

การพัฒนาระบบกลไกการให้บริการวิชาการของคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชน
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
Development of the Academic Service Mechanism System for the
Community Business Potential Clinic Faculty of Management Science,
Chiang Mai Rajabhat University

วลัยพร สุพรรณ^{1*}, พชรพร อากรสกุล², ดร.ชา รัตนดำรงอักษร³, ธัญญ์ฐิตา สติระไชยวิทย์⁴,
และ ปรีวัตร ศิริเกียรติสกุล⁴

Walaiphon Suphan^{1*}, Pacharaporn Arkornsakul², Darucha Rattanadamrongaksorn³,
Thantita Sathirachaiyawit⁴, and Pariwat Sirakiatsakul⁴

^{1*}อาจารย์ สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

²อาจารย์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

³อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

⁴อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

^{1*} Lecturer, Program in Digital Business, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University.

² Lecturer, Program in Economics, Faculty of Management Science, Chiang Mai Rajabhat University.

³ Lecturer, Program in Management, Faculty of Management Science, Chiang Mai Rajabhat University.

⁴ Lecturer, Program in Human Resource Management, Faculty of Management Science,
Chiang Mai Rajabhat University.

*Corresponding Author; walaiphon_sup@cmru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการขอรับบริการด้านวิชาการของคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชน และ 2) พัฒนารูปแบบระบบและกลไกการให้บริการของคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคคลทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้บริการคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชนเพื่อปรึกษาปัญหาทางธุรกิจ จำนวน 400 ราย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติพรรณนาวิเคราะห์ และแปลผลข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการขอรับบริการด้านวิชาการของคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชน โดยแยกรายด้าน ดังนี้ 1) ด้านการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการคำปรึกษาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมากที่สุด ด้วยการนัดหมายผ่านโทรศัพท์ในเวลาที่กำหนดและขอรับคำปรึกษาผ่านทางโทรศัพท์ สำหรับกรอบงบประมาณค่าใช้จ่ายในการรับบริการต่อครั้งอยู่ระหว่าง 2,001 – 3,500 บาท และการติดตามผลหลังการขอรับคำปรึกษาทางธุรกิจต้องการติดตามผล โดยสอบถามผ่านทางโทรศัพท์มากที่สุด 2) ด้านบริการแหล่งเรียนรู้ทางธุรกิจ ต้องการบริการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล การบริหารจัดการ และการตลาดตามลำดับ โดยสื่อการเรียนรู้เป็นลักษณะคลิปการสอนในรูปแบบวิดีโอ ผ่านระบบเรียนรู้ออนไลน์มีระยะเวลาประมาณ 6 – 10 นาที สามารถเรียนรู้ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต 3) ด้านการขอรับบริการงานทางธุรกิจ มีความต้องการด้านการถ่ายภาพสินค้าเพื่อการโฆษณา การจัดทำอินโฟกราฟิกของสินค้า การพัฒนาเว็บไซต์และระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยกรอบงบประมาณในการรับบริการขึ้นอยู่กับข้อตกลง การติดต่องาน

สะดวกให้ติดต่อผ่านโทรศัพท์ในเวลาที่กำหนด สำหรับการส่งมอบงานผ่านอีเมลและการแชร์ไฟล์ออนไลน์บนโทรศัพท์

4) ด้านการอบรมให้ความรู้ทางธุรกิจ มีความต้องการอบรมด้านเทคโนโลยีดิจิทัล การบริหารจัดการ การเงินและการลงทุน ตามลำดับ ต้องการอบรมแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรมมากที่สุด และระยะเวลาในการเข้าร่วมอบรมมากที่สุด คือ 1 วัน และ 5) ด้านการเข้าร่วมเครือข่ายทางธุรกิจ มีความต้องการเข้าร่วมกลุ่มเทคโนโลยีดิจิทัล การเงินและการลงทุน การบริหารจัดการ โดยสร้างเครือข่ายในประเทศและเครือข่ายต่างประเทศ มุ่งเน้นเพื่อเพิ่มศักยภาพการดำเนินงานทางธุรกิจ หาพันธมิตรหรือคู่ค้าทางธุรกิจ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางด้านธุรกิจ ด้านความคาดหวังกับการเข้ารับบริการของคลินิกศักยภาพธุรกิจ เพื่อแก้ไขปัญหาทางธุรกิจสร้างทักษะใหม่ รวมถึงได้รับความรู้เพิ่มเติมทางด้านธุรกิจ และช่วยลดระยะเวลาในการดำเนินงานทางธุรกิจ

การพัฒนากระบวนการให้บริการของคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชนภายใต้กรอบแนวทางการพัฒนาระบบกลไกการให้บริการของคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชนด้วยหลักการของ PDCA จะช่วยให้การดำเนินงานมีกระบวนการขั้นตอนที่เป็นระบบและสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยมีกระบวนการกำกับติดตามประเมินและสรุปผลการให้บริการ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงการให้บริการให้สอดคล้องและก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบทด้านเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้งานด้านการบริการวิชาการมีความเข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: คลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชน ระบบกลไกการให้บริการ ความต้องการขอรับบริการคลินิก การบริการวิชาการ

ABSTRACT

This research aims to 1) investigate the academic service needs of the Community Business Potential Clinic and 2) develop a service delivery system and mechanism for the clinic. Employing a quantitative approach, the study sampled 400 general residents in Chiang Mai Province interested in using the clinic for business consultations, with data collected via convenience sampling questionnaires. Data analysis utilized frequency distribution, means, and percentages.

Findings revealed strong demand for the clinic's academic services across key areas. For business consulting, respondents prioritized digital technology advice, preferring phone appointments and consultations, with budgets of 2,001–3,500 THB. per session and phone follow-ups. Learning resources focused on digital technology, management, and marketing topics via 6–10-minute online video clips accessible on smartphones or tablets. Business services emphasized product photography for ads, infographics, website development, and e-commerce, with flexible pricing, phone contacts, and delivery via email or online drives. Training demanded digital technology, management, finance, and investment sessions online, ideally lasting one day. Networking targeted digital tech, finance/investment, and management groups, fostering domestic/international ties for enhanced operations, partnerships, and knowledge exchange. Overall expectations centered on targeted problem-solving, new skill-building, and streamlined business processes. The proposed service mechanism, framed by PDCA principles, ensures systematic operations aligned with user needs, incorporating monitoring, evaluation, and refinement to adapt to economic, social, and community shifts. This strengthens academic services' robustness and acceptance.

Keywords: Community Business Potential Clinic, Service Delivery Mechanism, Demand for Clinic Services, Academic Service

บทนำ

สถาบันอุดมศึกษาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) โดยเฉพาะด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ที่เน้นการผลิตบัณฑิตคุณภาพสูงมีทักษะครอบคลุมทั้งการเรียนรู้และนวัตกรรม ทักษะด้านสารสนเทศและเทคโนโลยี รวมถึงทักษะชีวิตและอาชีพ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของศตวรรษที่ 21 ตามแผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี นอกจากนี้ยังมุ่งพัฒนากำลังคนสมรรถนะสูงและสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับคนทุกช่วงวัย โดยเน้นทักษะดิจิทัลและการพัฒนาคนให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานในโลกยุคใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ การให้บริการวิชาการเป็นพันธกิจหนึ่งของสถาบันการศึกษาที่มุ่งเน้นการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชนและสังคม โดยการให้บริการวิชาการมีลักษณะหลากหลายรูปแบบ ซึ่งการดำเนินงานด้านบริการวิชาการยังขาดระบบและกลไกการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ ส่งผลให้การบริการวิชาการอาจจะไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ได้ตระหนักถึงบทบาทของการปฏิรูปสถาบันอุดมศึกษา จึงได้กำหนดนโยบายดำเนินงานให้เป็นมหาวิทยาลัยแห่งการพัฒนาท้องถิ่นตลอดชีวิต (University of Lifelong Community Development) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นในทุกมิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน คณะวิทยาการจัดการ จึงได้จัดตั้งคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชน ซึ่งเป็นศูนย์รวมองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ทันสมัย พร้อมให้บริการเสริมสร้างความรู้ความสามารถแก่ชุมชนและนักศึกษา เพื่อพัฒนาเป็นชุมชนฉลาดรู้ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ (Smart Economy) การดำเนินงานของคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชน มุ่งเน้นให้บริการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจ บุคคลทั่วไปที่สนใจ และนักศึกษา เพื่อพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจและยกระดับรายได้ของชุมชนอย่างยั่งยืน โดยบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจ ในลักษณะการเพิ่มโอกาสเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) และการพัฒนาทักษะหรือกระบวนการเรียนรู้เพื่อสร้างทักษะใหม่ (Upskill/Reskill) (มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 2564) สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ที่เน้นการพลิกโฉมประเทศสู่สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน โดยยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและมุ่งสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนในภาพรวมของประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2568) ซึ่งการให้บริการของคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชน ควรศึกษาความต้องการของผู้รับบริการเพื่อออกแบบการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และส่งเสริมให้เกิดกระบวนการทำงานที่มีระบบกลไกการให้บริการที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อส่งเสริมการให้บริการวิชาการมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การบริการวิชาการด้านวิชาการของคลินิกเป็นสิ่งสำคัญที่เชื่อมโยงการรักษาคุณภาพด้านการบริหาร วิชาการเข้ากับการเรียนการสอน การวิจัย และการรับใช้สังคม ทำให้เกิดการพัฒนามิใช่เพียงด้านเดียวในการแพทย์ และการสาธารณสุขโดยรวม จึงทำการศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะเป็นผู้รับบริการของคลินิก ศักยภาพธุรกิจชุมชน เพื่อวิเคราะห์และออกแบบระบบกลไกการให้บริการด้านวิชาการให้มีประสิทธิภาพเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ และแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งและเติบโตอย่างยั่งยืนในทุกมิติบนพื้นฐานศาสตร์พระราชา มีระบบการจัดการบริการวิชาการแบบบูรณาการ (มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 2564) อันจะก่อให้เกิดพัฒนาชุมชน สังคมและท้องถิ่นอย่างยั่งยืนและช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อมหาวิทยาลัยให้เป็นที่ยอมรับเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการขอรับบริการด้านวิชาการของคลินิกศึกษาศาสตร์สุขภาพธุรกิจชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
2. เพื่อพัฒนาระบบและกลไกการให้บริการของคลินิกศึกษาศาสตร์สุขภาพธุรกิจชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ที่ส่งเสริมการดำเนินการด้านการให้บริการวิชาการอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ระบบบริการ (Service Delivery Framework)

Roth and Menor (2003) ได้นำเสนอกรอบแนวคิดด้านระบบบริการในมุมมองของการปฏิบัติการด้านบริการว่า ความสำเร็จของระบบบริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของการให้บริการเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยความสอดคล้องเชิงกลยุทธ์ที่ได้รับการออกแบบและบูรณาการร่วมกันอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย 3 มิติหลัก ได้แก่

- 1.1 ตลาดเป้าหมาย (Target Market) คือ กลุ่มลูกค้าหรือส่วนตลาดที่ธุรกิจเลือกที่จะมุ่งเน้นและดำเนินกิจกรรมทางการตลาดทั้งหมดเพื่อตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มนั้นโดยเฉพาะ
- 1.2 แนวคิดการบริการ (Service Concept) คือ แนวทางในการบริหารจัดการบริการที่เชื่อมโยงความต้องการของลูกค้าเข้ากับความสามารถขององค์กร เพื่อให้สามารถออกแบบและส่งมอบบริการที่โดดเด่นและสร้างคุณค่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ระบบการส่งมอบบริการ (Service Delivery System Design) คือ โครงสร้าง กระบวนการ และทรัพยากรที่ใช้ในการถ่ายทอดคุณค่าของบริการไปสู่ผู้รับบริการอย่างเป็นรูปธรรม

สรุป ระบบบริการ ควรมีลักษณะเป็นระบบพลวัต (Dynamic System) ที่ต้องมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยการดำเนินงานด้านบริการต้องเชื่อมโยงตั้งแต่ระดับนโยบาย กลยุทธ์ ตลาดเป้าหมาย คุณภาพบริการ ไปจนถึงการปฏิบัติจริงในระดับหน่วยงาน ทั้งนี้ เพื่อให้ระบบการส่งมอบบริการสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว

2. แนวคิดการให้คำปรึกษา (Counseling Approaches)

การให้คำปรึกษาเป็นกระบวนการช่วยเหลือที่ต้องอาศัยความเข้าใจในปัญหาและอารมณ์ของผู้รับคำปรึกษา ผู้ให้คำปรึกษาจึงต้องมีความยืดหยุ่นในการเลือกใช้แนวคิดที่เหมาะสม เพื่อให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพตามแนวคิดของ Sherman et al. (1996) แบ่งได้ดังนี้

2.1) การให้คำปรึกษาแบบนำทาง (Directive Counselling Approach) มุ่งเน้นบทบาทของผู้ให้คำปรึกษาเป็นศูนย์กลาง โดยเชื่อว่าผู้รับคำปรึกษาจะสามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ให้คำปรึกษาจะใช้ความรู้และประสบการณ์ในการวิเคราะห์ปัญหา ให้คำแนะนำ และเสนอแนวทางแก้ไขพร้อมอธิบายข้อดีข้อเสียในแต่ละทางเลือก เพื่อให้ผู้รับคำปรึกษาตัดสินใจด้วยตนเอง เหมาะสำหรับการแก้ปัญหาที่ต้องการข้อมูลหรือคำแนะนำที่ชัดเจน เช่น ปัญหาด้านอาชีพ ระเบียบงาน หรือการตัดสินใจในเชิงเหตุผล

2.2) การให้คำปรึกษาแบบไม่นำทาง (Non-directive Counselling Approach) มุ่งเน้นให้ผู้รับคำปรึกษาเป็นศูนย์กลาง โดยเชื่อว่าบุคคลสามารถตัดสินใจและแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง หากได้รับโอกาสในการแสดงออกอย่างอิสระ ผู้ให้คำปรึกษามีบทบาทเป็นผู้รับฟังด้วยความเข้าใจ ไม่ตัดสินหรือวิพากษ์วิจารณ์ แต่สะท้อนความรู้สึกและประสบการณ์ของผู้รับคำปรึกษาเพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ในตนเอง เมื่อความตึงเครียดลดลง ผู้รับคำปรึกษาจะสามารถคิดและตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม นิยมใช้ในกรณีปัญหาด้านอารมณ์ การปรับตัว หรือความสัมพันธ์ทางสังคม

2.3) การให้คำปรึกษาแบบมีส่วนร่วม (Participative Counselling Approach) เป็นการผสมผสานระหว่างแนวทางนำทางและไม่นำทาง โดยเน้นการร่วมมือกันระหว่างผู้ให้และผู้รับคำปรึกษา ผู้ให้คำปรึกษาอาจเริ่มต้นด้วยการฟังแบบไม่นำทาง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้รับคำปรึกษาได้ระบายความรู้สึก จากนั้นจึงใช้แนวทางนำทางใน

การเสนอข้อมูล วิเคราะห์ปัญหา และหาทางเลือกในการแก้ไขที่เหมาะสมร่วมกัน โดยผู้รับคำปรึกษายังคงเป็นผู้ตัดสินใจสุดท้าย เหมาะกับปัญหาที่ซับซ้อนและต้องอาศัยความเข้าใจทั้งด้านอารมณ์และเหตุผล

3. การให้บริการวิชาการแก่สังคม (Academic Service Framework)

การให้บริการวิชาการแก่สังคม ถือเป็นหนึ่งในพันธกิจหลักของสถาบันอุดมศึกษาในการนำองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ไปประยุกต์ใช้เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและแก้ไขปัญหาของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิด พันธกิจสัมพันธ์เพื่อสังคม (Scholarship of Engagement) (Boyer, 2016) แนวทางในการดำเนินงานเพื่อให้เกิด ประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถนำมาเขียนเป็นบทความวิจัยได้นั้น ควรยึดตามกรอบแนวคิด "วงจรคุณภาพการบริการ วิชาการแบบมีส่วนร่วม" ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

1) การวิเคราะห์บริบทและความต้องการ เน้นการสร้างร่วมมือระหว่างนักวิจัยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสำรวจบริบทและระบุปัญหาที่แท้จริงของชุมชน โดยใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้มั่นใจว่าโครงการที่เกิดขึ้นมาจากความต้องการของพื้นที่อย่างแท้จริงไม่ใช่จากมุมมองของผู้วิจัยเพียง ฝ่ายเดียว

2) การบูรณาการและการวางแผน การนำโจทย์จากชุมชนมาเชื่อมโยงกับพันธกิจด้านการเรียน การสอนและการวิจัย (Bringle & Hatcher, 1996) โดยออกแบบกิจกรรมที่เน้นการถ่ายทอดองค์ความรู้ควบคู่ไปกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แผนงานควรกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจนทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

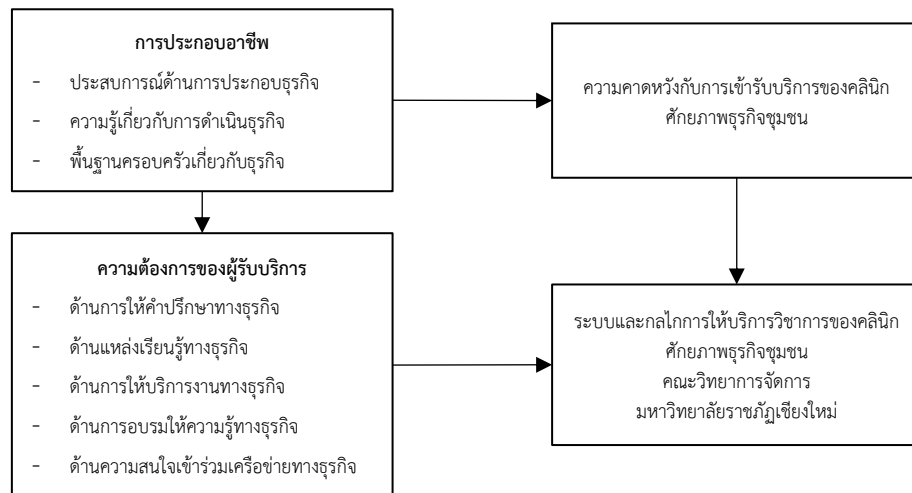
3) การดำเนินงานและขับเคลื่อน การลงมือปฏิบัติตามแผนโดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน ในทุกขั้นตอนเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของ การบริการวิชาการที่ดีเกิดจากการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างสถาบันการศึกษากับชุมชน

4) การประเมินผลและสร้างความยั่งยืน เป็นการวัดผลลัพธ์และผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคม เศรษฐกิจ หรือสิ่งแวดล้อม โดยอาจใช้เครื่องมือประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) นอกจากนี้ ต้องมีการถอดบทเรียนและจัดการความรู้ เพื่อส่งมอบคืนให้ชุมชนสามารถดำเนินการต่อได้ด้วยตนเองเมื่อโครงการสิ้นสุดลง ซึ่งนำไปสู่ความยั่งยืนของการพัฒนา

การบริการวิชาการแก่สังคม เป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยการวางแผน การบูรณาการองค์ความรู้ และการวัดผลที่เป็นรูปธรรม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชนและสร้างองค์ความรู้ใหม่ในเชิงวิชาการ ดังนั้น การพัฒนาระบบกลไกการดำเนินงาน จะช่วยให้การดำเนินงานมีแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

คณะผู้วิจัย ได้ทำการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการดำเนินงาน การวิจัยตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบกระบวนการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาความต้องการขอรับบริการด้านวิชาการและพัฒนา รูปแบบระบบกลไกการให้บริการของคลินิกศึกษาศาสตร์ธุรกิจชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่ มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาข้อมูล เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์และจัดกลุ่มข้อมูลสำหรับการสร้าง เครื่องมือที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. กำหนดและจัดประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความต้องการขอรับบริการวิชาการ และพัฒนา รูปแบบระบบกลไกการให้บริการของคลินิกศึกษาศาสตร์ธุรกิจชุมชน
3. สร้างแบบสอบถามและตรวจสอบคุณภาพเพื่อหาความตรงตามเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และมีค่าความเที่ยงตรงเฉลี่ยรวม เท่ากับ 0.89
4. ปรับปรุงเครื่องมือตามข้อเสนอแนะ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่แก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ และนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด โดยมีค่าความเที่ยงตรง เฉลี่ย เท่ากับ 0.85
5. เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด คือ บุคคลที่เคยใช้บริการคลินิกชุมชน หรือธุรกิจชุมชน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกกับผู้ใช้บริการคลินิกชุมชนหรือธุรกิจชุมชน
6. วิเคราะห์และแปลผลข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาตามระเบียบวิธีวิจัย โดยคณะผู้วิจัยเลือกใช้สถิติ พรรณนาในการวิเคราะห์ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลและตอบตามวัตถุประสงค์
7. สรุปผลการศึกษาและจัดทำรูปเล่มการศึกษาค้นคว้า

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ คือ ข้อมูลที่ผู้ศึกษาได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ความต้องการขอรับบริการ รูปแบบการให้บริการ ความคาดหวังกับการเข้ารับบริการ และข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นต้น
2. ข้อมูลทุติยภูมิ คือ ข้อมูลที่ผู้ศึกษาได้จากการสืบค้นข้อมูลจากเว็บไซต์ หนังสือ บทความ งานวิจัย และวิทยานิพนธ์ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ บุคคลทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความสนใจประกอบธุรกิจ ซึ่งหมายรวมถึงบุคคลที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ นักศึกษา และบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจเริ่มประกอบธุรกิจและต้องการรับบริการคลินิก

กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคคลทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความต้องการรับบริการคลินิกศึกษาศาสตร์ธุรกิจชุมชนเพื่อปรึกษาปัญหาทางธุรกิจ เนื่องจากจำนวนประชากรของจังหวัดเชียงใหม่ที่บรรลุนิติภาวะ และต้องการมารับบริการที่คลินิกของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงจึงใช้เกณฑ์ของ Cochran (1977) ที่ได้เสนอเกณฑ์สำหรับประชากรไม่ทราบจำนวน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 และกำหนดสัดส่วน $p = 0.5$ ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ คือ จำนวน 385 หน่วยตัวอย่าง โดยทำการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลมากที่สุด ดังนั้น ในการวิจัยนี้ได้แบบสอบถามกลับคืนมา 385 คิดเป็นร้อยละ 100

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ ประสบการณ์ด้านการประกอบธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ และพื้นฐานครอบครัว

ส่วนที่ 2 ความต้องการขอรับบริการของคลินิกศึกษาศาสตร์ธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย 1) ด้านความต้องการได้รับการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ 2) ด้านความสนใจเข้ารับบริการแหล่งเรียนรู้ทางธุรกิจ 3) ด้านความต้องการขอรับบริการงานทางธุรกิจ 4) ด้านความต้องการขอรับบริการด้านการอบรมให้ความรู้ทางธุรกิจ และ 5) ด้านความสนใจเข้าร่วมเครือข่ายทางธุรกิจ

ส่วนที่ 3 ด้านรูปแบบการให้บริการของคลินิกศึกษาศาสตร์ธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย 1) ด้านการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ 2) ด้านการรับรู้คำปรึกษาทางธุรกิจ 3) การติดตามผลหลังการขอรับบริการปรึกษาทางธุรกิจ 4) ค่าใช้จ่ายไม่เก็บบริการด้านการให้คำปรึกษา 5) รูปแบบการให้บริการแหล่งเรียนรู้ทางธุรกิจ และ 6) รูปแบบการให้ร่วมกิจกรรมอบรม

ส่วนที่ 4 ความคาดหวังในการเข้ารับบริการของคลินิกศึกษาศาสตร์ธุรกิจชุมชน

หลังจากนั้นทำการพัฒนาระบบกลไกการให้บริการวิชาการของคลินิกศึกษาศาสตร์ธุรกิจชุมชน โดยมีคณะกรรมการคลินิกศึกษาศาสตร์ธุรกิจชุมชน จำนวน 20 คน ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ร่วมประชุม วิเคราะห์ สังเคราะห์ประเด็นที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาระบบกลไกการให้บริการวิชาการของคลินิกศึกษาศาสตร์ธุรกิจชุมชน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ชี้แจงวิธีการกรอกแบบสอบถามแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม
3. เก็บรวบรวมข้อมูล การตอบแบบสอบถามและนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ความต้องการขอรับบริการรูปแบบการให้บริการ และความคาดหวังกับการเข้ารับบริการของคลินิกศึกษาศาสตร์ธุรกิจชุมชน คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และร้อยละ (Percentage) โดยวิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมด้วยการสรุปผล

ผลการวิจัย

1. การศึกษาความต้องการขอรับบริการด้านวิชาการของคลินิกศึกษาศาสตร์ชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ สามารถสรุปผลดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.00 และรองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.00 ตามลำดับ ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมา มีอายุ 51 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.00 และมีอายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ ด้านการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมา มีการศึกษต่ำกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.00 ตามลำดับ ด้านการประกอบอาชีพมากกว่า 1 อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพเพียง 1 อาชีพ คิดเป็นร้อยละ 100.00

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 72.75 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.00 ถัดมา คือ พนักงานหน่วยงานรัฐและแม่บ้าน/พ่อบ้าน (ไม่ได้ทำงานประจำ) เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ด้านการประกอบธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ด้านการประกอบธุรกิจมากกว่า 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38.25 รองลงมา คือ ยังไม่มีประสบการณ์ด้านการประกอบธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 22.00 ถัดมาคือ มีประสบการณ์ 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจในส่วนของ การบริหารจัดการ คิดเป็นร้อยละ 25.36 รองลงมา คือ มีความรู้ด้านการตลาด คิดเป็นร้อยละ 21.20 ถัดมาคือ มีความรู้ด้านการผลิต คิดเป็นร้อยละ 16.30 ตามลำดับ ความสนใจของประเภทธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจประเภทธุรกิจโดยแบ่งตามลักษณะของผลิตภัณฑ์คือ ธุรกิจบริการ คิดเป็นร้อยละ 52.18 รองลงมาคือ ธุรกิจการผลิต คิดเป็นร้อยละ 16.40 ถัดมาคือ ธุรกิจการค้า (ค้าส่ง) คิดเป็นร้อยละ 15.88 ตามลำดับ และพื้นฐานครอบครัวที่ประกอบธุรกิจหรือเกี่ยวข้องกับการค้าขาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้มีพื้นฐานครอบครัวที่ประกอบธุรกิจหรือเกี่ยวข้องกับการค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 70.75 และมีพื้นฐานครอบครัวที่ประกอบธุรกิจหรือเกี่ยวข้องกับการค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 29.25 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลความต้องการขอรับบริการของคลินิกศึกษาศาสตร์ชุมชน

จากการศึกษาความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการขอรับบริการของคลินิกศึกษาศาสตร์ชุมชน สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

1) ด้านความต้องการได้รับการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการได้รับการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล คิดเป็นร้อยละ 19.39 รองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการ คิดเป็นร้อยละ 17.49 ด้านการเงินและการลงทุน คิดเป็นร้อยละ 17.02 ตามลำดับ

2) ด้านความสนใจเข้ารับบริการแหล่งเรียนรู้ทางธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจเข้ารับบริการแหล่งเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล คิดเป็นร้อยละ 20.31 รองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการ คิดเป็นร้อยละ 18.90 ถัดมา คือ ด้านการตลาด คิดเป็นร้อยละ 18.19 ตามลำดับ

3) ด้านความต้องการขอรับบริการงานทางธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการขอรับบริการงานทางธุรกิจด้านการถ่ายภาพสินค้าเพื่อการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 31.95 รองลงมาคือ ด้านการจัดทำอินโฟกราฟิกของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 18.80 ถัดมาคือ ด้านการพัฒนาเว็บไซต์และระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 15.22 ตามลำดับ

4) ด้านความต้องการขอรับบริการด้านการอบรมให้ความรู้ทางธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการขอรับบริการด้านการอบรมให้ความรู้ทางธุรกิจ ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล คิดเป็นร้อยละ 23.24 รองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการ คิดเป็นร้อยละ 17.19 ถัดมา คือ ด้านการเงินและการลงทุน คิดเป็นร้อยละ 16.71 ตามลำดับ

5) ด้านความสนใจเข้าร่วมเครือข่ายทางธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสนใจเข้าร่วมเครือข่ายทางธุรกิจด้านเทคโนโลยีดิจิทัล คิดเป็นร้อยละ 23.20 รองลงมา คือ ด้านการเงินและการลงทุน คิดเป็นร้อยละ 18.22 ถัดมา คือ ด้านการบริหารจัดการ คิดเป็นร้อยละ 17.28 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ด้านรูปแบบการให้บริการของคลินิกศึกษาศาสตร์ทางธุรกิจชุมชน

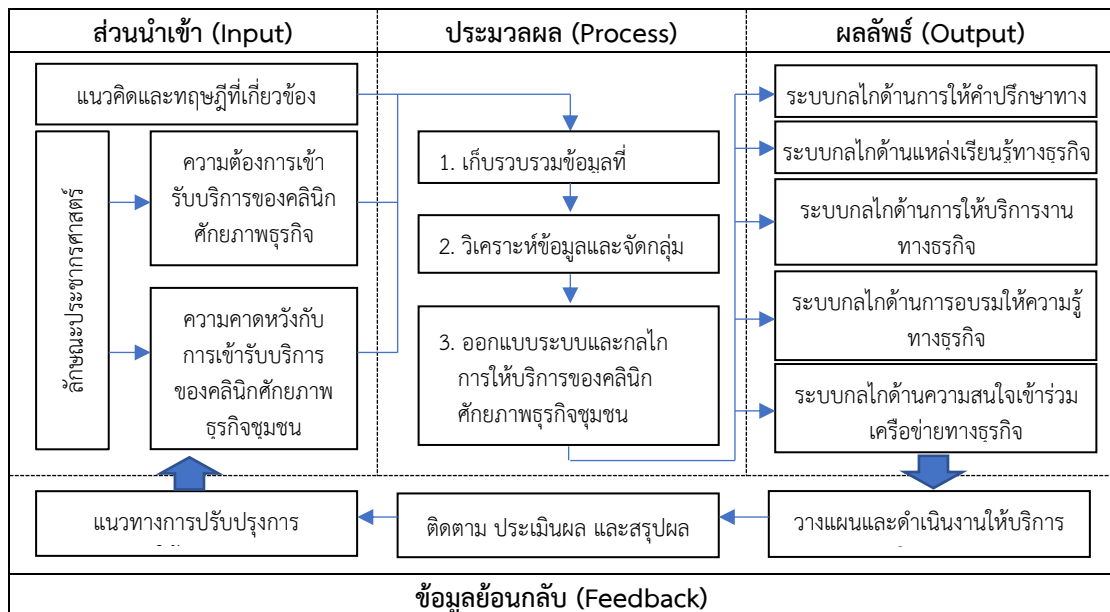
1) ด้านการให้บริการแหล่งเรียนรู้ทางธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบคลิปการสอนในรูปแบบวีดิโอแบบระบบเรียนรู้ออนไลน์ (e-Learning) คิดเป็นร้อยละ 68.14 รองลงมา คือ ภาพอินโฟกราฟิกสรุปความรู้ (Infographic) คิดเป็นร้อยละ 16.51 ถัดมา คือ เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) คิดเป็นร้อยละ 13.82 ตามลำดับ

2) ด้านการขอรับบริการงานทางธุรกิจ (Business Service) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการกำหนดงบประมาณตามเงื่อนไขการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 57.25 รองลงมา คือ กรอบงบประมาณสำหรับค่าใช้จ่ายในการรับบริการ 500 – 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.50 และ กรอบงบประมาณสำหรับค่าใช้จ่ายในการรับบริการ 2,001 – 3,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ รูปแบบการติดต่อขอรับบริการงานทางธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการติดต่อผ่านโทรศัพท์ในเวลาที่กำหนด คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมา คือ ผ่านระบบออนไลน์บนเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 15.25 ถัดมา คือ ผ่านช่องทางสื่อสารบนเฟซบุ๊ก (Facebook Messenger) คิดเป็นร้อยละ 12.50 และสุดท้าย คือ ผ่านช่องทางสื่อสารระบบไลน์ (Line) คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ รูปแบบการใช้งานแอปพลิเคชันหรือระบบออนไลน์เพื่อรับส่งงานอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ต้องการรับส่งงานผ่านอีเมล (e-Mail) คิดเป็นร้อยละ 61.11 และต้องการรับส่งงานผ่านไดรฟ์ (Google Drive หรือ One Drive) คิดเป็นร้อยละ 38.89 ตามลำดับ

3) ด้านการอบรมให้ความรู้ทางธุรกิจ (Business Training) รูปแบบการเข้าร่วมกิจกรรมอบรมให้ความรู้ทางธุรกิจ ส่วนใหญ่ต้องการเข้าร่วมอบรมแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม (Online) คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมา คือ ต้องการเข้าร่วมอบรมในห้องประชุมสัมมนา (Onsite) คิดเป็นร้อยละ 23.50 ตามลำดับ ระยะเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมอบรมต่อครั้ง ส่วนใหญ่ต้องการใช้เวลาในกิจกรรมอบรม 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมา คือ ต้องการใช้เวลาในกิจกรรมอบรม 3 ชั่วโมงหรือครึ่งวัน คิดเป็นร้อยละ 42.00 และต้องการใช้เวลาในกิจกรรมอบรม 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

4) ด้านการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network) ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมของการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ส่วนใหญ่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมสร้างเครือข่ายธุรกิจในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 70.25 รองลงมา คือ ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมสร้างเครือข่ายธุรกิจต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 29.75 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อเพิ่มศักยภาพการดำเนินงานทางธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมา คือ เพื่อหาพันธมิตรหรือคู่ค้าทางธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 18.25 และเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางด้านธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 16.25 ตามลำดับ

2. การพัฒนาระบบและกลไกการให้บริการของคลินิกศึกษาศาสตร์ทางธุรกิจชุมชนคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ที่ช่วยส่งเสริมการดำเนินการด้านการบริการวิชาการอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ สามารถสรุปผลดังนี้



ภาพที่ 2 การพัฒนาระบบและกลไกการให้บริการของคลินิกศึกษาศาสตร์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ออกแบบ และพัฒนาระบบกลไกการให้บริการของคลินิกศึกษาศาสตร์ โดยกำหนดกรอบแนวทางการพัฒนาระบบกลไกการให้บริการของคลินิกศึกษาศาสตร์ด้วยหลักการของ PDCA ดังภาพที่ 2 และจัดทำแผนผัง (Flowchart) แสดงลำดับขั้นตอนของระบบกลไกการให้บริการแต่ละด้านไว้ในเล่มคู่มือการดำเนินงานของคลินิกศึกษาศาสตร์ สรุปได้ดังนี้

1) การให้บริการด้านการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ (Business Consultant) โดยผู้เชี่ยวชาญหรือที่ปรึกษาจากหน่วยงานภายในและเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกที่มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญตามศาสตร์สาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับงานทางธุรกิจ ซึ่งผู้รับบริการสามารถติดต่อประสานงานเพื่อขอรับบริการได้หลายช่องทางเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อ สอดคล้องกับผลการศึกษาของอุไร ดวงระหว้า (2554) ที่ว่าปัจจัยด้านการบริการ เช่น ความสะดวกในการติดต่อ การแก้ปัญหา และการให้บริการทันที ส่งผลต่อคุณภาพโดยรวม ซึ่งถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้รับบริการ โดยคลินิกศึกษาศาสตร์จะประสานกับผู้เชี่ยวชาญและนัดหมายเวลาการให้คำปรึกษาเบื้องต้น เพื่อวิเคราะห์ ประเมินแนวทางการแก้ไขปัญหา และวางแผนการดำเนินงานตามลำดับกลไกการให้บริการ

2) ด้านการให้บริการแหล่งเรียนรู้ทางธุรกิจ (Business Learning) คลินิกศึกษาศาสตร์จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ ออกแบบ พัฒนาลักษณะการเรียนรู้ และจัดสร้างคลิปเนื้อหาเกี่ยวกับงานทางธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญ คณาจารย์ที่มีความรู้ความสามารถในศาสตร์สาขาวิชาที่เกี่ยวข้องมาถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์ในรูปแบบของคลิปวิดีโอผ่านระบบเรียนรู้ออนไลน์ (e-Learning) และเผยแพร่บนเว็บไซต์ของคลินิกศึกษาศาสตร์ เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถสมัครสมาชิกและเลือกศึกษาในหลักสูตรที่สนใจผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งหลักสูตรเรียนรู้จะมีการให้บริการ 2 ลักษณะ คือ ไม่มีค่าบริการ และมีค่าบริการในอัตราตามที่เหมาะสม

3) ด้านการอบรมให้ความรู้ทางธุรกิจ (Business Training) คลินิกศึกษาศาสตร์จะดำเนินการพัฒนาลักษณะฝึกอบรมและกำหนดแผนปฏิบัติการ เพื่อให้บริการสำหรับผู้ประกอบการและผู้สนใจสามารถเข้าร่วมโครงการฝึกอบรมที่สอดคล้องกับความต้องการ รวมถึงการให้บริการสำหรับหน่วยงานที่ต้องการพัฒนาลักษณะฝึกอบรมที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรภายใต้ความร่วมมือทางวิชาการระหว่างหน่วยงาน

4) ด้านการให้บริการงานทางธุรกิจ (Business Service) มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยให้การดำเนินงานธุรกิจชุมชนของผู้ประกอบการมีความคล่องตัวและลดภาระงานทางธุรกิจ กำหนดรูปแบบและแนวทางการให้บริการงานทางธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยกำหนดอัตราค่าให้บริการตามเงื่อนไขการให้บริการและข้อตกลงร่วมกันระหว่างผู้รับบริการกับคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชน

5) ด้านการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (Business Network) การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจมีส่วนสำคัญในการดำเนินงานทางธุรกิจ ช่วยให้เกิดความร่วมมือทางธุรกิจในด้านต่าง ๆ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานทางธุรกิจ สำหรับแนวทางการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชน มุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายธุรกิจในประเทศระหว่างผู้ประกอบการชุมชน นักวิชาการ นักธุรกิจ ผู้เชี่ยวชาญทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับเครือข่ายต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมสมรรถนะด้านการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนเพิ่มมากขึ้น ช่วยให้เกิดความร่วมมือทางการค้าและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางด้านธุรกิจร่วมกัน

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาความต้องการขอรับบริการของคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชนจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเพียง 1 อาชีพ โดยประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุดและมีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี ซึ่งแสดงถึงประสบการณ์ทางธุรกิจและมีความต้องการพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจเพื่อเสริมความสามารถในการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลจากการศึกษาความต้องการขอรับบริการของคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชน สามารถจำแนกออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ความต้องการได้รับการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการรับคำปรึกษาด้านเทคโนโลยีดิจิทัล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhang, Li and Wang (2020) ได้กล่าวว่าผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชนมีแนวโน้มที่จะยอมรับและนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้มากขึ้น เพื่อยกระดับการตลาดและเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจชุมชน ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่มีข้อจำกัดในหลายด้าน เช่น ขาดความเชี่ยวชาญด้านการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล ข้อจำกัดด้านเวลา ขาดองค์ความรู้ที่จะนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ จึงมีความต้องการขอรับคำปรึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบเดิมเข้าสู่การเป็นธุรกิจออนไลน์ เพื่อให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ด้านที่ 2 ความต้องการเข้ารับบริการแหล่งเรียนรู้ทางธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกรูปแบบคลิปการสอนในรูปแบบวิดีโอแบบระบบเรียนรู้ออนไลน์เป็นรูปแบบบริการที่สะดวกเข้าถึงง่าย และสามารถใช้งานผ่านเทคโนโลยี เช่น การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ e-Learning และ e-Book ที่ใช้เวลาเรียนรู้อยู่ประมาณ 6 – 10 นาที บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ซึ่งจะช่วยให้สามารถเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา สอดคล้องกับแนวคิดของ Davis (1989) ตามทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ที่ระบุว่า การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ขึ้นอยู่กับความรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ทั้งนี้ การพัฒนาสื่อการเรียนรู้ทางด้านบริหารธุรกิจของคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชนที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการจะช่วยเอื้อต่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง และเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้แก่ผู้ที่สนใจเข้ารับบริการ

ด้านที่ 3 ความต้องการขอรับบริการงานทางธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการเข้ารับบริการ ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยให้การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น จำนวน 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) ด้านการถ่ายภาพสินค้าเพื่อการโฆษณา 2) การจัดทำอินโฟกราฟิกของสินค้า และ 3) การพัฒนาเว็บไซต์และระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ แสดงถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่ให้ความสำคัญกับการนำเสนอภาพลักษณ์สินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น (Laudon & Laudon, 2020) โดยการคิดอัตราค่าบริการขึ้นอยู่กับเงื่อนไขการตกลงระหว่างผู้ให้บริการและผู้ขอรับบริการ ซึ่งมีความยืดหยุ่นและเอื้อต่อผู้ประกอบการให้สามารถเข้าถึงบริการได้ตามศักยภาพ

ด้านที่ 4 ความต้องการอบรมให้ความรู้ทางธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการอบรมพัฒนาศักยภาพจำนวน 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล 2) ด้านการบริหารจัดการ 3) ด้านการเงินและการลงทุน โดยเลือกรูปแบบการอบรมแบบออนไลน์ ใช้เวลาอบรมประมาณ 1 วัน ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Sun and Chen (2016) ที่ว่าการเรียนรู้ในรูปแบบออนไลน์ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและการเข้าถึงองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยได้ดีกว่ารูปแบบการอบรมแบบดั้งเดิม ช่วยลดต้นทุนและเวลาในการเดินทาง

ด้านที่ 5 ความต้องการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการเข้าร่วมเครือข่ายในประเทศมากกว่าต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางธุรกิจ การแสวงหาพันธมิตรหรือคู่ค้าทางธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Granovetter (1985) ที่อธิบายว่าความสัมพันธ์ทางเครือข่ายทางสังคม (Social Networks) มีบทบาทสำคัญในการสร้างโอกาสทางธุรกิจและเพิ่มความน่าเชื่อถือระหว่างคู่ค้าในระดับชุมชน

ความคาดหวังในการรับบริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 1) การได้รับคำปรึกษาที่สามารถแก้ไขปัญหาทางธุรกิจอย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการให้คำปรึกษา ควรพิจารณาเลือกแนวทางตามแนวคิด Sherman et al. (1996) ให้เหมาะสมกับคุณลักษณะของผู้รับบริการ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการให้บริการและช่วยแก้ไขปัญหาทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม 2) ได้รับความรู้เพิ่มเติมทางด้านธุรกิจ และ 3) ช่วยลดระยะเวลาในการดำเนินงานทางธุรกิจ ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญต่อการพัฒนาระบบกลไกการให้บริการ รวมถึงการกำหนดเกณฑ์ตัวชี้วัดความสำเร็จของการให้บริการ กระบวนการติดตาม ประเมินและสรุปผลที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงระบบกลไกการให้บริการให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการและสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

การพัฒนาระบบและกลไกการให้บริการของคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มีบทบาทสำคัญในการให้บริการวิชาการที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้รับบริการและสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ซึ่งการพัฒนาระบบกลไกการให้บริการวิชาการด้วยหลักการของ PDCA มาใช้เป็นกรอบแนวทางในการพัฒนาจะช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Roth and Menor (2003) ที่ระบบบริการควรมีลักษณะเป็นระบบพลวัต (dynamic system) ที่ต้องมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง อันจะก่อให้เกิดมาตรฐานหรือแนวทางปฏิบัติที่ได้รับการยอมรับด้านการให้บริการวิชาการแก่สังคมต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอเชิงวิชาการ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ควรต่อยอดงานวิจัยโดยส่งเสริมให้มีการบูรณาการร่วมกับการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านธุรกิจและการบริการวิชาการร่วมกับผู้เชี่ยวชาญและคณาจารย์ จากกรณีศึกษาของผู้ประกอบการหรือผู้ขอรับบริการ อันจะก่อให้เกิดประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปปรับใช้ในการทำงานในอนาคต

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ควรส่งเสริมให้มีการขับเคลื่อนการดำเนินงานของคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชนตามแผนงานและประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับหน่วยงานให้บริการด้านวิชาการและช่องทางการติดต่อขอรับบริการด้านบริหารธุรกิจ ถือเป็นพันธกิจหนึ่งของสถาบันการศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และผู้ประกอบการชุมชนให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป



กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง การจัดตั้งคลินิกศักยภาพธุรกิจชุมชน (Community Business Potential: CBP) หมายเลขรับรองจริยธรรมการวิจัย: IRBCMRU 2024/028.05.01 ที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยภายใต้โครงการพลิกโฉมมหาวิทยาลัย (Reinventing University) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 เรื่อง การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่สำหรับสถาบันอุดมศึกษา ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

รายการอ้างอิง

- มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. (2564). *แผนยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2568 จาก <https://www.cmru.ac.th/page/19-แผนยุทธศาสตร์-มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.html>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2568). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13*. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2568 จาก <https://www.nesdc.go.th/the-national-economic-and-social-development-plan/the-thirteenth-plan-2023-2027/>
- อุไร ดวงระหว่า. (2554). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการศูนย์บริการ One Stop Service: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Boyer, E. L. (2023). The scholarship of engagement. In *Building the Field of Higher Education Engagement* (15-25). Routledge.
- Bringle, R. G., & Hatcher, J. A. (1996). Implementing service learning in higher education. *The Journal of Higher Education*, 67(2), 221–239.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th ed.). Pearson.
- Roth, A. V., & Menor, L. J. (2003). Insights into service operations management: A research agenda. *Production and Operations Management*, 12(2), 145–164.
- Sherman, A. W., Bohlander, G. W., & Snell, S. A. (1996). *Managing human resources*. (10th ed.). South-Western College Publishing.
- Sun, A., & Chen, X. (2016). *Online education and its effective practice: A research review*. *Journal of Information Technology Education: Research*, 15, 157–190.
- Zhang, X., Li, Y., & Wang, H. (2020). Digital competence and marketing performance among rural entrepreneurs: Evidence from small-scale enterprises in Asia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(8), 1256–1274.