



Received: 27 January 2025

Revised: 12 February 2025

Accepted: 13 February 2025

STRATEGY FOR DEVELOPING SHORT-TERM CURRICULUM TO PROMOTE MODERN ENTREPRENEURIAL SKILLS

Kanlaya NAKLUNGKA¹, Kwanming KHUMPRASERT¹, Kreangkrai PHOTIMANEE¹ and Piyalak AKRARAT²

1 Phranakhon Rajabhat University, Thailand; kanlaya@pnru.ac.th (K. N.)

2 Ruamrudee International School Ratchapruek Campus, Thailand

Handling Editor:

Professor Dr.Duangduen BHANTHUMNAVIN National Institute of Development Administration, Thailand

(This article belongs to the Theme 1: Humanities & Social Sciences for Sustainability)

Reviewers:

1) Professor Dr.Narin SUNGRUGSA Silpakorn University, Thailand

2) Associate Professor Dr.Patcharavadee SRIBOONRUANG Kasetsart University, Thailand

3) Dr.Supaporn PHENGPIS RMUTR, Thailand

Abstract

This research aims to study the needs and the internal and external environments and develop strategies for a short-term curriculum to promote modern entrepreneurial skills. The findings revealed that: 1) The subject with the highest demand for study is online marketing, with an appropriate learning duration of 6-8 hours, two days a week. The learning environment must be equipped with the necessary equipment and technology, and the instructors should possess knowledge, practical experience, and accredited qualifications. The skills that modern entrepreneurs need to develop further include critical thinking, motivating people, foreign languages, legal knowledge, technology usage, marketing, finance and accounting, and branding. 2) The strategies for developing a short-term curriculum to promote modern entrepreneurial skills consist of two main strategies: Strategy 1 involves a professional entrepreneurship curriculum with four sub-strategies: (1) entrepreneurship skills, (2) technical skills, (3) management skills, and (4) assessment of learning outcomes. Strategy 2 focuses on managing the curriculum with standards, comprising six strategies: (1) strategies for instructors, (2) strategies for scheduling and learning locations, (3) strategies for learning support resources, (4) strategies for target groups, (5) strategies for collaborative organizations, and (6) strategies for responsible agencies.

Keywords: Development Strategy, Short-Term Curriculum, Modern Entrepreneurial Skill

Citation Information: Naklungka, K., Khumprasert, K., Photimane, K., & Akarat, P. (2025). Strategy for Developing Short-Term Curriculum to Promote Modern Entrepreneurial Skills. *Thai Interdisciplinary and Sustainability Review*, 14(1), Article 23. <https://doi.org/10.14456/tisr.2025.23>

ยุทธศาสตร์การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อส่งเสริม ทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

กัลยา นาคลังกา¹, ขวัญมิ่ง คำประเสริฐ¹, เกรียงไกร โพธิ์มณี¹ และ ปิยะลักษณ์ อัครรัตน์²

1 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร; kanlaya@pnru.ac.th (กัลยา)

2 โรงเรียนร่วมฤดีวิเทศศึกษา ราชพฤกษ์

บรรณาธิการผู้รับผิดชอบบทความ:

ศาสตราจารย์ ดร.ดุจดเดือน พันธมนาวิน

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

(บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของหัวเรื่องที่ 1: มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เพื่อความยั่งยืน)

ผู้ทรงคุณวุฒิผู้พิจารณาบทความ:

1) ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา

มหาวิทยาลัยศิลปากร

2) รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรชาติ ศรีบุญเรือง

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3) อาจารย์ ดร.สุภาพร เฟ่งพิศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการ รวมถึงสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก และสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ผลการวิจัยพบว่า 1) วิชาที่มีความต้องการเรียนมากที่สุดคือ การตลาดออนไลน์ เวลาเรียนที่เหมาะสม คือ 6-8 ชั่วโมง 2 วันต่อสัปดาห์ สถานที่เรียนต้องมีความพร้อมด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี ผู้สอนมีความรู้และประสบการณ์จริง มีการรับรองคุณวุฒิ ระดับคะแนนทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม ได้แก่ การคิดอย่างมีเหตุผล การจูงใจคน ภาษาต่างประเทศ กฎหมาย การใช้เทคโนโลยี การตลาด การเงินการบัญชี และการสร้างแบรนด์ 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 หลักสูตรผู้ประกอบการมืออาชีพ มี 4 กลยุทธ์ย่อย ได้แก่ (1) กลยุทธ์ด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการ (2) กลยุทธ์ด้านทักษะด้านเทคนิค (3) กลยุทธ์ด้านทักษะการจัดการ (4) การประเมินผลการเรียนรู้ และยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการหลักสูตรอย่างมีมาตรฐาน มี 6 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) กลยุทธ์ด้านอาจารย์ (2) กลยุทธ์ด้านเวลาและสถานที่เรียน (3) กลยุทธ์ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ (4) กลยุทธ์ด้านกลุ่มเป้าหมาย (5) กลยุทธ์ด้านหน่วยงานความร่วมมือ (6) กลยุทธ์ด้านหน่วยงานรับผิดชอบ

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์การพัฒนา, หลักสูตรระยะสั้น, ทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

ข้อมูลการอ้างอิง: กัลยา นาคลังกา, ขวัญมิ่ง คำประเสริฐ, เกรียงไกร โพธิ์มณี และ ปิยะลักษณ์ อัครรัตน์. (2568).

ยุทธศาสตร์การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่. *สหวิทยาการและความยั่งยืนปริทรรศน์ไทย*, 14(1), บทความที่ 23. <https://doi.org/10.14456/tisr.2025.23>

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2568)

บทนำ

ประเทศไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายอันเนื่องมาจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงระดับโลก ทั้งความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทางเทคโนโลยีดิจิทัล ที่ทำให้รูปแบบการใช้ชีวิตของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป เช่น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสื่อสาร การซื้อสินค้า การเรียนการสอน อีกทั้งการเข้าสู่สังคมสูงวัย ประชากรวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลง การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับอุดมศึกษา ที่เกิดการลดลงของจำนวนนักศึกษา รวมถึงความต้องการเรียนที่เฉพาะด้านและมีความทันสมัยมากขึ้น เร็ยเรียนรู้ได้หลากหลายช่องทาง ดังนั้นการปรับตัวและรับมือจึงเป็นสิ่งจำเป็น โดยแนวทางหนึ่งคือ การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคนเชิงคุณภาพในทุกช่วงวัย (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570))

ขณะเดียวกันการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากยังคงต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นประชาชนส่วนใหญ่ที่มีปัญหาความยากจน แม้จะมีการส่งเสริมให้ดำเนินการเป็นวิสาหกิจขนาดย่อย แต่ยังคงพบว่ามีศักยภาพในการเติบโตอยู่ในระดับต่ำ ในปี 2565 ข้อมูลดัชนีย่อยที่มีศักยภาพในระดับต่ำที่สุดได้แก่ ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ สะท้อนให้เห็นว่าปัญหาของวิสาหกิจขนาดย่อยคือด้านความรู้และทักษะของผู้ประกอบการ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565) และพบว่ายังขาดทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการบริหารจัดการธุรกิจในยุคใหม่ เช่น การตลาดออนไลน์ การวิเคราะห์ข้อมูล และการบริหารจัดการธุรกิจผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ทำให้ไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่าง นอกจากนี้ผู้ประกอบการรายย่อยส่วนใหญ่ยังไม่มีโอกาสเข้ารับการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะใหม่ๆ ซึ่งมักขาดแคลนทรัพยากรในการลงทุนเพื่อการเรียนรู้เพิ่มเติม (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

ดังนั้นเพื่อเป็นการตอบโจทย์สถาบันการศึกษาที่ต้องปรับตัวโดยพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและนโยบายของประเทศ และตอบโจทย์การยกระดับของเศรษฐกิจฐานรากในส่วนของทักษะการเป็นผู้ประกอบการ จึงทำการศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการหลักสูตรระยะสั้น รวมถึงศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้น และสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ อันจะนำไปสู่การเป็นต้นแบบการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นร่วมกับชุมชนที่ส่งเสริมความรู้และทักษะที่จำเป็นในโลกยุคใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการ และเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เติบโตอย่างยั่งยืน

การทบทวนวรรณกรรม

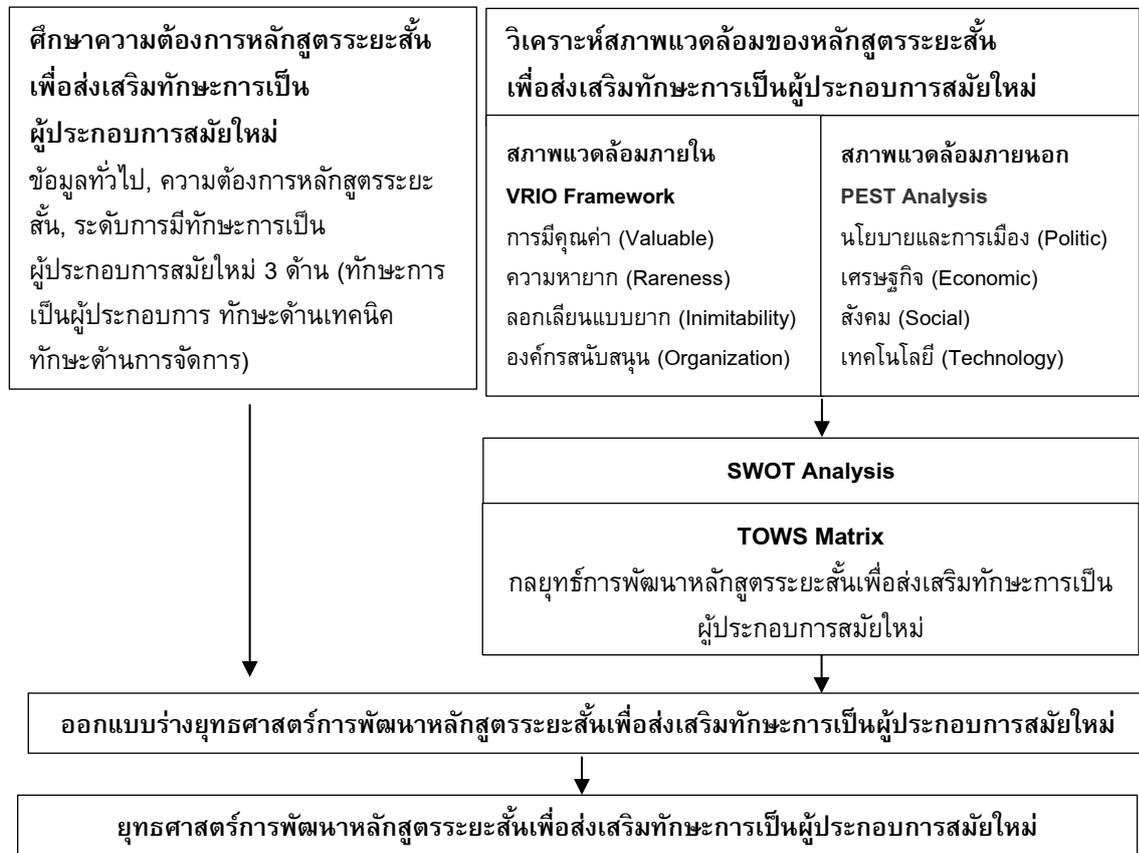
ยุทธศาสตร์ หมายถึง แผนการปฏิบัติงานหรือแนวทางที่วางขึ้นเพื่อใช้เป็นเป้าหมายขององค์การในอนาคต มีวัตถุประสงค์ เพื่อใช้กำหนดโครงการดำเนินงานให้สอดคล้องกัน โดยใช้ทรัพยากรที่เหมาะสมกับบริบทขององค์การ เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (รัตนธรรม จินดามังกร, 2566) กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ทั้งภายในและภายนอก ใช้เครื่องมือ เช่น Five-Forces Model, VRIO Framework, PEST analysis เป็นต้น 2) การจัดวางทิศทางขององค์การ ได้แก่ วิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าประสงค์ วัตถุประสงค์ ดัชนีชี้วัด และการกำหนดยุทธศาสตร์ 3) การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ให้เป็นรูปธรรม ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์ SWOT Analysis และนำประเด็นสำคัญวิเคราะห์ผ่านตารางเมทริกซ์เพื่อสรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยุทธศาสตร์ (2) การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (3) การกำหนดวัตถุประสงค์ ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ (4) การกำหนดดัชนีชี้วัดผลงานระดับองค์การและระดับหน่วยงาน (5) การกำหนดแผนงานในการปฏิบัติ (6) การกำหนดเป้าหมายกิจกรรมพร้อมกับ ดัชนีชี้วัดผลงานระดับแผนปฏิบัติการ (ดาร์รงค์ วัฒนา, 2566)

หลักสูตรระยะสั้น หมายถึง การจัดการเรียนรู้ที่มีจุดมุ่งหมายเฉพาะเจาะจง เพื่อเพิ่มพูนความรู้หรือประสบการณ์ให้แก่ผู้เรียน โดยใช้ระยะเวลาเรียนรู้ไม่มากนัก มีผลการเรียนรู้ที่ชัดเจน สามารถประเมินผลได้ อาจมีลักษณะเป็นวิชา ชุดวิชา ชุดกิจกรรม ซึ่งสามารถเข้าระบบคลังหน่วยกิต และไม่เข้าระบบคลังหน่วยกิต (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, ม.ป.ป.; มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 2565) โดยมีองค์ประกอบ 3 หมวดได้แก่ 1) หมวดวัตถุประสงค์และ

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2568)

เนื้อหา ประกอบด้วย ชื่อหลักสูตร ปรัชญา ความสำคัญ หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ โครงสร้างและรายละเอียด รายวิชา 2) หมวดการวัดประเมินผล ประกอบด้วย การประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้และเอกสารรับรองเมื่อสำเร็จ การศึกษา 3) หมวดบริหารจัดการหลักสูตร ประกอบด้วย ผู้รับผิดชอบหลักสูตร ชื่อประกาศนียบัตร หน่วยงาน รับผิดชอบ หน่วยกิต ระยะเวลาเรียน รูปแบบการเรียน กลุ่มเป้าหมาย คุณสมบัติความรู้และทักษะก่อนหน้าที่จำเป็น การบริหารการเงิน สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ บทบาทของหน่วยงานความร่วมมือ สถานที่ การเทียบโอนรายวิชา (มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 2566; มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 2561; มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 2564) ทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ หมายถึง ความสามารถของผู้ประกอบการในการดำเนินกิจกรรม หรือมีความรู้ในการสร้างหรือดำเนินกิจการให้ประสบความสำเร็จในยุคใหม่ ประกอบด้วย 1) ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็น ทักษะภายในตัวของบุคคล ได้แก่ (1) คุณธรรมจริยธรรม (2) ความมุ่งมั่น (3) การปรับตัว (4) เชื้อมั่นในตัวเอง (5) มี วินัยและพากเพียร (6) ชอบค้นคว้าหาความรู้ (7) การบริหารบุคคล (8) ความคิดสร้างสรรค์ (9) ทักษะการผ่อนคลาย (10) ความกล้าเสี่ยง (11) ทักษะการสื่อสาร (12) การบริหารเวลา (13) ทักษะการคิดแบบต่างๆ 2) ทักษะในด้านเทคนิค ซึ่งเป็นทักษะที่จะช่วยสร้างจุดแข็งในการดำเนินกิจการ ได้แก่ (1) ความเชี่ยวชาญในธุรกิจ (2) การวิเคราะห์ข้อมูล (3) ทักษะการออกแบบและสร้างสรรค์นวัตกรรม (4) การออกแบบเนื้อหาและการสื่อสาร (5) การวิจัยและพัฒนา (6) ทักษะ พื้นฐานทางคณิตศาสตร์ (7) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (8) ความรู้ด้านกฎหมายพาณิชย์และธุรกิจ (9) ภาษาต่างประเทศ 3) ทักษะในด้านการจัดการ เป็นทักษะจำเป็นที่จะทำให้กิจการประสบความสำเร็จ ได้แก่ (1) การขาย (2) การเจรจา ต่อรอง (3) การวางแผน (4) การจัดทำแผนธุรกิจ (5) การสร้างแบรนด์ (6) การเงิน/การบัญชี (7) การตลาด/การตลาด ดิจิทัล (สุดจนกาศ สุดแก้ว (2563); สุรเกียรติ ธาดาวัฒนาวិทย์ (2565); Constable (2021); Tarver (2024); Goodwin University (2022); United Nations Development Programme (2021); Karan (2024); Thompson (2023); Derrow (2022))

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2568)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามสำรวจความต้องการหลักสูตรระยะสั้นเพื่อส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและโอท็อปในจังหวัดนนทบุรี 1,408 ราย กำหนดขนาดตัวอย่างโดยวิธี Taro Yamane คิดเป็น 320 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ถึงสภาพแวดล้อมภายในจากผู้บริหารระดับคณะและมหาวิทยาลัย 3 คน ใช้แนวคิด VRIO Framework และศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอก จากผู้เชี่ยวชาญ 10 คน โดยใช้แนวคิด PEST Analysis โดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากนั้นวิเคราะห์ SWOT Analysis และนำประเด็นมาวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อให้ได้กลยุทธ์ย่อย และนำมาวิเคราะห์ความสอดคล้องของข้อมูลและนำเสนอผลเป็นร่างยุทธศาสตร์ในการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) และสร้างเป็นยุทธศาสตร์

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่าวิชาที่ผู้ประกอบการต้องการเรียน ได้แก่ 1) การตลาดออนไลน์ 2) ความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบและนวัตกรรม 3) การสร้างแบรนด์ ระยะเวลาเรียนที่เหมาะสมคือ 6-8 ชั่วโมง 2 วันต่อสัปดาห์ เรียนแบบในชั้นเรียนและออนไลน์ผสมผสานกัน สถานที่เรียนมีความพร้อมด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี ผู้สอนมีความรู้และประสบการณ์จริง มีการรับรองคุณวุฒิ ส่วนระดับคะแนนทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม ได้แก่ 1) ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ทักษะการคิดอย่างมีเหตุผล และทักษะการจูงใจคน 2) ทักษะในด้านเทคนิค ได้แก่ ทักษะภาษาต่างประเทศ ความรู้ด้านกฎหมายพาณิชย์และธุรกิจ ทักษะการใช้เทคโนโลยี และ 3) ทักษะในด้านการจัดการ ได้แก่ ทักษะการตลาด ทักษะการเงินการบัญชี และทักษะการสร้างแบรนด์

สำหรับผลการศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ได้ทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis และนำประเด็นมาวิเคราะห์ TOWS Matrix และได้กลยุทธ์ 4 ด้าน ปรากฏผลดังภาพที่ 2

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
S1 ทำเลที่ตั้งเหมาะสม การคมนาคมสะดวก	W1 อาจารย์มีความสนใจพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นน้อย
S2 มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่พร้อมรองรับการเรียน	W2 ระเบียบการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นมีหลายขั้นตอนใช้เวลานาน
S3 อาจารย์มีความเชี่ยวชาญหลากหลายสาขา	W3 ขาดซอฟต์แวร์ดิจิทัลทางธุรกิจที่จำเป็น
S4 มีฐานของชุมชนท้องถิ่นที่รับผิดชอบและมีความร่วมมือ	W4 ขาดอาจารย์ที่เชี่ยวชาญการออกแบบหลักสูตรระยะสั้นออนไลน์
S5 มีข้อบังคับด้านการศึกษาลดข้อจำกัด	W5 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้เรียนหลักสูตรระยะสั้นยังไม่ชัดเจน
	W6 ยังไม่มีหลักสูตรระยะสั้นพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการ
	W7 ไม่ได้เป็นผู้รับผิดชอบพื้นที่บริการวิชาการเพียงพอ

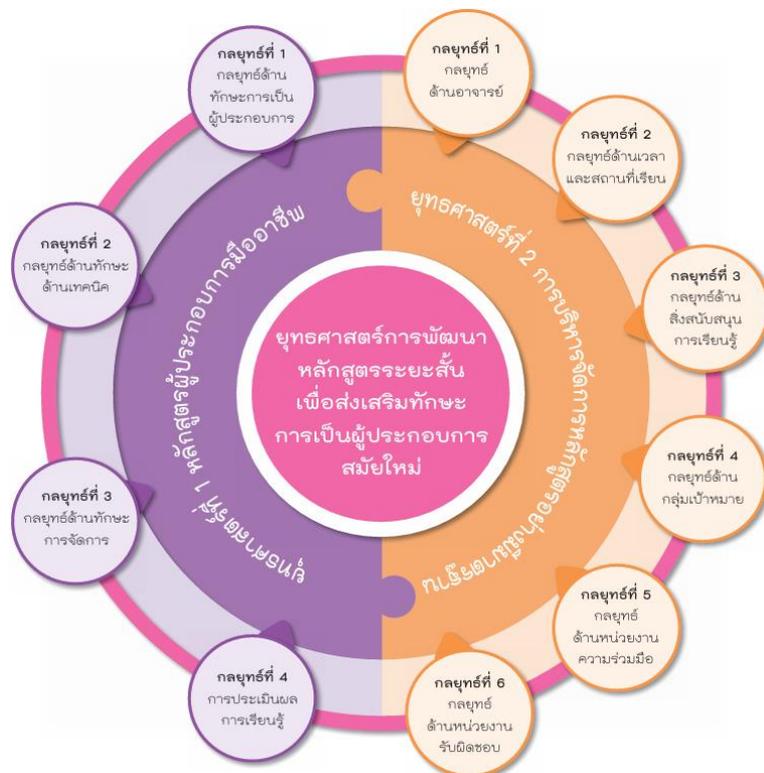
		W8 มีจำนวนหลักสูตรระยะสั้น จำนวนน้อย
โอกาส (Opportunities)	กลยุทธ์เชิงรุก	กลยุทธ์เชิงแก้ไข
O1 นโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่ครอบคลุมทุกช่วงวัย	S4O2 พัฒนาทักษะวิเคราะห์ข้อมูล Big data เพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ	W2O1 ลดขั้นตอน สร้างระเบียบเฉพาะสำหรับหลักสูตรระยะสั้น
O2 มีการส่งเสริมเทคโนโลยีดิจิทัล	S4O4 พัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศให้แก่ชุมชน	W3O3 ลงทุนในซอฟต์แวร์ที่จำเป็นด้านธุรกิจดิจิทัล
O3 มีการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล	S3O5 ระดมความรู้จากอาจารย์หลากหลายสาขาเพื่อพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นที่สร้างสรรค์และเป็นนวัตกรรม	W4O2 ลงทุนพัฒนาบุคลากรในการออกแบบหลักสูตรออนไลน์
O4 มีการส่งเสริมการเปิดเสรีทางการค้า	ด้านธุรกิจสำหรับเศรษฐกิจฐานราก	W5O5 ออกแบบหลักสูตรพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเป็นกลุ่มเป้าหมาย
O5 มีการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก	S4O6 พัฒนาทักษะการสร้าง/จัดการแบรนด์ การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์	W5O7 ออกแบบหลักสูตรรองรับการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ
O6 มีการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์	S4O2 พัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น AI, Blockchain, และ IoT	W5O8 ออกแบบหลักสูตรรองรับกลุ่มผู้รักสุขภาพและสิ่งแวดล้อม
O7 การปรับเปลี่ยนสู่สังคมสูงวัย	S4O3 พัฒนาทักษะการตลาดดิจิทัล	W6O9 ออกแบบหลักสูตรพัฒนาทักษะการประกอบการในยุคดิจิทัล
O8 ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น	S4O5 ใช้ชุมชนเป็นชั้นเรียนสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจออนไลน์	รวมถึงกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
O9 นโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการและกฎหมายที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ	S4O6 พัฒนาทักษะการจัดการและการบริการในธุรกิจท่องเที่ยว ให้แก่ชุมชน	W7O1 เพิ่มการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น ให้เกิดความน่าสนใจ เกิดความเชื่อมั่น มีทีมชุมชนสัมพันธ์เพื่อเป็นการสื่อสารองค์กร
	S4O7 ออกแบบหลักสูตรระยะสั้นที่ตอบโจทย์คนทุกช่วงวัย	
อุปสรรค (Threats)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน	กลยุทธ์เชิงรับ
T1 มีหลักสูตรระยะสั้นสำหรับผู้ประกอบการมากการแข่งขันสูง	S2T8 มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์บริการห้องปฏิบัติการสำหรับชุมชนท้องถิ่น	W1T1 สร้างแรงจูงใจให้อาจารย์พัฒนาหลักสูตรระยะสั้น
T2 ความไม่แน่นอนทางการเมือง	S3T1 ระดมความเชี่ยวชาญของอาจารย์เพื่อพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นที่	W2T3 พิจารณาระเบียบการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเอื้ออำนวยให้มี
T3 ระเบียบการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นหลายขั้นตอนทำให้ล่าช้า	S3T1 จัดตั้ง Innovative Entrepreneurship Center	ความรวดเร็วและมีความทันสมัยอยู่เสมอ
T4 ความร่วมมือสถานประกอบการยังไม่มากพอ	S2T1 หลักสูตรที่เน้นการนำ VR และ AR มาใช้	W4T12 พัฒนาหลักสูตรระยะสั้นออนไลน์ และช่วยสนับสนุนการทำ
T5 การไม่มีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ค่าครองชีพสูง รายได้น้อย	S4T7 เพิ่มเนื้อหาพัฒนาทักษะการเงินการบัญชี และบริหารจัดการ	หลักสูตรระยะสั้นของอาจารย์
T6 ตลาดแรงงานปรับตัวเร็วกว่าหลักสูตรที่รองรับ	S4T9 เน้นทักษะการขยายตลาดต่างประเทศและข้อกำหนดการค้าใหม่ๆ	W6T1 วิจัยความต้องการเรียนของผู้เรียนเฉพาะกลุ่ม
T7 ผู้ประกอบการขาดทักษะการเงินและบริหารจัดการ	S3T13 พัฒนาทักษะทางดิจิทัลของผู้สอนให้ทันสมัยอยู่เสมอ	W7T1 วิจัยการแข่งขันทางการตลาดหลักสูตรระยะสั้น

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2568)

T8 ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา เทคโนโลยีโดยเฉพาะในชนบท	S4T2 ขับเคลื่อนหลักสูตรระยะสั้นให้ อยู่ในแผนของ อปท.	W7T10 กำหนดเนื้อหาให้มีความ แตกต่างโดยมุ่งเน้นเรื่องการจัดการ ความเสี่ยง
T9 ผู้ประกอบการขาดการปรับตัว จากการภาวะเศรษฐกิจโลก	S4T4 ร่วมมือกับ อปท. เพื่อขยาย ความร่วมมือไปยังสถานประกอบการ ในพื้นที่	W7T11 กำหนดเนื้อหาให้มีความ แตกต่างโดยมุ่งเน้นเรื่องการจัดการ ความเครียดและทักษะการผ่อนคลาย
T10 ผู้ประกอบการขาดการ จัดการความเสี่ยง	S4T9 หลักสูตรเน้นการเตรียมพร้อม และการวางแผนการจัดการวิกฤต เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถรับมือกับ สถานการณ์ไม่คาดฝันได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	W8T4 แสวงหาความร่วมมือกับ สถานประกอบการเพื่อพัฒนา หลักสูตรระยะสั้นให้ตรงกับความต้องการ
T11 ผู้ประกอบการขาดการ จัดการความเครียด	S5T5 พิจารณาปรับระเบียบเพื่อ ช่วยเหลือด้านเศรษฐกิจของผู้เรียน เช่น ปรับลดค่าเทอม ระบบการผ่อน ชำระ หรือทุนการศึกษา	
T12 เทคโนโลยีและนวัตกรรม เปลี่ยนแปลงรวดเร็วและ ตลอดเวลา		
T13 ทักษะดิจิทัลผู้สอนโดยทั่วไป ยังจำกัด		

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์หลักสูตรด้วย TOWS Matrix

จากข้อมูลทั้งสองส่วน ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ความสอดคล้องของข้อมูลและนำเสนอผลเป็นร่างยุทธศาสตร์ในการ
สนทนากลุ่มย่อย และสร้างเป็นยุทธศาสตร์ที่ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 หลักสูตร
ผู้ประกอบการมืออาชีพ และยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการหลักสูตรอย่างมีมาตรฐาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2568)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 หลักสูตรผู้ประกอบการมืออาชีพ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการ เกิดรายวิชา 3 รายวิชา ได้แก่ (1) คิดไกลอย่างมีกลยุทธ์: ศิลปะการวางแผนและตัดสินใจยุคใหม่ (2) การปลูกฝังความคิดสร้างสรรค์เพื่อผู้ประกอบการ (3) เทคนิคการพูดและการสื่อสารให้ลูกค้าเชื่อใจ กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์ด้านทักษะด้านเทคนิค เกิดรายวิชา 4 รายวิชา ได้แก่ (1) พื้นฐานกฎหมายธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ (2) ปัญญาประดิษฐ์เพื่อเสริมพลังธุรกิจ (3) การสร้างสรรค์เนื้อหาด้วยคอนเทนต์ที่มีพลัง (4) การคิดเลขเพื่อธุรกิจ: ทักษะการคำนวณและการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการควรรู้ กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์ด้านทักษะการจัดการ เกิดรายวิชา 3 รายวิชา ได้แก่ (1) แผนธุรกิจ 360 องศา: วางแผนอย่างรอบด้านเพื่อความสำเร็จ (2) การตลาดดิจิทัลและกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จในโลกออนไลน์ (3) Brand DNA: ถอดรหัสแบรนด์ให้โดนใจตลาด กลยุทธ์ที่ 4 การประเมินผลการเรียนรู้ โดยประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมาย จากความรู้ความเข้าใจด้วยการสอบถามเกณฑ์ที่กำหนด และการเข้าเรียน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการหลักสูตรอย่างมีมาตรฐาน ประกอบด้วย 6 กลยุทธ์ย่อยตามองค์ประกอบของหลักสูตรระยะสั้น ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ด้านอาจารย์ สรุปได้ว่า อาจารย์ผู้สอนควรมีประสบการณ์จริงในธุรกิจและสามารถเชื่อมโยงเนื้อหาที่สอนกับประสบการณ์เดิมของผู้เรียนได้และนำไปปรับใช้ได้ทันที สามารถพัฒนาเนื้อหาให้ทันสมัยและตอบโจทย์ของผู้เรียน รวมถึงมีนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่ทันสมัย เช่น เทคโนโลยี VR และ AR นอกจากนี้อาจารย์ต้องเป็นที่ปรึกษาที่คอยให้คำแนะนำและติดตามผลการดำเนินธุรกิจของผู้เรียนอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง และมีการสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจให้แก่อาจารย์ในการพัฒนาตนเองและหลักสูตร กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์ด้านเวลาและสถานที่เรียน สรุปได้ว่า ระยะเวลาเรียนที่เหมาะสม คือ 6-8 ชั่วโมงต่อวัน สัปดาห์ละ 2 วันติดกัน โดยควรจัดให้มีการเรียนแบบผสมผสานทั้งในห้องเรียนและออนไลน์ รวมถึงมีการใช้พื้นที่ในชุมชน มหาวิทยาลัย หรือสถานที่ทำงานจริง เพื่อเป็นสถานที่สำหรับการฝึกปฏิบัติและการเรียนรู้

กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ สรุปได้ว่า ควรจัดหาและเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย จัดสื่อการเรียนการสอนแบบดิจิทัลที่เข้าถึงได้ตลอดเวลา จัดเตรียมห้องเรียนและห้องปฏิบัติการที่เหมาะสมและมีอุปกรณ์ครบครัน มีการจัดซื้อซอฟต์แวร์ที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจดิจิทัล ส่งเสริมการสร้างชุมชนผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Community) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์ และสนับสนุนกันในช่วงและหลังการเรียน

กลยุทธ์ที่ 4 กลยุทธ์ด้านกลุ่มเป้าหมาย สรุปได้ว่า หลักสูตรออกแบบเนื้อหาที่รองรับผู้เรียนทุกช่วงวัย และสามารถออกแบบเนื้อหาที่เจาะจงตามประเภทของผู้ประกอบการ เช่น โอท็อป วิสาหกิจชุมชน และ SMEs หลักสูตรควรออกแบบให้มีระดับความยากง่ายที่หลากหลาย รวมถึงจัดกลุ่มผู้เรียนที่มีความคล้ายคลึงกันมาเรียนร่วมกัน เพื่อเพิ่มการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างกัน นอกจากนี้ยังสามารถจัดกิจกรรมเชื่อมโยงกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง เช่น ธนาคาร เพื่อขยายโอกาสในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

กลยุทธ์ที่ 5 กลยุทธ์ด้านหน่วยงานความร่วมมือ สรุปได้ว่า ควรสร้างความร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยขับเคลื่อนการจัดทำหลักสูตรระยะสั้นให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงบประมาณ แสวงหาความร่วมมือกับสถานประกอบการในพื้นที่ เพื่อให้สามารถพัฒนาหลักสูตรที่ตอบโจทย์และสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ การร่วมมือกับสถาบันการเงิน เพื่อบูรณาการองค์ความรู้ด้านการจัดการทางการเงินและกิจกรรมร่วมกัน การแสวงหาความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและศูนย์วิจัยอื่นๆ เพื่อให้การสนับสนุนในด้านความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

กลยุทธ์ที่ 6 กลยุทธ์ด้านหน่วยงานรับผิดชอบ สรุปได้ว่า สถาบันการศึกษาควรกำหนดหน่วยงานหลักที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการและกำกับดูแลหลักสูตรระยะสั้น ทั้งการวิจัยและพัฒนา งบประมาณ การพิจารณาระเบียบ การศึกษา การสนับสนุนอาจารย์ให้พัฒนาหลักสูตรระยะสั้น การจัดทำด้านเทคโนโลยี การแสวงหาความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก รวมถึงมีการประเมินผลหลักสูตร การประชาสัมพันธ์หลักสูตร จัดให้มีการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรที่จำเป็นในการดำเนินงานและจัดทำหลักสูตร

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2568)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ยุทธศาสตร์การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 หลักสูตรผู้ประกอบการมืออาชีพ กลยุทธ์ที่ 1-กลยุทธ์ที่ 3 นำมาสู่โครงสร้างรายวิชาที่ผู้ประกอบการควรพัฒนาทักษะสมัยใหม่เพิ่มเติม ซึ่งประกอบด้วยรายวิชาด้านการคิดเชิงกลยุทธ์ ความคิดสร้างสรรค์ การพูด กฎหมายธุรกิจ เทคโนโลยีดิจิทัล การสร้างคอนเทนต์ คณิตศาสตร์สำหรับผู้ประกอบการ แผนธุรกิจ การตลาดดิจิทัล การสร้างแบรนด์ ซึ่งสอดคล้องกับ พรประสิทธิ์ เต็มโมพี (2564) ได้ศึกษาการพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษา พบว่าประกอบด้วย วิชาผู้ประกอบการ 5.0 การตลาด 5.0 การเงิน 5.0 การบริหารการปฏิบัติการ 5.0 และการเขียนแผนธุรกิจยุค 5.0 และสอดคล้องกับการศึกษาของ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2565) ที่เสนอแนะโครงการอบรมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากร ในเรื่องการตลาด และการขาย การบริหารการเงินและบัญชี กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัล ในส่วนหลักสูตรอบรมในช่วงเติบโตของธุรกิจ ได้แก่ การวิจัยตลาดและพฤติกรรมของลูกค้าเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ กลยุทธ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การวิเคราะห์งบการเงินและผลตอบแทนจากการลงทุน เทคนิคการจัดทำแผนธุรกิจสำหรับการขยายกิจการ ทักษะการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ กลยุทธ์ในการบริหารและจัดการเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจ การบริหารต้นทุนและผลกำไร การวิเคราะห์และบริหารความเสี่ยงของธุรกิจ กลยุทธ์ที่ 4 การประเมินผลการเรียนรู้ พบว่าการประเมินผลการเรียนรู้ควรประเมินจากงานที่ได้รับมอบหมาย เป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับ จูรี ทังวงษ์ และคณะ (2567) กล่าวถึงการติดตามประเมินผล ควรวัดที่ความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้หรือทักษะในการปฏิบัติ และควรมีการติดตามผู้เรียนที่สำเร็จการศึกษามีงานทำและต่อยอดเป็นผู้ประกอบการจนประสบผลสำเร็จ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการหลักสูตรอย่างมีมาตรฐาน กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ด้านอาจารย์ สรุปได้ว่า อาจารย์ผู้สอนควรมีประสบการณ์จริงในธุรกิจ สามารถพัฒนาเนื้อหาให้ตอบโจทย์และความต้องการของผู้เรียน รวมถึงนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเสริมสร้างสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ และเป็นเสมือนพี่เลี้ยงที่ให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด สอดคล้องกับ สุดฉกาจ สุดแก้ว (2563) ศึกษารูปแบบการเรียนรู้การสร้างทักษะผู้ประกอบการของกลุ่มครู พบว่าควรมีอาจารย์เฉพาะด้านมาช่วยสอน และเป็นผู้ให้คำแนะนำระหว่างช่วงเวลาที่ได้ทดลองปฏิบัติในสถานการณ์จริง กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์ด้านเวลาและสถานที่เรียน สรุปได้ว่า ระยะเวลาเรียนที่เหมาะสมคือ 6-8 ชั่วโมงต่อวัน สัปดาห์ละ 2 รูปแบบการเรียนแบบผสมผสานทั้งในห้องเรียนและออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ นุติ หนูโพโรจน์ และคณะ (2565) พบว่าหลักสูตรระยะสั้นควรจัดอบรม 2 วัน และ อังคณา เรืองชัย (2555) วันที่สะดวกที่สุดในการฝึกอบรมคือวันเสาร์และอาทิตย์ กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ สรุปได้ว่า ควรจัดหาและเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย จัดสื่อการเรียนการสอนแบบดิจิทัลให้ห้องเรียนและห้องปฏิบัติการมีอุปกรณ์ครบครัน ลงทุนในซอฟต์แวร์ธุรกิจ กลยุทธ์ที่ 4 กลยุทธ์ด้านกลุ่มเป้าหมาย สรุปได้ว่า หลักสูตรควรออกแบบเนื้อหาที่รองรับผู้เรียนทุกช่วงวัย และรองรับผู้เรียนที่มีวุฒิการศึกษาและประสบการณ์การดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ พรประสิทธิ์ เต็มโมพี (2564) กล่าวถึงโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่มีกลุ่มเป้าหมายหลากหลาย เช่น 1) ผู้ว่างงานที่มีความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการ 2) นักศึกษาจบใหม่ 3) ผู้ประกอบการที่ เริ่มต้นประกอบธุรกิจ 4) ทายาทเจ้าของกิจการ 5) ผู้ประกอบอาชีพอื่น หรือผู้รับจ้างอิสระ เป็นต้น กลยุทธ์ที่ 5 กลยุทธ์ด้านหน่วยงานความร่วมมือ สรุปได้ว่า ควรแสวงหาความร่วมมือกับพันธมิตรที่เกี่ยวข้องได้แก่ ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษาและศูนย์วิจัย กลุ่มผู้ประกอบการและสมาคมวิชาชีพ ผู้เชี่ยวชาญจากอุตสาหกรรมต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับ นิธิภักดิ์ กทิตศาสตร์ และคณะ (2565) กล่าวถึงหลักสูตรควรมีการผลักดันการทำงานที่ความร่วมมือกับสถานประกอบการและมีการติดต่อกับสถานประกอบการอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ที่ 6 กลยุทธ์ด้านหน่วยงานรับผิดชอบ สรุปได้ว่า สถาบันการศึกษาเป็นส่วนสำคัญในการบริหารและกำกับดูแลหลักสูตรระยะสั้น โดยควรมีการกำหนดหน่วยงานที่รับผิดชอบเพื่อการสนับสนุนอย่างเป็นระบบ มีการพิจารณาระเบียบต่างๆ ที่เอื้ออำนวยต่อผู้ออกแบบหลักสูตรและ

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2568)

ผู้เขียน สอดคล้องกับ นิธิภักดิ์ กทิตศาสตร์ และคณะ (2565) กล่าวถึงมหาวิทยาลัยควรมีการกำหนดจุดยืนในการผลักดันหลักสูตรที่ชัดเจน และถ่ายทอดนโยบายมาสู่ระดับคณะ ส่งเสริมสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ในระดับมหาวิทยาลัย จัดสรรงบประมาณ จัดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบด้านหลักสูตร

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำยุทธศาสตร์ไปใช้สำหรับสถาบันการศึกษา ประกอบด้วย

- (1) สามารถนำยุทธศาสตร์ไปพัฒนาส่วนของการออกแบบเนื้อหาและทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายจริงเพื่อปรับปรุงหลักสูตรก่อนเปิดสอนอย่างเป็นทางการ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และนโยบายของสถาบันการศึกษา
- (2) สามารถนำยุทธศาสตร์ไปสู่การปรับเนื้อหาหลักสูตรให้ตอบโจทย์ตลาดแรงงานในปัจจุบัน เช่น การบริหารธุรกิจออนไลน์ เทคโนโลยีดิจิทัล และการสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล
- (3) สามารถนำยุทธศาสตร์ไปสู่การวางแผนเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เช่น ผู้เริ่มต้นธุรกิจ ผู้ประกอบการในชุมชน หรือผู้ที่ต้องการขยายธุรกิจ พร้อมส่งเสริมความร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและสถานประกอบการ
- (4) สามารถเป็นแนวทางในการสนับสนุนการพัฒนาทักษะของอาจารย์ เช่น การใช้เทคโนโลยี VR และ AR ในการสอน และการออกแบบหลักสูตรออนไลน์ที่ยืดหยุ่น เข้าถึงได้ง่าย รองรับการเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา

ข้อเสนอแนะในการนำยุทธศาสตร์ไปใช้สำหรับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คือ สามารถจัดอบรม และให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการสมัยใหม่ที่สอดคล้องกับบริบทชุมชน พร้อมกับส่งเสริมการสร้างเครือข่ายธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการในชุมชนและขยายความร่วมมือไปยังชุมชนอื่นๆ โดยเน้นการปฏิบัติจริง เช่น การเขียนแผนธุรกิจ การตลาดออนไลน์ และการใช้เทคโนโลยีในธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการนำยุทธศาสตร์ไปใช้สำหรับหน่วยงานภาคเอกชนและสถานประกอบการ คือ สถานประกอบการสามารถนำยุทธศาสตร์ในการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่ออบรมพนักงาน เพื่อเพิ่มทักษะสมัยใหม่และการปรับตัวในยุคดิจิทัล รวมถึงร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาหลักสูตรที่ตอบโจทย์ตลาดแรงงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ทำการศึกษาและเปรียบเทียบหลักสูตรระยะสั้นที่มีลักษณะใกล้เคียงจากสถาบันอื่นทั้งในและต่างประเทศ เพื่อวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของหลักสูตรที่กำลังพัฒนา รวมถึงแนวทางการปรับปรุงเนื้อหาและวิธีการสอน
- 2) ศึกษาต้นทุนของการนำหลักสูตรไปใช้จริง เช่น ค่าจ้างอาจารย์ ค่าพัฒนาเนื้อหาที่ต้องใช้เทคโนโลยี การจัดเตรียมสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ และค่าสถานที่เรียน เพื่อให้หน่วยงานสามารถวางแผนงบประมาณได้
- 3) ศึกษาแนวทางการสร้างกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงกับที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ หรือกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองและได้รับการสนับสนุนหลังจากจบหลักสูตร
- 4) ศึกษาความต้องการหลักสูตรระยะสั้นเพื่อพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการที่มีความแตกต่างกัน เช่น ผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ผู้ประกอบการที่อยู่ในระยะเริ่มต้น ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์มาแล้ว เพื่อจะได้จัดการเรียนการสอนให้เหมาะสมและตรงกับการพัฒนาศักยภาพ
- 5) ศึกษาวิธีการประเมินผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น การวัดผลการเรียนรู้ของผู้เรียน การประเมินความพึงพอใจ และการติดตามผลระยะยาว เพื่อให้สามารถปรับปรุงหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

จุรี ทัพพงษ์, ปวีรีศา จรดล และ นภาพรณ ฐัญญา. (2567). รูปแบบการจัดการศึกษาสำหรับผู้เรียนหลักสูตรวิชาชีพระยะสั้น เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ ของวิทยาลัยเทคนิคบางแสน. *วารสารพุทธจิตวิทยา*, 9(1), 37-50.

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2568)

ดำรงค์ วัฒนา. (2566). *การจัดทำยุทธศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิธิภักดิ์ กิติศาสตร์, ธารีรัตน์ ขุสีลิ่ง, ฌฐภศา เจษานุเบกษา, ธนาภรณ์ ทศนภักดิ์, นนทภรณ์ บุญจึงเจริญรัตน์ และ
ปริญญา ทองคำ. (2565). กลยุทธ์การพัฒนาการจัดการศึกษาแบบบูรณาการระหว่างการทำงานกับการเรียน
การสอน สำหรับหลักสูตรธุรกิจดิจิทัล. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 16(1), 185-195.

นุติ หนูไพโรจน์, จารุวรรณ นิธิไพบูลย์, ศุภโชคชัย นันทศรี และ ธิตพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์. (2565). การวิจัยเพื่อการพัฒนา
หลักสูตรอบรมระยะสั้นการผลิตสื่อโฆษณาดิจิทัล. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา*, 9(2), 19-35.

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570).

พรประสิทธิ์ เต็มโมพี. (2564). การพัฒนาหลักสูตรผู้ประกอบการด้วยการเรียนผ่านออนไลน์เพื่อส่งเสริมความเป็น
ผู้ประกอบการของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา. *วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย*.

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. (2565). *ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครว่าด้วยการศึกษาลดชีวิตและระบบคลัง
หน่วยกิต พ.ศ.2565*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. (2566). *แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570)*.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. (2561). *แนวทางการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้น*. สืบค้นจาก [https://nurse.sru.ac.th/
wp-content/uploads/2018/08/25610814_แนวทางการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้น.pdf](https://nurse.sru.ac.th/wp-content/uploads/2018/08/25610814_แนวทางการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้น.pdf).

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์. (2564). *คู่มือการจัดทำหลักสูตรระยะสั้น*. สืบค้นจาก [https://issuu.com/acadsrru/docs
/ilovepdf_merged_2_merged_2_1_](https://issuu.com/acadsrru/docs/ilovepdf_merged_2_merged_2_1_).

รัตนธรรม จินดามังกร. (2566). *ยุทธศาสตร์การจัดทำแผนพัฒนาชุมชนด้านคุณภาพชีวิตของประชาชน
กรุงเทพมหานคร: กรณีศึกษา กลุ่มกรุงเทพเหนือ*. ดุษฎีนิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระ
นคร.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (ม.ป.ป.). *การจัดการศึกษาในระบบธนาคารหน่วยกิตระดับอุดมศึกษา*. สืบค้น
จาก [https://regis.dusit.ac.th/main/wp-content/uploads/simple-file-list/4_การจัดการศึกษาในระบบธนาคาร
หน่วยกิตระดับอุดมศึกษา-สกอ.pdf](https://regis.dusit.ac.th/main/wp-content/uploads/simple-file-list/4_การจัดการศึกษาในระบบธนาคารหน่วยกิตระดับอุดมศึกษา-สกอ.pdf).

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565). *รายงานสถานการณ์ MSME ปี 2565*. กรุงเทพฯ:
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). *สำมะโนธุรกิจและอุตสาหกรรม พ.ศ.2565*. สืบค้นจาก [www.nso.go.th/nsoweb/
sammano3/](http://www.nso.go.th/nsoweb/sammano3/).

สุดฉกาจ สุดแก้ว. (2563). *การศึกษารูปแบบการเรียนรู้ การสร้างทักษะผู้ประกอบการของกลุ่มครูผู้สอน สำนักงาน
ส่งเสริมการศึกษานอกระบบและตามอัธยาศัย ในประเทศไทย ในบริบทการศึกษา นอกระบบ (Non-formal
education)*. สารนิพนธ์ การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุรเกียรติ ชาติวัฒนวิทย์. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ของผู้ประกอบการรายใหม่ด้าน
อุตสาหกรรมบริการและท่องเที่ยว. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 12(2), 42-
54.

อังคณา เรืองชัย. (2555). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้น เรื่อง การทำน้ำสมุนไพรเพื่อเป็นอาชีพเสริมใน
ครอบครัว*. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

Constable, A. (2021). *Key Skills of a 21st-Century Entrepreneur and Why They're Important*. Retrieved from
[www.forbes.com/councils/forbescoachescouncil/2021/12/28/key-skills-of-a-21st-century-entrepreneur-
and-why-theyre-important/](http://www.forbes.com/councils/forbescoachescouncil/2021/12/28/key-skills-of-a-21st-century-entrepreneur-and-why-theyre-important/).

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2568)

Derrow, C. (2022). *Key Tech Skills for Modern Entrepreneurs*. Retrieved from www.entrepreneurshiplife.com/key-tech-skills-for-modern-entrepreneurs/.

Goodwin University. (2022). *Hard, Technical, and Soft Skills that Every Entrepreneur Should Learn*. Retrieved from www.goodwin.edu/enews/entrepreneur-skills-to-learn/.

Karan, R. (2024). *10 Entrepreneurial Skills Every Professional Must Develop*. Retrieved from www.shiksha.com/online-courses/articles/entrepreneurial-skills/.

Tarver, E. (2024). *5 Skills Every Entrepreneur Should Have*. Retrieved from www.investopedia.com/articles/personal-finance/080615/5-skills-every-entrepreneur-needs.asp.

Thompson, J. (2023). *Part of the Job: 7 Skills All Entrepreneurs Must Master*. Retrieved from www.business.com/articles/7-skills-all-entrepreneurs-must-master/.

United Nations Development Programme. (2021). *Youth Social Entrepreneurship-Some learnings for success*. Retrieved from www.undp.org/asia-pacific/news/youth-social-entrepreneurship-some-learnings-success.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2025 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).