

ประสบการณ์ที่ได้จากการเข้าร่วมโครงการบริการวิชาการสู่สังคม
ด้านการจัดการ การตลาด

● **กระบวนการของการอบรมในโครงการฯ**

- การดำเนินงานในครั้งนี้มีสำนักงานบริการวิชาการเป็นหน่วยงานที่จะสอบถามความต้องการของเทศบาลหนองป่าครั่ง ทำให้มหาวิทยาลัยสามารถทราบความต้องการของชุมชนว่ามีความต้องการให้มหาวิทยาลัยอบรมในเรื่องใดบ้าง ซึ่งคณะบริหารธุรกิจได้รับผิดชอบในเรื่องการอบรมในการคิดต้นทุนของผลิตภัณฑ์และให้คำปรึกษาด้านการตลาด ด้านบริหาร ระยะเวลาทั้งหมด 3 วัน คือระหว่างวันที่ 30-31 มกราคม และ 1 กุมภาพันธ์ 2555 โดยทางเทศบาลฯ ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นตัวแทนของกลุ่มผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 40 คน และทางสำนักงานบริการวิชาการก็เป็นหน่วยงานที่ดำเนินการด้านการประเมินให้
- ในส่วนของการดำเนินงานของเทศบาลนั้น ในครั้งนี้เทศบาลได้มีการดำเนินการที่รวดเร็วเนื่องจากเทศบาลได้มีการกำหนดบุคคลที่รับผิดชอบในเรื่องต่างๆ และจับคู่อาจารย์ที่รับผิดชอบในการดำเนินโครงการนั้นๆ ส่งผลให้การดำเนินการและการประสานงานร่วมกันเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ซึ่งทำให้โครงการมีการดำเนินงานที่เร็วกว่าปี 2554

● **ความรู้ที่ใช้ในการอบรม**

- การอบรมในครั้งนี้มี 3 สาขาที่เข้าไปมีส่วนช่วยชุมชนได้แก่สาขาการตลาด สาขาการจัดการ และสาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว ซึ่งคณะฯ โดยสาขาต่างๆ ก็ได้ให้ความรู้แก่ชุมชนพอสรุปได้ว่าชุมชนได้รับการให้คำปรึกษาด้านการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การระบุช่องทางทางการตลาดด้านใหม่ การขยายฐานลูกค้าจากเดิม การแสวงหารายได้จากกลุ่มลูกค้าเดิม ส่วนมุมมองด้านการจัดการก็พยายามให้ชุมชนมีการวางแผนก่อนการดำเนินการ การจัดเก็บข้อมูลต้นทุน สามารถเข้าใจและแยกประเภทของต้นทุนที่จะจัดเก็บได้เพื่อประโยชน์ในการทราบการตั้งราคาและต้นทุนที่ทราบนั้นเกิดจากต้นทุนตัวใด ซึ่งหากจะต้องลดต้นทุนก็จะสามารถทราบว่าควรลดต้นทุนใดด้านไหนได้ดีขึ้น ส่วนด้านการโรงแรมและการท่องเที่ยวนั้นก็ช่วยชุมชนได้มากเกี่ยวกับลักษณะของการปรุงอาหารให้ถูกสุขอนามัย และความสะอาดภายในร้านค้า ตลอดจนการดีไซน์อาหารให้ดูหน้ารับประทาน และการคำนึงถึงต้นทุนการผลิตอาหาร

- ปัญหาในการดำเนินโครงการที่ต้องอาศัยการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วมของหลายหน่วยงาน
 - คณะฯไม่สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนในบางหัวข้อได้ เช่น ในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมหาวิทยาลัยไม่มีสาขาโดยตรงที่เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างเช่นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา แต่คณะฯก็อาศัยหน่วยงานที่มหาวิทยาลัยมีความร่วมมือด้วยเช่นกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นผู้อบรมให้ ก็ทำให้ตอบสนองความต้องการในด้านนี้ของชุมชนได้เช่นกัน

- โครงการที่น่าจะสามารถให้คำปรึกษาได้ต่อเนื่องเป็นปีที่2
 - จากการเข้าไปมีส่วนร่วม ทำให้พบว่าชุมชนยังคงมีความต้องการให้มหาวิทยาลัยช่วยด้านการทำการตลาดของสินค้าโอท็อป การจัดทำแผนธุรกิจเพื่อประโยชน์ในการวางแผนธุรกิจของตนเองอย่างง่าย และในส่วนของด้านการโรงแรมและการท่องเที่ยวในเรื่องมาตรฐานสู่ภาวะการผลิตอาหารและการตลาดของกลุ่มอาชีพธุรกิจอาหาร

ศูนย์พัฒนาธุรกิจขนาดย่อม
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ
15 เมษายน 2555