

ภาวะผู้นำกับการพัฒนาธุรกิจวิชาการในสถาบันอุดมศึกษา Leadership and Academic Business Development in Higher Education Institutions

มูทิตา สร้อยเพชร* ศิโรจน์ ผลพันธิน สุขุม เฉลยทรัพย์ และจิตชิน จิตติสุขพงษ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Mutita Sroipet*, Sirote Pholpuntin, Sukhum Chaleysub and Jitchin Jittisukaphong
Graduate School, Suan Dusit University

Received: September 3, 2024

Revised: November 9, 2024

Accepted: November 12, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาภาวะผู้นำกับการพัฒนาธุรกิจวิชาการในสถาบันอุดมศึกษา ท่ามกลางความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำเชิงผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจวิชาการให้ประสบความสำเร็จ โดยผู้นำต้องสร้างวิสัยทัศน์ กระตุ้นนวัตกรรม และเสริมสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ การวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จพบ 6 กลุ่มหลัก ได้แก่ องค์กร บุคลากร การประเมิน เทคโนโลยี การจัดการข้อมูล และธรรมาภิบาล รวม 50 ปัจจัยย่อย บทความนำเสนอกรอบแนวคิดการพัฒนาธุรกิจวิชาการที่ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ ความมั่นคงทางการเงิน การทำให้ความรู้เป็นธุรกิจ การพัฒนาประสบการณ์ทางการศึกษา ความร่วมมือกับอุตสาหกรรม ความหลากหลายของแหล่งรายได้ ระบบนิเวศธุรกิจวิชาการ โครงสร้างองค์กร และการจัดการปัจจัยสิ่งแวดล้อม แนวทางที่นำเสนอนี้มุ่งหวังให้สถาบันอุดมศึกษาไทยสามารถพัฒนาธุรกิจวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความยั่งยืนทางการเงิน และตอบสนองความต้องการของสังคมในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ ธุรกิจวิชาการ สถาบันอุดมศึกษา การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ปัจจัยความสำเร็จ

Abstract

This article examined the relationship between leadership and academic business development in higher education institutions amidst digital transformation challenges. The study revealed that transformational and entrepreneurial leadership played crucial roles in driving successful academic businesses, with leaders needing to create vision, stimulate innovation, and foster collaboration with various sectors. Analysis of success factors identified six main groups: organization, personnel, assessment, technology, data management, and governance, comprising 50 sub-factors. The article presented a conceptual framework for developing academic businesses, consisting of eight components: financial sustainability, knowledge commercialization, enhancement of educational experiences, industry collaboration, diversification of revenue sources, academic business ecosystem, organizational

structure, and environmental factor management. This framework, combined with the identified success factors, aimed to guide Thai higher education institutions in efficiently developing academic businesses, ensuring financial sustainability, and meeting societal needs in the digital era.

Keywords: Leadership, Academic Business, Higher Education Institutions, Digital Transformation, Success Factors

บทนำ

ในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันทางดิจิทัล (Digital Disruption) สถาบันอุดมศึกษาทั่วโลกกำลังเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญในการปรับตัวและสร้างความยั่งยืนทางการเงิน (World Bank, 2020) ภาวะผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนความสำเร็จของสถาบันอุดมศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่การศึกษาระดับอุดมศึกษาเผชิญกับความท้าทายที่หลากหลาย ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การแข่งขันที่เพิ่มขึ้น และความคาดหวังที่สูงขึ้นจากสังคม ผู้นำในสถาบันอุดมศึกษาต้องมีวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกล สามารถบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเรียนรู้และนวัตกรรม นอกจากนี้ ยังต้องสามารถสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ และปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลก

ธุรกิจวิชาการ (Academic Business) เป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมอย่างมากในการตอบสนองต่อความท้าทายในยุคดิจิทัล โดยมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญของสถาบัน อย่างไรก็ตาม การขับเคลื่อนธุรกิจวิชาการให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องอาศัยภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และความสามารถในการบริหารจัดการภาวะผู้นำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) มีความสำคัญอย่างยิ่งในบริบทของการพัฒนาธุรกิจวิชาการในสถาบันอุดมศึกษา Bass & Avolio (1994) เสนอว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้บุคลากรเกิดความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนานวัตกรรมในสถาบันการศึกษา นอกจากนี้ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างวิสัยทัศน์ร่วม การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม สอดคล้องกับแนวคิด “มหาวิทยาลัยผู้ประกอบการ” (Entrepreneurial University) ของ Etzkowitz (2003) ที่เน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมนวัตกรรม เพื่อให้สามารถปรับตัวและใช้ประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การขับเคลื่อนธุรกิจวิชาการในสถาบันอุดมศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบัน เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานส่งผลให้รูปแบบการศึกษาแบบดั้งเดิมไม่เพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการของสังคมและเศรษฐกิจ นอกจากนี้ การลดลงของงบประมาณภาครัฐและจำนวนนักศึกษายังเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้สถาบันอุดมศึกษาต้องแสวงหาแหล่งรายได้ใหม่ ๆ ธุรกิจวิชาการจึงเป็นทางเลือกที่สำคัญในการสร้างความยั่งยืนทางการเงินและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสถาบัน ตัวอย่างของธุรกิจวิชาการ เช่น กรณีของ Home Bakery ของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ซึ่งเกิดจากการนำความเชี่ยวชาญด้านคหกรรมศาสตร์มาพัฒนาเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้และประสบการณ์จริงให้กับนักศึกษา (ศิโรจน์ ผลพันธิน และคณะ, 2567) แนวคิดธุรกิจวิชาการของมหาวิทยาลัยสวนดุสิตประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ความมั่นคงทางการเงิน การทำให้ความรู้เป็นธุรกิจ การพัฒนาประสบการณ์ทางการศึกษา การประสานความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม และความหลากหลายของแหล่งรายได้

ในบริบทของประเทศไทย ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มประเทศรายได้ปานกลางระดับบน (Upper Middle Income) ตามการจัดอันดับของธนาคารโลก (นิรนาม, 2566) การพัฒนาธุรกิจวิชาการมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการยกระดับคุณภาพการศึกษาและการสร้างนวัตกรรม อย่างไรก็ตาม จากรายงาน The Future of Growth Report 2024 พบว่า ประเทศ

ไทยอยู่ในอันดับที่ 51 จาก 107 ประเทศทั่วโลก (ทีมสแตนดาร์ด, 2567) สะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายในการพัฒนาและความจำเป็นในการปรับตัวของสถาบันอุดมศึกษาไทย อย่างไรก็ตาม การพัฒนาธุรกิจวิชาการในประเทศกำลังพัฒนายังคงมีความท้าทายหลายประการ Farrell et al., (2023) ชี้ให้เห็นถึงอุปสรรคในการสร้างธุรกิจใหม่ในประเทศรายได้ปานกลาง ซึ่งรวมถึงข้อจำกัดด้านระบบนิเวศธุรกิจ โครงสร้างองค์กร และปัจจัยแวดล้อมต่างๆ นอกจากนี้ สุขุม เฉลยทรัพย์ (2565) ยังเน้นย้ำถึงความสำคัญของการปรับตัวสู่การเป็นธุรกิจข้อมูล (Data Business) ในยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นความท้าทายสำคัญสำหรับสถาบันการศึกษาในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงาน

การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจวิชาการจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดย Bullen & Rockart (1981) เสนอแนวคิดการคัดเลือกปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญ ซึ่งมีจำนวนไม่มากแต่ส่งผลลัพธ์ที่ดีต่อการแข่งขันขององค์กรการวิเคราะห์ปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้ผู้นำสถาบันอุดมศึกษาสามารถกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาธุรกิจวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ บทความนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำกับการพัฒนาธุรกิจวิชาการในสถาบันอุดมศึกษา โดยวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จและแนวทางการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำและขับเคลื่อนธุรกิจวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาไทยให้สามารถรับมือกับความท้าทายในยุคดิจิทัลและสร้างความยั่งยืนในระยะยาว การศึกษานี้จะช่วยเติมเต็มช่องว่างในองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารสถาบันอุดมศึกษาในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี และเสนอแนวทางปฏิบัติที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารสถาบันการศึกษาในการพัฒนาธุรกิจวิชาการอย่างยั่งยืน

เนื้อหา

ความหมายของธุรกิจวิชาการ

ธุรกิจวิชาการ (Academic Business) เป็นแนวคิดที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างพันธกิจทางวิชาการของสถาบันอุดมศึกษากับแนวคิดทางธุรกิจ โดยมีเป้าหมายในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรทางปัญญาและความเชี่ยวชาญของสถาบัน มหาวิทยาลัยสวนดุสิตได้นิยามคำว่าธุรกิจวิชาการไว้ในข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตว่าด้วยสำนักกิจการพิเศษ พ.ศ. 2548 ว่า “ธุรกิจวิชาการ หมายถึง การสร้างองค์ความรู้ใหม่จากฐานวิชาการที่มหาวิทยาลัยมีความเชี่ยวชาญและนวัตกรรมไปสู่การปฏิบัติเพื่อประโยชน์ในการเรียนการสอน การอบรม การวิจัย การบริการชุมชน และการดำเนินงานทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง” (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2548) ต่อมา ในปี 2559 คำนิยามได้มีการปรับเปลี่ยนในข้อบังคับมหาวิทยาลัยสวนดุสิตว่าด้วยสำนักกิจการพิเศษ เป็น “การนำองค์ความรู้และนวัตกรรมทางวิชาการของหน่วยงานในมหาวิทยาลัยสวนดุสิตมาบูรณาการหรือพัฒนาต่อยอดทางวิชาการ ในลักษณะธุรกิจให้เป็นแนวทางในการจัดการศึกษาเรียนรู้และทักษะจากการปฏิบัติจริง สำหรับนักศึกษาที่เรียนรู้ควบคู่กับการปฏิบัติจริง การสร้างงานวิจัย และสร้างรายได้ให้กับมหาวิทยาลัย” (มหาวิทยาลัยสวนดุสิต, 2559)

จะเห็นได้ว่าค่านิยามใหม่ของธุรกิจวิชาการไม่เพียงมุ่งสร้างองค์ความรู้จากฐานวิชาการ และความเชี่ยวชาญเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติเท่านั้น แต่ยังเน้นการบูรณาการกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อพัฒนาต่อยอดทางวิชาการในลักษณะธุรกิจ โดยมีเป้าหมายในการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีคุณค่าสำหรับนักศึกษา สร้างงานวิจัย และสร้างรายได้ให้กับมหาวิทยาลัย ธุรกิจวิชาการมีขอบเขตที่กว้างขวาง ครอบคลุมตั้งแต่การให้บริการวิชาการ การวิจัยตามโจทย์ของภาคอุตสาหกรรม การถ่ายทอดเทคโนโลยี ไปจนถึงการสร้างธุรกิจ Spin-off จากผลงานวิจัย โดยมีเป้าหมายในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมจากองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญของสถาบันการศึกษา Farrell et al., (2023)

การขับเคลื่อนธุรกิจวิชาการ คือ การแสวงหาประโยชน์จากองค์ความรู้ใหม่เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในวงกว้าง จากการทบทวนวรรณกรรมของ Farrell et al., (2023) เกี่ยวกับอุปสรรคของปัจจัยภูมิหลังของประเทศรายได้ต่ำถึงปานกลาง พบว่า ระบบนิเวศธุรกิจวิชาการเป็นอุปสรรคในการสร้างธุรกิจใหม่ นโยบายด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของรัฐบาลไม่ตรงตามความต้องการของภาคเอกชน ขาดความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม มีปัญหาทางการเมืองและปัญหาอาชญากรรมสูง ปัจจัยเหล่านี้เป็นปัญหาในวงกว้างที่ส่งผลต่อมหาวิทยาลัยที่

ส่งเสริมกลยุทธ์ธุรกิจวิชาการ Farrell et al., (2023) ยังได้เสนอแนะปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมธุรกิจวิชาการของประเทศรายได้ต่ำถึงปานกลาง ดังนี้ 1) ระบบนิเวศของธุรกิจวิชาการ นักวิชาการสามารถมีส่วนร่วมกับสังคมและเป็นผู้ประกอบการได้ก็ต่อเมื่อมีระบบนิเวศที่สนับสนุนแนวทางนี้ 2) โครงสร้างขององค์กรของมหาวิทยาลัย ในขณะที่มหาวิทยาลัยมุ่งสู่ธุรกิจวิชาการ โครงสร้างขององค์กรจึงมีความสำคัญเพื่อสนับสนุนแนวทางนี้ จะแสดงให้เห็นว่าการบริหารจัดการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมขององค์กรที่ส่งเสริมนวัตกรรมและธุรกิจวิชาการ 3) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทำให้เกิดความอ่อนแอ ได้แก่ ปัญหาอาชญากรรม ความเป็นอิสระทางวิชาการ การขาดทรัพยากรบุคคล โครงสร้างพื้นฐานที่ไม่ดี และความไม่มั่นคงทางการเมือง ล้วนแต่เป็นอุปสรรคร้ายแรงต่อการกระตุ้นผู้ประกอบการ โดยปัจจัยเหล่านี้เป็นเรื่องปกติในประเทศที่มีรายได้ต่ำถึงปานกลาง 4) มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมทรัพยากรที่สำคัญเพื่อพัฒนาทักษะและความมั่นใจในการสนับสนุนการเรียนการสอน โปรแกรมการให้คำปรึกษา และการฝึกอบรมผู้นำเชิงกลยุทธ์ 5) มหาวิทยาลัยต้องสนับสนุนธุรกิจวิชาการในการพัฒนาและรักษาเครือข่ายวิชาชีพควรสนับสนุนการทำงานร่วมกันในท้องถิ่น 6) มหาวิทยาลัยควรจัดตั้งกองทุนเพื่อวัตถุประสงค์ให้เกิดทุนตั้งต้นสำหรับการจัดตั้งนิติบุคคล โดยจัดสรรกองทุนตามผลตอบแทนจากการลงทุน เพื่อลดการพึ่งพาเงินทุนจากมหาวิทยาลัยควรจัดให้มีกลุ่มที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญด้านการเงินและการลงทุน ซึ่งสามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการด้านวิชาการในเรื่องข้อกำหนดด้านการเงินและการระดมทุน

“มหาวิทยาลัยสวนดุสิต” ผลกระทบธุรกิจวิชาการ

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต สถาบันอุดมศึกษาที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน กำลังเผชิญกับความท้าทายในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง การดำเนินธุรกิจวิชาการกลายเป็นเส้นทางสำคัญที่จะนำพาสถาบันไปสู่ความยั่งยืนและความเจริญก้าวหน้าหากปราศจากการปรับตัวในทิศทางนี้ มหาวิทยาลัยอาจเผชิญกับภาวะถดถอย ทั้งในด้านศักยภาพการดำเนินงานและการบริหารทรัพยากร

ภาพของมหาวิทยาลัยในวันนี้เปลี่ยนไปจากอดีต การจ้างงานแบบสัญญาระยะสั้นที่เคยสร้างความกังวลให้กับบุคลากร กลายเป็นโอกาสในการพัฒนาตนเองและเติบโตในหน้าที่การงาน เสียงกระซิบของความไม่มั่นคงถูกแทนที่ด้วยเสียงเรียกร้องให้พัฒนาศักยภาพอยู่เสมอ ระบบเงินเดือนแบบใหม่ที่ยืดหยุ่นกว่าเดิม เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้รับค่าตอบแทนตามความสามารถ ไม่ถูกจำกัดด้วยอายุงานอีกต่อไป ในฐานะมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ สวนดุสิตต้องเดินบนเส้นทางที่ต้องสร้างสมดุลระหว่างการบริหารเชิงธุรกิจและการรักษาไว้ซึ่งคุณค่าทางวิชาการ ภาพของอธิการบดีที่ต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยแม้กระทั่งการฟังเพลง K-pop เพื่อเข้าใจคนรุ่นใหม่ สะท้อนให้เห็นถึงความพยายามในการก้าวให้ทันโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หลักสูตรการเรียนการสอนก็เช่นกัน ไม่อาจยึดติดกับรูปแบบเดิม ๆ ได้อีกต่อไป การสร้างองค์ความรู้ใหม่ และการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษากลายเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงาน มหาวิทยาลัยต้องมองหาโอกาสในการนำเสนอสิ่งที่แตกต่าง สิ่งที่ยากจะลอกเลียนแบบเพื่อสร้างจุดยืนที่แข็งแกร่งในวงการการศึกษา

แนวคิด “Wealth Organization” และ “Learning Organization” Senge P.M. (2006) ถูกนำมาปรับใช้สะท้อนให้เห็นถึงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่มองการณ์ไกล มหาวิทยาลัยไม่ใช่เพียงสถานที่ถ่ายทอดความรู้ แต่เป็นแหล่งสร้างคุณค่าทางปัญญา เป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ที่ไม่มีวันสิ้นสุด การลงทุนในการพัฒนาบุคลากรจึงเป็นเสมือนการหวานเมล็ดพันธุ์แห่งอนาคต ผลตอบแทนอาจไม่ได้วัดกันที่ตัวเลขทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่วัดกันที่คุณค่าทางวิชาการและนวัตกรรมที่จะเกิดขึ้น บุคลากรที่ได้รับโอกาสในการพัฒนาตนเอง จะกลายเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยไปสู่ความเป็นเลิศในระดับสากล

การดำเนินธุรกิจวิชาการของมหาวิทยาลัยสวนดุสิตไม่ใช่เพียงการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด แต่เป็นการก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน ในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การยึดมั่นในคุณค่าทางวิชาการควบคู่ไปกับการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ จะเป็นเข็มทิศนำทางให้มหาวิทยาลัยสามารถยืนหยัดและเติบโตได้อย่างแข็งแกร่งในทุกสถานการณ์

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำและธุรกิจวิชาการ

1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่เสนอโดย Bass & Avolio (1994) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาธุรกิจวิชาการในสถาบันอุดมศึกษา ผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีคุณลักษณะสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration) ในบริบทของธุรกิจวิชาการ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถสร้างวิสัยทัศน์ร่วมในการพัฒนาองค์ความรู้สู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ กระตุ้นให้บุคลากรคิดนอกกรอบและสร้างสรรค์นวัตกรรม ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของแต่ละบุคคลเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจวิชาการ

2) ภาวะผู้นำเชิงผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Leadership) Renko et al., (2015) นิยามภาวะผู้นำเชิงผู้ประกอบการว่าเป็นความสามารถในการสร้างอิทธิพลและชักนำการปฏิบัติงานของสมาชิกในกลุ่มเพื่อระบุและแสวงหาโอกาสทางผู้ประกอบการ ในบริบทของธุรกิจวิชาการ ผู้นำเชิงผู้ประกอบการจะมองเห็นโอกาสในการสร้างมูลค่าจากองค์ความรู้ทางวิชาการ กล้าเสี่ยงและริเริ่มโครงการใหม่ๆ สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมและสังคม ส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

3) แนวคิดมหาวิทยาลัยผู้ประกอบการ (Entrepreneurial University) ดัง Etzkowitz (2003) เสนอแนวคิด “มหาวิทยาลัยผู้ประกอบการ” ซึ่งเน้นการบูรณาการพันธกิจด้านการศึกษา วิจัย และการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเข้าด้วยกัน มหาวิทยาลัยผู้ประกอบการมีลักษณะสำคัญ ได้แก่ มีวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมนวัตกรรมและการประกอบการมีความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับภาคอุตสาหกรรม และสังคมมีระบบนิเวศที่สนับสนุนการสร้างธุรกิจใหม่จากงานวิจัยมีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการทรัพยากร และทรัพยากรทางปัญญา

4) แนวคิดธุรกิจวิชาการของมหาวิทยาลัยสวนดุสิต มหาวิทยาลัยสวนดุสิตได้พัฒนาแนวคิดธุรกิจวิชาการที่มีองค์ประกอบสำคัญ 8 ประการ โดยอ้างอิงจากแนวคิดของนักวิชาการสองท่าน ท่านแรกคือ ศิโรจน์ ผลพันธิน และคณะ (2567) ได้กล่าวไว้ 5 ข้อ ดังนี้ 1) ความมั่นคงทางการเงิน กิจกรรมธุรกิจสามารถสร้างรายได้เพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย 2) การทำให้ความรู้เป็นธุรกิจการค้า การวิจัยและนวัตกรรม สามารถเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์บริการ หรือเทคโนโลยีที่นำเข้าสู่ตลาดได้ นำไปสู่ผลประโยชน์ทางการเงินสำหรับมหาวิทยาลัย 3) การพัฒนาประสบการณ์ทางการศึกษา มอบโอกาสการเรียนรู้ภาคปฏิบัติ และประสบการณ์จริงให้กับนักศึกษา ซึ่งอาจรวมถึงการฝึกงาน สิ่งเหล่านี้จะช่วยเพิ่มพูนทักษะการทำงาน 4) ความร่วมมือของอุตสาหกรรม กับมหาวิทยาลัยสามารถสร้างความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างมหาวิทยาลัยกับโลกธุรกิจ ความร่วมมือนำไปสู่การสนับสนุนทุนวิจัย การเข้าถึงทรัพยากร และการประยุกต์ใช้ผลการวิจัย 5) ความหลากหลายของแหล่งรายได้ ต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนหลายแหล่ง ช่วยลดความเสี่ยงทางการเงินและสร้างความมั่นคงในการระดมทุน และท่านที่สองคือ Farrell et al., (2023) ได้กล่าวไว้ 3 ข้อ ดังนี้ 6) ระบบนิเวศของธุรกิจวิชาการ นักวิชาการสามารถมีส่วนร่วมทั้งสังคมและเป็นผู้ประกอบการได้ก็ต่อเมื่อมีระบบนิเวศ ที่สนับสนุนแนวทางนี้ 7) โครงสร้างขององค์กรของมหาวิทยาลัยมีความสำคัญเพื่อสนับสนุนปณิธาน จะแสดงให้เห็นว่าการบริหารจัดการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมขององค์กรที่ส่งเสริมนวัตกรรมและธุรกิจวิชาการ 8) การจัดการปัจจัยสิ่งแวดล้อม โดยปัจจัยที่ทำให้เกิดความอ่อนแอ ได้แก่ ปัญหาอาชญากรรม ความเป็นอิสระทางวิชาการ การขาดทรัพยากรบุคคล โครงสร้างพื้นฐานที่ไม่ดี และความไม่มั่นคงทางการเมือง ล้วนแต่เป็นอุปสรรคร้ายแรงต่อการกระตุ้นผู้ประกอบการ โดยปัจจัยเหล่านี้เป็นเรื่องปกติในประเทศที่มีรายได้ต่ำถึงปานกลาง

แนวคิดนี้สอดคล้องกับทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำเชิงผู้ประกอบการ โดยเน้นการสร้าง ความยั่งยืนทางการเงิน การพัฒนานวัตกรรม และการสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ

การบูรณาการแนวคิดและทฤษฎีเหล่านี้จะช่วยให้ผู้นำในสถาบันอุดมศึกษาสามารถพัฒนาและขับเคลื่อนธุรกิจวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงทั้งมิติด้านวิชาการ การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ไปพร้อมกัน

การดำเนินงานและปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจวิชาการ

การดำเนินธุรกิจวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายประการจากการศึกษาและสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญได้ 6 กลุ่ม ดังนี้

1. องค์กร (Organization) องค์กรมีปัจจัยความสำเร็จ จำนวน 15 ปัจจัย ได้แก่ 1) วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ และค่านิยมร่วม 2) การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง การมีส่วนร่วมโดยตรงของผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารระดับกลาง 3) โครงสร้างองค์กร 4) การเปลี่ยนแปลงองค์กร การจัดการการเปลี่ยนแปลง และกระบวนการจัดการการเปลี่ยนแปลง 5) การบริหารโครงการ การสนับสนุนโครงการ 6) ประสิทธิภาพองค์กรและกระบวนการ 7) นโยบายและมาตรฐานกลยุทธ์ และการจัดตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ 8) การสื่อสารระหว่างฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและฝ่ายธุรกิจ 9) ความยืดหยุ่นและความคล่องตัวให้อิสระในการทดลอง การจัดกระบวนการทางธุรกิจ 10) ได้รับการสนับสนุนและการจ้างบุคคลภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญ 11) วัฒนธรรมองค์กร 12) กระบวนการจัดองค์กร 13) ระดับภูมิภาวะทางดิจิทัลและความพร้อมทางดิจิทัล 14) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ 15) กระบวนการค้นหาค่าประสิทธิผล

2. บุคลากร (People) คนมีปัจจัยความสำเร็จ จำนวน 9 ปัจจัย ได้แก่ 16) ทีมงานโครงการ การทำงานเป็นทีม ทักษะของทีม 17) ความสัมพันธ์ของพนักงาน 18) การมีส่วนร่วมของผู้ใช้ การมุ่งเน้นผู้ใช้ 19) การวิเคราะห์ช่องว่างทักษะ 20) ความสามารถส่วนบุคคล การพัฒนาทักษะ การศึกษา การฝึกอบรม และการเสริมสร้างขีดความสามารถ 21) การวางแผนในการบริหารคน 22) ทักษะมนุษย์ 23) หลักวิธีคิดและแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลที่สำคัญการขับเคลื่อนด้วยข้อมูลที่มีอยู่เป็นหลัก 24) ทีมสหสาขาวิชาชีพที่ทำงานร่วมกัน

3. การประเมิน (Assessment) การประเมินมีปัจจัยความสำเร็จ จำนวน 9 ปัจจัย ได้แก่ 25) รายงานการวัด 26) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง 27) การประเมินต้นทุน/ผลประโยชน์ที่ได้จากการประเมินทางเลือก 28) ความเข้าใจในระบบและคุณภาพข้อมูล 29) การบริหารความเสี่ยง 30) การตรวจสอบและทบทวน 31) การควบคุมภายใน 32) การวัดประสิทธิภาพการดำเนินงาน 33) ศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค

4. เทคโนโลยี (Technology) เทคโนโลยีมีปัจจัยความสำเร็จ จำนวน 9 ปัจจัย ได้แก่ 34) โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและการประยุกต์ 35) ลักษณะของระบบสารสนเทศ 36) การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 37) สถาปัตยกรรมเชื่อมโยงข้อมูลแบบบูรณาการ 38) ทักษะทางเทคโนโลยี 39) การเลือกเทคโนโลยีและอัลกอริทึมอย่างเพียงพอ 40) การมีจิตมุ่งบริการ 41) ไม่เลือกเทคโนโลยีตามกระแสนิยม 42) มีการทดสอบซอฟต์แวร์

5. การจัดการข้อมูล (Data Management) การจัดการข้อมูลมีปัจจัยความสำเร็จ จำนวน 5 ปัจจัย ได้แก่ 43) การจัดการข้อมูลหลัก 44) การจัดการข้อมูล, การควบคุมการนำเข้าข้อมูล 45) วิสัยทัศน์คุณภาพข้อมูล ข้อมูลและสารสนเทศ การจัดการคุณภาพข้อมูล การควบคุมคุณภาพข้อมูล 46) การแก้ไขปัญหาแบบบูรณาการ 47) การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

6. ธรรมาภิบาล (Governance) ธรรมาภิบาลมีปัจจัยความสำเร็จ จำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ 48) การเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของบุคคลและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล 49) การออกแบบการปกป้องข้อมูลและปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล 50) มาตรฐานด้านข้อมูล

ปัจจัยความสำเร็จทั้ง 6 กลุ่ม และ 50 ปัจจัยนี้จะช่วยให้เกิดการแปลง (Transformation) จากนักทำโพลสู่ นักธุรกิจข้อมูลภายใต้แนวคิดธุรกิจวิชาการเพื่อรองรับการเปลี่ยนฉับพลันทางดิจิทัล (Digital Disruption) ได้

ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจข้อมูล

ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน ผู้ประกอบการจำเป็นต้องหาทางในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่การเป็นผู้นำตลาด หรือการได้กำไรที่มากกว่าคู่แข่ง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมีเป้าหมายที่จะทำให้ธุรกิจสามารถทำกำไรที่ยั่งยืน และเหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาว (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2563) ดังนั้นการกำหนดนโยบายกลยุทธ์และนโยบายการแข่งขันที่ชัดเจน เป็นสิ่งที่จะช่วยยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ทำให้ธุรกิจดำเนินการตามเป้าหมาย และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง (สุตาพร กุณพลบุตร, 2563) สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ทางธุรกิจด้านความอยู่รอด ตลอดจนประสบความสำเร็จ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในด้านบวกมีหลากหลาย ปัจจัยจนเกินความสามารถของผู้ประกอบการที่จะนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจโดยให้ความสำคัญเท่าเทียมกันได้ทั้งหมด ดังนั้นการตัดสินใจเลือกให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลด้านบวก และสามารถดำเนินการอย่างดีในสภาวะแวดล้อมของธุรกิจย่อมก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจ (Crandall & Crandall, 2008) โดยการคัดเลือกปัจจัยความสำเร็จจะคัดเลือกจำนวนไม่มากแต่ส่งผลลัพธ์ที่ดีต่อการแข่งขันขององค์กรให้สามารถประสบความสำเร็จได้ ปัจจัยความสำเร็จเหล่านี้จะส่งผลดีต่อการดำเนินงานได้อย่างถูกต้องเพื่อให้ธุรกิจเจริญรุ่งเรืองและบรรลุตามเป้าหมายของผู้บริหารองค์กร (Bullen & Rockart, 1981)

จะเห็นได้ว่าปัจจัยความสำเร็จ คือ ปัจจัยหลักที่มีความสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งต่อการบรรลุเป้าหมาย หรือความสำเร็จขององค์กร โดยเป็นสิ่งที่องค์กรจะต้องให้ความสำคัญ และทุ่มเทความพยายามเป็นพิเศษในการดำเนินการให้ได้มา เนื่องจากเป็นปัจจัยที่จะส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานขององค์กร (Bullen & Rockart, 1981) จนนำไปสู่การอยู่รอดและเจริญเติบโตของธุรกิจได้อย่างยั่งยืน ตามที่ สุขุม เฉลยทรัพย์ (2565) ได้เสนอไว้ สถาบันอุดมศึกษาควรพัฒนาจากการทำโพล หรือการสำรวจความคิดเห็นไปสู่การเป็นธุรกิจข้อมูล โดยมีแนวทาง เช่น การพัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากข้อมูลผ่านการวิเคราะห์เชิงลึกและการพยากรณ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการข้อมูลที่ตอบโจทย์ภาคธุรกิจและภาครัฐ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนและใช้ประโยชน์จากข้อมูล ด้วยเหตุนี้ผู้เขียนจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจข้อมูลเพื่อนำไปสู่การแปลง (Transformation) จากนักทำโพลสู่ธุรกิจข้อมูลเพื่อรองรับการเปลี่ยนฉับพลันทางดิจิทัล (Digital Disruption) ดังนี้

Xu (2013) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จสำหรับการคุณภาพข้อมูลประกอบด้วย 25 ปัจจัย ได้แก่ 1) ความมุ่งมั่นของผู้บริหารระดับสูง (Top Management Commitment) 2) ผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management) 3) การศึกษาและการฝึกอบรม (Education & Training) 4) วิสัยทัศน์คุณภาพข้อมูล (Data Quality Vision) 5) การควบคุมคุณภาพข้อมูล (Data Quality Control) 6) การควบคุมการนำเข้าข้อมูล (Input Control) 7) มุ่งเน้นที่ผู้ใช้ (User Focus) 8) ลักษณะของระบบสารสนเทศ (Nature of IS) 9) การบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management) 10) ความสัมพันธ์ของพนักงาน (Employee Relation) 11) รายงานการวัด (Measurement Report) 12) การจัดการคุณภาพข้อมูลของผู้จัดหาวัตถุดิบ (Data Supplier Quality Management) 13) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) 14) ทีมงาน (Teamwork) 15) การประเมินต้นทุน/ผลประโยชน์ที่ได้จากการประเมินทางเลือก (Evaluate cost / Benefit Tradeoffs) 16) ความเข้าใจในระบบและคุณภาพข้อมูล (Understanding of the systems and Data Quality) 17) การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) 18) การตรวจสอบและทบทวน (Audit & Review) 19) การควบคุมภายใน (Internal Control) 20) บทบาทของผู้จัดการคุณภาพข้อมูล (Role of Data Quality Manager) 21) โครงสร้างองค์กร (Organizational Structure) 22) นโยบายและมาตรฐาน (Policies & Standards) 23) วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) 24) ความสามารถของพนักงาน (Personnel Competency) 25) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)

Cato, Golzer & Demmelhuber (2015) ศึกษาปัจจัยการใช้งานที่ส่งผลต่อความสำเร็จของระบบข้อมูลขนาดใหญ่ ประกอบด้วย 21 ปัจจัย ได้แก่ 1) การจัดการข้อมูลหลัก (Master Data Management) 2) การจัดการคุณภาพข้อมูล (Data Quality Management) 3) แก้ไขปัญหาแบบบูรณาการ (Integration Solution) 4) ความปลอดภัยของข้อมูล (Data Security) 5) การออกแบบการปกป้องข้อมูลและปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล (Data Protection and Privacy by Design) 6) ลำดับความสำคัญของการจัดการ (Management Priority) 7) ผู้ให้การสนับสนุน (Sponsorship) 8) การจัดตำแหน่งกลยุทธ์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Strategy Alignment) 9) การทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดระหว่างฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและฝ่ายธุรกิจ (Close Collaboration Between IT & Business) 10) โครงสร้างองค์กร (Organizational Structure) 11) หลักวิธีคิดและแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลที่อาศัยการขับเคลื่อนด้วยข้อมูลที่มีอยู่เป็นหลัก (Data-Driven Mindset) 12) โปรแกรมการบริหารความเปลี่ยนแปลง (Change Management Program) 13) อิสระในการทดลอง (Freedom for Experimentation) 14) มุ่งเน้นไปที่โครงการขนาดเล็กและรู้จักตั้งคำถาม (Focus on Small Projects and Known Questions) 15) กรณีศึกษาธุรกิจเฉพาะด้าน (Specified Business Case) 16) การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) 17) การดำเนินการวิเคราะห์ช่องว่างทักษะ (Conduction of Skill Gap Analysis) 18) การพัฒนาทักษะ/ฝึกอบรม (Development of Skill/Training) 19) ทักษะทางวิทยาการข้อมูล (Data Science Skills) 20) การลงทุนในเทคโนโลยี (Investment in Technology) 21) การเลือกเทคโนโลยีและอัลกอริทึมอย่างเพียงพอ (Adequate Selection of Technology and Algorithms)

Chen, Schutz, Kazman & Matthes (2016) ศึกษาการสร้างนวัตกรรมด้วยข้อมูลขนาดใหญ่ พบว่า มี 7 ปัจจัย ได้แก่ 1) กระบวนการค้นหาค่าประสิทธิผล (Effective Value Discovery Process) 2) การมีส่วนร่วมโดยตรงของประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Direct CEO Involvement) 3) การมีจิตมุ่งบริการ (Service-Oriented Mindset) 4) ไม่เลือกเทคโนโลยีตามกระแสนิยม (Not Blindly Following IT Fashion) 5) รากฐานทางสถาปัตยกรรมเพื่อการเติบโตและการบูรณาการ (Architectural Foundation for Growth and Integration) 6) การจ้างบุคคลภายนอกและการจัดการผู้ขายอย่างมั่นใจ (Confident Outsourcing & Vendor Management) 7) การวางแผนในการบริหารคน (Talent Planning)

Adrian, Abdullah, Atan & Jusoh (2017) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ พบว่า มี 10 ปัจจัย ได้แก่ 1) ความสามารถขององค์กร (Organization Capability) 2) วัฒนธรรมการวิเคราะห์ข้อมูล (Analytics Culture) 3) สภาพแวดล้อม (Environment) 4) ผลประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Benefit) 5) ทักษะทางเทคโนโลยี (Technology Capability) 6) ความสามารถในการวิเคราะห์ (Analytics Capability) 7) ทักษะมนุษย์ (Human Capability) 8) การจัดการข้อมูล (Data Management) 9) คุณภาพของข้อมูลและสารสนเทศ (Data and Information Quality) 10) ระบบคุณภาพ (System Quality)

Eybers & Hattingh (2017) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของข้อมูลขนาดใหญ่ ประกอบด้วย 13 ปัจจัย ได้แก่ 1) พันธกิจ วิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ (Mission Vision and Strategy) 2) คน (People) 3) เทคโนโลยี (Technology) 4) ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โดยรวมขององค์กร (Aligned to the Overall Objectives of the Organization) 5) การสนับสนุนการจัดการและทักษะการบริหารจัดการ (Management Support and Managerial Skills) 6) ระดับวุฒิภาวะทางดิจิทัล และความพร้อมทางดิจิทัลขององค์กร กระบวนการ และประสิทธิภาพ (The Maturity and Readiness of the Organization, Process, and Performance) 7) ความรู้และทักษะของสมาชิกในทีม (Knowledge and Skills of Team Members) 8) ทีมมีความสมดุล (Balanced Team) 9) การมีส่วนร่วมของผู้ใช้ระบบ (System Users Participation) 10) ฮาร์ดแวร์โครงสร้างพื้นฐานและความสามารถด้านเครือข่าย (Infrastructure Hardware and Networking Capability) 11) ซอฟต์แวร์ประยุกต์ (Software Applications) 12) ข้อมูล (Data) 13) ประสิทธิภาพ (Performance)

Khantayana (2022) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จสำหรับการดำเนินการระบบคลังข้อมูลขององค์กรสมาคมอุตสาหกรรม พบว่า มี 12 ปัจจัย ได้แก่ 1) สมาชิกในทีมโครงการ (Project Team) 2) การมีส่วนร่วมของผู้บริหารระดับสูง (Top Management Involvement) 3) การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Strategic Decision-Making) 4) การสื่อสาร (Communication) 5) การบริหารโครงการ (Project Management) 6) การสนับสนุนโครงการ (Project Support) 7) การจัดการการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organizational Change Management) 8) การจัดกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process Alignment) 9) มีการทดสอบซอฟต์แวร์ (Software Testing) 10) การวัดประสิทธิภาพ (Performance Measurement) 11) การศึกษาและการฝึกอบรม (Education & Training) 12) การศึกษาความเป็นไปได้ทางเทคนิค (Technical Possibilities)

บทวิเคราะห์ วิจัย และข้อเสนอแนะ

การพัฒนาธุรกิจวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องอาศัยภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และความสามารถในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำเชิงผู้ประกอบการ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนองค์กรท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและความท้าทายทางเศรษฐกิจ ความเชื่อมโยงระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารกับธุรกิจวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำเชิงผู้ประกอบการ จะสามารถกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางที่ชัดเจนสำหรับธุรกิจวิชาการ สร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมภายในองค์กร บริหารการเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบการทำงานแบบเดิมสู่การเป็นธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล สร้างเครือข่ายและพันธมิตรกับภาคอุตสาหกรรมและชุมชน ตลอดจนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีทักษะและศักยภาพที่จำเป็น ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้สถาบันอุดมศึกษาสามารถพัฒนาธุรกิจวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้อย่างยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงานของธุรกิจวิชาการในสถาบันอุดมศึกษา

- 1) ความมั่นคงทางการเงินเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนามหาวิทยาลัย การสร้างรายได้เพิ่มเติมจากธุรกิจวิชาการจะช่วยเสริมความแข็งแกร่งและความยืดหยุ่นทางการเงิน
- 2) การทำให้ความรู้สู่ธุรกิจเป็นกลไกสำคัญในการสร้างมูลค่าจากงานวิจัย ซึ่งไม่เพียงสร้างรายได้ แต่ยังช่วยให้ผลงานวิชาการมีผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและเศรษฐกิจ
- 3) การพัฒนาประสบการณ์ทางการศึกษาผ่านการเรียนรู้เชิงปฏิบัติช่วยพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับนักศึกษาเตรียมความพร้อมสู่โลกการทำงานจริง
- 4) ความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมเป็นกุญแจสำคัญในการเชื่อมโยงวิชาการกับโลกธุรกิจ ช่วยเพิ่มโอกาสในการได้รับทุนวิจัยและการนำผลงานไปใช้ประโยชน์
- 5) การกระจายแหล่งรายได้ช่วยลดความเสี่ยงทางการเงินและสร้างเสถียรภาพ ทำให้มหาวิทยาลัยสามารถวางแผนระยะยาวได้อย่างมั่นใจ
- 6) ระบบนิเวศธุรกิจวิชาการที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมให้นักวิชาการสามารถแปลงความรู้สู่นวัตกรรมและธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 7) โครงสร้างองค์กรที่ยืดหยุ่นและสนับสนุนนวัตกรรมเป็นสิ่งจำเป็น ช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจวิชาการและการสร้างสรรค์นวัตกรรม
- 8) การจัดการกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่ท้าทายเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา มหาวิทยาลัยต้องมิกลยุทธ์ในการบริหารความเสี่ยงและสร้างความร่วมมือเพื่อลดผลกระทบจากปัจจัยเหล่านี้

การดำเนินการตามแนวทางเหล่านี้ ภายใต้การนำของผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำที่เหมาะสม จะช่วยให้สถาบันอุดมศึกษาสามารถพัฒนารุทกจิวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความยั่งยืนทางการเงิน และตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้อย่างแท้จริง

บทสรุป

จากการศึกษาภาวะผู้นำกับการพัฒนารุทกจิวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาไทย พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนความสำเร็จของรุทกจิวิชาการ โดยเฉพาะในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและความท้าทายทางเศรษฐกิจที่สถาบันอุดมศึกษากำลังเผชิญ การวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของรุทกจิข้อมูลได้ระบุถึง 6 กลุ่มปัจจัยหลัก ประกอบด้วย องค์การ บุคลากร การประเมิน เทคโนโลยี การจัดการข้อมูล และธรรมาภิบาล รวมทั้งสิ้น 50 ปัจจัยย่อย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความซับซ้อนและความท้าทายในการพัฒนารุทกจิวิชาการให้ประสบความสำเร็จ แนวคิดรุทกจิวิชาการของมหาวิทยาลัยสวนดุสิตได้นำเสนอกรอบแนวคิด ที่ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ความมั่นคงทางการเงิน การทำให้ความรู้เป็นรุทกจิการค่า การพัฒนาประสบการณ์ทางการศึกษา ความร่วมมือกับอุตสาหกรรม ความหลากหลายของแหล่งรายได้ ระบบนิเวศรุทกจิวิชาการ โครงสร้างองค์การ และการจัดการปัจจัยสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การพัฒนารุทกจิวิชาการในบริบทของประเทศไทยจำเป็นต้องคำนึงถึงความท้าทาย โดยเฉพาะการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล การพัฒนารุทกจิข้อมูล การสร้างความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมและชุมชน การพัฒนาระบบนิเวศรุทกจิวิชาการ การพัฒนาแหล่งรายได้ที่หลากหลาย และการพัฒนาภาวะผู้นำและทรัพยากรมนุษย์ ความสำเร็จของการดำเนินรุทกจิวิชาการขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้นำในการบูรณาการองค์ประกอบต่างๆ เข้าด้วยกัน ทั้งการสร้างวิสัยทัศน์ การกระตุ้นนวัตกรรม การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้สถาบันอุดมศึกษาสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง พัฒนารุทกจิวิชาการที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และตอบสนองต่อความต้องการต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกโฉมฉบับพลันทางสังคม

เอกสารอ้างอิง

- ทิมสแตนดาร์ด. (2567). บัญชี จูฬาฯ (CBS) ร่วมกับ World Economic Forum เปิดรายงาน The Future of Growth Report 2024 ไทยอัตราการเติบโตติดอันดับ 51 ไม่รั้งท้ายแต่น่าห่วง, เดอะสแตนดาร์ด. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2567 จาก <https://thestandard.co/the-future-of-growth-report-2024/#>
- สำนักข่าวอินโฟเควสท์ (2566). เวิลด์แบงก์จัดไทยอยู่กลุ่มประเทศรายได้ปานกลางระดับบน ร่วมกับมาเลย์-อินโดฯ: สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2567 จาก <https://www.infoquest.co.th/2023/316133>
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. (2548). ข้อบังคับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตว่าด้วยสำนักกิจการพิเศษ พ.ศ. 2548. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์ กราฟิกไซท์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. (2559). ข้อบังคับมหาวิทยาลัยสวนดุสิตว่าด้วยสำนักกิจการพิเศษ พ.ศ. 2559. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการสื่อและสิ่งพิมพ์ กราฟิกไซท์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, และจิระวัฒน์ อนุวิชานนท์. (2563). หลักการตลาด. นนทบุรี: ธรรมสาร.
- ศิโรจน์ ผลพูนิจ, สุขุม เฉลยทรัพย์, มลิวลย์ ธรรมแสง, สิริธัมม อุดมธรรมานุภาพ และสุภาภรณ์ ตั้งดำเนินสวัสดิ์. (2567). รุทกจิวิชาการ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต. 20(1), 1-17.
- สุขุม เฉลยทรัพย์. (2565). จากนักทำโพลสู่นักรุทกจิข้อมูล. สืบค้นเมื่อ 6 กรกฎาคม 2567 จาก https://www.matichon.co.th/article/news_3686735
- สุดาพร ฤทธลบุตร. (2563). การบริหารการตลาด เทคโนโลยีการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

References

- Adrian C, Abdullah R, Atan R, & Jusoh, YY. (2017). Factors Influencing to the Implementation Success of Big Data Analytics: A Systematic Literature Review. In **The International Conference on Research and Innovation in Information Systems, IEEE, Langkawi, Malaysia: 1-6.** <https://doi.org/10.1109/ICRIIS.2017.8002536>
- Bass B. & Avolio B. (1994). **Improving Organization Effectiveness Through Transformation Leadership.** Thousand Oaks: SAGE.
- Bullen, C.V. & Rockart, J. F. (1981). **A Primer on Critical Success Factors.** Massachusetts Institute of Technology. Massachusetts: Sloan School of Management.
- Cato, P., Golzer, P. & Demmelhuber, W. (2015). An Investigation Into the Implementation Factors Affecting the Success of Big Data Systems. in **2015 (11th) International Conference on Innovations in Information Technology (IIT)** 1-3 November, 2015 (pp. 134-139). Dubai: United Arab Emirates.
- Chen, H.-M., Schutz R., Kazman R., & Matthes F. (2016). Amazon in the air: Innovating with big data at Lufthansa. in **2016 49th Hawaii International conference on system sciences. (HICSS)** 5-8 January, 2016 (pp. 5096–5105). Koloa, HI, USA.
- Crandall, R. E., & Crandall W. R. (2008). **New Methods of Competing in the Global Marketplace: Critical Success Factors from Service and Manufacturing.** Boca Raton: CRC.
- Etzkowitz, H. (2003). Innovation in Innovation: The Triple Helix of University-industry-government Relations. **Social Science Information**, 42(3), 293-337.
- Eybers, S. & Hattingh, M. J. (2017). Critical Success Factor Categories for Big Data: A Preliminary Analysis of the Current Academic Landscape. in **2017 IST- Africa Week Conference (IST-Africa)** 30 May 2017 (pp. 1-11). Windhoek: Namibia.
- Farrell et al. (2023). A.A., Ashton, J., Mapanga, W., Joffe, M., Chitha, N., Beksinska, M., Chitha, W., Coovadia, A., Cutland, C.L., Drennan, R.L., Kahn, K., Koekemoer, L.L., Micklesfield, L.K., Miot, J., Naidoo, J., Papathanasopoulos, M., Sive, W., Smit, J., Tollman, S.M., Veller, M.G., Ware, L.J., Wing, J., Consensus Study on Factors Influencing the Academic Entrepreneur in a Middle-income Country's University Enterprise. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, 2023(16), <https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2022-0241>
- Khantayana, P. (2022). **Critical Success Factors for Data Warehouse Implementation in an Industrial Associations Organization.** Theses and Dissertations Chulalongkorn University. (Chula ETD). 5850. Retrieved on September 23, 2023 from <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/5850>
- Renko, M., El Tarabishy, A., Carsrud, A. L., & Brännback, M. (2015). Understanding and Measuring Entrepreneurial Leadership style. **Journal of Small Business Management**, 53(1), 54-74.
- World Bank. (2020). **The COVID-19 Crisis Response: Supporting Tertiary Education for Continuity Adaptation and Innovation.** Washington, DC: World Bank.
- Senge, P. M. (2006). **The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization.** New York: Random House.

Xu, H. (2013). Factor Analysis of Critical Success Factors for Data Quality. Paper presented to **the Conference of Americas Conference on Information Systems, August 15-17, 2013**. Chicago, Illinois.

คณะผู้เขียน

มูทิตา สร้อยเพชร

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

295 ถนนนครราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

e-mail: mutita_sro@dusit.ac.th

รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโรจน์ ผลพันธิน

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

295 ถนนนครราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

e-mail: sirote_pho@dusit.ac.th

รองศาสตราจารย์ ดร.สุขุม เฉลยทรัพย์

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

295 ถนนนครราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

e-mail: sukhum_cha@dusit.ac.th

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตชิน จิตติสุขพงษ์

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

295 ถนนนครราชสีมา แขวงดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

e-mail: jitchin_jit@dusit.ac.th