



แนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล*

GUIDELINES FOR EDUCATIONAL BUSINESS MARKET DEVELOPMENT IN RESPONSE TO CUSTOMER'S NEEDS IN DIGITAL ECONOMY

พระมหาพิชัย วรภาณี*

Pramahapichai Warapanee

พระครูปลัดปัญญาวรรณ (हरषा निधुन्यकर)

Phrakhrupalad Panyavoravat (Hansa Nithiboonyakonr)

สมบัติ วงศ์กำแหง

Sombat Wongkamhaeng

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

*Corresponding author E-mail: pichai@ibsc.mcu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคทางการศึกษาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล 2) เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มภาคีเครือข่ายของวิทยาลัยพุทธศาสนานานาชาติในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล 3) เพื่อนำเสนอองค์ความรู้ใหม่แนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาในการสนองตอบความต้องการของกลุ่มลูกค้ากลุ่มผู้บริโภคทางการศึกษาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี พบว่า การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 115 คน เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการศึกษาความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคทางการศึกษาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล พบว่า การพัฒนาหลักสูตรควรมีการพัฒนาทุก ๆ 2 ปี หรือทุก 3 ปี 2) องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยได้แก่ 2.1) ความต้องการการของลูกค้าและผู้บริโภคทางการศึกษาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22.$, $S.D = 0.35$) 2.2) แนวทางการพัฒนา พบว่า

* Received 18 April 2023; Revised 29 April 2023; Accepted 30 April 2023

มี 3 แนวทาง คือ 1) การพัฒนาหลักสูตรควรมีการพัฒนาทุก ๆ 2 ปี หรือทุก 3 ปี ควรมีหลักสูตรระยะสั้น 1 ปี 2 ปี หรือ 3 ปี 2) การสร้างแพลตฟอร์มให้เป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้ 3) พัฒนาระบบการจัดการเรียนการสอนให้ทันสมัย 2.3 นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ พบว่า 1) วิทยาลัยจัดการศึกษาหลักสูตร 1 ปี 2 ปี 3 ปี 2) มีแพลตฟอร์มให้เป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้ 3) พัฒนาการจัดการเรียนการสอนให้ทันสมัย

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา, ตลาดธุรกิจทางการศึกษา, เศรษฐกิจดิจิทัล

Abstract

This research aimed 1) to study a guideline of development for educational business market in response to customer's needs in the digital economic age, 2) to examine needs of consumers in the network of International Buddhist College in the digital economic age, and 3) to present new know-how of a guideline for educational business market in response to educational consumers in the digital economic age. This study in a mixed-method research. For quantitative research, data were collected from 115 samples, and the research instrument included a questionnaire. Data were analyzed with a package program, and statistics employed included mean and standard deviation. Meanwhile, the qualitative research was conducted with an in-depth interview with 30 key informants. The research instrument was an interview form, and data were analyzed descriptively. The findings revealed that 1. The study of educational customer's and consumer's needs in the digital economic age revealed that the courses should be developed every 2 or 3 years. 2. New know-how from the research is as follows 2.1 The needs of educational consumers and customers in the digital economic age, according to the respondents, were generally at high level ($\bar{X}=4.22, S.D=0.35$) 2.2 The guideline of development can be divided into 3 ways including 1) development of courses in every 2 or 3 years, with short-term courses of 1 year, 2 years or 3 years, 2) creation of a platform as the center of learning, and 3) the instruction modernization. 2.3 The presentation of new know-how is found that 1) The college provides 1-year, 2-year, 3-year curriculum. 2) A platform as the center of learning 3) The instruction is modernized

Keywords: Guideline of Development, Educational Business Market, Digital Economy



บทนำ

การจัดการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2540 ได้กำหนดแนวทางในการจัดการศึกษาของชาติในมาตรา 22 คือให้ยึดหลักผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้และถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญในการเรียนรู้ในกระบวนการจัดการศึกษาจะต้องส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตนเองตามธรรมชาติและเต็มศักยภาพกำหนดให้การจัดกระบวนการเรียนรู้จะต้องจัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจและตามความถนัดของผู้เรียนโดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลการจัดการกิจกรรมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงฝึกการปฏิบัติให้ทำได้คิดเป็นและทำเป็นรักการอ่านใฝ่เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในลักษณะดังกล่าวจะทำให้เกิดประสิทธิภาพได้จริงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ ที่ทันสมัยและการสื่อสาร (Information and Communication Technology: ICT) และเทคโนโลยีทางการศึกษามาประยุกต์ใช้เพื่อสนับสนุนในการจัดการศึกษาและสามารถพัฒนาผู้เรียนได้ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2540)

ในด้านเทคโนโลยีที่จะเข้ามาเปลี่ยนแปลงของโลกสมัยใหม่ทำให้การจัดการข้อมูลไร้ขอบเขตไร้ขีดจำกัดไร้ตัวกลางในการสื่อสารนั่นก็คือบล็อกเชน (Blockchain) แม้จะเป็นศัพท์ใหม่ แต่น่าจะเริ่มคุ้นหูหลาย ๆ คนกันบ้างแล้วโดยเฉพาะคนที่ติดตามเทคโนโลยีและธุรกรรมยุคดิจิทัล เพราะบล็อกเชนคือเทคโนโลยีตัวช่วยด้านความปลอดภัย (Security) และความน่าเชื่อถือ (Trust) ในการทำธุรกรรมการเงินโดยไม่ต้องอาศัยคนกลาง เช่น การโอนเงินระหว่างประเทศของธุรกิจแบบ B2B (Business to Business) สามารถโอนโดยไม่ต้องแปลงสกุลเงินได้เลย บุคคลทั้งสองฝั่งสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้ แม้บุคคลทั้งสองจะไม่เคยรู้จักกันมาก่อน บล็อกเชนจึงเหมาะแก่การนำไปประยุกต์ใช้กับการทำธุรกรรมออนไลน์ หรือ FinTech เช่น การรับ จ่าย โอน หรือวิเคราะห์ข้อมูลหุ้นเพื่อตัดสินใจลงทุนบนออนไลน์ ซึ่งมีทั้งความสะดวก ปลอดภัย รวดเร็ว และสำคัญที่สุด คือ ประหยัดค่าใช้จ่ายทุกหน่วยงานทุกองค์กรใหญ่ ๆ ในประเทศไทยได้เริ่มนำเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) นำมาใช้ในองค์กรของตนเองได้แก่ สถาบันทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ หรือแม้แต่องค์กรทางการศึกษา ในโลกยุคเศรษฐกิจดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดดอย่างรวดเร็วจากบทบาทของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีซึ่งทำให้ธุรกิจอุตสาหกรรมยุคใหม่มีการติดต่อสื่อสารแบบไร้พรมแดนซึ่งมีการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของโลกเคลื่อนไหวหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศหนึ่งย่อมมีผลต่อเศรษฐกิจอีกประเทศหนึ่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้และไม่เพียงส่งผลเชื่อมโยงจากประเทศสู่ประเทศหากยังสามารถส่งผลเชื่อมโยงในระดับภูมิภาคสู่ภูมิภาคของโลกด้วยเช่นกัน แนวโน้มเศรษฐกิจโลกในปี พ.ศ.2050 ทั้งประเทศที่มีขนาดใหญ่ตั้งแต่สหรัฐอเมริกา กลุ่มประเทศสหภาพยุโรป จีน ญี่ปุ่น และอีกหลายประเทศที่กำลังมีการเติบโต



ทางเศรษฐกิจ และคาดการณ์ว่าข้าวอำนาจเศรษฐกิจโลกจะย้ายจากกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วมาสู่กลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่ E7 ได้แก่ จีน อินเดีย บราซิล รัสเซีย อินโดนีเซีย เม็กซิโกและตุรกี กลายเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญในการเติบโตของเศรษฐกิจจากปัจจัยสนับสนุนภายในของแต่ละประเทศเป็นแรงผลักดันโดยเฉพาะจีนและอินเดียจะมีประชากรที่มีรายได้สูงขึ้นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการอุปโภคบริโภคเชิงคุณภาพของชนชั้นกลางโดยโครงสร้างเศรษฐกิจจะเคลื่อนย้ายเข้าสู่การบริโภคและบริการมากขึ้นโลกที่หมุนอยู่ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง (Disruption) เราจำเป็นต้องตระหนักถึงผลกระทบและเร่งรีบเพื่อเพิ่มการเรียนรู้และสร้างทักษะใหม่ (New Skill Set) ให้ทันทั่วทั้งที่ ซึ่งการจะปรับตัวได้ทันเกมและเข้าใจความท้าทายใหม่ที่กำลังเผชิญต้องค้นหาวิธีการรับมือการเปลี่ยนแปลงพร้อมเพิ่มองค์ความรู้ใหม่เพื่อให้องค์กรไม่ใช่เพียง“อยู่รอด”แต่ต้อง“อยู่ได้”และสามารถร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจร่วมกับองค์กรใหญ่ ๆ ของประเทศไทยในอนาคตได้ (อริยัญญา เกลิงศรี, 2565)

จากการที่ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลภายใต้นโยบายรัฐบาล“ไทยแลนด์ 5.0” คือยุคดิจิทัลทำให้โครงสร้างเศรษฐกิจในปัจจุบันกำลังเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงในโลกธุรกิจตั้งแต่ระดับเล็ก ๆ ที่มีรูปแบบการค้าขายแบบดั้งเดิมไม่เข้าซื้อ“ซื้อมาขายไป”เช่น ร้านโชห่วยร้านแผงลอยริมถนนไปจนถึงผู้ประกอบการรายย่อยและขนาดกลางที่เปิดร้านขายสินค้าในห้างหรือศูนย์กลางการค้าต่าง ๆ โดยสถานการณ์ที่เกิดขึ้นแบบนี้เรียกว่า “Digital Disruption” ดิจิทัลดิสรัปชัน หมายถึง การปฏิรูปหรือเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีและโมเดลธุรกิจแบบใหม่จนส่งผลกระทบต่อกิจการสินค้าและบริการที่มีอยู่ในปัจจุบัน ดังนั้นการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่จึงมีความจำเป็นต้องมีความคิดก้าวหน้าทันสมัยและพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองอยู่ตลอดเวลาไม่เช่นนั้นกิจการหรือธุรกิจเดิมที่สืบทอดจากรุ่นพ่อแม่หรือกิจการค้าขายที่เคยทำมานานกว่า 10-20 ปี คงไม่สามารถอยู่รอดต่อไปได้ การเปลี่ยนแปลงของ“โลกาภิวัตน์”และ“ดิจิทัลดิสรัปชัน” ทำให้เกิดกิจกรรมธุรกิจและเศรษฐกิจใหม่ทุกด้านแม้กระทั่งด้านการศึกษาต้องมีการปรับตัวเปลี่ยนแปลงองค์กรของตนเองไม่เช่นนั้นอาจอยู่ไม่รอดหรืออยู่รอดแต่ก็อยู่ยากถ้าไม่ปรับตัวเองให้เข้ากับยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดดแบบยกกำลัง (เอกชัย กี่สุขพันธ์, 2564)

การปฏิรูประบบโครงสร้างพื้นฐานของประเทศไทยเพื่อกำหนดทิศทางการเข้าสู่ยุค Thailand 5.0 คือยุคดิจิทัล ในส่วนของการสนับสนุนด้านการศึกษาที่ต้องมีการพัฒนาการศึกษาการปรับเปลี่ยนพัฒนาเพื่อให้ระบบการศึกษาสามารถสร้างคนดีให้กับสังคมและเป็นพลังในการพัฒนาประเทศให้สามารถแข่งขันกับนานาชาติอารยประเทศบนพื้นฐานของวัฒนธรรมและความเป็นไทยโดยการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศยุคใหม่คือยุคดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้และการเชื่อมโยงเทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรมเนื่องจากเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและอย่างต่อเนื่องจึงทำให้การจัดการเรียนการสอนและการ



เรียนรู้ระบบการศึกษาของไทยในปัจจุบันจำเป็นต้องสร้างพื้นฐานทักษะความรู้ความเข้าใจในมิติใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภคหรือเด็กไทยโดยเฉพาะทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ทั้งความสามารถในการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และการใช้ทักษะความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการสื่อสารที่ดีในการทำงานร่วมกับผู้อื่นตลอดจนการใช้ความคิดแนวคิดวิธีคิด กระบวนการความคิด หรือชุดความคิด (Mindset) เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาวัฒนธรรมพัฒนาฐานการตลาดลูกค้าที่จะเข้าสู่ระบบการศึกษาในรูปแบบใหม่ ๆ ให้ส่งเสริมและกำหนดเป็นทิศทางรูปแบบการจัดการเรียนการสอนหรือกิจกรรมที่ใช้ช่องทางการสื่อสารด้านเทคโนโลยีและองค์ความรู้ที่ต้องนำนวัตกรรมในรูปแบบต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาตลาดการศึกษาในการแข่งขันสูง เพราะทุกคนจำเป็นต้องแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มพูนสติปัญญา เพิ่มพูนทักษะของตนเอง แล้วนำความรู้ที่ได้ไปประกอบอาชีพและจะทำให้คุณภาพชีวิตของประชาชนในทุกช่วงวัย เช่น การใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน การใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีด้านการแพทย์ การใช้เทคโนโลยีในการประกอบธุรกิจ เป็นต้น (Rothidsathan, 2016)

คณาจารย์ในระดับอุดมศึกษาและบุคลากรทางการศึกษาเพื่อการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ควรคำนึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าหรือผู้บริโภคผู้ที่มีความต้องการที่จะเข้าสู่ระบบการศึกษาและบุคลากรทางการศึกษากลุ่มเป้าหมายในตลาดธุรกิจทางการศึกษาตลาดลูกค้าของสถาบันทางการศึกษาลูกค้ามีความต้องการเรียนอะไรระบบการศึกษาใดที่ลูกค้ามีความต้องการมากที่สุดสถาบันทางการศึกษาต้องรับรู้และคำนึงทำการตลาดในระบบเชิงลูกการรอให้มีคนเข้ามาสมัครเรียนคงอาจจะยากยิ่งกว่าในอดีต องค์กรการศึกษาต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสามารถใช้สื่อด้านเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ต่อระบบการศึกษาให้ทันต่อเทคโนโลยีที่มีความเร็วและพัฒนาแบบก้าวกระโดดการสร้างค่านิยมใหม่ในการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีเป็นฐานรวมทั้งความเหมาะสมทั้งทางด้านสังคมเศรษฐกิจและการพัฒนาที่ยั่งยืนการพัฒนาระบบการศึกษาต้องเข้าใจถึงฐานตลาดของลูกค้าหรือผู้บริโภคและความต้องการของผู้บริโภคที่สนใจทางการศึกษาให้เข้ามาสู่ระบบการศึกษาเรียนรู้ในระดับการศึกษาที่สูงขึ้นและการเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนระบบการศึกษาระดับประเทศในสังคมยุคดิจิทัลเพื่อยกระดับของโครงสร้างพื้นฐานในการปฏิรูประบบการศึกษาและสังคมไทยให้เท่าเทียมกับนานาประเทศที่เจริญแล้วและกำลังพัฒนาในภูมิภาคอาเซียนและเป็นผู้นำทางด้านนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น (Eric Schmidt and Jared Cohen, 2000)

ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อนำองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการทำวิจัยมาพัฒนาตนเองพัฒนาองค์กรไปในทิศทางที่ดีขึ้นและให้มีคุณภาพมีประสิทธิภาพมีประสิทธิภาพให้ทันต่อยุคสมัยทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันในการเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลที่ก้าวล้ำไปอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดดอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา แนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทาง



การศึกษาต้องสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ของครูผู้สอนหรือคณาจารย์ในระดับอุดมศึกษาและบุคลากรทางการศึกษาเพื่อการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ควรคำนึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าหรือผู้บริโภคที่มีความต้องการที่จะเข้าสู่ระบบการศึกษาและบุคลากรทางการศึกษากลุ่มเป้าหมายในตลาดธุรกิจทางการศึกษาตลาดลูกค้าของสถาบันทางการศึกษาลูกค้ามีความต้องการเรียนอะไรระบบการศึกษาใดที่ลูกค้ามีความต้องการมากที่สุดสถาบันทางการศึกษาต้องรับรู้และคำนึงทำการตลาดในระบบเชิงลูกการรอให้มีคนเข้ามาสมัครเรียนคงอาจจะยากยิ่งกว่าในอดีต องค์การการศึกษาต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสามารถใช้สื่อด้านเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ต่อระบบการศึกษาให้ทันต่อเทคโนโลยีที่มีความเร็วและพัฒนาแบบก้าวกระโดดการสร้างค่านิยมใหม่ในการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีเป็นฐานรวมทั้งความเหมาะสมทั้งทางด้านสังคมเศรษฐกิจและการพัฒนาที่ยั่งยืนการพัฒนากระบวนการศึกษาต้องเข้าไปถึงฐานตลาดของลูกค้าหรือผู้บริโภคและความต้องการของผู้บริโภคที่สนใจทางการศึกษาให้เข้ามาสู่ระบบการศึกษาเรียนรู้ในระดับการศึกษาที่สูงขึ้นและการเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนระบบการศึกษาระดับประเทศในสังคมยุคดิจิทัลเพื่อยกระดับของโครงสร้างพื้นฐานในการปฏิรูประบบการศึกษาและสังคมไทยให้เท่าเทียมกับนานาประเทศที่เจริญแล้วและกำลังพัฒนาในภูมิภาคอาเซียนและเป็นผู้นำทางด้านนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคทางการศึกษาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มภาคีเครือข่ายของวิทยาลัยพุทธศาสนานานาชาติในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล
3. เพื่อนำเสนอองค์ความรู้ใหม่แนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาในการสนองตอบความต้องการของกลุ่มลูกค้ากลุ่มผู้บริโภคทางการศึกษาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

วิธีดำเนินการวิจัย

แนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยอันเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยที่เรียกว่า การวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) คือ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประกอบด้วย งานวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และงานวิจัยภาคสนาม (Field Research) ดำเนินการด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)



โดยผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล มีทั้งหมด 6 ด้านดังนี้

1. ด้านการเปลี่ยนรูปของการศึกษา (Educational Transformation) การแจกอุปกรณ์ดิจิทัลรวมถึงเปิดให้เข้ายืมอุปกรณ์ดิจิทัลหรือไม่คิดมูลค่าสถานศึกษาควรให้ความสำคัญต่อยุคแห่งการเรียนรู้ทั้งในอดีตปัจจุบันและอนาคตควรมีการขับเคลื่อนการเรียนรู้ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และไม่สามารถอยู่ตัวคนเดียวโรงเรียนไม่ควรอยู่ในระบบปิดแต่ควรเปิดตัวเองหรือขยายตัวออกมาโดยสร้างความสัมพันธ์กับสังคมและองค์กรต่าง ๆ การช่วยให้นักศึกษาหรือเด็ก ๆ เข้าถึงอุปกรณ์ดิจิทัลและสัญญาณอินเทอร์เน็ตฟรีเป็นการสนับสนุนการเรียนรู้ทางออนไลน์อย่างเท่าเทียมภายนอกในรูปแบบความร่วมมือใหม่ ๆ มากขึ้น

2. ด้านการดำรงอยู่ของสถานศึกษา (School Stability) การคงอยู่ของสถาบันการศึกษายังมีความจำเป็นที่ต้องให้ผู้บริโภคไม่ต้องเดินทางไปสู่สถาบันทางการศึกษาเพื่อพัฒนาความรู้เจตคติทักษะพัฒนาความสามารถใช้คลังความรู้จาก Internet สถานศึกษาควรเปิดการช่องทางในการจัดการเรียนการสอนเปิดกว้างมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันฝึกฝนการใช้ทักษะชีวิตร่วมกับเพื่อน ๆ มีประสบการณ์ร่วมกับสถาบันการศึกษาและเพื่อนคนอื่น ๆ สถานศึกษาไม่จำกัดแค่เพียงในห้องเรียนเท่านั้นผู้เรียนสามารถเข้าถึงการเรียนสอนได้จากหลายช่องทาง เช่น การอบรมระยะสั้น การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (Self-directed Course)

3. ด้านการตอบสนองความก้าวหน้าของเทคโนโลยี (Technology Advancement) การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการเรียนรู้ในห้องเรียนผ่านออนไลน์เครือข่ายมีความท้าทายต่อลูกค้าหรือผู้บริโภคปัจจุบันนี้เทคโนโลยีมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตเพราะวิวัฒนาการเหล่านั้นแทรกซึมอยู่ในทุกตารางการใช้ชีวิตของมนุษย์เพราะมนุษย์มีการพัฒนาคิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย การนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาเป็นสื่อหรือเป็นช่องทางหลักในการถ่ายทอดความรู้เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ

4. ด้านการสร้างสถานการณ์จำลอง (Simulation) สถานศึกษาควรมีห้องจำลองในการเสริมหลักสูตรและบทเรียนในวิชาที่ผู้บริโภคและผู้เรียนมีความต้องการเป็นการเสริมหลักสูตรและบทเรียนในวิชาที่ผู้บริโภคและผู้เรียนมีความต้องการแบบโดนใจอะไรเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคหรือผู้เรียนได้ประสบการณ์ตรงสามารถนำแนวคิดจากทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติโดยผ่านการจัดกิจกรรมโครงการต่าง ๆ การจัดกิจกรรมให้เครือข่ายกลับมาได้ศึกษาเรียนรู้ร่วมกันควรมีแพลตฟอร์มหรือแอปพลิเคชันของวิทยาลัยในการเรียนออนไลน์เพื่อให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัล ควรเสริมสร้างการเรียนรู้เชิงรุกนอกห้องเรียน เช่น มอบหมายงานให้รับผิดชอบอาทิ แบบฝึก แบบทดสอบหรือโครงการที่เป็นรูปธรรมการแสวงหาตลาดผู้บริโภคใหม่ ๆ



5. ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน (Curriculum and Instructional Management) หลักสูตรของสถานศึกษาจะต้องมีความยืดหยุ่นมีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของลูกค้าผู้บริโภคที่ต้องการให้เข้ากับการศึกษายุคใหม่ควรนำเนื้อหาที่สอนวางเอาไว้บนเครือข่ายออนไลน์เพื่อให้คนอื่นได้เข้าถึงฟรีแบบ Massive Open Online (MOOCS) และอาจร่วมกับบรรดาอาจารย์ด้วยการแลกเปลี่ยนความรู้พัฒนาหลักสูตรเนื้อหาใหม่ ๆ ขึ้นมาสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์หลักสูตรควรได้รับการปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคและทำการตลาดประชาสัมพันธ์เชิงธุรกิจการศึกษาใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ใช้นวัตกรรมผลิตสื่อต่าง ๆ ให้ล้ำสมัย

6. ด้านการเรียนรู้โลกแห่งเศรษฐกิจดิจิทัล (World Digital Learning Economy) การจัดการเรียนรู้ในรูปแบบออนไลน์ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันผู้ศึกษามีความกระตือรือร้นแสวงหาความรู้ได้หลากหลายช่องทางซึ่งผู้ศึกษาส่วนมากมีความประสงค์ต้องการเรียนในรูปแบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้นนวัตกรรมเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้มีการพัฒนาไปอย่างมากและรวดเร็วมีการนำไปปรับประยุกต์ใช้ในวงการต่าง ๆ ทั้งด้านการศึกษาด้านธุรกิจรวมทั้งในเรื่องของการเรียนรู้และมีติครอบข้างไม่ว่าจะเป็น 5G VR AR IOTs แอปพลิเคชันต่าง ๆ มากขึ้น (สุกัญญา แซ่มซ้อย, 2561)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) คือประชากรกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้าธุรกิจทางการศึกษาที่ให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 5 กลุ่มดังนี้ 1) กลุ่มนักศึกษาในปัจจุบันที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2564 - 2565 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 รูป/คน 2) กลุ่มนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาไปแล้วในปีการศึกษา 2561 - 2563 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 รูป/คน 3) กลุ่มตลาดนักศึกษาที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าในอนาคตที่เป็นพระภิกษุสามเณรประชาชนหรือบุคคลทั่วไปและผู้ที่จะจบการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 รูป/คน 4) กลุ่มนักศึกษาของสถาบันคู่เทียบ/คู่แข่งชั้นทางการศึกษาได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 รูป/คน 5) กลุ่มผู้ประกอบการที่ใช้งานบัณฑิต (นายจ้าง) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 รูป/คน รวมประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 115 รูป/คน (วิทยาลัยพุทธศาสตร์นานาชาติ, 2563-2564)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ สร้างเป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์มีโครงสร้างผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการติดต่อประสานความร่วมมือกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มลูกค้า การพบกลุ่ม การสนทนากลุ่ม ซึ่งมีอุปกรณ์ต่าง ๆ คือ สมุดไว้จดบันทึก ปากกาการบันทึก MP3 บันทึกวิดีโอ กล้องถ่ายรูป โทรศัพท์มือถือ การจดบันทึกสนทนาการสัมภาษณ์ภาคสนาม (Field Note) และเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ใช้การบันทึกวิดีโอ



บันทึกเสียง การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และภาพถ่ายกิจกรรมตลอดและได้จัดเวทีสัมมนาเชิงวิชาการแบบออนไลน์ผ่าน ZOOM หรือ Google Froom ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมกับสถานการณ์โควิด 2019 เพื่อความปลอดภัยและเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ในประเด็นผลกระทบที่จะเกิดขึ้น จากการดำเนินการวิจัยในพื้นที่ประชากรกลุ่มเป้าหมายและประชากรกลุ่มตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือวิจัยโดยการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และศึกษาแนวทางการพัฒนาเครื่องมือการวิจัยกร่างแบบสอบถาม (questionnaire) และแบบสัมภาษณ์มีขั้นตอน ดังนี้

1. แบบสอบถามเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ายุคเศรษฐกิจดิจิทัลตามกระบวนการ 6 ขั้นตอน และผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์จากทฤษฎีทั้ง 6 ด้านได้แบ่งออกเป็น 6 ด้านได้แบ่งแต่ละด้านออกเป็นด้านละ 5 ข้อ รวมได้แบบสอบถามจำนวน 30 ข้อ และผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือตามกระบวนการให้เกิดประสิทธิภาพเพื่อไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยในรูปแบบ Action Research แบ่งเป็น 6 ด้านดังต่อไปนี้

1.1 ด้านการเปลี่ยนแปลงรูปของการศึกษา (Educational Transformation)

1.2 ด้านการดำรงอยู่ของสถานศึกษา (School Stability)

1.3 ด้านการตอบสนองความก้าวหน้าของเทคโนโลยี (Technology Advancement)

1.4 ด้านการสร้างสถานการณ์จำลอง (Simulation)

1.5 ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน (Curriculum and Instructional Management)

1.6 ด้านการเรียนรู้โลกแห่งยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (World Digital Learning Economy)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป 1) ค่าร้อยละ (percentage) 2) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมาตรฐาน การควบคุมคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ บุคคล เวลา สถานที่ การประชุมสัมมนาอาจใช้รูปแบบออนไลน์ ZOOM หรือ Google From ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมสถานการณ์โควิด2019 3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสรุปผลตามแบบสัมภาษณ์แล้วนำเสนอรายงานเป็นตารางในลำดับต่อไป และ 4) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา



(Content Analysis) และสรุปผลการสนทนากลุ่มนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำชี้แนะคำชี้แนะของผู้ทรงคุณวุฒิแล้วนำเสนอรายงานเป็นตารางประกอบคำบรรยายเป็นลำดับต่อไป (เอี่ยมพรหลินเจริญ, 2565)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 การพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้และผู้บริโภคทางการศึกษาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล แนวทางการพัฒนาที่พบ คือ 1) พัฒนาระบบในการจัดการเรียนการสอนให้ทันสมัยเป็นไปตามเกณฑ์ 2) พัฒนาหลักสูตรให้ทันต่อโลกยุคดิจิทัล มีการปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา 3) พัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้ทันสมัยโดยให้ทุกคนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ 4) ศึกษาตลาดคู่แข่งคู่แข่งชั้นแนวโน้มนำหลักสูตรไปในทิศทางใดแล้วนำมาศึกษา ปรับปรุงแก้ไขให้ก้าวล้ำกว่าตลาดคู่แข่ง 5) การขยายตลาดทางการศึกษาต้องมีจุดเด่นและมีจุดขายเป็นที่รู้จักของตลาดผู้บริโภค 6) ศึกษาแนวโน้มตลาดธุรกิจทางการศึกษาทั้งภายในและการศึกษาระดับสากล 7) เพิ่มขีดความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์ให้เป็นระบบเป็นที่ประจักษ์ต่อตลาดธุรกิจทางการศึกษาอย่างต่อเนื่องและมีหลากหลายช่องทาง

วัตถุประสงค์ที่ 2 ความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มภาคีเครือข่ายของวิทยาลัยพุทธศาสนานานาชาติในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ความต้องการของผู้บริโภคที่พบ คือ 1) มีระบบการบริหารจัดการที่ดีในการจัดการเรียนการสอนตรงตามความต้องการของผู้บริโภค 2) หลักสูตรควรมีการพัฒนาทุก ๆ 2 ปี หรือทุก 3 ปี ควรมีหลักสูตรระยะสั้น 1 ปี 2 ปี และ 3 ปี ตรงตามความต้องการของตลาดผู้บริโภคมัทั้งหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาวเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค 3) ระบบสารสนเทศด้านเทคโนโลยีควรมีการปรับปรุงพัฒนาอยู่ตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง 4) หลักสูตรมีความเหมาะสมกับทุกเพศทุกวัยและตลาดมีความต้องการเมื่อบัณฑิตจบการศึกษาไปแล้วสามารถนำความรู้ภูมิการศึกษาไปประกอบอาชีพได้ 5) ในอนาคตวิทยาลัยควรสร้างแบนสร้างแพลตฟอร์มให้เป็นสื่อในการสร้างตลาดธุรกิจทางการศึกษาในทุก ๆ ด้าน 6) ตลาดเชิงธุรกิจควรเน้นไปที่บัณฑิตสามารถสื่อสารภาษาสากลหรือภาษาอังกฤษได้นี้คือผลผลิตผลลัพธ์ 7) วิทยาลัยควรมีช่องสื่อในการประชาสัมพันธ์แบนของสถาบันตัวเองเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้ใหม่ ๆ

วัตถุประสงค์ที่ 3 นำเสนอองค์ความรู้ใหม่แนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาในการสนองตอบความต้องการของกลุ่มลูกค้กลุ่มผู้บริโภคทางการศึกษาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล มีดังนี้ 1) วิทยาลัยควรคำนึงถึงบุคลากรจะต้องมีศักยภาพในการบริหารจัดการความรู้ในองค์กร การกำหนดความรู้และการแสวงหาองค์ความรู้ใหม่เพิ่มเติมให้ทันต่อความต้องการของลูกค้หรือผู้บริโภคแล้วนำองค์ความรู้นั้นมาจัดระบบในการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพประสิทธิผล 2) ระบบและกลไกในการบริหารหลักสูตร การปรับปรุงและพัฒนา



หลักสูตรให้มีความเหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย 3) ระบบสารสนเทศที่ทันสมัย 4) บัณฑิตควรมีส่วนร่วมในการออกแบบหลักสูตรการจัดการแผนการนำแนวคิดใหม่ ๆ มาพัฒนา 5) ในอนาคตการจัดการเรียนการสอนโดยการใช้แพลตฟอร์มเป็นศูนย์กลางการศึกษาเรียนรู้ของตลาดลูกค้าหรือตลาดผู้บริโภคโดยลูกค้าผู้บริโภคไม่ต้องเข้ามาศึกษาใน Classroom โดยใช้กระบวนการจัดการเรียนการสอนผ่านแพลตฟอร์มของวิทยาลัยนานาชาติได้เลย 6) การเลือกใช้แพลตฟอร์มในกระบวนการจัดการเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์ 7) บัณฑิตสามารถสื่อสารภาษาสากลหรือภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพ 8) การสร้างแบรนด์หรือสัญลักษณ์เป็นตัวชี้วัดความต้องการของกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคในอนาคต ความเชื่อมโยงกันของการนำเสนอองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวแนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาในการสนองตอบความต้องการของกลุ่มลูกค้ากลุ่มผู้บริโภคทางการศึกษาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล แนวทางการพัฒนาและวิธีปฏิบัติขั้นตอน โดยสรุปเนื้อหาอธิบายโดยย่อ ดังนี้

สรุปผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์

แนวทางการเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ที่ได้จากการวิจัยไว้ 3 แนวทางดังนี้

แนวทางที่ 1 การพัฒนาหลักสูตรควรมีการพัฒนาทุก ๆ 2 ปี หรือทุก 3 ปี ควรมีหลักสูตรระยะสั้น 1 ปี 2 ปี และ 3 ปี ตรงตามความต้องการของตลาดผู้บริโภคมีทั้งหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาวเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค

แนวทางที่ 2 การพัฒนาระบบในการจัดการเรียนการสอนให้ทันสมัยเป็นไปตามเกณฑ์ให้ทันต่อยุคสมัยใหม่

แนวทางที่ 3 การสร้างแพลตฟอร์มให้เป็นศูนย์กลางแห่งการศึกษาเรียนรู้ของตลาดลูกค้าหรือตลาดผู้บริโภคโดยลูกค้าผู้บริโภคไม่ต้องเข้ามาศึกษาใน Classroom โดยใช้กระบวนการจัดการเรียนการสอนผ่านแพลตฟอร์มของวิทยาลัยนานาชาติได้เลย

สรุปผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณ

แนวทางการเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมาก ($\bar{X} = 4.22$, S.D = 0.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากที่สุดไปหาน้อยสุดทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$, S.D = 0.32) 2) ด้านการตอบสนองความก้าวหน้าของเทคโนโลยี พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D = 0.35) 3) ด้านการเปลี่ยนรูปของการศึกษา พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D = 0.38) 4) ด้านการสร้างสถานการณ์จำลอง พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D = 0.41) 5) ด้านการเรียนรู้โลกแห่งยุคเศรษฐกิจดิจิทัล พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$,

S.D = 0.30) และ 6) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ ด้านการดำรงอยู่ของสถานศึกษา พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.19, S.D = 0.34)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องแนวทางเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ายุคเศรษฐกิจดิจิทัล มีประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปรายผลวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 การพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาตอบสนองความต้องการของลูกค้ายุคเศรษฐกิจดิจิทัล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้ง 6 ด้าน เนื่องจากลูกค้ายุคเศรษฐกิจส่วนใหญ่มีความประสงค์และมีความต้องการคือต้องการให้มีการเปลี่ยนรูปแบบการศึกษา ต้องการความก้าวหน้าของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ต้องการหลักสูตรระยะสั้นและมีความต้องการจัดการเรียนการสอนให้ทันสมัยเป็นต้นซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ มนัสนันท์ บุตรสอน และพรเทพ เสถียรนพเกา จากผลการวิจัยพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังการเรียนด้วยบทเรียนออนไลน์สูงกว่าก่อนเรียนด้วยบทเรียนออนไลน์ แสดงว่าบทเรียนออนไลน์มีผลต่อการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้านความรู้ ความจำและการนำไปใช้นั้นสามารถนำบทเรียนออนไลน์ไปใช้ในการเรียนการสอนหรือประกอบการเรียนการสอนในวิชา คอมพิวเตอร์หรือวิชาอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการเรียน การสอนและในด้านความคิดเห็นของนักเรียนที่พบว่าส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นต่อบทเรียนออนไลน์ไปในทิศทางที่ดี ดังนั้นจากความคิดเห็นในลักษณะดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ (มนัสนันท์ บุตรสอน และพรเทพ เสถียรนพเกา, 2558) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิกร สอนไชยา ได้ศึกษาการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาในเขตอำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร พบว่านักเรียนและผู้ปกครองเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านสถานที่ และด้านบุคลากรมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนนักเรียนที่ไม่เคยเรียนกวดวิชามาก่อน เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชามากกว่านักเรียนที่เคยเรียนกวดวิชา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆและโดยรวม นักเรียนทั้ง 2 กลุ่มมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ปกครองที่เคยส่งบุตรหลานมาเรียนและไม่เคยส่งบุตรหลานมาเรียนกวดวิชา เห็นว่าปัจจัยโดยรวมและรายด้านมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาไม่แตกต่างกัน (รัชนิกร สอนไชยา, 2548)

วัตถุประสงค์ที่ 2 ความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มภาคีเครือข่ายของวิทยาลัยพุทธศาสนานานาชาติในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ความต้องการของผู้บริโภค พบว่า ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน (Curriculum and Instructional Management) โดยภาพรวมอยู่



ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวรรณ เจริญนาน และคณะ ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ออนไลน์ด้วย Google Classroom เรื่อง การสร้างสรรค์ชิ้นงานด้วยไมโครซอฟท์ เพาเวอร์พอย สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ผลการทดสอบพบว่า 1) การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ออนไลน์ด้วย Google Classroom เรื่อง การสร้างสรรค์ชิ้นงาน ด้วยไมโครซอฟท์ เพาเวอร์พอยสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มี ประสิทธิภาพ 81.79/89.55 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานประสิทธิภาพ 80/80 2) คะแนนการเรียนรู้ด้วยการ จัดกิจกรรมการเรียนรู้ออนไลน์ด้วย Google Classroom เรื่อง การสร้างสรรค์ชิ้นงาน ด้วยไมโครซอฟท์ เพาเวอร์พอย หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 3) นักเรียนมีความพึงพอใจ ต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ออนไลน์ด้วย Google Classroom เรื่อง การสร้างสรรค์ชิ้นงาน ด้วยไมโครซอฟท์เพาเวอร์พอยอยู่ในระดับมาก (ธนวรรณ เจริญนาน และคณะ, 2562) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประทิน ทับไทร จากผลการวิจัย: นักศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 25 คน เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย, แบบทดสอบเพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน, แบบประเมินคุณภาพสื่อ, แบบประเมินความพึงพอใจ, แบบประเมินตามสภาพจริงของการเรียนด้วย บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยที่พบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.5 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่เรียน อยู่ในระดับมากผลการประเมินตามสภาพจริงอยู่ในระดับมาก (ประทิน ทับไทร, 2552)

วัตถุประสงค์ที่ 3 นำเสนอองค์ความรู้ใหม่แนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษา ในการสนองตอบความต้องการของกลุ่มลูกค้ากลุ่มผู้บริโภคทางการศึกษาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลพบว่า องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย (New Body of Knowledge) คือการพัฒนาหลักสูตรควมมีการพัฒนาทุก ๆ 2 ปี หรือทุก 3 ปี ควรมีหลักสูตรระยะสั้น 1 ปี หลักสูตรระยะสั้น 2 ปี หรือหลักสูตรระยะสั้น 3 ปี ตรงตามความต้องการตลาดของลูกค้าผู้บริโภคเพื่อให้เชื่อมโยงและสอดคล้องกับยุคในยุคปัจจุบัน การสร้างแพลตฟอร์มให้เป็นศูนย์กลางแห่งการศึกษาเรียนรู้ของตลาดลูกค้าหรือตลาดผู้บริโภคโดยลูกค้าผู้บริโภคไม่ต้องเข้ามาศึกษาใน Classroom โดยใช้กระบวนการจัดการเรียนการสอนผ่านแพลตฟอร์มของวิทยาลัยนานาชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เชื่อมโยงและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและลูกค้าทางการศึกษาในโลกแห่งอนาคต การพัฒนาระบบการจัดการเรียนการสอนให้ทันสมัยเป็นไปตามเกณฑ์เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัยและตรงตามความต้องการตลาดของลูกค้าผู้บริโภคมีเทคโนโลยีที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลสมัยใหม่ เพื่อให้เชื่อมโยงและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าผู้บริโภคทางการศึกษาเป็นที่น่าสนใจของคนรุ่นใหม่ให้เข้าบริบทสังคม การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริพร อินทสนธิ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง“โควิด-19:กับการเรียนการสอนออนไลน์กรณีศึกษารายวิชาการ

เขียนโปรแกรมเว็บ” (COVID-19 and Online Teaching case study: Web Programming Course) ซึ่งผู้เขียนมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กับการเรียนการสอนออนไลน์ในรายวิชาการเขียนโปรแกรมเว็บ ซึ่งการระบาดของโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อระบบการศึกษาเป็นอย่างมากเนื่องจากทั้งผู้เรียนและผู้สอนต้องมีการปรับตัวในการเรียนการสอนจากการเรียนในห้องเรียนเป็นการสอนออนไลน์ ซึ่งมีการเลือกใช้โปรแกรมในการเรียนออนไลน์ซึ่งมีข้อดีข้อจำกัดแตกต่างกันไปความพร้อมของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ของผู้เรียนรวมถึงอาจเกิดปัญหาได้ในระหว่างเรียนซึ่งในรายวิชาการเขียนโปรแกรมเว็บนั้นอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาได้พูดคุยและปรับกระบวนการเรียนการสอนให้อยู่ในรูปแบบออนไลน์ โดยใช้เครื่องมือแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์หลัก ๆ ได้แก่ Line Zoom YouTube และ Google Classroom ส่วนโปรแกรม Camtasia Studio ผู้สอนใช้สำหรับตัดต่อวิดีโอเพื่อใช้ในการสอน และใช้โปรแกรม TeamViewer เข้าสู่เครื่องคอมพิวเตอร์ผู้เรียนเมื่อผู้เรียนในรายวิชาการเขียนโปรแกรมเว็บเกิดปัญหาการเขียนโปรแกรมขัดข้องขึ้นในระหว่างเรียน แม้ผู้เรียนและผู้สอนจะอยู่คนละพื้นที่กัน ซึ่งจากการเรียนออนไลน์ในรายวิชาการเขียนโปรแกรมเว็บไม่ค่อยพบปัญหาในการเรียนออนไลน์เกิดขึ้นมากนักเนื่องจากเป็นรายวิชาปฏิบัติที่สามารถอัดคลิปวิดีโอและนำขึ้นไปเผยแพร่บน YouTube และให้นักศึกษาสามารถเข้ามาศึกษาได้ตลอดเวลาทั้งในเวลาเรียนและนอกเวลาซึ่งผู้สอนเห็นว่ากระบวนการเรียนการสอนออนไลน์สามารถที่จะแก้ไขปัญหาการเรียนที่ยังอยู่ในสถานการณ์ไวรัสโคโรนาที่กำลังแพร่ระบาดได้อย่างดีและเหมาะกับรายวิชาที่เป็นเนื้อหาปฏิบัติผ่านทางคอมพิวเตอร์โดยภาพรวมอยู่ระดับดีมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การจัดการเรียนการสอนในอนาคตสถานศึกษาจะต้องมีเครื่องมือใหม่ ๆ เช่น การใช้แพลตฟอร์มหรือใช้แอปพลิเคชันผ่านกระบวนการจัดการเรียนการสอนออนไลน์และใช้หลักสูตรระยะสั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (สิริพร อินทสนธิ, 2563)

องค์ความรู้ใหม่

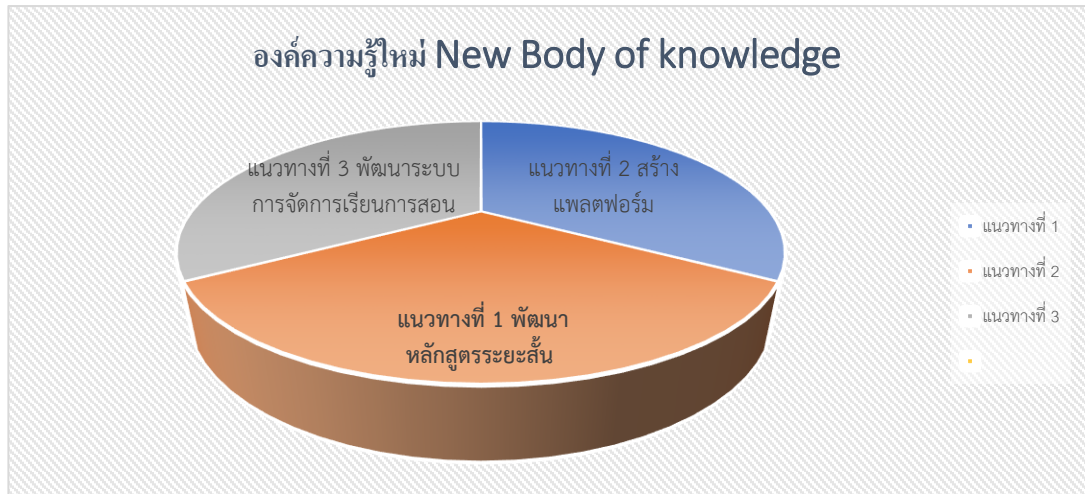
แนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยได้องค์ความรู้ใหม่ดังนี้

1. พัฒนาหลักสูตรควรมีการพัฒนาทุก ๆ 2 ปี หรือทุก 3 ปี ควรมีหลักสูตรระยะสั้น 1 ปี 2 ปี และ 3 ปี ตรงตามความต้องการของตลาดผู้บริโภคมีทั้งหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาวเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค

2. สร้างแพลตฟอร์มให้เป็นศูนย์กลางแห่งการศึกษาเรียนรู้ของตลาดลูกค้าหรือตลาดผู้บริโภคโดยลูกค้าผู้บริโภคไม่ต้องเข้ามาศึกษาใน Classroom โดยใช้กระบวนการจัดการเรียนการสอนผ่านแพลตฟอร์มของวิทยาลัยนานาชาติได้เลย



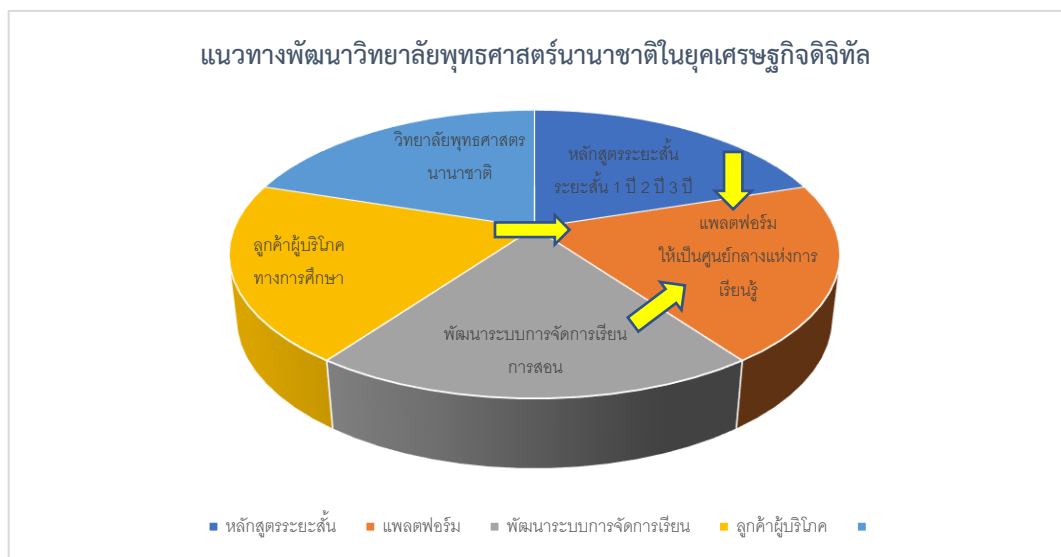
3. พัฒนาระบบในการจัดการเรียนการสอนให้ทันสมัยเป็นไปตามเกณฑ์
เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัยให้ทันต่อยุคสมัยใหม่



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่

จากภาพองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยมี 3 แนวทางดังนี้ แนวทางที่ 1 พัฒนาหลักสูตร แนวทางที่ 2 สร้างแพลตฟอร์ม แนวทางที่ 3 พัฒนาระบบการจัดการเรียนการสอน

บทวิเคราะห์ เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ผลการสังเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยได้ 3 แนวทางเป็นบทสังเคราะห์ที่ได้จากองค์ความรู้ใหม่ในการวิจัยไว้ดังนี้



จากภาพบทสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาวิทยาลัยพุทธศาสตร์นานาชาติในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลคือ การนำเอาหลักสูตรระยะสั้น 1 ปี 2 ปี และ 3 ปี การนำเอาระบบการจัดการเรียนการสอนและนักศึกษาต้องเข้าไปบรรจุไว้ในแพลตฟอร์มเพื่อความสะดวกให้คณาจารย์ทำจัดการเรียนการสอนการบรรยายไว้ในแพลตฟอร์มและนักศึกษาทุกคนจะต้องเข้าไปศึกษาผ่านกระบวนการจัดการเรียนการสอนในแพลตฟอร์มทั้งหมด จากการศึกษาและแนวคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามได้แนวทางการพัฒนาไปในแนวทางเดียวกันว่า ในอนาคตการศึกษาไทยและนักศึกษาไม่มีความจำเป็นจะต้องเดินทางไปนั่งเรียนในห้องเรียน (Classroom) อีกต่อไปการจัดการเรียนการสอนต้องใช้ออนไลน์และใช้สื่อนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อความสะดวกประหยัดเวลาและประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ดังนั้นมหาวิทยาลัยที่ใหญ่ที่สุดในโลกคือมหาวิทยาลัยที่ไม่มีนักศึกษาไปนั่งเรียนทุกมหาวิทยาลัยจึงมีการแข่งขันกันมากขึ้นและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาพัฒนาการจัดการเรียนการสอนเพื่อความดำรงอยู่ของมหาวิทยาลัยเอง

สรุป/ข้อเสนอแนะ

แนวทางการพัฒนาตลาดธุรกิจทางการศึกษาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากมาก ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน (Curriculum and Instructional Management) อยู่ในระดับมาก 2) รองลงมาคือด้านการตอบสนองความก้าวหน้าของเทคโนโลยี (Technology Advancement) อยู่ในระดับมาก 3) ด้านการเปลี่ยนรูปของการศึกษา (Educational Transformation) อยู่ในระดับมาก 4) ด้านการสร้างสถานการณ์จำลอง (Simulation) อยู่ในระดับมาก 5) ด้านการเรียนรู้โลกแห่งยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (World Digital Learning Economy) อยู่ในระดับมาก 6) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ ด้านการดำรงอยู่ของสถานศึกษา (School Stability) อยู่ในระดับมาก จากข้อค้นพบของการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้ 1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 1.1) วิทยาลัยพุทธศาสตร์นานาชาติได้นำแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรทุก ๆ 2 ปี หรือทุก 3 ปี สมควรให้มีหลักสูตรระยะสั้น 1 ปี หลักสูตรระยะสั้น 2 ปี หรือหลักสูตรระยะสั้น 3 ปี ตรงตามความต้องการของตลาดผู้บริโภค 1.2) ในอนาคตวิทยาลัยพุทธศาสตร์นานาชาติสมควรให้สร้างแพลตฟอร์มให้เป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้ของตลาดลูกค้าหรือตลาดผู้บริโภคโดยลูกค้าผู้บริโภคไม่ต้องเข้ามาศึกษาใน Classroom โดยใช้กระบวนการจัดการเรียนการสอนผ่านแพลตฟอร์มของวิทยาลัยนานาชาติ 1.3) วิทยาลัยพุทธศาสตร์นานาชาติสมควรพัฒนาระบบในการจัดการเรียนการสอนให้ทันสมัยเป็นไปตามเกณฑ์และตรงตามความต้องการของตลาดผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรม 2) ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ 2.1) ประชาสัมพันธ์ระบบการศึกษาวิทยาลัยพุทธศาสตร์นานาชาติ



เชิงรุกเพื่อมุ่งสู่ตลาดลูกค้าผู้บริโภคให้เป็นที่ยอมรับต่อสังคมไทยและสังคมโลกให้เป็นจริง 2.2) ได้มีการพัฒนาต่อยอดหลักสูตรให้ทันสมัยเหมาะสมกับทุกเพศทุกวัยเพื่อพัฒนาให้เอื้อต่อผู้บัณฑิตและเอื้อต่อคนรุ่นใหม่เอื้อต่อตลาดธุรกิจทางการศึกษาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล และ 3) ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป 3.1) ได้มีการต่อยอดในการพัฒนาหลักสูตรทุก ๆ 2 ปี หรือทุก 3 ปี 3.2) ได้มีการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้น 1 ปี หลักสูตรระยะสั้น 2 ปี และหลักสูตรระยะสั้น 3 ปี เพื่อเข้าสู่ตลาดแห่งการแข่งขันในตลาดคู่แข่งให้เกิดผลสัมฤทธิ์และเป็นที่ยอมรับของสังคม

เอกสารอ้างอิง

- ธนวรรณ เจริญนาน และคณะ. (2562). ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ออนไลน์ด้วย Google Classroom เรื่อง การสร้างสรรค์ชิ้นงานด้วยไมโครซอฟท์เพาเวอร์พ้อย สำหรับ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. วารสารศึกษา มจร, 7(1), 381-396.
- ประทีน ทับไทร. (2552). การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ มัลติมีเดียแบบมีปฏิสัมพันธ์ โดยใช้ กิจกรรมกลุ่ม วิชาคณิตศาสตร์ เรื่องการคูณ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- มนัสนันท์ บุตรสอน และพรเทพ เสถียรนพเกา. (2558). การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยี เรื่องการใช้โปรแกรมนำเสนอข้อมูลชั้น ประถมศึกษาปีที่ 6. วารสารวิชาการหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏ สกลนคร, 7(20), 25-34.
- รัชนิกร สอนไชยา. (2548). “การศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเรียนกวดวิชาใน เขตอำเภอสว่างแดนดินจังหวัดสกลนคร”. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิทยาลัยพุทธศาสนานานาชาติ. (2563-2564). สถิติการรายงานจำนวนนิสิต (Report Current Students Learning). พระนครศรีอยุธยา: วิทยาลัยพุทธศาสนานานาชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2540). สรุปแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 8, 2540-2544. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- สิริพร อินทสนธิ์. (2563). โควิด - 19 : กับการเรียนการสอนออนไลน์ กรณีศึกษา รายวิชาการ เขียนโปรแกรมเว็บ. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 22(2), 203-214.
- สุกัญญา แซ่มซ้อย. (2561). การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล (SCHOOLMANAGEMENT IN DIGITALERA. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อริญญา เกลิงศรี. (2565). Disruption: ทำลายล้างหรือสร้างโอกาส. เรียกใช้เมื่อ 29 พฤษภาคม 2565 จาก <http://www.thaipublica.org>



- เอกชัย กี่สุขพันธ์. (2564). การบริหารสถานศึกษายุคดิจิทัล.(School Management in Digital Era) โครงการสานพลังประชารัฐ, 2564. เรียกใช้เมื่อ 3 ตุลาคม 2561 จาก <http://www.trueplookpanya.com/knowledge/content/52232>
- เอื้อมพร หลินเจริญ. (2565). การวิเคราะห์และนำเสนอผลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ. เรียกใช้เมื่อ 29 พฤษภาคม 2565 จาก <http://www.edu.tsu.ac.th/major/eva/files/journal/DataAnalysis>
- Eric Schmidt and Jared Cohen. (2000). “The Digital Disruption”. Foreign Affairs, Nov/Dec 2010. International Technology Education Association. Standards for Technological Literacy: Content for the Study of Technology. Reston, VA: Author. Retrieved April 1, 2010, from <http://www.iteawww.org/TAA/PDFs/xstnd.pdf>
- Rothidsathan. (2016). Policy of Higher Education. Retrieved July 20, 2018, from <http://www.moe.go.th/webasm/2016/sep/385.ht2.jpg,p.10>