

นวัตกรรมบริการทางการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0

Educational Service Innovations Influencing the Achievement of the Master of Business Administration Program To prepare for Thailand 4.0.

ภาณุชนาถ เพิ่มพูล¹, บรรดิษฐ์ พระประทานพร²

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

นวัตกรรมบริการทางการศึกษา จะเป็นสิ่งที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสถาบันการศึกษาในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงประเทศไปสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนวรรณกรรมและสร้างกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ นวัตกรรมบริการทางการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาและกลุ่มวัยทำงานที่ต้องการศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษาที่ทำงานอยู่ในเขตเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่ามีความสำคัญดังนี้ 1) นวัตกรรมบริการทางการศึกษาประกอบด้วย นวัตกรรมด้านสภาพแวดล้อมทางการศึกษา ด้านการเรียนการสอน หลักสูตร การประเมินผลสื่อ/เทคโนโลยี องค์กรทางสังคม ความเป็นสากล การบริการนักศึกษา การบริหารจัดการ และนวัตกรรมด้านค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร 2) ผลสัมฤทธิ์ของการจัดการนวัตกรรมการบริการทางการศึกษา ประกอบด้วย ความพึงพอใจของนักศึกษา การตัดสินใจศึกษา การแนะนำบอกต่อ ทักษะคิดเชิงบวก และภาพลักษณ์ของสถานศึกษา/หลักสูตร ผลการศึกษานี้จะนำไปใช้เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อหาแนวทางให้สถาบันการศึกษาพัฒนาองค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคที่ต้องขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

คำสำคัญ: นวัตกรรมบริการทางการศึกษา, ผลสัมฤทธิ์ของการจัดการนวัตกรรมการบริการทางการศึกษา

Abstract

Educational Service Innovation will value added to the present institution. This is in line with the country change to the Thai land 4.0. This article aims to review literature and create conceptual framework related to the Achievement of Educational Service Innovation Management a study of the final year students of Suan Sunandha Rajabhat University and the working age group who want to study at the graduate level in the Bangkok metropolitan area. The results showed that there were significant variables. 1) Educational Service Innovation consisting of the educational environment, teaching, Curriculum, Evaluation, Media/Technology, The social enterprise, Universal, Student Services, Management and the cost of the course. 2) The achievement of educational service innovation management consisted of students' satisfaction, the decision to study, to Tell, Positive attitude and the image of the school / course. The results of this study will be used as a framework for

quantitative data analysis. To find a way for institutions to develop their organizations to keep pace with the transition to innovation.

Keywords: Educational Service Innovation, The Achievement of Educational Service Innovation Management

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคนให้มีคุณภาพ มีความรู้มีคุณธรรมและจริยธรรมสามารถปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่นได้ และดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข ดังนั้นประเทศไทยที่ประกอบด้วยกำลังคนที่มีการศึกษาสูง ประชาชนย่อมมีสติปัญญาและความคิดสร้างสรรค์มากเป็นเงาตามตัว ที่ผ่านมามหาวิทยาลัยได้ถูกพัฒนาขึ้นมา ซึ่งเป็นกระแสทำให้ผู้ประกอบการ นักเรียน นักศึกษา เกิดความกระตือรือร้น พยายามหาทางศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เพื่อพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถ ทักษะ นำไปสู่การแข่งขันในช่วงชีวิตวัยทำงาน การเลือกงานอาชีพ ตำแหน่งที่มีความเหมาะสม รายได้ที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มเพื่อน ชุมชน และสังคม (ธัญกร ช่วยทุกข์เพื่อน, 2558 น.259) โดยเฉพาะการศึกษาในระดับปริญญาโททางด้านบริหารธุรกิจหรือการศึกษาในระดับบัณฑิต เป็นการต่อยอดองค์ความรู้ทางด้านการบริหารธุรกิจให้กับนักศึกษาทุกหลักสูตรที่จบหลักสูตรการศึกษาในระดับปริญญาตรีแล้ว โดยที่ผ่านมามีหลายสถาบันการศึกษามีการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจในระดับบัณฑิตศึกษากันจำนวนมาก ซึ่งเป็นที่นิยมของนักศึกษารุ่นใหม่เป็นอย่างสูง

การศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา โดยเฉพาะหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปัจจุบันมีนักศึกษาลดน้อยลงในหลายสถาบันการศึกษา ซึ่งส่งผลให้สถาบันการศึกษาต่างๆมีการแข่งขันการรับนักศึกษาและการเปิดการเรียนการสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตค่อนข้างสูง ส่งผลให้ทุกสถาบันการศึกษาต้องสร้างความแตกต่างของหลักสูตรเพื่อสร้างความพึงพอใจในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันนั้นๆ พร้อมกับสร้างหลักสูตรที่จะผลิตมหาบัณฑิตที่มีคุณภาพเข้าสู่สังคม อันจะทำให้มีส่วนช่วยเหลือประเทศในการพัฒนาต่อไปได้ในอนาคต (ประดิษฐ์พงศ์ ไตรธรรมเจริญ, 2555 น. 2) นอกจากนี้สถาบันการศึกษาจำเป็นต้องมีการวางแผนและดำเนินการเชิงรุก ซึ่งหมายความถึงการให้ความสำคัญกับการคาดการณ์แนวโน้มอนาคตทางด้านการศึกษา เพื่อนำมาใช้ประกอบการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องตามสภาพการเปลี่ยนแปลง หลีกเลี้ยงอุปสรรคปัญหา และใช้ประโยชน์สูงสุดจากแนวโน้มอนาคตที่จะมาถึง (ธัญกร ช่วยทุกข์เพื่อน, 2558 น.259) ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางพัฒนาประเทศไทยไปสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่เปลี่ยนเศรษฐกิจแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วย “นวัตกรรม” สถาบันการศึกษาจึงต้องมีบทบาทและหน้าที่หลักในระบบการพัฒนา ประเทศไทยจึงจะสามารถก้าวพ้นกับดักต่างๆ ที่ทำให้ประเทศพัฒนาช้า (มณพีไล นรสิงห์, 2560) โดยนวัตกรรมดังกล่าวนี้จะเป็นแนวทางช่วยนำพาให้หลักสูตรบริหารธุรกิจในระดับบัณฑิตศึกษาอยู่รอดต่อไปได้ โดยเฉพาะนวัตกรรมบริการทางการศึกษา

จากการวิจัยที่ผ่านมาของ สมฤทัย น้าทิพย์ และ อัญญา ดิษฐานนท์ (2558 น.35) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านนวัตกรรมบริการมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักศึกษา สถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเด็นเชิงกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมบริการเพื่อนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในสถาบันอุดมศึกษา ขณะที่ ยุธมาศ อุดมศิริ (2559 น.1) พบว่าปัจจัยการรับรู้คุณภาพการบริการทางการศึกษามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจของนักศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในประเทศไทย นอกจากนี้ อุทุมพร ไฉนลาด และ จงดี ไต้อิม (2559 น.165) พบว่า

ปัจจัยที่ทำให้นักศึกษาตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาคือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะสถาบัน ด้านการประกอบอาชีพ ด้านหลักสูตร และด้านสังคมเศรษฐกิจ ซึ่งการตัดสินใจเรียนต่อ ความพึงพอใจของนักศึกษา แรงจูงใจในการเข้าศึกษา จะเป็นตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น เป็นมูลเหตุและแรงจูงใจให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ “นวัตกรรมบริการทางการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0” โดยผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาว่ามีนวัตกรรมอะไรบ้างที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของนวัตกรรมบริการทางการศึกษา โดยข้อมูลจะเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษา อันจะสามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดการศึกษา เพื่อวางแผนการจัดการศึกษา การพัฒนาหลักสูตรทางการศึกษา การแนะแนว ตลอดจนการปรับแนวทางการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดการของมหาวิทยาลัยที่จะต่อยอดไปสู่การนำไปใช้ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับแนวทางสร้างนวัตกรรมด้านการศึกษา เพื่อก้าวสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0

วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษากรอบแนวคิด “นวัตกรรมบริการทางการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0” ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลทางทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาไปสู่งานวิจัยที่สมบูรณ์ในอนาคต โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายก่อนจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และกลุ่มวัยทำงานที่ต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

การทบทวนวรรณกรรม

“การศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการทางการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0” เพื่อทบทวนวรรณกรรมและสร้างกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอเนื้อหาที่มีส่วนเกี่ยวข้องดังนี้

1.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการทางการศึกษา

ความหมายของนวัตกรรมบริการ

คำว่า “นวัตกรรม” มาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Innovation” โดยมีรูปศัพท์เดิมมาจากภาษาบาลี คือ นว + อดต + กรรม ทั้งนี้ คำว่า นว แปลว่า ใหม่ อดต แปลว่า ตัวเอง และกรรมแปลว่าการกระทำ เมื่อรวมเป็นคำว่า นวัตกรรม ตามรากศัพท์ หมายถึง การกระทำที่ใหม่ของตนเอง นิลรัตน์(2555) นอกจากนั้น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2549) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรมคือ “สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม” ดังนั้นน่าจะสรุปได้ว่า นวัตกรรม หมายถึง สิ่งใหม่ที่กระทำซึ่งเกิดจากการใช้ความรู้ ใช้ความคิดสร้างสรรค์ สิ่งใหม่ในที่นี้อาจจะอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์ แนวคิด หรือกระบวนการ ที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนา นอกจากนั้นยังพบว่าในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง สิ่งที่ทำขึ้นใหม่หรือแตกต่างเดิม ซึ่งอาจจะเป็นความคิด วิธีการ หรืออุปกรณ์เป็นต้นในทำนองเดียวกัน นวัตกรรมก็อาจเป็นความคิดการปฏิบัติ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นที่รับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่โดยปัจเจกบุคคลหรือองค์กรหน่วยงานที่จะนำมาไปประยุกต์ใช้ นอกจากนั้นยังพบว่า การดี เสียวไพโรจน์ (2552) กล่าวว่า นวัตกรรมบริการ คือ การนำความคิดและแนวทางการดำเนินงานใหม่ๆ ที่ผ่านการคิดอย่างเป็นระบบ และเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการมาใช้เป็น

แนวทางการสร้างการบริการที่แตกต่างเพื่อมุ่งตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนั้นยังพบว่าวลัยลักษณ์ รัตนาวงศ์ ญัฐธิดา สุวรรณโณ และธีรศักดิ์ จินดาบถ (2557) กล่าวว่า นวัตกรรมบริการหมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ หรือกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของลูกค้า โดยการบูรณาการศักยภาพการบริหารจัดการขององค์กร รวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าของบริการ นอกจากนั้นนฤดี จิยะวรรณันท์ และภูมิพร ธรรมสถิตเดช(2555) กล่าวว่า นวัตกรรมบริการเป็นแนวคิดที่ตั้งใจบริการลูกค้าเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่และเพื่อเป็นการปรับปรุงและเพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจบริการสามารถอธิบายเป็นกระบวนการที่ถูกโอนย้าย ไปยังลูกค้า และเป็นการโต้ตอบระหว่างผู้ให้บริการและ ลูกค้าซึ่งลูกค้ามีอิทธิพลมากต่อการปรับปรุงกระบวนการ

จากความหมายที่กล่าวมาพอจะสรุปได้ว่านวัตกรรมบริการ หมายถึง การนำความคิด แนวทางการดำเนินงาน หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า อีกทั้งยังเป็นการยกระดับประสิทธิภาพเพิ่มประสิทธิผลของการบริการและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ ทฤษฎีนวัตกรรมจึงเป็นเหมือนแนวคิดพื้นฐานของการศึกษานวัตกรรมทั้งในการท่องเที่ยวและการบริการ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาบริการ

องค์ประกอบของนวัตกรรม

องค์ประกอบที่เป็นมิติสำคัญของนวัตกรรม มีอยู่ 3 ประการ คือ(1)ความใหม่ (Newness) หมายถึง เป็นสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจเป็นตัวผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการ โดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่เลยก็ได้(2)ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) หรือการสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ กล่าวคือ นวัตกรรม จะต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้นๆซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอาจจะวัดได้เป็นตัวเงินโดยตรง หรือไม่เป็นตัวเงินโดยตรงก็ได้(3)การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์(Knowledge and Creativity Idea) สิ่งที่จะเป็นนวัตกรรมได้นั้นต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดซ้ำใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบ การทำซ้ำ เป็นต้น

กล่าวได้ว่านวัตกรรมบริการ คือ การเปลี่ยนแปลงบริการเดิมผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ที่มีอยู่แล้วให้มีประโยชน์ขึ้น หรือการสร้างบริการใหม่ หรือเป็นนวัตกรรมในธุรกิจบริการ เช่น การศึกษา โรงแรม ธนาคาร โรงพยาบาล เป็นต้น เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่ และเพื่อเป็นการปรับปรุงและเพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจ

บริบทที่สำคัญของนวัตกรรมบริการทางการศึกษา

การพัฒนากรอบแนวคิดของนวัตกรรมบริการทางการศึกษา จำเป็นต้องพิจารณาบริบทที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การเลือกตัวแปรนวัตกรรมบริการทางการศึกษาที่เหมาะสมดังนี้

ด้านสภาพแวดล้อมทางการศึกษา ด้านการเรียนการสอน ด้านหลักสูตร ด้านการประเมินผล ด้านสื่อ/เทคโนโลยี ด้านองค์กรทางสังคม ด้านความเป็นสากล ด้านการบริการนักศึกษา ด้านการบริหารจัดการ และด้านค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร

พาราซุรามาน, ซีแฮมล์และเบอร์รี่(Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1990)ได้ทำการศึกษาลึกลับที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการประเมินคุณภาพการมารับบริการซึ่งมีปัจจัยในการกำหนดคุณภาพการบริการ (Determinants of Service Quality)ซึ่งต่อมาได้พัฒนาและสร้างเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการที่เรียกว่า “SERVQUA” ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในการประเมินคุณภาพการบริการให้เหลือเพียง 5 ด้านดังต่อไปนี้(Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1990 : 28 ; Lovelock, 1996 (1)ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) คือเป็นสิ่งที่สัมผัสได้มีลักษณะกายภาพที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัดเช่นสถานที่เครื่องมือ

อุปกรณ์บุคลากรเอกสารและในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าสามารถช่วยให้ลูกค้ารับรู้การบริการที่ตั้งใจของพนักงานได้ชัดเจน(2)ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือการให้บริการของพนักงานต้องมีความสามารถในการสื่อสารให้กับผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอทำให้ผู้รับบริการรู้สึกได้ว่าไว้วางใจและได้รับการบริการที่น่าเชื่อถือ(3)การตอบสนอง (Responsiveness) คือการให้บริการของพนักงานด้วยความสามารถในการบริการด้วยความเต็มใจสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงทีผู้รับบริการได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว (4)การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือการให้บริการของพนักงานที่มีทักษะความรู้ความสามารถในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการแก่ผู้รับบริการเพื่อให้เกิดความไว้วางใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง(5)การเอาใจใส่ (Empathy) คือการให้บริการของพนักงานที่มีความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการของผู้รับบริการที่แตกต่างกัน

จากการวิจัยที่ผ่านมาด้านนวัตกรรมบริการพบว่า สมฤทัย น้ำทิพย์ (2557) ผลการวิจัยพบว่าสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการระบุปัจจัยด้านนวัตกรรมบริการในสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ นวัตกรรมองค์กรทางสังคม นวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ นวัตกรรมเทคโนโลยี นวัตกรรมบริการนักศึกษา นวัตกรรมหลักสูตรและนวัตกรรมเครือข่ายงานวิจัย ต่อมายุรมาศ อุดมศิริ (2559) พบว่า ปัจจัยการรับรู้บริการทางการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจของนักศึกษา MBA ในประเทศไทย มีถึง 5 ปัจจัยและสามารถเรียงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและแรงจูงใจจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกทางวิชาการ ปัจจัยด้านการปฏิบัติของอาจารย์และทรัพยากรของหลักสูตรการเรียนการสอน ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและการบริการสนับสนุนต่างๆ ปัจจัยการบริการของพนักงานเจ้าหน้าที่ ปัจจัยความเป็นสากล ตามลำดับส่วนปัจจัยการรับรู้คุณภาพการบริการทางการศึกษา มี 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักเรียนนักศึกษา โดยสามารถเรียงปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของนักเรียนนักศึกษาจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกทางวิชาการ ปัจจัยความสามารถในการสอนและอุปกรณ์เพื่อการเรียนการสอน และปัจจัยการบริการของพนักงานเจ้าหน้าที่ ตามลำดับ จากการวิเคราะห์จะพบว่า ปัจจัยที่นักศึกษา MBA ในประเทศไทย ให้ความสำคัญมากที่สุดทั้งในเรื่องของความพึงพอใจแรงจูงใจและความจงรักภักดี คือ ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกทางวิชาการ และรองลงมาคือ เรื่องของปัจจัยการบริการของพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งสถาบันการศึกษาในประเทศไทยควรให้ความสำคัญและปรับปรุงงานใน 2 ปัจจัยนี้มากที่สุดเพื่อความพึงพอใจ แรงจูงใจและความจงรักภักดีของนักศึกษาMBA สูงสุด

2.ผลสัมฤทธิ์ของนวัตกรรมบริการทางการศึกษา

ความหมายผลสัมฤทธิ์

ผลสัมฤทธิ์ หมายถึง ผลกระทบที่ติดตามมาอย่างต่อเนื่องภายหลังจากการนำผลลัพธ์(outcome)ไปใช้ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ผลสัมฤทธิ์ คือ ผลสำเร็จทั้งของวัตถุประสงค์ในระดับโครงการ และ หรือ ผลสำเร็จของวัตถุประสงค์ในระดับแผนงาน(Program) สำหรับในการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ คำว่าผลสัมฤทธิ์ (Results) หมายถึง ความสำเร็จในระดับแผนงาน ทิศนา ชम्मณี(2548,น.10) กล่าวว่า ผลสัมฤทธิ์ คือ การทำให้สำเร็จหรือประสิทธิภาพทางการกระทำในทักษะที่กำหนดให้หรือด้านความรู้

บริบทที่สำคัญของผลสัมฤทธิ์ของนวัตกรรมบริการทางการศึกษา

มีการศึกษาเพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ของนวัตกรรมบริการ ซึ่งมีการให้ความหมายนวัตกรรมทั้งอย่างกว้างและแคบ ตามบริบทของการศึกษา เช่นเดียวกับนวัตกรรมบริการทางการศึกษา สำหรับตัวแปรในการพัฒนากรอบแนวคิดผลสัมฤทธิ์ของนวัตกรรมบริการทางการศึกษาได้มาจากการสังเคราะห์งานวิจัยที่

เกี่ยวข้องและแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ประกอบด้วย ความพึงพอใจของนักศึกษา การตัดสินใจศึกษา การแนะนำ บอกต่อ ทักษะคิดเชิงบวก และภาพลักษณ์ของสถานศึกษา/หลักสูตร

จากการวิจัยที่ผ่านมาด้านผลสัมฤทธิ์ของนวัตกรรมบริการทางการศึกษาพบว่า ภาณุเดช เพียร ความสุขและคณะ (2558) ผลการวิจัย นักศึกษามีความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของสำนักส่งเสริมวิชาการ และงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี โดยภาพรวมทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการบริหารดำเนินงาน ด้านการดำเนินการ ด้านเทคโนโลยี และด้านลักษณะการให้บริการ การความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเกี่ยวกับการบริการกับความพึงพอใจของ นักศึกษา ในการให้บริการพบว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ ปัจจัยด้านระบบการบริการ ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมในการบริการ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยด้านระยะเวลาการให้บริการ และปัจจัย ด้านความสะดวกในการบริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความ พึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของ สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี นอกจากนี้ ณิชชา สุวรรณวงศ์ (2560) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา (ระบบโควตา) ประจำปีการศึกษา 2560 ด้านเหตุผลส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อค่าเฉลี่ยรายข้อในอันดับที่ 1 คือ มีหลักสูตรและสาขาวิชาตรงตามความต้องการของนักเรียน รองลงมา รุ่นพี่ที่เป็นผู้แนะนำให้เลือกเรียนในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ และเพื่อนส่วนใหญ่มีความนิยมในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ หมายถึง นักเรียน นักศึกษาได้ให้ความสำคัญกับเหตุผลส่วนตัวมาก โดยเฉพาะการมีหลักสูตรและสาขาวิชาตรงตามความต้องการของนักเรียน นักศึกษา โดยมีรุ่นพี่เป็นผู้แนะนำให้เลือกเรียนในมหาวิทยาลัยแห่งนี้มากที่สุด อีกทั้งเพื่อนส่วนมากมีความนิยมในมหาวิทยาลัยแห่งนี้

3. ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล

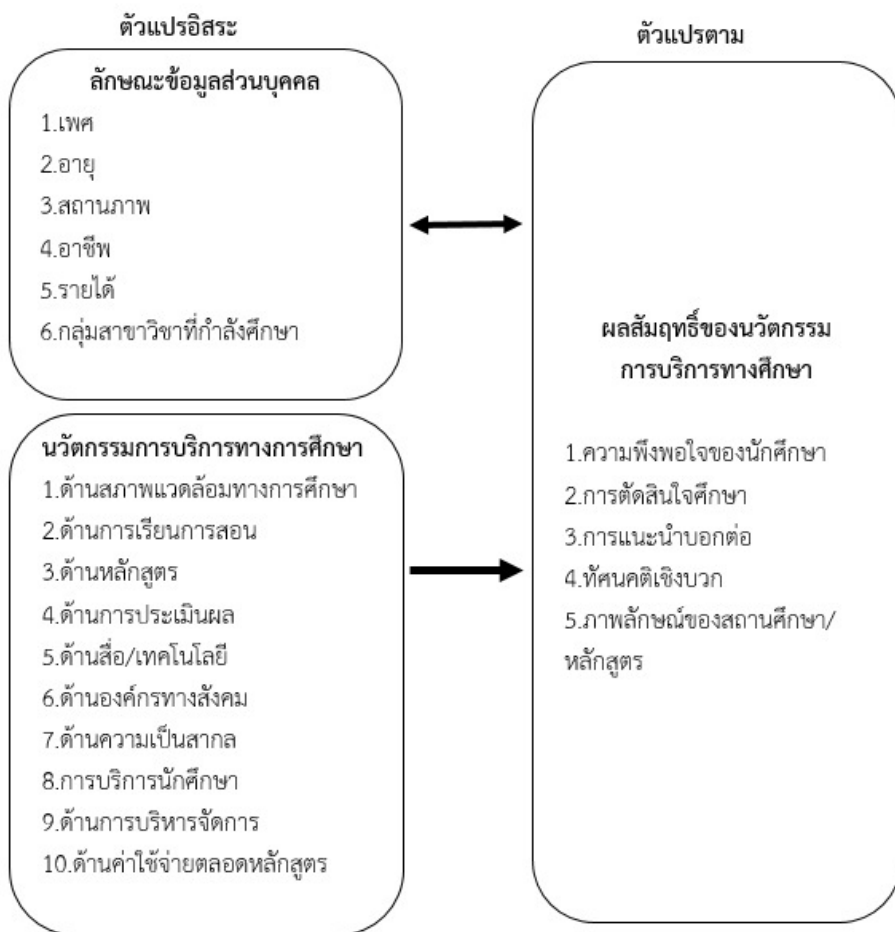
ความหมายของลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, น.38-39) ให้ความหมายว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึงอายุ เพศ วงจรชีวิตของครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อนักการตลาดเพราะมัน เกี่ยวพันกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการ เกิดขึ้นของตลาดใหม่ และตลาดอื่นก็จะหมดไป หรือลดความสำคัญลง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ ประกอบไปด้วย 1.อายุ 2. เพศ 3. วงจรชีวิตครอบครัว 4. การศึกษาและรายได้ ต่อมากรรณิการ์ เหมือน ประเสริฐ (2548) ได้กล่าวว่าในหน่วยงานองค์กรต่างๆ จะประกอบไปด้วยบุคลากรในระดับต่างๆ เป็นจำนวนมาก บุคคลแต่ละคนจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปลักษณะพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกแตกต่างกันนี้ มีสาเหตุมาจากปัจจัยต่างๆ ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร ลักษณะ พฤติกรรมในการทำงานของบุคคล จะประกอบไปด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) การศึกษา (4) สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ ได้แก่ อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคม และปัจจุบันศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, น.41) ให้ความหมายลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) คือลักษณะที่สำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่นๆ ตัวแปรด้านทาง ประชากรศาสตร์ที่สำคัญ และคนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

จากแนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรของลักษณะประชากรศาสตร์ สรุปได้ว่าปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์เป็น ปัจจัยที่นิยมนำมาใช้ ศึกษากันมากที่สุดโดยอาศัยตัวแปรศึกษาได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ

รายได้ เชื้อชาติ ศาสนา ขนาดครอบครัว หรือวงจรชีวิตครอบครัวนั้น นำมาวางแผนกำหนดกลยุทธ์ สร้างความต้องการหรือจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการเพื่อให้เข้าถึงและตรงกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง มากที่สุดผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพทางการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เพื่อให้สอดคล้องกับงานวิจัยด้านนวัตกรรมบริการทางการศึกษาผู้วิจัยต้องการทราบข้อมูลของกลุ่มประชากรเพิ่มเติม คือ กลุ่มสาขาวิชาที่กำลังศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนอกจากนั้นจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารหลักสูตร MBA จึงได้กรอบแนวคิดนวัตกรรมบริการทางการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โดยกรอบแนวคิดนี้จะนำไปประกอบเป็นงานวิจัยอย่างสมบูรณ์โดยศึกษาจากกลุ่มประชากรนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายก่อนจบการศึกษาและกลุ่มวัยทำงานที่ต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ดังภาพ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดนวัตกรรมบริการทางการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การสร้างกรอบแนวคิดนวัตกรรมบริการทางการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ได้จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎีความหมายของนวัตกรรมบริการ แนวคิดทฤษฎีของพาราซูรามาน,

ซีแฮมล์และเบอร์รี่ (Zeithaml, Parasuraman and Berry, 1990) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบในการทำความเข้าใจถึงแนวคิดหลัก ๆ เพื่อนำไปสู่การศึกษาในครั้งนี้ ผลการศึกษาพบว่า 1) ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ กลุ่มสาขาวิชาที่กำลังศึกษา 2) นวัตกรรมบริการทางการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของนวัตกรรมบริการทางการศึกษา ได้แก่ นวัตกรรมด้านสภาพแวดล้อมทางการศึกษา ด้านการเรียนการสอน หลักสูตร การประเมินผล สื่อ/เทคโนโลยี องค์กรทางสังคม ความเป็นสากล การบริการนักศึกษา การบริหารจัดการ และนวัตกรรมด้านค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร 3) ผลสัมฤทธิ์ของการจัดการนวัตกรรมบริการทางการศึกษา ได้แก่ ความพึงพอใจของนักศึกษา การตัดสินใจศึกษา การแนะนำบอกต่อ ทักษะคิดเชิงบวก และภาพลักษณ์ของสถานศึกษา/หลักสูตร

การศึกษาในครั้งนี้เป็นเพียงการสร้างกรอบแนวคิดเพื่อนำไปสู่ผลวิจัยกับข้อมูลทางเชิงปริมาณ การศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพผสมผสานกันไป เพื่อให้ได้ผลวิจัยที่สอดคล้องกับความเป็นจริง และนำไปใช้ได้อย่างมีคุณค่า

รายการอ้างอิง

- ชนินทร เพ็ญสูตร. (2560). ประเทศไทย 4.0 บริบททางเศรษฐกิจ และการเมือง. *วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์*. 8(1).
- ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2559) นวัตกรรมบริการ : กลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรธุรกิจบริการ. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*. 14(2).
- ณัชชา สุวรรณวงศ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา(ระบบโควตา). งานบริหารงานทั่วไป. สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ณัฐกานต์ พวงไพบูลย์. (2557). รูปแบบการจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาที่เหมาะสมของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมในมหาวิทยาลัยราชภัฏ. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยปทุมธานี*. 106.
- ธัญญารัตน์ เรียนกะศิลป์. (2556). ผลสัมฤทธิ์ในการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*. 11(1)
- ประดิษฐ์พงศ์ โตรธรรมเจริญ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐบาลกับมหาวิทยาลัยเอกชน. การค้นคว้าอิสระ, ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลเทคโนโลยีธัญบุรี.
- พรรณพนัช จันทา, อัจฉริยา ปราบอริพ่าย. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท ที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, *Veridian E-Journal, Silpakorn University*. 8(1). สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 18, 2560, จาก <https://tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/30845>
- ภาณุเดช เพ็ญความสุข, คณะ. (2558). ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของ สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ยุรมาศ อุดมศิริ. (2559). การศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการทางการศึกษาต่อ ความพึงพอใจ ความจงรักภักดี และแรงจูงใจของนักศึกษา MBA ในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระ, ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วัลย์ลักษณ์ รัตนวงศ์. (2558). การวัดนวัตกรรมบริการของธุรกิจท่องเที่ยวไทย: วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, วารสารวิทยาการจัดการ. 31(1).
- สมฤทัย น้ำทิพย์, อรพรรณ คงมาลัย. (2559). ผลกระทบนวัตกรรมบริการต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน: ในบริบทสถาบันอุดมศึกษา**. วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรมพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. 11(2).
- สมฤทัย น้ำทิพย์, อัญญา ดิษฐานนท์. (2558). ผลกระทบนวัตกรรมบริการต่อความพึงพอใจของนักศึกษาในบริบทอุดมศึกษา**. วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ. 6(1).
- สมฤทัย น้ำทิพย์. (2557). นวัตกรรมบริการ: กลไกในการสร้างมูลค่าเพิ่มในบริบทสถาบันอุดมศึกษา. วารสารวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มศว. 8(2)
- หทัยกาญจน์ สิทธิศักดิ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอกหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. C วารสารวิทยาการจัดการ ธุรกิจและเทคโนโลยี
- อุทุมพร ไฉลาต, จงดี ไตอ้อม. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 10(2).
- มณฑิลา นรสิงห์. (2560). การพัฒนาคนเพื่อการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ Thailand 4.0. Manager Online. สืบค้นเมื่อ กุมภาพันธ์ 8, 2561, จาก <http://www.mgrounline.com/daily/1509>
- Akgun, A.E., Keskin, H. & Byrne, J. (2009). Organizational emotional capability, product and process innovation, and firm performance: An empirical analysis. Journal of Engineering and Technology Management, 26, 103- 130.
- Coombs, R., Miles, I. (2000). Innovation, measurement and services: the new problematic. In: Metcalfe, J.S., Miles, I. (Eds.), innovation systems in the service economy. Measurement and case study analysis. Kluwer Academic Publishers, Boston, 85-103
- Mansharamani, V. (2005). Towards a theory of service innovation: An inductive case study approach to evaluating the uniqueness of service. Master of Science, 1-69.