

การศึกษาความเป็นไปได้และการพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการหลักสูตรโรงเรียนสอนภาษา
เอสยูแลงเกวจเพื่อรองรับยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์ในจังหวัดเชียงใหม่
A Feasibility Study and the Development of a Curriculum Management
Model for SU Language School to Support the Soft Power Strategy
in Chiang Mai

อาทิตย์ ชาวคำ^{1*}
(Artid Saokham)

¹ศูนย์บริหารจัดการวิชาศึกษาทั่วไปและพัฒนาการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม
¹General Education Administration and English Language Development, Silpakorn University,
Nakhon Pathom, Thailand
*Corresponding author: Artid.sk@gmail.com

Article history:

Received 18 November 2025

Revised 31 March 2026

Accepted 8 April 2026

SIMILARITY INDEX = 10.35 %

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษานำร่อง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการหลักสูตรของโรงเรียนสอนภาษาเอสยูแลงเกวจ และ 2) พัฒนาและนำเสนอต้นแบบการบริหารจัดการหลักสูตรที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์ในบริบทวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยเน้นข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ 10 คน และใช้ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย 28 คน เป็นข้อมูลสนับสนุน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา และข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่าการบริหารจัดการหลักสูตรมีความเป็นไปได้ในระดับมาก ($\bar{X}=4.25$, $SD= 0.60$) โดยควรดำเนินการในรูปแบบโรงเรียนเอกชนนอกระบบ ประเภทส่งเสริมทักษะอาชีพ และจัดตั้งหลักสูตร 4 ภาษาหลัก ได้แก่ อังกฤษ จีน เกาหลี และไทย จากกลุ่มตัวอย่างพบว่าต้องการเรียนภาษาอังกฤษสูงสุด ($\bar{X}=4.61$, $SD= 0.51$) ตามด้วยภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ ($\bar{X}=4.48$, $SD= 0.62$) ต้นแบบที่พัฒนาขึ้นเสนอให้จำแนกหลักสูตรตามวัตถุประสงค์ 4 ด้าน โดยหลักสูตรภาษาและวัฒนธรรมเป็นที่ต้องการสูงสุด ($\bar{X}=4.52$, $SD= 0.55$) นอกจากนี้ยังเสนอให้เปิดหลักสูตรพิเศษด้าน “คดีชนล้าหนา” เพื่อรองรับผู้เรียนชาวต่างชาติที่ยื่นขอวีซ่าพำนักระยะยาว (Destination Thailand Visa - DTV) โดยเฉพาะ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรของโรงเรียนสอนภาษาให้สามารถแข่งขันและตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การพัฒนาต้นแบบหลักสูตร ซอฟต์พาวเวอร์ การศึกษาพหุวัฒนธรรม วีซ่าพำนักระยะยาว

Abstract

This pilot study aims to 1) evaluate the feasibility of curriculum management for SU Language School, and 2) develop and propose a curriculum management model that aligns with the soft power strategy within the multicultural context of Chiang Mai. This study employed a mixed-methods research design, with a primary focus on qualitative data from in-depth interviews with 10 experts, supported by quantitative data from questionnaires administered to 28 participants. Content analysis was utilized for qualitative data, while descriptive statistics were used for quantitative data.

The findings indicate that the curriculum management is highly feasible ($\bar{x}=4.25$, $SD=0.60$). It is recommended that the school operate as a non-formal private school under the vocational skills category, offering courses in four key languages: English, Chinese, Korean, and Thai. Among the sample group, demand was highest for English ($\bar{x}=4.61$, $SD=0.51$), followed by Thai for foreigners ($\bar{x}=4.48$, $SD=0.62$). The developed model proposes categorizing courses based on four primary learner objectives, with language and culture being the most desired category ($\bar{x}=4.52$, $SD=0.55$). Furthermore, the study suggests introducing a special course in "Lanna Folklore" specifically designed for foreign learners applying for the Destination Thailand Visa (DTV). The knowledge gained from this research can serve as a concrete guideline for developing language school curricula to be competitive and sustainably meet the diverse needs of learners.

Keywords: Curriculum Model Development, Soft Power, Multicultural Education, Destination Thailand Visa (DTV)

1. บทนำ

ในยุคที่โลกเผชิญกับการพลิกผันอย่างรวดเร็ว (Disruptive Change) โดยเฉพาะการปฏิวัติทางเทคโนโลยีซึ่งมีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญ ได้ส่งผลกระทบและสร้างความท้าทายใหม่ต่อสถาบันการศึกษาเป็นอย่างมาก (García et al., 2021) เทคโนโลยีเกี่ยวกับภาษาแบบเรียลไทม์และแพลตฟอร์มการเรียนรู้ที่ขับเคลื่อนด้วย AI ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ภาษา ทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างง่ายดาย ส่งผลกระทบต่อสถาบันสอนภาษาแบบดั้งเดิม จะเห็นได้ว่าบริบทนี้ “ภาษา” ได้รับการยกระดับจากการเป็นเพียงเครื่องมือสื่อสาร ไปสู่การเป็นองค์ประกอบหลักของ “ทุนมนุษย์” (Human Capital) ที่ซับซ้อนและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในศตวรรษที่ 21 (Ginsburgh & Prieto-Rodriguez, 2011) ทักษะทางภาษาในปัจจุบันจำเป็นต้องกล่าวถึงมากกว่าความสามารถในการพูด อ่าน เขียน ซึ่งรวมถึงสมรรถนะการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Intercultural Communication Competence) ด้วย ถือเป็นคุณสมบัติที่องค์กรข้ามชาติต่างให้ความสำคัญสูงสุดในการคัดเลือกบุคลากร เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันในสภาพแวดล้อมที่มีความหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Benitez et al., 2022) สอดคล้องกับนโยบายประเทศไทย 4.0 ที่มุ่งเปลี่ยนผ่านโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศ โดยเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีทักษะแห่งอนาคต ซึ่งการสื่อสารในบริบทข้ามวัฒนธรรมถือเป็นหนึ่งในทักษะหลักที่ภาครัฐต้องการส่งเสริมอย่างเร่งด่วน (Office of the National Economic and Social Development Council [NESDC], 2023)

จะเห็นได้ว่าบริบทดังกล่าวสามารถจัดการได้ในพื้นที่ที่พร้อม โดยเฉพาะ “จังหวัดเชียงใหม่” ที่เป็นทั้งเมืองท่องเที่ยวสำคัญ และได้รับการยอมรับจาก UNESCO ให้เป็น “เมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน” (Creative City of Crafts and Folk Art) เป็นหนึ่งในจุดหมายอันดับต้น ๆ ของโลกสำหรับกลุ่มดิจิทัลโนแมด (UNESCO Creative Cities Network, 2021; Cook, 2020) การหลั่งไหลเข้ามาของชาวต่างชาติหลากหลายกลุ่ม ทั้งนักลงทุน ผู้ประกอบการ และผู้พำนักระยะยาว ได้สร้างระบบนิเวศทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีความเป็นสากลสูง ทำให้ความต้องการเรียนรู้ภาษาในพื้นที่ที่มีความซับซ้อนและแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ กลุ่มเป้าหมายนอกจากนักท่องเที่ยว ยังขยายไปสู่กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะทาง เช่น กลุ่มดิจิทัลโนแมดที่ต้องการภาษาไทยเพื่อการใช้ชีวิตประจำวันและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ หรือกลุ่มผู้เกษียณอายุที่ต้องการเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการใช้ชีวิตในบั้นปลายอย่างมีความสุข

อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจเบื้องต้นพบช่องว่างทางการตลาดที่สำคัญ (Pain Points) แม้จะมีความต้องการสูง แต่มีโรงเรียนสอนภาษาในเชียงใหม่จำนวนไม่ถึง 5 แห่ง ที่พัฒนาหลักสูตรเพื่อตอบสนองต่อผู้ยื่นขอวีซ่าพำนักระยะยาวประเภทใหม่ (Destination Thailand Visa - DTV) โดยตรง (Thailand Trade and Economic Office, 2024) ในทางกลับกัน สถาบันที่ตอบโจทยความต้องการของวีซ่าประเภทนี้ส่วนใหญ่กลับเป็นโรงเรียนสอนมวยไทยหรือทักษะวิชาชีพอื่น ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าตลาดการศึกษาภาษายังปรับตัวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย ปัญหาหลักคือ โรงเรียนสอนภาษาส่วนใหญ่ยังคงยึดติดกับรูปแบบหลักสูตรมาตรฐาน (One-Size-Fits-All Approach) ที่เน้นการสอนไวยากรณ์เป็นหลัก มีตารางเรียนที่ตายตัว และขาดความยืดหยุ่น ซึ่งไม่ตอบโจทย์วิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมายใหม่ ที่สำคัญหลักสูตรเหล่านี้ขาดการบูรณาการเข้ากับ “มิติทางวัฒนธรรม” อย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้เรียนกลุ่ม DTV และกลุ่มผู้เรียนเชิงไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Learners) มองหาเป็นอันดับแรก (Holliday, 2021) ที่ต้องการ “เรียนภาษา” ควบคู่ไปกับ “ประสบการณ์ทางวัฒนธรรม” ผ่านการเรียนรู้ในบริบทที่ตนได้พักอาศัย

ทั้งนี้ช่องว่าง (Gap) ทางตลาดที่เห็นได้ชัดคือปัญหาสำคัญที่ผู้วิจัยต้องการวิจัยผ่านกรณีศึกษาของ “โรงเรียนสอนภาษาเอสยูแลงเกจ (SU Language School)” ซึ่งมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาหลักสูตรที่

แตกต่าง โดยมีเป้าหมายที่จะทำให้สถาบันสอนภาษาเป็น “ประตูสู่ประสบการณ์ด้านภาษาและวัฒนธรรม” แนวทางของโรงเรียนสอนภาษาเอสยูแลงเกวจ คือการบูรณาการทักษะภาษาเข้ากับความเข้าใจในวิถีชีวิต คติชน และศิลปะล้านนาอย่างเป็นระบบ เช่น การจัดกิจกรรม Workshop การทำอาหารพื้นเมือง หรือ การทัศนศึกษาแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร แนวทางดังกล่าวอาจสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน และยังตอบสนองโดยตรงต่อยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของประเทศ ที่มุ่งใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ที่ดีในระดับสากล (Creative Economy Agency, 2023) การสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้แก่ผู้เรียนชาวต่างชาติ สามารถสร้าง “ทูตวัฒนธรรม” ที่จะนำเรื่องราวและภาพลักษณ์ที่ดีของเชียงใหม่และประเทศไทยไปเผยแพร่ต่อในประชาคมโลกได้ (ศราวดี วิสาพรหม, 2564)

ดังนั้นการวิจัยเรื่อง “การศึกษาความเป็นไปได้และการพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการหลักสูตรโรงเรียนสอนภาษาเอสยูแลงเกวจเพื่อรองรับยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์ในจังหวัดเชียงใหม่” จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งการวิจัยนี้นอกจากการมุ่งหวังเพื่อสร้างแผนธุรกิจสำหรับโรงเรียนสอนภาษาแล้ว ทั้งยังมีเป้าหมายเพื่อเสนอ “ต้นแบบ” (Prototype) การบริหารจัดการหลักสูตรที่สถาบันสอนภาษาอื่น ๆ ในเมืองสร้างสรรค์ทั่วประเทศสามารถนำไปปรับใช้ได้ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม และร่วมเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดเชียงใหม่ และของประเทศได้อย่างยั่งยืน ผลจากการวิจัยครั้งนี้จะช่วยเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ เสนอแนวทางที่เป็นรูปธรรม และวางรากฐานในการสร้างสถาบันสอนภาษาแห่งอนาคตที่สามารถเป็นเลิศได้ท่ามกลางความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรมในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการหลักสูตรของโรงเรียนสอนภาษาเอสยูแลงเกวจ
2. เพื่อพัฒนาและนำเสนอต้นแบบการบริหารจัดการหลักสูตรที่สอดคล้องกับแนวโน้มตลาดและยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์ในบริบทพหุวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยจัดกลุ่มเนื้อหาเป็น 3 ประเด็นหลัก เพื่อสร้างกรอบแนวคิดที่ครอบคลุมสำหรับการศึกษา ดังนี้

2.1 กรอบแนวคิดการศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study Framework) การศึกษาความเป็นไปได้ คือกระบวนการวิเคราะห์และประเมินโครงการอย่างเป็นระบบ เพื่อตัดสินใจว่าโครงการนั้น ๆ มีศักยภาพที่จะประสบความสำเร็จหรือไม่ ก่อนที่จะลงทุนทรัพยากรจำนวนมาก (นิมโนล โคตะรักษ์, 2561) ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจใหม่ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการศึกษาที่มีการแข่งขันสูง สำหรับกรอบแนวคิดที่การวิจัยเรื่องนี้ได้สังเคราะห์และนำมาใช้เป็นแกนในการประเมินประกอบด้วย 4 มิติหลัก ได้แก่

2.1.1 ความเป็นไปได้ด้านการตลาด (Market Feasibility) เป็นการประเมินอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ในตลาดเป้าหมาย วิเคราะห์ขนาดของตลาด กลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรมผู้บริโภค และที่สำคัญคือการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน (Competitor Analysis) เพื่อหาช่องว่างทางการตลาดและโอกาสทางธุรกิจ (Kotler & Armstrong, 2021)

2.1.2 ความเป็นไปได้ด้านเทคนิคและการดำเนินงาน (Technical and Operational Feasibility) เป็นการประเมินความพร้อมของทรัพยากรที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน เช่น สถานที่ตั้ง อุปกรณ์การสอน เทคโนโลยี แพลตฟอร์มการเรียนรู้ และบุคลากรผู้สอนที่มีคุณภาพ ซึ่งทั้งหมดต้องสอดคล้องกับหลักสูตรที่นำเสนอ

2.1.3 ความเป็นไปได้ด้านการเงิน (Financial Feasibility) เป็นการวิเคราะห์ต้นทุนการลงทุน (Investment Cost) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Cost) โครงสร้างราคาค่าเล่าเรียน แหล่งรายได้ และทำการประมาณการทางการเงินเพื่อหาจุดคุ้มทุน (Break-Even Point) และผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เพื่อประเมินความยั่งยืนของโครงการในระยะยาว

2.1.4 ความเป็นไปได้ด้านการจัดการและกฎหมาย (Managerial and Legal Feasibility) เป็นการประเมินโครงสร้างองค์กร ความสามารถของทีมผู้บริหาร และที่สำคัญคือการศึกษาข้อบังคับทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น ขั้นตอนการขอใบอนุญาตจัดตั้งโรงเรียนเอกชนนอกระบบตามระเบียบของกระทรวงศึกษาธิการ

2.2 การบริหารจัดการโรงเรียนเอกชนนอกระบบในบริบทปัจจุบัน โรงเรียนเอกชนนอกระบบ เช่น โรงเรียนสอนภาษาจัดเป็นธุรกิจบริการทางการศึกษาที่ต้องเผชิญกับความท้าทายเฉพาะตัว เป็นการพึ่งพิงความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและการแข่งขันที่รุนแรง ดังนั้นการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพต้องครอบคลุมถึงการจัดการหลักสูตรที่มีพลวัตสูง โดยกระบวนการสำคัญประกอบด้วย การออกแบบหลักสูตร (Curriculum Design) ที่ต้องวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียนอย่างลึกซึ้ง เพื่อสร้างหลักสูตรที่ยืดหยุ่นตามแนวคิด “Agile Curriculum Design” (นวรรตน์ ไวมภู, 2568) การนำหลักสูตรไปใช้ (Implementation) ที่เน้นคุณภาพของผู้สอน และ การประเมินหลักสูตร (Evaluation) ที่รวบรวมข้อมูลป้อนกลับจากทุกภาคส่วนตามแนวทาง “การประเมินผลแบบ 360 องศา” (จารุกิตต์ สายสิงห์, 2563) เพื่อนำผลมาปรับปรุงหลักสูตรอย่างต่อเนื่องให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

2.3 แนวโน้มตลาดและโอกาสจากยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์ ในยุคดิจิทัลตลาดการศึกษาภาษาได้เปลี่ยนจากการเรียนรู้อย่างเดียว (one-size-fits-all) สู่รูปแบบที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางและมีความเฉพาะเจาะจงสูง (hyper-segmentation) ผู้เรียนต้องการทักษะที่นำไปใช้ได้จริงตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ทำให้สถาบันที่สามารถออกแบบ “เส้นทางการเรียนรู้ส่วนบุคคล” (Personalized Learning Pathways) จะมีความได้เปรียบในการแข่งขัน (Villatoro & de-Benito, 2022) ซึ่งปรากฏการณ์นี้สอดคล้องกับโอกาสที่เกิดจากนโยบายภาครัฐ โดยเฉพาะ ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์ประเทศไทยกำลังผลักดัน เป็นผลทำให้โรงเรียนสอนภาษากลายเป็น “ตัวกลางทางวัฒนธรรม” (Cultural Intermediary) ที่สำคัญ การสอนภาษาที่บูรณาการกับวัฒนธรรมสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม อีกทั้งเป็นกลไกส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศโดยตรง (ดุลยฤทธิ์ จินดาพันธุ์, 2566) นอกจากนี้นโยบายวีซ่าพำนักระยะยาว (Destination Thailand Visa - DTV) ได้สร้างกลุ่มตลาดใหม่ที่มีความต้องการชัดเจน คือกลุ่มชาวต่างชาติทักษะสูงที่ต้องการเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการใช้ชีวิตในประเทศไทย (MYLT, 2026) ซึ่งสถาบันสอนภาษามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสนับสนุนระบบนิเวศนี้ให้สมบูรณ์ การเชื่อมโยงหลักสูตรเข้ากับนโยบายดังกล่าว จึงเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญและตอบโจทย์ความต้องการของตลาด

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษานำร่อง (Pilot Study) ที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed-Methods Approach) โดยกำหนดให้ ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นข้อมูลหลักในการตอบวัตถุประสงค์การวิจัย และใช้ข้อมูลเชิงปริมาณเป็นข้อมูลสนับสนุนเบื้องต้น (Supportive data) เพื่อสำรวจแนวโน้มและความคิดเห็นในภาพรวม

3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

3.1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (เชิงคุณภาพ) ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษา การสอนภาษา และการตลาด จำนวน 10 คน ประกอบด้วยผู้บริหารสถาบันสอนภาษา อาจารย์มหาวิทยาลัย และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์คุณวุฒิและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องโดยตรง

3.1.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสนับสนุน (เชิงปริมาณ) ผู้ที่สนใจเรียนภาษาในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 28 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อสำรวจความคิดเห็นเบื้องต้น

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน มีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00 ทุกข้อ

3.2.2 แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลสนับสนุนเชิงปริมาณ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert Scale) มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับจากการทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่าง 10 คน เท่ากับ 0.92 (Cronbach's Alpha)

3.3 การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.1 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 10 คน และนำมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดกลุ่ม สังเคราะห์ และตีความประเด็นสำคัญ

3.3.2 ข้อมูลเชิงปริมาณ นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง 28 คน และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อใช้ประกอบและสนับสนุนข้อค้นพบที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

3.4 ข้อจำกัดของการวิจัย (Limitations of the Study)

เพื่อให้เกิดความโปร่งใสทางวิชาการ ผู้วิจัยขอเสนอขอบเขตและข้อจำกัดที่สำคัญของการศึกษานำร่องครั้งนี้อย่างชัดเจน ดังนี้

3.4.1 ข้อจำกัดด้านขนาดกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการศึกษานำร่อง กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณจำนวน 28 คน จึงมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้ในการทดสอบเครื่องมือวิจัยและสำรวจแนวโน้มเบื้องต้นในกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ดังนั้นการนำข้อค้นพบเชิงปริมาณที่ได้ไปขยายผลหรือตีความเพื่ออ้างอิงถึงประชากรกลุ่มใหญ่ ควรดำเนินการด้วยความรอบคอบและพิจารณาในบริบทของการศึกษาเบื้องต้น

3.4.2 ข้อจำกัดด้านการเลือกกลุ่มตัวอย่าง การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) เป็นวิธีการที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาในระยณานำร่อง ซึ่งมีความจำเป็นในการเข้าถึงกลุ่มผู้ที่สนใจเรียนภาษาได้อย่างรวดเร็ว เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นภายใต้ข้อจำกัดด้าน

เวลาและทรัพยากร การได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกเบื้องต้นมีความเหมาะสมและเพียงพอ เพื่อนำไปพัฒนาการวิจัยในขั้นต่อไป

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ผลการประเมินความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการหลักสูตร

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษา การตลาด และการสอนภาษา จำนวน 10 คน พบว่าการบริหารจัดการหลักสูตรมีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้สูงในบริบทปัจจุบัน โดยสามารถสังเคราะห์ข้อมูลได้ว่ากลยุทธ์การตลาดที่กำหนดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะทาง เช่น Digital Nomad และผู้สนใจวีซ่าพำนักระยะยาว (Destination Thailand Visa - DTV) เป็นกลยุทธ์ Blue Ocean ที่ทันต่อสถานการณ์ในยุคปัจจุบันและเหมาะสมกับบริบทพื้นที่ เนื่องจากเป็นตลาดที่กำลังเติบโตและยังไม่มีคู่แข่งจำนวนมากในพื้นที่ จุดแข็งสำคัญคือการพัฒนาหลักสูตรพิเศษด้าน “คติชนล้านนา” ที่สอดคล้องกับนโยบายซอฟต์แวร์พาวเวอร์ของภาครัฐ รวมถึงเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มที่โดดเด่น ทำให้สถาบันสามารถนำเสนอ “ประสบการณ์ทางวัฒนธรรม” ที่ลึกซึ้งได้นอกจากการลงทะเบียนเพื่อเรียนภาษาเท่านั้น ถือว่าเหมาะสมมากในการดึงดูดกลุ่มผู้เรียนคุณภาพสูงและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน ทั้งนี้ความเป็นไปได้ทางการเงิน (Financial Feasibility) ผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลได้ 3 ประการ ดังนี้ 1) ราคาค่าเล่าเรียนที่กลุ่มตัวอย่างยอมรับได้อยู่ระหว่าง 8,000 – 12,000 บาทต่อหลักสูตร/คอร์ส (30 ชั่วโมง) 2) จำนวนนักเรียนที่คาดหวัง ในปีแรกของการดำเนินงาน คาดว่าจะมีนักเรียนลงทะเบียนประมาณ 60 – 80 คนต่อไตรมาส และ 3) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Break-even Analysis) จากการประมาณการต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร คาดว่าโรงเรียนจะถึงจุดคุ้มทุนเมื่อมีผู้เรียนลงทะเบียนประมาณ 50 คนต่อไตรมาส ซึ่งต่ำกว่าจำนวนนักเรียนที่คาดการณ์ไว้ แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้สูงในการดำเนินธุรกิจให้มีกำไร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่าการจัดตั้งและบริหารจัดการหลักสูตรของโรงเรียนสอนภาษาเอเชียแลงแกวจ มีความเป็นไปได้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.25$, $SD= 0.60$) โดยผลการประเมินความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าความเป็นไปได้ด้านการตลาดอยู่ในอันดับสูงที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของหลักสูตรที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายเฉพาะทางได้อย่างชัดเจน รองลงมาคือความเป็นไปได้ด้านหลักสูตร และด้านราคา ตามลำดับ สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นต่อความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการหลักสูตร

ประเด็นประเมินความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการหลักสูตร	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ด้านหลักสูตร ครอบคลุมการเรียนภาษาทั้ง 4 ภาษา (อังกฤษ, จีน, เกาหลี, ไทย)	4.32	0.65	มาก
2. ด้านการตลาด ความน่าสนใจของหลักสูตรสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (เช่น DTV, Digital Nomad)	4.45	0.51	มาก
3. ด้านราคา ความเหมาะสมผลของค่าเล่าเรียนที่ยอมรับได้	3.98	0.78	มาก
ภาพรวม	4.25	0.60	มาก

4.2 ต้นแบบการบริหารจัดการหลักสูตรโรงเรียนสอนภาษาเอสยูแลงเกวจ

จากการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่สนับสนุนด้วยข้อมูลเชิงปริมาณ สามารถนำเสนอ “ต้นแบบการบริหารจัดการหลักสูตร” ที่มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

4.2.1 การกำหนดภาษาหลักและจำแนกหลักสูตรตามวัตถุประสงค์

จะเห็นได้ว่าระดับความต้องการเรียนภาษา 4 ภาษาหลัก จากการสำรวจความสนใจของกลุ่มตัวอย่างพบว่าภาษาอังกฤษและภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติมีความต้องการในระดับมากที่สุด ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการใช้ชีวิตและการทำงานในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความต้องการเรียนภาษา 4 ภาษาหลัก

ประเด็นประเมินความต้องการเรียนภาษา	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ภาษาอังกฤษ	4.61	0.51	มากที่สุด
2. ภาษาไทย (สำหรับชาวต่างชาติ)	4.48	0.62	มาก
3. ภาษาจีน	3.75	0.95	มาก
4. ภาษาเกาหลี	3.22	1.05	มาก

เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ “หลักสูตรภาษาและวัฒนธรรม” สูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของผู้เรียนกลุ่ม DTV และ Digital Nomad ที่ต้องการประสบการณ์การเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมร่วมกับทักษะทางภาษา สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับความต้องการต่อหลักสูตรตามวัตถุประสงค์ 4 ด้าน

ประเด็นประเมินความต้องการต่อหลักสูตรตามวัตถุประสงค์	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. หลักสูตรภาษาและวัฒนธรรม	4.52	0.55	มากที่สุด
2. หลักสูตรภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน	4.35	0.61	มาก
3. หลักสูตรภาษาเพื่อการทำงานและธุรกิจ	3.98	0.75	มาก
4. หลักสูตรภาษาเพื่อการเตรียมตัวสอบวัดระดับ	3.45	0.88	ปานกลาง

4.2.2 การออกแบบเนื้อหาที่ยืดหยุ่น (Flexible Content Design) จากข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่าเนื้อหาต้องปรับเปลี่ยนได้ตาม 1) ระดับทักษะ และ 2) ช่วงวัยของผู้เรียน เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด การใช้รูปแบบการเรียนรู้แบบผสมผสาน (Blended Learning) ทั้งในห้องเรียนและผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์สามารถตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันได้ดีที่สุด

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลและอภิปราย

การบริหารจัดการหลักสูตรของโรงเรียนสอนภาษาเอสยูแลงเกวจมีความเป็นไปได้ในระดับมาก และต้นแบบการบริหารจัดการหลักสูตรควรประกอบด้วย การจำแนกหลักสูตรตามวัตถุประสงค์ 4 ด้าน ให้มีการออกแบบเนื้อหาที่ยืดหยุ่นตามระดับและวัยของผู้เรียน และเพิ่มหลักสูตรพิเศษด้าน “คติชนล้านนา” เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายเฉพาะทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการวิจัยสามารถนำเสนอการอภิปรายผลได้ 2 ประเด็น ดังนี้

1) การตอบสนองต่อช่องว่างของตลาดท้องถิ่นด้วยหลักสูตรแบบมุ่งเน้นเป้าหมาย จะเห็นได้ว่า ผลการวิจัยที่เสนอให้จำแนกหลักสูตรออกเป็น 4 ด้านตามวัตถุประสงค์เฉพาะ สอดคล้องกับการศึกษาของยุบลวรรณ สาชนะ (2568) ที่ชี้ว่าตลาดการศึกษายุคใหม่ต้องการการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะบุคคล (Hyper-Personalized Learning) มากขึ้น ซึ่งแนวทางนี้แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับรูปแบบของโรงเรียนสอนภาษาจำนวนหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่ยังคงเน้นการเปิดสอนหลักสูตรภาษาเพื่อการสื่อสารเป็นหลัก และยังมีข้อจำกัดเกี่ยวกับหลักสูตรที่ออกแบบมาเพื่อกลุ่มเป้าหมายเฉพาะทางอย่างชัดเจน ดังนั้นการที่ต้นแบบของโรงเรียนสอนภาษาเอสยูแลงเกวจมุ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตรเพื่อการทำงาน การย้ายถิ่นฐาน หรือการเตรียมสอบโดยเฉพาะ จึงเป็นการเข้ามาเติมเต็มช่องว่างของตลาด (Market Gap) ในบริบทของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีกลุ่มชาวต่างชาติพำนักระยะยาวและกลุ่ม Digital Nomad เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขันสูง

2) การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการบูรณาการวัฒนธรรมเชิงลึก ข้อเสนอในการพัฒนาหลักสูตรพิเศษด้าน “คติชนล้านนา” เพื่อรองรับกลุ่มผู้ยื่นขอวีซ่า DTV (Destination Thailand Visa) โดยเฉพาะ สอดคล้องกับการศึกษาของ ดุลยฤทธิ์ จินดาพันธุ์ (2566) ที่พบว่าผู้เรียนยุคใหม่ต้องการประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ กลยุทธ์นี้ถือเป็นการสร้างจุดขายที่โดดเด่น เนื่องจากการสำรวจเบื้องต้นยังไม่พบว่ามีสถาบันสอนภาษาแห่งใดในเชียงใหม่ที่นำเสนอหลักสูตรซึ่งเชื่อมโยงกับเงื่อนไขการขอวีซ่าของภาครัฐโดยตรง การออกแบบหลักสูตรในลักษณะนี้นอกจากจะเป็นการสอนภาษา ยังเป็นการสร้าง “ทางเลือก” (Solution) ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อสูง ซึ่งช่วยสร้างความได้เปรียบในการเป็นผู้บุกเบิกตลาด (First-Mover Advantage) และวางตำแหน่งของสถาบันให้เป็นมากกว่าโรงเรียนสอนภาษา รวมถึงยังเป็น “ประตูสู่การเข้าใจภาษาและวัฒนธรรมท้องถิ่น” ที่ตอบโจทย์ทั้งนโยบายซอฟต์แวร์พาวเวอร์ของประเทศและเทรนด์การท่องเที่ยวเชิงการศึกษา (Edu-tourism) ได้อย่างลงตัว

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1) สร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ (Strategic MOU) ควรดำเนินการจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับหน่วยงานที่เป็นช่องทางเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เช่น สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตร DTV, Co-working spaces ที่เป็นศูนย์รวมของ Digital Nomads และบริษัทจัดหาที่พักสำหรับชาวต่างชาติ (Real Estate Agencies)

2) พัฒนาลิขสิทธิ์เสริมเพื่อดึงดูดลูกค้า (Lead Magnet Products) ควรพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นในรูปแบบ Workshop ด้านวัฒนธรรมล้านนา 1-2 วัน (เช่น การทำอาหารล้านนา การจักสาน การฟ้อนรำเบื้องต้น) เพื่อใช้เป็นกิจกรรมทดลองเรียนสำหรับผู้สนใจ ซึ่งจะช่วยสร้างการรับรู้และดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจลงทะเบียนเรียนในหลักสูตรระยะยาวต่อไป

3) ใช้การตลาดดิจิทัลแบบเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย โดยสร้างแคมเปญโฆษณาออนไลน์ (เช่น Facebook Ads, Google Ads) ที่มีการกำหนดเป้าหมายไปยังกลุ่มผู้ใช้งานในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความสนใจในหัวข้อ “Digital Nomad”, “Expatriate in Chiang Mai” หรือ “Long-stay Visa Thailand” เพื่อให้การสื่อสารการตลาดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำและมีประสิทธิภาพ

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

- 1) วิจัยเชิงปริมาณขนาดใหญ่ โดยวิจัยเชิงปริมาณซ้ำ เพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างให้ได้อย่างน้อย 100- 200 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามหลักสถิติ เพื่อยืนยันข้อค้นพบจากการศึกษาเบื้องต้นนี้ และเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงลึกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาของกลุ่มเป้าหมาย
- 2) วิจัยและพัฒนาสื่อการสอน ควรใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อออกแบบและสร้างชุดสื่อการสอน (Instructional Media) สำหรับหลักสูตร “คติชนล้านนา” โดยเฉพาะ เพื่อให้มีคุณภาพและเป็นมาตรฐาน

เอกสารอ้างอิง

- จารุกิตติ์ สายสิงห์. (2563). การพัฒนาระบบจัดเก็บฐานข้อมูลบุคลากรทางการศึกษาแบบ 360 องศา: ระบบจัดเก็บฐานข้อมูลบุคลากรทางการศึกษาแบบ 360 องศา. **วารสารวิชาการ การจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม**, 7(2), 59–71.
- ดุสิตฤทธิ์ จินดาพันธุ์. (2566). จุดเด่นของหลักสูตรนานาชาติที่นำไปสู่คุณภาพผู้เรียน. **วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี**, 1(2), 73–85.
- นวรรตน์ ไชยมงกุฎ. (2568). แนวคิด Agile ในการบริหารการศึกษา. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี (ฉบับบัณฑิตศึกษา)**, 3(3), 150–162.
- นิมมวอล โคตะรักษ์. (2561). การศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดตั้งโรงเรียนนานาชาติ ตามหลักปรัชญาอโกลิในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการศึกษา วิทยาลัยครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ยุบลวรรณ สาขนะ. (2568). นวัตกรรมการบริหารการศึกษาในยุคดิจิทัล. **วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย (สพบท.)**, 7(3), 635–649.
- ศราวภูมิ วิสาพรม (2564). ประวัติศาสตร์การกลายเป็นสินค้าของวัฒนธรรมล้านนาภายใต้บริบทโลกาภิวัตน์ รัฐไทย และท้องถิ่นนิยม. **วารสารการเมืองการปกครอง**, 11(1), 42-62.
<https://doi.org/10.14456/jopag.2021.3>
- Benitez, J., Arenas, A., Castillo, A., & Esteves, J. (2022). Impact of digital leadership capability on innovation performance: The role of platform digitization capability. **Information & Management**, 59(2), Article 103590. <https://doi.org/10.1016/j.im.2022.103590>
- Cook, D. (2020). Dave Cook, 2020. The freedom trap: digital nomads and the use of disciplining practices to manage work/leisure boundaries, **Information Technology & Tourism**, 22(3), 355-390. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00172-4>
- Creative Economy Agency. (2023). **Thailand soft power strategy 2023-2027**. Bangkok : Creative Economy Agency (Public Organization).
- García, O., Johnson, S. I., Seltzer, K., & Valdés, G. (2021). **The translanguaging classroom: Leveraging student bilingualism for learning**. Philadelphia : Caslon Publishing.

- Ginsburgh, V., & Prieto-Rodriguez, J. (2011). Returns to foreign languages of native workers in the European Union. *Industrial & Labor Relations Review*, 64(3), 599–618.
<https://doi.org/10.1177/001979391106400309>
- Holliday, A. (2021). **Appropriate methodology revisited**. In R. Chowdhury & M. Sarkar (Eds.), *Glocalization, internationalization and multicultural perspectives on language education in Asia* (pp. 15–30). Singapore: Springer.
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2021). **Principles of marketing (18th ed., Global ed.)**. Pearson.
- Mindyourlanguaethailand [MYLT]. (2026). **DTV & ED VISA APPLICATION PROCESS**. [Online], Retrieved March 5, 2026, from <https://www.mindyourlanguaethailand.com/dtv-vs-ed-visa-thailand/>
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2023). **The 13th National Economic and Social Development Plan (2023–2027)**. [Online], Retrieved March 5, 2026, from <https://www.nesdc.go.th/en/the-national-economic-and-social-development-plan/>
- Thailand Trade and Economic Office. (2024). **The Destination Thailand Visa (DTV)**. [Online], Retrieved March 4, 2026, from <https://tteo.thaiembassy.org/th/publicservice/the-destination-thailand-visa-dtv>
- UNESCO Creative Cities Network. (2021). **Chiang Mai Monitoring Report 2021: Creative City of Crafts and Folk Art**. Submitted to UNESCO Creative Cities Network.
- Villatoro, S and de-Benito, B. (2022). Self-Regulation of Learning and the Co-Design of Personalized Learning Pathways in Higher Education: A Theoretical Model Approach. *Journal of Interactive Media in Education*, 6(1), 1–16.
<https://doi.org/10.5334/jime.749>