

ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

นงนุช ทองอ่อน ศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

1. หลักการและเหตุผล

ศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานส่วนกลางระหว่างผู้ขอรับบริการจากหน่วยงานภายนอกและหน่วยงานในสังกัดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และการให้บริการในด้านการเรียนการสอนภาคปฏิบัติการของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี และบัณฑิตศึกษา เพื่อให้บริการแบบครบวงจร โดยมีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย เช่น การจัดโครงการฝึกอบรม การให้บริการตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการ การให้บริการเครื่องมือแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหาร การให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาทางด้านอุตสาหกรรมเกษตร เป็นต้น กรอบกับในปัจจุบันมีหลายหน่วยงานทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ที่มีการให้บริการในรูปแบบที่คล้ายคลึงกับศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่าเป็นหน่วยงานเครือข่ายความร่วมมือ หรือหน่วยงานคู่แ่งทางการให้บริการก็ได้ ตลอดระยะเวลาที่ศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร ได้มีการดำเนินการให้บริการพบว่ากรมการมีผู้มาขอรับบริการกันอย่างต่อเนื่อง และได้มีการประเมินผลความพึงพอใจในส่วนของกิจกรรมการฝึกอบรมเท่านั้น ซึ่งหากจะพัฒนาการดำเนินงานของศูนย์บริการธุรกิจในอนาคต ผู้วิจัยจึงมีความคิดที่จะศึกษาความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้บริการของศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรเพิ่มเติม โดยมุ่งเน้นความคาดหวังด้านการให้คำปรึกษาปัญหาทางด้านอุตสาหกรรมเกษตร การให้บริการตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการ และการให้บริการเครื่องมือแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการดำเนินงานและนำไปปรับปรุงการให้บริการของศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรต่อไป และยังสอดคล้องกับการดำเนินงานตามเกณฑ์พัฒนาคุณภาพการศึกษาเพื่อการค้าเป็นเลิศ (Education Criteria for Performance Excellence : EdPEX) ในหมวด 3 ลูกค้ำ และหมวดที่ 7 ผลลัพธ์

2. วัตถุประสงค์

ศึกษาถึงระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการในด้าน

- การให้คำปรึกษาปัญหาทางด้านอุตสาหกรรมเกษตร
- ด้านการให้บริการตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการ
- ด้านการให้บริการเครื่องมือแปรรูปทางด้านอุตสาหกรรมอาหาร

3. วิธีดำเนินการ

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ได้แก่ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากผู้มาใช้บริการของศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 100 ราย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่มีผู้ศึกษาและเก็บรวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire)

แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพปัจจุบัน การรับทราบข้อมูลการให้บริการของศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรจากแหล่งใด เหตุผลที่เลือกมาใช้บริการของศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร มาใช้บริการที่ศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรเป็นครั้งที่เท่าไร และเคยมาใช้บริการใดของศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร ซึ่งมีด้วยกัน 3 ด้าน คือ 1. ด้านการให้คำปรึกษาปัญหาทางด้านอุตสาหกรรมเกษตร 2. ด้านการให้บริการตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการ 3. ด้านการใช้บริการเครื่องมือแปรรูปทางด้านอุตสาหกรรมอาหาร (โรงงานต้นแบบ)

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

4. การตอบโจทย์เป้าหมายการจัดการองค์ความรู้

เป็นองค์ความรู้ที่สนับสนุนกลยุทธ์ของคณะอุตสาหกรรมเกษตร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (TQA)

หมวดที่ 3 ลูกค้ำ (Customers) ได้แก่

3.1 ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations)

3.2 ความผูกพันของลูกค้า (Customer Engagement)

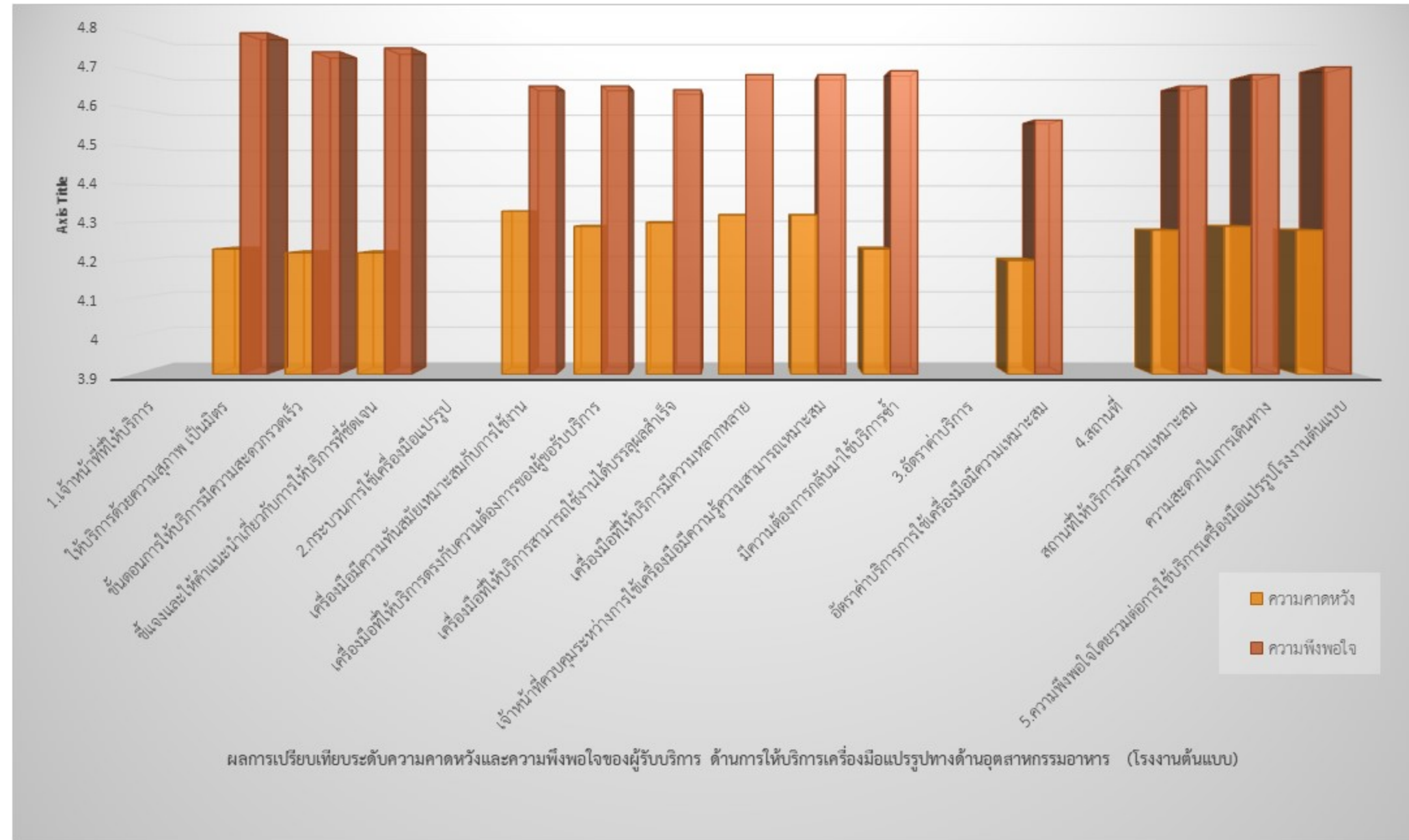
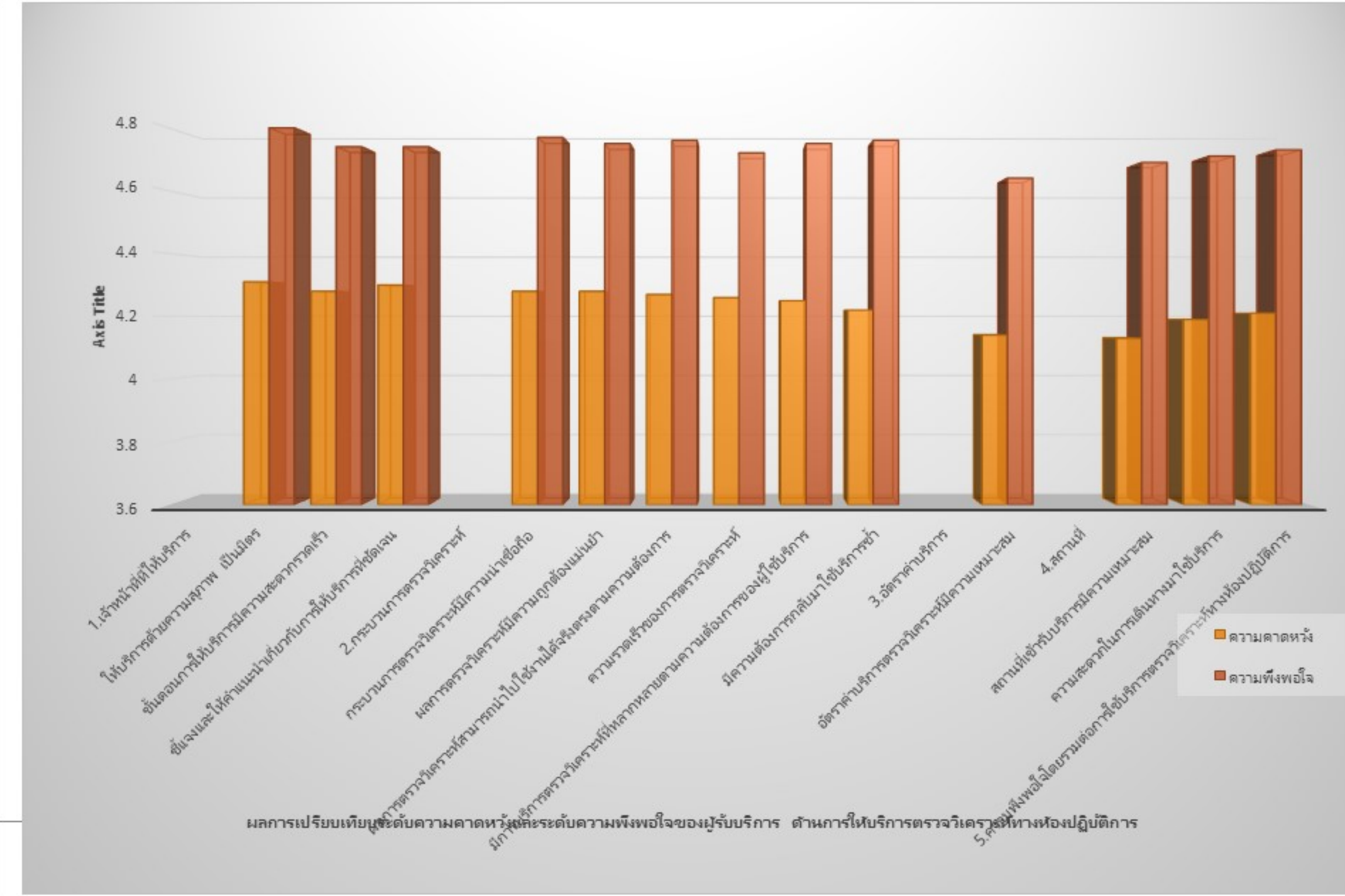
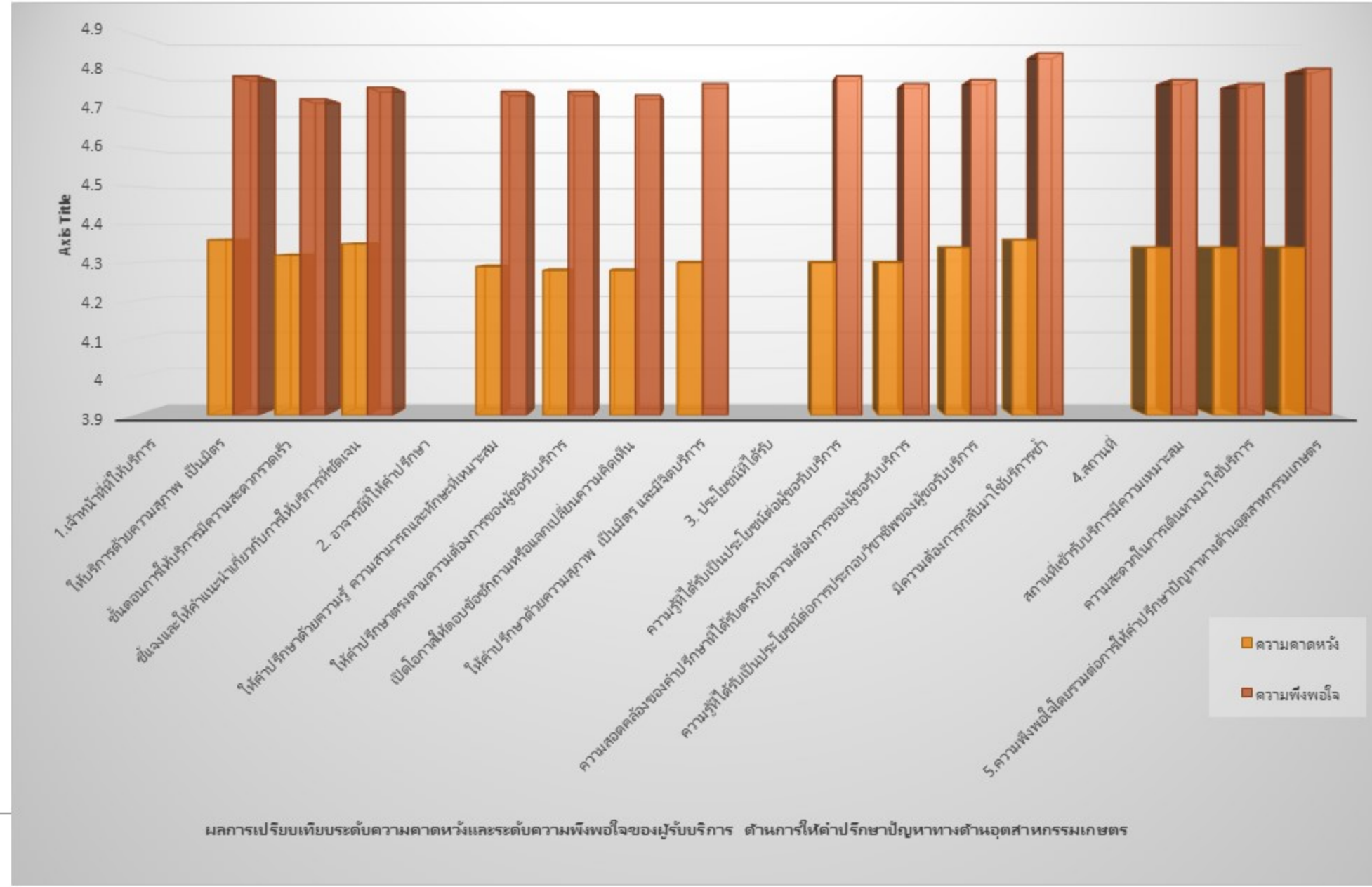
หมวดที่ 7 ผลลัพธ์

7.1 ผลลัพธ์ด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ (Product and Process Results) ผลลัพธ์ด้านลูกค้ำ

(Customer Results)



5. ผลการศึกษา



6. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย และผลการดำเนินงานตามข้อเสนอแนะ

ด้านการให้คำปรึกษาปัญหาทางด้านอุตสาหกรรมเกษตร

ควรจัดให้มีการนัดหมายล่วงหน้าระหว่างอาจารย์และผู้ขอรับบริการ โดยสามารถเปิดช่องทางการจัดหมายผ่านระบบออนไลน์ หรือการโทรศัพท์นัดหมายกันล่วงหน้า เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการให้บริการ และเป็นการเตรียมพร้อมของอาจารย์ในการเตรียมข้อมูลเพื่อให้คำปรึกษาแก่ผู้ขอรับบริการ หรือเปิดช่องทางการให้คำปรึกษาผ่านระบบออนไลน์ในรูปแบบที่เอื้อต่อผู้ขอรับบริการเช่นการส่งข้อความทาง inbox e-mail หรือการใช้โปรแกรม Zoom

ผลการดำเนินงาน

- ได้มีการเพิ่มช่องทางการให้คำปรึกษาผ่านทางระบบออนไลน์ทาง inbox ของ facebook ของศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร <https://www.facebook.com/absc.cmu>
- สามารถติดต่อขอรับคำปรึกษาทางโทรศัพท์ และสามารถนัดหมายล่วงหน้าทางโทรศัพท์หรือ inbox ทั้งในช่วงสถานการณ์ปกติและในช่วงสถานการณ์ระบาดของโรค COVID 19

ด้านการให้บริการตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการ

ควรลดระยะเวลาในการดำเนินงานหรือขั้นตอนที่ไม่จำเป็นลง เพื่อให้การตรวจวิเคราะห์เป็นไปอย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการของผู้ขอรับบริการ ที่อาจจะมีความจำเป็นที่จะต้องใช้ผลการตรวจวิเคราะห์เพื่อการประกอบธุรกิจ หรือเพื่อการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนรายการที่ไม่สามารถดำเนินการได้และเพิ่มรายการตรวจวิเคราะห์ที่สามารถให้บริการได้ รวมถึงปรับปรุงอัตราค่าบริการให้เป็นปัจจุบันโดยให้มีราคาที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่นๆ ได้

ผลการดำเนินงาน

- มีการจัดระบบการส่งตัวอย่างในการตรวจวิเคราะห์ผ่านทางสำนักวิชา และมีการกระจายตัวอย่างไปยังห้องปฏิบัติการเพื่อไม่ให้เกิดการคั่งค้างของงาน
- มีการประสานงานการส่งตัวอย่างระหว่างศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร และคณะนักวิทยาศาสตร์ผ่านทาง Line
- มีการปรับปรุงรายการให้บริการและอัตราค่าบริการทั้งในส่วนของการตรวจวิเคราะห์และโรงงานต้นแบบ

ด้านการให้บริการเครื่องมือแปรรูปทางอุตสาหกรรมอาหาร (โรงงานต้นแบบ)

ควรมีการวางแผนการตรวจเช็คเครื่องมือเป็นประจำเพื่อการพร้อมให้บริการ กระจายภาระงานในการดูแลเครื่องมือให้กับบุคลากรในสังกัดโรงงานต้นแบบเพื่อให้ทันต่อความต้องการของผู้ขอรับบริการ พิจารณาเสนอขอรับงบประมาณสนับสนุนในการจัดหาครุภัณฑ์ทดแทนครุภัณฑ์ที่ชำรุด ครุภัณฑ์ที่ทันต่อเทคโนโลยีสมัยปัจจุบัน หรือครุภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการใช้งานของผู้ขอรับบริการ จัดวางครุภัณฑ์ในโรงงานต้นแบบให้เหมาะสมพื้นที่และสะดวกต่อการใช้งาน

ผลการดำเนินงาน

- มีการจัดทำแผนการบำรุงรักษาเครื่องมือในโรงงานต้นแบบเป็นประจำตลอดทั้งปี
- ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการจัดหาครุภัณฑ์เพื่อรองรับการให้บริการเพิ่มเติมตามโครงการ Innovation Hub และโครงการ Flagship
- ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ แผ่นดินประจำปี 2564 ในการจัดทำโครงการส่วนต่อขยายโรงงานต้นแบบเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการแปรรูปอาหารเชิงนวัตกรรมมูลค่าเพิ่ม

เนื่องจากความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ขอรับบริการ เป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินงานด้านการให้บริการ การศึกษาและเก็บข้อมูลด้านนี้จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากสามารถนำไปประกอบการพิจารณาการปรับปรุงการดำเนินงานของศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรได้เป็นอย่างดี สามารถสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในการให้บริการในรูปแบบที่ดำเนินการอยู่ว่าตรงกับความต้องการของผู้มาขอรับบริการหรือไม่ และการปรับปรุงการดำเนินงานในด้านต่างๆ ควรจะดำเนินการไปในทิศทางใด ผู้ศึกษาจึงเห็นควรให้มีการวิจัยในด้านนี้อีกอย่างต่อเนื่องต่อไป

7. บรรณานุกรม

กฤษฎา หาญกล้าผจญ. 2546. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการสินค้า : กรณีศึกษาสำนักงานธุรกิจอ้อมน้อย ธนาครกรุงไทย จำกัด (มหาชน).

การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กฤษณา รัตนพลฤกษ์. 2545. การตลาดบริการ. ภาควิชาการตลาด. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กฤษณิ เวชระ. 2546. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรพช กัลยาณ และรุ่งทิพย์ กัลยาณ. 2542. ความคาดหวังต่องานอาชีพของนักศึกษาโครงการปฏิรูปการศึกษาเกษตรเพื่อชีวิต เชียงใหม่ : วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีเชียงใหม่.

พรรณิต พัฒนาชัย. 2551. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมเชียงใหม่ภูคำ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. 2549. การตลาดธุรกิจบริการ = Service marketing. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

Kotler, Philip. 1997. Marketing Management : analysis, planning, implementation, and control. 9th ed. Upper Subble River. NJ : Prentice Hall International.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 1985. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research." *Journal of Marketing*, 49(Fall) :41-50".

Parasuraman, A.,Zeithaml, Valaric A. And Berry, Leonard L. 1990. Delivering quality service: Balancing Customer Percept ions and Expectation. New York: The Free Press. อ้างถึงในธนดิสริ ผาภูมิตร และคณะ. 2544. การศึกษาคุณภาพของงานสอบบัญชีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.