

การพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2568

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2568

วรรณภา

นางสาววรรณภา ประทุมวิ

ผู้วิจัย

ธีระ รักถิ่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีระ รักถิ่น,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ธีระ รักถิ่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีระ รักถิ่น,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

Ph.D. P. H.

รองศาสตราจารย์ปรารณา ปุณณกิติเกษม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล

ธีระ รักถิ่น

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีระ รักถิ่น,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากบุคคลหลายท่าน ผู้เขียนขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริสุข รักถิ่น อาจารย์ที่ปรึกษาของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ที่กรุณาสละเวลาในการให้คำแนะนำปรึกษา และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัย ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์ และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ตฤณ ชนานุศักดิ์ ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ทัศนีย์ สติมานนท์ กรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าพิจารณาสารนิพนธ์ และให้ความอนุเคราะห์ประเมิน พร้อมทั้งให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ในการทำวิจัย กระทั่งสารนิพนธ์ ฉบับแล้วเสร็จและมีความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลที่ได้ประสิทธิประสาทวิชา ถ่ายทอดความรู้ทั้งทางทฤษฎี และประสบการณ์ในทางปฏิบัติ จนผู้วิจัยสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในสารนิพนธ์ฉบับนี้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้เขียนเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณอาจารย์ และผู้บริหารในคณะ A ของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง และผู้ให้บริการทุกท่านที่ให้ความกรุณาและสละเวลาให้ข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ ทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์และสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

นอกจากนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณครอบครัวประทุมวิ ที่คอยสนับสนุนให้กำลังใจในการเรียนและการใช้ชีวิต ขอขอบคุณพี่อิมที่เป็นแรงขับเคลื่อนเสมอมา และเพื่อน ๆ ทุกคนใน MS รุ่น 26B สำหรับคำแนะนำ ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ จึงทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้

วรรณภา ประทุมวิ

การพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง

DEVELOPMENT OF ACADEMIC SERVICE STRATEGIES FOR AN EDUCATION INSTITUTION

วรรณภา ประทุมวิ 6650244

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริสุข รักถิ่น, Ph.D.,
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ตฤณ รัตนาศักดิ์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทัศนีย์ สติมานนท์, Ph.D.

บทคัดย่อ

สถาบันการศึกษาเป็นแหล่งทรัพยากรสำคัญในการพัฒนาประเทศ โดยมีภารกิจหลักคือการผลิตบัณฑิต การให้บริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม ซึ่งการให้บริการวิชาการมีความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันศึกษากับภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคม เพื่อช่วยเพิ่มพูนความรู้และทักษะ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่หน่วยงานภายนอก และเชื่อมโยงความรู้ทางวิชาการกับการปฏิบัติจริงในสังคม โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการพัฒนากลยุทธ์ด้านบริการวิชาการ และโครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริการวิชาการ และพัฒนากลยุทธ์พร้อมเสนอแนวทางในการปรับปรุงการบริการวิชาการให้มีประสิทธิภาพ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 25 ท่าน ได้แก่ ผู้ใช้บริการจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน อาจารย์และผู้บริหารของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการบริการวิชาการของสถาบันการศึกษา โดยเน้นการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการพัฒนากลยุทธ์ด้านบริการวิชาการ และโครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรม และผลการศึกษานี้นำไปสู่การนำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ เพื่อให้สามารถพัฒนาการบริการวิชาการให้มีประสิทธิภาพ ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ และสามารถแข่งขันได้ในอุตสาหกรรม

คำสำคัญ: กลยุทธ์ / การบริการวิชาการ / สถาบันการศึกษา / ส่วนประสมทางการตลาด

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.3 กรอบแนวคิด	5
1.3.1 การวิเคราะห์บริบทและความต้องการของสังคม (Context and Needs Analysis)	5
1.3.2 การพัฒนาภารกิจและวิสัยทัศน์ในการบริการวิชาการ (Mission and Vision for Academic Services)	6
1.3.3 การพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการ (Development of Academic Service Strategies)	6
1.3.4 การประเมินผลและการปรับปรุงกลยุทธ์ (Evaluation and Strategy Adjustment)	6
1.3.5 กรอบการดำเนินงาน (Operational Framework)	7
1.3.6 การใช้ทฤษฎีหรือโมเดลในการพัฒนา (Theoretical or Conceptual Models) การนำทฤษฎีหรือโมเดลที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์	7
1.3.7 การสร้างการยอมรับและการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement and Acceptance)	7
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	8
1.4.1 ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	8
1.4.2 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา	8
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11

สารบัญ (ต่อ)

	2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	11
	2.1.1 แนวคิดว่าการบริการวิชาการ	11
	2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตร	13
	2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	21
	2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	27
	3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	27
	3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ	27
	3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	28
	3.4 การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล	29
	3.5 การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา	29
บทที่ 4	ผลวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล	31
	4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	33
	4.1.1 Product (ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ)	33
	4.1.2 Price (ราคา)	36
	4.1.3 Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย)	37
	4.1.4 Promotion (การส่งเสริมการตลาด)	39
	4.1.5 People (บุคลากร)	39
	4.1.6 Process (กระบวนการให้บริการ)	42
	4.1.7 Physical Evidence (สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ)	44
	4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	45
	4.2.1 ปัจจัยด้านสังคม (Sociological Factor)	45
	4.2.2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological Factor)	46
	4.3 ผลการวิเคราะห์โครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรม	48
	4.4 ข้อเสนอแนะ	50
	4.4.1 ด้านการพัฒนาหลักสูตร	50

สารบัญ (ต่อ)

4.4.2	ด้านการพัฒนาการจัดการเรียนการสอน	52
4.4.3	ด้านการพัฒนาการบริการ	53
4.4.4	ด้านการพัฒนาความร่วมมือ	55
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	59
5.1	สรุปผลและอภิปรายผลวิจัย	59
5.1.1	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	59
5.1.2	ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	62
5.1.3	โครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรม	63
5.2	ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์	64
5.2.1	กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business-Level Strategy)	64
5.2.2	กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional-Level Strategy)	68
5.3	ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะแนวทางการวิจัยในอนาคต	70
บรรณานุกรม		71
ภาคผนวก		75
	ภาคผนวก ก: แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	76
ประวัติผู้วิจัย		81

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สถาบันการศึกษาเป็นศูนย์กลางความรู้ที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ นอกเหนือจากการผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพแล้ว การสนับสนุนและให้ความรู้แก่ชุมชนและสังคมยังเป็นหน้าที่หลักประการหนึ่งที่สถาบันเหล่านี้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของ การฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร เพื่อให้ตอบโจทยความต้องการขององค์กรต่าง ๆ ภายนอกสถาบัน ซึ่งถือเป็นแนวทางที่สำคัญในการสร้างความร่วมมืออันดีระหว่างสถาบันการศึกษากับสังคมและภาคธุรกิจ ประกาศจากกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องมาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2561 ได้ระบุว่า สถาบันอุดมศึกษาจำเป็นต้องมีเกณฑ์มาตรฐานทางวิชาการที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและบริบทของตนเอง และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของท้องถิ่น ชุมชน และสังคม โดยพิจารณาถึงความเชี่ยวชาญและเอกลักษณ์ของแต่ละสถาบัน และต้องมีการบริหารจัดการที่ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ ผลที่ได้จากการให้บริการทางวิชาการนี้จะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งและความยั่งยืน เพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชน สังคม และประเทศชาติโดยรวม (ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องมาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2561, หน้า 20)

ภารกิจสำคัญประการหลักของสถาบันการศึกษาประกอบด้วย 4 ส่วนสำคัญ ได้แก่ การสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพ การดำเนินการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ การให้ความรู้และบริการทางวิชาการแก่สังคม และการสนับสนุนและส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม ซึ่งภารกิจทั้งสี่นี้มีความเชื่อมโยงและผสมผสานรวมกันอย่างชัดเจน ดังนั้น สถาบันการศึกษาจึงควรมีบทบาทสำคัญในการร่วมแก้ไขปัญหาและเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับชุมชนและสังคม (จตุพล ขงสร, 2558) นอกจากนี้ สังคมยังคาดหวังให้สถาบันการศึกษาเป็นศูนย์กลางความรู้ระดับสูงของประเทศ ซึ่งมีหน้าที่ในการนำเสนอแนวทางและเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงเพื่อเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น

ดังนั้น การเผยแพร่ความรู้และการให้คำปรึกษาทางวิชาการแก่สังคมจึงถูกมองว่าเป็นหน้าที่หลักที่สำคัญประการหนึ่งในสี่ด้านของสถาบันการศึกษา ซึ่งเป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปว่า กิจกรรมหรือโครงการในลักษณะนี้มีศักยภาพในการจัดการ แก้ไข หรือส่งเสริมประเด็นปัญหาของชุมชนและสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม และยังสามารถแสดงให้เห็นถึงความสามารถทางปัญญาและ

ความชำนาญของบุคลากรหรือหน่วยงานภายในสถาบันนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจน ยิ่งไปกว่านั้น การบริการทางวิชาการยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสถาบันการศึกษา นักศึกษา ชุมชน และสังคม เพื่อร่วมกันค้นหาวิธีการในการจัดการกับปัญหาและตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน ได้อย่างตรงประเด็นและสอดคล้องกับสถานการณ์ของปัญหาที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุผลนี้ การให้บริการทางวิชาการโดยสถาบันการศึกษาจึงเป็นภารกิจหลักหรือกิจกรรมที่ควรดำเนินการเพื่อประโยชน์ของชุมชน สังคม และประเทศชาติ โดยคำนึงถึงความพร้อมและความเชี่ยวชาญของสถาบันเป็นสำคัญ ซึ่งบริการทางวิชาการสามารถมีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การอบรม การประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ การบรรยายให้ความรู้ทางวิชาการ การให้คำปรึกษา หรือการให้คำแนะนำในกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ เป็นต้น โดยผู้ใช้บริการอาจรวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชน องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร หน่วยงานของรัฐ รวมถึงชุมชนและสังคม ทั้งนี้ การให้บริการทางวิชาการแก่สังคมอาจดำเนินการในรูปแบบของการให้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย หรือมีการกำหนดค่าบริการตามความเหมาะสม (ชาวยวัฒน์ เกียรติกมลมาลย์ และคณะ, 2021)

ยิ่งไปกว่านั้น การให้ความรู้และทักษะผ่านการจัดอบรมที่หลากหลายรูปแบบ ไม่เพียงแต่จะช่วยเพิ่มพูนความรู้และความสามารถให้กับผู้เข้าร่วมอบรมเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพและความแข็งแกร่งให้กับองค์กรภายนอกที่ได้รับการอบรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคส่วนอุตสาหกรรม การให้คำแนะนำทางวิชาการและการทำงานร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน มีความสำคัญในการเชื่อมโยงความรู้ทางทฤษฎีกับการนำไปปฏิบัติจริงในบริบทของสังคม ซึ่งส่งผลให้เกิดความสามารถในการปรับตัวและตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน รวมถึงการดำเนินการวิจัยและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อประโยชน์ของหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ ชุมชน และสังคม ซึ่งจะนำไปสู่การใช้ประโยชน์จากความรู้และการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (พระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562, หน้า 10)

นอกจากนี้ ยังเป็นการเชื่อมโยงบทบาทของสถาบันการศึกษากับชุมชนและสังคมผ่านศาสตร์ต่าง ๆ การให้บริการทางวิชาการจากสถาบันการศึกษาในหลากหลายด้าน เช่น การพัฒนาความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของบุคลากร การบูรณาการเพื่อพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนและการวิจัย การพัฒนาตำแหน่งทางวิชาการของบุคลากร การให้บริการทางวิชาการยังเป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสร้างโอกาสในการทำงานสำหรับนิสิต นักศึกษา และยังเป็นแหล่งรายได้ของสถาบันการศึกษาจากการให้บริการทางวิชาการอีกด้วย (แนวทางการประเมินคุณภาพภายนอก ระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2564, หน้า 61)

ตัวอย่างกรณีศึกษาคณะ A ของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ได้ดำเนินกิจกรรมการเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการสู่สังคม ภายใต้การดูแลของกลุ่มงานบริการวิชาการและการวิจัย โดยมี

เป้าหมายสำคัญในการพัฒนาให้สถาบันเป็นผู้นำด้านการศึกษากฎหมายในระดับประเทศและได้รับการยอมรับในเวทีนานาชาติ รวมถึงเป็นแหล่งข้อมูลและความรู้ทางกฎหมายที่สำคัญของประเทศ ด้วยเหตุผลนี้ การสนับสนุนและพัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านกฎหมายผ่านการให้บริการวิชาการแก่สังคมจึงถูกมองว่าเป็นกิจกรรมหลักที่มีความสำคัญตามแผนยุทธศาสตร์ เพื่อสร้างคุณค่าทางวิชาการและประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าประสงค์ของสถาบันการศึกษาที่มุ่งเน้นการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านการจัดการศึกษาในภูมิภาคอาเซียน โดยภารกิจหลักของสถาบันการศึกษาดังกล่าวประกอบด้วยประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

1.) การจัดการเรียนรู้ โดยเน้นการสร้างบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถทางกฎหมายอย่างครอบคลุม สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในการทำงานด้านกฎหมายและอาชีพอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.) การศึกษาและการค้นคว้าวิจัยทางกฎหมาย รวมถึงการจัดกิจกรรมทางวิชาการต่าง ๆ เช่น การสัมมนา การประชุมวิชาการ และการบรรยาย เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางกฎหมายและส่งเสริมการแลกเปลี่ยนมุมมอง

3.) การให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแก่สังคม ตัวอย่างเช่น การให้คำแนะนำด้านกฎหมายแก่ประชาชนผ่านศูนย์กฎหมายชุมชน ซึ่งให้บริการทางกฎหมายในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการให้คำปรึกษา การประนีประนอมข้อพิพาท และการสนับสนุนด้านกฎหมาย รวมถึงการจัดอบรมกฎหมายให้กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และประชาชนทั่วไป ตลอดจนการส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรภาคประชาสังคมในการพัฒนากฎหมายและกระบวนการยุติธรรม

4.) การธำรงรักษามรดกทางศิลปะและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงกับกฎหมาย

5.) การบริหารจัดการทรัพยากร ทั้งบุคลากร งบประมาณ และสถานที่ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการสร้างความร่วมมือทางวิชาการและการวิจัยกับสถาบันการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ภารกิจทั้งหมดที่กล่าวมานั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งในการผลักดันให้สถาบันการศึกษาสามารถบรรลุเป้าประสงค์ วิสัยทัศน์ และแผนยุทธศาสตร์ในการสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพ การสร้างสรรค์องค์ความรู้ใหม่ และการให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแก่สังคม เพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าของประเทศและสร้างการยอมรับในแวดวงวิชาการด้านกฎหมายทั้งในระดับประเทศและระดับสากลต่อไป

คณะ A ของสถาบันการศึกษานี้ได้ดำเนินการให้ความรู้และบริการทางวิชาการด้านกฎหมายในหลายรูปแบบ ได้แก่ การจัดอบรม การประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสนทนาทางวิชาการ รวมถึงการเผยแพร่ความรู้ทางกฎหมายสู่ภาคประชาสังคม ชุมชน และสังคม ซึ่งผลจากการดำเนินงานที่ผ่านมามีตัวอย่างดังต่อไปนี้

1.) การทำข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการกับหน่วยงานของรัฐ เพื่อร่วมกันศึกษาค้นคว้า จัดทำ และพัฒนาหลักสูตรสำหรับเจ้าหน้าที่รัฐหรือพนักงานส่วนท้องถิ่น

2.) การจัดโครงการอบรม สัมมนา หรือกิจกรรมเพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และความสามารถในการบริหารจัดการและการปฏิบัติงานให้กับเจ้าหน้าที่รัฐหรือพนักงานส่วนท้องถิ่น โดยเป็นการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

3.) การจัดอบรมหลักสูตร “Compliance Officer” เพื่อส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดที่มีผลต่อผู้ปฏิบัติงานด้านการกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎหมาย (Compliance Office, IT Compliance) โดยเน้นการแลกเปลี่ยนความเข้าใจระหว่างผู้ใช้กฎหมายและผู้บังคับใช้กฎหมาย เพื่อให้เกิดการปฏิบัติที่ถูกต้องและส่งเสริมวัฒนธรรมการปฏิบัติตามกฎหมายในองค์กร

4.) การจัดอบรมสำหรับบริษัทและองค์กรในภาคธุรกิจเกี่ยวกับกฎหมายที่มีความสำคัญต่อการบริหารและการดำเนินงาน โดยให้บริการทางวิชาการทั้งภายในและภายนอกองค์กร

5.) การจัดกิจกรรมสนทนาเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ด้านกฎหมายและวิชาการในหลากหลายรูปแบบ ทั้งในระบบออนไลน์และแบบพบปะ โดยมีการเก็บค่าลงทะเบียนในบางกิจกรรม และให้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในบางกิจกรรม

จากการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2567 คณะ A ของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่งได้จัดทำโครงการบริการวิชาการ งานอบรม สัมมนา และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสำหรับบุคคลภายนอกคณะ รวมทั้งสิ้น 35 โครงการ ซึ่งรวมถึงกิจกรรมที่ไม่เสียค่าลงทะเบียนและกิจกรรมที่มีการเก็บค่าธรรมเนียมนั้น โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่า 500 คน (ข้อมูลปีงบประมาณ 2567) จะเห็นได้ว่าการให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแก่สังคมในหลายลักษณะ โดยได้รับความร่วมมือจากหลากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และมีรูปแบบการบริการทั้งที่ไม่คิดค่าใช้จ่ายและการเรียกเก็บค่าบริการ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงความท้าทายและความต้องการของชุมชนและสังคมในภาพรวมแล้ว อาจยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุดและทั่วถึง

โดยงานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงการให้ความรู้แก่สังคม เพื่อให้การดำเนินงานทางวิชาการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ขอบเขตของ

การศึกษาจึงจำกัอยู่เฉพาะงานบริการทางวิชาการ เนื่องจากเป็นภารกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่งและสถาบันการศึกษาควรให้ความสนใจ พร้อมทั้งต้องการพัฒนากลวิธีเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมที่มีต่อบริการดังกล่าว ซึ่งจะช่วยส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชนและสังคม และก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงบวกที่ส่งผลโดยตรงต่อสังคมอย่างแท้จริง

ดังนั้น เพื่อให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์และเป้าหมายของคณะ A แห่งสถาบันการศึกษานี้ ซึ่งให้ความสำคัญกับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่มีมาตรฐานสูงในการให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแก่สังคม และได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภายนอก ชุมชน และสังคมทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะทำการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ในการให้บริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง โดยมีจุดประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบัน รวมถึงกลยุทธ์ที่นำมาใช้ในการพัฒนา และนำเสนอแนวทางในการยกระดับคุณภาพการให้บริการวิชาการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตลอดจนรูปแบบการดำเนินงานของการให้บริการวิชาการแก่สังคม เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการพัฒนากลยุทธ์ด้านบริการวิชาการ และโครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง
2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการ และเสนอแนวทางในการปรับปรุงการบริการวิชาการให้มีประสิทธิภาพแก่สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง

1.3 กรอบแนวคิด

1.3.1 การวิเคราะห์บริบทและความต้องการของสังคม (Context and Needs Analysis)

- 1.3.1.1 การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค การประเมินสถานการณ์ปัจจุบันของสังคม อาทิ ความต้องการด้านบริการวิชาการ การพัฒนาทักษะ หรือการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อสังคม

1.3.1.2 การสำรวจความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดำเนินการสำรวจหรือสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาทิ ผู้ใช้บริการ อาจารย์ และผู้บริหาร เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการในการให้บริการวิชาการแก่สังคม

1.3.1.3 การวิเคราะห์แนวโน้มในสังคมและการศึกษา การพิจารณาแนวโน้มในการพัฒนาหลักสูตรบริการวิชาการ และการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคม เช่น นวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่หรือแนวทางการศึกษาเพื่อความยั่งยืน

1.3.2 การพัฒนาภารกิจและวิสัยทัศน์ในการบริการวิชาการ (Mission and Vision for Academic Services)

1.3.2.1 การระบุภารกิจของสถาบันการศึกษาในการให้ความรู้แก่สังคม เช่น การส่งมอบความรู้และทักษะ พัฒนาความรู้ที่ตอบโจทย์ความต้องการของสังคม

1.3.2.2 การสร้างวิสัยทัศน์ในการให้บริการวิชาการแก่สังคม เช่น การเป็นผู้นำในด้านการพัฒนาวิชาการและนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของสังคมและตลาด

1.3.3 การพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการ (Development of Academic Service Strategies)

1.3.3.1 แนวทางการบริหารจัดการความรู้และนวัตกรรม การสร้างแนวทางที่มุ่งเน้นการถ่ายทอดและกระจายความรู้จากบริการวิชาการไปยังส่วนต่าง ๆ ของสังคม

1.3.3.2 แนวทางการมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการ เช่น อาจารย์ และผู้บริหาร เพื่อเสนอวิธีการปรับปรุงบริการวิชาการให้แก่สังคมอย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมฝึกอบรม การให้คำปรึกษา หรือการเสวนาทางวิชาการ

1.3.3.3 แนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนอื่น ๆ เช่น หน่วยงานรัฐ ธุรกิจ หรือองค์กรในสังคมเพื่อพัฒนาโครงการหรืองานกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความจำเป็นของสังคม

1.3.3.4 แนวทางการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการวิชาการ เช่น การเรียนการสอนผ่านอินเทอร์เน็ต การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการเผยแพร่ความรู้ หรือการสร้างนวัตกรรมในวงการศึกษา

1.3.4 การประเมินผลและการปรับปรุงกลยุทธ์ (Evaluation and Strategy Adjustment)

1.3.4.1 การประเมินผลการดำเนินงาน การเลือกใช้เกณฑ์ที่เหมาะสมในการประเมินผล เพื่อวัดความสำเร็จของการให้บริการทางวิชาการ อาทิ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชน หรือการส่งเสริมการเรียนรู้ที่ยั่งยืน

1.3.4.2 การปรับปรุงกลยุทธ์ การนำผลการประเมินมาใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงกลยุทธ์หรือกระบวนการให้บริการทางวิชาการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อาทิ การปรับปรุงแผนการดำเนินงาน การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมใหม่ หรือการปรับเปลี่ยนวิธีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี

1.3.5 กรอบการดำเนินงาน (Operational Framework)

1.3.5.1 โครงสร้างการบริหารจัดการ การจัดตั้งโครงสร้างการบริหารจัดการที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพสำหรับการให้บริการทางวิชาการ อาทิ การจัดตั้งคณะกรรมการจัดสรรทรัพยากร หรือการกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบของหน่วยงานต่าง ๆ

1.3.5.2 กระบวนการดำเนินงาน การกำหนดลำดับขั้นตอนและวิธีการในการให้บริการทางวิชาการ อาทิ การจัดกิจกรรมการฝึกอบรม การดำเนินงานวิจัยร่วมกับชุมชน หรือการจัดการสัมมนา

1.3.5.3 การจัดสรรทรัพยากร การจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ เช่น คณาจารย์ วิทยากร อุปกรณ์ และงบประมาณ เพื่อให้การบริการทางวิชาการมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

1.3.6 การใช้ทฤษฎีหรือโมเดลในการพัฒนา (Theoretical or Conceptual Models)

การนำทฤษฎีหรือโมเดลที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์

1.3.6.1 ทฤษฎี 7Ps หรือส่วนประสมทางการตลาด สามารถช่วยในการกำหนดและดำเนินการกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความจำเป็นของสังคม และบรรลุเป้าหมายของสถาบันการศึกษา

1.3.6.2 โมเดล PESTEL (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal) ถูกนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการพัฒนากลยุทธ์ด้านบริการวิชาการ

1.3.6.3 ทฤษฎี 5 Forces หรือโมเดล 5 พลังการแข่งขัน (Porter's Five Forces Model) เป็นเครื่องมือวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ที่ช่วยให้ธุรกิจเข้าใจโครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรม พร้อมทั้งระบุโอกาสและความเสี่ยงที่ส่งผลต่อกำไรขององค์กร

1.3.7 การสร้างการยอมรับและการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement and Acceptance)

การพัฒนากลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกสถาบันการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญ โดยสามารถดำเนินการได้ผ่านการจัดกิจกรรมการประชุม การสร้างความเข้าใจร่วมกัน และการประสานความร่วมมือกับภาคธุรกิจหรือชุมชน เพื่อให้กลยุทธ์ได้รับการยอมรับและก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth Interview) โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.4.1.1 ผู้ใช้บริการจากหน่วยงานรัฐ และเอกชน จำนวน 22 ท่าน

1.4.1.2 อาจารย์ และผู้บริหารของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง จำนวน 3 ท่าน

1.4.2 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน 2567 ถึงเดือนมีนาคม 2568

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การดำเนินงานวิจัยจะส่งเสริมให้สถาบันอุดมศึกษามีศักยภาพในการพัฒนากลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสำหรับการให้บริการวิชาการแก่สังคม ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ ทักษะ และนวัตกรรมจากสถาบันไปสู่สังคมอย่างเป็นระบบและก่อให้เกิดผลกระทบที่ยั่งยืน

2. ผลจากการวิจัยนี้จะช่วยให้สถาบันการศึกษาสามารถบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ อาทิ บุคลากร สถานที่ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าในการพัฒนาและให้บริการวิชาการแก่สังคม

3. การพัฒนากลยุทธ์ในการให้บริการวิชาการมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาการในหลากหลายมิติภายในสถาบันการศึกษา อาทิ การปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและความต้องการของสังคม

4. ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงหรือพัฒนากลยุทธ์การให้บริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันการศึกษาให้สอดคล้องกับแนวโน้มและความท้าทายในปัจจุบัน โดยมุ่งเน้นการสร้างผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์สูงสุดทั้งในเชิงวิชาการและเชิงสังคม

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

กลยุทธ์ หมายถึง แผนหรือแนวทางที่กำหนดขึ้นมาเพื่อเข้าถึงเป้าหมายที่ได้วางไว้ ไม่ว่าจะเป็นเป้าหมายในระดับบุคคลหรือในระดับองค์กร หรือเป้าหมายในส่วนอื่น ๆ

การพัฒนา หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงที่มุ่งสู่สถานะที่ดีกว่า ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในเชิงปริมาณหรือในเชิงคุณภาพ

การให้บริการทางวิชาการแก่สังคม หมายถึง โครงการหรือกิจกรรมทางวิชาการที่สถาบันการศึกษา อาทิ มหาวิทยาลัย ดำเนินการเพื่อนำองค์ความรู้ ทักษะ และทรัพยากรที่มีอยู่ ไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาของชุมชน สังคม หรือประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการสร้างคุณภาพการทางวิชาการแก่สังคม และมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

การจัดการฝึกอบรมและสัมมนา หมายถึง กิจกรรมทางวิชาการที่มุ่งเน้นการถ่ายทอดองค์ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ไปยังกลุ่มบุคคล เพื่อส่งเสริมศักยภาพในการปฏิบัติงานหรือในด้านอื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ผู้เข้าร่วมสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

กิจกรรม หมายถึง การกระทำหรือสิ่งที่ทำ ซึ่งอาจเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ หรือเป็นการกระทำที่มีการตั้งใจทำขึ้นโดยมนุษย์

โครงการ หมายถึง แผนงานหรือกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีการกำหนดกรอบระยะเวลาสำหรับการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม และมีการจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ อาทิ งบประมาณ บุคลากร และเวลา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

กลุ่มภารกิจบริการวิชาการและวิจัย หมายถึง หน่วยงานภายในองค์กรในสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัย หรือคณะต่าง ๆ ที่มีหน้าที่หลักในการประยุกต์ใช้ความรู้ทางวิชาการที่ได้จากการวิจัยเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับสังคม

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการแก่สังคม ของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี จากเอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องใช้เป็นกรอบแนวคิดเพื่อนำข้อมูลไปประกอบทำการวิจัย และอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในการศึกษาครั้งนี้

2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดว่าการบริการวิชาการ

2.1.1.1 ความหมายของการบริการวิชาการ

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา (2553) ได้กำหนดความหมายของ “การบริการวิชาการ” ว่าเป็นกิจกรรมหรือโครงการที่มุ่งให้บริการแก่สังคมซึ่งอยู่นอกสถาบันการศึกษา หรือเป็นการจัดบริการภายในสถานศึกษาโดยมีบุคคลภายนอกเข้ามาใช้บริการ

สุชาติ วัฒนชัย (2548) ได้อธิบายว่า “การบริการวิชาการ” คือกิจกรรมหรือโครงการที่จัดทำขึ้นเพื่อมอบบริการทางวิชาการให้กับสังคมและชุมชน ซึ่งช่วยสนับสนุนและพัฒนาสังคมในรูปแบบของกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ

ประทุมพร วีระสุข (2563) ได้ชี้ให้เห็นว่า การบริการวิชาการ หมายถึงบทบาทของสถาบันการศึกษาในการเป็นแหล่งสนับสนุนชุมชนหรือสังคม ในฐานะศูนย์กลางข้อมูลทางวิชาการที่มีศักยภาพในการส่งผลกระทบต่อการพัฒนาชุมชนและการเสริมสร้างองค์ความรู้โดยรวม ซึ่งรวมถึงการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน สังคม และประเทศชาติในรูปแบบต่าง ๆ ตามศักยภาพและความเชี่ยวชาญของสถาบัน การบริการดังกล่าวอาจเป็นการให้บริการโดยไม่มีค่าใช้จ่าย หรือมีการคิดค่าบริการตามความเหมาะสม โดยอาศัยองค์ความรู้และประสบการณ์เพื่อพัฒนาและบูรณาการเข้ากับการจัดการเรียนการสอนและการดำเนินงานวิจัย การจัดกิจกรรมหรือโครงการบริการอาจครอบคลุมถึงการให้บริการแก่สังคมภายนอกสถาบันการศึกษา หรือการให้บริการภายในสถาบันอุดมศึกษาที่มีบุคคลภายนอกเข้ามาใช้ประโยชน์

สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) (2554) ได้ให้ความหมายของ “การให้บริการวิชาการ” ว่าเป็นการปฏิบัติการกิจของสถาบันการศึกษาในการเป็นแหล่งอ้างอิงทางวิชาการ หรือการให้บริการที่มีผลต่อการพัฒนาชุมชนในมิติขององค์ความรู้ รวมถึงการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ประเทศชาติและนานาชาติ การให้บริการวิชาการดังกล่าวมีทั้งบริการที่มีการคิดค่าใช้จ่ายและบริการที่ไม่มีค่าใช้จ่าย โดยมีจุดมุ่งหมายในการนำองค์ความรู้และประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาหรือบูรณาการเข้ากับการจัดการเรียนการสอนและการดำเนินงานวิจัย

ส่วนงานวิจัยและบริการวิชาการ สำนักวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร (2562) ได้อธิบายว่า การบริการวิชาการแก่สังคม คือ บทบาทของสถาบันการศึกษาในฐานะแหล่งสนับสนุนชุมชนและแหล่งอ้างอิงทางวิชาการ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการพัฒนาชุมชนในมิติทางวิชาการและเสริมสร้างองค์ความรู้ อันเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนเพื่อสามารถพึ่งพาตนเองได้ตามศักยภาพที่มีอยู่

ดังนั้น จากนิยามที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การบริการวิชาการหมายถึง กิจกรรมหรือโครงการทางวิชาการที่ดำเนินการโดยสถาบันการศึกษาเพื่อให้บริการแก่สังคมทั้งภายในและภายนอก โดยมีบทบาทเป็นแหล่งพึ่งพิงของชุมชนหรือสังคม ผ่านการประยุกต์ใช้องค์ความรู้และประสบการณ์ในการพัฒนาและบูรณาการเข้ากับการจัดการเรียนการสอนและการดำเนินงานวิจัย รวมทั้งเป็นแหล่งข้อมูลทางวิชาการที่ส่งเสริมหรือสนับสนุนการพัฒนาสังคมและชุมชนตามความเชี่ยวชาญและศักยภาพในหลากหลายรูปแบบ

2.1.1.2 ลักษณะของการบริการวิชาการของสถาบันการศึกษา

สำนักงานรับรองมาตรฐานและการประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) ได้ระบุลักษณะและขอบเขตการให้บริการทางวิชาการไว้ดังนี้

1. บริการวิเคราะห์และตรวจสอบผลการทดสอบ รวมถึงการซ่อมแซม
2. การให้บริการเครื่องมือและอุปกรณ์การศึกษาหลากหลายประเภท
3. การจัดสัมมนา ฝึกอบรม และเวิร์คช็อปที่มีอยู่ 3 ประเภท คือ การเก็บค่าลงทะเบียน การบริการฟรี และการว่าจ้าง
4. บริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพซึ่งอยู่นอกเหนือจากหน้าที่โดยตรงของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
5. การให้บริการด้านการศึกษา การวิจัย การสำรวจ การวางแผน และการบริหารจัดการ

6. การประเมินความเหมาะสมของโครงการที่เกี่ยวกับผลกระทบด้าน
สิ่งแวดล้อม

7. การบริการที่เกี่ยวกับการออกแบบ สร้าง และผลิระบบ
เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2541) ได้กำหนดรูปแบบการให้บริการทาง
วิชาการดังนี้

1. การฝึกอบรม คือ การมอบความรู้ด้านวิชาการและวิชาชีพเพื่อ
เสริมสร้างศักยภาพให้กับบุคคล ซึ่งสามารถดำเนินการในช่วงเวลาสั้นหรือยาว และรวมถึงการเรียนรู้
อย่างต่อเนื่องและการศึกษาดูงาน
2. การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ หมายถึง การให้บริการทาง
วิชาการโดยใช้สื่อและสิ่งพิมพ์เพื่อการเผยแพร่ สามารถทำได้ทั้งที่ผลิตจากหน่วยงานและจากแหล่ง
อื่น
3. การให้คำปรึกษา การวิเคราะห์ตัวอย่าง และการวิจัยเพื่อตอบสนองต่อ
ปัญหา คือการให้บริการทางวิชาการที่บุคลากรของหน่วยงานได้รับการแต่งตั้งเป็นที่ปรึกษาเพื่อให้
คำแนะนำในการแก้ปัญหา รวมถึงทำการวิจัยเฉพาะเรื่อง
4. การจัดนิทรรศการและการแสดงผลงานทางวิชาการ คือการให้บริการ
ที่มุ่งเสนอผลงานทางวิชาการตามภารกิจที่ทำได้ในหลายรูปแบบ เช่น นิทรรศการถาวร นิทรรศการ
หมุนเวียน นิทรรศการชั่วคราว และนิทรรศการที่มีการเคลื่อนย้าย
5. การจัดสัมมนา คือการให้บริการทางวิชาการที่หน่วยงานเป็นผู้จัดการ
ประชุม โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาองค์ความรู้หรือเสนอแนวทางให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
6. การสำรวจความคิดเห็น หมายถึงการบริการทางวิชาการที่เน้นการ
สำรวจความเห็นจากประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องในปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม
7. การจัดกิจกรรมปฏิสัมพันธ์ หมายถึงการให้บริการทางวิชาการที่
หน่วยงานทำงานร่วมกับหน่วยงานภายนอกในลักษณะของการสร้างกิจกรรมร่วมกัน

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์

2.1.2.1 ความหมายของกลยุทธ์

ในสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงปัจจุบัน การที่สถาบันการศึกษาจะ
ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ กลยุทธ์ถือเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้และมีความสำคัญต่อการ
บริหารอย่างสูง กลยุทธ์ หรือ Strategy ในภาษาอังกฤษนั้น มาจากรากศัพท์ภาษากรีก "strategia" ซึ่ง
แปลในภาษาอังกฤษว่า "generalship" ซึ่งเป็นรากศัพท์ทางการทหาร และแนวคิดเกี่ยวกับกล

ยุทธที่เราใช้ในปัจจุบันก็มาจากความคิดด้านการทหาร อีกทั้งยังมีนักวิชาการและผู้บริหารกลยุทธ์ ในตอนนี้ที่มีทัศนคติหลายหลายที่ได้ให้คำนิยามเอาไว้ ดังนี้

Mintzberg (1994) กล่าวถึงหลัก 5 Ps หรืออักษร P 5 ตัวในการวางแผน กลยุทธ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์หมายถึง แผนการ (Strategy is a plan = P1) คือการสร้างกลยุทธ์ ขึ้นมาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางหรือลักษณะการดำเนินงานในอนาคต หรือเส้นทางสู่ เป้าหมายที่ต้องการให้ไปถึงอย่างรวดเร็ว เมื่อดูจากความหมายนี้ จะเห็นได้ว่าทุกองค์กรต่างมีการวาง กลยุทธ์เพื่อจัดการกับสภาพการณ์ที่ต่างกันทั้งหมด

2. กลยุทธ์หมายถึง รูปแบบหรือแบบแผน (Strategy is a pattern = P2) เป็นเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่ต่อเนื่องซึ่งสะท้อนถึงการวางแผนอนาคต โดยต้องคำนึงถึง การพัฒนาองค์กรเช่นเดียวกัน ต้องคำนึงถึงความสามารถและความคาดหวังของบุคลากรด้วย เพราะ ในหลายครั้ง สิ่งที่ผู้บริหารตั้งใจ (intended strategies) อาจไม่สามารถดำเนินการตามที่คิดไว้ แต่ ผู้ปฏิบัติงานอาจใช้ทักษะหลากหลายปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในระหว่างการทำงาน จนกลายเป็นกลยุทธ์ ที่เกิดขึ้นจริง (realized strategies)

3. กลยุทธ์หมายถึง การกำหนดที่ตั้งหรือตำแหน่ง (Strategy is position = P3) โดยมุ่งเน้นไปที่ความสำคัญของตำแหน่งขององค์กรในการแข่งขัน ดังนั้นผลิตภัณฑ์จะต้องตรง ตามความต้องการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหากขาดความเข้าใจในตำแหน่งหรือสถานะ ขาดความรู้ที่ ชัดเจนเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน ย่อมทำให้เกิดความล้มเหลวในการให้บริการได้

4. กลยุทธ์หมายถึง ทัศนคติ (Strategy is a perspective = P4) เน้นการ พิจารณาสภาพที่แท้จริงในองค์กร หรือคุณลักษณะที่ควรจะเป็นขององค์กร ซึ่งหมายถึงวิธีการ ทำงานที่ต้องการให้สมาชิกในองค์กรมีการปฏิบัติตามแนวทางร่วมกัน

5. กลยุทธ์หมายถึง เทคนิคในการวางแผน (Strategy is a ploy = P5) เป็น ความหมายที่เจาะจงสำหรับสถานการณ์ที่ต้องมีการแข่งขันหรือทำสงคราม สิ่งที่ต้องการคือชัยชนะ ดังนั้นทุกฝ่ายจำเป็นต้องวางกลยุทธ์ โดยต้องคำนึงถึงการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงานหรือกลยุทธ์ ยุทธวิธีเพื่อนำไปสู่ชัยชนะ

Bryson and Alston (1995) ได้ให้ความหมายของกลยุทธ์ไว้ 4 ลักษณะ ดังนี้

1. เป็นแผนการหรือแนวทางเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
2. กลยุทธ์เป็นรูปแบบของกิจกรรม
3. กลยุทธ์สามารถมองเป็นสถานะหรือตำแหน่งขององค์กรในตลาด

4. กลยุทธ์คือมุมมองที่สะท้อนถึงวิสัยทัศน์และแนวทางขององค์กร

กลยุทธ์ หมายถึง การดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์และวัตถุประสงค์ระยะยาวของสถาบันการศึกษา รวมถึงการเลือกแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรทางการศึกษาและการจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นต่อการบรรลุเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้ (จารุวรรณ กองงาม, 2552)

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) กล่าวว่า กลยุทธ์ (Strategy) ตามที่อธิบายไว้ในพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน มหาวิทยาลัยไทยปี พ.ศ. 2554 หมายถึง เทคนิคหรือแนวทางที่ใช้ในการอธิบายที่หลากหลาย

กิตติชัย การโสภา (2563) อธิบายว่า กลยุทธ์ หมายถึง แผนการหรือแนวทางปฏิบัติที่แสดงให้เห็นถึงทิศทางในการดำเนินงานขององค์กรในอนาคต เพื่อให้สามารถบรรลุผลสำเร็จตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ โดยแผนกลยุทธ์ดังกล่าวเป็นผลลัพธ์จากการที่บุคลากรทุกส่วนขององค์กรได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน

พรทิwa ชนะโยธา (2565) อธิบายว่า กลยุทธ์ หมายถึง แนวทางปฏิบัติที่องค์กรนำมาใช้เชิงรุก มีความสามารถในการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างราบรื่นและสามารถบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มลธิดา อุบลรัตน์ (2565) อธิบายว่า กลยุทธ์ หมายถึง แผนการดำเนินงานที่มีลักษณะต่อเนื่องและมีการกำหนดทิศทางในระยะยาว เพื่อให้การบริหารจัดการองค์กรโดยรวมมีความสอดคล้องกันอย่างชัดเจน ซึ่งครอบคลุมถึงนโยบาย เป้าหมาย แนวทางปฏิบัติ และทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2563) กล่าวว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง และมีการกำหนดขอบเขตของแผนปฏิบัติการเพื่อลดความสูญเสียในวงกว้าง ดังนั้น การวางแผนกลยุทธ์จึงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารในทุกหน่วยงานควรให้ความสำคัญและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างละเอียด เพื่อนำมาวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กร โดยมีเป้าหมายเพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารจัดการ

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า กลยุทธ์ คือ แนวทางหรือแผนการดำเนินงานขององค์กร ที่กำหนดเป้าประสงค์ระยะยาวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน โดยผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่นบรรลุเป้าประสงค์ วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด และเกิดประสิทธิผลสูงสุด

2.1.2.2 ความสำคัญและกระบวนการพัฒนากลยุทธ์

การวางแผนกลยุทธ์นับเป็นภารกิจด้านการวางแผนของผู้บริหารระดับสูงขององค์กร ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับบริบทภายนอกด้วย ดังนั้น กระบวนการวางแผนจึงครอบคลุมถึงการวิเคราะห์และการพิจารณาที่ต้องมองภาพรวมและคาดการณ์ถึงอนาคตไปพร้อมกัน ยิ่งไปกว่านั้น ความสำคัญของการวางแผนกลยุทธ์อยู่ที่การจัดทำแผนระยะยาว ซึ่งแตกต่างจากการวางแผนในอดีต โดยมีจุดเน้นที่การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อพัฒนาให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องในอนาคต ด้วยเหตุนี้ การวางแผนกลยุทธ์จึงประกอบด้วยองค์ประกอบหลายประการ ซึ่งนักวิชาการจำนวนมากได้อธิบายความหมายไว้ ตัวอย่างเช่น

ในการกำหนดภาพรวมขององค์กร พันธกิจ และการพิจารณาสถานการณ์แวดล้อม จำเป็นต้องมีการเลือกสรรแนวทางที่เหมาะสมที่สุดสำหรับองค์กรนั้น ๆ ด้วยเหตุนี้ กลยุทธ์จึงสามารถจำแนกได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับองค์กรโดยรวม ระดับหน่วยธุรกิจ และระดับการปฏิบัติงาน



รูปที่ 1 ระดับของกลยุทธ์

ที่มา: popticles.com (2563)

1. กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level) คือการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และภารกิจ เป็นความรับผิดชอบของซีอีโอ ผู้บริหารระดับสูง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างภาพรวมขององค์กร รวมถึงการระบุกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่องค์กรจะเข้าไปแข่งขัน และการวางแผนในการเข้าตลาดนั้นอย่างไร

2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level) เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความท้าทายของธุรกิจ ซึ่งต้องมีการระบุว่ามีอะไรบ้าง และจะมีการสนับสนุน กลยุทธ์ในระดับองค์กรได้อย่างไร กลยุทธ์นี้จะต้องเชื่อมโยงกลยุทธ์ระดับองค์กรโดยระบุแผนงาน หรือวิธีการที่เหมาะสมสำหรับแต่ละตลาด ขับเคลื่อนโดยผู้จัดการและพนักงานที่รับผิดชอบในการ ผลักดันแผนธุรกิจ

3. กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการนั้นเกี่ยวข้องกับทีมงานที่อยู่เบื้องหลัง ความสำเร็จขององค์กร อาทิ ผู้จัดการฝ่ายการเงิน ฝ่ายการตลาด ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทีมงานเหล่านี้มีหน้าที่ในการนำกลยุทธ์ในระดับองค์กรและระดับธุรกิจไปสู่การปฏิบัติ และต้องสร้างความสอดคล้องกันผ่านการดำเนินงานและการวางแผนประจำวัน รวมถึงการสร้าง ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต่างๆ และต้องมีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์ (2553) ได้ระบุว่า กลยุทธ์มีเป้าประสงค์ที่ชัดเจน และ ช่วยในการคัดเลือกแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด สถานการณ์ที่เหมาะสม ซึ่งส่งผลให้พันธกิจและ บทบาทมีความชัดเจน นอกจากนี้ ยังเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกำหนดแนวทางที่ชัดเจน ในการประเมินผล

เสนาะ ดิยาวี (2546) ได้ชี้ให้เห็นว่า การวางแผนกลยุทธ์ คือ แผนปฏิบัติการที่มุ่งเน้นการสร้างความยั่งยืนในระยะยาวขององค์กร ควบคู่ไปกับการสร้างความได้เปรียบใน การแข่งขันในตลาด ผู้จัดทำแผนกลยุทธ์จำเป็นต้องมีวิสัยทัศน์เชิงอนาคต และมีความเข้าใจในพลวัต ของการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อม

ทศพร ศิริสัมพันธ์ (2543) ให้ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์ว่า เป็น กระบวนการตัดสินใจอย่างมีระบบในปัจจุบันที่จะมีผลต่ออนาคตขององค์กร ดังนั้นแผนกลยุทธ์จึง ไม่ใช่เพียงการตัดสินใจที่จะทำในอนาคต แต่เป็นการตัดสินใจในปัจจุบันที่ส่งผลต่ออนาคต

พชรวิทย์ จันทรศิริศิริ (2560) ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการวางแผน กลยุทธ์ซึ่งมีอยู่ 5 ประการ ดังนี้

1. การวางแผนกลยุทธ์ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้หน่วยงานสามารถ ปรับตัวและดำเนินการได้อย่างเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

2. การวางแผนกลยุทธ์จะทำให้หน่วยงานภาครัฐในทุกระดับมีเอกลักษณะ และความรับผิดชอบในการบรรลุผลสำเร็จหรือความล้มเหลวของตนเอง เพราะมันไม่ใช่การปฏิบัติ ตามคำสั่งของหน่วยงานที่สูงกว่า

3. การวางแผนกลยุทธ์มีความสอดคล้องกับการกระจายอำนาจ ซึ่งเป็น แนวทางหลักในระบบการบริหารภาครัฐในปัจจุบัน และยังสอดคล้องกับแนวทางที่สำนักงาน

คณะกรรมการข้าราชการพลเรือนได้จัดทำขึ้น เพื่อให้หน่วยงานรัฐทุกระดับพัฒนาแผนกลยุทธ์ที่ประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการทำงานสู่การปฏิรูปอย่างมีประสิทธิภาพ

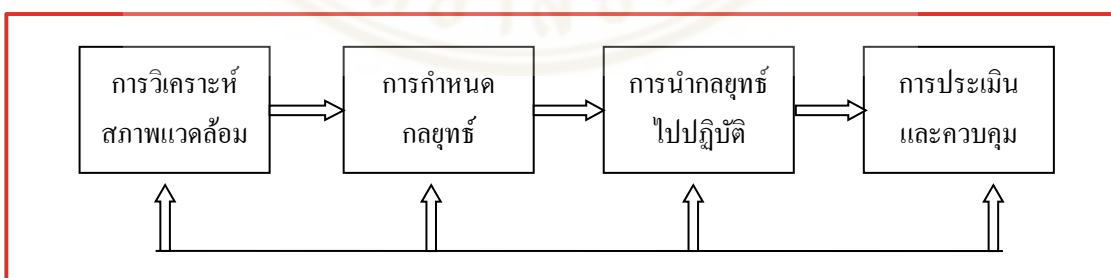
4. การวางแผนกลยุทธ์เป็นเงื่อนไขสำคัญต่อการจัดทำระบบงบประมาณที่มุ่งเน้นผลงาน ซึ่งสำนักงานงบประมาณได้กำหนดให้หน่วยงานราชการจัดทำงบประมาณก่อนที่จะแจกจ่ายอำนาจด้านการเงินให้กับแต่ละหน่วยงาน

5. การวางแผนกลยุทธ์เน้นความสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ที่มาจากกรคิดวิเคราะห์ในแนวทางใหม่ ไม่ได้ยึดติดกับปัญหาในอดีตหรือใช้ข้อจำกัดด้านทรัพยากรและงบประมาณเป็นอุปสรรค ดังนั้นการวางแผนกลยุทธ์จึงเป็นการวางแผนที่ท้าทายและส่งเสริมการสร้างทางเลือกใหม่อย่างยั่งยืน

กิตติชัย การ โสภ (2563) ได้อธิบายวิธีการดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ว่า ขั้นตอนในการวางแผนกลยุทธ์มีดังนี้

1. การตั้งวิสัยทัศน์ (Vision)
2. การระบุภารกิจหลักหรือพันธกิจ (Mission)
3. การกำหนดเป้าหมายหรือจุดประสงค์เพื่อการพัฒนา (Goal)
4. การกำหนดประเด็นทางกลยุทธ์หรือกลยุทธ์ (Strategy)
5. การวางแผนกลยุทธ์หรือวิธีการพัฒนา

Wheelen & Hunger (2012) ได้ระบุว่า องค์ประกอบหลักของการพัฒนากลยุทธ์ประกอบด้วย 4 ส่วนสำคัญ ได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environment Scanning) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) และการประเมินผลและการควบคุม (Evaluation and Control) ดังปรากฏในภาพประกอบ



รูปที่ 2 องค์ประกอบของกระบวนการการบริหารกลยุทธ์

ซึ่งองค์ประกอบที่กล่าวถึงข้างต้นมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environment Scanning) หมายถึง การสำรวจและประเมินปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการบริหารจัดการขององค์กร ซึ่งครอบคลุมถึงสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (External Environment) และสภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment)

2. การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) หมายถึง การใช้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่ได้จากการกำหนดทิศทางขององค์กร การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและภายในองค์กร เพื่อสร้างสรรค์กลยุทธ์ในรูปแบบและระดับต่างๆ รวมถึงการประเมินและคัดเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับองค์กร

3. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) หมายถึง การนำกลยุทธ์ที่ได้รับการคัดเลือกในขั้นตอนที่สองไปประยุกต์ใช้เพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการวางแผนกลยุทธ์จึงมีลำดับขั้นตอนที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ

4. การประเมินและควบคุม (Evaluation and Control) หมายถึง การติดตามการกระทำและกิจกรรมของบุคลากรในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อตรวจสอบว่าการดำเนินงานบรรลุผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพตามที่ตั้งไว้หรือไม่ ซึ่งจะนำไปสู่การปรับปรุงสมรรถนะของกลุ่มบุคลากรในองค์กร การประเมินและควบคุมกลยุทธ์เป็นเครื่องมือสำคัญที่เชื่อมโยงองค์กรเข้ากับบริบทแวดล้อมต่าง ๆ โดยมีการตรวจสอบผลการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ หากผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ จะพิจารณาวิธีการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

นอกจากนี้ยังมีผู้เชี่ยวชาญหลายคนได้พูดถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เรียกว่า SWOT Analysis ซึ่งรวมถึงการตรวจสอบภายในองค์กรและการประเมินปัจจัยภายนอกดังนี้

1. การตรวจสอบภายในองค์กรจะช่วยให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร ซึ่งมีส่วนช่วยในการประเมินประวัติและแนวโน้มปัจจุบัน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในสามารถดำเนินการได้โดยการตรวจสอบปัจจัยที่จะไปสู่ความสำเร็จ โดยพิจารณาเกี่ยวกับลักษณะของธุรกิจ ตำแหน่งการแข่งขัน ภาวะแวดล้อมทั่วไป และการพัฒนาองค์กร การวิเคราะห์ภายในช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการใช้จุดแข็งและทรัพยากรภายในอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น วิธีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในจึงควรพิจารณาปัจจัยและกระบวนการ

ต่าง ๆ เช่น การพิจารณาบุคลากร งบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ และโครงสร้างการบริหารที่ชัดเจน การสื่อสารประสานงานในองค์กร และวัฒนธรรมองค์กรที่มีคุณภาพ

2. การวิเคราะห์ภายนอกองค์กรเป็นสิ่งที่อิงตามหลักที่เรียกว่า PEST Analysis ซึ่งประกอบด้วย การตรวจสอบปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี โดยในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยทางการเมือง (Political Component = P) หมายถึง การวิเคราะห์นโยบายและกฎหมายของรัฐบาล ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ อาทิ นโยบายการเงินของรัฐ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กฎหมายพระราชบัญญัติ มติคณะรัฐมนตรี และระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ

2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Component = E) หมายถึง การวิเคราะห์สถานะเศรษฐกิจในระดับมหภาคและจุลภาค ซึ่งครอบคลุมถึงระบบเศรษฐกิจทั้งในประเทศและระหว่างประเทศที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร อาทิ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราการว่างงาน และสถานะเศรษฐกิจในระดับชุมชน

3. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural Component = S) หมายถึง การวิเคราะห์โครงสร้างทางสังคมที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ อาทิ ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ค่านิยม วัฒนธรรม รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรม วิธีการทำงาน รวมถึงบริบททางสังคมอื่น ๆ

4. ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technological Component = T) หมายถึง การตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร อาทิ การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตหรือการให้บริการด้วยระบบอัตโนมัติต่าง ๆ

ผู้บริหารสถาบันการศึกษา สามารถใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความท้าทาย (การวิเคราะห์ SWOT) ของสถาบัน ซึ่งเกิดจากการประเมินตัวสถาบันและมีบริบทของสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้ โดยจะวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของบริบทภายใน เทียบกับโอกาสและความท้าทายจากบริบทภายนอก เพื่อดูว่ากำลังเผชิญกับสถานการณ์แบบใด และในบริบทนี้ สถาบันควรดำเนินการอย่างไรในการสร้างกลยุทธ์ โดยทั่วไปในการวิเคราะห์ SWOT จะพบกับ 4 ประเภทของสถานการณ์ ดังที่แสดงในภาพ

		โอกาส			
จุดอ่อน	สถานการณ์ที่ 3 “กลยุทธ์การพลิกตัว ตามสถานการณ์”	สถานการณ์ที่ 1 “กลยุทธ์เชิงรุก”	จุดแข็ง		
	สถานการณ์ที่ 2 “กลยุทธ์การป้องกันตัว”	สถานการณ์ที่ 4 “กลยุทธ์การแตกตัว”			
		อุปสรรค			

รูปที่ 3 ตัวอย่างการวิเคราะห์ SWOT ของผู้บริหารองค์กรที่เผชิญกับสถานการณ์ 4 รูปแบบ
ที่มา: ทศพร ศิริสัมพันธ์ (2539)

ดังนั้น การวางแผนกลยุทธ์จึงมีส่วนสำคัญในการเสริมความสามารถขององค์กรในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม รวมถึงการกำหนดเป้าประสงค์และการดำเนินงานขององค์กรให้มีความสอดคล้องกัน ซึ่งส่งผลให้บุคลากรทุกส่วนงานเข้ามามีส่วนร่วม อันเป็นการส่งเสริมศักยภาพและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

Kotler (2003) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นเครื่องมือที่องค์กรสามารถควบคุมและใช้ในการสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเมื่อมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด จะมีปัจจัยพื้นฐาน 4 องค์ประกอบ หรือที่เรียกกันว่า 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับการบริการในกลยุทธ์ จึงมีการเพิ่มปัจจัยอีก 3 องค์ประกอบ ได้แก่ บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ ทำให้เกิดเป็นกรอบแนวคิด 7Ps แนวคิดจาก 7Ps นี้เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งในการช่วยให้องค์กรสามารถวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการวิชาการแก่สังคมในสถาบันการศึกษาได้อย่างเหมาะสม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ในบริบทของบริการวิชาการ "ผลิตภัณฑ์" ไม่ได้หมายถึงสินค้าที่จับต้องได้ แต่สะท้อนถึงรูปแบบ ประเภท และคุณลักษณะของบริการที่สถาบันการศึกษาเสนอให้กับสังคม ซึ่งควรถูกออกแบบโดยคำนึงถึงความต้องการ ปัญหา และบริบทของผู้ที่ให้บริการ ทีมงานที่วางแผนกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์จะต้องพิจารณาสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. หลักสูตรอบรม สัมมนาในหลากหลายสาขา หรือหลักสูตรเฉพาะทางที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม
2. การบริการให้คำปรึกษาเชิงลึกโดยผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ แก่บุคคล องค์กร หรือชุมชน
3. การทำงานวิจัยร่วมกับหน่วยงานภายนอก เช่น ภาครัฐ เอกชน หรือชุมชน เพื่อค้นหาแนวทางแก้ไขปัญหา พัฒนา และสร้างความรู้ใหม่ ๆ
4. การจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ความรู้ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสร้างความตระหนักในประเด็นต่าง ๆ ผู้สาธารณะ
5. การผลิตและเผยแพร่สื่อการเรียนรู้ เพื่อให้ความรู้และส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

2.1.3.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)

"ราคา" หมายถึง จำนวนเงินที่บุคคลจะต้องจ่ายเพื่อรับบริการทางวิชาการ ซึ่งอาจครอบคลุมถึงค่าลงทะเบียน ค่าธรรมเนียม ค่าสาธารณูปโภค ค่าเอกสาร ค่าอุปกรณ์ และอื่น ๆ กลยุทธ์การตั้งราคา รูปแบบการจ่ายเงิน ส่วนลดทุนการศึกษา หรือข้อเสนอโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อดึงดูดบุคคลที่เข้ามาใช้บริการ และการให้บริการวิชาการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย สำหรับโครงการที่มุ่งหวังให้ประโยชน์แก่สังคม หรือกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น ผู้ที่มีโอกาสน้อย

2.1.3.3 ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)

"สถานที่" ในบริบทนี้ หมายถึง ช่องทางในการเข้าถึงบริการวิชาการ ซึ่งต้องมีความสะดวกสบาย สามารถเข้าถึงได้ง่าย และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ผู้วางแผนกลยุทธ์สถานที่ต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. สถานที่ ได้แก่ ห้องเรียน ห้องประชุม ห้องปฏิบัติการ ศูนย์บริการทางการศึกษา หรือสถานที่ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ โดยมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน
2. ช่องทาง รวมถึงช่องทางออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ แพลตฟอร์มการศึกษา แอปพลิเคชัน และสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงบริการทางการศึกษาได้โดยไม่จำกัดสถานที่และเวลา นอกจากนี้ ยังรวมถึงช่องทางอื่น ๆ ในการ

ให้บริการนอกสถานที่ เช่น การจัดการฝึกอบรมภายในองค์กร การดำเนินงานในพื้นที่ชุมชน รวมถึงการให้คำปรึกษาผ่านระบบการประชุมทางไกลแบบวิดีโอ

2.1.3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

"การส่งเสริมการตลาด" คือกิจกรรมที่ทำขึ้นเพื่อสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ และสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับบริการทางวิชาการ ผู้ที่วางแผนกลยุทธ์การส่งเสริมการขายควรพิจารณาหลายปัจจัย ดังนี้

1. การโฆษณา การใช้ช่องทางต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย สื่อสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณา เพื่อประชาสัมพันธ์บริการทางวิชาการโดยมีข้อความที่น่าสนใจ ชัดเจน เข้าใจง่าย และตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

2. การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น Open house นิทรรศการ การบรรยายพิเศษ เพื่อสร้างความตระหนักรู้และสร้างความสนใจในบริการทางวิชาการ

3. การขายโดยตรง การติดต่อเพื่อนำเสนอและชักชวนผู้ใช้บริการโดยตรง เช่น การส่งอีเมล การโทรศัพท์ หรือการเข้าพบกับองค์กร

4. การสร้างแบรนด์ การพัฒนาเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับบริการทางวิชาการของสถาบัน เช่น การใช้โลโก้ สโลแกน หรือชื่อที่จดจำได้ง่าย

2.1.3.5 ปัจจัยด้านบุคลากร (People)

คำว่า "บุคลากร" ในบริบทนี้ หมายถึง กลุ่มคนทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการให้ความช่วยเหลือทางวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นผู้บรรยาย ผู้ประสานงาน เจ้าหน้าที่ หรือผู้บริหาร ซึ่งทุกส่วนมีความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ บุคคลเหล่านี้จำเป็นต้องมีองค์ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ รวมถึงทักษะในการสื่อสาร การจัดการปัญหา และการให้บริการที่เป็นเลิศ ควรมีใจรักในการบริการ มีความเป็นมิตร และสุภาพ พร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือและจัดการกับปัญหาของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ ยังต้องมีการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการและเท่าทันต่อแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในระดับนานาชาติ

2.1.3.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

"กระบวนการ" หมายถึง ขั้นตอนและวิธีการในการให้บริการทางวิชาการ อาทิ ขั้นตอนการสมัคร การลงทะเบียน การจัดการเรียนการสอน การประเมินผล และการออกหนังสือรับรอง เพื่อให้กระบวนการมีความรวดเร็ว สะดวก ง่าย โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ อันจะช่วยลดความซับซ้อนและเพิ่มความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการ เช่น ระบบการลงทะเบียนออนไลน์ การชำระเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การ

บริหารจัดการข้อมูล และการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์ม จึงจำเป็นต้องมีการสื่อสารที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และครอบคลุมในทุกขั้นตอนของกระบวนการ

2.1.3.7 ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)

"หลักฐานทางกายภาพ" หมายถึง สิ่งที่สามารถสัมผัสได้และแสดงให้เห็นถึงคุณภาพและมาตรฐานของการให้บริการทางวิชาการ เช่น เอกสาร ประกาศนียบัตร หนังสือรับรอง และสื่อประกอบการเรียนรู้ ซึ่งจำเป็นต้องมีคุณภาพสูง ถูกต้อง และน่าเชื่อถือ สถานที่สำหรับการเรียนรู้ เช่น ห้องเรียนและห้องประชุม ต้องมีความสะอาด จัดเป็นระเบียบ และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ พร้อมด้วยเครื่องมือต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โปรเจกเตอร์ และอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัยและใช้งานได้ดี สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์และเว็บไซต์ ต้องได้รับการออกแบบอย่างมืออาชีพและสามารถสื่อสารเนื้อหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การนำหลักการ 7Ps มาปรับใช้ในการพัฒนากลยุทธ์สำหรับการให้บริการทางวิชาการแก่สังคม จะเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษาในการพิจารณา วิเคราะห์ วางแผน และดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ สร้างความพึงพอใจและความประทับใจ ซึ่งจะนำไปสู่การเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันและการเป็นผู้นำทางวิชาการในระยะยาว

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการวิชาการ พบว่ามีความสอดคล้องกัน ในประเด็นปัญหาและแนวทางการพัฒนาที่น่าสนใจ โดยผลงานวิจัยของ ประทุมพร วีระสุข (2563) และชุตีเดช สุวรรณมณี (2563) ได้ชี้ให้เห็นถึงปัญหาสำคัญในการดำเนินงานบริการวิชาการ อาทิ การขาดการวางแผนที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน ความไม่ต่อเนื่องของงบประมาณ ภาระงานของบุคลากร และการขาดแรงจูงใจ ซึ่งสะท้อนถึงความท้าทายในการปฏิบัติจริง นอกจากนี้ ผลงานวิจัยเหล่านี้ยังนำเสนอแนวทางการแก้ไขที่สอดคล้องกับผลงานวิจัยอื่น ๆ โดยเน้นถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน การสร้างเครือข่าย และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยของ เพลินพิศ จุฬพันธ์ทอง และคณะ (2557) ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการแก่สังคมในมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง โดยมุ่งเน้นการพัฒนา ศักยภาพบุคลากร การสร้างเครือข่าย และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ ในทำนองเดียวกัน การศึกษาของ จันทิมา งามอาจ และคณะ (2561) มุ่งเน้นการบริหารจัดการการบริการวิชาการของ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี โดยเน้นการสร้างเครือข่าย การมีส่วนร่วมของชุมชน และการ

บริหารจัดการโครงการภายใต้กรอบแนวคิด PDCA รวมถึงการศึกษาค้นคว้าของ ชยาวัฒน์ เกียรติกมล มาลัย และสุรเกียรติ ธาดาวัฒนาวิทย์ (2564) ที่เน้นการพัฒนาศักยภาพบุคลากร การสร้างเครือข่าย การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และการวิเคราะห์ความต้องการของชุมชน

นอกจากนี้ ผลการศึกษาของ คมกริช พ้องนำโชค และคณะ (2564) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงความ ต้องการของชุมชนในการเข้าถึงบริการทางวิชาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ซึ่ง แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะกลุ่มของชุมชน ผลการวิจัยของ จิตรานุช น้อยสุทธิสกุล และคณะ (2557) ที่มุ่งเน้นไปที่ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการทางวิชาการจาก ศูนย์บริการวิชาการที่สร้างรายได้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ปัจจัย และการตัดสินใจในการ เข้าถึงบริการทางวิชาการในลักษณะที่ก่อให้เกิดรายได้ ประเภทการฝึกอบรมจากศูนย์พัฒนาและบริการ วิชาการสู่องค์กรภายนอก ในขณะเดียวกัน ผลการศึกษาของ ปรีชญา เอี่ยมวงษ์สนธิ (2557) และนภัทร เสน พงศ์ และคณะ (2561) ได้ทำการศึกษาอย่างละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการทาง วิชาการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ และแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อ ประสิทธิภาพของการบริการทางวิชาการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2000) ที่เน้นการ ตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า และผลการวิจัยของ สุพัฒน์ ส่องแสงจันทร์ (2546) ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบบริการที่เน้นผู้รับบริการเป็นศูนย์กลาง ซึ่งทั้งหมดนี้แสดง ให้เห็นถึงบทบาทที่สำคัญของการบริการทางวิชาการในการพัฒนาชุมชนและสังคม ตลอดจนความ จำเป็นในการปรับปรุงรูปแบบการบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

จากการรวบรวมและวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอย่างครอบคลุม สามารถ สรุปได้ว่า การให้บริการทางวิชาการนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อสถาบันการศึกษา อย่างไรก็ตาม ใน การดำเนินงานจริง มักพบกับอุปสรรคและข้อจำกัดต่าง ๆ ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขและ ปรับปรุง ดังนั้น การศึกษาแนวทางการพัฒนาการให้บริการทางวิชาการจึงมีความสำคัญ เพื่อให้ สถาบันการศึกษาสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของชุมชนและสังคมได้อย่างมี ประสิทธิภาพ และสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อการพัฒนาในวงกว้าง

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการแก่สังคม ของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการพัฒนากลยุทธ์ด้านบริการวิชาการ และโครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง และเพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการ เสนอแนวทางในการปรับปรุงการบริการวิชาการให้มีประสิทธิภาพแก่สถาบันการศึกษา โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth Interview) แล้วนำมาร่างกลยุทธ์การบริการวิชาการแก่สังคม เพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันการศึกษา โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล
5. การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการจากหน่วยงานรัฐ เอกชน จำนวน 22 ท่าน และอาจารย์ผู้บริหารของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง จำนวน 3 ท่าน รวมทั้งสิ้น 25 คน โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth Interview)

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เอกสาร ซึ่งเป็นการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการวิชาการ แก่สังคมของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่งจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง อาทิ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศาสนสถาน รายงานผลการดำเนินงานโครงการบริการวิชาการ และแบบประเมินผลโครงการที่ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมในอดีต

ส่วนที่ 2 การสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับแต่ละบุคคล ซึ่งถูกออกแบบคำถามให้เหมาะสมกับบริบทการจัดการบริการวิชาการแก่สังคม โดยแบ่งประเด็นคำถามหลักแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่

ประเด็นที่ 1 ประเด็นเกี่ยวกับความเข้าใจและความสำคัญของการบริการวิชาการ

ประเด็นที่ 2 ประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์และกระบวนการ

ประเด็นที่ 3 ประเด็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการบริการวิชาการแก่สังคม

สำหรับการสร้างแบบสัมภาษณ์นั้น ผู้ทำการศึกษาได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินงานไว้ดังนี้

1. ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับหัวข้อที่จะทำการวิจัยจากหนังสือ บทความ และเอกสารวิจัย และปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา

2. ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่จะทำการศึกษา

3. กำหนดขอบเขตเนื้อหาของคำถามสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดที่ศึกษา โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย

4. นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ

5. ปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาอีกครั้ง เมื่ออาจารย์ที่ปรึกษาเห็นชอบ จึงถือเป็นแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

6. นำแบบสัมภาษณ์ไปดำเนินการสัมภาษณ์กับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ และข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งได้จากการวิเคราะห์เอกสาร ดังต่อไปนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) จะดำเนินการจัดทำเอกสารเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการคัดเลือก โดยจะมีการนัดหมายวันและเวลาที่ได้รับการอนุมัติให้เข้าดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง และบันทึกข้อมูล ซึ่งกำหนดช่วงเวลาสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2568

2. การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จะดำเนินการจัดเก็บเอกสารข้อมูลโดยจำแนกตามประเด็นที่ต้องการศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ อาทิ เอกสารทางวิชาการ ตำรา วารสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.4 การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะเริ่มขึ้นหลังจากการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิและข้อมูลจากการสัมภาษณ์ขั้นปฐมภูมิเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล และสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้ โดยอิงจากกรอบแนวคิดที่เกี่ยวกับการให้บริการด้านวิชาการและการพัฒนากลยุทธ์ ข้อมูลจะถูกวิเคราะห์ผ่านการอธิบายเชิงพรรณนา แยกตามเป้าหมายและคำถามที่ได้จากการสัมภาษณ์

3.5 การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) คือ กระบวนการวิจัยที่เน้นการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยมุ่งหวังที่จะเข้าใจรายละเอียดของเนื้อหาที่ได้จากการสัมภาษณ์ การอภิปรายกลุ่มเอกสาร หรือแหล่งข้อมูลอื่น ๆ เพื่อค้นหาลักษณะ ความหมาย และความสัมพันธ์ที่ซ่อนอยู่ภายในข้อมูล และสรุปข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. การถอดความ (Transcription) ผู้วิจัยจะทำการแปลงเสียงที่บันทึกไว้ในระหว่างการสัมภาษณ์ให้เป็นข้อความที่ถูกต้องและละเอียด เพื่อเตรียมสร้างพื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์ในขั้นตอนถัดไป

2. การจัดหมวดหมู่ข้อมูล (Coding) ผู้วิจัยจะอ่านข้อความที่ได้รับการถอดความแล้ว เพื่อทำความเข้าใจและตีความ จากนั้นจะดำเนินการจัดกลุ่มความหมายและจำแนกประเภทข้อมูล ออกเป็นกลุ่มและหัวข้อย่อยตามประเด็นที่สนใจศึกษา

3. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์และจัดกลุ่มความหมายจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยเชื่อมโยงกับทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการทำความเข้าใจประเด็นคำถามของการวิจัย

4. การสรุปผล (Conclusion) ผู้วิจัยจะดำเนินการสรุปผลการศึกษา โดยนำเสนอประเด็นสำคัญและข้อเสนอแนะ รวมถึงการอภิปรายผลการวิจัยโดยการเปรียบเทียบกับผลงานวิจัยอื่น ๆ



บทที่ 4

ผลวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการแก่สังคม ของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง” โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth Interview) โดยประยุกต์สร้างเป็นแนวประเด็นคำถามให้สอดคล้องกับบริบทการจัดการบริการวิชาการแก่สังคม ประเด็นคำถามหลักแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1.) ประเด็นเกี่ยวกับความเข้าใจและความสำคัญของบริการวิชาการ 2.) ประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์และกระบวนการ และ 3.) ประเด็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการบริการวิชาการแก่สังคม ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งนำเสนอเป็น 2 ส่วนตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการพัฒนากลยุทธ์ด้านบริการวิชาการ และโครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง

ส่วนที่ 2 เพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการ และเสนอแนวทางในการปรับปรุงการบริการวิชาการให้มีประสิทธิภาพแก่สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง

ตาราง 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

รหัส	เพศ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	ประเภท
A01	ชาย	Senior officer, AML compliance	หน่วยงานเอกชน	ผู้ให้บริการ
A02	หญิง	นักวิชาการตรวจสอบภายใน	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A03	หญิง	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A04	หญิง	นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A05	ชาย	ผู้อำนวยการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A06	ชาย	วิศวกรไฟฟ้า ชำนาญการ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A07	หญิง	พยาบาลวิชาชีพ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ

A08	หญิง	นักพัฒนาชุมชน	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A09	หญิง	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A10	ชาย	สถาปนิกชำนาญการ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A11	ชาย	นักพัฒนาชุมชนชำนาญการ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A12	หญิง	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ชำนาญการ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A13	หญิง	นักวิชาการเงินและบัญชีชำนาญการ พิเศษ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A14	หญิง	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการพิเศษ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A15	หญิง	นักวิชาการจัดเก็บรายได้	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A16	หญิง	พยาบาลวิชาชีพ ชำนาญการ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A17	หญิง	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A18	ชาย	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A19	หญิง	นักวิชาการเงินและบัญชีชำนาญการ พิเศษ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A20	ชาย	นิติกรชำนาญการ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A21	หญิง	นักวิชาการตรวจสอบภายใน	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
A22	ชาย	สถาปนิกชำนาญการ	หน่วยงานราชการ	ผู้ให้บริการ
B01	หญิง	ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร	คณะ A สถาบันการศึกษา แห่งหนึ่ง	ผู้บริหาร
B02	ชาย	อาจารย์	คณะ A สถาบันการศึกษา แห่งหนึ่ง	ผู้ให้บริการ
B03	ชาย	รองคณบดี	คณะ A สถาบันการศึกษา แห่งหนึ่ง	ผู้บริหาร

4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth Interview) จากผู้ใช้บริการจากหน่วยงานราชการ เอกชน จำนวน 22 ท่าน และอาจารย์ ผู้บริหารของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง จำนวน 3 ท่าน รวมทั้งสิ้น 25 ท่าน และนำข้อมูลที่ได้ในประเด็นต่าง ๆ โดยผู้วิจัยนำมาจัดระบบข้อมูลแยกเป็นหมวดหมู่ และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อเพื่อตีความปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการบริการทางวิชาการของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผลการศึกษาเผยให้เห็นถึงความต้องการของผู้รับบริการและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของสถาบันการศึกษาที่มีผลต่อการพัฒนาการบริการทางวิชาการ เพื่อให้การวิเคราะห์มีความครบถ้วน และมีระบบยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดด้านการตลาด (7Ps) มาใช้ในการสรุปผล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1.1 Product (ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ)

ในบริบทของการให้บริการทางวิชาการแก่สังคม ผลิตภัณฑ์ หมายถึง หลักสูตรการฝึกอบรม เนื้อหาการเรียนรู้ และรูปแบบการให้บริการที่สถาบันอุดมศึกษาพัฒนาขึ้น จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการในปัจจุบันมีความต้องการที่จำเพาะเจาะจงและหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยส่วนใหญ่ประสงค์หลักสูตรที่มีความทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง นอกจากนี้ ยังต้องการรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลายและมีความยืดหยุ่น อาทิ การฝึกอบรม ณ สถานที่ การศึกษาดูงาน และการฝึกอบรมผ่านระบบออนไลน์ ดังนั้น สถาบันการศึกษาจึงควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการที่หลากหลายของผู้รับบริการ โดยการปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตรให้ทันสมัย พัฒนารูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลาย และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการให้บริการ

ในส่วนมุมมองของผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของการให้บริการทางวิชาการและเนื้อหาหลักสูตรเป็นลำดับแรก เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้และความสำเร็จส่วนบุคคล ผู้ใช้บริการคาดหวังที่จะได้รับการบริการวิชาการที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับเนื้อหาหลักสูตรที่ถูกต้อง ครบถ้วน ทันสมัย และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการยังให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการทางวิชาการ หากผู้ให้บริการมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับและมีประสิทธิภาพที่ยาวนาน รวมถึงมีผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถ ผู้รับบริการจะมีความมั่นใจและไว้วางใจในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...อยากให้มีความสำคัญกับการรักษาคุณภาพของบริการวิชาการ โดยเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการพัฒนาและปรับปรุงบริการให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ และควรให้ความสำคัญกับ

การประชาสัมพันธ์เยอะ ๆ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพื่อให้ผู้สนใจได้เข้าถึงบริการได้อย่างสะดวก...” (A02 หญิง นักวิชาการตรวจสอบภายใน หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...อยากให้มีการให้มีการพัฒนาเนื้อหาหลักสูตรให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) หลังถ่ายโอน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น...” (A03 หญิง นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...เนื้อหาการเรียนการสอนตามหลักสูตร ความสะดวกสบาย การดูแลเอาใจใส่ คุณภาพของเนื้อหาวิชาการ ความเชี่ยวชาญของอาจารย์ผู้สอน สถานที่ การบริการทั้งหมด และพอใจในสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีจัดทำโครงการให้บริการเป็นอย่างดี วิทยากรมีความเป็นกันเองสามารถสอบถามได้ในทุกขณะที่ไม่เข้าใจ...” (A09 หญิง พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...การเรียนรู้แบบผสมผสาน การให้คำปรึกษา ควรมีการพัฒนาให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น...” (A12 หญิง นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...อยากให้มีหลักสูตรสั้น ๆ ในการทำงาน เพื่อเป็นการเพิ่มทักษะ ควรจัดหลักสูตรที่เกี่ยวกับการพัฒนาด้านจิตใจหรือการพัฒนาทักษะการทำงานกับบุคลากรหลาย ๆ gen...” (A16 หญิง พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ประทับใจอาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลทุกท่านมีความเป็นมืออาชีพสูงมากค่ะ เพราะผู้เข้ารับการอบรมมีหลากหลาย แต่ทุกท่านก็สามารถบริหารจัดการได้อย่างชำนาญค่ะ แล้วก็เรื่องความสะดวกในการเข้าถึงบริการ คุณภาพของเนื้อหาวิชาการ ความเชี่ยวชาญของอาจารย์หรือผู้ให้บริการ...” (A17 หญิง พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...อยากให้เป็นการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกัน หรือรูปแบบการเรียนรู้ที่ผสมผสาน ที่ช่วยสามารถนำมาประยุกต์ในการทำงานจริงได้มากขึ้น...” (A18 ชาย นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...บริการวิชาการตอบสนองความต้องการของพี่ได้ดี แต่ถ้าจะให้ดีขึ้น อาจจะเพิ่มความหลากหลายของหลักสูตรให้ครอบคลุมความต้องการที่แตกต่างกันมากขึ้น...” (A19 หญิง นักวิชาการเงินและบัญชีชำนาญการพิเศษ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...บริการวิชาการที่ผมได้รับจากสถาบันนี้สามารถตอบสนองความต้องการของผมได้เป็นอย่างดีครับ แต่ถ้าจะให้ดีขึ้น ผมคิดว่าควรเพิ่มความหลากหลายของหลักสูตรให้ครอบคลุมความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น และอาจจะมีการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมมากขึ้น เช่น การจัดเวิร์คช็อป หรือการศึกษาดูงาน...” (A20 ชาย นิติกรชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ใช้บริการ)

“...อยากให้สถาบันส่งหลักสูตรใหม่ ๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหรือเครือข่ายที่เคยผ่านการอบรม ให้ได้เข้ารับการอบรมหรือพัฒนาตัวเองในด้านอื่น ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดปีและตลอดไปค่ะ...” (A21 หญิง นักวิชาการตรวจสอบภายใน หน่วยงานราชการ ผู้ใช้บริการ)

“...การพัฒนาหลักสูตรภายใต้การร่วมมือกันของภาคเอกชนที่มีระบบการจัดการองค์กรและเทคโนโลยีด้านการงานที่ดีกว่า เป็นสิ่งที่ผู้ออกแบบหลักสูตรควรทำ อย่างที่เราทราบกันดีว่าภาคเอกชนมีระบบการจัดการองค์กรและเทคโนโลยีการทำงานที่ดีกว่าภาครัฐมาก ทำให้ภาคเอกชนมีรูปแบบการทำงานภายในองค์กรที่เข้มแข็ง สามารถดำเนินงานโครงการที่ใหญ่กว่าทั้งที่ใช้จำนวนทรัพยากรบุคคลไม่มาก ซึ่งก็ปฏิเสธไม่ได้เลยว่ากลไกการทำงานของภาครัฐมีความล่าช้ากว่าภาคเอกชน การที่ภาครัฐจะนำองค์ความรู้เหล่านั้นมาปรับใช้กับหน่วยงานก็เป็นเรื่องที่ยังทำได้ยากหากบุคลากรภาครัฐสามารถนำเทคโนโลยีปัจจุบันมาปรับใช้กับองค์กรได้ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานภายในหน่วยงานราชการ...” (A22 ชาย สถาปนิกชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ใช้บริการ)

จากมุมมองของอาจารย์และผู้บริหารในสถาบันการศึกษา ภาพลักษณ์ของสถาบันถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดผู้ให้บริการและการสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานของการให้บริการทางวิชาการ เมื่อสถาบันมีภาพลักษณ์ที่น่าสนใจ จะสามารถสร้างความประทับใจและความสนใจจากผู้ที่ประสงค์จะรับบริการได้ นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันยังช่วยสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นเมื่อเทียบกับสถาบันอื่น ๆ ซึ่งถือเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันในวงการการศึกษา ความเชื่อมั่นในคุณภาพของการให้บริการทางวิชาการนั้นเป็นผลมาจากภาพลักษณ์ที่ดีที่สถาบันได้สร้างสมไว้ เมื่อผู้ให้บริการมีความเชื่อมั่น ก็จะเกิดความไว้วางใจในบริการของสถาบันในระยะยาว ซึ่งจะนำไปสู่การรักษาฐานผู้ให้บริการและการเติบโตอย่างยั่งยืน ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...การที่สถาบันหรือหน่วยงานมีแผนกลยุทธ์การบริการวิชาการ และมีการทบทวนแผนกลยุทธ์นั้นตลอดระยะเวลา จะส่งผลดีต่อการจัดให้บริการวิชาการของสถาบัน ที่จะนำความรู้ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่เราได้ไปถ่ายทอดให้ผู้เรียนหรือภาคประชาสังคมต่าง ๆ ได้ตรง

กับประเด็น ขอมส่งผลดีต่อภาพลักษณ์หรือชื่อเสียงของสถาบันที่จะเป็นที่ยอมรับอยู่แล้ว ในความเห็นของพี่ต่อภาพลักษณ์และการเป็นผู้นำทางวิชาการของสถาบันของเรา ก็เป็นที่ยอมรับอยู่แล้วทั้งในระดับชาติและนานาชาติ...” (B01 หญิง ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

“...ในระยะยาว สิ่งที่เราจะคาดหวังว่ากลยุทธ์การบริการวิชาการของสถาบันจะส่งผลต่อภาพลักษณ์และความเป็นผู้นำทางวิชาการของสถาบัน คือ หนึ่งเรื่องการบริการวิชาการช่วยพัฒนาและสร้างองค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการ สองคือการบริการวิชาการนำมาซึ่งความร่วมมือและสร้างผลผลิตทางวิชาการและงานวิจัย ข้อสามคือการบริการวิชาการสร้างความเชี่ยวชาญและความน่าเชื่อถือทางวิชาการ ข้อสี่ก็เรื่องของบริการวิชาการสร้างความเป็นเลิศ ส่งเสริมภาพจำที่ดี รวมถึงภาพลักษณ์ของสถาบันหรือแบรนด์ที่ประทับลงในใจและความรับรู้ของสังคม และข้อสุดท้าย คือการบริการวิชาการทำให้สถาบันต้องรับผิดชอบต่อสังคม ต้องช่วยพัฒนาและส่งเสริมความก้าวหน้าให้สังคม ทั้งหน่วยงานและภาคส่วนต่าง ๆ...” (B02 ชาย อาจารย์ คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้ให้บริการ)

“...การสร้างภาพลักษณ์ ยี่ห้อของความเป็นสถาบันการศึกษา ในสายตาของผู้ที่ต้องการการบริการวิชาการจากเรา คนมักจะมองว่าสถาบันการศึกษาแห่งนี้ก็ธุรกิจสิ เราต้องลองคิดว่าตลาดเนี่ยกำลังซื้อของเขานี้อยู่ ใครเป็นคนที่จะซื้อ product ของเรา เราต้องสร้างแบรนด์เราให้สอดคล้องกับ demand ของตลาด บางอย่างที่ตลาดไม่ซื้อเราแล้วเราก็เหี่ยวเหี่ยวซ่อซ่อจนมันไว้ ฉะนั้นวิธีการสร้าง branding หรือ identity ของเราเนี่ยถ้าเกิดว่าเราสร้างได้เป็นอุปสงค์ที่สอดคล้องกัน เป็น supply ที่สอดคล้องกัน ประโยชน์ในทางความร่วมมือเนี่ยมันจะเกิดขึ้น เขาก็ได้ประโยชน์จากความรู้เรา เราก็ได้เงินจากเขา ฉะนั้นเราต้องกลับมามองตัวเอง ว่าตลาดทางเศรษฐกิจตอนนี้เขาต้องการอะไรแล้วเราก็ต้องสร้างสินค้าคือตัวเราให้เขาซื้อ นี่ถือเป็นอีกมุมหนึ่งของการบริการวิชาการที่ไม่ใช่มองในแง่สังคมสงเคราะห์นะ แต่มันคือมุมของการที่จะทำให้มันเลี้ยงคณะได้ แล้วก็เลี้ยงสังคมด้วย...” (B03 ชาย รองคณบดี คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

4.1.2 Price (ราคา)

ราคาในบริบทของการให้บริการทางวิชาการนี้ หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมโครงการบริการวิชาการต่าง ๆ ในปัจจุบัน ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของการลงทุนในหลักสูตรการฝึกอบรมเป็นอย่างยิ่ง โดยพิจารณาถึงคุณภาพของหลักสูตรและผลประโยชน์ที่ได้รับเทียบกับค่าตอบแทนที่ได้ชำระไป ดังนั้น สถาบันการศึกษาคควรพิจารณาให้ค่าใช้จ่ายในการบริการมีความเหมาะสม โดยคำนึงถึงคุณภาพการจัดการเรียนการสอนและประโยชน์ที่ผู้เรียนจะ

ได้รับ นอกจากนี้ ควรมีการนำเสนอหลักสูตรอย่างโปร่งใส โดยแสดงรายละเอียดค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน รวมถึงการอธิบายถึงประโยชน์ที่ผู้เรียนจะได้รับในรูปแบบที่เข้าใจได้ง่าย ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...พินิจว่าในเรื่องของค่าใช้จ่ายที่ไม่แพงมาก จะช่วยดึงดูดความสนใจในการเข้าร่วมอบรมได้มากขึ้น ช่วยเปิดโอกาสให้ผู้คนในทุกกลุ่มเข้าถึงบริการวิชาการได้มากขึ้น...” (A04 หญิง นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...เรื่องของงบประมาณ ค่าใช้จ่าย และการกำหนดคุณสมบัติผู้เข้าอบรม ให้สอดคล้องกับหลักสูตรมากยิ่งขึ้น ควรดำเนินไปด้วยความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ เพื่อให้มั่นใจว่าการใช้จ่ายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า...” (A07 หญิง พยาบาลวิชาชีพ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ผมเชื่อว่าการบริหารจัดการงบประมาณและค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยในการพัฒนาหลักสูตรการบริการวิชาการของสถาบันประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้...” (A11 ชาย นักพัฒนาชุมชนชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ค่าใช้จ่าย ควรมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการงบประมาณและค่าใช้จ่าย เพื่อเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และแม่นยำในการดำเนินงาน...” (A17 หญิง พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

4.1.3 Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย)

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางที่ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงบริการทางวิชาการได้ จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเข้าถึงบริการ การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ และช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย ซึ่งสถาบันการศึกษาควรปรับปรุงช่องทางการเข้าถึงบริการให้มีความสะดวกและหลากหลายรูปแบบ อาทิ เว็บไซต์ของสถาบัน สื่อสังคมออนไลน์ หรือช่องทางการติดต่อโดยตรง นอกจากนี้ ควรมีการประชาสัมพันธ์หลักสูตรต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...อยากให้มีความสำคัญกับการรักษาคุณภาพของบริการวิชาการ โดยเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการพัฒนาและปรับปรุงบริการให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ และควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เยอะ ๆ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพื่อให้ผู้สนใจได้เข้าถึงบริการได้อย่างสะดวก...” (A02 หญิง นักวิชาการตรวจสอบภายใน หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...หลักสูตรการสร้างจิตสาธารณะ หลักสูตรการทำงานเป็นทีม เนื้อหาต้องครอบคลุมกับตำแหน่งงานที่ปฏิบัติ และควรเพิ่มวิทยาการในการให้ความรู้ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง...” (A09 หญิง พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ในด้านเนื้อหา ระยะเวลาที่เหมาะสม สถานที่และสภาพแวดล้อม ส่งเสริมการเรียนรู้ ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ คุณภาพของเนื้อหาวิชาการ ความเชี่ยวชาญของอาจารย์หรือผู้ให้บริการ...” (A10 ชาย สถาปนิกชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ การจัดกิจกรรมในการฝึกอบรม พึงพอใจต่อหลักสูตรและวิทยาการที่ความเชี่ยวชาญ ยอดเยี่ยมทุกท่านค่ะ...” (A12 หญิง นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...มีความพึงพอใจอย่างมากได้รับความรู้ได้รับความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อน สถานที่ฝึกอบรม อาจารย์ บุคลากร วิทยาการ และความสะดวกในการเข้าถึงบริการ...” (A14 หญิง พยาบาลวิชาชีพชำนาญการพิเศษ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...อยากให้ขยายขอบเขตการให้บริการ เพื่อเข้าถึงผู้ร่วมอบรมมากยิ่งขึ้น เพราะสถานที่การอบรมค่อนข้างไกลเกินไป และการประชาสัมพันธ์โครงการยังเข้าถึงไม่ทั่วทุกกลุ่ม...” (A15 หญิง นักวิชาการจัดเก็บรายได้ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ประทับใจอาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลทุกท่านมีความเป็นมืออาชีพสูงมากค่ะ เพราะผู้เข้ารับการอบรมมีหลากหลาย แต่ทุกท่านก็สามารถบริหารจัดการได้อย่างชำนาญค่ะ แล้วก็เรื่องความสะดวกในการเข้าถึงบริการ คุณภาพของเนื้อหาวิชาการ ความเชี่ยวชาญของอาจารย์หรือผู้ให้บริการ...” (A17 หญิง พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...อยากเสนอแนะในเรื่องของการขยายขอบเขตการให้บริการ ประชาสัมพันธ์เยอะ ๆ การสร้าง connection หรือสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ และเพื่ออยากให้เชิญวิทยากรภาคธุรกิจมาบ้าง เพื่อให้ได้แนวคิดใหม่ ๆ มุมมองใหม่ ๆ เพราะมองว่าภาคราชการเองก็ต้องมีการบริหารปรับตัว หรือบริหารงานในอนาคตอาจต้องมีการหารายได้ภายใต้กฎหมายระเบียบกันมากขึ้น...” (A18 ชาย นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...พื้คิดว่าสถาบันควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จัดกิจกรรม หรือวิธีการเดินทางที่สะดวกในการเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากขึ้น เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถวางแผนการเดินทางได้อย่างเหมาะสม...” (A19 หญิง นักวิชาการเงินและบัญชีชำนาญการพิเศษ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ผมเสนอแนะให้สถาบันมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้การบริการวิชาการมีความหลากหลายและตอบสนองความต้องการของตลาดได้มากขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการวัดผลและประเมินผลการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้นครับ และที่สำคัญคือการสร้าง connection กับผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการ เพื่อให้เกิดเครือข่ายที่เข้มแข็งและยั่งยืน...” (A20 ชาย นิติกรชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

4.1.4 Promotion (การส่งเสริมการตลาด)

สำหรับการส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมที่สถาบันการศึกษาดำเนินการเพื่อสื่อสารและส่งเสริมการให้บริการวิชาการของตน จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้บริการประสงค์ที่จะเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและง่ายดาย สถาบันการศึกษาจึงควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และการตลาด โดยการจัดเตรียมข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบันเกี่ยวกับหลักสูตรผ่านช่องทางที่หลากหลาย นอกจากนี้ ควรมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...การจัดอบรมให้ครอบคลุมทุกตำแหน่ง จะทำให้บุคลากรเข้าใจในบทบาทหน้าที่มากขึ้น และเรื่องการประชาสัมพันธ์ที่อยากให้เข้าถึงกลุ่มคนมากยิ่งขึ้น...” (A05 ชาย ผู้อำนวยการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ผมคิดว่าสถาบันควรพัฒนาในด้านการประชาสัมพันธ์บริการวิชาการ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น อาจจะใช้ช่องทางออนไลน์หรือสื่ออื่น ๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูล นอกจากนี้ ควรมีการสำรวจความต้องการของตลาด เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาบริการให้ตรงกับความต้องการมากยิ่งขึ้น...” (A20 ชาย นิติกรชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ฝากประชาสัมพันธ์เรื่องของการอบรมหลักสูตรต่อไปให้ได้รับทราบอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะได้พัฒนาทักษะความรู้ให้เพิ่มขึ้น เพราะการเรียนรู้ไม่มีวันสิ้นสุด โดยอาจจะจัดหลักสูตรใหม่ ๆ เป็นความรู้ใหม่ ๆ เช่น หลักสูตรที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นและจำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวันและในการทำงานต่อไป...” (A21 หญิง นักวิชาการตรวจสอบภายใน หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

4.1.5 People (บุคลากร)

สำหรับบุคลากรในบริบทนี้ หมายถึง ผู้สอนและเจ้าหน้าที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้บริการ จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้ให้บริการให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับคุณภาพของผู้สอน โดยมีความต้องการผู้สอนที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ และสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร โดยการคัดเลือกผู้สอนที่มีคุณภาพและมีประสบการณ์สูง พร้อมทั้งสนับสนุนและพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...ที่เคยได้รับบริการรู้สึกว่ที่สถาบันการศึกษาหรือว่าหลักสูตรที่เคยอบรม อย่างวิทยากรบางคนมีชื่อเสียงค่อนข้างลบในวงการ ก็คิดว่าแบบทางสถาบันน่าจะต้องสกรีนแบบ negative news ของวิทยากร ประมาณว่าวิทยากรที่สถาบันเรียนเชิญบางท่านเขาไม่ได้มีประสบการณ์มากพอจะต้องเล่าก่อนว่าสายงานที่เราทำมาอยู่มันค่อนข้างจะแคบแล้วทุกคนก็จะมีการแชร์ข้อมูลกัน อยากให้พิจารณาว่า ประสบการณ์ในด้านสายงานที่จะมาอาจจะต้องแบบมากกว่า 5 ปี หรือว่าอะไรอย่างี้...” (A01 ชาย Senior officer AML compliance หน่วยงานเอกชน ผู้ให้บริการ)

“...มีความพึงพอใจในหลักสูตร ระยะเวลา อาหาร สถานที่และวิทยากร รวมทั้งผู้ประสานงานในการจัดอบรม มีความสะดวกในการเข้าถึง และความเชี่ยวชาญของอาจารย์ผู้สอน...” (A07 หญิง พยาบาลวิชาชีพ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ศักยภาพในการจัดการฝึกอบรม ผู้บรรยายมีความรู้ความเชี่ยวชาญ สามารถถ่ายทอดความรู้ได้เป็นอย่างดี มีประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้และสู่สังคมในอนาคต...” (A13 หญิง นักวิชาการเงินและบัญชีชำนาญการพิเศษ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ประทับใจอาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลทุกท่านมีความเป็นมืออาชีพสูงมากค่ะ เพราะผู้เข้ารับการอบรมมีหลากหลาย แต่ทุกท่านก็สามารถบริหารจัดการได้อย่างชำนาญค่ะ แล้วก็เรื่องความสะดวกในการเข้าถึงบริการ คุณภาพของเนื้อหาวิชาการ ความเชี่ยวชาญของอาจารย์หรือผู้ให้บริการ...” (A17 หญิง พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...มีความพึงพอใจในด้านความสะดวกในการเข้ารับการอบรม เนื้อหาหลักสูตรวิชาการ และความเชี่ยวชาญของวิทยากรผู้สอน และทีมงานผู้จัดการอบรมเป็นกันเอง อาจารย์ทุกท่านมีความรู้ความเชี่ยวชาญดีเยี่ยมในการถ่ายทอดเนื้อหา...” (A18 ชาย นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...พึงพอใจในคุณภาพเนื้อหาของวิชาการครับ อาจารย์ทุกท่านมีความรู้ความเชี่ยวชาญและสามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้เข้าใจง่าย นอกจากนี้ การบริการของเจ้าหน้าที่ก็ดีมาก

ครับ ให้คำแนะนำและช่วยเหลือผู้เข้าร่วมเป็นอย่างดี...” (A20 ชาย นิติกรชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...สิ่งที่ผมได้รับและคาดหวังจากโครงการอบรมที่สถาบันจัดขึ้นที่เห็นได้อย่างเด่นชัดคือเรื่องของเครือข่ายทางสังคม (Social connection) หลังจากที่มีกิจกรรมเสร็จสิ้นถึงแม้เนื้อหาของหลักสูตรจะจบลงแต่สิ่งที่ยังดำเนินต่อไปคือเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้ารับการอบรมเนื่องจากเนื้อหาของหลักสูตรได้ทำให้คนที่มีความสนใจในเรื่องที่คล้าย ๆ กันได้มาฝึกอบรมในโครงการเดียวกันจึงทำให้เกิดการติดต่อประสานงานกันภายหลังการอบรมเสร็จสิ้นตลอด...” (A22 ชาย สถาปนิกชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

สำหรับมุมมองและความเห็นของอาจารย์และผู้บริหารของสถาบันการศึกษา มีความเห็นพ้องต้องกันว่า บุคลากรมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการให้บริการทางวิชาการ ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างกว้างขวางต่อสังคม โดยเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการมีบุคลากรที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่เหมาะสม บุคลากรเหล่านี้ไม่เพียงแต่ต้องมีความเชี่ยวชาญในเนื้อหาเชิงลึกเท่านั้น หากแต่ยังต้องมีทักษะในการสื่อสาร ทักษะในการสร้างความสัมพันธ์ และทักษะในการสอนที่เป็นเลิศ บุคลากรเหล่านี้ปฏิบัติหน้าที่เป็นสื่อกลางเชื่อมโยงองค์ความรู้ของสถาบันกับชุมชน โดยสามารถถ่ายทอดทักษะและส่งเสริมการมีส่วนร่วมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังเน้นความสำคัญของการพัฒนาวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ที่ทันสมัยและสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่เกิดขึ้นใหม่ในชุมชนได้ ท้ายที่สุด ผู้บริหารและอาจารย์เชื่อมั่นว่า การลงทุนและส่งเสริมศักยภาพของบุคลากรที่มีทักษะเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จและความยั่งยืนของโครงการบริการวิชาการของสถาบัน ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...การที่สถาบันของเรามีการเปิดโอกาสให้บุคลากรในสถาบันมีส่วนร่วมตั้งแต่ในกระบวนการเสนอความคิด การแลกเปลี่ยนความรู้ การวิเคราะห์ปัญหา กำหนดประเด็นเป้าหมาย การออกแบบแผนการจัดหลักสูตรการให้บริการวิชาการ หรือวิธีการถ่ายทอดความรู้ รูปแบบการเข้าถึงผู้เรียนที่รวดเร็วทันกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และทั่วถึงทุกกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มอายุแล้ว ย่อมทำให้ได้รับความคิดเห็นที่หลากหลายและตรงกับประเด็นมากขึ้นได้ ดังนั้น สถาบันจึงควรเปิดโอกาสหรือช่องทางให้บุคลากรของเรามีส่วนร่วมในการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการวิชาการในทุกกระบวนการก็น่าจะเกิดประสิทธิภาพในการจัดโครงการบริการวิชาการมากยิ่งขึ้นได้...” (B01 หญิง ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

“...การมีส่วนร่วมของบุคลากรในสถาบันในการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการมีความสำคัญในหลายด้าน เช่น ทำให้เกิดความร่วมมือของบุคลากรในสถาบัน นอกจากนี้ การเปิดกว้างรับฟังความคิดเห็นและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรซึ่งอาจช่วยนำมาซึ่ง

ความคิดใหม่ที่ดีหรือแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา โดยอาจเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้วยวิธีการเปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นและนำเสนอ ข้อเสนอแนะ มีการประชุมหรือระดมความคิดอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง หรือมีการประชาสัมพันธ์ เปิดรับแนวคิดหรือแจ้งกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการวิชาการให้บุคลากรได้รับทราบ หรือ ส่งเสริมให้บุคลากรเข้ารับการบริการวิชาการจากหน่วยงานอื่นเพื่อประโยชน์ในการได้เห็นมุมมอง แนวคิด หรือความเปลี่ยนแปลง หรือความต้องการของหน่วยงานและภาคส่วนอื่น...” (B02 ชาย ผู้ให้บริการ คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

“...การเพิ่มบุสค์พลังของของบุคลากรให้ตรงกับเป้าหมายของการทำงาน หรือวัตถุประสงค์ของการทำงานของเราอาจจะดีมากทำให้งานบริการวิชาการมีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าการที่ให้เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรเนี่ยเป็นเพียงแค่ passive ก็คือเป็นเพียงแค่ฝ่ายรับนโยบายของผู้บริหารแต่ว่าการ bottom up คือเราควรจะมีบุคลากรที่ที่เสนอนโยบายขึ้นด้วยไม่ใช่เป็นเพียงแค่มี รองคณบดีหรือคณบดีที่ส่งนโยบายลงหรือว่าทำเป็นภาระของอาจารย์ที่จะต้องไปวิ่งหางานบริการ วิชาการภายนอกหรือรอให้เค้ามาเสนอแต่เราอาจต้องมีคนที่ caliber คือมีศักยภาพในงานนี้มาก ขึ้นนี่คือสิ่งที่เราปรับตัว...” (B03 ชาย รองคณบดี คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

4.1.6 Process (กระบวนการให้บริการ)

สำหรับกระบวนการให้บริการ หมายถึง ขั้นตอนและวิธีการในการนำเสนอบริการทาง วิชาการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการบริการที่มีประสิทธิภาพในด้านการบริหาร จัดการ การประสานงาน และการอำนวยความสะดวก ซึ่งสถาบันการศึกษาควรปรับปรุง กระบวนการให้บริการให้มีประสิทธิผลยิ่งขึ้น โดยการปรับเปลี่ยนขั้นตอนการปฏิบัติงาน การ ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ ดัง ความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...อยากให้มีการพัฒนาทักษะเฉพาะทางและเทคโนโลยีให้มากขึ้น การ อบรมแบบผสมผสานจากหลากหลายตำแหน่งเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และอยากให้มีการยกตัวอย่าง ของโครงการที่ประสบผลสำเร็จ อย่างรอบด้าน เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม...” (A06 ชาย วิศวกร ไฟฟ้าชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ใช้บริการ)

“...การอบรมที่มีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ ให้ความรู้ที่ทันสมัย เพิ่มขึ้น ปรับเปลี่ยนตามบริบทที่เปลี่ยนไป การขยายขอบเขตการให้บริการ การสร้างความร่วมมือใน การถ่ายทอดความรู้ร่วมกับกระทรวงอื่น ๆ...” (A11 ชาย นักพัฒนาชุมชนชำนาญการ หน่วยงาน ราชการ ผู้ใช้บริการ)

“...การสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพิ่มเติมองค์ความรู้ใหม่ ๆ เน้นภาคปฏิบัติมากกว่าวิชาการ การพัฒนาคุณภาพองค์การกับการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ปฏิบัติทุกกลุ่มเพื่อการทำงานเป็นทีม...” (A12 หญิง นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...การสร้าง connection หรือสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่างๆ และพยายามให้เชิญวิทยากรภาคธุรกิจมาบ้าง เพื่อให้ได้แนวคิดใหม่ ๆ มุมมองใหม่ ๆ เพราะมองว่าภาคราชการเองก็ต้องมีการบริหารปรับตัว หรือบริหารงานในอนาคตอาจต้องมีการหารายได้ภายใต้กฎหมายระเบียบกันมากขึ้น...” (A18 ชาย นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาทั้งในด้านการวิจัย การเรียนการสอน และการบริการสังคม สำหรับสังคม บริการวิชาการช่วยให้ประชาชนเข้าถึงความรู้และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้มีศักยภาพในการพัฒนาตนเองและประกอบอาชีพ นอกจากนี้ ยังเป็นการช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคม เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร หรือปัญหาการว่างงาน...” (A20 ชาย นิติกรชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

สำหรับมุมมองของอาจารย์และผู้บริหารในสถาบันการศึกษานั้นแสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีมีบทบาทหลักในกระบวนการให้บริการ เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการมีส่วนร่วมด้านวิชาการและทำให้เกิดผลกระทบที่มากขึ้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงพลังของเทคโนโลยีในการปรับปรุงขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่การเผยแพร่ครั้งแรก การประเมินความต้องการ จนถึงการค้างานของโครงการ การเก็บข้อมูล และการประเมินผล เครื่องมือซอฟต์แวร์สำหรับการทำงานร่วมกันออนไลน์ การจัดการโครงการ และซอฟต์แวร์วิเคราะห์ข้อมูลนั้น ถูกมองว่าเป็นสิ่งที่มีค่าสำหรับการพัฒนาการสื่อสาร การประสานงาน และการแบ่งปันความรู้ ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...ในอนาคตหรือแม้กระทั่งในปัจจุบันเอง เทคโนโลยีมีการพัฒนาไปอย่างมาก ดังนั้น หากการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการในอนาคต การใช้เทคโนโลยีย่อมมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการที่เราจะนำมาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการวิชาการ เพราะเทคโนโลยีจะช่วยให้การถ่ายทอดความรู้เป็นไปได้อย่างกว้างขวาง ผู้เรียนหรือผู้ที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้นั้นสามารถนำเนื้อหาหรือข้อมูลนั้นมาทบทวนได้ตลอดเวลา และยังสามารถเข้าสู่องค์ความรู้ได้ทุกพื้นที่และทุกเวลา รวมถึงผู้ที่มีความบกพร่องของร่างกายหรือไม่สามารถเดินทางไปยังสถานที่ที่จัดให้มีการบริการวิชาการ สามารถที่จะได้รับความรู้จากกิจกรรมหรือโครงการนั้นได้จาก

เทคโนโลยีหรือแพลตฟอร์มการเรียนรู้ต่าง ๆ ได้ เราคงต้องกลับมาทบทวนและวางแผนหลักสูตรที่รองรับกับระบบเทคโนโลยี หรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ ไว้แต่เนิ่น ๆ เพื่อให้สถาบันของเราก้าวล้ำไปกว่าสถาบันอื่น ๆ...” (B01 หญิง ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

“...การใช้เทคโนโลยีการเท่าทันสถานการณ์อย่างนี้เนี่ยมันมีส่วนโดยตรงกับการพัฒนา พอปัญหาที่สำคัญที่สุดคือ กลับไปที่เรื่องประชากรเราก็ต้องดูว่า generation ไค เขาใช้สื่อสารเขาใช้วิธีการเขาใช้อุปกรณ์ยังไง เราก็ต้องพัฒนาตัวเองให้เท่าทันไม่ใช่เป็นเพียงแค่เท่าแต่ต้องทันที่ ว่าคือไม่ใช่ทันปัจจุบันต้องทันอนาคต สมมุติว่า คนอายุ 20 ปี ตอนเนี่ยเค้าโตมากับกับดิจิทัล เพราะฉะนั้นเมื่อเขาเข้าสู่ตลาดแรงงานนี้อีกปี สองปีข้างหน้าเนี่ยสมมุติว่าถ้าเราจะบริการวิชาการของเค้าแล้วเรายังใช้รูปแบบเดิม มันก็จะกลายเป็นที่ล้าสมัยน่าเบื่อแล้วพอคนมันมีทัศนคติที่รู้สึกล้าสมัยเหมือนกับงานวิชาการเหล่านั้นเพราะว่าเค้าไม่เปิดประตูรับ มันก็จะสะท้อนให้เห็นว่าเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารดิจิทัลโลก disrupt เป็นเป็นสิ่งที่ที่ีต้องเอามาคำนึงต่อการวางแผนอนาคต แต่ไม่ใช่ว่ามันจะได้แทนทุกสิ่งทุกอย่างก็ไม่ใช่ ไม่อย่างนั้นคณะก็ไม่ต้องมีมนุษย์ในการทำ ฉะนั้นทำยังไงให้ผู้บริหารให้บุคลากรเนี่ยรู้เท่าทันแล้วก็ยังคุมเกมของการใช้สื่อดิจิทัลเหล่านั้นในการบริการวิชาการได้เนี่ยก็คือความสำคัญของเทคโนโลยีซึ่งควรยิ่ง...” (B03 ชาย รองคณบดี คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

4.1.7 Physical Evidence (สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ)

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง การพัฒนาคุณภาพของปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ อาทิ สถานที่จัดการฝึกอบรม อุปกรณ์การเรียนการสอน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จากผลการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับสถานที่และสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ดังนั้น สถาบันการศึกษาจึงควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ เช่น การจัดเตรียมสถานที่ฝึกอบรมที่สะดวกสบาย มีอุปกรณ์ที่ทันสมัย และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...สถานที่กว้างขวางสะอาด วิทยากรเหมาะสม กิจกรรม สื่อการสอนดีมาก ห้องพักอาหารดี สถานที่ศึกษาดูงานที่พักดีมาก ฟังพอใจทั้งหลักสูตร วิทยากร สถานที่ อาหาร การจัดการการบริหารของคณะทำงาน...” (A08 หญิง นักพัฒนาชุมชน หน่วยงานราชการ ผู้ใช้บริการ)

“...ฟังพอใจทุกรายการตั้งแต่เนื้อหาการเรียนการสอนตามหลักสูตร ความสะดวกสบาย การดูแลเอาใจใส่ คุณภาพของเนื้อหาวิชาการ ความเชี่ยวชาญของอาจารย์ผู้สอน สถานที่ การบริการทั้งหมด และพอใจในสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีคณะจัดทำ

โครงการให้บริการเป็นอย่างดีวิทยากรมีความเป็นกันเองสามารถสอบถามได้ในทุกขณะที่ไม่เข้าใจ...” (A09 หญิง พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...พึงพอใจในทุก ๆ ด้าน เรื่องการอำนวยความสะดวก ในการอบรม อุปกรณ์ครบ สถานที่เหมาะสม...” (A11 ชาย นักพัฒนาชุมชนชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ผมเคยพบปัญหาและอุปสรรคบ้างเล็กน้อยครับ เนื่องจากสถานที่ตั้งของสถาบันอาจจะอยู่ห่างไกลจากบ้านของผม หรือบางครั้งการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะก็ไม่สะดวก ทำให้การเดินทางมาเข้าร่วมโครงการหรือใช้บริการวิชาการเป็นเรื่องที่ค่อนข้างลำบากและใช้เวลานานครับ...” (A20 ชาย นิติกรชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ผมรู้สึกพึงพอใจในเรื่องของสถานที่เนื่องจากเป็นสถานที่จัดฝึกอบรมในลักษณะถึงโรงแรมมีพื้นที่กว้างขวาง สะดวกสบาย เหมาะกับการใช้ชีวิตประจำวันรวมถึงเหมาะแก่การทำกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ รวมถึงมีระบบรักษาความปลอดภัยที่อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ทั้งนี้รวมถึงระบบการจัดการสถานที่ ระบบการรักษาความสะอาด ที่ทางสถาบันเป็นผู้รับผิดชอบด้วย...” (A22 ชาย สถาปนิกชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...อุปสรรคและข้อจำกัดที่สถาบันต้องเผชิญ เช่น งบประมาณอันจำกัด การขาดแคลนอุปกรณ์โดยเฉพาะเทคโนโลยีสมัยใหม่ หรือข้อจำกัดด้านสถานที่อย่างจำนวนห้องหรือขนาดห้องที่จะใช้รองรับจำนวนผู้เข้ารับบริการวิชาการที่มาก...” (B02 ชาย อาจารย์ คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้ให้บริการ)

4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้กล่าวถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีรวมถึงภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษา ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาการบริการทางวิชาการสู่สังคม ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีความเข้าใจในปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการบริการทางวิชาการได้อย่างครบถ้วนยิ่งขึ้น ดังนี้

4.2.1 ปัจจัยด้านสังคม (Sociological Factor)

ปัจจัยทางสังคมมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความต้องการของผู้ใช้บริการที่ต้องการเข้าถึงหลักสูตรที่ทันสมัยซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของตลาดแรงงาน การเปลี่ยนแปลงด้าน

เศรษฐกิจ รูปแบบการทำงาน และนวัตกรรมทางเทคโนโลยีทั้งหมดเป็นผลักดันให้ผู้เรียนต้องพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันในตลาดแรงงานที่มีการแข่งขันดุเดือดในปัจจุบัน ผู้ใช้บริการตระหนักดีว่าความรู้และทักษะที่ล้ำสมัยมีอาจนำไปสู่ความสำเร็จในอาชีพ พวกเขาจึงมองหาหลักสูตรที่จะช่วยปิดช่องว่างระหว่างความรู้ที่มีอยู่กับความต้องการของตลาดแรงงาน ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...การที่สถาบันหรือหน่วยงานมีแผนกลยุทธ์การบริการวิชาการ และมีการทบทวนแผนกลยุทธ์นั้นตลอดระยะเวลา จะส่งผลดีต่อการจัดให้บริการวิชาการของสถาบัน ที่จะนำความรู้ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่เราได้ไปถ่ายทอดให้ผู้เรียนหรือภาคประชาสังคมต่าง ๆ ได้ตรงกับประเด็น ย่อมส่งผลดีต่อภาพลักษณ์หรือชื่อเสียงของสถาบันที่จะเป็นที่ยอมรับอยู่แล้ว ในความเห็นของพี่ต่อภาพลักษณ์และการเป็นผู้นำทางวิชาการของสถาบันของเรา ก็เป็นที่ยอมรับอยู่แล้วทั้งในระดับชาติและนานาชาติ แต่หากเรามีการพัฒนาแผนกลยุทธ์การบริการวิชาการของเราให้ตอบโจทย์ของสังคมได้ครอบคลุมทุกด้าน หรือรวดเร็วทันต่อสภาพการณ์เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ย่อมจะทำให้สถาบันของเรากลายเป็นผู้นำทางด้านบริการวิชาการ การถ่ายทอดความรู้สู่สาธารณะ ที่หน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ต้องนึกถึงเป็นลำดับแรก ๆ...” (B01 หญิง ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

“...การพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการต้องคำนึงถึงปัจจัยหรือความท้าทายในด้านต่าง ๆ อาจแบ่งได้เป็น 3 ปัจจัยหรือความท้าทาย คือ ด้านแรกที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี เช่น ความต้องการเกี่ยวกับเนื้อหาและความรู้ที่จะให้บริการวิชาการซึ่งมีพลวัตเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงต้องตรวจสอบ ประเมิน และวิเคราะห์ว่าภาคส่วนต่าง ๆ มีความสนใจหรือมีความต้องการบริการวิชาการในด้านใดบ้าง เพราะบางด้านอาจเป็นที่นิยมหรือต้องการในอดีตแต่ปัจจุบันอาจได้รับความนิยมน้อยหรือเป็นประโยชน์กับผู้รับบริการวิชาการที่น้อยลง...” (B02 ชาย อาจารย์ คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้ให้บริการ)

“...ลักษณะของการที่จะมองเนี้ยมันก็ต้องมองในเชิงโครงสร้างประชากร แล้วก็ปริมาณของประชากรในแต่ละรุ่น พลัสอีกข้อนึงเพราะมันเห็นโครงสร้างประชากรเห็นปริมาณประชากรในต่างวัยกันแล้วเนี้ยมันจะมองไปได้อีกสองแง่ประกอบกันเข้าคือสังคมเกษตร กฎหมายเนี้ยส่วนใหญ่แล้วมันเป็นไปเพราะเพื่อเป้าหมายทางสังคมและเพื่อเป้าหมายทางเศรษฐกิจ ฉะนั้นพอเรามองอย่างนี้ เราจะ forecast ได้ทันทีหรือว่าสังคมภายในอีก 20 ปีข้างหน้ามนุษย์ที่จะเข้าไปสู่ภาคตลาดแรงงานจะมีความต้องการทางสังคมใน value แบบไหนจะมีความต้องการในทางเศรษฐกิจต้องการ เงินแบบไหนอาชีพแบบไหนเพราะฉะนั้นการที่เรามองไปสู่ผู้อื่นอย่างการผลิตคนเหมือนการใส่พลังงานหรือความสามารถของคนในอนาคตอีก 20 ปีอีก 10 ปีข้างหน้าในวันข้างหน้า

เนี่ยถ้าเกิดว่าเรา forecast ได้แบบเนี่ยคนสร้างโครงการ หรือคนคิดจากการบริการวิชาการเนี่ยจะไม่ได้คิด...” (B03 ชาย รองคณบดี คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

4.2.2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological Factor)

เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อผลิตภัณฑ์และศักยภาพในการแข่งขันขององค์กรในโลกปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วส่งผลให้องค์กรจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค และเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาด เทคโนโลยีได้อำนวยความสะดวกให้ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงแหล่งองค์ความรู้ในหลากหลายรูปแบบและเรียนรู้ตามความต้องการเฉพาะบุคคล ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...อยากให้มีการพัฒนาทักษะเฉพาะทางและเทคโนโลยีให้มากขึ้น การอบรมแบบผสมผสานจากหลากหลายตำแหน่งเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และ อยากให้มีการยกตัวอย่างของโครงการที่ประสบผลสำเร็จ อย่างรอบด้าน เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม...” (A06 ชาย วิศวกรไฟฟ้า หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...เพื่อจะได้พัฒนาทักษะความรู้ให้เพิ่มขึ้น เพราะการเรียนรู้ไม่มีวันสิ้นสุด โดยอาจจะจัดหลักสูตรใหม่ ๆ เป็นความรู้ใหม่ ๆ เช่น หลักสูตรเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นและจำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวันและในการทำงานต่อไป...” (A21 หญิง นักวิชาการตรวจสอบภายใน หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...การใช้เทคโนโลยีย่อมมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการที่เราจะนำมาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการวิชาการ เพราะเทคโนโลยีจะช่วยให้การถ่ายทอดความรู้เป็นไปได้อย่างกว้างขวาง ผู้เรียนหรือผู้ที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้นั้นสามารถนำเนื้อหาหรือข้อมูลนั้นมาทบทวนได้ตลอดเวลา และยังสามารถเข้าสู่องค์ความรู้ได้ทุกพื้นที่และทุกเวลา รวมถึงผู้ที่มีความบกพร่องของร่างกายหรือไม่สามารถเดินทางไปยังสถานที่ที่จัดให้มีการบริการวิชาการสามารถที่จะได้รับความรู้จากกิจกรรมหรือโครงการนั้นได้จากเทคโนโลยีหรือแพลตฟอร์มการเรียนรู้ต่าง ๆ ได้ เราคงต้องกลับมาทบทวนและวางแผนหลักสูตรที่รองรับกับระบบเทคโนโลยี หรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ ไว้แต่เนิ่น ๆ เพื่อให้สถาบันของเราก้าวล้ำไปกว่าสถาบันอื่น ๆ...” (B01 หญิง ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

“...การใช้เทคโนโลยีใหม่ ย่อมทำให้เกิดการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการได้ดีในอนาคต เนื่องจากเทคโนโลยีจำนวนมากสามารถช่วยในการเข้าถึงผู้เรียนได้หลายประการ สามารถทลายข้อจำกัดด้านระยะทางหรือเวลา เช่น การเรียนการสอนออนไลน์ย่อมทำให้

ผู้เรียนจากสถานที่อื่นสามารถเรียนรู้และรับบริการวิชาการได้โดยไม่จำเป็นต้องมาอยู่ที่ตั้งของสถาบันการศึกษา หรือมีความยืดหยุ่นในด้านเวลาที่จะให้บริการวิชาการ หรือสามารถให้บริการวิชาการเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่นั้นที่ปรับเข้ากับศาสตร์วิชาต่าง ๆ ได้...” (B02 ชาย อาจารย์ คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้ให้บริการ)

“...การใช้เทคโนโลยีการเท่าทันสถานการณ์อย่างนี้เนี่ยมันมีส่วนโดยตรงกับการพัฒนา พอปัญหาที่สำคัญที่สุดคือ กลับไปที่เรื่องประชากรเราก็ต้องดูว่า generation ไค เขาใช้สื่อสารเขาใช้วิธีการเขาใช้อุปกรณ์ยังไง เราก็ต้องพัฒนาตัวเองให้เท่าทันไม่ใช่เป็นเพียงแค่เท่าแต่ต้องทันที่ ว่าคือไม่ใช่ทันปัจจุบันต้องทันอนาคต สมมุติว่า คนอายุ 20 ปี ตอนเนี่ยเค้าโตมากับกับดิจิทัล เพราะฉะนั้นเมื่อเขาเข้าสู่ตลาดแรงงานนี่อีกปี สองปีข้างหน้าเนี่ยสมมุติว่าถ้าเราจะบริการวิชาการของเค้าแล้วเรายังใช้รูปแบบเดิม มันก็จะกลายเป็นที่ล้าสมัยน่าเบื่อแล้วพอคนมันมีทัศนคติที่รู้สึกล้าสมัยเหมือนกับงานวิชาการเหล่านี้เพราะว่าเค้าไม่เปิดประตูรับ มันก็จะสะท้อนให้เห็นว่าเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารดิจิทัลโลก disrupt เป็นเป็นสิ่งที่ที่ต้องเอามาคำนึงต่อการวางแผนอนาคตแต่ไม่ใช่ว่ามันจะได้แทนทุกสิ่งทุกอย่างก็ไม่ใช่ ไม่อย่างนั้นคณะก็ไม่ต้องมีมนุษย์ในการทำ ฉะนั้นทำยังไงให้ผู้บริหารให้บุคลากรเนี่ยรู้เท่าทันแล้วก็ยังคุมเกมของการใช้สื่อดิจิทัลเหล่านั้นในการบริการวิชาการได้เนี่ยก็คือความสำคัญของเทคโนโลยีซึ่งควรยิ่ง...” (B03 ชาย รองคณบดี คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก พบว่า ปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากปัจจัยทางสังคม (Sociological Factor) และปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technological Factor) ไม่ได้รับการพิจารณาว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการให้บริการวิชาการแก่สังคม ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยทางการเมือง (Political Factor) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factor) ปัจจัยทางกฎหมาย (Legal Factor) และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Factor) มิได้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการเข้าถึงและการใช้บริการวิชาการ เนื่องจากบริการวิชาการมุ่งเน้นการถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะไม่ถูกผูกพันโดยตรงกับปัจจัยภายนอกดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ปัจจัยเหล่านี้อาจมีผลกระทบทางอ้อม อาทิ นโยบายของรัฐบาลอาจส่งผลกระทบต่อการสนับสนุนงบประมาณสำหรับโครงการบริการวิชาการ หรือสถานะเศรษฐกิจอาจส่งผลกระทบต่อความต้องการในบางสาขาวิชา แต่โดยรวมแล้ว ผลกระทบดังกล่าวถือว่ามีนัยสำคัญน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยทางสังคมและเทคโนโลยี ทั้งนี้ มิได้หมายความว่าปัจจัยเหล่านี้อาจไม่มีความสำคัญ หากแต่ผู้ใช้บริการอาจยังไม่ประจักษ์ถึงผลกระทบในวงกว้าง หรือผลกระทบนั้นอาจยังไม่เด่นชัดในบริบทปัจจุบัน ดังนั้น ผู้ให้บริการวิชาการจึงควรพิจารณาปัจจัยเหล่านี้ในการวางแผนและการดำเนินงาน เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้อย่างแท้จริง

4.3 ผลการวิเคราะห์โครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรม

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า สถาบันการศึกษาต้องเผชิญกับการแข่งขันจากผู้ให้บริการรายใหม่ที่น่าเสนอรูปแบบการเรียนรู้ที่ทันสมัย รวมถึงการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นทางเลือกที่แตกต่างไปจากเดิม ดังนั้น สถาบันการศึกษาจึงเห็นสมควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของการให้บริการทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างอัตลักษณ์และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างตรงจุด อันจะนำไปสู่การรักษาศักยภาพในการแข่งขัน ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...การใช้เทคโนโลยีย่อมมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการที่เราจะนำมาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการวิชาการ เพราะเทคโนโลยีจะช่วยให้การถ่ายทอดความรู้เป็นไปได้อย่างกว้างขวาง ผู้เรียนหรือผู้ที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้นั้นสามารถนำเนื้อหาหรือข้อมูลนั้นมาทบทวนได้ตลอดเวลา และยังสามารถเข้าสู่องค์ความรู้ได้ทุกพื้นที่และทุกเวลา รวมถึงผู้ที่มีความบกพร่องของร่างกายหรือไม่สามารถเดินทางไปยังสถานที่ที่จัดให้มีการบริการวิชาการสามารถที่จะได้รับความรู้จากกิจกรรมหรือโครงการนั้นได้จากเทคโนโลยีหรือแพลตฟอร์มการเรียนรู้ต่าง ๆ ได้ เราคงต้องกลับมาทบทวนและวางแผนหลักสูตรที่รองรับกับระบบเทคโนโลยี หรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ ไว้แต่เนิ่น ๆ เพื่อให้สถาบันของเราก้าวล้ำไปกว่าสถาบันอื่น ๆ” (B01 หญิง ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร ผู้บริหาร)

“...กลยุทธ์การบริการวิชาการ ควรมุ่งเน้นการเผยแพร่องค์ความรู้หลักของสถาบันการศึกษา เช่น คณะนิติศาสตร์มีบริการวิชาการด้านกฎหมายพื้นฐานและขั้นสูง ในขณะเดียวกันให้พิจารณาความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้เรียนและชุมชนด้วย เช่น หากผู้เรียนและชุมชนต้องการความรู้ความเข้าใจเฉพาะด้านเกี่ยวกับปัญหาประติศฐ์ หรือสิ่งแวดล้อม การบริการวิชาการควรสอดคล้องและรองรับความต้องการดังกล่าวด้วย โดยอาจให้ผู้เรียนหรือชุมชนเสนอความคิดเห็นหรือความประสงค์เกี่ยวกับการบริการวิชาการ หรือสถาบันการศึกษาเองควรสอบถามและทำความเข้าใจและศึกษาถึงความต้องการบริการวิชาการของภาคส่วนต่าง ๆ ไปพร้อมกัน...” (B02 ชาย อาจารย์ ผู้ให้บริการ)

“...การแลกเปลี่ยนความรู้และทรัพยากรจะช่วยยกระดับคุณภาพของการบริการวิชาการโดยรวม ซึ่งการบริการวิชาการต้องมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับตลาดแรงงานในอนาคต หลักสูตรต่าง ๆ ต้องมีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและความต้องการของตลาดอยู่เสมอ การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong

Learning) จะกลายเป็นสิ่งสำคัญ ผู้คนจะต้องการพัฒนาทักษะของตนเองอยู่เสมอ การบริการวิชาการต้องตอบสนองความต้องการนี้ได้...” (B03 ชาย รongคณบดี คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

จากการวิเคราะห์โครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรม แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่สามารถมีผลกระทบต่อการแข่งขันภายในสาขาการศึกษาไม่ได้จำกัดเพียงแค่การเข้ามาของผู้เล่นใหม่นั้น แต่ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจเป็นความท้าทายต่อการดำเนินงานและการให้บริการทางวิชาการของสถาบันการศึกษาด้วย อาทิเช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อวิธีการเรียนการสอน ความเปลี่ยนแปลงในความต้องการของนักเรียน รวมถึงความสามารถของสถาบันการศึกษาในการปรับตัวรับกับแนวโน้มของการศึกษาที่ไม่ได้มุ่งเน้นแค่ในรูปแบบดั้งเดิม ซึ่งอาจทำให้การแข่งขันในตลาดการศึกษามีความยุ่งยากและเพิ่มความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น

4.4 ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก ช่วยให้สถาบันการศึกษาเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาบริการด้านวิชาการ ข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งรวมถึงผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการ และผู้บริหารของสถาบันการศึกษา ได้สะท้อนมุมมอง ความต้องการ และคำแนะนำที่มีประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์การบริการวิชาการ เช่น การสร้างหลักสูตรที่มีความทันสมัย การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนที่หลากหลาย การเปิดช่องทางประชาสัมพันธ์ และการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ข้อมูลเหล่านี้จะทำให้สถาบันการศึกษาได้ข้อมูลที่มีพื้นฐานสำหรับการตัดสินใจในกำหนดทิศทางและการวางแผนบริการวิชาการให้มีความมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง เป้าหมายคือการยกระดับคุณภาพและสร้างความยั่งยืนให้กับบริการด้านวิชาการในระยะยาว โดยผู้ให้สัมภาษณ์ได้เสนอข้อคิดเห็นเพื่อการพัฒนากลยุทธ์บริการด้านวิชาการ ดังนี้

4.4.1 ด้านการพัฒนาหลักสูตร

การพัฒนาหลักสูตรที่มีความหลากหลายและครอบคลุมผู้เรียนทุกกลุ่มเป้าหมาย เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการยกระดับคุณภาพการให้บริการทางวิชาการ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการศึกษาข้อมูลเชิงประชากร ลักษณะอาชีพ และความสนใจ ถือเป็นขั้นตอนเบื้องต้นที่มีความสำคัญ เพื่อให้การออกแบบหลักสูตรมีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มต่าง ๆ การพัฒนาหลักสูตรในรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ หลักสูตรระยะสั้น ระยะยาว รูปแบบออนไลน์ หรือ

การเรียนรู้แบบผสมผสาน รวมถึงการจัดทำเนื้อหาที่ครอบคลุมและตอบสนองต่อความสนใจที่แตกต่างกันของผู้เรียน ถือเป็นแนวทางที่สำคัญยิ่ง การสร้างหลักสูตรที่มีการบูรณาการองค์ความรู้จากหลากหลายสาขาวิชามาประยุกต์ใช้ร่วมกันเป็นอีกแนวทางที่น่าสนใจ ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์และความรู้ที่หลากหลายและรอบด้าน นอกจากนี้ การประเมินและปรับปรุงหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอ มีความสำคัญอย่างยิ่งในการรับรองว่าหลักสูตรยังคงมีความทันสมัยและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียน ได้อย่างต่อเนื่อง ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...อยากเสนอแนะว่าควรมีการพัฒนาหลักสูตรให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะหลักสูตรที่ผสมผสานทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เช่น การจัดโครงการเพื่อพัฒนาชุมชนค่ะ...” (A02 หญิง นักวิชาการตรวจสอบภายใน หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...อยากให้เพิ่มเติมหลักสูตรเรื่องเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ ที่จะนำมาปฏิบัติงานในท้องถิ่นให้มากขึ้นหรือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในท้องถิ่นมากขึ้น และการสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นได้...” (A04 หญิง นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...อยากให้มีการพัฒนาทักษะเฉพาะทางและเทคโนโลยีให้มากขึ้น การอบรมแบบผสมผสานจากหลากหลายตำแหน่งเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และอยากให้มีการยกตัวอย่างของโครงการที่ประสบผลสำเร็จ อย่างรอบด้าน เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม...” (A06 ชาย วิศวกรไฟฟ้า หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...อยากให้เป็นการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกัน หรือรูปแบบการเรียนรู้ที่ผสมผสาน ที่ช่วยสามารถนำมาประยุกต์ในการทำงานจริงได้มากขึ้น...” (A18 ชาย นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...โดยรวมแล้วบริการวิชาการที่ผมได้รับจากสถาบันนี้สามารถตอบสนองความต้องการของผมได้เป็นอย่างดีครับ แต่ถ้าจะให้ดีขึ้น ผมคิดว่าควรเพิ่มความหลากหลายของหลักสูตรให้ครอบคลุมความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น และอาจจะมีการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมมากขึ้น เช่น การจัดเวิร์คช็อป หรือ การศึกษาดูงาน...” (A20 ชาย นิติกรชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...อยากให้สถาบันส่งหลักสูตรใหม่ ๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหรือเครือข่ายที่เคยผ่านการอบรม ให้ได้เข้ารับการอบรมหรือพัฒนาตัวเองในด้านอื่น ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดปีและตลอดไปค่ะ...” (A21 หญิง นักวิชาการตรวจสอบภายใน หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ผู้ออกแบบหลักสูตรควรอ้างอิงรายวิชาหรือศึกษาจากผู้ที่ได้ทำงานจริง เพื่อใช้ในการจัดเตรียมรายวิชาที่เหมาะสมกับหลักสูตรนั้น ๆ ในกรณีที่เป็นหลักสูตรที่รวมบุคลากร จากหลากหลายวิชาชีพ อยากให้จัดเตรียมรายวิชาที่มีเนื้อหาเป็นกลาง ไม่เอนเอียงไปให้กลุ่มวิชาชีพ ที่มีจำนวนมากกว่า หรือนั้นรายวิชาที่เน้นพัฒนาทักษะทางกายภาพ ทางทัศนคติ หรือการบริหาร องค์กร สร้างการทำงานเป็นทีมเพื่อสร้างเครือข่ายทางสังคมมากกว่า จะช่วยให้ผู้เรียนโดยภาพรวม รู้สึกสนใจในทุกรายวิชาได้เป็นอย่างดี...” (A22 ชาย สถาปนิกชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...จากวิสัยทัศน์ในปัจจุบันกับการบริการวิชาการของสถาบันเรา ถือว่ามี ความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่เรามุ่งหวังไว้ เพราะหลักสูตรการให้บริการวิชาการ บุคลากร ผลงาน ทางวิชาการของสถาบันเราเป็นที่ยอมรับทั้งหน่วยงานภายในประเทศและต่างประเทศ เป็นแหล่ง อ้างอิงในด้านวิชาการให้กับนักวิชาการ หน่วยงาน องค์กรอื่น ๆ เป็นอย่างมาก แต่อาจจะต้องมีการ เพิ่มหลักสูตรหรือการเข้าถึงชุมชนหรือองค์กรที่หลากหลายรูปแบบให้มากขึ้นกว่าปัจจุบัน อาจจะ เข้าให้บริการความรู้ทางด้านวิชาการให้กับชุมชนหรือสังคมที่ห่างไกล หรือมีความแตกต่างในสภาพ ภูมิประเทศเพิ่มขึ้นก็น่าจะเป็นสิ่งที่ดีก็ได้...” (B01 หญิง ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

“...มุ่งเน้นการบริการวิชาการที่เป็นจุดแข็งของสถาบันการศึกษาหรือเป็น ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ความเชี่ยวชาญของสถาบันการศึกษา และควรมีการเพิ่มหรือพัฒนาหลักสูตร หรือเนื้อหาที่เป็นเรือธง (Flagship) ของสถาบันการศึกษาในการให้บริการทางวิชาการ ซึ่งจะ เป็นหัวใจหลักของสถาบันการศึกษาในการให้บริการด้านนี้ระยะยาว ควรพัฒนาและออกแบบเนื้อหา หรือวิธีการในการให้บริการวิชาการที่ทันสมัยและตรงกับความต้องการของหน่วยงานภายนอก ควร นำเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด...” (B02 ชาย อาจารย์ คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้ให้บริการ)

4.4.2 ด้านการพัฒนาการจัดการเรียนการสอน

การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่หลากหลาย อาทิ การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม และการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรม เป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มพูนประสิทธิภาพของการให้บริการ ทางวิชาการ การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเน้นให้ผู้เรียนมีบทบาทสำคัญในกระบวนการศึกษา ผ่าน กิจกรรมต่าง ๆ เช่น การระดมสมอง การอภิปรายกลุ่ม และการดำเนิน โครงการ ซึ่งเป็นการส่งเสริม ให้ผู้เรียนสามารถแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ส่วน การเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้กิจกรรมในกระบวนการเรียนรู้ อาทิ การจำลอง

สถานการณ์ การศึกษาดูงาน และการทดลอง เพื่อให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์โดยตรง เกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน และสามารถจดจำเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น การบูรณาการการเรียนรู้ทั้งสองรูปแบบนี้ จะช่วยกระตุ้นความสนใจ ความกระตือรือร้น และการมีส่วนร่วมของผู้เรียนในชั้นเรียน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะ และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและการปฏิบัติงาน อันจะทำให้การให้บริการทางวิชาการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...สามารถตอบสนองความต้องการได้ เป็นหลักสูตรที่ดี มีการจัดกระบวนการเรียนการสอนที่ดีมาก อยากให้มีกิจกรรม และสื่อการสอนที่สนุกสนานเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เรียนให้มากขึ้น...” (A07 หญิง พยาบาลวิชาชีพ หน่วยงานราชการ ผู้ใช้บริการ)

“...พึงพอใจทุกรายการตั้งแต่เนื้อหาการเรียนการสอนตามหลักสูตร ความสะดวกสบาย การดูแลเอาใจใส่ คุณภาพของเนื้อหาวิชาการ ความเชี่ยวชาญของอาจารย์ผู้สอน สถานที่ การบริการทั้งหมด และพอใจในสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีคณะจัดทำโครงการให้บริการเป็นอย่างดีวิทยากรมีความเป็นกันเองสามารถสอบถามได้ในทุกขณะที่ไม่เข้าใจ...” (A09 หญิง พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ใช้บริการ)

“...การที่สถาบันเป็นแหล่งรวมองค์ความรู้ ทั้งในด้านบุคลากร เทคโนโลยี หรือนวัตกรรมต่าง ๆ ย่อมต้องนำความรู้เหล่านั้นไปบูรณาการเข้ากับการเรียนการสอน เพื่อพัฒนานิสิตให้เป็นผู้มีความรู้ และผลิตบัณฑิตออกไปสู่สังคมอย่างมีคุณภาพ รวมถึงการนำความรู้หรือเทคโนโลยีต่าง ๆ ไปถ่ายทอดหรือพัฒนาชุมชนหรือสังคม ย่อมเป็นการเสริมสร้างให้สถาบันเป็นที่ยอมรับของหน่วยงานภายนอกให้เรื่องของความรู้ความสามารถได้อีกด้วย...” (B01 หญิง ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

“...คนที่กำหนดนโยบายในการรับบริการวิชาการเนี่ยจะต้องรู้เท่าทันว่ากลุ่มประชากรเป้าหมายที่ตัวเองจะมาขอรับบริการวิชาการจากสถาบันการศึกษานี้เนี่ยมันควรที่จะปรังหลักสูตรหรือปรังทิศทางของการเรียนการสอน หรือการสร้างหัวข้อเนียบแบบไหนที่จะทำให้คนเหล่านั้นเนี่ยเป็นมนุษย์ที่มีคุณภาพที่พึงประสงค์ไม่ใช่ว่าทำแบบเดิม 20 ปีแล้วก็ไม่เปลี่ยนแล้วก็ทำต่อไปเพราะว่าวิชานี้มันเคยเรียนมาแบบนี้คน generation ถัดไปก็ต้องเรียนแบบนี้มันจะได้ดีแบบนั้นไปอย่างเงี้ยมันก็จะเหมือนกับเอาคนตายมาปกครองคนเป็นหรือเอาคนตายมาสอนคนเป็นอยู่รำไป ลักษณะของการที่จะมองเนี่ยมันก็ต้องมองในเชิงโครงสร้างประชากรแล้วก็ปริมาณของประชากรในแต่ละรุ่น...” (B03 ชาย รองคณบดี คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

4.4.3 ด้านการพัฒนาการบริการ

การพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงได้ง่ายและการอำนวยความสะดวกในการใช้บริการถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะนำไปสู่การที่บริการทางวิชาการเป็นที่รู้จักและสะดวกในการเข้าถึง การพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ควรใช้สื่อต่าง ๆ อย่างเช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย อีเมล และสื่อพิมพ์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน เข้าใจง่าย และมีเสน่ห์ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บริการ ส่วนการเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงบริการนั้น สามารถทำได้ผ่านการปรับปรุงขั้นตอนการสมัคร การชำระเงิน และการติดต่อให้มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สถานที่ อุปกรณ์ และการเดินทาง ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ การส่งเสริมการพัฒนาด้านทั้งสองนี้จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สถาบัน ทำให้ผู้ให้บริการประทับใจ และเพิ่มความพึงพอใจ ทำให้สามารถขยายฐานผู้ให้บริการและเปิดโอกาสในการเติบโตของบริการทางวิชาการในระยะยาว ดังความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...เรื่องประชาสัมพันธ์ จริง ๆ หลักสูตรมันค่อนข้างจะแบบน่าสนใจ แต่เรายังไม่สามารถรู้ได้เลยว่าแบบตอนเนี่ยหลักสูตรเปิด คิดว่าอาจจะต้องมีการโปรโมทมากขึ้น...”

(A01 ชาย Senior officer AML compliance หน่วยงานเอกชน ผู้ให้บริการ)

“...อยากให้มีความสำคัญกับการรักษาคุณภาพของบริการวิชาการ โดยเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการพัฒนาและปรับปรุงบริการให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ และควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เยอะ ๆ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพื่อให้ผู้สนใจได้เข้าถึงบริการได้อย่างสะดวก...”

(A02 หญิง นักวิชาการตรวจสอบภายใน หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...อยากให้ขยายขอบเขตการให้บริการ เพื่อเข้าถึงผู้ร่วมอบรมมากยิ่งขึ้น เพราะสถานที่การอบรมค่อนข้างไกลเกินไป และการประชาสัมพันธ์โครงการยังเข้าถึงไม่ทั่วทุกกลุ่ม...” (A15 หญิง นักวิชาการจัดเก็บรายได้ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...อาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลทุกท่านมีความเป็นมืออาชีพสูงมากค่ะ เพราะผู้เข้ารับการอบรมมีหลากหลาย แต่ทุกท่านก็สามารถบริหารจัดการได้อย่างชำนาญค่ะ แล้วก็เรื่องความสะดวกในการเข้าถึงบริการ คุณภาพของเนื้อหาวิชาการ ความเชี่ยวชาญของอาจารย์หรือผู้ให้บริการ...” (A17 หญิง พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...อยากเสนอแนะในเรื่องของการขยายขอบเขตการให้บริการประชาสัมพันธ์เยอะ ๆ การสร้าง connection หรือสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ และเพื่ออยากให้เชิญวิทยากรภาคธุรกิจมาบ้าง เพื่อให้ได้แนวคิดใหม่ ๆ มุมมองใหม่ ๆ เพราะมองว่าภาคราชการ

เองก็ต้องมีการบริหารปรับตัว หรือบริหารงานในอนาคตอาจต้องมีการหารายได้ภายใต้กฎหมายระเบียบกันมากขึ้น...” (A18 ชาย นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...พี่คิดว่าสถาบันควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จัดกิจกรรม หรือวิธีการเดินทางที่สะดวกในการเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากขึ้น เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถวางแผนการเดินทางได้อย่างเหมาะสม...” (A19 หญิง นักวิชาการเงินและบัญชีชำนาญการพิเศษ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ผมเสนอแนะให้สถาบันมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้การบริการวิชาการมีความหลากหลายและตอบสนองความต้องการของตลาดได้มากขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการวัดผลและประเมินผลการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้นครับ และที่สำคัญคือการสร้าง connection กับผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการ เพื่อให้เกิดเครือข่ายที่เข้มแข็งและยั่งยืน...” (A20 ชาย นิติกรชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...การเปิดกว้างรับฟังความคิดเห็นและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรซึ่งอาจช่วยนำมาซึ่งความคิดใหม่ที่ดีหรือแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา โดยอาจเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้วยวิธีการเปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นและนำเสนอข้อเสนอแนะ มีการประชุมหรือระดมความคิดอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง หรือมีการประชาสัมพันธ์เปิดรับแนวคิดหรือแจ้งกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการวิชาการให้บุคลากรได้รับทราบ หรือส่งเสริมให้บุคลากรเข้ารับการบริการวิชาการจากหน่วยงานอื่นเพื่อประโยชน์ในการได้เห็นมุมมอง แนวคิด หรือความเปลี่ยนแปลง หรือความต้องการของหน่วยงานและภาคส่วนอื่น...” (B02 ชาย อาจารย์ คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้ให้บริการ)

4.4.4 ด้านการพัฒนาความร่วมมือ

การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ทั้งที่เป็นของรัฐ เอกชน และชุมชน คือกลยุทธ์ที่สำคัญในการเสริมสร้างความมั่นคงและขยายบริการด้านวิชาการของสถาบันการศึกษาความร่วมมือกับภาครัฐ เช่น การทำงานร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล องค์กรท้องถิ่น หรือสถาบันอื่น ๆ ช่วยเหลือสถาบันการศึกษาเข้าถึงทรัพยากร ข้อมูล และเครือข่ายที่สามารถสนับสนุนการพัฒนาหลักสูตร การจัดกิจกรรม และการวิจัย ในขณะที่ความร่วมมือกับภาคเอกชน เช่น บริษัท รัฐบาล องค์กรต่าง ๆ หรือมูลนิธิ จะมอบการสนับสนุนทางการเงิน เทคโนโลยี และโอกาสในการฝึกงานให้กับสถาบันการศึกษา สำหรับความร่วมมือกับชุมชน นั้นจะทำให้สถาบันการศึกษาสามารถใช้ความรู้ ความสามารถ และนวัตกรรมของตนในการแก้ไขปัญหา พัฒนา และสร้างผลประโยชน์

ให้กับชุมชน การทำงานร่วมกันกับองค์กรภายนอกทั้งสามฝ่ายนี้จะช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการให้บริการวิชาการ ตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้อย่างครบถ้วน และสร้างเสถียรภาพในบริการการศึกษาตลอดระยะยาว ดังความเห็นต่อไปนี้

“...การสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพิ่มเติมองค์ความรู้ใหม่ ๆ เน้นภาคปฏิบัติมากกว่าวิชาการ การพัฒนาคุณภาพองค์กรกับการจัดการเรียนรู้สำหรับผู้ปฏิบัติทุกกลุ่มเพื่อการทำงานเป็นทีม...” (A12 หญิง นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...ต้องการให้เพิ่มหลักสูตรนี้แยกเฉพาะตำแหน่ง เช่น นักวิชาการเงินและบัญชีชำนาญการพิเศษ รวมถึงเรื่องของการสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ การพัฒนาคุณภาพของบริการ การขยายขอบเขตการให้บริการ...” (A17 หญิง พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...อยากเสนอแนะในเรื่องของการขยายขอบเขตการให้บริการ ประชาสัมพันธ์เยอะๆ การสร้าง connection หรือสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ และเพื่ออยากให้วิทยากรภาคธุรกิจมาบ้าง เพื่อให้ได้แนวคิดใหม่ ๆ มุมมองใหม่ ๆ เพราะมองว่าภาคราชการเองก็ต้องมีการบริหารปรับตัว หรือบริหารงานในอนาคตอาจต้องมีการหารายได้ภายใต้กฎหมายระเบียบกันมากขึ้น...” (A18 ชาย นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาทั้งในด้านการวิจัย การเรียนการสอน และการบริการสังคม สำหรับสังคม บริการวิชาการช่วยให้ประชาชนเข้าถึงความรู้และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้มีศักยภาพในการพัฒนาตนเองและประกอบอาชีพ นอกจากนี้ ยังเป็นการช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคม เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร หรือปัญหาการว่างงาน...” (A20 ชาย นิติกรชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...การพัฒนาหลักสูตรภายใต้การร่วมมือกันของภาคเอกชนที่มีระบบการจัดการองค์กรและเทคโนโลยีด้านการงานที่ดีกว่า เป็นสิ่งที่ผู้ออกแบบหลักสูตรควรทำ อย่างที่เราทราบกันดีว่าภาคเอกชนมีระบบการจัดการองค์กรและเทคโนโลยีการทำงานที่ดีกว่าภาครัฐมาก ทำให้ภาคเอกชนมีรูปแบบการทำงานภายในองค์กรที่เข้มแข็ง สามารถดำเนินงานโครงการที่ใหญ่กว่าทั้งที่ใช้จำนวนทรัพยากรบุคคลไม่มาก ซึ่งก็ปฏิเสธไม่ได้เลยว่ากลไกการทำงานของภาครัฐมีความล่าช้ากว่าภาคเอกชน การที่ภาครัฐจะนำองค์ความรู้เหล่านั้นมาปรับใช้กับหน่วยงานก็เป็นเรื่องที่พึงทำ หากบุคลากรภาครัฐสามารถนำเทคโนโลยีปัจจุบันมาปรับใช้กับองค์กรได้ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ

การทำงานภายในหน่วยงานราชการ...” (A22 ชาย สถาปนิกชำนาญการ หน่วยงานราชการ ผู้ให้บริการ)

“...การพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการของสถาบันเรา ควรมีความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม หรือชุมชน หรืออาจจะรวมถึงแม้กระทั่งสถาบันการศึกษาด้วยกันเอง หรือนิสิตทั้งนิสิตเรา หรือนิสิตของสถาบันการศึกษาอื่น โดยอาจจะเป็นการจัดการให้บริการวิชาการร่วมกันทั้งในรูปแบบของการจัดอบรม บรรยายให้ความรู้ หรือลงพื้นที่เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีทั้งคณาจารย์ นิสิต ภาคประชาสังคม หน่วยงานอื่น ส่วนงบประมาณในการจัดกิจกรรมหรือโครงการบริการวิชาการ อาจขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐหรือเอกชน...” (B01 หญิง ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร คณะ A สถาบันการศึกษา แห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

“...การมีส่วนร่วมของบุคลากรในสถาบันในการพัฒนากลยุทธ์การบริการ วิชาการมีความสำคัญในหลายด้าน เช่น ทำให้เกิดความร่วมมือของบุคลากรในสถาบัน นอกจากนี้ การเปิดกว้างรับฟังความคิดเห็นและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรซึ่งอาจช่วยนำมาซึ่งความคิดใหม่ที่ดีหรือแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา โดยอาจเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วม ในการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้วยวิธีการเปิดช่องทางรับฟังความคิดเห็นและนำเสนอ ข้อเสนอแนะ มีการประชุมหรือระดมความคิดอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง หรือมีการประชาสัมพันธ์ เปิดรับแนวคิดหรือแจ้งกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการวิชาการให้บุคลากรได้รับทราบ หรือ ส่งเสริมให้บุคลากรเข้ารับการบริการวิชาการจากหน่วยงานอื่นเพื่อประโยชน์ในการได้เห็นมุมมอง แนวคิด หรือความเปลี่ยนแปลง หรือความต้องการของหน่วยงานและภาคส่วนอื่น...” (B02 ชาย อาจารย์ คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้ให้บริการ)

“...ถ้าเราไม่มีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ง่าย ๆ แบบใน มุมวิชาการเราก็รู้ประเด็นเรา ก็มีจำเป็นตรัสรู้ นั่งคิดเองพุดเองเออเองมันก็มันก็สุขเองฟินเองใคร อยากมาฟังฉันก็มีส่วนฉันอยากจะพุดคนเดียวเป็นศาสดาที่ไม่มีสาวก เพราะฉะนั้นนั่นคือแน่นอนว่า เราเองจะได้ประโยชน์ทางวิชาการกับสถานศึกษาในขณะเดียวกันหน่วยงานเหล่านี้คือรายได้เราอย่า ลืมว่า สติปัญญาวิเศษวิโสจิตใจสาธุระแต่ท้องหิวอะ หรือว่าฉันไม่มีเงินจะมาพัฒนาบุคลากรฉัน เองหรือฉันไม่มีเงินจะซื้อคอมพิวเตอร์มาบริการวิชาการอย่างเจี๊ยมกันก็ไม่ได้ฉะนั้นหน่วยงาน จึงเป็น ทั้งการสร้างสติปัญญาให้แก่ผู้ให้บริการวิชาการเองและเป็นการสร้างรายได้ซึ่งจะเป็นทุนหมุนเวียน ทางสติปัญญาในให้ครบวงจรต่อไป...” (B03 ชาย รองคณบดี คณะ A สถาบันการศึกษาแห่งหนึ่ง ผู้บริหาร)

จากผลการวิจัย พบว่ามีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการให้บริการทางวิชาการ ซึ่งประกอบด้วยความต้องการของผู้รับบริการในปัจจุบัน อาทิ ความต้องการหลักสูตรที่มีความทันสมัย และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน หลักสูตรที่มีความหลากหลาย รูปแบบและวิธีการเรียนรู้ที่หลากหลายและมีความยืดหยุ่น รวมถึงความสะดวกในการเข้าถึงบริการทางวิชาการ และความคุ้มค่าในการลงทุน นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสถาบันการศึกษาก็มีผลต่อการพัฒนาการให้บริการทางวิชาการด้วยเช่นกัน อาทิ ศักยภาพของผู้สอน คุณภาพในการบริหารจัดการ ประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ และทรัพยากรที่มีอยู่ในสถาบันการศึกษา ดังนั้น การพัฒนากลยุทธ์การให้บริการทางวิชาการจึงจำเป็นต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่หลากหลาย ทั้งความต้องการของผู้ใช้บริการ การดำเนินงานของสถาบัน และบริบทภายนอก โดยมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาการให้บริการทางวิชาการที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน การให้บริการ และการสร้างความร่วมมือ เพื่อให้การให้บริการทางวิชาการของสถาบันการศึกษามีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลและอภิปรายผลวิจัย

จากการศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการบริการวิชาการแก่สังคม โดยเป็นการศึกษาวิจัยด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกผ่านการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ข้อมูล (Content Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์เชื่อมโยง พร้อมสรุปผลและข้อเสนอแนะของการวิจัย เพื่อพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการ และเสนอแนวทางในการปรับปรุงการบริการวิชาการให้มีประสิทธิภาพแก่สถาบันการศึกษา โดยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

5.1.1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

5.1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ (Product)

จากผลสรุปการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ พบว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการของสถาบันการศึกษาที่บ่งชี้ถึงความต้องการหลักสูตรที่มีความทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในการปฏิบัติงาน ผู้ให้บริการยังต้องการรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลายและมีความยืดหยุ่น นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการทางวิชาการ หากผู้ให้บริการมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ มีประสบการณ์ที่ยาวนาน และเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถ ผู้ให้บริการจะมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น

ในส่วนข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์อาจารย์และผู้บริหารของสถาบันการศึกษา มักมุ่งเน้นที่ความถูกต้องของเนื้อหาหลักสูตร ซึ่งต้องสอดคล้องกับหลักการทางวิชาการและทันต่อพัฒนาการทางเทคโนโลยีและสถานการณ์ปัจจุบัน หลักสูตรควรตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงาน เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำองค์ความรู้และทักษะที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รูปแบบการเรียนรู้ก็ควรมีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการและความสนใจที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการ

ดังนั้น สถาบันการศึกษาจึงควรพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้บริการ โดยการปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตรให้มีความทันสมัย พัฒนารูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลายมิติ และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ ประทุมพร วีระสุข (2563) ที่กล่าวถึงการบริการทางวิชาการเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคใต้ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการบริการทางวิชาการควรตอบสนองต่อความจำเป็นของผู้รับบริการ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ชูติเดช สุวรรณมณี (2563) ที่เน้นเรื่องการวางแผนกลยุทธ์การบริการทางวิชาการแก่สังคมในมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย ซึ่งย้ำถึงความสำคัญของการออกแบบหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

5.1.1.2 ด้านราคา (Price)

จากผลสรุปการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ พบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของการลงทุน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพและผลประโยชน์ที่จะได้รับ ดังนั้น สถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ อาทิ ต้นทุนการผลิต คุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ การ

กำหนดราคาที่เหมาะสมจะช่วยให้สถาบันการศึกษาสามารถดึงดูดและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จิตรา นุช น้อยสุทธิสกุล และคณะ (2557) ที่ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการฝึกอบรมของศูนย์บริการวิชาการที่สร้างรายได้ โดยพบว่า ปัจจัยด้านราคาหรือค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมที่สัมพันธ์กับผลประโยชน์ที่ผู้เข้าร่วมจะได้รับจากการฝึกอบรมในแต่ละครั้ง เป็นปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

5.1.1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

จากผลสรุปการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ พบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเข้าถึงบริการ ซึ่งเน้นการสร้างช่องทางการเข้าถึงที่มีความหลากหลายและสะดวกสบาย รวมถึงการส่งเสริมความพึงพอใจในการใช้บริการ ดังนั้น สถาบันการศึกษาจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาช่องทางการเข้าถึงที่หลากหลายเพื่ออำนวยความสะดวก ซึ่งจะช่วยให้อาจารย์สามารถดึงดูดและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปรีชญา เอี่ยมวงศ์ (2557) ที่พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลกระทบต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้า โดยมีปัจจัยย่อย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปรับบริการ และความหลากหลายของจำนวนสาขาที่ให้บริการ

5.1.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากผลสรุปการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ พบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับการสื่อสาร ซึ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อันจะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นในการใช้บริการดังกล่าว ดังนั้น สถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ หรือสิ่งพิมพ์ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้สถาบันอุดมศึกษาสามารถสื่อสารข้อมูลสำคัญให้แก่ผู้ให้บริการได้อย่างแม่นยำ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จิตรา นุช น้อยสุทธิสกุล และคณะ (2557) ที่ได้แสดงให้เห็นว่าควรเลือกวิธีการสื่อสารช่องทางการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหรือพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งเน้นการใช้ช่องทางการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์การตลาดที่เข้าถึงลูกค้าโดยตรงอย่างรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่าย

5.1.1.5 ด้านบุคลากร (People)

จากผลสรุปการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ พบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับคุณภาพวิทยากรผู้สอน โดยต้องการวิทยากรที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ได้อย่างน่าสนใจ ซึ่งจะช่วยให้อาจารย์สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไป

ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้จริง ดังนั้น จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่สถาบันการศึกษาจะต้องมุ่งเน้นการคัดเลือกวิทยากรที่มีคุณภาพและประสบการณ์ โดยต้องพิจารณาปัจจัยหลายประการ อาทิ วุฒิการศึกษา ประสบการณ์การสอน และความเชี่ยวชาญในเนื้อหาวิชาที่สอน การมีวิทยากรที่มีคุณภาพจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพสูงเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธันยพร อริยะเสรี (2558) ที่ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของบุคลากรในด้านบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารบริการวิชาการคือการมีหน่วยงานที่ชัดเจนในการกำหนดความรับผิดชอบ ขอบเขต และแผนปฏิบัติงานที่ชัดเจนเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินงานที่ต้องประสานความร่วมมือระหว่างคณะวิชาและส่วนกลาง นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นภัทร เสนพงศ์ และคณะ (2561) ที่พบว่าการสนับสนุนในการสร้างองค์ความรู้และประสบการณ์ด้านการให้บริการวิชาการนั้นมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานด้านบริการวิชาการของคณาจารย์

5.1.1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

จากผลสรุปการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ พบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมการพัฒนากระบวนการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น โดยต้องการประสบการณ์การรับบริการที่รวดเร็ว สะดวก และถูกต้อง ดังนั้น สถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงกระบวนการให้บริการ รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ การเร่งรัดขั้นตอนการดำเนินงาน และการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อพัฒนาองค์ความรู้และทักษะในการให้บริการ การมีระบบการให้บริการที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้สถาบันสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการ และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เพลินพิศ จุฬพันธ์ทอง และคณะ (2557) ที่ศึกษาการพัฒนากลยุทธ์บริการวิชาการเพื่อสังคมของมหาวิทยาลัยราชภัฏในภาคเหนือตอนล่าง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพบุคลากร การสร้างเครือข่าย และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ เช่นเดียวกับผลงานวิจัยของ จันทิมา งามอาจ และคณะ (2561) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการบริการวิชาการเพื่อสังคมของมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ซึ่งเน้นการสร้างเครือข่าย การมีส่วนร่วมของชุมชน และการบริหารจัดการโครงการตามวงจรคุณภาพ PDCA

5.1.1.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

จากผลสรุปการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ พบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับทรัพยากรของสถาบัน โดยมุ่งเน้นการจัดหาแหล่งข้อมูลและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอต่อความต้องการ การสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง ด้วยเหตุนี้ สถาบันการศึกษาจึงควรให้ความสำคัญในการจัดหาทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ อาทิ จำนวนผู้ให้บริการ งบประมาณที่มีอยู่ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การดำเนินการดังกล่าวจะช่วยให้สถาบันสามารถดึงดูดผู้ให้บริการได้มากขึ้นและส่งเสริมความพึงพอใจของพวกเขา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2000) ที่กล่าวว่า การเข้าถึงบริการและความปลอดภัยในการใช้บริการมีส่วนในการสร้างความพึงพอใจต่อบริการ สถานที่ตั้งและการกระจายของสถานที่ให้บริการให้ครอบคลุม จะเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการ ดังนั้น สถานที่ให้บริการจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

โดยสรุป ผลการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการทางวิชาการแก่สังคมของสถาบันการศึกษา โดยสถาบันการศึกษาคควรดำเนินการออกแบบหลักสูตรและแนวทางการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ กำหนดราคาที่เหมาะสม และพัฒนาช่องทางในการเข้าถึงบริการที่หลากหลายและสะดวก รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและทันสมัย การคัดเลือกอาจารย์ผู้สอนที่มีคุณภาพและมีประสบการณ์ การส่งเสริมประสิทธิภาพในการให้บริการ และการจัดหาทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ

5.1.2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

5.1.2.1 ด้านสังคม (Sociological Factor)

จากการสรุปข้อมูลที่ได้อาจการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ พบว่ามีความต้องการหลักสูตรที่มีความทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงาน การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ วิธีการทำงาน และพัฒนาการทางเทคโนโลยี ล้วนเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้ผู้ให้บริการต้องพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดแรงงานที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน ตระหนักถึงความสำคัญของการมีทักษะและความรู้ที่ไม่ล้าสมัยในการบรรลุเป้าหมายทางอาชีพ จึงแสวงหาหลักสูตรที่จะช่วยลดช่องว่างระหว่างองค์ความรู้ที่มีอยู่กับความต้องการของตลาดแรงงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เน้นย้ำความสำคัญของการให้บริการทางวิชาการที่ตอบสนองต่อความต้องการของสังคมและตลาดแรงงาน อาทิ ผลงานวิจัยของ เพลินพิศ จุฬพันธ์ทอง และคณะ (2557) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์บริการวิชาการเพื่อสังคมของมหาวิทยาลัยราชภัฏในภาคเหนือตอนล่าง และผลงานวิจัยของ จันทิมา งามอาจ และคณะ (2561) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการบริการวิชาการเพื่อสังคมของมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

5.1.2.2 ด้านเทคโนโลยี (Technological Factor)

จากผลสรุปที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ พบว่าเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญที่มีผลโดยตรงต่อผลิตภัณฑ์และศักยภาพในการแข่งขันของบริษัทในยุคปัจจุบัน การ

เปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วนี้ทำให้องค์กรจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาสินค้าของตนอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อให้ตรงกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของผู้บริโภค รวมถึงเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาด เทคโนโลยีทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูลและความรู้ในรูปแบบที่หลากหลาย และสามารถเรียนรู้ได้ตามความต้องการส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ยกย่องความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการวิชาการ เช่น งานวิจัยของ เฟลินพิศ จุฬพันธ์ทอง และคณะ (2557) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการแก่สังคมของมหาวิทยาลัยราชภัฏในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง

5.1.3 โครงสร้างการแข่งขันของอุตสาหกรรม

จากผลสรุปการสัมภาษณ์อาจารย์และผู้บริหารของสถาบันการศึกษา พบว่าสถาบันการศึกษาต้องเผชิญกับการแข่งขันจากผู้ให้บริการรายใหม่ที่น่าเสนอวิธีการเรียนรู้ที่ทันสมัย ควบคู่ไปกับช่องทางการศึกษาอื่น ๆ อาทิ การเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์ ดังนั้นสถาบันการศึกษาจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของการให้บริการทางวิชาการอย่างต่อเนื่อง สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างตรงจุด เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุพัฒน์ ส่องแสงจันทร์ (2546) ที่นำเสนอว่า ความต้องการของผู้รับบริการคือบริการที่มีคุณภาพ โดยคุณภาพของบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้รับบริการ และองค์กรที่มีกลยุทธ์ทางการตลาดที่ชัดเจนมักจะประสบความสำเร็จมากกว่าองค์กรที่ไม่ได้ใช้การตลาดในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่องค์กร รวมถึงการสร้างคุณค่าให้กับบริการของตนเอง เพื่อให้สามารถแข่งขันกับองค์กรที่มีการพัฒนารูปแบบการแข่งขันใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันในอนาคต

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์

จากผลการวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับการพัฒนากลยุทธ์บริการวิชาการของสถาบันการศึกษา ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์หรือบริการของสถาบันการศึกษาที่แสดงถึงความต้องการหลักสูตรที่ทันสมัยและสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน คุณภาพวิทยากรผู้สอน โดยต้องการวิทยากรที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ที่สามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างน่าสนใจ รวมถึงการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่เน้นการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน ที่ช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางสังคมและเทคโนโลยี

สถาบันการศึกษาต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานและเทคโนโลยี โดยการนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ที่ทันสมัยและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ สามารถนำมาสรุปและต่อยอดเป็นข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ได้ 2 ระดับ ได้แก่ กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business-Level Strategy) และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional level strategy) มีรายละเอียด ดังนี้

5.2.1. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business-Level Strategy)

5.2.1.1 สร้างความแตกต่าง (Differentiation)

ความแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product Differentiation) โดยมุ่งเน้นคุณภาพและความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง รวมถึงการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมุ่งเน้นที่คุณภาพและความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง รวมถึงการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้รับบริการนำมาพิจารณาในการเลือกใช้บริการวิชาการ ผู้ใช้บริการต้องการหลักสูตรที่มีความทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง และมีรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลาย นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการยังให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการวิชาการ ซึ่งพิจารณาจากชื่อเสียง ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญ ดังนั้น สถาบันการศึกษาควรพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความโดดเด่น มีคุณภาพสูง และสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง เพื่อดึงดูดผู้รับบริการและแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ เพื่อสร้างความแตกต่างในการให้บริการวิชาการแก่สังคม สถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญกับองค์ประกอบหลัก 4 ประการ ได้แก่ 1.) การสร้างคุณค่าที่เหนือกว่า โดยนำเสนอหลักสูตรที่มีความทันสมัย ตอบสนองความต้องการของสังคม และมีความแตกต่างจากคู่แข่ง 2.) การสร้างความเชี่ยวชาญ โดยพัฒนานุเคราะห์ให้มีความเชี่ยวชาญในหลากหลายสาขาวิชา 3.) การสร้างนวัตกรรม โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการให้บริการวิชาการ และ 4.) การสร้างความยั่งยืน โดยบูรณาการความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ากับการดำเนินงานบริการวิชาการ การดำเนินงานในทั้ง 4 ด้านนี้ จะช่วยให้สถาบันการศึกษาสามารถสร้างความแตกต่างและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการให้บริการวิชาการได้

5.2.1.2 มุ่งเน้นตลาดเฉพาะ (Focus)

การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะ (Focus) เป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการเฉพาะเจาะจง ซึ่งแตกต่างจากกลยุทธ์การตลาดแบบกว้างที่

พยายามเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง ซึ่งจากผลการวิจัยได้สะท้อนมุมมอง ความต้องการ และคำแนะนำ ที่มีประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์การบริการวิชาการ เช่น การสร้างหลักสูตรที่มีความทันสมัย การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนที่หลากหลาย ช่องทางประชาสัมพันธ์ และการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจในการกำหนดทิศทาง และการวางแผนบริการวิชาการให้มีความมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง โดยกลยุทธ์นี้จะเน้นการระบุและทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะเฉพาะ เพื่อนำเสนอสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนั้น ๆ ได้ อย่างตรงจุด

ในสถานการณ์ปัจจุบัน กลุ่ม Gen Z หรือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2555 (ค.ศ. 1997 - 2012) หรือคิดเป็นประมาณ 1 ใน 4 ของจำนวนประชากรไทย หรือราว 19% ของจำนวนประชากรไทยทั้งหมด กำลังขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในวงการการขายของออนไลน์ ด้วยความเป็นดิจิทัลเนทีฟ (Digital Native) พวกเขาคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีและแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเป็นอย่างดี โดยเทรนด์ที่โดดเด่นคือการเติบโตของ Social Commerce ซึ่งแพลตฟอร์มอย่าง TikTok, Instagram และ YouTube กลายเป็นตลาดออนไลน์ที่สำคัญ โดย Gen Z ให้ความสำคัญกับความแท้จริง (Authenticity) พวกเขาต้องการแบรนด์ที่โปร่งใสและมีคุณค่าที่สอดคล้องกับตัวตนของพวกเขา นอกจากนี้ ความยั่งยืนและจริยธรรมก็เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ พวกเขามักเลือกแบรนด์ที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เทคโนโลยี AR/VR จะถูกนำมาใช้มากขึ้นเพื่อสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งที่สมจริงและน่าสนใจยิ่งขึ้น และ Influencer หรือ Micro-Influencer ที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นตัวของตัวเอง จะมีบทบาทสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและแบรนด์ สรุปได้ว่า Gen Z ต้องการประสบการณ์การช้อปปิ้งที่สนุกสนาน แท้จริง และมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเทคโนโลยีใหม่ ๆ จะถูกนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านี้ ซึ่งการที่กลุ่ม Gen Z หันมาขายของออนไลน์มากขึ้นนั้น ส่งผลให้พวกเขาจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของกฎหมายมากขึ้นเช่นกัน เหตุผลหลัก ๆ คือการขายของออนไลน์ไม่ว่าจะเป็น Social commerce หรือ E-commerce นั้นถือเป็นธุรกิจรูปแบบหนึ่ง เมื่อมีรายได้เกิดขึ้นก็จำเป็นต้องมีการเสียภาษีตามที่กฎหมายกำหนด การขาดความรู้ด้านภาษี อาจนำไปสู่ปัญหาทางกฎหมายในอนาคตได้ นอกจากนี้ การเข้าใจเรื่องภาษียังช่วยให้ Gen Z สามารถบริหารจัดการรายรับรายจ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถนำความรู้ดังกล่าวไปต่อยอดเพื่อสร้างธุรกิจออนไลน์ให้มีความยั่งยืนได้



รูปที่ 4 พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของคนกลุ่ม Gen Z

ที่มา: marketingoops.com (2564)

การขับเคลื่อนโครงการให้ความรู้ด้านกฎหมายแก่คุณครูเพื่อนำไปสอนกลุ่ม Gen Z ที่ขายของออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ โดยการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐอย่างกระทรวงศึกษาธิการเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง การสร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ผ่านการนำเสนอโครงการที่มีเป้าหมายชัดเจนในการส่งเสริมความรู้ด้านภาษีให้กับเยาวชน เพื่อรองรับการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงศึกษาธิการสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนโครงการได้หลายด้าน เช่น การบรรจุหลักสูตรความรู้ด้านภาษีเข้าไปในการเรียนการสอน หรือการจัดระบบประมาณสนับสนุนการจัดอบรมและพัฒนาสื่อการเรียนรู้ นอกจากนี้ การใช้เครือข่ายของกระทรวงในการประชาสัมพันธ์โครงการไปยังโรงเรียนและครูทั่วประเทศจะช่วยเพิ่มการเข้าถึงสร้างความตระหนักรู้ในวงกว้าง ในส่วนของการออกแบบหลักสูตร ควรออกแบบหลักสูตรที่กระชับ เน้นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการขายของออนไลน์โดยตรง เช่น ภาษีจากการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ และการใช้เครื่องมือออนไลน์ในการจัดการภาษี นำเสนอเนื้อหาผ่านรูปแบบที่หลากหลาย เช่น วิดีโอสั้น อินโฟกราฟิก และเกม เพื่อให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างสนุกสนาน ควรมีการทำงานร่วมกันระหว่างผู้เชี่ยวชาญด้านภาษีและบุคลากรทางการศึกษา เพื่อให้เนื้อหาตรงกับความต้องการของ Gen Z และสอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษา การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ของกระทรวงในการเผยแพร่สื่อการเรียนรู้และสร้างชุมชนออนไลน์สำหรับแลกเปลี่ยนความรู้ จะช่วยให้โครงการมีความยั่งยืนและเข้าถึงผู้เรียนได้ทุกที่ทุกเวลา การวัดผลและประเมินผลโครงการอย่างเป็น

ระบบ โดยร่วมมือกับหน่วยงานวิจัยของกระทรวง จะช่วยให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาโครงการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ตัวอย่างที่ชัดเจนของกลยุทธ์นี้ คือการจัดโครงการให้ความรู้ด้านกฎหมายภาษีแก่คุณครู เพื่อนำไปสอนกลุ่ม Gen Z ที่ขายของออนไลน์ โดยกลุ่มเป้าหมายในกรณีนี้มีความเฉพาะเจาะจงอย่างมาก ประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ๆ คือ กลุ่มคุณครู และกลุ่ม Gen Z ที่ขายของออนไลน์

กลุ่มคุณครู	กลุ่ม Gen Z
1. เป็นผู้ที่มีความสำคัญในการถ่ายทอดความรู้ไปยังเด็ก Gen Z	1. เป็นกลุ่มที่มีความต้องการเฉพาะด้านความรู้เกี่ยวกับกฎหมายภาษีที่เกี่ยวข้องกับการขายของออนไลน์
2. การให้ความรู้แก่คุณครูจะช่วยให้เกิดการส่งต่อความรู้ด้านภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	2. เด็กกลุ่มนี้อาจมีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลด้านภาษี และต้องการความรู้ที่เข้าใจง่ายและนำไปใช้ได้จริง
3. สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการสอนและให้คำแนะนำแก่นักเรียนได้	3. การให้ความรู้แก่เด็ก Gen Z จะช่วยให้พวกเขาสามารถจัดการภาษีได้อย่างถูกต้อง และหลีกเลี่ยงปัญหาทางกฎหมาย

การผสมผสานทั้ง 2 กลุ่มเป้าหมายนี้เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดโครงการที่มีความเฉพาะเจาะจงและมีประสิทธิภาพสูง โดยการให้ความรู้แก่คุณครู จะเป็นการสร้างช่องทางในการส่งต่อความรู้ไปยังกลุ่ม Gen Z ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการเน้นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายภาษีสำหรับการขายของออนไลน์ จะเป็นการตอบสนองความต้องการของกลุ่ม Gen Z ได้โดยตรงจุด

5.2.2 กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional-Level Strategy)

จากการสรุปผลและอภิปรายในงานวิจัยนี้ สามารถนำมาพัฒนากลยุทธ์ระดับหน้าที่ได้ 3 กลยุทธ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านการตลาด	• การพัฒนาช่องทางออนไลน์
-----------------------	--------------------------

	- สร้างเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับให้บริการวิชาการ เช่น การเรียนรู้ตลอดชีวิต หรือ Lifelong Learning - ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในการประชาสัมพันธ์ พัฒนาระบบการลงทะเบียนและชำระเงินออนไลน์ - สร้างคลังความรู้ดิจิทัล เช่น บทความ วิดีโอ - จัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ออนไลน์ เช่น Webinar • การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย - การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ - ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของหน่วยงานพันธมิตร - จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เช่น Open House นิทรรศการ - เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและบริการทางการศึกษา • การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ - สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน - ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาอื่น ๆ
2. กลยุทธ์ด้านการดำเนินงาน	• การพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย หลากหลาย - ปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัย - พัฒนาหลักสูตรใหม่ ๆ - นำเสนอหลักสูตรในรูปแบบต่าง ๆ - จัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง • การนำเทคโนโลยีมาใช้ - ใช้เทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการเรียนการสอน - พัฒนาระบบสารสนเทศ - ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ • การปรับปรุงกระบวนการให้บริการ

	- ปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการ - ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น - เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน
3. กลยุทธ์ด้านบุคลากร	● การพัฒนาศักยภาพวิทยากร - การจัดอบรม ส่งเสริมการพัฒนาตนเอง - สนับสนุนการเข้าร่วมประชุมวิชาการ ● การสร้างแรงจูงใจ - ให้รางวัลและการยกย่อง ให้โอกาสในการเติบโต - สร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี

แม้ว่างานวิจัยนี้จะมุ่งเน้นไปที่การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการบริการวิชาการ แก่สังคมของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งทำให้ผลลัพธ์ที่ได้อาจมีความจำเพาะเจาะจง กับบริบทของสถาบันศึกษานั้น แต่ข้อค้นพบและกลยุทธ์ที่นำเสนอก็ยังคงมีคุณค่าและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการศึกษาอื่น ๆ หรือองค์กรที่ดำเนินงานด้านการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร ทั้งนี้การนำไปปรับใช้ควรพิจารณาถึงความแตกต่างในด้านขนาด โครงสร้างองค์กร กลุ่มเป้าหมาย และลักษณะของบริการที่แต่ละหน่วยงานนำเสนอ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

5.3 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะแนวทางการวิจัยในอนาคต

1. ขอบเขตของการศึกษา เนื่องจากผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันการศึกษาแห่งหนึ่งเท่านั้น ซึ่งผลการวิจัยอาจไม่สามารถนำไปใช้เป็นกรอบในการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันการศึกษาอื่น ๆ ได้อย่างครอบคลุม ดังนั้นจึงควรขยายขอบเขตการศึกษา และมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันการศึกษาในประเภทอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และสามารถพัฒนาเป็นกลยุทธ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงในแต่ละกลุ่มได้มากขึ้น

2. ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยอาจมีขนาดเล็กเกินไป ทำให้ผลการวิจัยไม่สามารถนำไปอ้างอิงหรือสรุปผลในวงกว้างได้ หรือการวิจัยนี้อาจใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่จำกัด เช่น การสัมภาษณ์หรือการสำรวจ ซึ่งอาจทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่ครอบคลุมหรือไม่ลึกซึ้งเท่าที่ควร ดังนั้นจึง

ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาการบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันการศึกษา

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ไม่ได้รวบรวมข้อมูลจากต่างประเทศ ทำให้ไม่สามารถเปรียบเทียบรูปแบบและวิธีการในการพัฒนาการบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันการศึกษาในประเทศไทยกับต่างประเทศได้ ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาระบบเปรียบเทียบ (Comparative Study) เพื่อช่วยให้สถาบันการศึกษาในประเทศไทยได้เรียนรู้จากประสบการณ์ของต่างประเทศ และนำแนวปฏิบัติที่ดีมาปรับปรุงและพัฒนาการบริการวิชาการแก่สังคมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



กระทรวงศึกษาธิการ. (2561). ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ.

2561. ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 135 ตอนพิเศษ 199 ง. หน้า 20.

กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2562). พระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ.

2562. ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 136 ตอนที่ 57 ก. หน้า 10.

กิตติชัย การโสภณ. (2563). แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำแผนกลยุทธ์. *จุลสารบริหารวิชาการ โรงเรียน
ยางหล่อวิทยาการ, ปี 2563.*

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2563). *การคิดเชิงวิเคราะห์*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: ชัคเชส.

- คมกริช หนองนาโชค, โสคติพัฒน์ วรรณนุรักษ์, เพิ่มพร บุพพวงษ์, ภาษา ทะรังศรี และกษมา สุขุมาลจันทร์. (2564). ความคิดเห็นต่อการให้บริการวิชาการและประเภทของการบริการวิชาการ ของมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตสุพรรณบุรี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกีฬาแห่งชาติ*. 13(3), 131-144.
- จันทิมา งามอาจ, บรรเจิด เจริญเวช และสนชัย ใจเย็น. (2561). การบริหารจัดการการบริการวิชาการ แก่สังคมของมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. *Suratthani Rajabhat Journal*, 5(1), 273-298.
- จิตรานุษ น้อยสุทธิสกุล, นเรศ สิงห์ครามเขต และจารุวัตร จิตตเสถียร. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการ ให้บริการวิชาการของศูนย์บริการวิชาการแบบจัดหารายได้. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์).
- ชยาวัณ เกียรติกมลมาลย์ และสุรเกียรติ ธาดาวัฒนาวิทย์. (2564). แนวทางการพัฒนารูปแบบการ บริการวิชาการของสถาบันอุดมศึกษาเฉพาะทางด้านอุตสาหกรรมบริการ Guidelines for the Development of Academic Services of Specialized Higher Education Institutions in the Hospitality Industry. *นโยบายการพิจารณากลับกรองบทความ*, 100.
- ชยาวัณ เกียรติกมลมาลย์ และสุรเกียรติ ธาดาวัฒนาวิทย์. (2021). แนวทางการพัฒนารูปแบบการ บริการวิชาการของสถาบันอุดมศึกษาเฉพาะทางด้านอุตสาหกรรมบริการ. *Dusit Thani College Journal*, 15(1), 102-106.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชูผิง เปีย, จตุพล ยงสร และจารุวรรณ สกุลกู. (2014). ทักษะของนักศึกษาต่อการ เรียนการสอนวิชา ภาษาจีนวิทยาลัยการแพทย์ทางเลือกมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. *วารสารวิจัย ทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 9(1).
- ชุตติเดช สุวรรณมณี. (2566). การพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการแก่สังคมของมหาวิทยาลัยมหามกุฏ ราชวิทยาลัย. *Journal of Buddhist Sociology*, 8(2), 159-179
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2539). *การวางแผนเชิงกลยุทธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: คณะกรรมการปฏิรูป ระบบราชการ สำนักนายกรัฐมนตรี.

- นภัทร เสนพงศ์, พิษญาณี พูนพล และณัฐพร ไทยจงรักษ์. (2561). กระบวนการสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานบริการวิชาการแก่สังคมของบุคลากรในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. *Journal of Behavioral Science for Development/ Warasan Pruetikamsat Puea Kan Phathana*, 10(2).
- ปรีชญา เอี่ยมวงศ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าที่ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต (Tops Supermarkets) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ประทุมพร วีระสุข, ชุตินา สัจจามันท์ และชูศักดิ์ เอกเพชร. (2022). การบริการวิชาการ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคใต้. *Journal of Information and Learning*, 33(1), 123-133.
- ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2563). รู้จักคำว่า กลยุทธ์ (Strategy) และระดับของกลยุทธ์. popticles.com. Retrieved from <https://www.popticles.com/business/type-of-strategy/>
- พชรวิทย์ จันทร์ศิริสิริ. (2560). นโยบายและการวางแผนกลยุทธ์สำหรับสถานศึกษายุคใหม่. มหาสารคาม: อภิชาติการพิมพ์.
- พรทิวา ชนะโยธา. (2565). รูปแบบการพัฒนากลยุทธ์เชิงบูรณาการการบริหารสถานศึกษาตามแนวพุทธศาสตร์กับเทคโนโลยีสร้างสรรค์ สำหรับโรงเรียนระดับประถมศึกษาขนาดเล็กสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- เพลินพิศ จุฬพันธ์ทอง, สุนทรี ดวงทิพย์, ชูชีพ พุทธประเสริฐ และยุภาดิ ปณะราช. (2557). การพัฒนา กลยุทธ์การบริการวิชาการแก่สังคมของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง. *Journal of Education and Innovation*, 16(1), 40-53.
- เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ. (2553). การจัดการเชิงกลยุทธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บริษัทอักษรเงินดี จำกัด.

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567). ทำความเข้าใจ Gen Z เด็กรุ่นใหม่เข้าสู่ตลาดแรงงาน เพื่อการทำงานร่วมกันแบบไร้รอยต่อ. *marketingoops.com*. Retrieved from <https://www.marketingoops.com/reports/research/educate-behavior-gen-z/>
- มลธิดา อุบลรัตน์. (2565). การวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาองค์กรที่มีประสิทธิภาพ. *วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมปริทรรศน์ (Journal of Interdisciplinary Innovation Review)*, 6(2).
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2553). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2553*. กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน). (2564). *แนวทางการประเมินคุณภาพภายนอก ระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2564*. กรุงเทพฯ: สำนักงานฯ.
- สุชาติ วัฒนชัย. (2548). การบริการวิชาการแก่สังคมกับการประกันคุณภาพ. *วารสารประกันคุณภาพมหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 6(2).
- สุพัฒน์ ส่องแสงจันทร์. (2546). การบริการลูกค้า: ประเด็นเพื่อพิจารณา. *บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มข*, 21(1), 4.
- เสนาะ ดิยาวี. (2546). *การบริหารกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Bryson, J. M., & Alston, F. K. (2005). *Creating and implementing your strategic plan*. San Francisco: Jossey Bass
- Henry Mintzberg. (1994). *Rise and fall of strategic planning*. New York: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management (The millennium ed.)*. New Jersey: Prentice Hall International.
- Kotler, P. (2003). *Marketing insights from A to Z: 80 concepts every manager needs to know*. John Wiley & Sons.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability*. (13th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก: แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ชุดที่ 1

ผู้ให้บริการ (หน่วยงานรัฐ, รัฐวิสาหกิจ, เอกชน)

จากประสบการณ์การใช้บริการการบริการวิชาการ (training) ของสถาบันการศึกษานี้ ท่านมีความพึงพอใจในการรับบริการอย่างไรบ้าง? (ประสบการณ์ในการเข้าร่วมหลักสูตร/ใช้บริการวิชาการที่ท่านประทับใจที่สุดได้หรืออะไรคือสิ่งที่ทำให้ท่านประทับใจ)

ส่วนที่ 1 ความเข้าใจและความสำคัญของบริการวิชาการ

1.) ท่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับ "บริการวิชาการ" อย่างไรบ้าง?

(คำว่า "บริการวิชาการ" ทำให้ท่านนึกถึงอะไรบ้าง เช่น การแบ่งปันความรู้ การพัฒนาสังคม การฝึกอบรม การจัดกิจกรรม)

2.) ท่านคิดว่าบริการวิชาการมีความสำคัญต่อสถาบันการศึกษา และสังคมอย่างไร?

(การบริการวิชาการช่วยเสริมสร้างชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ ความเชี่ยวชาญ การพัฒนาสังคม การยกระดับคุณภาพการศึกษา)

ส่วนที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์และกระบวนการ

3.) ท่านเคยเข้าร่วมหลักสูตรหรือใช้บริการวิชาการจากสถาบันการศึกษานี้หรือไม่? หลักสูตร/บริการวิชาการที่ท่านเคยเข้าร่วมนั้น มีส่วนช่วยพัฒนาความรู้ ทักษะ หรือศักยภาพของท่านในด้านใดบ้าง?

(เช่น ด้านความรู้ ทักษะ ศักยภาพ การวิเคราะห์และการแก้ปัญหา)

4.) การเข้าร่วมหลักสูตรหรือการใช้บริการวิชาการจากสถาบันการศึกษานี้ มีผลต่อการพัฒนาทักษะหรือความรู้ของท่านอย่างไรบ้าง?

(หลังจากเข้าร่วมหลักสูตร/บริการวิชาการ ท่านรู้สึกว่าคุณสมบัติใดของท่านพัฒนาขึ้นบ้าง? เช่น ทักษะการสื่อสาร การแก้ปัญหา การทำงานเป็นทีม การคิดวิเคราะห์)

5.) ท่านรู้สึกว่าการบริการวิชาการที่ได้รับจากสถาบันการศึกษานี้ สามารถตอบสนองความต้องการของท่านหรือไม่? และมีด้านไหนที่ท่านคิดว่าควรปรับปรุง?

(อะไรคือสิ่งที่ทำให้ท่านรู้สึกพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ? เช่น หลักสูตร วิทยากร สถานที่ การจัดการ / ท่านคิดว่ามีด้านใดบ้างที่ควรปรับปรุง? เช่น หลักสูตร วิธีการนำเสนอ กิจกรรม สื่อการสอน)

6.) ท่านพึงพอใจในบริการวิชาการที่สถาบันนี้ให้บริการในด้านใดบ้าง?

(ยกตัวอย่างการบริการวิชาการที่ท่านพึงพอใจ เช่น หลักสูตร ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ คุณภาพของเนื้อหาวิชาการ ความเชี่ยวชาญของอาจารย์หรือผู้ให้บริการ)

ส่วนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการบริการวิชาการแก่สังคม

7.) ท่านเคยพบปัญหาหรืออุปสรรคใดๆ ในการใช้บริการวิชาการของสถาบันการศึกษานี้หรือไม่? หากมี อะไรบ้างที่ท่านคิดว่าสามารถปรับปรุงได้หรือไม่?

(พบปัญหาหรืออุปสรรคอะไรบ้างในการใช้บริการวิชาการ เช่น การสมัคร การเดินทาง ค่าใช้จ่าย เวลา เนื้อหา วิทยากร)

8.) ในความเห็นของท่าน สถาบันการศึกษานี้ควรมีการพัฒนาบริการวิชาการในด้านไหน เพื่อพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น?

(สถาบันการศึกษานี้ควรมีรูปแบบ หรือช่องทางในการให้บริการวิชาการแบบใดเพิ่มเติมบ้าง เช่น ออนไลน์ การเรียนรู้แบบผสมผสาน การให้คำปรึกษา โครงการในชุมชน)

9.) หากสถาบันการศึกษานี้ จะเปิดบริการวิชาการใหม่ๆ ท่านอยากเห็นบริการในรูปแบบบริการวิชาการใดที่ท่านคิดว่าจะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ดีที่สุด?

(มีข้อจำกัด หรือความต้องการพิเศษ อะไรบ้างในการเข้ารับบริการวิชาการ? เช่น เวลา สถานที่ ค่าใช้จ่าย รูปแบบการเรียนรู้)

10.) ท่านมีความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะใดๆ เกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการหรือไม่?

(สถาบันการศึกษานี้ ควรให้ความสำคัญกับเรื่องใดเป็นพิเศษในการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการ เช่น การสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่างๆ การพัฒนาคุณภาพของบริการ การขยายขอบเขตการให้บริการ การประชาสัมพันธ์)

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ชุดที่ 2

อาจารย์ และผู้บริหารของสถาบันการศึกษา

ส่วนที่ 1 ความเข้าใจและความสำคัญของบริการวิชาการ

1.) ในมุมมองของท่าน การบริการวิชาการคืออะไร และมีความสำคัญต่อภารกิจของสถาบันการศึกษาอย่างไร?

("บริการวิชาการ" ช่วยสนับสนุนพันธกิจของสถาบันฯ ในด้านใดบ้าง เช่น การพัฒนาหลักสูตร การสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่างๆ การเสริมสร้างชื่อเสียง)

2.) ท่านเห็นว่าบริการวิชาการของสถาบันการศึกษาในปัจจุบันมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์หรือไม่? และในด้านใดที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้?

(บริการวิชาการในปัจจุบันสะท้อนวิสัยทัศน์ของสถาบันการศึกษามากน้อยเพียงใด? (เช่น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด) ในด้านใดบ้างที่ท่านเห็นว่า บริการวิชาการ สอดคล้องกับ วิสัยทัศน์เป็นอย่างดี เช่น ด้านเนื้อหา รูปแบบ การเข้าถึง ผลลัพธ์)

ส่วนที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์และกระบวนการ

3.) ท่านมองว่ากลยุทธ์การบริการวิชาการในสถาบันการศึกษานี้ ควรเป็นเช่นไรเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้เรียนและชุมชน?

(กลยุทธ์การบริการวิชาการควรมีลักษณะอย่างไร จึงจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น มีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้ เน้นการมีส่วนร่วม)

4.) ในประสบการณ์ของท่าน การพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการต้องคำนึงถึงปัจจัยหรือความท้าทายด้านใดบ้าง?

(มีประสบการณ์ในการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการมาก่อนหรือไม่ / คิดว่าทรัพยากรของสถาบันการศึกษานี้ เช่น บุคลากร งบประมาณ เทคโนโลยี มีผลกระทบต่อการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการอย่างไร)

5.) ในการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการ ท่านเห็นว่าสถาบันการศึกษานี้ ควรมีความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เช่น ภาครัฐ, ภาคธุรกิจ หรือชุมชน อย่างไร?

(คิดว่าสถาบันการศึกษานี้ ควรมีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ/ภาคธุรกิจ ในรูปแบบใดบ้าง เช่น การร่วมวิจัย การจัดอบรม การแลกเปลี่ยนข้อมูล การสนับสนุนงบประมาณ)

6.) ท่านคิดว่า การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ (เช่น การเรียนการสอนออนไลน์, แพลตฟอร์มการเรียนรู้) จะมีบทบาทสำคัญอย่างไรในการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการในอนาคต?

(เทคโนโลยีใหม่ๆ จะช่วยให้ผู้รับบริการเข้าถึงการบริการวิชาการได้มากขึ้นอย่างไร เช่น ผู้เรียนในพื้นที่ห่างไกล ผู้พิการ ผู้สูงอายุ หรือช่วยพัฒนาคุณภาพ ของบริการวิชาการได้อย่างไร เช่น เนื้อหา รูปแบบ การวัดผล)

ส่วนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการบริการวิชาการแก่สังคม

7.) ในกระบวนการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการ ท่านมองว่าอุปสรรคหรือข้อจำกัดที่สำคัญที่สถาบันต้องเผชิญคืออะไร?

(มีปัญหอะไรบ้างเกี่ยวกับบุคลากรที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนากลยุทธ์ เช่น ขาดความเชี่ยวชาญ ขาดแรงจูงใจ ขาดความร่วมมือ ความขัดแย้งภายใน หรือมีข้อจำกัดอะไรบ้างเกี่ยวกับทรัพยากรที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนากลยุทธ์ เช่น งบประมาณจำกัด ขาดแคลนอุปกรณ์ สถานที่ไม่เอื้ออำนวย)

8.) ในมุมมองของท่าน การบริการวิชาการในอนาคตจะต้องมีการปรับเปลี่ยนอย่างไรบ้าง เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของการศึกษาในระดับประเทศและระดับสากล?

(ปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อทิศทางการพัฒนาของการศึกษาในระดับประเทศ และระดับสากล เช่น เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี หรือการบริการวิชาการ ควรมีการปรับเปลี่ยนในด้านใดบ้าง เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของการศึกษา เช่น เนื้อหา รูปแบบ การเข้าถึง)

9.) ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการในสถาบันการศึกษานี้ในระยะยาว?

(ปัจจัยใดบ้างที่จะมีอิทธิพลต่อการบริการวิชาการในระยะยาว เช่น เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม / กลยุทธ์ใดที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาบริการวิชาการในระยะยาว เช่น การสร้างแบรนด์ การสร้างเครือข่าย การพัฒนาคุณภาพ / ควรพัฒนาบริการวิชาการในด้านใดบ้าง เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการในอนาคต เช่น เนื้อหา รูปแบบ การเข้าถึง / สถาบันการศึกษานี้ควรทำอย่างไร เพื่อให้บริการวิชาการมีความยั่งยืนในระยะยาว เช่น การสร้างรายได้ การลดต้นทุน การพัฒนาบุคลากร)

10.) ท่านเห็นว่าการมีส่วนร่วมของบุคลากรในสถาบันในการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการมีความสำคัญอย่างไร และมีการเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง?

(บุคลากรควรมีส่วนร่วมในขั้นตอนใดบ้างของกระบวนการพัฒนากลยุทธ์การบริการวิชาการ เช่น การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดเป้าหมาย การออกแบบกลยุทธ์ การดำเนินงาน การติดตามและประเมินผล)

11.) ในระยะยาว ท่านคาดหวังว่ากลยุทธ์การบริการวิชาการของสถาบันจะส่งผลต่อภาพลักษณ์และความเป็นผู้นำทางวิชาการของสถาบันอย่างไร?

(กลยุทธ์การบริการวิชาการ ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษานี้ในด้านใดบ้าง เช่น ความน่าเชื่อถือ ความเป็นเลิศทางวิชาการ การรับผิดชอบต่อสังคม / กลยุทธ์การบริการวิชาการ ส่งเสริมความเป็นผู้นำทางวิชาการของสถาบันการศึกษานี้ในด้านใดบ้าง เช่น การสร้างองค์ความรู้ใหม่ การเผยแพร่ผลงานวิจัย การเป็นที่ปรึกษา)