

นวัตกรรมบริการ และภาวะผู้นำใ้บริการ ที่ส่งผลต่อการบริการ ที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช*

SERVICE INNOVATION AND SERVANT LEADERSHIP AFFECTING SERVICE EXCELLENCE AT NAVAMINDRADHIRAJ UNIVERSITY

พัชรพรรณ ระมั่ง¹ และ จันทรศม์ ภูติอริยวัฒน์²

Pacharapan Raman¹ and Jantarat Phutiariyawat²

¹⁻²มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

¹⁻²Srinakharinwirot University, Thailand

Corresponding Author's Email: pacharapan@nmu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการ ภาวะผู้นำใ้บริการ และการบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช และ 2) เพื่อศึกษานวัตกรรมบริการและภาวะผู้นำใ้บริการที่ส่งผลต่อการบริการที่เป็นเลิศ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 341 คน จากประชากร 3,240 คน ประกอบด้วยนักศึกษาระดับปริญญาตรี และอาจารย์ของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช โดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นตามประเภท ผู้รับบริการและสัดส่วนของคณะและวิทยาลัย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) อยู่ระหว่าง 0.50–1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .992 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) นวัตกรรมบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับการบริการที่เป็นเลิศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์สูงในด้านบุคลากรและด้านสภาพแวดล้อม ขณะเดียวกัน ภาวะผู้นำใ้บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับการบริการที่เป็นเลิศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์สูงในการสร้างคุณค่าให้ชุมชน 2) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า นวัตกรรมบริการสามารถอธิบายความแปรปรวนของการบริการที่เป็นเลิศได้ร้อยละ 78.3 ($R^2 = .783$) และภาวะผู้นำใ้บริการสามารถอธิบายความแปรปรวนของการบริการที่เป็นเลิศได้ร้อยละ 72.1 ($R^2 = .721$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: นวัตกรรมบริการ, ภาวะผู้นำใ้บริการ, การบริการที่เป็นเลิศ, มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

* Received 11 February 2026; Revised 20 February 2026; Accepted 1 April 2026

Abstract

The purposes of this study were 1) to examine the relationships among service innovation, servant leadership, and service excellence at Navamindradhiraj University and 2) to investigate the effects of service innovation and servant leadership on service excellence. The sample consisted of 341 participants drawn from a population of 3,240 undergraduate students and faculty members of Navamindradhiraj University. Stratified random sampling was employed based on service recipient categories and proportional representation across faculties and colleges. The research instrument was a five-point Likert-scale questionnaire. The Index of Item–Objective Congruence (IOC) ranged from 0.50 to 1.00, and the overall reliability coefficient was .992. Data were analyzed using descriptive statistics, Pearson’s product–moment correlation coefficient, and multiple regression analysis.

The findings revealed that 1) service innovation was positively correlated at a high level with service excellence, with statistical significance at the .01 level, particularly in the dimensions of personnel and environment. Likewise, servant leadership was positively correlated at a high level with service excellence at the .01 level, especially in the dimension of community value creation and 2) multiple regression analysis indicated that service innovation explained 78.3% of the variance in service excellence ($R^2 = .783$), while servant leadership explained 72.1% of the variance ($R^2 = .721$), with statistical significance at the .01 level.

Keywords: Service Innovation, Servant Leadership, Service Excellence, Navamindradhiraj University

บทนำ

ในโลกยุคปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทางเศรษฐกิจและวิกฤตการณ์ด้านสาธารณสุขระดับโลก เช่น การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อองค์กรทุกภาคส่วน โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่ทวีความเข้มข้น การบริหารจัดการจึงจำเป็นต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการสร้าง ความไว้วางใจและความเชื่อมั่นจากสังคมผ่านคุณภาพการศึกษาและบริการ (ศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ต้นสุวรรณนนท์, 2558) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็วประกอบกับ วิกฤตโควิด เป็นปัจจัยเร่งให้เกิดการ "พลิกผัน" (Disruption) ในการศึกษาโดย สถาบันอุดมศึกษาต้องเร่งเปลี่ยนผ่านและยกระดับการเรียนการสอนสู่รูปแบบดิจิทัลที่มี

ประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของประเทศ (กฤษฎา เสกตระกูล, 2563) อีกทั้งการเปิดเสรีทางการศึกษาและเทคโนโลยีการเรียนรู้ออนไลน์ เช่น MOOCs ทำให้ผู้เรียนมีทางเลือกมากขึ้น และสถาบันการศึกษาต้องเผชิญกับการแข่งขันจากทั้งในและต่างประเทศ เช่น แพลตฟอร์ม Coursera มีผู้ลงทะเบียนกว่า 142 ล้านคนทั่วโลกในปี 2566 โดยในจำนวนนี้มีผู้เรียนในระดับปริญญาถึง 22,025 คน (Shah, 2024) ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้เรียน ขณะเดียวกัน ข้อมูลจากที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทยระบุว่า จำนวน "เด็กชิว" หรือผู้ที่ไม่เลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาเดิมมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 52,886 คนในปี 2566 เป็น 85,437 คนในปี 2567 และคาดว่าจะสูงถึง 96,486 คนในปี 2568 ซึ่งสะท้อนถึงความท้าทายในการดึงดูดและรักษาผู้เรียนไว้ภายในระบบ นอกจากนี้ Sharma (2005) ชี้ให้เห็นว่า การบริการสนับสนุนที่ดี เช่น การให้ข้อมูล การแนะแนวเทคโนโลยี การบริการออนไลน์ และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างครูกับผู้เรียน มีผลต่อความสำเร็จทางการเรียนและการคงอยู่ของนักศึกษาในระบบการศึกษา และอีกหนึ่งความท้าทายสำคัญคือพฤติกรรมของผู้เรียนกลุ่ม Generation Z ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของสถาบันอุดมศึกษาในปัจจุบัน โดยมีลักษณะนิสัยที่มุ่งเน้นความโปร่งใส ความจริงใจ และต้องการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงกับองค์กร (ชลทิศ ทองไพจิตร, 2567) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของจิรพัทธ์ ภัทรจริยา (2562) ที่พบว่า การได้รับการยอมรับนับถือจากสถาบันมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษา

มาตรฐานการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 ได้มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องของสถาบันอุดมศึกษา โดยยึดหลักธรรมาภิบาลเป็นแนวทางสำคัญ หมวดที่ 3 ข้อ 16 ได้ระบุประเด็นสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วม 2) การตอบสนองความต้องการ 3) การสร้างความพึงพอใจ และ 4) การติดตามและรายงานผล (ราชกิจจานุเบกษา, 2565) เกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (Education Criteria for Performance Excellence: EdPEX) ฉบับปี 2567-2570 ยังให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นลูกค้า โดยเน้นการรับฟังเสียงลูกค้าและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ในปัจจุบัน การบริการกลายเป็นเป้าหมายสำคัญของสถาบันอุดมศึกษา โดยเฉพาะการบรรจุไว้ในแผนยุทธศาสตร์เพื่อมุ่งสู่ "ความเป็นเลิศในการบริการ" ผ่านระบบการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Ciancio (2018) ที่เห็นว่า ความเป็นเลิศในการบริการไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ หากแต่ต้องอาศัยการวางแผนเป็นระบบ มีโครงสร้าง และสามารถดำเนินการได้อย่างสม่ำเสมอ ในยุคที่โลกก้าวเข้าสู่การแข่งขันระดับโลก ความเป็นเลิศในการบริการกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Sekhon et al., 2015) โดยองค์กรชั้นนำระดับโลก เช่น Disneyworld และ Marriott Corporation ได้พิสูจน์แล้วว่า การให้บริการที่ยอดเยี่ยมช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ทั้งยังตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

(Safaeimanesh et al., 2021; Zhan et al., 2021) ฟิลิป คอตเลอร์ กล่าวถึง หัวใจของกลยุทธ์การตลาดยุคใหม่ว่า คือ "ความท้าทายของธุรกิจในปัจจุบัน กลยุทธ์ในการจัดการการตลาดต้องเปลี่ยนไป หัวใจสำคัญ คือ ต้องทำให้ลูกค้ามีความสุขเกิดความพึงพอใจที่จะบอกต่อให้กับคนอื่น ๆ" ซึ่งแนวคิดนี้สามารถประยุกต์ใช้กับภาคการศึกษาได้เช่นกัน โดยเฉพาะในการสร้างความประทับใจแก่ผู้เรียนและผู้รับบริการ จันทรจิรา วงษ์ชมทอง และคณะ (2552) กล่าวว่า การบริการที่เป็นเลิศ คือการส่งมอบบริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ และให้ความสำคัญกับคุณภาพในทุกมิติ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับผู้รับบริการ ทั้งนี้ เสถียร คามิศักดิ์ (2563) เสริมว่า ความเป็นเลิศในการบริการคือความตั้งใจและพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงานที่มุ่งสร้างผลงานที่ยอดเยี่ยม โดดเด่น และประทับใจผู้รับบริการ ท้ายที่สุด การให้บริการที่มีคุณภาพสูงต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักศึกษา ผู้ปกครอง ชุมชน และพันธมิตรทางวิชาการ จะช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยให้เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง และเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (อวภาส ฉันทศาสตร์ศรี, 2562)

ในยุคที่สถาบันอุดมศึกษาต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น การนำนวัตกรรมมาใช้ในการบริการได้กลายเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบทางการแข่งขัน Danjuma และ Rasli (2012) ระบุว่า เดิมทีแนวคิดเรื่องนวัตกรรมมักจำกัดอยู่ในภาคการผลิตและเทคโนโลยี แต่ปัจจุบันได้ขยายเข้าสู่ภาคบริการ รวมถึงในสถาบันการศึกษา อันเป็นผลจากโลกาภิวัตน์และแนวโน้มการตลาดในภาคการอุดมศึกษาความซับซ้อนของความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับนักศึกษาเพิ่มมากขึ้น เมื่อค่าใช้จ่ายด้านการศึกษาเพิ่มสูง และนักศึกษามีความคาดหวังที่หลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้อำนาจการต่อรองโน้มเอียงไปทางนักศึกษา (Ogunmokun et al., 2020) ด้วยเหตุนี้ นวัตกรรมกระบวนการบริการจึงเป็นกลไกสำคัญในการตอบสนองต่อการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลง โดยช่วยให้องค์กรสามารถสร้างบริการที่ดีขึ้น สร้างความพึงพอใจ และบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย (จริยากรณ์ หวังศุภกิจโกศล และวิโรจน์ เกษภูาลักษณ์, 2567) ผลการศึกษาของอัมณภิกา ราร่องคำ (2567) ยังแสดงให้เห็นว่า นวัตกรรมบริการในด้านบุคลากร คุณภาพบริการ และเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ ซึ่งส่งผลให้เกิดการชื่นชม ความพึงพอใจ และการบอกต่อในทางบวก อันเป็นผลดีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

นอกจากนวัตกรรมแล้ว “ภาวะผู้นำ” โดยเฉพาะภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ (Servant Leadership) ก็เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญที่สนับสนุนความเป็นเลิศของสถาบันอุดมศึกษา (Roshan Saeed & Tatlah, 2022) ชี้ว่า ภาวะผู้นำแบบนี้เหมาะสมอย่างยิ่งในบริบทของมหาวิทยาลัย เนื่องจากการรับใช้และใส่ใจต่อความต้องการของผู้ตามเป็นลำดับแรก ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของ Greenleaf (1970) และ Spears (2004) ได้เสนอคุณลักษณะสำคัญ 10 ประการของภาวะผู้นำเฝ้าบริการ ได้แก่ การรับฟัง ความเห็นอกเห็นใจ การเสียสละ การ

ตระหนักรู้ การโน้มน้าวใจ การสร้างมโนทัศน์ การมองการณ์ไกล การดูแลรักษา ความมุ่งมั่นในการพัฒนาผู้อื่น และการสร้างชุมชน ซึ่งล้วนมีบทบาทในการสร้างบรรยากาศที่เกื้อกูลและสร้างแรงจูงใจแก่บุคลากรและผู้เรียนในมุมมองของ Adda และคณะ (2020) มหาวิทยาลัยในฐานะผู้ผลิตทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพสูง ควรใช้ภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ในทุกระดับ ตั้งแต่ผู้นำสูงสุดจนถึงเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริการ เพื่อส่งเสริมคุณภาพการบริการที่ครอบคลุมทั้งภายในและภายนอกสถาบันอย่างแท้จริง งานวิจัยจำนวนมากยังสนับสนุนว่า ภาวะผู้นำเฝ้บริการส่งผลต่อพฤติกรรมบริการของบุคลากรและสามารถยกระดับผลลัพธ์ทางการบริการ

มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชในฐานะสถาบันอุดมศึกษาด้านการแพทย์และการพัฒนาเมือง ได้กำหนดนโยบายมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการผ่านระบบดิจิทัลและการบริหารตามหลักธรรมาภิบาล อย่างไรก็ตาม ผลการประเมินคุณภาพตามเกณฑ์ EdPEX ยังสะท้อนข้อจำกัดด้านกลไกการรับฟังผู้รับบริการ การบริหารความสัมพันธ์ และการใช้ข้อมูลเพื่อพัฒนาคุณภาพบริการอย่างเป็นระบบ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างนโยบายกับการปฏิบัติจริง

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยด้านการบริการในสถาบันอุดมศึกษาไทยส่วนใหญ่มุ่งเน้นการวัดระดับความพึงพอใจหรือคุณภาพการบริการในภาพรวม ขณะที่ยังขาดการศึกษาที่บูรณาการ “วัตรกรรมการบริการ” และ “ภาวะผู้นำเฝ้บริการ” ในฐานะกลไกเชิงระบบที่ส่งผลต่อการบริการที่เป็นเลิศโดยตรง โดยเฉพาะในบริบทของมหาวิทยาลัยเฉพาะทางด้านการแพทย์และการพัฒนาเมือง ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และอิทธิพลของวัตรกรรมการบริการและภาวะผู้นำเฝ้บริการต่อการบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชอย่างเป็นระบบ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวัตรกรรมการบริการ และภาวะผู้นำเฝ้บริการ กับบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
2. เพื่อศึกษานวัตรกรรมการบริการและภาวะผู้นำเฝ้บริการที่ส่งผลต่อการบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

สมมติฐานการวิจัย

1. นวัตรกรรมการบริการ และภาวะผู้นำเฝ้บริการ กับบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชมีความสัมพันธ์กัน
2. นวัตรกรรมการบริการ และภาวะผู้นำเฝ้บริการ ส่งผลต่อการบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีและอาจารย์มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จำนวน 3,240 คน (มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช, 2025) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีและอาจารย์ในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช รวมทั้งสิ้น 341 คน (Krejcie และ Morgan, 1970) ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยการใช้ประเภทผู้รับบริการเป็นชั้น (Strata) จากนั้นกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้น และใช้ การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยจับฉลากตามสัดส่วนของคณะ/วิทยาลัย เพื่อให้ได้จำนวนครบตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

2. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้คือแบบสอบถามเพื่อสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากการค้นคว้า ศึกษาเอกสาร ตำราแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ภาวะผู้นำบริการ ที่ส่งผลต่อการบริการที่เป็นเลิศมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ คณะ/วิทยาลัยที่สังกัด และความถี่ในการใช้บริการ ตอนที่ 2 การใช้นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการบริการที่เป็นเลิศมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (Rating Scale) ตอนที่ 3 ภาวะผู้นำบริการที่ส่งผลต่อการบริการที่เป็นเลิศมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตอนที่ 4 การบริการที่เป็นเลิศมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) และตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ด้วยดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.50–1.00 ทุกข้อคำถามผ่านเกณฑ์ที่กำหนด จากนั้นนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงจำนวน 30 คน และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ผลการวิเคราะห์พบว่า นวัตกรรมบริการมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .985 ภาวะผู้นำบริการเท่ากับ .973 การบริการที่เป็นเลิศเท่ากับ .986 และแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .992 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง เหมาะสมสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภายหลังได้รับหนังสืออนุญาตจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความอนุเคราะห์จากมหาวิทยาลัย

นวมินทราชิราชในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 341 คน แบบสอบถามถูกจัดส่งในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Google Form ไปยังคณะและวิทยาลัยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยมีการติดตามการตอบแบบสอบถามอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's product-moment correlation coefficient) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการภาวะผู้นำใ้บริการ และการบริการที่เป็นเลิศ โดยพิจารณาระดับความสัมพันธ์ตามเกณฑ์ที่กำหนดในงานวิจัยด้านสถิติการศึกษา นอกจากนี้ ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบวิธีการคัดเลือกเข้า (Multiple Regression Analysis: Enter Method) เพื่อศึกษาผลของนวัตกรรมบริการและภาวะผู้นำใ้บริการต่อการบริการที่เป็นเลิศของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่าง นวัตกรรมบริการและภาวะผู้นำใ้บริการ กับบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตาราง 1 – 2

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของระดับความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการ กับบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช โดยรวม

นวัตกรรมบริการ	การบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช
1. ด้านข้อมูลสารสนเทศ	0.77**
2. ด้านกระบวนการ	0.78**
3. ด้านเทคโนโลยี	0.81**
4. ด้านสภาพแวดล้อม	0.83**
5. ด้านบุคลากร	0.85**
โดยรวม	0.88**

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 นวัตกรรมบริการ กับบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช มีความสัมพันธ์โดยรวมทางบวกอยู่ในระดับสูง ($r = 0.88^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับการบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช สูงที่สุด โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = 0.85^{**}$) รองลงมา คือ ด้านสภาพแวดล้อม ด้าน

เทคโนโลยี ด้านกระบวนการ และด้านข้อมูลสารสนเทศ มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับการบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช ($r = 0.83^{**}$, $r = 0.81^{**}$, $r = 0.78^{**}$ และ $r = 0.77^{**}$ ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของระดับความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำไปบริการกับการบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช โดยรวม

ภาวะผู้นำไฟบริการ	การบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช
1. ด้านการสร้างค่าให้ชุมชน	0.83**
2. ด้านเสริมพลังอำนาจ	0.82**
โดยรวม	0.85**

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 2 พบว่า ภาวะผู้นำไฟบริการ กับการบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัย นวมินทราชิตราข มีความสัมพันธ์โดยรวมทางบวกอยู่ในระดับสูง ($r = 0.85^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการสร้างค่าให้ชุมชน มีความสัมพันธ์กับการบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราข สูงที่สุด โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r = 0.83^{**}$) และ ด้านเสริมพลังอำนาจ มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับการบริการที่เป็นเลิศใน มหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราข ($r = 0.82^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ผลการวิเคราะห์นวัตกรรมการบริการ และภาวะผู้นำไฟบริการ ที่ส่งผลการบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบวิธีการคัดเลือกเข้า (Multiple Regression Analysis- Enter Method) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตาราง 3 - 4

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนการบริการ ที่ส่งผลกระทบที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัย
นวมินทราชินา

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE ^b	β	t	p-value
นวัตกรรมบริการ					
1. ด้านข้อมูลสารสนเทศ	0.185	0.052	0.179	3.546	< 0.01
2. ด้านกระบวนการ	0.030	0.055	0.031	0.55	0.583
3. ด้านเทคโนโลยี	0.153	0.06	0.154	2.573	0.011
4. ด้านสภาพแวดล้อม	0.137	0.055	0.149	2.474	0.014
5. ด้านบุคลากร	0.445	0.058	0.436	7.639	< 0.01
R = .885 R ² = .783 F = 241.68 a = 0.197 p-value = .000**					

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบวิธีการคัดเลือกเข้า (Enter Method) พบว่า โมเดลการวิเคราะห์มีความเหมาะสม โดยตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการบริการที่เป็นเลิศได้ร้อยละ 78.3 ($R^2 = .783$) และโมเดลโดยรวมมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($F = 241.68$, $p\text{-value} < .001$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์รายตัว พบว่า ด้านข้อมูลสารสนเทศ ($Beta = .179$, $p\text{-value} < 0.001$) ด้านบุคลากร ($Beta = .436$, $p\text{-value} < 0.001$) ด้านเทคโนโลยี ($Beta = .154$, $p\text{-value} = 0.011$) และด้านสภาพแวดล้อม ($Beta = .149$, $p\text{-value} = 0.014$) สามารถพยากรณ์การบริการที่เป็นเลิศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ตัวแปรด้านกระบวนการ ไม่สามารถพยากรณ์การบริการที่เป็นเลิศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำไฟบริการ ที่ส่งผลการบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE ^b	β	t	p-value
ภาวะผู้นำไฟบริการ					
1. ด้านการสร้างค่าให้ชุมชน	0.472	0.06	0.508	7.853	< 0.01
2. ด้านเสริมพลังอำนาจ	0.314	0.056	0.364	5.624	< 0.01
R = .849 $R^2 = .721$ F = 435.822 a = 0.972 p-value = .000**					

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบวิธีการคัดเลือกเข้า (Enter Method) พบว่า โมเดลการวิเคราะห์มีความเหมาะสม โดยตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการบริการที่เป็นเลิศได้ร้อยละ 72.1 ($R^2 = .721$) และโมเดลโดยรวมมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($F = 435.822$, $p\text{-value} < .001$) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์รายตัว พบว่า ด้านการสร้างค่าให้ชุมชน ($Beta = .508$, $p\text{-value} < 0.001$) และด้านเสริมพลังอำนาจ ($Beta = .364$, $p\text{-value} < 0.001$) สามารถพยากรณ์การบริการที่เป็นเลิศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

การศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของนวัตกรรมบริการและภาวะผู้นำไฟบริการต่อการบริการที่เป็นเลิศในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช พบว่า นวัตกรรมบริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ข้อมูลสารสนเทศ กระบวนการ เทคโนโลยี สภาพแวดล้อม และบุคลากร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบริการที่เป็นเลิศในระดับปานกลางถึงสูง ($r = 0.67-0.85$, $p < .01$) โดยด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์สูงสุด รองลงมาคือด้านสภาพแวดล้อมและเทคโนโลยี ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าทรัพยากรมนุษย์ ระบบสารสนเทศ และสภาพแวดล้อม สอดคล้องกับผลการศึกษาของอัมณภักดา ราร่องคำ (2566) และสมฤทัย น้ำทิพย์ (2557) ที่ยืนยันว่าศักยภาพ

บุคลากรเป็นกลไกหลักของการบริการที่เป็นเลิศในสถาบันอุดมศึกษาการให้บริการเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพบริการในสถาบันอุดมศึกษา ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า นวัตกรรมบริการทั้ง 5 ด้านสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการบริการที่เป็นเลิศได้ร้อยละ 78.3 ($R^2 = .783$, $p < .01$) โดยด้านข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยีมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการบริการที่เป็นเลิศ สอดคล้องกับงานของ Ariffin et al. (2022) และ Ciancio (2018) ซึ่งชี้ว่าระบบดิจิทัลช่วยเพิ่มประสิทธิภาพความถูกต้อง และประสบการณ์ของผู้รับบริการ อันนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ขณะที่ด้านกระบวนการไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจสะท้อนว่ามหาวิทยาลัยมีขั้นตอนการดำเนินงานที่เป็นมาตรฐานและชัดเจนอยู่แล้ว ในส่วนของภาวะผู้นำให้บริการ พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับการบริการที่เป็นเลิศ ($r = .85$, $p < .001$) และสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 72.1 ($R^2 = .721$, $p < .01$) โดยการสร้างคุณค่าให้ชุมชนมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือการเสริมพลังอำนาจ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Greenleaf (1970) และ Spears (2004) ที่มองว่าการรับใช้และการพัฒนาผู้ตามเป็นหัวใจของภาวะผู้นำ รวมถึงงานวิจัยของ Eva et al. (2019) และ Adda et al. (2020) ที่ยืนยันว่าภาวะผู้นำให้บริการส่งผลต่อพฤติกรรมบริการของบุคลากรและผลลัพธ์ด้านคุณภาพบริการอย่างมีนัยสำคัญ

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาพบว่า นวัตกรรมบริการและภาวะผู้นำให้บริการมีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อการบริการที่เป็นเลิศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนวัตกรรมด้านบุคลากรและสภาพแวดล้อม รวมถึงภาวะผู้นำด้านการสร้างคุณค่าให้ชุมชน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด ผลการวิจัยยืนยันเชิงประจักษ์ถึงบทบาทของนวัตกรรมบริการและภาวะผู้นำให้บริการต่อคุณภาพการให้บริการในสถาบันอุดมศึกษา

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. มหาวิทยาลัยควรพัฒนาศักยภาพบุคลากรควบคู่กับระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ
2. มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมการบริหารแบบมีส่วนร่วมและวัฒนธรรมองค์กรเชิงนวัตกรรม เพื่อยกระดับการบริการสู่ความเป็นเลิศ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่ออธิบายผลเชิงลึก
2. ควรขยายการศึกษาไปยังสถาบันอุดมศึกษาอื่นเพื่อเพิ่มความครอบคลุมของผลการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กฎกระทรวงว่าด้วยมาตรฐานการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565. (2565). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 139 ตอนที่ 20 ก หน้า 3-11 (31 มีนาคม 2565).
- กฤษฎา เสกตระกูล. (2563). โลกหลังวิกฤติ COVID-19. เรียกใช้เมื่อ 1 ตุลาคม 2568 จาก https://www.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/AttachFile_1588840987372.pdf
- จันทร์จิรา วงษ์ขมทอง และคณะ. (2552). โครงการวิจัยปฏิบัติการเพื่อพัฒนารูปแบบและศักยภาพในการบริการที่เป็นเลิศของอำเภอในสังกัดกรมการปกครอง. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยคริสเตียน.
- จริยากรณ์ หวังศุภกิจโกศล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2567). สาเหตุและผลลัพธ์ของนวัตกรรมกระบวนการบริการในบทบาทภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสมัยใหม่และการมุ่งเน้นการบริการ. วารสาร RMUTT Global Business and Economics Review, 19(1), 61-74.
- จิรพัทธ์ ภัทรจริยา. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของนักศึกษาระบบทวิภาคีสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย. ใน วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- ชลทิศ ทองไผ่จิตร. (2567). รวม 7 ความคาดหวังของชาว Gen Z ที่มีต่อแบรนด์ และ 3 กลยุทธ์ที่แบรนด์ต้องปรับเพื่อครองใจลูกค้ายุคใหม่. เรียกใช้เมื่อ 1 ตุลาคม 2568 จาก <https://www.marketingoops.com/reports/7-genz-expectation-brand/>
- มหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราชมงคล. (2025). แผนปฏิบัติการประจำปี 2568 มหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราชมงคล.
- ศิริวรรณ จุลทับ และจินตนา ต้นสุวรรณนนท์. (2558). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสถาบันอุดมศึกษาเขตภาคใต้. วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 2(2), 175-194.
- สมฤทัย น้ำทิพย์. (2557). นวัตกรรมบริการ: กลไกสร้างมูลค่าเพิ่มในสถาบันอุดมศึกษา. วารสารวิจัยทางการศึกษา มศว, 8(2), 231-244.
- เสถียร คามาศักดิ์. (2563). การบริการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศในสถาบันอุดมศึกษา. วารสาร Mahidol R2R e-Journal, 7(1), 1-9.
- อวภาส ฉันทศาสตร์รัศมี. (2562). สาเหตุการลดลงของจำนวนนักศึกษาและแนวทางเลือกในการปรับตัวของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ใน วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- อัมณิกา ราร่องคำ. (2566). นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการบริการที่เป็นเลิศของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, 8(2), 596-604.
- Adda, H. W., Rossanty, N. P. E., Wirastuti, W., & Auriza, Z. (2020). Servant leadership: A new model of service at university? Proceedings of the International Conference on Community Development (ICCD 2020).

- Ariffin, H., Mokhtar, S. S. M., & Yusoff, Y. M. (2022). The roles of technology in enhancing service excellence in Malaysian higher education industry. *International Journal of Business Excellence*, 27(2), 189-201.
- Ciancio, S. (2018). The prevalence of service excellence in Australian universities. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 40(2), 121-139.
- Danjuma, I., & Rasli, A. (2012). Imperatives of service innovation and service quality. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 40, 347-352.
- Eva, N., Robin, M., Sendjaya, S., van Dierendonck, D., & Liden, R. C. (2019). Servant leadership: A systematic review. *The Leadership Quarterly*, 30(1), 111-132.
- Greenleaf, R. K. (1970). *The servant as leader*. Robert K. Greenleaf Publishing Center.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Ogunmokun, O. A., Eluwole, K. K., Avci, T., Lasisi, T. T., & Ikhide, J. E. (2020). Propensity to trust and knowledge sharing behavior. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100590.
- Roshan Saeed, A. A., & Tatlah, I. A. (2022). Influence of Servant Leadership Style of the Department Heads on the Psychological Capital of The Faculty At University Level. *Webology*, 19(3), 1964-1977.
- Safaeimanesh, F., Kılıç, H., Alipour, H., & Safaeimanesh, S. (2021). Self-service technologies and service excellence. *Sustainability*, 13(5), 1-21.
- Sekhon, H. S., Al-Eisawi, D., Kumar, S., & Pritchard, R. A. (2015). Service excellence in UK retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, 33(7), 904-921.
- Shah, D. (2024). Recently, I wrote about Coursera's transformation. LinkedIn. https://www.linkedin.com/posts/dhawals_recently-i-wrote-about-courseras-transformation-activity-7313244939893542913-65hK
- Sharma, R. C. (2005). Open learning in India. *Open Learning*, 20(3), 227-241.
- Spears, L. C. (2004). The understanding and practice of servant-leadership. In *Practicing servant leadership*.
- Zhan, X., Mu, Y., Hora, M., & Singhal, V. R. (2021). Service excellence and market value of a firm. *International Journal of Production Research*, 59(14), 4188-4204.