธิภาพและลดต้นทุนให้กับองค์กร'

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

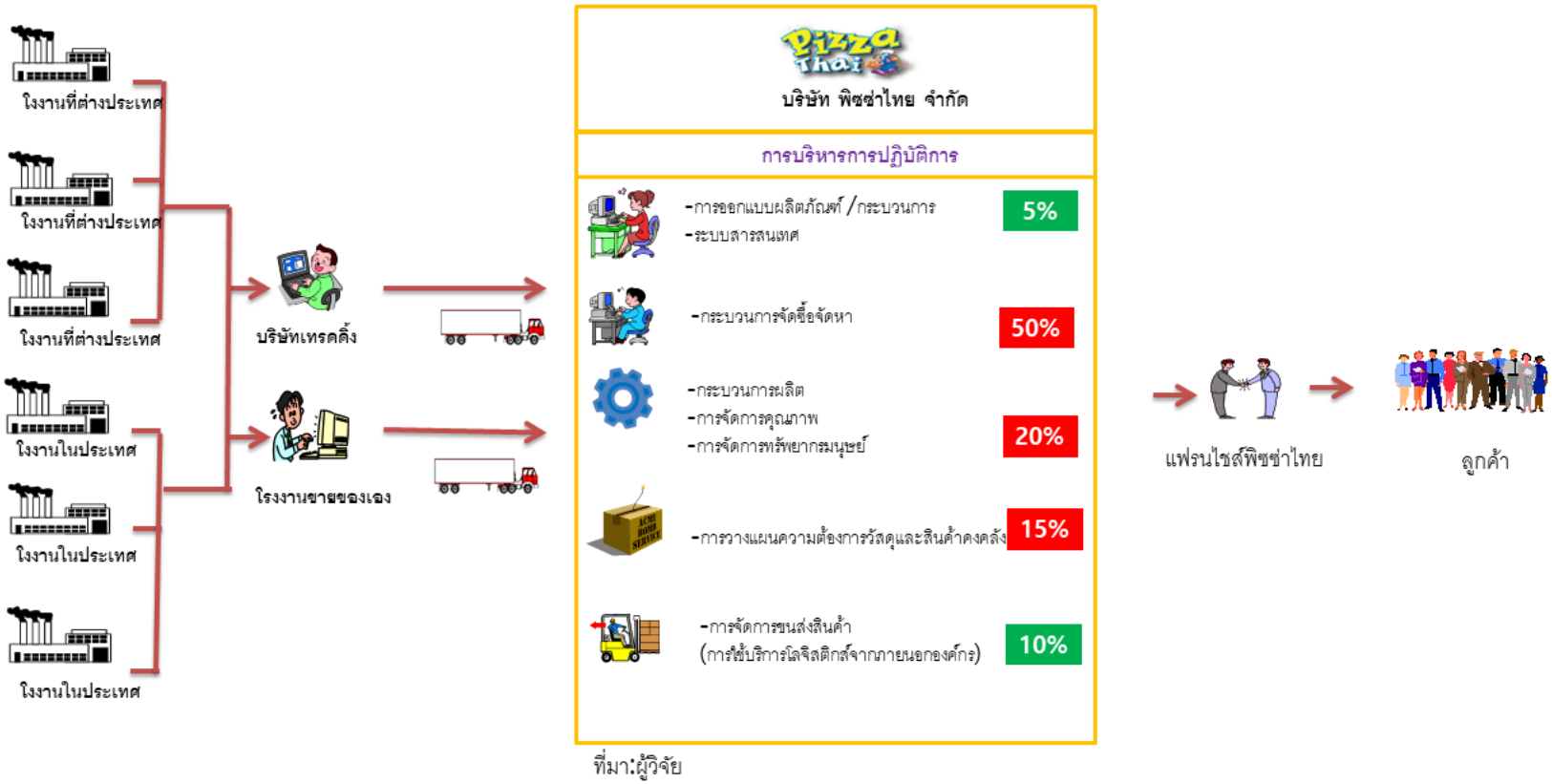
พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

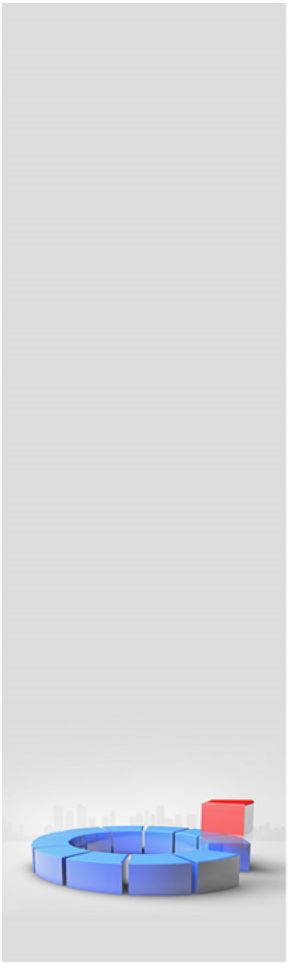
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

ภาพรวมซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจการผลิต



ที่มา:ผู้วิจัย



การผลิตแบบลีน (Lean production)

การผลิตแบบลีน หมายถึง การมุ่งขจัดความสูญเปล่าในกระบวนการผลิต หรือจากการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า ด้วยการวิเคราะห์หาสาเหตุหลักและหาทางปรับปรุง

ความสูญเปล่า (7 Waste)

1) ความสูญเปล่าจากการผลิตที่มากเกินไป
ปรับปรุง : -ผลิตในปริมาณและเวลาที่ต้องการเท่านั้น
-ฝึกให้พนักงานมีทักษะหลายอย่าง

2) ความสูญเปล่าจากการรอคอย
ปรับปรุง : -วางแผนการผลิต วัตถุดิบและลำดับการผลิตให้เหมาะสม
-วางแผนคนให้มีความสมดุลกระบวนการผลิต

3) ความสูญเปล่าจากการขนส่ง
ปรับปรุง : -ในโรงงาน:มีการออกแบบวางผังเครื่องจักรตามกระบวนการผลิตให้อยู่ในบริเวณเดียวกัน เพื่อลดระยะทางขนส่งใน แต่ละขั้นตอนและลดปริมาณชิ้นงานในการขนส่งแต่ละครั้ง
-นอกโรงงาน : ใช้บริการโลจิสติกส์จากภายนอกองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญทำการจัดส่งแบบ Milk run กล่าวคือ รถจะต้องวิ่งวนไปรับวัตถุดิบจากผู้ค้า/ซัพพลายเออร์หลายรายในรอบเดียว แล้วค่อยมาส่งกับ โรงงานพิซซ่าไทย และต้องส่งของให้ลูกค้าแฟรนไชส์พิซซ่าไทย ทั่วประเทศกว่า 500 สาขาทุกวัน

ผู้ประกอบการธุรกิจ

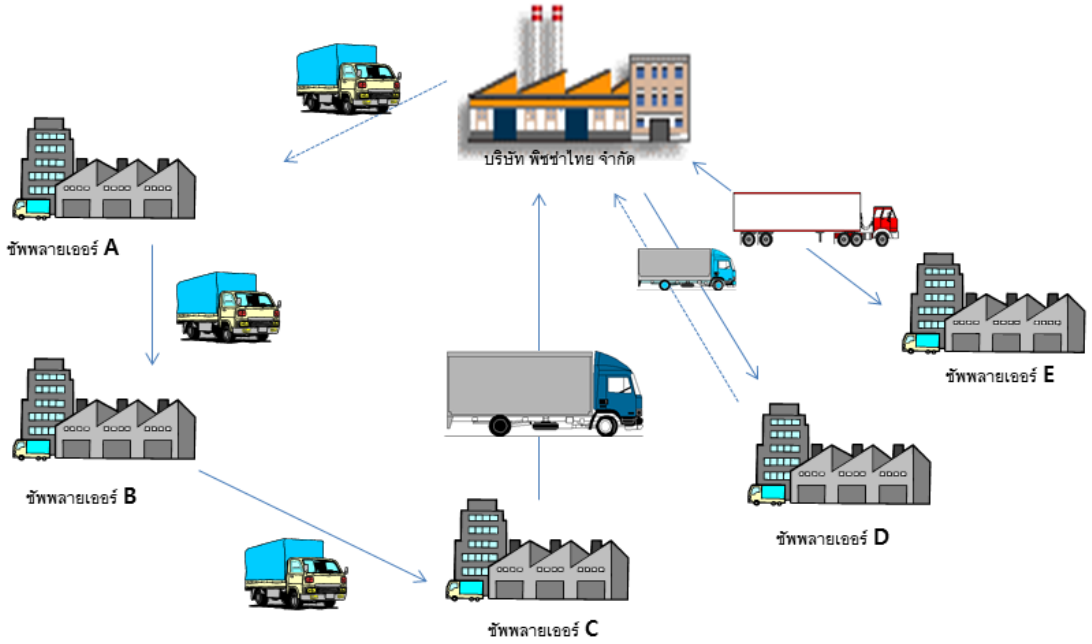
-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

การลดต้นทุนรวมของการขนส่งและลดปริมาณสินค้าคงคลังด้วยแนวคิดมาจากการส่งนม (Milk Run)

Milkrun หนึ่งในเทคนิคที่นำมาใช้เพื่อสนับสนุนระบบการผลิต แบบ Just In Time **เพื่อช่วยลดต้นทุนรวมของการขนส่งและลดปริมาณสินค้าคงคลัง** โดยทางโรงงานจะจัดรถบรรทุกในการวิ่งออกไปรับวัสดุจาก Supplier แต่ละรายตามเส้นทางที่จัดไว้ และตามตารางการนัดหมายช่วงเวลาในการรับวัสดุ เมื่อรถบรรทุกรับของจากSupplier ครบทุกรายในเส้นทางที่จัดไว้แล้ว ก็จะเดินทางกลับเข้ามาในโรงงาน



ที่มา:ผู้วิจัย

4) ความสูญเปล่าจากกระบวนการที่ไร้ประสิทธิผล
ปรับปรุง : วิเคราะห์กระบวนการผลิตโดยใช้หลักการ 5 W 1 H เพื่อวิเคราะห์ความจำเป็นของแต่ละกระบวนการ และ หากระบวนการทดแทนที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ของงานอย่างเดียวกัน

5) ความสูญเปล่าจากการเก็บวัสดุหรือสินค้าคงคลังที่ไม่จำเป็น
ปรับปรุง : -กำหนดระดับในการจัดเก็บ Max-Min มีจุดสั่งซื้อที่ชัดเจน
-ควบคุมปริมาณวัสดุโดยใช้เทคนิคการควบคุมด้วยการมองเห็น เพื่อให้สังเกตได้ง่าย
-ใช้ระบบเข้าก่อน ออกก่อน (First in first out)
-หาวัสดุทดแทน ที่สามารถสั่งซื้อได้ง่ายมาใช้แทน เช่น ปกติเคยสั่งซื้อจากต่างประเทศ ก็มาสั่งจากในประเทศแทน

6) ความสูญเปล่าจากการเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็น
ปรับปรุง : -ปรับปรุงวิธีการทำงานให้เกิดการเคลื่อนไหวน้อยที่สุดและเหมาะสมที่สุด (Ergonomic)
-มีอุปกรณ์ช่วยในการจับยึดชิ้นงานเพื่อให้สามารถทำงานได้สะดวกรวดเร็ว
-ปรับปรุงสภาพการทำงาน ให้เหมาะสม

7) ความสูญเปล่าจากการผลิตของเสียหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพ
ปรับปรุง : -อบรมพนักงานมีจิตสำนึกทางด้านคุณภาพ
-พนักงานต้องปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน
-ปรับปรุงอุปกรณ์ที่สามารถป้องกันการทำงานที่ผิดพลาด (Poka-Yoke)

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

การผลิตแบบทันเวลาพอดี (just-in-time)

การผลิตแบบทันเวลาพอดี หมายถึง การผลิตหรือส่งมอบ สิ่งที่ต้องการ ในเวลาที่ต้องการ โดยผลิตในปริมาณเท่าที่จำเป็นและเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า และจัดส่งออกไป ตามจำนวนความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้วัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิตจะถูกสั่งซื้อเข้ามาต่อเมื่อมีความต้องการเท่านั้น

1) ลดเวลาการรอคอยในกระบวนการผลิต

ปรับปรุง : -ผลิตจำนวนน้อย สายการผลิตสั้น และสามารถปรับตัวเข้าได้รวดเร็ว
-ขายก่อนแล้วค่อยทำ คือทราบว่า สาขาของแฟรนไชส์ พิซซ่าไทยไหนมีคำสั่งซื้อ
-พนักงานมีทักษะที่หลากหลาย มีความยืดหยุ่นในการทำงานหลายหน้าที่

2)ควบคุมวัสดุคงคลัง

ปรับปรุง : -การจำแนกสินค้าคงคลังตามหลัก ABC โดยแบ่งเป็น
กลุ่มอาหารสด(เบคอน แฮม ไส้กรอก กุ้ง ผัก)
กลุ่มวัตถุดิบอื่นๆ (ชีส แป้ง ซอสพิซซ่า)
-ประสานความต้องการวัตถุดิบกับตารางการผลิตให้ลงตัว

ที่มา:ผู้วิจัย

ใช้หลักการ “ดึง” (pull) แทนที่การ “ผลัก” (push)

ผู้ประกอบการธุรกิจ

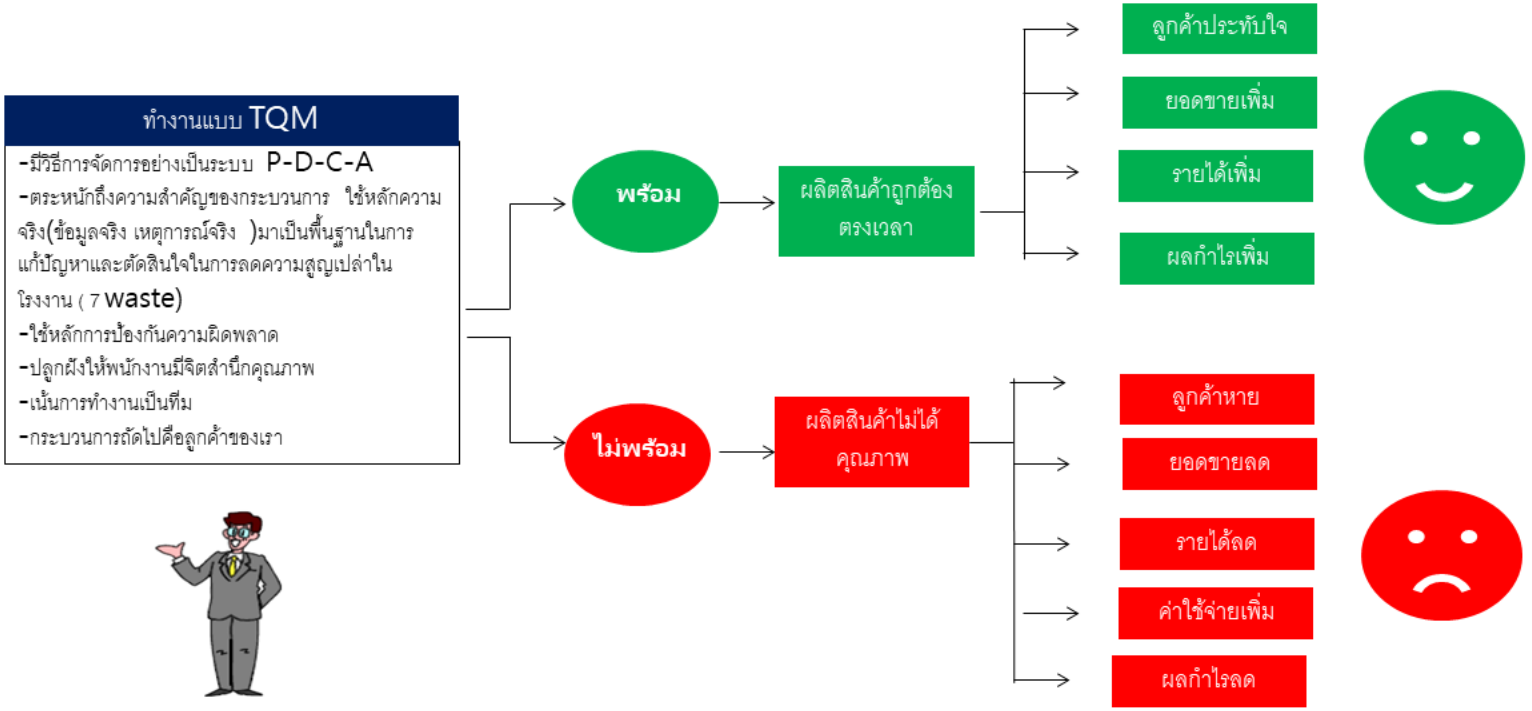
-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

ตัวอย่างการบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM) สำหรับธุรกิจผลิต



ที่มา:ผู้วิจัย

ALLPPT.com
การลดต้นทุนสำหรับ
ธุรกิจการค้า
บริษัท เอบี โกลบอล ซัพพลาย จำกัด

บริษัท เอบี โกลบอล ซัพพลาย จำกัด

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการค้า

บริษัทเอบี โกลบอล ซัพพลายจำกัด

จากการวิเคราะห์ภาพรวมซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจการค้า พบว่า

-การบริหารการปฏิบัติการขององค์กร มีการติดต่อกับหน่วยงานทางด้านผู้ค้า/ผู้ขายสินค้าสำเร็จรูปต่างๆ จากกประเทศจีน ต้องนำการนำเข้าสินค้าในแต่ละสัปดาห์ และทำการจัดส่งให้ลูกค้าที่นิคมอุตสาหกรรมลำพูน ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกทั่วประเทศ

-การบริหารการปฏิบัติการ ในองค์กร สามารถแบ่ง ได้ เป็น 5 กระบวนการหลัก

<u>สมมุติว่ามีสัดส่วนต้นทุนแบ่งตามกระบวนการการบริหารการปฏิบัติการ</u> ดังนี้

กลุ่มที่ 1 :การออกแบบบริการ/กระบวนการ และระบบสารสนเทศ (2%) ได้แก่ ระบบการชำระเงิน

กลุ่มที่ 2 : กระบวนการจัดซื้อจัดหา (60%) ได้แก่ ต้นทุนนำเข้าสินค้า ค่าใช้จ่ายด้านการนำเข้า ค่าขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ค่าภาษี ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

กลุ่มที่ 3 : การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง (10%) ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในบริหารสินค้าคงคลัง

กลุ่มที่ 4 : การจัดการขนส่งสินค้า (การใช้บริการโลจิสติกส์จากภายนอกองค์กร) (28%) ได้แก่ ค่าขนส่งสินค้าในประเทศ

-ทางบริษัทจึงต้องการลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการผลิต 2 อันดับแรกที่มีสัดส่วนต้นทุนรวมกันถึง 90% ทางบริษัทได้นำการแนวคิดการผลิตแบบทันเวลาพอดี (just-in-time) และการวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง มาประยุกต์ใช้ปรับปรุงประสิทธิภาพและลดต้นทุนให้กับองค์กร'

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

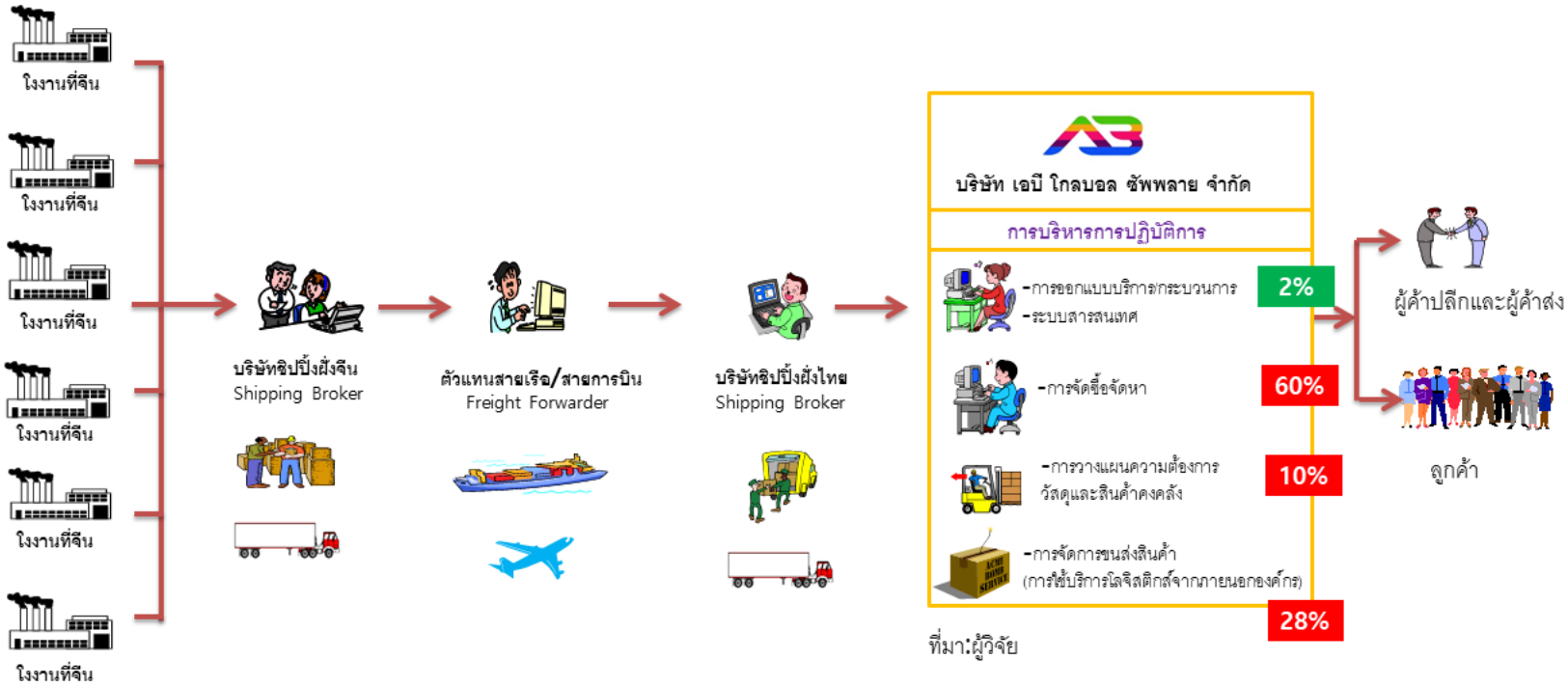
เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ภาพรวมซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจการค้า



ที่มา:ผู้วิจัย

การลดต้นทุนด้านจัดซื้อจัดหา

การจัดซื้อ (Procurement) คือ กระบวนการการจัดหาสินค้าหรือวัตถุดิบ ให้ได้สินค้าหรือวัตถุดิบ ที่มีคุณสมบัติ ปริมาณ ราคา ช่วงเวลา แหล่งขาย และการส่งมอบที่เหมาะสม

-การซื้อผ่านตัวกลาง/บริษัทตัวแทน เป็นวิธีที่ง่ายที่สุดแต่จะทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นประมาณ **25-50** %
-การซื้อตรง ทำให้บริษัทเราต้องปฏิบัติงานทุกด้าน ในเรื่องการขนส่ง การออกของ การผ่านพิธีการทางศุลกากรและการชำระเงินระหว่างประเทศ แต่ก็จะทำให้ต้นทุนของสินค้าลดลงกว่าที่เคยซื้อผ่านตัวกลาง/บริษัทตัวแทน

เงื่อนไขทางการค้า (INCOTERMS) ที่นิยมใช้

(International Commercial Terms)

1) **FOB** (Free on Board) ผู้ขายมีภาระรับผิดชอบต้องส่งมอบสินค้าลงเรือ ณ ท่าส่งออกที่ประเทศจีนที่ได้ระบุไว้ ส่วนผู้ซื้อจะต้องรับภาระค่าใช้จ่ายการขนส่งทางเรือและเบี้ยประกันภัย ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ทั้งหมด

2) **CIF** (Cost, Insurance and Freight) ผู้ขายมีภาระรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าหรือค่าระวางเรือและทำประกันภัยให้กับผู้ซื้อในความเสี่ยงภัยต่อการเสียหายหรือสูญหายของของระหว่างการขนส่งจนถึงท่าปลายทางที่ประเทศไทย

3) **DDU**(Delivered Duty Unpaid) ผู้ขายมีภาระรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าหรือค่าระวางเรือ ค่าประกันภัย ค่าใช้จ่ายในการผ่านพิธีการศุลกากร ค่าใช้จ่ายในการขนส่งตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง พร้อมส่งมอบสินค้าให้กับผู้ซื้อ ณ สถานที่ปลายทางของผู้ซื้อ แต่ผู้ซื้อต้องจ่ายค่าภาษีนำเข้าเอง

ที่มา:ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย
-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง
-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

โครงสร้างต้นทุนของการจัดซื้อต่างประเทศ ประกอบด้วย

1) ต้นทุนสินค้าสำเร็จรูป
2) ค่าขนส่งจากโรงงานผู้ผลิตสินค้าที่จีนมายังท่าเรือ/สนามบินที่ประเทศจีน
3) ค่าผ่านพิธีการศุลกากรที่ประเทศจีน
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/Lหรือ AWB) และกำหนดพาหนะมาถึง

ที่มา:ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

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) เจ้าหน้าที่ประเมินอากรนำเข้า
2.6) ไปคำนวณใบขนสินค้าเพื่อรับรองยอดภาษีที่ถูกต้องและบันทึกเข้าระบบคอมพิวเตอร์
2.7) จ่ายค่าภาษีที่กรมศุลกากร

3) ขั้นตอนการตรวจปล่อย

3.1) นำใบขนสินค้าที่เสียภาษีแล้ว ไปตัดบัญชีเรือ (Manifest : M/F)
3.2) ลงบัญชีใบขนสินค้า
3.3) นำตั๋วแดงไปเตรียมของเพื่อตรวจ
3.4) หัวหน้าโรงพักสินค้า (รพส.) เซ็นต์รับรอง
3.5) พบนายตรวจเพื่อตรวจสินค้า
3.6) เก็บเอกสารหลังการตรวจปล่อย
3.7) ไปพบเจ้าหน้าที่การท่าเรือ เพื่อนำเอกสารที่ตรวจปล่อยแล้วไปให้ปล่อยสินค้า

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย
-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง
-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

4) ขั้นตอนติดต่อตัวแทนสายเรือ/สายการบิน

4.1) จัดเตรียมใบขนเพื่อผ่านพิธีการศุลกากรแบบอีดีไอ

5) ขั้นตอนภายในการท่าเรือ/ท่าอากาศยาน (Port Operator)

5.1) นำใบสั่งปล่อย (Delivery Order : D/O) ไปชำระค่าโกดังที่การท่าเรือ/ท่าอากาศยาน

5.2) หลังจากกรมศุลกากร ตรวจปล่อยแล้ว มาติดต่อขอรับของที่โกดังพร้อมเอกสารที่ชำระค่าโกดังแล้ว

5.3) นำรถบรรทุกมารับของ

5.4) ให้หน้าประตูเช็คสินค้าบนรถ

5.5) นำส่งโรงงาน/บริษัทผู้นำเข้า

จะเห็นได้ว่า ขั้นตอนและกระบวนการนำเข้าถ้าเราเข้าใจแล้วไม่ได้ยากอย่างที่คิด ซึ่งถ้าเราเข้าใจเราสามารถใช้บริการโลจิสติกส์จากภายนอกองค์กรเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่าย ตั้งแต่ ขั้นตอนพิธีการศุลกากร ขั้นตอนการตรวจปล่อย ขั้นตอนติดต่อตัวแทนสายเรือ/สายการบิน และขั้นตอนภายในการท่าเรือ/ท่าอากาศยาน

ที่มา:ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

วิธีลดต้นทุนของการจัดซื้อต่างประเทศ

1) **ควรใช้เงื่อนไขทางการค้า INCOTERMS แบบ FOB (Free on Board)** เพราะสามารถลดต้นทุนและเพิ่มกำไรให้กับองค์กรได้อย่างน้อย **50%** เมื่อเทียบกับแบบที่ผู้ประกอบการบ้านเราที่ซื้อผ่านทางออนไลน์ DDU(Delivered Duty Unpaid) ที่ถึงแม้จะสะดวกรวดเร็ว ง่ายต่อการสั่งซื้อแต่ก็แฝงไปด้วยบริการและค่าใช้จ่ายต่างๆอยู่ข้างในราคาขาย

2) **ควรการใช้บริการด้านโลจิสติกส์ จากองค์กรภายนอกบางส่วนหรือทั้งหมด (Outsourcing) ที่มีความชำนาญ** แต่ต้องมีการให้แต่ละเจ้านำเสนอราคาและรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่างๆ เพื่อมาเปรียบเทียบ หลังจากเลือกว่าจะใช้บริการกับเจ้าไหนแล้ว ก็ต้องมีการทำสัญญาข้อตกลงในการทำงานและเงื่อนไขต่างๆ รวมถึงมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ใช้บริการด้านโลจิสติกส์เป็นประจำทุกเดือน

3. **ประยุกต์ใช้สิทธิประโยชน์ภาษีศุลกากรสำหรับการนำเข้า** ผู้ประกอบการบ้านเราส่วนใหญ่มักจะละเลยเพราะมองว่ายุ่งยาก เพราะต้องทราบว่าสินค้าที่ตนเองจะนำเข้ามานั้นจัดอยู่ในหมวดพิกัดอัตราภาษีศุลกากรอะไร ต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราเท่าใดของราคาสินค้า เช่น

ราคาสินค้า	100 บาท	Cost (ราคาสินค้าแปลงเป็นเงินบาท)
ค่าระวางสินค้าทางทะเล/เรือ	20 บาท	Freight
ค่าเบี้ยประกันภัยสินค้า	5 บาท	Insurance
ฐานการคำนวณภาษีของกรมศุลกากร	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

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย

-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง

-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง

การวางแผนความต้องการวัสดุ หมายถึง เทคนิคการวางแผนและควบคุมสินค้าคงคลัง เพื่อให้เกิดความสมดุลในการบริหารงาน

สินค้าคงคลัง หมายถึง สินค้าและวัสดุที่เก็บไว้อยู่ในกระบวนการผลิต 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 /รุ่นพื้นฐาน
กลุ่มสินค้า B : สินค้าพื้นฐาน
กลุ่มสินค้า C : สินค้าเฉพาะรุ่นหรือรุ่นใหม่เปิดตลาด

ที่มา:ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการค้า

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมซื้อสินค้ามาจากผู้ผลิตและขายให้กับลูกค้าหรือผู้ค้าส่ง เป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

เอบี โกลบอล ซัพพลาย
-เด็กหนุ่มวัย24 ปี ที่เริ่มต้นเปิดร้านนำเข้าของจากประเทศจีนมาขายให้กับลูกค้าในนิคมลำพูนและจังหวัดใกล้เคียง
-สินค้าที่นำเข้าจากประเทศจีน คือ กล้องวงจรปิดพร้อมอุปกรณ์และสินค้าอิเล็คทรอนิกส์สำหรับงานอุตสาหกรรมและธุรกิจ

www.abglobalsupply.co.th

ระบบฐานข้อมูลรักษาผู้ป่วยนอก
กลุ่มงานเวชกรรมสังคม

ระดับระบบของรัฐ
ระดับระบบของรัฐ
ประโยชน์ที่ได้รับ
ประโยชน์ที่ได้รับ
ระดับระบบของรัฐ

การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจการบริการ

เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม

จากการวิเคราะห์ภาพรวมซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจบริการ พบว่า

-การบริหารการปฏิบัติการขององค์กร มีการติดต่อกับหน่วยงานทางด้านผู้ค้า/ผู้ขายสินค้า เครือข่ายฟาร์มออร์แกนิก
-การบริหารการปฏิบัติการ ในองค์กร สามารถแบ่ง ได้ เป็น 5 กระบวนการหลัก

<u>สมมุติว่ามีสัดส่วนต้นทุนแบ่งตามกระบวนการการบริหารการปฏิบัติการ ดังนี้</u>

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 ค่าน้ำค่าไฟ

กลุ่มที่ 5 : การวางแผนความต้องการวัสดุและสินค้าคงคลัง (10%) ได้แก่ ต้นทุนค่าบริหารสินค้าคงคลัง

-ทางเมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์มจึงต้องการลดต้นทุนสำหรับกระบวนการจัดซื้อจัดหาที่มีสัดส่วนต้นทุนรวมถึง 60% โดยนำแนวคิดการผลิตแบบทันเวลาพอดี (just-in-time) มาประยุกต์ใช้ปรับปรุงประสิทธิภาพและลดต้นทุนให้กับองค์กร'

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ

เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม
-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกชิมมากมาย
-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ
-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

ภาพรวมซัพพลายเชนสำหรับธุรกิจบริการ

ที่มา:ผู้วิจัย

การลดต้นทุนสำหรับธุรกิจบริการ

วัตถุดิบถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจร้านอาหารออร์แกนิก มีสัดส่วนต้นทุน 50% ดังนั้นทางร้านเมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม จึงมีแนวทางการบริหารจัดการดังนี้

1.นำแนวคิด Just In Time มาปรับใช้กับฟาร์มโดยมีการวางแผนการปลูกอย่างเป็นระบบเพื่อสามารถผลิตสินค้าได้ตรงความต้องการ

2.ฟาร์มจะสั่งซื้อเมล็ดพันธ์วัสดุปลูกต่าง ๆ ตามรอบของการปลูกพืชผักชนิดต่างๆ ทำให้สามารถลดการเก็บเมล็ดพันธ์และวัสดุปลูกเกินความจำเป็น

3.ฟาร์มสามารถบริหารทรัพยากรได้ดี เพราะสามารถทราบจำนวนพืชผักชนิดต่างๆ ได้ล่วงหน้า

4.ฟาร์มปลูกผักหลากหลายชนิด โดยมีการวางแผนการปลูกอย่างเป็นระบบ เพื่อสามารถผลิตสินค้าได้ตรงความต้องการของร้านอาหารของตัวเองและสามารถบริการกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มาซื้อผลผลิตโดยตรงที่ฟาร์ม

5.ร่วมมือกับเครือข่ายฟาร์มออร์แกนิก ในการบริหารด้านการจัดหาวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ใช้ในการบริการแก่ลูกค้า นอกจากนี้ยังมีการคัดเลือกผู้ค้าวัตถุดิบไว้หลายแห่งเพื่อมีอำนาจในการต่อรองและเป็นการควบคุมทั้งคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบที่ใช้

6. สำหรับส่วนผสมในการปรุงอาหารราคาที่มีแนวโน้มราคาสูงขึ้น ก็มีการหาผู้ขาย/พันธมิตรทางการค้ารายใหม่ และกำหนดให้มีการยืนยันราคาวัตถุดิบดังกล่าวไว้ที่ 3 เดือน หรือ 6 เดือน แล้วแต่สถานการณ์

ผู้ประกอบการเกษตร

-เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำเพาะปลูก เทคโนโลยีทางการเกษตร จนถึงปลายน้ำ

เมล่อน คาเฟ่ แอนด์ เจเจฟาร์ม

-ปลูกเมล่อนฉ่ำๆ และแปลงผักออกแกนิคให้เลือกชิมมากมาย

-ฟาร์มออร์แกนิก เพื่อคนรักสุขภาพ

-ต่อยอดเพิ่มมูลค่าด้วยการเปิดร้านอาหารเพื่อสุขภาพโดยใช้สินค้าของฟาร์มออร์แกนิก

ระบบตรวจสอบการใช้งานระบบ
ผู้ใดมีอำนาจสูงสุดในการใช้งานระบบ
ผู้ใดมีอำนาจสูงสุดในการใช้งานระบบ

แนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัลและการประยุกต์ใช้กับการบริหารการปฏิบัติการ

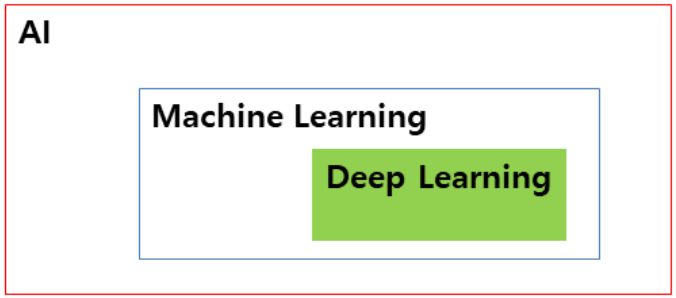
การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ หรือ artificial intelligence (AI)

ปัญญาประดิษฐ์(AI : Artificial Intelligence) คือ เทคโนโลยีการสร้างความสามารถให้แก่เครื่องจักรและคอมพิวเตอร์ ด้วยอัลกอริทึมและกลุ่มเครื่องมือทางสถิติ เพื่อสร้างซอฟต์แวร์ทรงปัญญา ที่สามารถเลียนแบบความสามารถของมนุษย์ที่ซับซ้อนได้ เช่น จดจำ แยกแยะ ให้เหตุผล ตัดสินใจ คาดการณ์ สื่อสารกับมนุษย์ เป็นต้น ในบางกรณีอาจไปถึงขั้นเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง

Machine Learning คือ กลไกที่ทำให้ เครื่องจักรสามารถเรียนรู้จากข้อมูลได้โดยอัตโนมัติและพัฒนากระบวนการตัดสินอย่างต่อเนื่อง

Deep Learning คือ เทคนิคหนึ่งของ Machine Learning โดยจำลองการทำงานของสมองมนุษย์ในการประมวลผลข้อมูล ทำให้ สามารถหาความเชื่อมโยงและเรียนรู้ข้อมูลจำนวนมากได้

ความสัมพันธ์ระหว่าง **AI Machine Learning** และ**Deep Learning**



ที่มา:สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สำหรับการบริหารงาน และการบริการภาครัฐเวอร์ชั่น1.0

Weak AI คือ ประเภทของปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถเรียนรู้ได้เฉพาะด้านที่ถูกกำหนดไว้และไม่สามารถใช้อัลกอริทึมในการเรียนรู้ในด้านที่อยู่นอกเหนือจากนั้นได้

Strong AI คือ ประเภทของปัญญาประดิษฐ์ที่มีระบบการเรียนรู้เหมือนมนุษย์ ทำให้สามารถรองรับและเรียนรู้ข้อมูลในรูปแบบที่หลากหลายได้

อัลกอริทึม(Algorithm) คือ ชุดคำสั่งที่ถูกกำหนดโดยนักเขียนโปรแกรมซึ่งเปรียบเสมือนขั้นตอนสำหรับระบบปัญญาประดิษฐ์ในการเรียนรู้ข้อมูลและสร้างการตัดสินใจโดยอัตโนมัติ

แชทบอท (Chatbot) คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ดำเนินการสนทนาผ่านทางโสตทัศน์หรือข้อความ

ข้อมูล (Data) คือ ข้อเท็จจริงหรือจำนวนทางสถิติที่เกิดจากการสังเกตและเก็บรวบรวมจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์

ชุดข้อมูล (Data Set) คือ กลุ่มข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกันและถูกจัดให้อยู่ในรูปแบบเดียวกันที่พร้อมนำไปใช้

Turing Test คือ การทดสอบความสามารถของเครื่องในการแสดงพฤติกรรมที่เหมือนมนุษย์

หุ่นยนต์(Robotics) คือ วิทยาการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและการทำงานของหุ่นยนต์

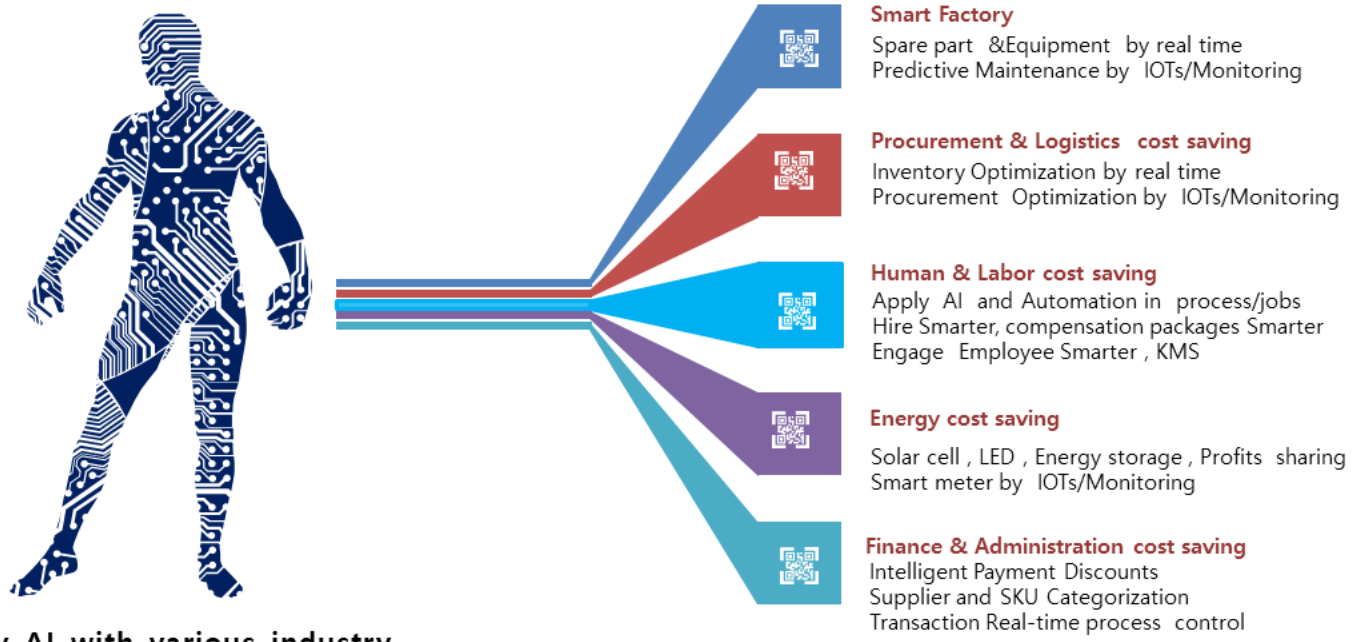
การประมวลผลภาษาธรรมชาติ(NLP : Natural Language Processing) คือ การประยุกต์ใช้เทคนิคการประมวลผลข้อมูลเฉพาะเพื่อให้เครื่องจักรสามารถเข้าใจภาษามนุษย์และวิเคราะห์ข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบภาษาได้

สรุปได้ว่า AI หรือ ปัญญาประดิษฐ์(Artificial Intelligence) เป็นเทคโนโลยีการสร้างความสามารถให้แก่เครื่องจักรและคอมพิวเตอร์ด้วยอัลกอริทึมและกลุ่มเครื่องมือทางสถิติเพื่อสร้างซอฟต์แวร์ทรงปัญญาที่สามารถเลียนแบบความสามารถของมนุษย์ที่ซับซ้อนได้ เช่น จดจำ แยกแยะให้เหตุผล ตัดสินใจ คาดการณ์ สื่อสารกับมนุษย์ เป็นต้น ในบางกรณีอาจไปถึงขั้นเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง

ที่มา:สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สำหรับการบริหารงาน และการบริการภาครัฐเวอร์ชั่น1.0

แนวโน้มใหม่ในยุคดิจิทัลและการประยุกต์ใช้กับการบริหารการปฏิบัติการ

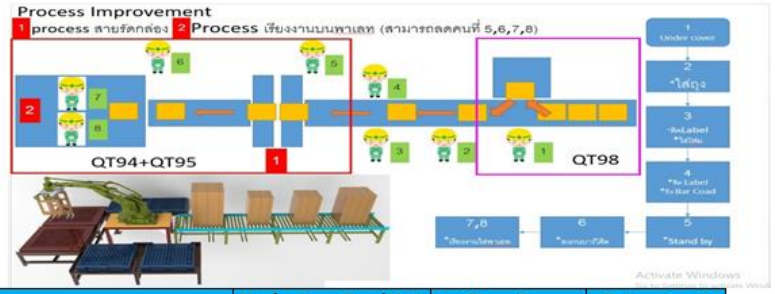
1) การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ กับธุรกิจการผลิต



Apply AI with various industry

ที่มา:ผู้วิจัย

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้กับการบริหารการปฏิบัติการในธุรกิจการผลิต
ระบบอัตโนมัติด้วยเทคโนโลยีหุ่นยนต์ (Robotic Process Automation)



Item		Cycle time Sec/Unit	Time Sec	Out put unit
A เวลาการทำงานจริงปัจจุบัน ได้130 unit/hr		**27.69**	3,600	**130.00**
B เวลาการทำงานจริงในprocess ที่ไม่มี Loss		**22.66**	3,600	**158.87**
C เวลาการทำงานในprocess ที่มี Loss เดินหาunder cover		43.17	3,601	83.41
Out put เพิ่มขึ้น	A-B	Output increased =22%	**28.87**	Unit

	Model	Sale price	22.21 % Cost reduction only Labour (THB)	Cost down	
ราคาสินค้า	Model 1	6,000	57.37	5,943	THB
	Model 2	7,000	57.37	6,943	THB
	Model 3	8,000	57.37	7,943	THB
	Model 4	9,000	57.37	8,943	THB
	Model 5	9,500	57.37	9,443	THB
	Model 6	10,000	57.37	9,943	THB
	Sum	**49,500**	**0.70%**	**49,156**	THB
	Cost down เฉลี่ย	6	Model	**344.22**	THB

Costdown/Unit/hr	**งานที่เพิ่ม Unit/ชม**	**28.87**	**9,937.63**	THB
Costdown/Unit/Day	**เวลาทำงาน 8ชม./วัน**	8	79,501.05	THB
Costdown/Unit/Month	**เวลาทำงาน 22 วัน/เดือน**	22	1,749,023.13	THB
Costdown/Unit/Year	**เวลาทำงาน 12 เดือน**	**12.00**	**20,988,277.52**	THB

ที่มา:ผู้วิจัย

2) การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ธุรกิจบริการ(ผู้ประกอบการฟาร์มออร์แกนิก)

Chatbot
-แชทบอท คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ดำเนินการสนทนาผ่านทางโสตทัศน์หรือข้อความ เป็นผู้ช่วยคอยตอบคำถามเบื้องต้นของลูกค้าได้ตลอดเวลา ทำให้การทำธุรกิจดำเนินไปอย่างต่อเนื่องไม่ขาดตอน

AI , Machine Learning, Sensor
-อุปกรณ์ตรวจวัด หรือระบบเซ็นเซอร์ต่างๆ มาควบคุมและติดตามว่า ปริมาณน้ำ ปุ๋ยที่ต้องใช้ สภาพอากาศความชื้นในฟาร์มเป็นอย่างไร
-ระบบจะทำการให้น้ำให้ปุ๋ยโดยอัตโนมัติ

Big data
-ข้อมูล (Data) คือ ข้อเท็จจริงหรือจำนวนทางสถิติที่เกิดจากการสังเกตและเก็บรวบรวมจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์

Barcode , RFID , QR Code
-กระบวนการตรวจสอบย้อนกลับไปยังแหล่งผลิตว่าผลิตที่ไหน เมื่อไหร่ เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค

Smart Energy
-ใช้พลังงานทางเลือกมาประยุกต์ใช้เช่น พลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาหรือกลางน้ำ
-นำ AI เพื่อให้สามารถทราบถึงกำลังการผลิตและการใช้งานพลังงานไฟฟ้าในโรงเรือน/อาคารต่างๆ

Smart Safety
-นำ AI มาใช้ตรวจสอบการปฏิบัติงานของพนักงาน ว่ามีการทำความสะอาดถูกต้องตามขั้นตอนที่กำหนดหรือไม่ ผ่านกล้องวงจรปิด และรายงานผลแบบเรียลไทมให้กับผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ ผ่านทางแอปพลิเคชันและทางมือถือ

ที่มา:ผู้วิจัย

3) การนำเทคโนโลยี AI มาประยุกต์ใช้ธุรกิจการค้า

Chatbot

-นำโปรแกรมช่วยในการตอบแชต เข้ามาใช้ในการตอบคำถามเบื้องต้น โดยการนำข้อมูลที่มีอยู่มาประมวลผลและทำการตอบคำถามแทนมนุษย์
-ใช้โดยการเชื่อมต่อกับ Line ในการส่งข้อความให้กับผู้ใช้บริการ

CRM บริหารความสัมพันธ์ลูกค้า

สามารถนำ AI มาช่วยในการเก็บข้อมูลลูกค้าในเชิงลึกมากขึ้น ทำการตลาดที่เหมาะสมกับพฤติกรรมลูกค้า

นำเสนอสินค้าที่เหมาะสมเฉพาะบุคคลได้ (Personalized Marketing)

รู้ความต้องการและไม่ต้องการของลูกค้าแต่ละคน พูดง่ายๆ ก็คือ "รู้ใจลูกค้า" โดยรู้ว่าอะไร หรือช่วงเวลาไหนลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายของเราต้องการอะไร แล้วสามารถนำเสนอสินค้าหรือบริการที่อยู่ในความสนใจของลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจงแต่ละบุคคล

ระบบการเรียนรู้อัตโนมัติ (Automated Machine Learning)

ใช้ระบบอัตโนมัติในการสร้างประสบการณ์ Online ให้กับลูกค้า ทำให้เขารู้สึกว่าได้รับความใส่ใจและได้รับการตอบสนองอย่างรู้ใจไปเสียทุกอย่าง ลูกค้าก็จะรักแบรนด์เรามากขึ้น

การตลาดแบบอัตโนมัติ (Marketing Automation)

เทคโนโลยีที่ช่วยให้คุณสามารถจัดการและส่งมอบคอนเทนต์ไปให้กับคนที่ใช่ในเวลาที่ใช่และในช่องทางที่ใช่โดยอัตโนมัติ

การตลาดแบบ Retargeting

สร้างแบรนด์, ช่วยตัดสินใจในการทำโฆษณา, ช่วยออกแบบการโฆษณา, จนถึงการช่วยวิเคราะห์ผลลัพธ์ 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' มาช่วยสร้างสรรค์และเพิ่มพูนประสิทธิภาพ** ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับตลาดพลู

@**เพิ่มอัตราการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคให้มีประสบการณ์กับอาหารขนมคาวหวาน ในร้านต่าง ๆ ของตลาดพลู** ภายใต้โจทย์การรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมและวัฒนธรรมชุมชนตลาดพลูให้คงอยู่

@**ทำหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารขนมคาวหวาน ในร้านต่าง ๆ ของตลาดพลู** เช่น รายละเอียดเรื่องอาหารที่ขึ้นชื่อ รูปภาพ ราคา ที่ตั้งของร้าน รวมถึงบริการสั่งจองอาหารขนมคาวหวาน พร้อมชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบดิจิทัลและก้าวสู่สังคมไร้เงินสด

@**เพิ่มความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารขนมคาวหวาน ในร้านต่าง ๆ ของตลาดพลู กับกับผู้ผลิตวัตถุดิบท้องถิ่น** ช่วยขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจท้องถิ่นเติบโตอย่างยั่งยืน

@**ส่งเสริมชุมชนตลาดพลูให้มีส่วนร่วมบริหารจัดการปัญหาขยะจากวัตถุดิบและอาหารต่าง ๆ** กับผู้ผลิตวัตถุดิบท้องถิ่น ผู้ประกอบการร้านอาหารขนมคาวหวาน กับหน่วยงานภาครัฐ

Talat Phlu @Food Tourism 5.0

Food/Snack info

-Picture
-Story
-Price
-Place
-Order
-Payment

Material Movement Info

-Food Supply Chain in community

Cooking info

-Story of Food
-Nutrients
-How to cook
-Award

GIS Info

-Location
-Story guide
-Food Tourism

ที่มา:ผู้วิจัย

Talat Phlu @Food Tourism 5.0

ฟังก์ชั่นนี้ทำหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหาร ขนมคาวหวาน ในร้านต่าง ๆ ของตลาดพลู

เช่น รายละเอียดเรื่องอาหารที่ขึ้นชื่อ รูปภาพ ราคา ที่ตั้งของร้าน รวมถึงบริการสั่งจองอาหาร ขนมคาวหวาน พร้อมชำระเงินออนไลน์ ผ่านระบบดิจิทัลและก้าวสู่สังคมไร้เงินสด

นำ'เทคโนโลยี' และ 'นวัตกรรม' มาช่วยสร้างสรรค์และเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับตลาดพลู

ที่มา:ผู้วิจัย

Talat Phlu @Food Tourism 5.0

ฟังก์ชั่นนี้ทำหน้าที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารขนมคาวหวาน ในร้านต่าง ๆ ของตลาดพลู กับกับผู้ผลิตวัตถุดิบท้องถิ่น ให้สามารถทราบความต้องการใช้วัตถุดิบระหว่างกัน ทำให้สามารถเติมเต็มสินค้าได้โดยไม่ต้องแบกรับสต๊อคสินค้ามากเกินความจำเป็น เป็นการลดต้นทุนได้ทั้งสองฝ่ายและยังเป็นการช่วยขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจท้องถิ่นเติบโตอย่างยั่งยืน

นำเทคโนโลยี' และ 'นวัตกรรม' มาช่วยสร้างสรรค์และเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับตลาดพลู
ที่มา:ผู้วิจัย

Talat Phlu @Food Tourism 5.0

ฟังก์ชั่นนี้ทำหน้าที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารขนมคาวหวาน ในร้านต่าง ๆ ของตลาดพลู กับกับผู้บริโภค/นักท่องเที่ยว ให้ทราบวิธีการปรุงอาหารแต่ละชนิดว่าต้องมีส่วนผสมอะไรบ้าง กระบวนการทำอาหารและขนมหวานต่างๆ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

นำ'เทคโนโลยี' และ 'นวัตกรรม' มาช่วยสร้างสรรค์และเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับตลาดพลู
ที่มา:ผู้วิจัย

Talat Phlu @Food Tourism 5.0

ฟังก์ชั่นนี้ทำหน้าที่เชื่อมโยงฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดพลูและพื้นที่ใกล้เคียงโดยมีรายละเอียดกิจกรรมประกอบด้วยถ่ายภาพนิ่งและบันทึกวีดีโอ พัฒนาเว็บไซต์ แอพพลิเคชั่น และแปลภาษาต่างประเทศ นักท่องเที่ยวรับรู้เรื่องเล่าหรืออัตลักษณ์ และวิถีชีวิตชุมชนในสถานที่ท่องเที่ยว

นำ'เทคโนโลยี' และ 'นวัตกรรม' มาช่วยสร้างสรรค์และเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับตลาดพลู

ที่มา:ผู้วิจัย

เอกสารอ้างอิง

แนะนำเครื่องมือ Artificial Intelligence (AI) ที่ช่วยเสริมกลยุทธ์การตลาดและเพิ่มยอดขายอย่างชาญฉลาด (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : https://contentshifu.com/artificial-intelligence-ai-marketers/ (20 มกราคม 2563)

เกาะเทรนด์ร้อน AI ที่จะสร้างพลังอำนาจให้ SME ยุคดิจิทัล (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : https://www.smethailandclub.com/technology-4484-id.html (20 มกราคม 2563)

มาตรฐาน ISO คืออะไร ระบบ iso มีกี่ประเภท (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : https://theoneiso.co.th/มาตรฐาน-iso-คืออะไร/ (20 มกราคม 2563)

มาตรฐาน ISO 9001 version 2015 (Online) ของข้อมูล : https://technotalksbuy.wordpress.com/tag/iso-9001-เวอร์ชั่นปัจจุบัน/ (20 มกราคม 2563)

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สำหรับการบริหารงาน และการบริการภาครัฐเวอร์ชั่น 1.0

พรประสิทธิ์ เค่นโมฬี. การ บริหาร การ จัด ซื้อ ของ อุตสาหกรรม ชิ้น ส่วน ยาน ยนต์ ,วิทยานิพนธ์ (วท.ม.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548

เมื่อ AI ไล่ล่าธุรกิจ !!!! 4 ผลกระทบของ AI ปัญญา ประดิษฐ์ ต่อ SME ที่ต้องรับมือก่อนธุรกิจจะพัง (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : https://taokaemai.com/เมื่อ-ai-ไล่ล่าธุรกิจ-4-ผลก/ (20 มกราคม 2563)

Intro to Marketing Automation 101: รู้จักกับการตลาดแบบอัตโนมัติ (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล: https://contentshifu.com/marketing-automation-101/ (20 มกราคม 2563)

5 แนวทางการใช้ Data ของลูกค้าเพื่อช่วยในทำการตลาดออนไลน์ของธุรกิจคุณ (Online) (Online) แหล่งที่มาของข้อมูล : https://blog.readyplanet.com/1739245 1/5-ways-to-use-customer-data-for-online-marketing(20 มกราคม 2563)

เครดิต **free powerpoint templates**

https://www.free-powerpoint-templates-design.com/free-powerpoint-templates-design/

บทเรียนชุดวิชาหรือโมดูล (Module)
หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
วิชาการเงิน 5.0
ผู้พัฒนาเนื้อหา : นายพรประสิทธิ์ เด่นโมฬี

วิชาการเงิน 5.0 (Finance 5.0)

หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

1. อธิบายความหมาย แหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่และนวัตกรรมทางการเงิน
2. วิเคราะห์งบการเงินและอัตราส่วนทางการเงิน
3. ประยุกต์การบริหารทุนหมุนเวียน ความเสี่ยงทางการเงินและแผนการเงิน

กิจกรรมการเรียนการสอน

บรรยายด้วยคลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน

-คลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
-เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด

6 ชั่วโมง ต่อรายวิชา

อาจารย์ประจำวิชา

คุณภัคย์พิชญา เฉลิมชัยวุฒิ ผู้ช่วยผู้จัดการ แผนกการบริหารเงิน ฝ่ายบัญชีและการเงิน
Toyota Daihatsu Engineering &Manufacturing Co., Ltd

ผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมพี

เนื้อหาบทเรียนที่ 1 แหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่และนวัตกรรมทางการเงิน

1. ประเภทของแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจใหม่

1.1การหาเงินมาใช้ในบริษัทด้วยเงินส่วนตัวของเราเอง ผสมกับรายได้ในช่วงแรก(Bootstrap)
1.2แหล่งเงินทุนใกล้ตัว(3 F :Family, Friend, Fool)
1.3 การระดมทุนด้วยวิธี Crowdfunding
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 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 การวิเคราะห์การวิเคราะห์อัตราส่วนอื่นๆ
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

1.1การหาเงินมาใช้ในบริษัทด้วยเงินส่วนตัวของเราเอง ผสมกับรายได้ในช่วงแรก(Bootstrap)
1.2แหล่งเงินทุนใกล้ตัว(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 แหล่งเงินทุนใกล้ตัว(3 F :Family, Friend, Founder)

แหล่งเงินทุนง่ายๆใกล้ตัว ได้แก่ F ตัวแรก Founder นักลงทุน ,F ตัวที่สอง Family ครอบครัว ,F ตัวที่สาม Friend เพื่อน

1.3 การระดมทุนสาธารณะ (Crowd funding)

เป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับคนที่อยากเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) แต่ยังขาดเงินลงทุน โปรโมทโครงการหรือธุรกิจ 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 ผู้สนับสนุนทุนจะไม่ได้รับสิ่งใดเป็นผลตอบแทน

3) Equity-based Crowdfunding การระดมทุนด้วยการ “เข้าหุ้น” คือ ผู้สนับสนุนทุนจะได้ถือครองหุ้นของโครงการนั้นๆ ด้วยตามสัดส่วน พร้อมโอกาสที่จะได้รับผลประโยชน์จากกิจการในอนาคต

4) Lending-based Crowdfunding หรือ Peer-to-Peer Lending การระดมทุนผ่านการกู้ยืมเงินทุนจากผู้สนับสนุน โดยกำหนดระยะเวลาในการชำระเงินคืนและจ่ายดอกเบี้ยให้แก่ผู้สนับสนุน

1.4 นักลงทุนอิสระที่ให้ทุนในระยะเริ่มต้นธุรกิจ(Angel Investment)

นักลงทุนรายบุคคล (Angel investor) นักลงทุนรายบุคคล เป็นบุคคลที่ร่ำรวยอยู่แล้ว พร้อมจะสนับสนุนไอเดียธุรกิจของผู้ประกอบการไฟแรงในช่วงต้นของการเริ่มธุรกิจ จุดประสงค์หลักก็คือการจะเข้ามามีส่วนร่วมในธุรกิจของเรา หรือเข้ามามีหุ้นส่วน

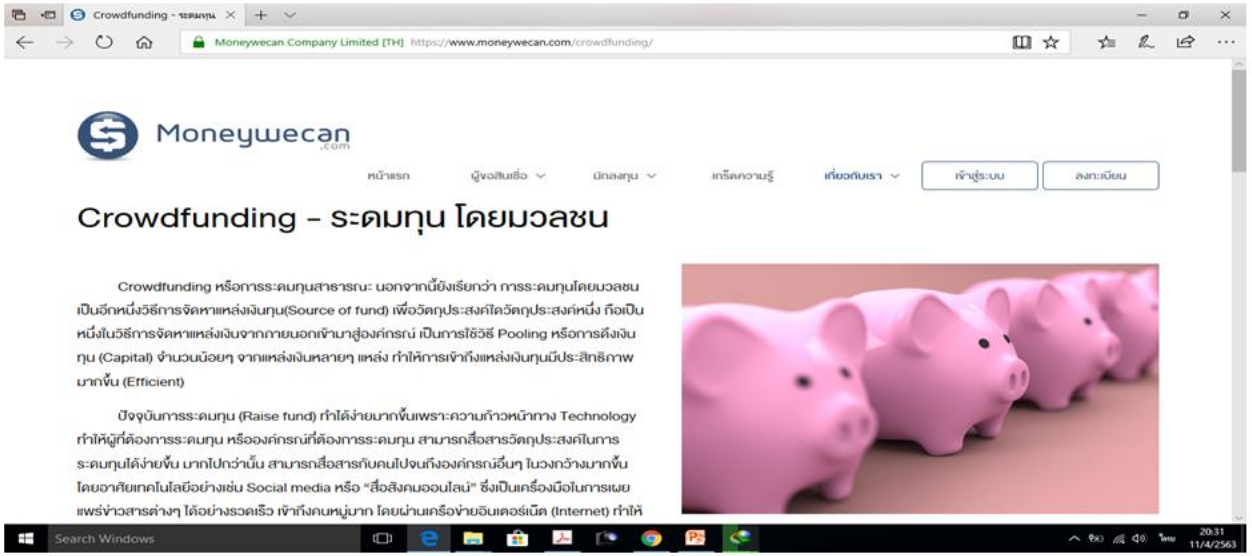
1.5 การร่วมลงทุน(Venture Capital) และกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund)

1) การร่วมลงทุน (Venture Capital) เป็นการนำเงินลงทุนเข้าไปร่วมถือหุ้นในบริษัท เปรียบเหมือนการอยากจะเปิดบริษัทใดบริษัทหนึ่งแต่เงินทุนไม่เพียงพอ จึงต้องการระดมทุน จากเพื่อน ญาติพี่น้อง หรือ นักลงทุนท่านอื่น ซึ่งเจ้าของเงินทุนเหล่านี้จะได้เป็นหุ้นส่วนของบริษัทด้วยและเมื่อถึงเวลาที่บริษัทมีกำไรก็จะทำการแบ่งตามสัดส่วนของการถือหุ้น

2) กองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund) อาจเป็นการลงทุนจากนักลงทุนหลายๆ กลุ่ม ซึ่งโดยมากจะเฉพาะเจาะจงและจะลงทุนในกิจการที่มีความเสี่ยงสูงเกินกว่ามาตรฐานของการให้สินเชื่อของธนาคารหรือตลาดทุน แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว Venture Capital จะมาจากกลุ่ม Wealthy Investors (ผู้ลงทุนรายใหญ่) วาณิชธนกิจ (Investment Bank) และสถาบันการเงินอื่นๆ ที่เข้ามาร่วมลงทุนกันในกิจการที่มีศักยภาพในการเติบโต

ตัวอย่างการระดมทุนทุนสาธารณะ (Crowd funding)

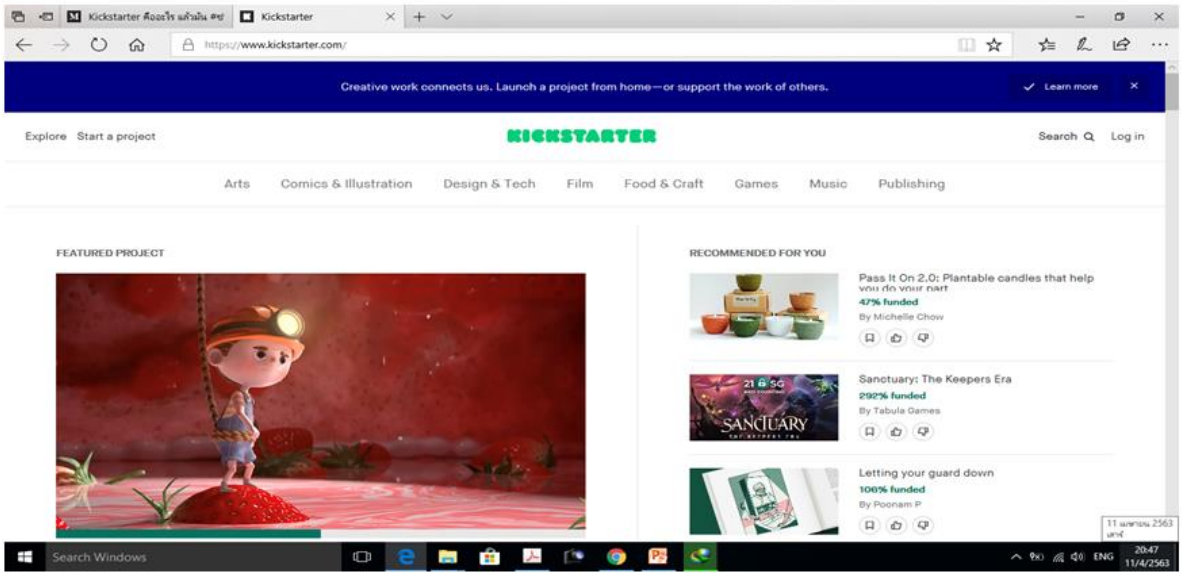
Moneywecan คือ ผู้ให้บริการตลาดสินเชื่อออนไลน์ เพื่อการกู้ยืมเงินแบบ Debt Crowdfunding
เราเป็นตัวกลางจับคู่ความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ SME และ นักลงทุน ให้มาเจอกันโดยตรง
เพื่อลดความได้เปรียบ-เสียเปรียบในกระบวนการจัดหาแหล่งเงินทุน



ที่มา : https://www.moneywecan.com/crowdfunding/

ตัวอย่างการระดมทุนทุนสาธารณะ (Crowd funding)

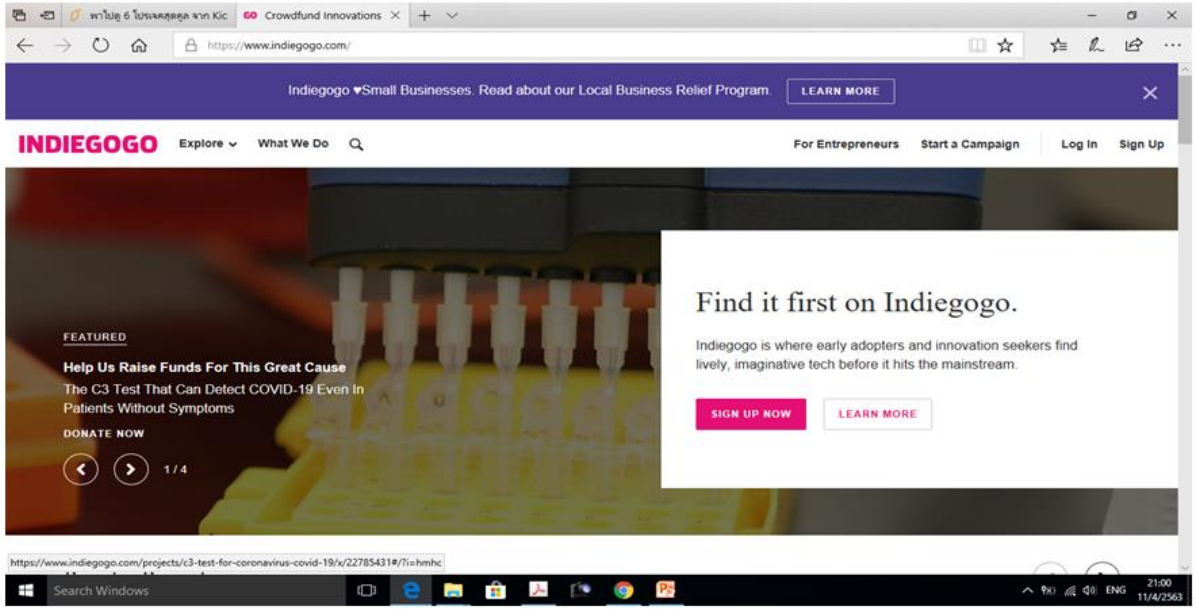
Kickstarter คือ เว็บไซต์ระดมทุนระดับโลกที่ให้บริการระดมทุนทุนสาธารณะสำหรับคนที่มีโครงการหรือไอเดียที่น่าสนใจ มีแผนงานที่ชัดเจนก็สามารถแปลงมาเป็นเงินลงทุนได้



ที่มา : https://www.kickstarter.com/discover/places/bangkok-th

ตัวอย่างการระดมทุนทุนสาธารณะ (Crowd funding)

Indiegogo คือ เว็บไซต์ระดมทุนระดับโลกที่ให้บริการระดมทุนทุนสาธารณะที่ที่คล้ายคลึงกัน Kickstarter



ที่มา: https://www.indiegogo.com/

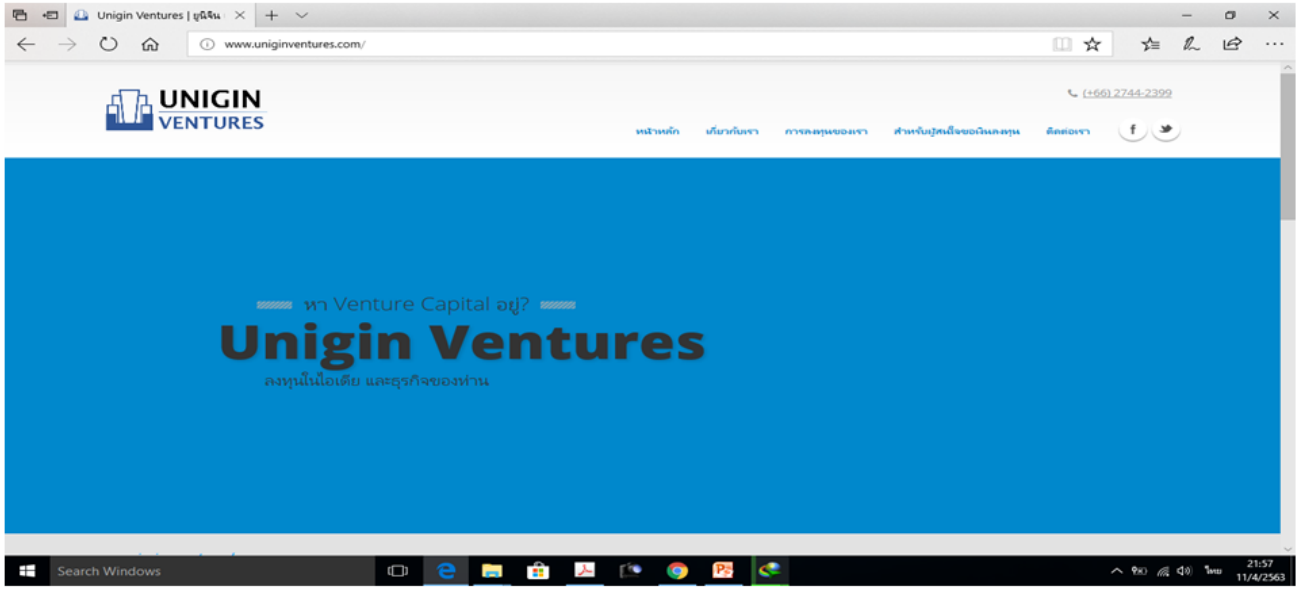
1.5 การร่วมลงทุน(Venture Capital) และกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund)

1) การร่วมลงทุน (Venture Capital) เป็นการนำเงินลงทุนเข้าไปร่วมถือหุ้นในบริษัท เปรียบเหมือนการอยากจะเปิดบริษัทใดบริษัทหนึ่งแต่เงินทุนไม่เพียงพอ จึงต้องการระดมทุน จากเพื่อน ญาติพี่น้อง หรือ นักลงทุนท่านอื่น ซึ่งเจ้าของเงินทุนเหล่านี้จะได้เป็นหุ้นส่วนของบริษัทด้วยและเมื่อถึงเวลาที่บริษัทมีกำไรก็จะทำการแบ่งตามสัดส่วนของการถือหุ้น

2) กองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund) อาจเป็นการลงทุนจากนักลงทุนหลายๆ กลุ่ม ซึ่งโดยมากจะเฉพาะเจาะจงและจะลงทุนในกิจการที่มีความเสี่ยงสูงเกินกว่ามาตรฐานของการให้สินเชื่อของธนาคารหรือตลาดทุน แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว Venture Capital จะมาจากกลุ่ม Wealthy Investors (ผู้ลงทุนรายใหญ่) วาณิชธนกิจ (Investment Bank) และสถาบันการเงินอื่นๆ ที่เข้ามาร่วมลงทุนกันในกิจการที่มีศักยภาพในการเติบโต

ตัวอย่างการร่วมลงทุน (Venture Capital)

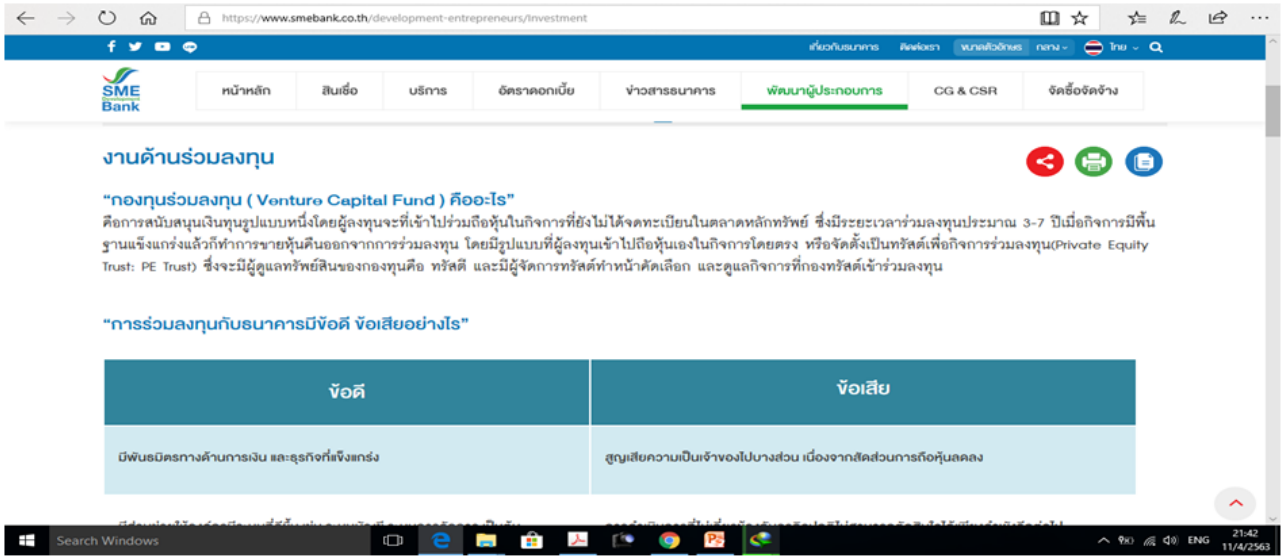
Unigin Ventures เราคือ **Venture Capital** ในประเทศไทยที่ลงทุนใน Startup และ SMEs ทุกระดับ



ที่มา : http://www.uniginventures.com/

ตัวอย่างกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital Fund)

กองทุนร่วมลงทุนของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ร่วมลงทุนในกิจการ SMEs เพื่อส่งเสริมการเจริญเติบโตของ SMEs ที่มีศักยภาพ ซึ่งมีความตั้งใจจริงในการทำธุรกิจแต่ขาดแคลนเงินทุนในช่วงเริ่มดำเนินกิจการ หรือ ระหว่างดำเนินกิจการ ที่มีนวัตกรรมที่สร้างให้เกิดผลประโยชน์ต่อประเทศ



ที่มา : https://www.smebank.co.th/development-entrepreneurs/Investment

1.6 องค์กรที่มีหน่วยงานเพื่อลงทุนในกองทุนหรือสตาร์ทอัพซึ่งมีโอกาสเติบโตไปพร้อมกับบริษัท (Corporate Venture Capital)

1) เอสซีจี : ก่อตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นมาในชื่อ AddVentures by SCG เป็นบริษัทในรูปแบบ Corporate Venture Capital เพื่อเสริมศักยภาพสตาร์ทอัพทั่วโลก สนองนโยบายการทำ Digital Transformation ให้สอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยมีรูปแบบการลงทุนกับสตาร์ทอัพอยู่ 3 รูปแบบ

1.1) ลงทุนผ่านกองทุนที่ลงทุนในสตาร์ทอัพ (Fund of Fund) และลงทุนโดยตรงในสตาร์ทอัพ (Direct Investment) ที่มีการทำงานและวิธีคิดสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการเติบโตของเอสซีจี

1.2) สร้างความร่วมมือแบบธุรกิจร่วมทุน (Joint Venture Partnership) กับสตาร์ทอัพที่อยู่ในช่วง Growth state ถือเป็นการสร้างธุรกิจใหม่ของเอสซีจี โดยเป็นทั้งการใช้สตาร์ทอัพจากต่างประเทศมาปรับใช้ที่ไทย และข้ามไปใช้กับเอสซีจีในภูมิภาคอื่นด้วย

1.3) สร้างพันธมิตรในฐานะคู่ค้า (Commercial partnership) กับสตาร์ทอัพที่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการ มาใช้กับหน่วยธุรกิจปัจจุบันของเอสซีจี

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) การลงทุนผ่านกองทุนเงินร่วมลงทุน (Venture Capital Fund) ชั้นนำ

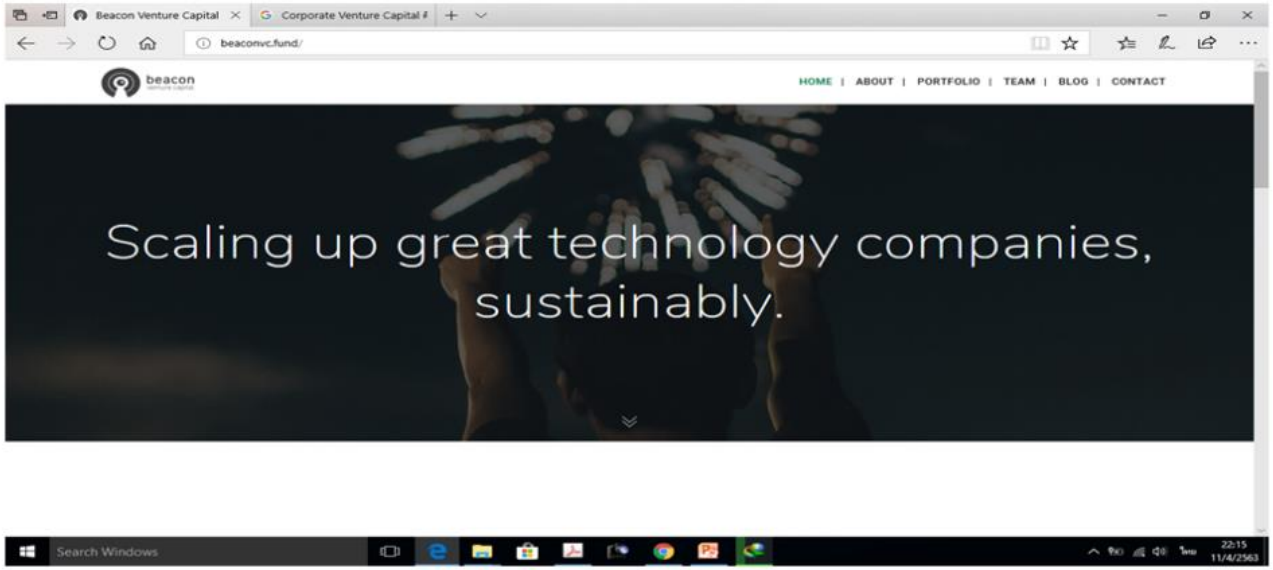
ตัวอย่างหน่วยงานขององค์กรขนาดใหญ่ที่เข้ามาร่วมลงทุน (Corporate Venture Capital)

เอสซีจีได้ก่อตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นมาในชื่อ **AddVentures by SCG** เป็นบริษัทในรูปแบบ **Corporate Venture Capital** เพื่อเสริมศักยภาพสตาร์ทอัพทั่วโลก พาสตาร์ทอัพไอเดียเด่น โลดแล่นสู่ฝั่งฝัน

ที่มา : https://www.scg.com/innovation/addventures-by-scg-corporate-venture-capital-พาสตาร์ทอัพไอเดีย/

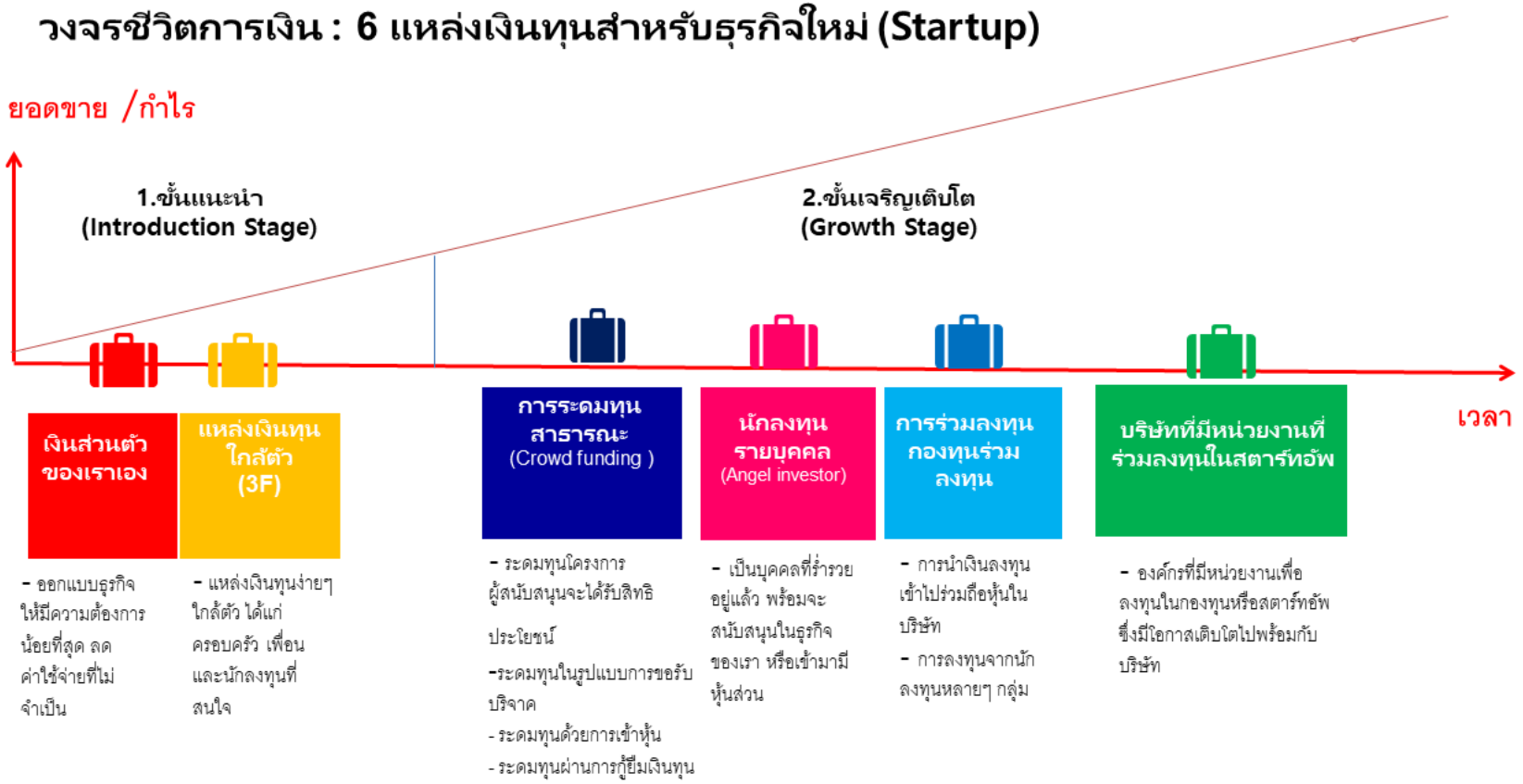
ตัวอย่างหน่วยงานขององค์กรขนาดใหญ่ที่เข้ามาร่วมลงทุน (Corporate Venture Capital)

ธนาคารกสิกรไทยเปิดตัวบริษัทบีคอน เวนเจอร์ แคปิทัล (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)” โดยเป็นรูปแบบการบันทึกข้อมูลที่รับประกันความปลอดภัยว่าข้อมูลที่ถูกบันทึกไปก่อนหน้านั้นไม่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไข ซึ่งทุกผู้ใช้งานจะได้เห็นข้อมูลชุดเดียวกันทั้งหมดโดยใช้หลักการ Cryptography และความสามารถของ Distributed Computing เพื่อสร้างกลไกความน่าเชื่อถือเทคโนโลยีระบบการจัดการฐานข้อมูล (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,ค่า Nounce, ค่า Previous Hash และค่า Current Hash เป็นต้น

Public Blockchain หมายถึง Blockchain วงเปิดที่อนุญาตให้ทุกคนสามารถเข้าใช้งานไม่ว่าจะเป็นการอ่าน หรือการทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้อย่างอิสระโดยไม่จำเป็นต้องขออนุญาต ตัวอย่างของระบบ Blockchainแบบเปิดสาธารณะ เช่น Bitcoin, Ethereum

Private Blockchain หมายถึง Blockchain วงปิดที่เข้าใช้งานได้เฉพาะผู้ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการสร้างขึ้นเพื่อใช้งานภายในองค์กร ดังนั้นข้อมูลการทำธุรกรรมต่าง ๆ จะถูกจำกัดอยู่เฉพาะภายในเครือข่าย ซึ่งประกอบไปด้วยสมาชิกที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น ตัวอย่างของระบบ Blockchain แบบปิด เช่น Hyperledger,Corda, Tendermint

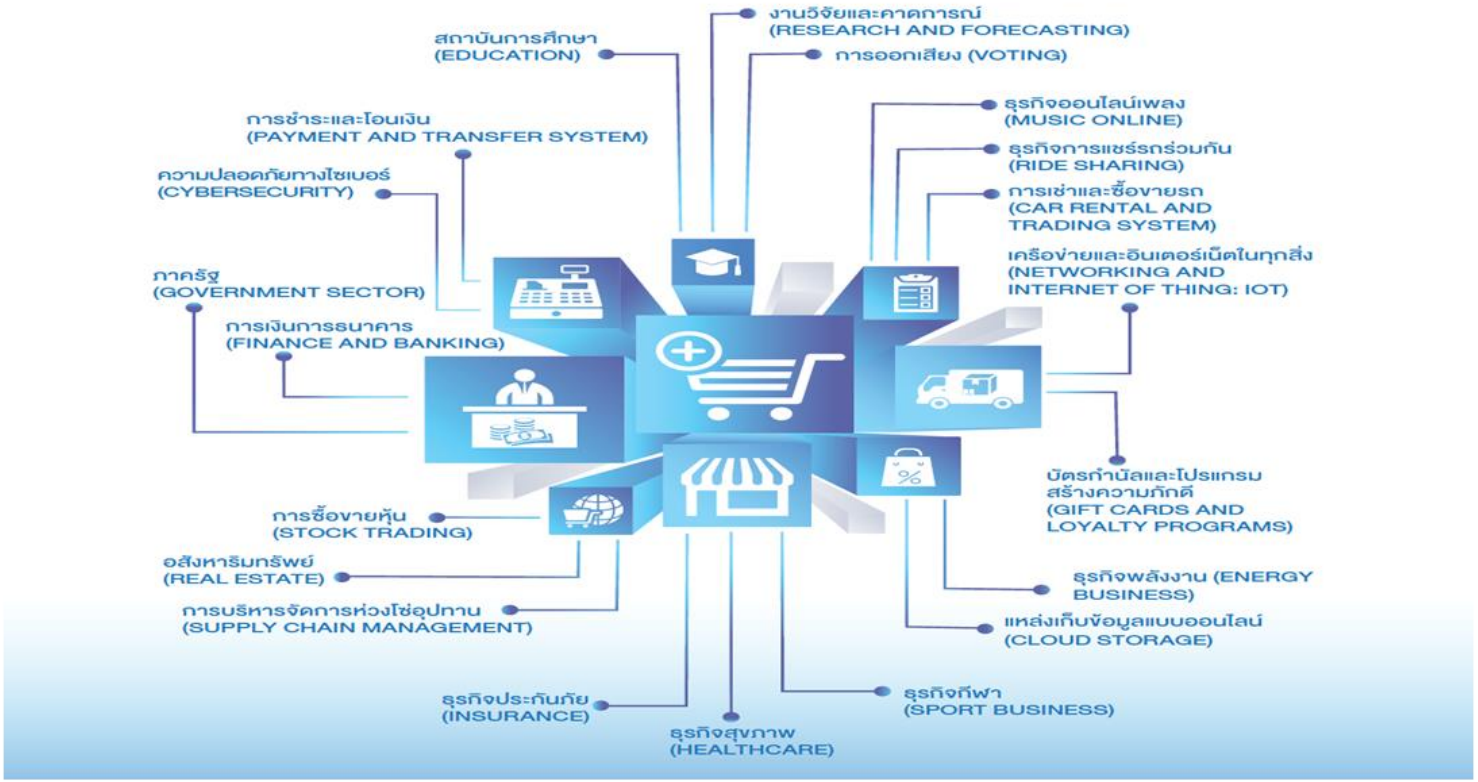
Ethereum หมายถึง เป็น Platform ของ Blockchain แบบเปิด (Public Blockchain) โดย Ethereum มีความแตกต่างจาก Bitcoin เนื่องจาก Ethereum ถูกออกแบบมาเพื่อให้สามารถปรับตัวได้และมีความยืดหยุ่น อีกทั้งยังเป็น Open Source โดยความสามารถของ Ethereum ถือว่าทัดเทียมกับ Bitcoin แต่สิ่งที่เพิ่มขึ้นมา คือ ฟีเจอร์ที่เรียกว่า Smart Contract ที่อนุญาตให้ผู้ใช้ หรือนักพัฒนาโปรแกรม สามารถเขียนโปรแกรมลงไปในข้อมูลของสกุลเงิน Ether ได้เพื่อให้ทำงานอัตโนมัติเมื่อเงื่อนไขเป็นไปตามที่กำหนดในสัญญา ดังนั้นจึงทำให้สามารถสร้าง Application ต่าง ๆ ขึ้นมาบนเครือข่าย Ethereum อีกชั้นหนึ่งได้ ทำให้เกิดรูปแบบที่หลากหลายในการใช้งานซึ่งแตกต่างจาก Bitcoin ที่เน้นการทำธุรกรรมเพียงอย่างเดียว

Cryptocurrency หมายถึง สกุลเงินดิจิทัลซึ่งมีมูลค่าเหมือนกับธนบัตรในสกุลเงินประเทศต่าง ๆ และถูกใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนแบบดิจิทัลโดยการแลกเปลี่ยนรูปแบบดิจิทัลได้เริ่มขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 2009ซึ่ง Blockchain Application ในกลุ่มเงินดิจิทัลได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในธุรกิจการให้บริการทางการเงินทั้งการโอนและการจ่ายเงิน ยกตัวอย่างเช่น Bitcoin และ Ripple

Ledger หมายถึง บัญชีประวัติการทำธุรกรรมซึ่งจะถูกบันทึกและทำสำเนาแจกจ่ายให้กับทุก Node ที่อยู่ในเครือข่าย Blockchain

Oracle หมายถึง แหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้จากภายนอกระบบ Blockchain (Trusted 3rd Party Source) ซึ่ง Smart Contract จะนำมาอ้างอิงเพื่อบังคับใช้สัญญาตามที่เขียนโปรแกรมไว้ เช่น แหล่งข้อมูลระดับน้ำของแต่ละพื้นที่เพื่อให้กรมธรรม์ประกันอุทกภัยที่เขียนด้วย Smart Contract ใช้สำหรับอ้างอิงการเคลมประกันแบบอัตโนมัติ

Smart Contract หมายถึง สัญญาอัจฉริยะโดยจะเก็บเงื่อนไขหรือข้อตกลงของสัญญาต่าง ๆ ไว้ในรูปแบบ Code คอมพิวเตอร์ซึ่งจะถูกเก็บไว้ในเครือข่ายBlockchain



รูปภาพที่ 1 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Blockchain ในภาคส่วนต่าง ๆ

ที่มา : การใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนสำหรับภาครัฐ เวอร์ชั่น 1.1 (มกราคม 2562) สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน)

ตัวอย่างเทคโนโลยีบล็อคเชนกับการประยุกต์ใช้ในธุรกิจ

1)Digital Ventures (DV) บริษัทลงทุนในเครือธนาคารไทยพาณิชย์ (**SCB**) ประกาศความร่วมมือกับเครือซีเมนต์ไทย (**SCG**) พัฒนาระบบจัดซื้อจัดจ้าง **B2P (Blockchain Solution for Procure-to-Pay)** ครอบคลุมทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้นในการสั่งซื้อสินค้า จนถึงขั้นตอนสุดท้ายในการชำระค่าสินค้าผ่านธนาคาร

-เดิมกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างมีขั้นตอนที่ต้องตรวจสอบมากมาย เปลืองเวลา แรงงานคน และเอกสารของทุกฝ่าย จึงต้องการปรับปรุงเครือข่ายซัพพลายเชนของ SCG ให้สะดวกและโปร่งใสมากขึ้น

-หลังการทดลองใช้งานประมาณ 1 เดือน พบว่าประหยัดทรัพยากรลงได้กว่า 50% และเมื่อรายการสั่งซื้อได้รับการอนุมัติ คู่ค้าของ SCG จะได้รับเงินทันที แถมคู่ค้ายังสามารถนำใบแจ้งหนี้ไปค้ำประกัน (invoice financing) ผ่านระบบได้ทันทีเช่นกัน

2) ธนาคารสวิสต์ UBS และ ธนาคารอังกฤษ Barclays ทดลองเอาเทคโนโลยีของบริษัท R3 CEV นี้เข้ามาใช้ เพื่อให้การทำงานของระบบหลังบ้านและการทำข้อตกลงต่างๆให้เป็นไปได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น บางธนาคารบอกว่าการนำเทคโนโลยีนี้มาใช้สามารถช่วยลดต้นทุนได้มากถึง $20 Billion

3) บริษัทตรวจสอบบัญชี Deloitte ช่วยธนาคารพาณิชย์ในอินเดียปรับปรุงการออก L/C ด้วยการนำนวัตกรรมบล็อคเชนมาใช้ ลดระยะเวลาในการออกเอกสาร จาก 20-30 วัน ให้เหลือเพียงแค่ไม่กี่ชั่วโมง

4) Skuchain ผู้พัฒนาบล็อคเชนสำหรับการค้าระหว่างประเทศ ได้ลัดขั้นตอนทั้งหมดเกี่ยวกับ L/C ด้วยการพัฒนาการติดตามสินค้าแบบเรียลไทม์และบริหารสินค้าคงคลังเพื่อลดความเสี่ยงในขั้นตอนการทำธุรกรรม โดยการทำให้ผู้ปล่อยสินเชื่อสามารถจัดหาเงินทุนให้กับผู้ให้บริการตลอดห่วงโซ่อุปทานเพื่อลดต้นทุนของเงินทุนที่ใช้ในห่วงโซ่อุปทานนี้

2.2 เทคโนโลยีทางการเงิน หรือฟินเทค (FinTech)

ฟินเทค (FinTech) หมายถึง การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้กับการเงินในการสร้างนวัตกรรมใหม่ เพื่อเป็นสินค้า บริการ การแก้ปัญหาทางการเงิน รวมถึงเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจใหม่ๆ ทำให้การเข้าถึงทางการเงินเป็นไปได้ง่าย เช่น การทำธุรกรรมรับ-จ่าย-โอนเงินออนไลน์ของธนาคาร หรือการวิเคราะห์ข้อมูลหุ้นเพื่อช่วยการตัดสินใจของนักลงทุนในรูปแบบของบริการออนไลน์

ฟินเทค (FinTech) แบ่งออกได้กว้างๆ เป็น 7 ประเภท ดังนี้

1) Banking Technology : การเข้าถึงและทำธุรกรรมผ่านบัญชีธนาคาร Mobile Banking เช่น แอปพลิเคชั่นธนาคาร Mobile Banking ที่มีขึ้นเพื่อให้ลูกค้าของธนาคารสามารถทำธุรกรรมต่างๆ ที่เป็นการบริหารจัดการเงินของตัวเองได้ด้วยตัวเอง

2) Lending Technology : บริการกู้ยืมขอสินเชื่อ เช่น เพียร์ พาวเวอร์แพลตฟอร์ม คือผู้ให้บริการหุ้นกู้คราวด์ฟันดิงที่ช่วยให้เจ้าของธุรกิจได้อัตราดอกเบี้ยที่ดีกว่า และนักลงทุนได้ผลตอบแทนที่ดีกว่า.

3) Cryptocurrency : เงินสกุลดิจิทัล หรือ คริปโทเคอร์เรนซี (cryptocurrency) เช่น บิทคอยน์ (Bitcoin) ,Ethereum, Ripple, Libra

4) Payment : ระบบการจ่ายเงิน เช่น ระบบ E-Wallet ต่างๆ ซึ่งระบบ Payment จะต่างจาก Mobile Banking ตรงที่เจ้าของแพลตฟอร์มไม่ใช่ธนาคาร และให้บริการเฉพาะการใช้จ่ายเท่านั้น

5) Application Programing Interfaces (API Data) : ทำหน้าที่เป็นเหมือนสะพานเชื่อมต่อระหว่างผู้ใช้กับแพลตฟอร์ม เป็นเหมือนประตูบ้านที่จะอนุญาตให้เฉพาะเจ้าของบัญชีหรือผู้ใช้ที่ถูกต้องเข้าถึงข้อมูลนั้นๆ ได้ ระบบนี้สามารถใช้ได้ทั้งกับ Mobile banking และแพลตฟอร์มอื่นๆ

6) Regulation Technology : เทคโนโลยีตรวจสอบความปลอดภัยทางการเงิน

7) Insurtech : เทคโนโลยีประกันภัย เช่น การใช้ Fintech เข้ามาช่วยทั้งด้านการคำนวณเบี้ยประกัน ผลตอบแทน ความเสี่ยง รวมถึงอัตราส่วนลดอย่างเป็นเหตุเป็นผล ช่วยให้ทั้งผู้ซื้อและผู้เสนอขายประกันภัย ประกันชีวิตบริหารจัดการระบบประกันได้ง่ายขึ้น

2.3 เทคโนโลยีระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตนอิเล็กทรอนิกส์ (Biometric & Digital ID)

ระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตนอิเล็กทรอนิกส์ (Biometric & Digital ID) หมายถึง พิสูจน์ตัวตนทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐาน National Digital ID รองรับการยืนยันตัวตนแบบใหม่ ควบคู่กับเทคโนโลยี Biometric ด้วยความร่วมมือจากหลายหน่วยงานที่ช่วยกันพัฒนาถนนดิจิทัลไอดีขึ้น เพื่อยืนยันตัวตนหลายรูปแบบ ที่ไม่ใช่เพียงสถาบันการเงินได้ประโยชน์ แต่ยังสามารถขยายไปสู่การยืนยันตัวตนหรือข้อมูลทางการแพทย์ และการขอวีซ่า เช่น

-ประชาชนสามารถติดต่อราชการ ธนาคาร โดยไม่ต้องถ่ายสำเนาเอกสารที่ออกโดยภาครัฐ แต่ใช้เอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งสำเนาทะเบียนบ้าน สำเนาบัตรประชาชน และสำเนานิติบุคคล

-ประชาชนสามารถเปิดบัญชีธนาคารได้โดยไม่ต้องไปที่สาขาธนาคาร ปกติขั้นตอนยืนยันตัวตนตรงนี้ ยุ่งยาก แต่เพื่อการยืนยันตัวตน ก็เลยต้องมีการเซ็นต์สำเนาถูกต้อง มีการถ่ายสำเนาทะเบียนบ้าน สำเนาบัตรประชาชน ทีนี้ พอไปธนาคารอื่น ก็ต้องไปยื่นเอกสารหลายแผ่น เหมือนธนาคารแรก แต่ถ้ามีการระบุตัวตนหรือลงทะเบียน Digital ID กับธนาคารแห่งหนึ่งไว้แล้ว การติดต่อธนาคารอื่นๆ ก็จะไม่ต้องใช้เอกสารเป็นกระดาษแล้ว ธนาคารเช็คกันเองได้เลย มีข้อมูลกลางในการตรวจสอบร่วมกันได้

-ธนาคารสามารถให้บริการดิจิทัล เปิดบัญชีเงินฝาก ขอสินเชื่อ โดยที่ไม่ต้องเดินทางไปสาขา เพราะยืนยันตัวตนผ่านดิจิตัลได้

-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 เวอร์ชั่น 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 เทคโนโลยีทรงอิทธิพลต่อชีวิตมนุษย์ (Online) แหล่งที่มา :https://bualuang.fund/archives/3021/5-เทคโนโลยีทรงอิทธิพลต่อ/ (27 มกราคม 2563)
กสิกรไทยเปิดตัว 'Beacon VC' ตั้งกองทุน 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 โลดแล่นสู่ฝั่งฝัน (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/บล็อคเชน-กับ-20-อุตสาหกรรม/ (28 มกราคม 2563)
หัวใจของการสร้าง FinTech คืออะไร (Online) : แหล่งที่มา : https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/what-is-fintech-startups.html
(29 มกราคม 2563)
Fintech เทคโนโลยีทางการเงิน การบริการ และการลงทุน (Online) แหล่งที่มา : แหล่งที่มา :
https://www.peerpower.co.th/blog/investor/invest/fintech-เทคโนโลยีทางการเงิน/ (29 มกราคม 2563)
เจาะความคืบหน้า Digital ID ระบบพิสูจน์และยืนยันตัวตนอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อเราต้องก้าวสู่โลกดิจิทัลอย่างเต็มตัว (Online) แหล่งที่มา : แหล่งที่มา :
http://www.adslthailand.com/post/5766 (29 มกราคม 2563)

เครดิต free powerpoint templates
https://www.free-powerpoint-templates-design.com/free-powerpoint-templates-design/

บทเรียนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการเงิน
www.entrepreneuronline-learning.com

เนื้อหาบทเรียนที่ 2

3. ความรู้เกี่ยวกับการเงิน

3.1 งบการเงินสำหรับผู้ประกอบการ
3.2 การวิเคราะห์ทางการเงิน
3.3 การวิเคราะห์การวิเคราะห์อัตราส่วนอื่นๆ
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. ความรู้เกี่ยวกับการเงิน

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

งบการเงินที่แสดงถึงได้มาและจ่ายไปของเงินสดหรือรายการเทียบเท่าเงินสด 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	180,000
ส่วนของผู้ถือหุ้น	
ทุนหุ้นสามัญ	200,000
กำไรสะสม	130,000
รวมหนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้น	940,000

1) งบแสดงฐานะการเงิน(งบดุล)

งบแสดงฐานะการเงิน (Statement of Financial Position) คือ งบการเงินที่แสดงข้อมูลเกี่ยวกับฐานะการเงินของกิจการ ณ วันใดวันหนึ่ง ประกอบด้วย สินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของเจ้าของ (ทุน)

สินทรัพย์ = หนี้สิน + ทุน

สินทรัพย์ = หนี้สิน + ทุน
940,000 = 610,000+330,000

ประโยชน์ของงบดุล

1.1) ทำให้ทราบฐานะการเงินของบุคคลหรือกิจการค้าว่ามีจำนวนเท่าใด

1.2) ทำให้ทราบว่าจำนวนเงินสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของเจ้าของ (ทุน) มีจำนวนเท่าใด

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากงบแสดงฐานกิจการบริษัทไตรอุโมษ จำกัด อัจฉรา จันทร์ฉายและศิพัฒน์ ไตรอุโมษ ,การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่

บริษัท AAA จำกัด
งบกำไรขาดทุน
สิ้นสุด 31 ธันวาคม 2562

	(บาท)
รายได้สุทธิ	1,000,000
ต้นทุนสินค้าขาย	600,000
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 สินทรัพย์ที่กิจการได้รับมาจากการประกอบกิจกรรม

-ต้นทุนสินค้าขาย หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

-กำไรสุทธิ หมายถึง กำไรที่หักค่าใช้จ่ายต่าง ๆแล้ว

-ขาดทุนสุทธิ หมายถึง ส่วนของรายได้ที่ต่ำกว่าต้นทุนขาย

รายได้-ค่าใช้จ่าย = กำไร (ขาดทุน) สุทธิ

รายได้สุทธิ - ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร = กำไรเบื้องต้น
1,000,000 -6000,000 = 400,000

กำไรเบื้องต้น - ค่าใช้จ่าย = กำไรก่อนหักภาษี
400,000 -375,000 = 25,000

ประโยชน์ของงบกำไรขาดทุน

2.1) เป็นตัวสะท้อนการดำเนินงาน

2.2) บอกความคุ้มค่าของเงินลงทุน

2.3)สามารถใช้ประเมินมูลค่ากิจการที่เราจะซื้อ

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากงบแสดงฐานกิจการบริษัทไตรอุโฆษ จำกัด. อัจฉรา จันทร์ฉายและศิพัฒน์ ไตรอุโฆษ ,การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่ ,2562

3) งบกระแสเงินสด

งบกระแสเงินสด (Statement of Cash Flow). คือ งบการเงินที่แสดงถึงได้มาและจ่ายไปของ เงินสดหรือรายการเทียบเท่าเงินสด ของกิจการในรอบบัญชี โดยงบกระแสเงินสดจะบ่งบอกถึงสภาพคล่องทางการเงินของกิจการ โดยงบกระแสเงินสดจะเกี่ยวข้องกับ 3 กิจกรรม ดังนี้

1.1**กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน** คือ กระแสเงินสดที่เกิดจากการดำเนินงานปกติของกิจการ เช่น การขายสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นกระแสเงินสดที่จะสะท้อนให้เห็นผลการดำเนินงานที่แท้จริงของกิจกรรมดำเนินงาน

1.2.**กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน** คือ กระแสเงินสดที่เกิดจากการได้มาและจ่ายไปจากสินทรัพย์ระยะยาว ซึ่งไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานปกติ

1.3.**กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหา** คือ กิจกรรมการได้มาและจ่ายไปของเงินสดที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในส่วนของเจ้าของและส่วนของการกู้ยืม

<u>ประโยชน์ของงบกระแสเงินสด</u>

1.1.งบกระแสเงินสดทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการเงินของกิจการเพื่อประเมินความเสี่ยงของกิจการได้

1.2.ทำให้ทราบว่ากิจการมีการกู้ยืมเงิน ชำระหนี้ จ่ายปันผลอย่างไรบ้าง

1.3.ทำให้ทราบว่ากิจการมีสภาพคล่องทางการเงินดีหรือไม่

รายละเอียดกระแสเงินสด
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดาเนินงาน
เงินสดรับจากลูกหนี้
เงินสดรับจากดอกเบี้ย
เงินสดรับจากเงินปันผล
เงินสดจ่ายค่าซื้อสินค้า
เงินสดจ่ายเงินเดือนพนักงาน
เงินสดจ่ายค่าสาธารณูปโภค
เงินสดจ่ายดอกเบี้ย
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่น ๆ
เงินสดเพิ่มขึ้นสุทธิจากกิจกรรมการดาเนินงาน
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน
เงินสดจ่ายขยายโรงงาน
เงินสดรับจากากรขายอุปกรณ์
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน
เงินสดรับจากการออกหุ้นเพิ่มทุน
เงินสดจ่ายคืนเงินกู้
เงินสดจ่ายเงินปันผล
เงินสดสุทธิลดลง
เงินสด ณ วันต้นปี 2562
เงินสด ณ วันสิ้นปี 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	
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	100,000
ลูกหนี้	140,000
สินค้าคงเหลือ	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	180,000
ส่วนของผู้ถือหุ้น	
ทุนหุ้นสามัญ	200,000
กำไรสะสม	130,000
รวมหนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้น	940,000

1) อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratio)

อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current Ratio) $= \frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน}}{\text{หนี้สินระยะสั้น}} = \frac{440,000}{430,000}$ = **1.02 เท่า**

หมายเหตุ: ปกติอัตราส่วนนี้ควรมากกว่า 1 เพื่อแสดงว่า มีสินทรัพย์หมุนเวียนเพียงพอชดใช้ภาระผูกพันระยะสั้น

อัตราส่วนทุนหมุนเวียนอย่างถึงแก่น (Quick Ratio) $= \frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน} - \text{สินค้าคงเหลือ}}{\text{หนี้สินระยะสั้น}}$

$= \frac{440,000-200,000}{430,000}$ = **0.56 เท่า**

หมายเหตุ: อัตราส่วนนี้แสดงถึงสภาพคล่องอย่างถึงแก่น เนื่องจากสินค้าคงเหลือมีสภาพคล่องน้อยที่สุด

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากงบแสดงฐานกิจการบริษัทไตรอุโมษ จำกัด. อัจฉรา จันทร์ฉายและศิพัฒน์ ไตรอุโมษ ,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 = ต้นทุนสินค้า / สินค้าคงเหลือโดยเฉลี่ย = 600,000 / 200,000 = **3 รอบ**
(Inventory Turnover)

หมายเหตุ: อัตราส่วนนี้แสดงให้เห็นการหมุนเวียนของสินค้า
ถ้าสินค้าหมุนเวียนหลายรอบก็จะแสดงให้เห็นประสิทธิภาพของการบริหารสินค้า

ระยะเวลาการถือสินค้า (วัน) = สินค้าเฉลี่ย / ต้นทุนสินค้าขาย/365 = 200,000 / 1,644 = **121.65 วัน**

หมายเหตุ: ระยะเวลาการถือสินค้า ในปี2562 กิจการถือสินค้าจำนวน 121.65 วัน
ถ้าถือสินค้าน้อยวัน เงินก็จมในสินค้าลดลง

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากงบแสดงฐานกิจการบริษัทไตรอุโฆษ จำกัด. อัจฉรา จันทร์ฉายและศิพัฒน์ ไตรอุโฆษ ,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)

ระยะเวลาการเก็บหนี้ (วัน) = ลูกหนี้โดยเฉลี่ย / ยอดขายเชื่อต่อวัน = 140,000 / 3,000 = **46.66** วัน
(Average Collection Period)

หมายเหตุ: สมมุติยอดขายเชื่อต่อวัน คือ 3,000 บาท*
ระยะเวลาการเก็บหนี้แสดงให้เห็นว่า กิจการสามารถเก็บหนี้ได้เฉลี่ยกี่วัน
ถ้าบริหารได้ดีก็จะเก็บหนี้ได้เร็ว

อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ = ยอดขาย / สินทรัพย์รวม = 1,000,000 / 940,000 = **1.06 รอบ**
(Asset Turnover)

หมายเหตุ: อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ แสดงให้เห็นประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์ที่จะสร้างยอดขายได้กี่รอบ
ถ้าจำนวนรอบสูงก็แสดงถึงประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์สูง

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากงบแสดงฐานกิจการบริษัทไตรอุโฆษ จำกัด. อัจฉรา จันทร์ฉายและศิพัฒน์ ไตรอุโฆษ ,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**

3) อัตราส่วนวัดความสามารถการหากำไร (Profitability Ratio)

กำไรต่อยอดขาย (**ROS** :Return on Sale) $= \frac{\text{กำไรสุทธิ} \times 100}{\text{ยอดขาย}} = \frac{20{,}000 \times 100}{1{,}000{,}000} =$ **2 %**

หมายเหตุ: กำไรต่อยอดขาย แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไรต่อรายได้ที่ขายสินค้าในปี 2562
ค่า ROS =2% แสดงว่าทุกร้อยบาทที่ขายสินค้าไปจะทำกำไรได้ 2 บาท

กำไรต่อสินทรัพย์ (**ROA** :Return on Assets) $= \frac{\text{กำไร} \times 100}{\text{สินทรัพย์รวม}} = \frac{20{,}000 \times 100}{940{,}000} =$ **2.127 %**

หมายเหตุ: กำไรต่อสินทรัพย์ แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์ในปี 2562
ค่า ROA =2.127% แสดงให้เห็นว่า ทุก 100 บาทที่ลงทุนในสินทรัพย์ก่อให้เกิดกำไร 2.127 บาท

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากงบแสดงฐานกิจการบริษัทไตรอุโฆษ จำกัด. อัจฉรา จันทร์ฉายและศิพัฒน์ ไตรอุโฆษ ,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

3) อัตราส่วนวัดความสามารถการหากำไร (Profitability Ratio)

กำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้น = กำไรสุทธิ X 100 = 20,000 x 100 = **6.06 %**
(ROE: Return on Equity) ส่วนของผู้ถือหุ้น 330,000

หมายเหตุ: กำไรต่อส่วนของผู้ถือหุ้นแสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนต่อส่วนของเจ้าของ
ค่า ROE = 6.06 % แสดงให้เห็นว่าทุก 100 บาทที่เป็นเงินของผู้ถือหุ้นทำกำไรคืนได้ 6.06 บาท

อัตราส่วนกำไรเบื้องต้น = (รายได้ – ต้นทุนขาย) X 100 = 400,000 x 100 = **40%**
(Gross Profit Margin) ขาย 1,000,000

หมายเหตุ: อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นแสดงให้เห็นความสามารถทำกำไรเบื้องต้นในปี2562
อัตราส่วนกำไรเบื้องต้นเท่ากับ 40% แสดงว่าทุก100 บาทที่ขายสินค้าไปทำกำไรเบื้องต้นได้ 18 บาท

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากงบแสดงฐานกิจการบริษัทไตรอุโฆษ จำกัด. อัจฉรา จันทร์ฉายและศิพัฒน์ ไตรอุโฆษ, การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่ ,2562

บริษัท **AAA** จำกัด

งบแสดงฐานะการเงิน(งบดุล)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

สินทรัพย์	(บาท)
สินทรัพย์หมุนเวียน	
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	100,000
ลูกหนี้	140,000
สินค้าคงเหลือ	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	180,000
ส่วนของผู้ถือหุ้น	
ทุนหุ้นสามัญ	200,000
กำไรสะสม	130,000
รวมหนี้สินและส่วนผู้ถือหุ้น	**940,000**

4) อัตราส่วนอัตราส่วนโครงสร้างของเงินทุน (Leverage-Capital Structure Ratio)

อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม = หนี้สินรวม / สินทรัพย์รวม = 610,000 / 940,000 = **0.65**

(Debt to Total Assets)

หมายเหตุ: แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างการลงทุนในสินทรัพย์ว่าใช้แหล่งที่มาของเงินจากเจ้าหนี้เป็นสัดส่วนเท่าไร ตัวเลขยิ่งสูงแสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงสูง

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น = หนี้สินรวม / ส่วนของผู้ถือหุ้น = 610,000 / 330,000 = **1.85**

(Debt to Equity Ratio)

หมายเหตุ: แสดงให้เห็นสัดส่วนระหว่างเจ้าหนี้กับเจ้าของว่า อัตราส่วนเจ้าหนี้ต่อเจ้าของเป็นสัดส่วนเท่าไร ปี 2562 มีอัตราส่วน 1.85 แสดงว่าใช้แหล่งทุนจากเจ้าหนี้เป็น 1.85 เท่าของเจ้าของ

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากงบแสดงฐานกิจการบริษัทไตรอุโฆษ จำกัด. อัจฉรา จันทร์ฉายและศิพัฒน์ ไตรอุโฆษ ,การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่ ,2562

2.3 การวิเคราะห์อัตราส่วนอื่นๆ

1	2	3
การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (BEP: Break Even Point)	**ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period)**	**ค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV:Net Present Value)**
-เป็นจุดที่รายได้รวมของธุรกิจเท่ากับต้นทุนรวม เพื่อให้เรารู้ว่าต้องขายให้ได้เท่าไหร่ถึงจะไม่ขาดทุน	- ระยะเวลาคืนทุน เป็นระยะเวลาที่จะแสดงให้เห็นว่าโครงการที่ลงทุนไปนั้น จะคืนทุนภายในระยะเวลาเท่าไหร่	-การนำมูลค่าของเงินสดรับสุทธิในอนาคตมาคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วเปรียบเทียบกับเงินลงทุนเริ่มแรกว่าเป็นอย่างไร

ที่มา : ผู้วิจัย

บริษัท **AAA** จำกัด
งบกำไรขาดทุน
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

1) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน(BEP :Break Even Point)

ผู้ประกอบการจะต้องมีการวางแผนการผลิตและจำหน่ายสินค้าในปริมาณที่สามารถทำกำไรให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เครื่องมือสำคัญที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่นิยมนำมาใช้ในการวางแผนการดำเนินงานของธุรกิจคือ **การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน** เป็นจุดที่รายได้รวมของธุรกิจเท่ากับต้นทุนรวม เพื่อให้เรารู้ว่าต้องขายให้ได้เท่าไหร่ถึงจะไม่ขาดทุน

ตัวอย่าง จากงบกำไรขาดทุนข้อมูลปี 2562

ค่าใช้จ่ายรวม **375,000** บาท และสมมุติให้เป็นค่าใช้จ่ายคงที่

ร้อยละของกำไรเบื้องต้น $= \frac{400{,}000 \times 100}{1{,}000{,}000} = \mathbf{40}$

จุดคุ้มทุน $= \frac{\text{รายจ่าย(คงที่)}}{\text{ร้อยละของกำไรเบื้องต้น}}$ หรือ $\frac{\text{รายจ่าย(คงที่)}}{\text{ราคาขาย-ต้นทุนผันแปร}}$

$= \frac{375{,}000}{40\%} =$ **937,500 บาท**

หมายความว่า ต้องขายให้ได้ 937,500 บาท ถึงจะไม่ขาดทุน

ที่มา : ผู้วิจัยดัดแปลงจากงบแสดงฐานกิจการบริษัทไตรอุโฆษ จำกัด. อัจฉรา จันทร์ฉายและศิพัฒน์ ไตรอุโฆษ ,การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนธุรกิจใหม่ ,2562

2) ระยะเวลาคืนทุน (Pay Back Period)

ระยะเวลาคืนทุนเป็นระยะเวลาที่จะแสดงให้เห็นว่าโครงการที่ลงทุนไปนั้นจะคืนทุนภายในระยะเวลาเท่าไหร่
เหมาะสำหรับเปรียบเทียบโอกาสการลงทุนในอนาคต

ตัวอย่าง บริษัท AAA ลงทุน 700,000 บาทสำหรับทำฟาร์มผักออแกนิก จำนวน 10 โรงเรือน
โดยการคำนวณในเบื้องต้นว่าฟาร์มผักออแกนิก จำนวน 10 โรงเรือนจะทำกำไรให้บริษัท 300,000 บาทต่อปี

ระยะเวลาคืนทุน (**Pay Back Period** = $\frac{700,000}{300,000}$ = **2.33 ปี**

การตัดสินใจที่จะลงทุนจึงขึ้นอยู่กับ ระยะเวลาคืนทุนที่บริษัท AAA ตั้งไว้
เช่น ทางผู้บริหารกำหนดไว้ว่า โครงการ ทำฟาร์มผักออแกนิกจำนวน 10 โรงเรือนระยะเวลาคืนทุนต้องไม่เกิน 5 ปี
ดังนั้นบริษัท AAA จึงอาจตัดสินใจลงทุนในโครงการดังกล่าว

ที่มา : ผู้วิจัย

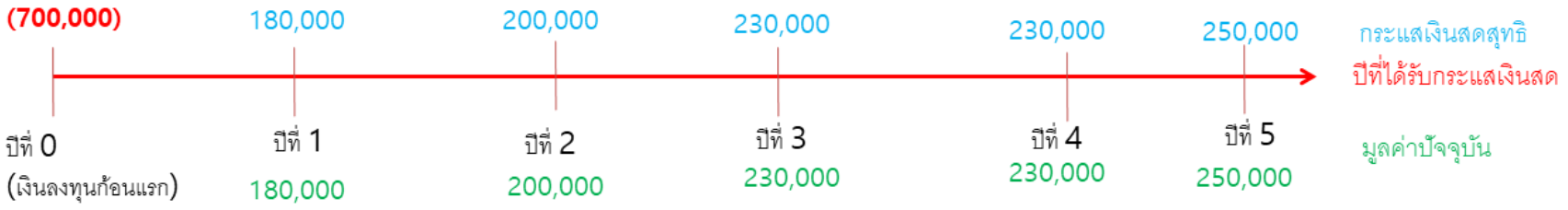
3) ค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV: Net Present Value)

การหาค่า NPV คือการนำมูลค่าของเงินสดรับสุทธิในอนาคตมาคิดเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วเปรียบเทียบกับเงินลงทุนเริ่มแรกว่าเป็นอย่างไร

ตัวอย่าง บริษัท AAA ลงทุน 700,000 บาทสำหรับทำฟาร์มผักออแกนิกเพิ่มจำนวน 7 โรงเรือน
โดยคาดว่าจะได้รับผลตอบแทนปีละ 15% และเงินทุนจากการกู้ยืมธนาคาร 500,000 บาท โดยต้องเสียดอกเบี้ยปีละ 5%

ต้นทุนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของแหล่งทุน = $(15\% \times \frac{500,000}{1,00,000}) + (5\% \times \frac{500,000}{1,000,000}) = 10\%$

สมมุติว่าฟาร์มผักออแกนิกสร้างเงินสดเป็นเวลา 5 ปี ดังนี้ 180,000 , 200,000 , 230,000 , 230,000 , และ 250,000 ตามลำดับ
และสมมุติว่า ไม่มีส่วนลดต่างๆ (No Discount)



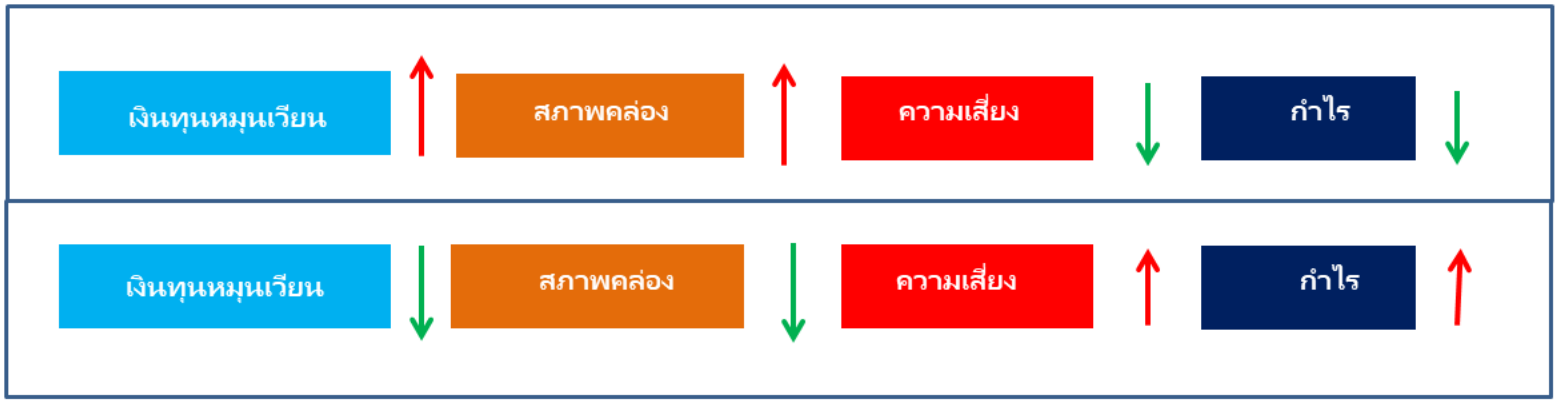
ค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) = (180,000 +200,000+230,000+230,000+250,000) -700,000
= **114,014** บาท

ที่มา : ผู้วิจัย

2.4 การบริหารทุนหมุนเวียน

1) เงินทุนหมุนเวียน (Working Capital) คือ เงินทุนที่กิจการต้องใช้หมุนเวียนสำหรับการดำเนินงาน ก่อนที่กิจการจะได้รับเงินสดจากการขายสินค้าและบริการ หรือการชำระหนี้จากลูกหนี้การค้า

ความสัมพันธ์ของเงินทุนหมุนเวียน สภาพคล่อง ความเสี่ยง และ กำไร



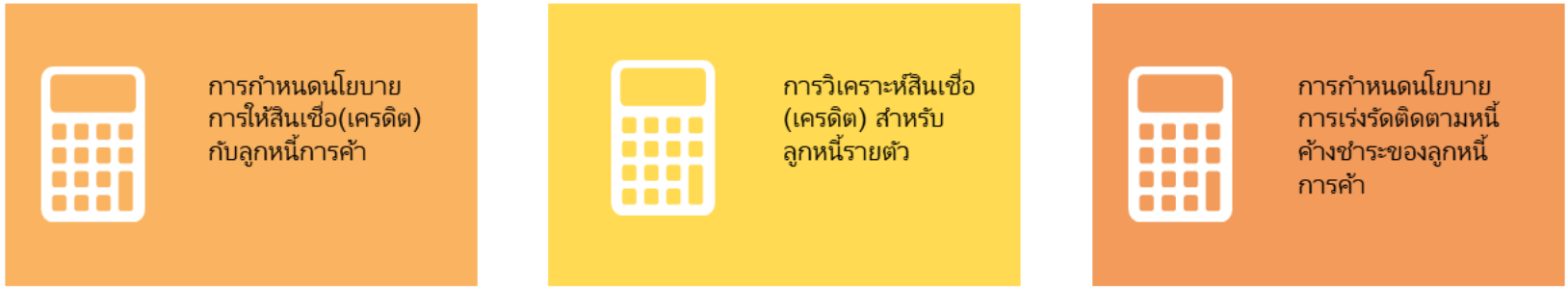
-เงินทุนหมุนเวียนสูง สภาพคล่องสูง ความเสี่ยงต่ำ และ กำไรต่ำ
-เงินทุนหมุนเวียนต่ำ สภาพคล่องต่ำ ความเสี่ยงสูง และ กำไรสูง

ที่มา : ผู้วิจัย

2) การบริหารลูกหนี้

ลูกหนี้การค้า (Account receivable, Trade receivable) หมายถึง ลูกหนี้ที่เกิดจากการดำเนินการค้าขายตามปกติของธุรกิจ เกิดจากการขายเชื่อหรือบริการเชื่อที่เป็นรายได้หลักของกิจการ โดยทั่วไปผู้ขายจะให้เครดิตเทอม(ระยะเวลาการชำระเงิน)แก่ผู้ซื้อที่เป็นลูกหนี้การค้าประมาณ 30-60 วัน หากลูกหนี้การค้าที่มีหนี้ค้างสะสมมากขึ้นเรื่อยๆก็จะเป็นปัญหาที่ผู้ขายจำเป็นต้องสำรองเงินไว้เป็นเงินทุนหมุนเวียนมากขึ้นซึ่งหากการบริหารจัดการหนี้ค้างไม่ดีก็จะกลายเป็นภาระของผู้ขายสินค้าไปในทันทีและอาจเกิดปัญหาขาดสภาพคล่องได้ จนถึงเลิกกิจการได้ในที่สุด

การบริหารลูกหนี้การค้าไม่ให้เป็นหนี้เสียนั้นจำเป็นต้องวิเคราะห์ลูกหนี้เพื่อลดความเสี่ยง



ที่มา : ผู้วิจัย

3) การบริหารสินค้าคงเหลือ

การบริหารสินค้าคงคลัง หรือสินค้าคงเหลือ (Inventory) เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับทุกธุรกิจเพราะจัดเป็นสินทรัพย์หมุนเวียนประเภทหนึ่งซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องมีไว้สำหรับเป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตหรือเก็บไว้เป็นสต๊อคสำหรับการขาย

การมีสินค้าคงคลังมากเกินไป

ก่อให้เกิดปัญหากับกิจการ เช่น ต้นทุนการเก็บรักษา สินค้าเสื่อมสภาพ หมดอายุ ล้าสมัย ถูกขโมย หรือสูญหาย นอกจากนี้ยังทำให้เงินมาจมอยู่กับสินค้าคงคลังแทนที่จะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในด้านอื่นๆ

การมีสินค้าคงคลังน้อยเกินไป

ก่อให้เกิดปัญหากับกิจการ เช่น สูญเสียโอกาสในการขายสินค้าให้แก่ลูกค้า สูญเสียลูกค้า นอกจากนี้ถ้าสิ่งที่ขาดแคลนนั้นเป็นวัตถุดิบที่สำคัญการดำเนินงานทั้งการผลิตและการขายก็อาจต้องหยุดชะงัก ซึ่งอาจส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจในอนาคตได้

การมีสินค้าคงคลังให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

ไม่มากหรือน้อยจนเกินไป เพราะการลงทุนในสินค้าคงคลังต้องใช้เงินจำนวนมาก และอาจส่งผลกระทบถึงสภาพคล่องของธุรกิจได้ โดยอาจใช้แนวคิดทางด้านลีน หรือ การผลิตแบบทันเวลา หรือ การปรับปรุงสินค้าคงคลังด้วยการวิเคราะห์แบบเอบีซี โดยจะอธิบายรายละเอียดในวิชาวิชาการบริหารการปฏิบัติการ 5.0 ต่อไป

2.5 ความเสี่ยงทางการเงิน

ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk) สาหรับองค์กร หมายถึง ความไม่แน่นอนของผลลัพธ์ในอนาคต อันเนื่องมาจากการดำเนินกิจกรรมทางการเงินของฝ่ายที่เกี่ยวข้องในองค์กร ที่จะส่งผลกระทบทางลบต่อมูลค่าของกิจการ

3 ความเสี่ยงทางการเงินที่ควรรู้

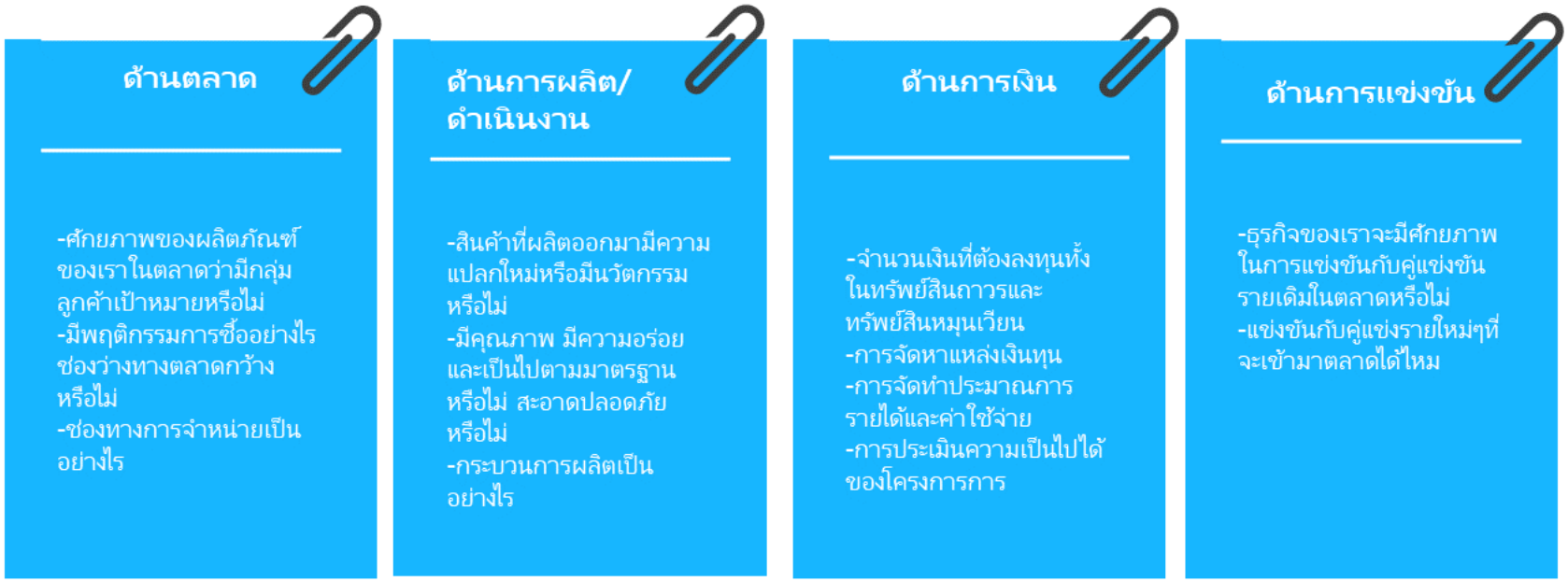
ความเสี่ยงทางการตลาด
ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากความผันผวนของตลาด ทำให้ผู้ลงทุนไม่สามารถเชื่อได้อย่างแน่นอนว่าผลตอบแทนที่จะได้รับจะเป็นเท่าใด ณ สิ้นสุดการลงทุนการค้า

ความเสี่ยงด้านเครดิต
ความเสี่ยงยังเกิดจากความไม่แน่นอนที่อีกฝ่ายหนึ่งจะไม่ชำระราคาหรือชำระหนี้ตามที่ตกลงกันไว้

ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ
การกำหนดนโยบายการเร่งรัดติดตามหนี้ค้างชำระของลูกหนี้การค้า

ที่มา : ผู้วิจัย

3.1 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านธุรกิจ : กระบวนการรวบรวมข้อมูลรอบด้านและนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์เพื่อประกอบการตัดสินใจก่อนการลงทุนหรือเริ่มต้นธุรกิจใหม่ ต้องศึกษาให้ครบทั้ง 4 ด้าน ได้แก่



ที่มา : ผู้วิจัย

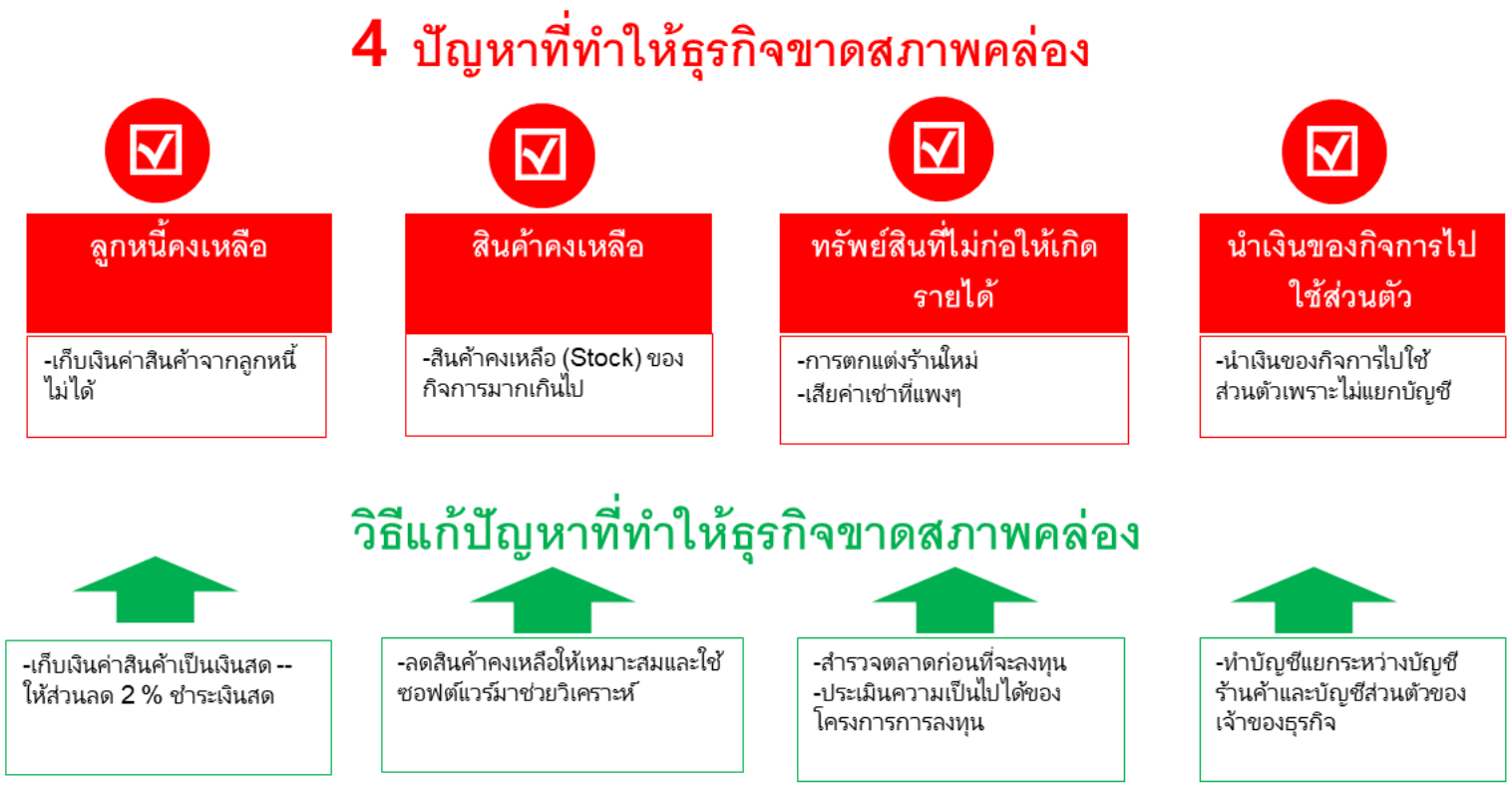
3.2 การทำแผนการเงินง่ายๆ ด้วย 3 วิธี

1) แผนการบริหารเงินทุนระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว

เงินทุนระยะสั้น	เงินทุนระยะกลาง	เงินทุนระยะยาว
1)เงินทุนที่มีกำหนดระยะเวลาชำระคืนไม่เกิน 1ปี 2)ควรใช้ลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน เช่น ลงทุนในลูกหนี้ ลงทุนในสินค้าคงเหลือ	1) เงินทุนที่มีระยะเวลาของการชำระคืนเกินกว่า 1ปีขึ้นไป (ปกติประมาณ 3-5 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี) 2) ควรใช้ลงทุนเรื่องที่สำคัญ ได้แก่ 2.1) ลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงานให้สูงขึ้น 2.2) ลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้นเพื่อขยายการดำเนินงานเป็นการถาวรต่อไป เช่น การขยายหรือส่งเสริมการขายทำให้ต้องลงทุนในบัญชีลูกหนี้เพิ่มขึ้น ขยายขนาดหรือจำนวนสินค้าคงคลัง 3) ควรจะต้องนำมาใช้กับความต้องการทางการเงินของธุรกิจที่ค่อนข้างแน่นอนและเป็นประจำ	1) เงินทุนที่ธุรกิจจัดหามาเพื่อใช้ในการดำเนินกิจการที่มีระยะเวลามากกว่า 1 ปี 2)ควรใช้ลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงานให้สูงขึ้น

ที่มา : ผู้วิจัย

2) การบริหารสภาพคล่อง



ที่มา : ผู้วิจัย

3) การบริหารกระแสเงินสด

4 วิธีในการการบริหารกระแสเงินสด

รักษาสภาพคล่อง	ถือเงินสดให้เหมาะสม	พยากรณ์การใช้เงิน	สำรองเงินไว้เผื่อเหตุการณ์ฉุกเฉิน
มีรายรับเพียงพอกับรายจ่าย -ตรวจสอบเงินสดเข้าออกธุรกิจอย่างใกล้ชิด	-มีเงินสดเพียงพอต่อการหมุนเวียนในวงจรของธุรกิจ -นำไปลดภาระเงินกู้ยืมเพื่อลดภาระดอกเบี้ย -ลงทุนในตราสารอายุสั้น -นำไปขยายธุรกิจ	-พยากรณ์กระแสเงินสดทั้งรายรับและรายจ่ายในระยะสั้นและระยะยาว -วางแผนการใช้เงิน	-ควรมีเงินสดหรือทรัพย์สินที่ซื้อง่ายขายคล่องสำรองเตรียมพร้อมไว้เสมอยามฉุกเฉิน

ที่มา : ผู้วิจัย

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ คู่มือการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์และการดำเนินธุรกิจซึ่งขับเคลื่อนด้วยทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรมสู่ Thailand 4.0 ,2560.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (Online) แหล่งที่มา :http://mis.rmutt.ac.th/sme/Headings/BusinessTest.htm(28 มกราคม 2563)

คุ้มทุนแค่ไหน แค่ไหนเรียกคุ้มทุน? รู้จัก 3 เครื่องมือช่วยตัดสินใจการลงทุน แหล่งที่มา : https://themomentum.co/different-types-of-returns-roi-npv-payback-period/(28 มกราคม 2563)

อัจฉรา จันทร์ฉายและศิพัฒน์ 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 พาสตาร์ทอัพไอเดียเด่น โลดแล่นสู่ฝั่งฝัน (Online) แหล่งที่มา : https://www.scg.com/innovation/addventures-by-scg-corporate-venture-capital-พาสตาร์ทอัพไอเดีย/(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 เด่นโมฬี

วิชาการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0
(Business Plan 5.0)
หลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา
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

กิจกรรมการเรียนการสอน

บรรยายด้วยคลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย

สื่อและอุปกรณ์การเรียนการสอน

-คลิปวีดีโอและบทเรียนมัลติมีเดีย
-เอกสารประกอบ

การวัดและประเมินผล

หลังจากเรียนจบรายวิชา มีการทดสอบความรู้หลังเรียน โดยจะถือเกณฑ์ผ่านที่ร้อยละ 60

เวลาที่ใช้ในการเรียนทั้งหมด

6 ชั่วโมง

อาจารย์ประจำวิชา

ดร.สรศักย์ ชัยสถาผล ผู้ช่วยผู้จัดการศูนย์ความเป็นเลิศด้านการค้า EXIM Bank
อดีตอาจารย์ ประจำคณะการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ผู้พัฒนาเนื้อหา

นายพรประสิทธิ์ เด่นโมพี

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) เป็นการวิเคราะห์ที่ทำให้รู้จุดอ่อน จุดแข็งในธุรกิจ เข้าใจรายละเอียดเกี่ยวข้องกับธุรกิจในทุกๆ ขั้นตอน
2) เพื่อใช้ในการระดมทุน
3) สามารถใช้ในการเพิ่มโอกาสในการพัฒนาธุรกิจในอนาคต
4) เป็นกรอบในการดำเนินธุรกิจ
5) ลดความเสี่ยงในการตัดสินใจผิดพลาดทางธุรกิจ

8 องค์ประกอบของแผนธุรกิจใหม่(Startup)
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร
รายละเอียดผลิตภัณฑ์
การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการตลาด
แผนการบริหารจัดการ
แผนการตลาด
แผนการดำเนินงานหรือการผลิต
แผนการเงิน
แผนความเสี่ยง

1.3 องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

1) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

1.1) ความเป็นมาและสถานะของกิจการในปัจจุบัน

-ประวัติย่อของกิจการ ,ระยะเวลาในการจัดตั้งจนถึงวันเริ่มดำเนินงาน

- ประวัติผู้ประกอบการและทีมงาน

-ประเภทสินค้า/บริการ ,ยี่ห้อสินค้า/บริการ

- กลุ่มลูกค้าหลัก , ส่วนแบ่งตลาด , คู่แข่งที่สำคัญ,ความสามารถในการแข่งขันของกิจการ

1.2) โอกาสทางธุรกิจ และแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

-วัตถุประสงค์ของโครงการ เช่นเพื่อขยายสาขา,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) การวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน(5 Force Model)

เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่เรากำลังดำเนินธุรกิจอยู่ หรือกำลังจะเริ่มดำเนินธุรกิจเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพตลาดที่เราอยู่ แบ่งปัจจัยที่จะทำการวิเคราะห์เป็น 5 ปัจจัย ได้แก่ การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่ การคุกคามจากสินค้าทดแทน อำนาจการต่อรองของผู้ขาย และอำนาจการต่อรองของลูกค้า

3.2) การวิเคราะห์ลูกค้า(Customer Analysis)
3.2.1) **วิเคราะห์ลูกค้าด้วยทฤษฎี 6W1H** (Behaviour analysis)
3.2.2) **วิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า** (Customer Behaviour analysis)ด้วยกลยุทธ์ **5A**

3.3) การประเมินศักยภาพของธุรกิจ (SWOT Analysis)
การมองโดยใช้ตัวเองเป็นจุดศูนย์กลาง เรื่องใดเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนของกิจการ แล้วจึงนำมาสู่ขั้นตอนการวางแผนธุรกิจ ประกอบด้วย จุดแข็ง(Strengths) จุดอ่อน(Weaknesses) โอกาส(Opportunities)และอุปสรรค(Threats)

4) แผนการบริหารจัดการ

4.1 **วิสัยทัศน์** (Vision) : ความคาดหวังในอนาคตของธุรกิจที่ต้องการจะเป็น
7 Eleven : เราให้บริการความสะดวกกับทุกชุมชน
S&P : เป็นผู้นำธุรกิจ ร้านอาหารไทย ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และผลิตภัณฑ์อาหาร ที่ได้รับความชื่นชอบทั่วโลก
4.2 **พันธกิจ** (Mission) : ขอบเขตการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้
CP ALL : มุ่งสร้างความผูกพันกับลูกค้าด้วยสินค้าและบริการที่เปี่ยมด้วนวัตกรรม พร้อมทั้งสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับชุมชนและสังคม
S&P : 1) สร้างความสุขแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
2) เร่งการเจริญเติบโตผลกำไรในธุรกิจที่มีอยู่และที่เกี่ยวข้อง
3) สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่และการบริการ
4) ดึงดูดและรักษาสมรรถนะการทำงานสูงสุดโดยการพัฒนาคนและการมีพันธกิจร่วมกัน
5) ลดความซับซ้อนของกระบวนการทางธุรกิจและเพิ่มผลผลิต
6) มีส่วนร่วมในชุมชนของเรา
4.3 **เป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว**
-การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจนตามหลัก **SMART** : เจาะจง, วัดได้, ทำได้, สอดคล้องกับเป้าหมายใหญ่และระบุในกรอบเวลา ตัวอย่างดังนี้ **เป้าหมายระยะสั้น** : ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก , มีผลกำไรสุทธิเพิ่มขึ้น10% ในปีแรก
เป้าหมายระยะยาว : เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้าสะดวกซื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศ
4.4 **ประวัติผู้บริหาร/ทีมบริหารหลัก** : เป็นการสรุปความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ ทักษะ ความเชี่ยวชาญที่เป็นผู้ก่อตั้งหรือผู้บริหาร/ทีมบริหารหลักโดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของกิจการ
4.5 **โครงสร้างองค์กรและบทบาทความรับผิดชอบ** : มีแผนผังโครงสร้างองค์กรพร้อมกับบอกด้วยว่า ประกอบด้วยหน่วยงาน/ทีมงาน/ใคร หน่วยงาน/ทีมงาน/ใครมีบทบาทและความรับผิดชอบอะไร

5) แผนการตลาด

5.1) เป้าหมายทางการตลาด

-สร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้เกิดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

-ยอดขายให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

5.2) การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และ การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(STP)

-**การแบ่งส่วนตลาด (S):**การแบ่งกลุ่มลูกค้าหรือตลาดของผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีความแตกต่างกันออกเป็นส่วนย่อยๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน เพื่อจะได้วางแผนการตลาดได้เหมาะสมกับแต่ละส่วนของตลาด เช่น แบ่งตามประชากรศาสตร์หรือข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล(อายุ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ศาสนา สถานภาพ) แบ่งตามภูมิศาสตร์(ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคใต้)

แบ่งตามด้านจิตวิทยา(รูปแบบการดำเนิน เช่น ชอบโปรโมชั่นที่หลากหลาย ชอบความท้นสมัย ชอบสินค้าที่มียี่ห้อ (Brand Name) ,กิจกรรม ความสนใจ)

แบ่งตามด้านพฤติกรรมการใช้งาน เช่น ประโยชน์ที่ต้องการใช้(ประหยัด สะดวก รวดเร็ว คุณภาพ) ,-อัตราการใช้(ใช้มาก ใช้น้อย ใช้ปานกลาง),สถานะของผู้ใช้ (ไม่เคยใช้/ใช้ครั้งแรก/ใช้บ่อย)

-**ตลาดเป้าหมาย (T)** :การเลือกตลาดหนึ่งส่วนหรือหลายส่วนหรือทั้งหมด เพื่อใช้เป็นเป้าหมายสำหรับสินค้าและบริการของเราว่ามีศักยภาพเพียงพอที่จะเข้าไปแข่งขันแล้วมีโอกาสจะประสบความสำเร็จและเหมาะสมกับทรัพยากรและความชำนาญของ มีโอกาสทางการตลาด มีศักยภาพในการสร้างยอดขายและทำกำไรให้กับบริษัท

-**การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(P)**: การสร้างลักษณะเด่นของสินค้าและบริการจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือตลาดเป้าหมายอย่างชัดเจน

5.3) กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix) หมายถึง กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้วิเคราะห์การวางแผนการตลาด 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)
-ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)
-การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) -กระบวนการ (Process)

6) แผนการผลิต/การปฏิบัติการ

-เป้าหมายการดำเนินงาน/การผลิต/การปฏิบัติการ
-กำลังการผลิต
-ที่ตั้งโรงงาน/กิจการ
-วัตถุดิบที่ใช้และแหล่งที่มา
-แรงงาน
-เครื่องมืออุปกรณ์
-กระบวนการดำเนินงาน/การผลิต
-การกระจายสินค้า

7) แผนการเงิน

-สินทรัพย์ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ
-ประมาณการลงทุน
-ข้อสมมุติทางการเงิน
-ประมาณการขายสินค้าและบริการ
-ประมาณการต้นทุนการผลิต/ดำเนินการ
-ประมาณการงบการเงิน(งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด งบแสดงฐานะทางการเงิน)
-ระยะเวลาคืนทุน(Payback Period)
- มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)
- อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)
-การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและอัตราส่วนทางการเงิน

8) แผนความเสี่ยง

-ความเสี่ยงที่คาดว่าอาจมีโอกาสเกิดขึ้น
-การจัดการความเสี่ยง
-แนวทางการรับมือหรือวิธีการแก้ปัญหา ถ้าหากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนการที่กำหนด

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ **คู่มือการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์และการดำเนินธุรกิจซึ่งขับเคลื่อนด้วยทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรมสู่ Thailand 4.0** ,2560.

อัจฉรา จันทร์ฉายและศิพัฒน์ ไตรอุโฆษ **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 1ค้นหาโอกาสทางธุรกิจ (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 นั้น แบ่งออกเป็น 3 แหล่งด้วยกัน คือ

-ภายในองค์กร ได้แก่ พนักงาน ฝ่ายวิจัยและพัฒนา ผู้บริหารระดับสูง
-ภายนอกองค์กร ได้แก่ ลูกค้า พ่อค้าส่ง ตัวแทนจำหน่าย หรือพ่อค้าปลีก คู่แข่งขัน
-แหล่งความคิดอื่นๆ เช่น ฐานข้อมูลสิทธิบัตร งานวิจัย บทความ

ขั้นตอนที่ 2 กลั่นกรองโอกาสทางธุรกิจเบื้องต้น(Idea Screening)

หลังจากได้แนวความคิดเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ใหม่แล้ว ก็จะต้องมีการนำแนวความคิดเหล่านั้น มาทำการประเมินถึงความเป็นไปได้และคัดเลือกแนวความคิดที่ดีและเหมาะสมที่สุด 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) ความเป็นไปได้ด้านการเงิน

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/ผลิตสินค้าหรือบริการอะไร/ชื่อธุรกิจ/เริ่มดำเนินการมากี่ปี/เหตุผลที่ทำธุรกิจนี้/คุณค่าคุณลักษณะพิเศษของสินค้าหรือบริการ)

-ชื่อพิซซ่าไทย มาจากประกายความคิดของคุณลัดดาในการทำพิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท ด้วยพื้นฐานเรียนจบด้านอาหารและโภชนาการทำให้มีความรักในด้านนี้เป็นทุนเดิม ในจังหวะที่กำลังนั่งรับประทานพิซซ่าแบรนด์ดังอยู่ๆ ก็เกิดแนวความคิดพิซซ่าราคาขนาดนี้ คงยังมีอีกหลายคนที่อยากเป็นลูกค้าแต่ไม่มีกำลังทรัพย์ ถ้าตนสามารถทำพิซซ่าอร่อยๆ แต่ขายในราคาถูกลงมาน่าจะขายดี ว่าแล้วก็ลองใช้พื้นฐานของตนเองทดลองทำพิซซ่าอย่างง่ายๆ ออกมาขายที่ตลาดนัด ใน 1 ชม. ขายได้มากถึง 50 แผ่น ตรงนั้นเองที่จุดประกายว่าอาชีพนี้ไปได้แน่นอน" ปัจจุบันพิซซ่าไทยเปิดให้บริการมานานกว่า 10 ปีแล้ว

1.2 โอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ความโดดเด่นของธุรกิจ หรือกลยุทธ์ธุรกิจ

-พิซซ่าไทยได้รับคัดเลือกจาก ช้อนทอง ชวนทาน ให้เป็นพิซซ่า เจ้าเดียวที่ได้รับประกาศนียบัตร แห่งความอร่อย จากจุดเริ่มต้นของคุณลัดดา ใช้เวลากว่า 5 ปี ปั้นแบรนด์พิซซ่าไทยจนประสพความสำเร็จ เพราะสูตรการผสมแป้งและวิธีการแต่งหน้าพิซซ่าอย่างที่เธอทำ ทำให้ได้แป้งหนานุ่มและมีให้เลือกกว่า 25 หน้า

-สิ่งที่ทำให้เรามั่นใจในธุรกิจก็คือการไม่หยุดพัฒนาสินค้าอย่างหน้าพิซซ่าเราก็มีให้เลือกหลายสิบหน้า ที่เป็นเอกลักษณ์ของเราคือหน้าต้มยำกุ้ง หน้าเบคอน แฮม ซีสก็ขายดี ที่สำคัญคือสูตรแป้งที่เราพัฒนาเองซึ่งแม้จะทิ้งไว้จนเย็นแล้วแป้งก็ยังนุ่มอยู่ลูกค้าทั่วไปบอกว่าอร่อยไม่แพ้แบรนด์ดัง

1.3 กลุ่มลูกค้าหมาย (ระบุกี่กลุ่มๆ ละกี่คนจำนวนที่ซื้อต่อเดือน)

-ยอดผลิตไม่ต่ำกว่า240 ถาดต่อวัน และมากกว่า 500 สาขาทั้งในและต่างประเทศ AEC

1.4 ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (เราเหนือกว่าคู่แข่งขันด้านใด)

-ตัวอย่างการวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

ตัวอย่างการวิเคราะห์สินค้าและบริการด้วยเครื่องมือ F.A.B

F (Feature / Spec) : คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าคืออะไร

-คุณลักษณะของพิซซ่า คือ พิซซ่าเป็นขนมปังอบ และมีการโรยหน้าด้วยเครื่องปรุงหรือผักต่างๆ
-เป็นหนึ่งในเรื่องคุณภาพที่ลูกค้าได้ให้ความไว้วางใจในแผ่นแป้ง ทั้งความอร่อย และความสะอาด ที่ได้มาตรฐาน

A (Advantage): จุดเด่นของสินค้าหรือดีกว่าอย่างไรหรือเหตุผลที่ต้องซื้อ

-ร้านพิซซ่าไทยของคนไทย
-พิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท
-เอกลักษณ์คือหน้าต้มยำกุ้ง มีหน้า และมีให้เลือกมากกว่า 25 หน้า
-สูตรแป้งที่เราพัฒนาเอง และมีโรงงานผลิตแป้งของตัวเองสามารถควบคุมสูตรได้ตามที่ต้องการจึงสามารถผลิตแป้งเนื้อดีได้ในราคาที่ไม่แพง
-ได้รับคัดเลือกจาก ช้อนทอง ชวนทาน ให้เป็นพิซซ่า เจ้าเดียวที่ได้รับประกาศนียบัตรแห่งความอร่อย

B (Benefit) : ประโยชน์ของสินค้าบริการคืออะไร

-แป้งทำเอง หน้าหลากหลาย จุดขายพิซซ่าราคาประหยัด
-พิซซ่าไทย มีมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศ และสาขาต่างประเทศ ได้แก่ เมียนม่า ลาว กัมพูชา มาเก๊า และอาฟริกาใต้

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

2) ผลิตภัณฑ์/บริการ

2.1รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

พิซซ่า มีเมนูหลัก 25 หน้า ได้แก่

พิซซ่าหน้าต้มยำกุ้ง	พิซซ่าหน้ากุ้งสไปซี่	พิซซ่าหน้าแฮมชีส	พิซซ่าหน้าแฮม	พิซซ่า สโม๊คกี้เบค่อน
พิซซ่าหน้าฮาวายเอี้ยน	พิซซ่าหน้าชีฟู้ด	พิซซ่าหน้าผักโขม	พิซซ่าหน้าทูน่าเลิฟเว่อร์	พิซซ่าหน้าปูอัดไอส์แลนด์
พิซซ่าหน้าเบคอน	พิซซ่าหน้าซูพรีม	พิซซ่าหน้าไส้กรอกไก่	พิซซ่าหน้าไส้กรอกเวียนนา	พิซซ่าหน้ามิกสเปเชี่ยล
พิซซ่าหน้าเปปเปอโรนี	พิซซ่าหน้ามังสวิรัติ	พิซซ่าหน้าผักโขมอบชีส	พิซซ่าหน้าแฮมและปูอัด	พิซซ่าแครกเกอร์
พิซซ่าหน้ารวมมิตร	พิซซ่าหน้าสลามี	พิซซ่าหน้าออสซี่	พิซซ่าหน้าหน้าผักรวม	พิซซ่าหน้าแซลมอน

พิซซ่า ต้มยำกุ้ง

พิซซ่า กุ้งสไปซี่

พิซซ่า แฮมชีส

แป้งพิซซ่า

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

ที่มา : ผู้วิจัย

3) การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและสถานการณ์

3.1) สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

- Five Force Model : เครื่องมือสำหรับวิเคราะห์คู่แข่ง สภาพแวดล้อมการแข่งขัน เพื่อวางแผนกลยุทธ์ของบริษัทและการดำเนินธุรกิจ

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)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

ตัวอย่างการวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

ผู้ประกอบการธุรกิจ :บริษัทพิซซ่าไทย จำกัด

การคุกคามของผู้ประกอบการรายใหม่

-การเข้าสู่ธุรกิจร้านพิซซ่าค่อนข้างง่ายเพราะใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนักโดยร้านพิซซ่าระดับท้องถิ่นที่มีการเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาเพราะธุรกิจพิซซ่าได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทำให้ธุรกิจนี้มีการเติบโตสูงมากในแต่ละปีจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลให้การมีการแข่งขันสูงทั้งร้านพิซซ่าระดับท้องถิ่นไปจนถึงร้านพิซซ่าระดับพรีเมียม

อำนาจการต่อรองของผู้ขาย

-เนื่องจากมีปริมาณการสั่งซื้อค่อนข้างมาก การผลิตไม่ต่ำกว่า 10,000แผ่นต่อวัน และมากกว่า 500 สาขาทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ได้ราคาและเงื่อนไขต่างๆที่ดี ทำให้ได้ต้นทุนที่ถูกและสามารถทำกำไรได้
-เนื่องจากวัตถุดิบหลักที่สำคัญในการทำพิซซ่าคือ แป้งพิซซ่า จึงมีการตั้งโรงงานผลิตแป้งของตัวเองเพื่อสามารถควบคุมสูตรได้ตามที่ต้องการจึงสามารถผลิตแป้งเนื้อดีได้ในราคาที่ไม่แพง

อำนาจการต่อรองของลูกค้า

-ลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการของคู่แข่งหรือ ฟาสต์ฟูด ประเภทอื่นๆ ได้ง่าย

การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม

-การแข่งขันสูงในอุตสาหกรรมสูง ทั้งพิซซ่าระดับพรีเมียม ไป จนถึงพิซซ่าระดับท้องถิ่น

การคุกคามจากสินค้าทดแทน

สินค้าฟาสต์ฟูด ประเภทอื่นๆ นอกจากพิซซ่าได้แก่ แฮมเบอร์เกอร์ ไก่ทอดเคเอฟซี มิสเตอร์โดนัท

ที่มา : ผู้วิจัย

<u>ตัวอย่างการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค</u>
ด้วยการวิเคราะห์ลูกค้าด้วยทฤษฎี 6W1H (Behaviour analysis)

1).ลูกค้าเป็นใครหรือใครคือลูกค้า:
-กลุ่มคนที่มีความเร่งรีบในชีวิตประจำวัน
- -กำหนดคุณลักษณะอื่นๆ ได้แก่ ลูกค้าทุกเพศทุกวัย เช่น พนักงานบริษัท,นักเรียน นักศึกษา,ครอบครัว, ประชาชนทั่วไป

2).ลูกค้าต้องการซื้ออะไร :
-มีพิซซ่าหน้าต้มยำกุ้งที่ถูกปากคนไทยและมีให้เลือกมากกว่า 25 หน้า
-ความสะดวกในการรับประทาน รสชาติที่อร่อย ราคาที่เหมาะสม

3).ทำไมลูกค้าถึงซื้อ :
-พิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท

4).ลูกค้าซื้อสินค้าเมื่อไร :
-เวลาหิว เวลาไปเดินช้อปปิ้ง เวลาเลิกงานกลับบ้าน

5).ลูกค้าซื้อที่ไหน :
-ซื้อที่สาขาของพิซซ่าไทย มีมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศ

6).ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ : เพื่อน ครอบครัว

7) ลูกค้าซื้ออย่างไร :
-สั่งซื้อเป็นถาด

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

ตัวอย่าง

การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า Customer Behaviour analysis)ด้วยกลยุทธ์ 5A

Aware
รู้จักสินค้า

แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย “พิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท”
ทำให้คนรู้จัก สร้างการรับรู้จากโฆษณา การสื่อสารการตลาด ผ่านทางโซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์และรายการทีวี

Appeal
ชื่นชอบสินค้า

ชื่นชอบสินค้า พอเกิดการรู้จักก็ดึงดูดให้แบรนด์เราเป็นหนึ่งในทางเลือกของลูกค้า
-ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้า จุดเด่นของสินค้าดีกว่าอย่างไร สาขาและที่ตั้งโรงงาน วิธีการสั่งซื้อ และการสื่อสารการตลาดอย่างสม่ำเสมอ

Ask
ถามต่อ

สอบถามข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ
-ลูกค้าอาจสอบถามจากคนใกล้ตัวหรือคนที่เคยรับประทานที่ร้านเรามาก่อนหรือการรีวิวอาหารทางโซเชียลมีเดีย รายการทีวี

Act
การตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ
-หลังจากลูกค้ามีการสอบถามหรือค้นหาข้อมูลต่างๆ แล้ว ในกรณีที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในตัวสินค้าได้การตัดสินใจซื้อสินค้าของเราก็จะเกิดขึ้น

Advocate
เกิดการแนะนำ

เกิดการแนะนำสินค้าจากผู้อื่น
-ทำอย่างไรให้ลูกค้าแนะนำสินค้าหรือแบรนด์ของเรา ส่งต่อประสบการณ์ดี ๆ ไปให้ลูกค้าคนต่อไป
-เกิดจากการที่ลูกค้าเคยรับประทานสินค้าของเราแล้วเกิดความพึงพอใจประทับใจ การที่ลูกค้าบอกต่อสินค้าเราจะเป็นการประชาสัมพันธ์ไปในตัว

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการสังสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

ตัวอย่างการประเมินศักยภาพของธุรกิจ(SWOT Analysis)

ผู้ประกอบการธุรกิจ :บริษัทพิซซ่าไทย จำกัด

ที่มา : ผู้วิจัย

4) แผนการบริหารจัดการ

4.1) วิสัยทัศน์ : เราจะเป็นผู้นำพิซซ่าราคาประหยัดของทุกคน

4.2) พันธกิจ : เราจะเป็นผู้จัดส่งพิซซ่าที่มีคุณค่าทางโภชนาการและถูกสุขลักษณะ
เราจะพัฒนาและปรับปรุงไปพร้อมกับความต้องการของลูกค้า

4.3) เป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว

เป้าหมาย	2561	2562	2563	2564	2565
ยอดขาย	2 ล้านบาท	3 ล้านบาท	5 ล้านบาท	7 ล้านบาท	10 ล้านาท
กำไรสุทธิเพิ่มขึ้น10%	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)
-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

4.4) แผนผังองค์กรและบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ

การออกแบบโครงสร้างองค์การตามหน้าที่ (Functional Organization) เป็นวิธีการจัดองค์การ โดยแบ่งตามหน้าที่ หรือลักษณะงานที่ต้องทำโดยอาศัยความถนัดของแต่ละบุคคล เพื่อประโยชน์สูงสุดขององค์การ

หมายเหตุ : สำหรับการจัดส่งสินค้าใช้บริการจากบริษัทเอ้าท์ซอร์ส(Outsource) ที่เชี่ยวชาญเรื่องขนส่ง

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย 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

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

ตัวอย่างการแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และ การกำหนดตำแหน่งของสินค้า(STP)

S การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

-กลุ่มผู้บริโภค : แบ่งตามอายุ **18-22** วัยนิสิตนักศึกษา , อายุ **23-60** วัยทำงาน , อายุ **60** ปีขึ้นไป

T ตลาดเป้าหมาย (Target Group)

-กลุ่มนิสิตนักศึกษาและกลุ่มวัยทำงาน

P การกำหนดตำแหน่งของสินค้า (Positioning)

แบรนด์ที่มีชื่อเสียงในหมู่สินค้าประเภทพิซซ่าและได้รับความนิยม จากผู้บริโภคที่สามารถซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท **ผลิตภัณฑ์วางตำแหน่งให้อยู่ในระดับตำแหน่งผลิตภัณฑ์แบบผสมผสาน** เพราะนำทั้งคุณสมบัติของสินค้าและการแข่งขันมาร่วมกำหนดเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ **พิซซ่าราคาประหยัด**

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

ที่มา : ผู้วิจัย

ตัวอย่าง
กลยุทธ์/ส่วนผสมทางการตลาด 4P (Marketing Mix)

Product ผลิตภัณฑ์

-พิซซ่าไทยของคนไทยเอกลักษณ์คือหน้าต้มยำกุ้ง มีหน้า และมีให้เลือกมากกว่า 25 หน้า
-สูตรแป้งที่เราพัฒนาเอง และมีโรงงานผลิตแป้งของตัวเองสามารถควบคุมสูตรได้ตามที่ต้องการจึงสามารถผลิตแป้งเนื้อดีได้ในราคาที่ไม่แพง
-ได้รับคัดเลือกจาก ช้อนทอง ชวนทาน ให้เป็นพิซซ่า เจ้าเดียวที่ได้รับประกาศนียบัตร แห่งความอร่อย

Price ราคา

-ตั้งราคาสินค้าที่ราคาไม่แพง โดยราคาต่ำกว่าคู่แข่งอย่างน้อย 30% เช่น พิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท เพื่อให้ผู้บริโภคทดลองซื้อได้ง่ายและเป็นลูกค้าประจำ

Place การจัดจำหน่าย

-พิซซ่าไทย มีมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศและต่างประเทศ
-ขยายธุรกิจด้วยแฟรนไชส์

Promotion การส่งเสริมการตลาด

-เชียร์สินค้าด้วยการรีวิวอาหารทางสื่อโทรทัศน์และโซเชียลมีเดีย แฟรนไชส์ไทยมากกว่า 500 สาขาทั่วประเทศและต่างประเทศ
-พนักงานขายและเจ้าของร้าน

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

www.pizzathai.net

6) แผนการดำเนินงาน/การผลิต

7.1 สถานประกอบการในการผลิต

ที่อยู่โรงงานพิซซ่าไทย 78/272 ซ.คู้บอน27 แยก 29 ถ.คู้บอน แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กทม 10220

7.2 เครื่องจักร อุปกรณ์ และเครื่องมือในการผลิต

7.3 ข้อมูลการผลิต

พิซซ่าไทย ยอดเยี่ยม เป็นหนึ่งในเรื่องคุณภาพที่ลูกค้าได้ให้ความไว้วางใจในแผ่นแป้ง ทั้งความอร่อย และความสะอาด ที่ได้มาตรฐาน จึงกล้ารับประกันของคำว่า "ต้นตำหรับ" การันตียอดผลิตไม่ต่ำกว่า10,000แผ่นต่อวัน และมากกว่า 500 สาขาทั้งในและต่างประเทศ AEC

7.4 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบหลัก : ชีส แป้ง ซอสพิซซ่า

วัตถุดิบอื่นๆ :

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

7.5 ขั้นตอนการผลิต

ขั้นตอนการบริหารการปฏิบัติการสำหรับธุรกิจการผลิต

กระบวนการการสั่งซื้อ

1. **การสั่งซื้อวัตถุดิบหลัก : โรงงาน**ของพิซซ่าไทย จะสั่งซื้อวัตถุดิบในการผลิตพิซซ่าจากคู่ค้าของบริษัท(บริษัทเทรดดิ้ง/โรงงานผู้ผลิต) สัปดาห์ละ 3 ครั้ง ทุกวันจันทร์-พุธ-ศุกร์ของสัปดาห์โดยจะสั่งซื้อวัตถุดิบจำพวก ชีส แป้ง ซอสพิซซ่า และวัตถุดิบอื่นๆ จะสั่งซื้อจากห้างค้าส่งรายใหญ่ โดยจะถูกจัดส่งเข้ามาภายในร้านก่อนเวลา 9.00 น.

2. การรับวัตถุดิบ : คู่ค้าของบริษัท(บริษัทเทรดดิ้ง/โรงงานผู้ผลิต) จะนำวัตถุดิบมาส่งที่โรงงานของบริษัทพิซซ่าไทยก่อนเวลา 9.00น. โดยมีผู้จัดการฝ่ายคลังสินค้าเป็นคนรับเรื่องและตรวจสอบทั้งหมด

3. การตรวจเช็ควัตถุดิบ : หลังจากที่ทำการรับสินค้าแล้ว ก็จะต้องตรวจสอบวัตถุดิบก่อนทำการเซ็นรับของว่า มีของช้ำ หรือของเน่าเสียปะปนมาหรือไม่ ถ้ามีทางผู้จัดการคลังสินค้าจะต้องส่งคืนให้กับผู้ค้าของบริษัทหันที

4. การคัดแยกวัตถุดิบ : หลังจากที่ทำการตรวจสอบวัตถุดิบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ฝ่ายผลิตจะทำการคัดแยกวัตถุดิบ แต่ละชนิด เช่น แป้ง ชีส ซอส หรือ ผัก และของสดต่างๆ โดยจะคัดแยกไว้ให้เป็นหมวดหมู่

5. การหั่นวัตถุดิบ : ในส่วนของผักและของสดที่ผ่านการคัดแยกจะนำมาล้างและหั่นตามที่ได้ประมาณการไว้ ทำการจัดเก็บวัตถุดิบต่างๆ ให้พร้อมและเป็นหมวดหมู่

6. การจัดเก็บวัตถุดิบเข้าตู้แช่ : จัดเก็บวัตถุดิบต่างๆ เข้าตู้แช่ ในอุณหภูมิที่ 3 องศาเซลเซียส เพื่อรักษาความสดของของสดและผัก

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

กระบวนการผลิตพิซซ่าหน้าต่างๆ

1. เตรียมแป้งพิซซ่า ที่ได้จากการขั้นตอนการผลิตแป้ง พักไว้เตรียมสำหรับตกแต่งหน้าตาและรสชาติ
2. นำวัตถุดิบต่างๆ เช่น เบคอน แฮม ไส้กรอก กุ้ง ฯลฯ และชีส มาเตรียมไว้ใส่ภาชนะตามปริมาณที่กำหนด
3. นำแผ่นชีสมาซอยออกเป็นแผ่นฝอยๆเส้นเล็ก แล้วพักเตรียมไว้
4. นำวัตถุดิบที่จัดเตรียมไว้ทั้งหมด มาตกแต่งหน้าแป้ง เรียงจากวัตถุดิบต่างๆเช่น เบคอน แฮม ไส้กรอก กุ้ง ฯ พร้อมกับทาซอสสูตรพิเศษของร้านพิซซ่าไทย ลงบนตัวแป้ง
5. นำเส้นชีสที่หั่นเป็นฝอยเล็กๆ มาโปรยลงบนหน้าพิซซ่า แล้วจัดแต่งให้สวยงาม
6. นำเข้าเตาอบใช้เวลารอประมาณ 7-10 นาที ก็สามารถรับประทานได้

หมายเหตุ

-ส่วนใหญ่จะทำแป้งพิซซ่าไว้ก่อนเก็บได้ 3วันในตู้เย็น พอจะทำขายก็ทาซอส วางเครื่อง ใส่ชีส เข้าอบ 15นาที

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสังสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

7) แผนการเงิน

7.1) สินทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

7.2) ประมาณการในการลงทุน

7.3) สมมติฐานทางการเงิน

7.4) ประมาณการในการขายสินค้าและบริการ

7.5) ประมาณการต้นทุนการผลิต/การดำเนินงาน

7.6) ประมาณการด้านการเงินประมาณการงบการเงิน(งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด งบแสดงฐานะทางการเงิน)

7.7) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period , NPV , IRR)

7.8) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและอัตราส่วนทางการเงิน

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

งบประมาณการลงทุน

รายการ	รวม	ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้ (เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
ที่ดินและอาคารตั้งร้าน (ใช้บ้านที่อาศัยปัจจุบันทำเป็นร้าน)			
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			
ค่าใบอนุญาตร้านอาหารพิซซ่า	3,000	3,000	-
ค่าออกแบบตกแต่งร้านร้านอาหารพิซซ่า	330,000	330,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	500,000	500,000	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	**2 ,003,000**	**2 ,003,000**	-

หมายเหตุ:คิดอายุการใช้งานอุปกรณ์ประมาณ 5 ปี คิดค่าเสื่อมราคาร้อยละ 20 ต่อปี

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการสังสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย 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)
-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

ประมาณการรายจ่าย

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
ต้นทุนคงที่					
ค่าน้ำประปา (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
ค่าโทรศัพท์และอินเตอร์เน็ต (ประมาณเพิ่ม 5% ทุกปี)	17,880	18,774	19,713	20,698	21,733
ค่าเสื่อมราคา	117,000	117,000	117,000	117,000	117,000
ค่าใช้จ่ายตัดจ่าย	66,000	66,000	66,000	66,000	66,000
ค่าจ้างพนักงาน ค่าบริหาร ค่าสร้างเครือข่ายร้าน ค่าบริหารแบรนด์	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
ต้นทุนสินค้าขาย ได้แก่ 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

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย 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
หักต้นทุนคงที่	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 (สมมุติ20%)	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 แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)
-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย 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	-	-	-	-
ค่าอุปกรณ์และเครื่องมือใช้ในครัว	-250,000.00	-	-	-	-
ค่าใบอนุญาตร้านอาหารพิซซ่า	-3,000.00	-	-	-	-
ค่าออกแบบตกแต่งร้าน	-330,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการลงทุน	**-918,000.00**	-	-	-	-

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

ประมาณการด้านการเงิน: งบกระแสการเงิน(ต่อ)

รายการ	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
<u>กระแสเงินสดจากการจัดหา</u>					
กู้จากสถาบันการเงิน	-	-	-	-	-
หัก ชำระเงินกู้	-	-	-	-	-
หัก ชำระดอกเบี้ยเงินกู้	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหา	-	-	-	-	-
ทุนหุ้นสามัญ	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

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

ประมาณการงบการเงิน: งบแสดงฐานะทางการเงินหรืองบดุล

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**
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	468,000.00	351,000.00	234,000.00	117,000.00	-
ค่าตกแต่งร้าน	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**
หนี้สินและส่วนของเจ้าของ					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	693,468.00	811,947.00	980,498.00	1,145,572.00	1,784,976.00
เงินกู้สุทธิ	-	-	-	-	-
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
รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ	**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

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสังสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

ประมาณการจุดคุ้มทุน

	ปีที่1	ปีที่2	ปีที่3	ปีที่4	ปีที่5
กำไรส่วนเกิน	4,924,800	5,437,800	6,123,600	6,804,000	9,072,000
อัตรากำไรส่วนเกิน	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

ประมาณการกระแสเงินรับตลอดโครงการ

ปีที่	บาท
0 กระแสเงินสดจ่าย ณ วันลงทุน	(2,003,000)
1 กระแสเงินสดรับ	1,576,560
2กระแสเงินสดรับ	2,196,022
3กระแสเงินสดรับ	2,639,379
4กระแสเงินสดรับ	3,021,075
5กระแสเงินสดรับ	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**

ที่มา : ผู้วิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ

-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

8) แผนความเสี่ยง

จากการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของการดาเนินงานข้างต้น จะเห็นว่าหากการลงทุนไม่เป็นไปตามสมมติฐานหรือแผนที่คาดการณ์ไว้ อาจจะส่งผลเสียต่อผลประกอบการในอนาคตได้ ดังนั้นทางบริษัทพิซซ่าไทยจึงต้องมีการวางแผนฉุกเฉิน สาหรับรองรับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น เพื่อลดหรือหลีกเลี่ยงผลกระทบที่จะทำให้ธุรกิจเกิดความเสียหาย โดยมีรายละเอียดดังนี้

8.1 ความเสี่ยงที่คาดว่าอาจมีเกิดขึ้น

-กรณีที่ลูกค้าใช้บริการน้อยกว่าที่ประมาณการไว้ ส่งผลให้รายได้ และอัตราการเติบโตของธุรกิจลดลง
-กรณีต้นทุนของบริษัทพิซซ่าไทยสูงกว่าที่ประมาณการ
-กรณีที่มีคู่แข่งทางตรงมาเปิดให้บริการในบริเวณใกล้เคียง

8.2 การจัดการความเสี่ยง

-กรณีที่ลูกค้าใช้บริการน้อยกว่าที่ประมาณการไว้ ส่งผลให้รายได้ และอัตราการเติบโตของธุรกิจลดลง

แผนความเสี่ยง : บริษัทพิซซ่าไทยจะทำการสำรวจความต้องการข้อเสนอแนะและคำติชมของลูกค้าโดยตรง เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงพัฒนาในด้านสินค้าและการบริการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น รวมทั้งนำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดมาปรับใช้กับข้อมูลที่ได้รับและดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากขึ้น เช่นการรีวิวอาหารทางโซเชียลมีเดีย การโฆษณาทางออนไลน์ และเว็บไซต์

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสังสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

-กรณีต้นทุนของบริษัทพิซซ่าไทยสูงกว่าที่ประมาณการ

แผนความเสี่ยง : บริษัทพิซซ่าไทยจะทำการเก็บข้อมูลจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ พร้อมทั้งวางแผนการสั่งซื้อ
วัตถุดิบ และเตรียมปริมาณอาหารและเครื่องดื่มให้แม่นยำขึ้นด้วยการนำเทคโนโลยีและระบบวางแผนทรัพยากรองค์กร (ERP :Enterprise Resource Planning) มาช่วยในการวางแผนและจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยใช้ข้อมูลร่วมกันผ่านทุกฝ่ายในองค์การ และยังสามารถเชื่อมข้อมูลทั้งซัพพลายเชน ซึ่งจะเป็นข้อมูลในทางธุรกิจที่มีประโยชน์มาช่วยตัดสินใจในการดำเนินงานในทุกฝ่ายของบริษัทและคู่ค้าของบริษัท

-กรณีที่มีคู่แข่งทางมาเปิดให้บริการในบริเวณใกล้เคียง

แผนความเสี่ยง : บริษัทพิซซ่าไทยจะสร้างการรับรู้ให้ลูกค้ามากขึ้นสร้างการรับรู้จากโฆษณาการสื่อสารการตลาด ผ่านทางโซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์และรายการทีวี ภายใต้ธีมแฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย “พิซซ่าราคาประหยัดให้คนไทยซื้อหาได้ด้วยราคาไม่ถึงร้อยบาท” รวมถึงการจัดกิจกรรมให้ลูกค้า/ผู้มีชื่อเสียงแนะนำสินค้าหรือแบรนด์ของเรา ส่งต่อประสบการณ์ดี ๆ ไปให้ลูกค้าคนต่อไป

นอกจากนี้บริษัทพิซซ่าไทจะยนำ ‘เทคโนโลยี’ และ ‘นวัตกรรม’ มาช่วยสร้างสรรค์และเพิ่มพูนประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์พิซซ่าไทย เช่น สั่งซื้อออนไลน์ จัดโปรโมชั่นให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างแม่นยำ

ผู้ประกอบการธุรกิจ

-เข้าใจแนวคิดของผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ แล้วแปลงความคิดสู่การลงมือทำธุรกิจให้เกิดขึ้นจริง

พิซซ่าไทย (Pizza Thai)

-จากการสั่งสมประสบการณ์ใช้เวลาคลุกคลีอยู่กับพิซซ่าหลายยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทยและประสบการณ์ในการทำธุรกิจอาหารในต่างประเทศ
-แฟรนไชส์ พิซซ่าไทย อันดับ 1 ของไทย

การฝึกปฏิบัติแบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจ

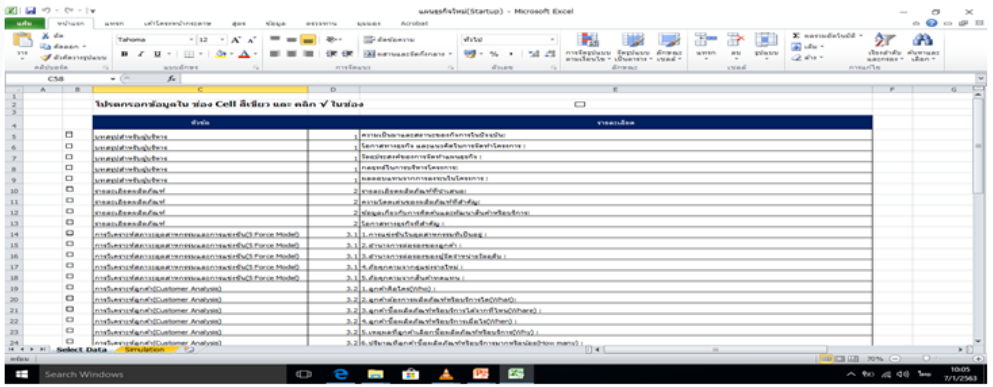
(Business Plan Simulation)

การฝึกปฏิบัติแบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจ (Business Plan Simulation)

<u>คำแนะนำ</u>

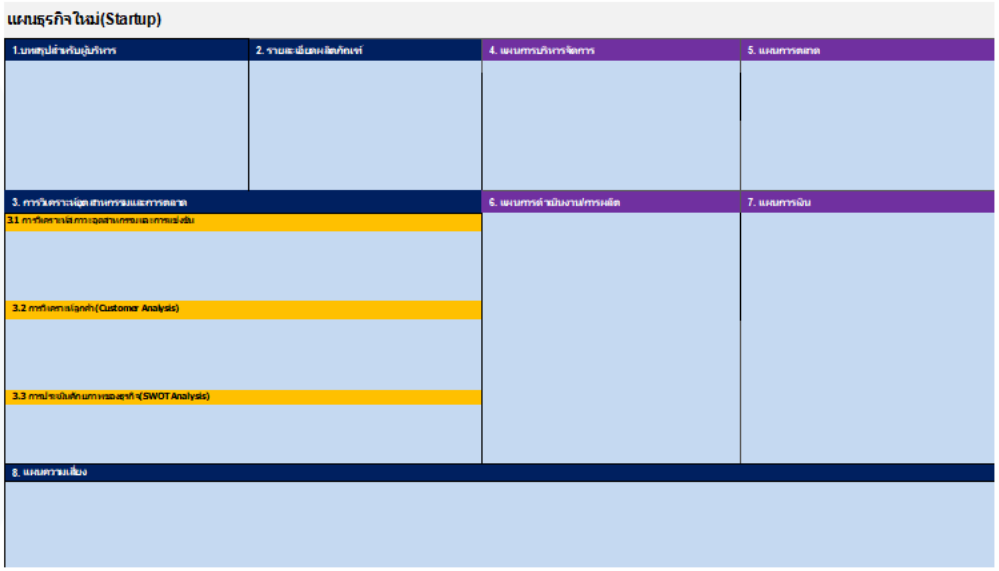
แบบฝึกปฏิบัติแบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจ (Business Plan Simulation)
ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ
ส่วนที่ 1 : Select Data
ส่วนที่ 2: Simulation Business Plan

ขั้นตอนที่ 1 : ให้ผู้เรียนเปิดมาที่ ส่วนที่ 1 : Select Data แล้วทำการเลือกหัวข้อต่างๆของผนธุรกิจ



ที่มา : ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 2 หลังจากนั้น ผลลัพท์ต่างๆที่ผู้เรียนเลือกจะปรากฏในส่วนที่ 2: Simulation Business Plan



ที่มา : ผู้วิจัย

หมายเหตุ : หลังจากทำแบบจำลองการเขียนแผนธุรกิจ (Business Plan Simulation) ให้เซฟไฟล์Excel และส่งมาที่ pornprasit_tsh@hotmail.com

เอกสารอ้างอิง

บัญชีอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับรอบบัญชีปี 2558 - 2559 กรมสรรพากร แหล่งที่มา: https://www.rd.go.th/publish/308.0.html

การจัดโครงสร้างขององค์การ (**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 คู่มือการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์และการดำเนินธุรกิจซึ่งขับเคลื่อนด้วยทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรมสู่ Thailand 4.0 ,2560.

อัจฉรา จันทร์ฉายและศิพัฒน์ ไตรอุโฆษ 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 เด่นโมฬี
วัน เดือน ปี เกิด	9 มกราคม 2514
สถานที่เกิด	จังหวัดแพร่
วุฒิการศึกษา	จบการศึกษาเศรษฐศาสตร์บัณฑิตจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2539 และวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการด้านโลจิสติกส์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ.2548 และเข้าศึกษาต่อหลักสูตรครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา ภาควิชานโยบาย การจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษาคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผลงานตีพิมพ์	ผลงานวิชาการที่ตีพิมพ์เผยแพร่มี บทความวิชาการเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการ 5.0 สำหรับนักศึกษาผ่านการเรียนการสอนออนไลน์โดยใช้แอดดี้โมเดล ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา บทความวิชาการเรื่อง สมรรถนะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ : มุมมองของนักศึกษาและผู้ประกอบการ ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร และบทความวิชาการเรื่อง การวิเคราะห์ความต้องการหลักสูตรผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาไทย ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร MFU Connexion: Journal of Humanities and Social Sciences มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
รางวัลที่ได้รับ	ผู้เขียนได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจาก ทุน 90 ปีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนรัชดาภิเษกสมโภชและทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรมจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2564

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University