



ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
เข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

อมรรัตน์ บุญอยู่

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ธันวาคม 2564

ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
เข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์




อมรรัตน์ บุญอยู่

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ธันวาคม 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

Innovation Management Skills Influencing Decision Making to
Obtain Service at Uttaradit Rajabhat University Office
of Academic Resources and Information Technology



Amonrat Boonyoo

A Thesis Submitted in partial Fulfillment of Requirements
for Master of Business Administration Program (Business
Administration)
faculty of Management Science Uttaradit Rajabhat University
December 2021
Copyright of Uttaradit Rajabhat University

วิทยานิพนธ์ เรื่อง
ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
เข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ของ
อมรรัตน์ บุญอยู่
ได้รับการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
ให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

เมื่อวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญขววรรณ วิงวอน)

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(อาจารย์ ดร.พิสุทธิ ศรีจันทร์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ศิริกานดา แหยมคง)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์และเลขานุการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์)
ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษาประจำหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สินีนาด วิกกรมประสิทธิ์)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจัน)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาวณี สัตยาภรณ์)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง	ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ผู้วิจัย	อมรรัตน์ บุญอยู่
ปริญญา	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาบริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์ ดร.ศิริกานดา แหยมคง

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความสามารถในการจัดการนวัตกรรม และการตัดสินใจเข้าใช้บริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ และศึกษาความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ จำนวน 7,928 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 381 คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม อยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยอันดับสูงสุด คือ ด้านกระบวนการ รองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการบริการเป็นอันดับสุดท้าย และการตัดสินใจ อยู่ในระดับมากทุกรายการ ด้านพฤติกรรมภายหลังการเข้าใช้บริการเป็นอันดับสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการประเมินผลทางเลือกกับด้านการตัดสินใจเข้าใช้บริการ และด้านการรับรู้ถึงความต้องการเป็นอันดับสุดท้าย สำหรับความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ ส่งผลต่อการตัดสินใจ มากที่สุด รองลงมา คือ นวัตกรรมด้านกระบวนการ และนวัตกรรมด้านการบริการอันดับสุดท้าย ซึ่งอธิบายค่าพยากรณ์ของการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ได้ร้อยละ 81.60

คำสำคัญ : การจัดการนวัตกรรม, การตัดสินใจ, สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

Abstract

Title	Innovation Management Skills Influencing Decision Making to Obtain Service at Uttaradit Rajabhat University Office of Academic Resources and Information Technology
Author	Amonrat Boonyoo
Degree	Master of Business Administration Program (Business Administration)
Advisor	Assistant Professor Dr. Pasiri Khetpiyarat
Co-Advisor	Dr.Sirikarnda Yaemkong

The purposes of this study were to investigate the level of innovation management skills and decision making to obtain service at Uttaradit Rajabhat University Office of Academic Resources and Information Technology, and to examine how innovation management skills influenced decision making to obtain service. The population was 7,928 personnel of Uttaradit Rajabhat University. The sample selected by purposive sampling method was 381 respondents. The instrument used was a questionnaire. The data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results revealed that all dimensions of innovation management skills were at a high level with process at the highest level, followed by management and service respectively. In addition, all dimensions of decision making were at a high level with behavior after obtaining service at the highest level, followed by alternative evaluation, decision making to obtain service, and perception of need respectively. Furthermore, the innovation management skills influencing decision making to obtain service at Uttaradit Rajabhat University Office of Academic Resources and Information Technology was statistically significant at 0.01 level. It was found that the management innovation was at the highest level, followed by process innovation, and service innovation at the lowest level, which explained the forecast

of 81.60 percent decision making in obtaining a service.

Keyword : Innovation Management, Decision Making, Office of Academic Resources and Information Technology



กิตติกรรมประกาศ

การดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา และอาจารย์ ดร.ศิริกานดา แหยมคง กรรมการที่ปรึกษาได้เสียสละเวลาให้คำปรึกษา คำชี้แนะการค้นคว้า ข้อมูล ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ตลอดขั้นตอนของการวิจัย และ ช่วยเหลือการตรวจ ติดตาม แก้ไขข้อบกพร่อง วิทยานิพนธ์นี้ให้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญที่ได้กรุณาตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ อาจารย์ ดร.ชัชชัย สุจริต และอาจารย์ ดร.กัลยรัตน์ คำพรม ตำแหน่งอาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ และ อาจารย์เกวลิ รังษีสุทธาภรณ์ ตำแหน่งผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ที่ได้กรุณาช่วยเหลือด้านการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของเครื่องมือวิจัย พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขจนสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลดำเนินการวิจัยได้ และ ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ผู้สอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจทุกท่าน รวมถึงผู้เป็นเจ้าของข้อมูล และ ทฤษฎีทั้งหมดที่ทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสศึกษาแนวคิด และ ทฤษฎีของท่าน เพื่อน มาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่กรุณาให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย และ ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นอย่างดีจนประสบความสำเร็จในการศึกษา การจัดการนวัตกรรม การตัดสินใจ เข้าใช้บริการ และ ประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาคุณอาจารย์ผู้ ประสทิธี ประสาทวิชา บุพการีคณะเพื่อน เจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย ตลอดจนผู้ที่อยู่เบื้องหลัง ความสำเร็จทุกท่านที่มีส่วนร่วมช่วยเหลือ สนับสนุนให้วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีผู้วิจัย ขอขอบพระคุณ ผู้มีอุปการคุณดังกล่าวไว้ ณ โอกาสนี้เป็นอย่างยิ่ง

อมรรัตน์ บุญอยู่

สารบัญ

บทที่	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรม.....	8
การตัดสินใจใช้บริการ.....	25
บริบทสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	32
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
บทที่ 3 ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย.....	41
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	41

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	42
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย	44
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	44
การเก็บรวบรวมข้อมูล	46
การวิเคราะห์ข้อมูล	46
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	47
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม	53
ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเข้าใช้บริการ	58
วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้ บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏ อุตรดิตถ์	63
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	64
สรุปผลการศึกษา	64
อภิปรายผล	65
ข้อเสนอแนะ	68
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก	75
ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ	76
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	78
ภาคผนวก ค สำเนาหนังสือราชการ	98
ภาคผนวก ง เอกสารรับรองโครงการวิจัย จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	102
ประวัติย่อผู้วิจัย	105

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 1 การกำหนดและการแบ่งสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง.....	42
ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	49
ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	50
ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง.....	50
ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสังกัด.....	51
ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้บริการ.....	51
ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่เคยใช้.....	52
ตารางที่ 8 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม โดยภาพรวม.....	53
ตารางที่ 9 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริการ.....	53
ตารางที่ 10 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านกระบวนการ.....	55
ตารางที่ 11 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ.....	56
ตารางที่ 12 การตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยภาพรวม ...	58
ตารางที่ 13 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ.....	58
ตารางที่ 14 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านการแสวงหาข้อมูล.....	59
ตารางที่ 15 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านการประเมินผลทางเลือก.....	60
ตารางที่ 16 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านการตัดสินใจเข้าใช้บริการ.....	61
ตารางที่ 17 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านพฤติกรรมภายหลังการเข้าใช้บริการ.....	62
ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ.....	63

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
ภาพที่ 2 ความสำคัญของนวัตกรรมต่อองค์กร.....	12
ภาพที่ 3 การเรียนรู้โดยทีมเพื่อสร้างนวัตกรรม.....	14
ภาพที่ 4 กระบวนการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์.....	16
ภาพที่ 5 นวัตกรรมการบริหารจัดการ เครื่องมือในการบริหารจัดการองค์กร.....	18
ภาพที่ 6 พื้นที่นวัตกรรม	21
ภาพที่ 7 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อของผู้บริโภค	27
ภาพที่ 8 โมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	29
ภาพที่ 9 Strategy Map สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	34
ภาพที่ 10 โครงสร้างองค์กร สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	34

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์ประเทศไทยอยู่ในช่วงของการเผชิญกับสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี การศึกษา และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การสื่อสารกันแบบไร้พรมแดนและลักษณะสังคมที่ไร้ขอบเขต จากสาเหตุของการเข้าสู่ยุคแห่งโลกาภิวัตน์ (Globalization) มากยิ่งขึ้นนั้น ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรต่าง ๆ เพื่อการดำรงอยู่ได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้ในแต่ละองค์กรเริ่มมีการนำนวัตกรรมต่าง ๆ มาใช้ ด้วยการนำทักษะ ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ถือเป็นเครื่องมือสำคัญของการบริหารจัดการกับการเปลี่ยนแปลงทางระบบเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจดังกล่าว โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับองค์กร ผลิตภัณฑ์รวมถึงทางด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และยังช่วยให้องค์กรสามารถยกระดับศักยภาพและสร้างให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งในตลาดระดับประเทศและระดับโลกต่อไป

นวัตกรรม เป็นตัวแปรที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์กรด้านต่าง ๆ ในเชิงธุรกิจ ได้แก่ ความอยู่รอด การเจริญเติบโต การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน การสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ และสมรรถนะหลัก ซึ่งนวัตกรรมไม่ใช่แค่การพัฒนาสินค้าใหม่ เท่านั้น แต่เกี่ยวข้องกับการลดต้นทุน การแสวงหาแนวทางการตอบสนองความต้องการของตลาด การยกระดับคุณภาพชีวิตและการสร้างคุณภาพเพิ่ม (รัตนพร ทองรอด, 2557) การจัดการนวัตกรรม (Innovation Management หรือ IM) จึงมีความสำคัญและจำเป็นมากขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะสำหรับองค์กรต่าง ๆ ในประเทศไทย ที่จะต้องขยับปรับระบบการบริหารงานภายในไปสู่การใช้ความคิดควบคู่ไปกับทักษะแรงงานที่หลากหลาย ซึ่งมี 2 ส่วนด้วยกันคือ Innovation Management System การพัฒนาระบบงานใหม่ ในองค์กรที่ก่อให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงแบบก้าวกระโดด และ Innovation Management Standard มาตรฐานที่จะมากำหนดแนวทางและวิธีการ (Guideline) เพื่อให้แน่ใจว่าระบบการจัดการนั้นดำเนินการได้อย่างครบถ้วนรอบด้านมากพอ (จำลักษณ์ ขุนพลแก้ว, 2561)

ทั้งนี้ นวัตกรรมถือเป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ที่มีการนำเสนอออกสู่ตลาดในเชิงพาณิชย์ และทำให้เกิดการยอมรับอย่างแพร่หลาย กระบวนการทั้งหมดที่เกิดขึ้นจะเรียกโดยรวมได้ว่าเป็นกระบวนการสร้างนวัตกรรม ซึ่งกระบวนการของการทำโอกาสให้กลายเป็นความคิดใหม่ ๆ และนำความคิดเหล่านั้นเข้ามาสู่การปฏิบัติอย่างกว้างขวาง (Tidd, Bessant, & Pavitt, 2005) นวัตกรรมในองค์กร

มีรูปแบบหลายรูปแบบ คือ 1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เพื่อการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้า หรือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับคนหรือผู้บริโภค 2. นวัตกรรมด้านบริการ เพื่อการเปลี่ยนแปลงด้านบริการและการบริการ โดยประเภทของนวัตกรรมด้านบริการนั้น ไม่สามารถจับต้องได้เหมือนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ แต่จะเป็นรูปแบบของการให้บริการ และ 3. นวัตกรรมกระบวนการ เพื่อการเปลี่ยนแปลงด้านกระบวนการทำงานและการส่งมอบ ถ้าเกิดขึ้นจะมีผลกระทบต่อสังคมมากกว่าสองประเภทข้างต้น ทั้งนี้ การจำแนกรูปแบบของนวัตกรรมนี้ เพื่อให้สามารถกำหนดแยกแยะและทราบถึงรูปแบบของสินค้าและบริการที่จะต้องทำการต่อยอด หรือพัฒนา (Smith, 2015, Tidd, Bessant, & Pavitt, 2005) รวมถึงนวัตกรรมการศึกษา ที่จะช่วยให้การศึกษา และการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ผู้เรียนสามารถเกิดการเรียนรู้อย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพสูงกว่าเดิม เกิดแรงจูงใจในการเรียน ในแวดวงของการปฏิรูปการศึกษาจึงมีนักวิชาการคิดค้นรูปแบบของการเรียนการสอนเพื่อให้นักเรียนมีส่วนร่วมมากขึ้น (จิตติมา กุลประเสริฐรัตน์, 2562)

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ถือเป็นมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งที่มีความสำคัญกับการจัดการนวัตกรรม ทั้งนี้ จากผลการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมาต้องประสบกับภาวะการแข่งขันทางการศึกษาที่สูงมากขึ้น ส่งผลให้มหาวิทยาลัยต้องเร่งสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการมีสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีคุณค่าในสายตาบุคคลทั่วไป ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความมั่นใจ และเกิดการยอมรับ ปัจจุบัน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ได้ให้การสนับสนุนการพัฒนาการจัดการนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนวัตกรรมทางการศึกษา และนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการทำงาน ทั้งนี้ ส่วนสำคัญในการสนับสนุนและบริการด้านเทคโนโลยีหรือคลังความรู้ต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย คือ ห้องสมุดถือเป็นแหล่งบริการสารสนเทศที่สำคัญที่สุด มีหน้าที่หลักในการส่งเสริมการอ่าน การสอน การวิจัย ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และการบริการวิชาการแก่สถาบันอุดมศึกษาทุกระบบการศึกษาแก่สังคม ตลอดจนส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องและตลอดชีวิต ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ พ.ศ. 2560-2579 ที่สอดคล้องกับการจัดการนวัตกรรม ดังนี้ ด้านพันธกิจสัมพันธ์กับการพัฒนาท้องถิ่น โดยมีการส่งเสริม สนับสนุนให้ หน่วยงาน นักศึกษา ประชาชนนำแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและโครงการพระราชดำริสู่การพัฒนาองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจชุมชน และส่งเสริมการบูรณาการองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม สู่การใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ เชิงวิชาการ และเชิงพื้นที่ เพื่อพัฒนา สังคมท้องถิ่น ด้านศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมและกีฬา การศึกษา การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และสุขภาพ อีกทั้งสนับสนุนให้มีการสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ ๒๑ สู่การศึกษา ๔.๐ โดยการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ภายในมหาวิทยาลัย และสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม ให้ตอบสนองการพัฒนาการศึกษาและอาจารย์ (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์, 2560)

ดังนั้น ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการศึกษาในระดับสูง จะต้องทำการพัฒนาและปรับปรุงห้องสมุดให้ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ และประสิทธิภาพอยู่เสมอ ให้มีความทันสมัย เหมาะสม และสอดคล้องกับภาวะสังคม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีการบริการที่มีคุณภาพ เป็นมาตรฐาน (สายธาร สุขเมธอริคม, โสภา ไทยลา, และบัวระภา กลยนิย, 2556, น.1) อย่างไรก็ตามห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในสถานการณ์ปัจจุบันจะต้องมีการปรับเปลี่ยนบทบาท และกระบวนการทัศน์ของการบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้ ที่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารในเวลาอันรวดเร็วโดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ การจัดการให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงสารสนเทศแบบออนไลน์มากขึ้น ทั้งนี้รวมถึงห้องสมุดต้องสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันที่เหมือนกันหรือเกี่ยวข้องกัน เพื่อเป็นแหล่งความรู้และเป็นทางเลือกให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงสารสนเทศที่หลากหลาย การบริการของห้องสมุดจะต้องมีความมุ่งมั่นต่อคุณภาพ มีความปรารถนาที่จะดำเนินการให้สอดคล้องและจะต้องอยู่เหนือระดับความคาดหวังของผู้ใช้เสมอ (Murillo, 2004, p.125)

เพื่อให้สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษา และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการพัฒนาด้านการจัดการนวัตกรรม ทั้งนี้ เพื่อสร้างคุณค่าด้านการศึกษา ภายใต้ความสามารถด้านการจัดการนวัตกรรม จึงถือเป็นจุดเด่นด้านพัฒนกิจของหน่วยงาน และเพื่อให้เกิดการยอมรับ และสามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ที่แม้จะมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยี หรือบริการต่าง ๆ เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วอย่างมากมาย แต่ก็ยังประสบกับปัญหาต่าง ๆ เช่น การไม่สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงตัวของบุคลากรบางราย ความไม่ทั่วถึงในการเข้าใช้บริการ รวมถึงความเข้าใจวิธีการใช้งานซึ่งเน้นระบบออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้เกิดเสียงวิพากษ์วิจารณ์จากบุคลากรบางส่วน (เกวลี รัชชีสุทธาภรณ์, 28 เมษายน 2563) ซึ่งจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงด้านการให้บริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ต่อไป อีกทั้ง เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาศักยภาพด้านความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้อย่างสูงสุด และสามารถดำเนินงานให้เป็นไปตามพันธกิจ และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

คำถามการวิจัย

1. ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม และการตัดสินใจเข้าใช้บริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ อยู่ในระดับใด
2. ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสามารถในการจัดการนวัตกรรม และการตัดสินใจเข้าใช้บริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
2. เพื่อศึกษาความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ที่ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ จำนวน 7,928 คน ประกอบด้วย บุคลากร และนักศึกษา โดยมีกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 381 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเรื่อง ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ โดยมีเนื้อหาครอบคลุมดังต่อไปนี้

1. ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ประกอบด้วย
 - 1.1 นวัตกรรมด้านการบริการ (Service Innovation)
 - 1.2 นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation)
 - 1.3 นวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ (Management Innovation)

2. การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ประกอบด้วย

การรับรู้ถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจเข้าใช้บริการ และพฤติกรรมภายหลังการให้บริการ

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยตั้งแต่เดือนเมษายน 2563-มกราคม 2564

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ คือ ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ได้แก่
 - 1.1 นวัตกรรมด้านการบริการ (Service Innovation)
 - 1.2 นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation)
 - 1.3 นวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ (Management Innovation)
2. ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ได้แก่
 - 2.1 การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition)
 - 2.2 การแสวงหาข้อมูล (Information Search)
 - 2.3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative)
 - 2.4 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ (Purchase Decision)
 - 2.5 พฤติกรรมภายหลังการเข้าใช้บริการ (Post Purchase Fielding)

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม หมายถึง คุณสมบัติที่จะทำให้บุคลากรในสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาทำงานร่วมพัฒนา แนวความคิด การปฏิบัติ รูปแบบการให้บริการ ระบบสารสนเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อนหรือเป็นการพัฒนาที่เปลี่ยนแปลงจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม และบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันได้ ประกอบด้วย

นวัตกรรมด้านการบริการ หมายถึง บริการที่ได้รับการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง พัฒนา และผลิตขึ้นมาใหม่หรือรูปแบบของวิธีการบริการใหม่ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้ได้รับบริการที่ดีขึ้น เช่น บริการ iPad & Tablet สำหรับอ่าน eBooks eMagazines ห้อง KITRoom แอปพลิเคชันไลน์บอท ARIT@URU ห้องRUNNER บริการสืบค้นหนังสือด้วย OPAC ระบบบริการสารสนเทศออนไลน์ service.uru.ac.th ระบบอาจารย์ที่ปรึกษาออนไลน์ บริการเครือข่าย Eduroam การให้บริการนอกพื้นที่ WARP TOUR เป็นต้น

นวัตกรรมด้านกระบวนการ หมายถึง การปรับปรุงหรือสร้างสรรค์กระบวนการในการปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถของการจัดการให้สูงขึ้น เช่น ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ WALAI AutoLib นำมาใช้ในการปฏิบัติงานทางด้านห้องสมุด และห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย อุปกรณ์อุปกรณ์ส่งสัญญาณ (RinsBox) ที่สามารถบรรจุและจัดเก็บหนังสือในรูปแบบดิจิทัลกว่า 1,000 รายการ อุปกรณ์การอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (มินิไอแพด) แอปพลิเคชันสร้างสุขสำหรับการดาวน์โหลดหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

นวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ หมายถึง การปรับปรุงหรือสร้างสรรค์รูปแบบการบริหารในด้านต่าง ๆ เช่น การวางแผนการดำเนินงาน การปรับโครงสร้างการบริหาร การกระจายอำนาจในการสั่งการเพื่อลดขั้นตอน เป็นต้น

การตัดสินใจเข้าใช้บริการ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้ใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยกระบวนการตัดสินใจเข้าใช้บริการ มีลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วยกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ

การรับรู้ถึงความต้องการ หมายถึง กระบวนการเข้าใช้บริการจะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภครู้สึกมีความต้องการ หรือมีปัญหาที่ต้องการแก้ไขความต้องการอาจเกิดขึ้นได้โดยมีแรงกระตุ้นจากภายใน ซึ่งเกิดจากภายในตัวบุคคลเอง หรือแรงกระตุ้นจากภายนอกจะมาจากสิ่งเร้าภายนอก เช่น มีความต้องการศึกษา และสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอน ทั้งการสืบค้นจากทรัพยากรสารสนเทศ และจากการสืบค้นออนไลน์

การแสวงหาข้อมูล หมายถึง ผู้ใช้บริการซึ่งถูกแรงกระตุ้น ให้เกิดความต้องการจะรวบรวมข้อมูล ข่าวสารที่เกี่ยวข้องซึ่งอาจจะเป็นข้อมูลที่มีอยู่ทั่วไป หรืออาจจะต้องใช้ความพยายามในการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ

การประเมินผลทางเลือก หมายถึง การวิเคราะห์ถึงการเรียนรู้และทัศนคติซึ่งผู้บริโภคหรือผู้บริโภครู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ และทัศนคติใช้สำหรับการตัดสินใจเข้าซื้อหรือใช้บริการซ้ำในอนาคต

การตัดสินใจ หมายถึง ผู้ใช้บริการจะทำการเข้าใช้บริการหรือจะพัฒนาเป็นความตั้งใจเข้าใช้บริการ และทำการตัดสินใจเข้าใช้บริการ

พฤติกรรมภายหลังการเข้าใช้บริการ หมายถึง ผู้ใช้บริการจะเป็นผู้กำหนดเองว่าเขาหรือเธอได้ทำการตัดสินใจเข้าใช้บริการได้ถูกต้องหรือไม่ และถ้าหากผู้บริโภคพึงพอใจเขาก็จะแชร์ประสบการณ์ดี ๆ ให้กับคนรอบข้าง และที่สำคัญอาจจะกลายมาเป็นผู้ใช้บริการที่ภักดีต่อแบรนด์ก็ได้

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ หมายถึงหน่วยงานที่ตั้งขึ้นตามโครงสร้างการบริหารมหาวิทยาลัย ทำหน้าที่ให้บริการวิชาการสนับสนุนการเรียนการสอนและงานวิจัย ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

บุคลากร หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ได้แก่ บุคลากรสายวิชาการ บุคลากรสายสนับสนุน และนักศึกษา 6 คณะ และวิทยาลัยนานาชาติ

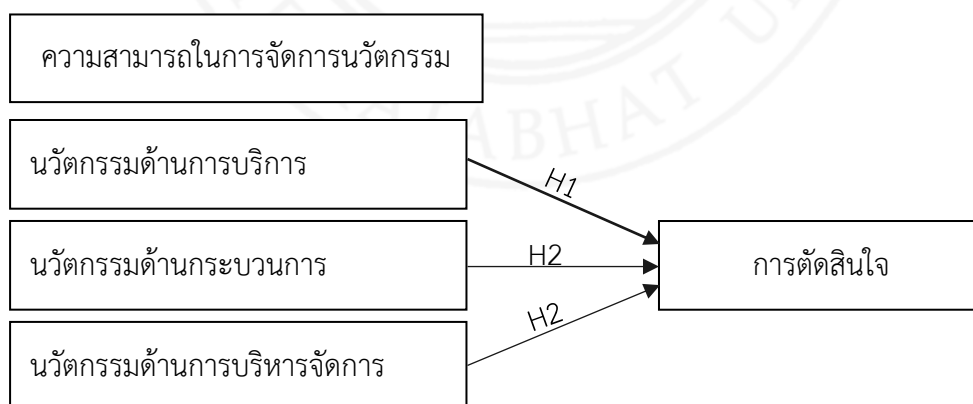
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาปรับปรุง และวางแผน การดำเนินงานของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

2. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถนำข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการ เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการให้บริการทั้งทางด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านบริการทรัพยากรสารสนเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย จากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ แสดงดังภาพ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสามารถในการจัดการนวัตกรรม และการตัดสินใจเข้าใช้บริการ และศึกษาความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร หนังสือ ตำรา วารสาร และอื่น ๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อการศึกษา โดยมีหัวข้อที่ศึกษาดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรม
2. การตัดสินใจเข้าใช้บริการ
3. บริบทสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรม

ความหมายของนวัตกรรม

ในปัจจุบันยังไม่มีข้อสรุปที่แน่ชัด หรือทฤษฎีทั่วไป (General Theory) ที่ว่าด้วยนวัตกรรม เฉพาะเรื่อง ทำให้การศึกษาเรื่องนวัตกรรมเป็นเพียงความคิดที่กระจัดกระจาย เพราะนวัตกรรม เป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีความซับซ้อนเกินกว่ารูปธรรมที่ปรากฏชัดเจน นักวิจัยบางกลุ่ม อาทิ Wolfe (1994, p.405) ศึกษาพบว่า ผลการศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมขององค์กรเกือบทั้งหมดไม่สอดคล้องกัน โดย Wolfe ให้เหตุผลว่า สาเหตุอาจเนื่องมาจากนักวิจัยที่ทำการศึกษารื่องนวัตกรรมมาจากสาขาที่แตกต่างกันไป ดังนั้น ทฤษฎีทั่วไปที่ว่าด้วยนวัตกรรมจึงยังไม่เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Amabile (1998, p.77) ได้อธิบายว่า นวัตกรรมมีความสลับซับซ้อนและมีความเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วนในองค์กรจึงไม่สามารถสรุปเป็นทฤษฎีทั่วไปของนวัตกรรมได้

คำว่า “นวัตกรรม” หรือ นวัตกรรม มาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Innovation” โดยคำว่า นวัตกรรม มีรูปศัพท์เดิมมาจากภาษาบาลี คือ นว+อตต+กรรม กล่าวคือ นว แปลว่า ใหม่ อตต แปลว่า ตัวเอง และกรรม แปลว่า การกระทำ เมื่อรวมคำ นว มาสนธิกับ อตต จึงเป็น นวัตกรรม และเมื่อรวมคำ นวัตกรรม มาสนธิกับ กรรม จึงเป็นคำว่า นวัตกรรม แปลตามรากศัพท์เดิมว่า การกระทำที่ใหม่ของตนเอง หรือการกระทำของตนเองที่ใหม่ (เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิตำบล, 2528)

นวัตกรรม คือ สิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในหน่วยงาน องค์กร ประเทศ หรือในโลก และต้องสามารถนำมาใช้ได้จริง เพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ สังคม หรือ จิตใจ (พยับ วุฒิรงค์, 2553)

วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ (2554) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า “นวัตกรรมในนิยามทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง รูปแบบการขายสินค้า 5 ประการ ได้แก่

1. สินค้าใหม่
2. วิธีการในการผลิตสินค้าแบบใหม่
3. การเปิดตลาดสินค้าใหม่
4. การได้มาซึ่งแหล่งวัตถุดิบใหม่ ๆ
5. การดำเนินการองค์กรในรูปแบบใหม่

นอกจากนั้น ยังสามารถได้แบ่งนวัตกรรมออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. นวัตกรรมที่สร้างความเปลี่ยนแปลงจากเดิมโดยสิ้นเชิง (Breakthrough Innovation) ส่วนใหญ่นวัตกรรมประเภทนี้จะใช้เทคโนโลยีแบบใหม่และสร้างตลาดใหม่ ซึ่งเป็นผลจากการทำงานของนักวิจัยหรือหน่วยงานวิจัยและพัฒนา (R & D) เช่น ประดิษฐ์กรรมรถยนต์ได้สร้างตลาดผู้ใช้รถยนต์ในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 รถยนต์ได้เข้ามาแทนที่ตลาดผู้ใช้รถไฟหรือรถม้า โทมัส เอดิสัน ได้ประดิษฐ์หลอดไฟฟ้าขึ้นมาเพื่อใช้แทนตะเกียงน้ำมัน กล้องถ่ายรูป แบบดิจิทัล ได้ทำให้ตลาดฟิล์มถ่ายรูป มีมูลค่าลดลงอย่างรวดเร็ว

2. นวัตกรรมส่วนเพิ่ม (Incremental Innovation) เป็นการพัฒนาต่อยอดจากนวัตกรรมที่มีอยู่แล้ว และมีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยแบบค่อยเป็นค่อยไปเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า ตัวอย่างเช่น บริษัท ยิลเลตต์ ผลิตใบมีดโกนหนวด 3 ใบ แทนใบมีดโกนหนวดแบบเดิมที่มี 2 ใบ หรือสายการบิน ลูฟท์แฮนซ่า ให้บริการนำสัมภาระขึ้นสาด ๆ แก่ผู้โดยสารสายการบินชั้นธุรกิจหลอดไฟฟ้าหลายชนิดพัฒนาจากหลอดไฟฟ้ดั้งเดิมของเอ็ดิสัน เช่น หลอดตะเกียบหลอดนีออน เป็นต้น

ปฐุพร ตริษาประกิต (2558, น.83) ได้อธิบายไว้ว่า นวัตกรรม (Innovation) เป็นคำที่คณะกรรมการพิจารณาศัพท์วิชาการศึกษาระทรวงศึกษาธิการบัญญัติขึ้น เดิมใช้ “นวกรรม” มาจากคำกริยาว่า Innovate มาจากรากศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Inovare (= in) + Novare = to Renew, to Modify) และ Novare มาจากคำว่า Novus (= New) Innovation = การทำสิ่งใหม่หรือสิ่งใหม่ที่ทำขึ้นมา (International Dictionary) หรือมาจากภาษาลาติน คือ Innovate ซึ่งหมายถึง “การทำสิ่งใหม่ขึ้นมา” และให้ความหมายไว้ ดังนี้

นวัตกรรม คือ “สิ่งที่เกิดจากการใช้ความรู้ในศาสตร์หลายสาขาอย่างบูรณาการเพื่อประดิษฐ์และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมและเศรษฐกิจ” ซึ่ง Joseph Alois Schumpeter เป็นผู้รวบรวม จัดหมวดหมู่การบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมสมัยใหม่

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การนำสิ่งใหม่ซึ่งอาจจะเป็นแนวความคิดหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ที่ยังไม่มีใช้มาก่อน หรือพัฒนาดัดแปลงจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัย มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม ทำให้ประหยัดเวลาและแรงงาน

นวัตกรรม หมายถึง “สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่บริการใหม่ หรือกระบวนการใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม”

นวัตกรรม (Innovation) มีรากศัพท์มาจาก Innovare ในภาษาละติน แปลว่า ทำสิ่งใหม่ขึ้นมาความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการ มาพัฒนาและผลิตสินค้าใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ หรือบริการใหม่ ซึ่งตอบสนองความต้องการของตลาด ความหมายของนวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์ คือ การนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์ จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือก็คือ “การทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (Change) ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้กลายมาเป็นโอกาส (Opportunity) และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และ สังคม” หรือจะกล่าวง่าย ๆ การหยิบจับเทคโนโลยีต่าง ๆ มาก่อให้เกิดคุณค่า และมูลค่า การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาก่อให้เกิดประโยชน์ และมีคุณค่า นั่นคือ นิยามของนวัตกรรม คือ ของใหม่และมีประโยชน์ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2559) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้ให้ความเห็นอีกว่า นวัตกรรมไม่ได้ถูกมองว่าเป็นเพียงผลลัพธ์ของการดำเนินงานของปัจเจกบุคคล หากแต่เป็นผลของกระบวนการ (Process) ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการแก้ไขปัญหา (Problem-solving Process) ที่เกิดในองค์กร หรือ กระบวนการปฏิสัมพันธ์ (Interactive Process) ซึ่งเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ มีได้ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผ่านเครือข่ายความร่วมมือเชิงพาณิชย์ หรือ กระบวนการเรียนรู้แบบแปรผัน (Diversified Learning Process) ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากปัจจัยแตกต่างกัน เช่น การเรียนรู้โดยการใช้ (Learning by Using) การเรียนรู้โดยการลงมือทำ (Learning by Doing) การเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยน (Learning by Sharing) ซึ่งมีได้ทั้งองค์ความรู้ภายในและภายนอกองค์กร ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการดูดซับความรู้ขององค์กร

Innovation หรือ นวัตกรรม คือ กระบวนการสร้างมูลค่าด้วยการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดจากวิธีการใหม่ ๆ เป็นสิ่งที่น่าสนใจกับสินค้า บริการ เทคโนโลยี และโมเดลธุรกิจ เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลง ความสร้างสรรค์ และมูลค่าที่สามารถผลักดันการเติบโตของสังคมและเศรษฐกิจของประเทศได้ นวัตกรรมเป็นสิ่งที่มีความใหม่แต่ได้ผลดี จนสามารถเจาะตลาดหรือสังคมใหม่ ๆ ได้ (ไทเกอร์, 2562)

นวัตกรรม คือ “สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม” นวัตกรรมจึงเป็นกระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์

มาผนวกกับความสามารถในการจัดการ เพื่อสร้างให้เกิดเป็นธุรกิจนวัตกรรมหรือธุรกิจใหม่ อันจะนำไปสู่การลงทุนใหม่ที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2563)

Hughes (1971) ได้อธิบายไว้ว่า นวัตกรรม เป็นการนำวิธีการใหม่ๆ มาปฏิบัติ หลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้รับการพัฒนามาเป็นขั้น ๆ แล้ว โดยมี 3 ขั้นตอนดังนี้

1. การคิดค้น (Invention)
2. การพัฒนา (Development)
3. นำไปปฏิบัติจริง ซึ่งมีความแตกต่างจากการปฏิบัติเดิมที่เคยปฏิบัติมา

Lueeke & Katz (2003) ให้คำจำกัดความของนวัตกรรม โดยวิเคราะห์จากองค์ประกอบขององค์กรว่า “โดยทั่วไปแล้ว นวัตกรรม หมายถึง การแนะนำสิ่งใหม่ หรือวิธีการใหม่ นวัตกรรมเป็นการรวบรวมการผสมผสาน หรือการสังเคราะห์ความรู้ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์/สินค้า กระบวนการหรือบริการใหม่ที่มีคุณค่า ยิ่งไปกว่านั้น นวัตกรรมยังประกอบด้วย ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และการปฏิบัติงานจากการคิดอย่างอัจฉริยะของปัจเจกพนักงาน หรือทีมงานเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ แต่ที่สำคัญกว่าการคิดอย่างสร้างสรรค์ คือ การนำเอาความคิดใหม่ลงไปสู่การปฏิบัติจริงเพื่อการปรับปรุงสินค้าและบริการที่นำเสนอให้แก่ลูกค้า หรือการกำหนดกระบวนการที่ดีกว่า มีประสิทธิภาพมากกว่าให้กับองค์กร”

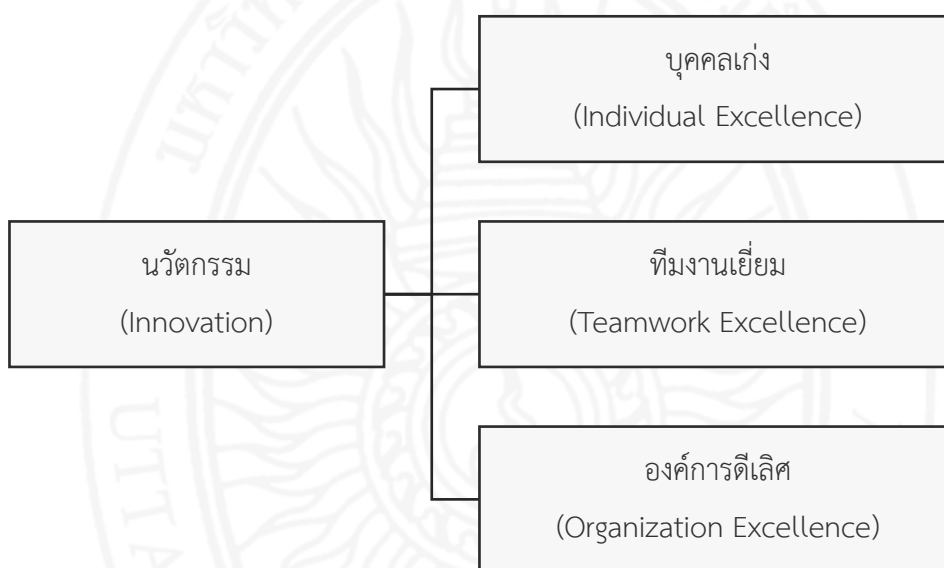
Marina du Plessi (2007) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมว่า “เป็นการสร้างความรู้และความคิดใหม่ เพื่อให้ผลลัพธ์ใหม่ทางธุรกิจ ซึ่งมีความสำคัญกับการปรับปรุงกระบวนการดำเนินธุรกิจภายในองค์กร (Internal Business Process) และโครงสร้างธุรกิจ เพื่อสร้างสินค้าและบริการที่สร้างขึ้นตามความต้องการของตลาด”

เดวิด สมิท (David Smith) ได้อ้างไว้ในหนังสือ “การศึกษาเรื่องนวัตกรรม (Exploring Innovation)” ที่เขียนขึ้นในปี ค.ศ. 2015 ว่า “นวัตกรรม คือ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ที่มีการนำเสนอออกสู่ตลาดในเชิงพาณิชย์ และทำให้เกิดการยอมรับอย่างแพร่หลาย” กระบวนการทั้งหมดที่เกิดขึ้นจะเรียกโดยรวมได้ว่า เป็นกระบวนการสร้างนวัตกรรม (Smith, 2015)

เมื่อพิจารณาจากนิยาม และความหมายของนวัตกรรมของนักวิชาการข้างต้น จะพบว่าสิ่งที่ถูกกล่าวถึงบ่อยที่สุด คือ ความคิดสร้างสรรค์ คิดใหม่ แตกต่าง การเรียนรู้ มีคุณค่า ดังนั้นในการศึกษา ครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงสรุปความหมายได้ว่า นวัตกรรม คือ “สินค้า บริการ และกระบวนการทำงานใหม่ ซึ่งสิ่งนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งใหม่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้นมีประโยชน์ต่อหน่วยงาน องค์กร สังคมและประเทศชาติ

ความสำคัญของนวัตกรรม

นวัตกรรมมีความสำคัญมากหรือน้อยในยุคปัจจุบัน ก็สามารถตอบได้เลยว่ามีสำคัญมาก และจะสำคัญมากที่สุดในอนาคตเพราะว่าเป็นยุคของการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ดังนั้นในทุกกระดับ (All Levels) ตั้งแต่ระดับประเทศระดับภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และธุรกิจเอกชน ระดับองค์กร ระดับแผนงาน และระดับบุคคลถ้าพิจารณาในระดับองค์กร พบว่า ความสำคัญของนวัตกรรมที่มีต่อองค์กรดังภาพที่ 2 (เสนห์ จุ้ยโต, 2558, น.8-12) ดังนี้



ภาพที่ 2 ความสำคัญของนวัตกรรมต่อองค์กร

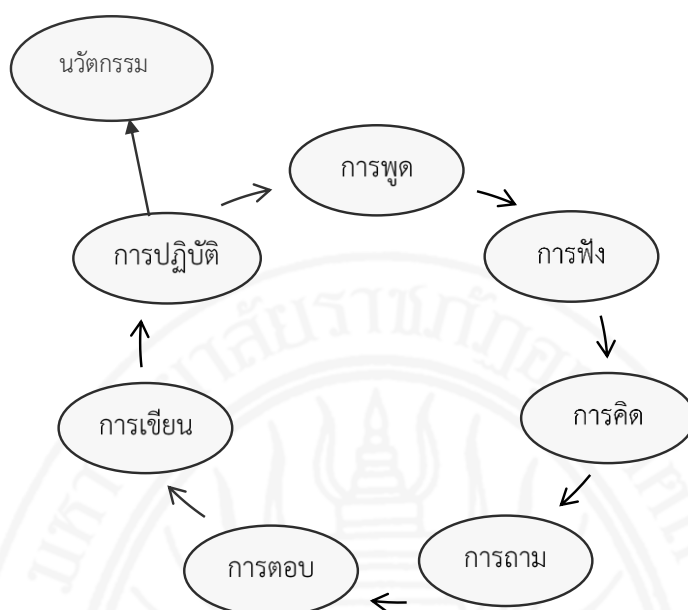
ที่มา: เสนห์ จุ้ยโต, 2558

1. สู่ความเป็นเลิศของบุคคล (Individual Excellence) ความคิดของบุคคลก่อให้เกิด นวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ ๆ เกิดขึ้นได้เสมอด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยด้วยพลังความคิด (Thinking) นวัตกรรมด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมักเกิดจากปัจเจกบุคคลแต่ละคน (Individual) กล่าวคือ ถ้า ได้มีการส่งเสริมการเรียนรู้และการศึกษาอบรมให้คนมีกระบวนการคิดที่ถูกต้อง เป็นการคิดแบบ วิเคราะห์ถ้อย (Critical Thinking) และการคิดแบบริเริ่มสร้างสรรค์ (Creative Thinking) จะทำให้ได้ นวัตกรรมใหม่ขึ้นได้

2. สู่ความเป็นเลิศของทีมงาน (Teamwork Excellence) ในการทำงานร่วมกันในองค์กร บริษัทหรือส่วนงานต่าง ๆ ไม่ค่อยมีการพบปะพูดคุยและมุ่งเน้นการทำงานให้เสร็จตามหน้าที่ของตนเองเท่านั้น มีผลทำให้การทำงานขาดการประสาน ขาดความร่วมมือและเกิดความล้มเหลวในส่วนงาน เพราะในความเป็นจริงแล้วงานบริหารและองค์กรต้องเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันยิ่งมีการพูดคุยกันมากเท่าใดก็จะก่อให้เกิดการเรียนรู้มากขึ้นเท่านั้น การพัฒนาการเรียนรู้ด้วยกลุ่มและทีมงาน (Team Learning) จึงเป็นสิ่งสำคัญในหลาย ๆ เรื่องของนวัตกรรมไม่สามารถบอกได้ว่าเป็นของใคร แต่สามารถบอกได้ว่าเป็นของกลุ่มใด ทีมงาน หรือแผนกใด การส่งเสริมให้ทีมงานมีการคิดจึงเป็นสิ่งที่ต้องกระทำเพื่อให้เกิดความคิดใหม่ (Rethinking) ความคิดที่แตกต่าง (Differentiation) เพื่อนำไปสู่นวัตกรรมใหม่ในการทำงาน อาทิ

- 2.1 การใช้กระบวนการกลุ่มหรือกลุ่มสัมพันธ์ (Group Dynamic)
- 2.2 การใช้การระดมความคิด (Brain Storming)
- 2.3 การกระจายอำนาจให้ทีมงาน (Empowerment)
- 2.4 การรวมพลังสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการเอไอซี (Appreciation Influence Control)
- 2.5 การใช้กลุ่มคุณภาพงาน (Q.C.C.)
- 2.6 การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)
- 2.7 การออกแบบงาน (Job Design) เป็นต้น

การส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมหรือแบบทีมงานเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญ เพราะบางครั้งเราไม่สามารถคิดด้วยตนเองได้ เมื่อมีกลุ่มเกิดขึ้นก็มีการพูด การฟัง การคิด การถาม การตอบ การเขียน และการปฏิบัติดังนั้น ทีมแห่งการเรียนรู้จึงเกิดขึ้น ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 การเรียนรู้โดยทีมเพื่อสร้างนวัตกรรม

ที่มา: เสน่ห์ จัยโต, 2558

3. สู่ความเป็นเลิศขององค์กร (Organization Excellence) การสร้างองค์กรที่ดี ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้เกิดนวัตกรรมขึ้น ทฤษฎีองค์กรสมัยใหม่ก่อให้เกิดนวัตกรรม มีดังนี้

3.1 องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) เมื่อใดมีการเรียนรู้ เมื่อนั้นย่อมมีนวัตกรรม

3.2 องค์กรอัจฉริยะ (Intelligent Organization) เมื่อใดมีสติปัญญาความรู้ เมื่อนั้นย่อมมีนวัตกรรม

3.3 องค์กรเชิงกลยุทธ์ (Strategic Organization) เมื่อใดมีวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ เมื่อนั้นย่อมมีนวัตกรรม

3.4 องค์กร 3 ไอ (Triple I Organization) เมื่อใดมีข้อมูลข่าวสาร สติปัญญา ความคิด เมื่อนั้นย่อมมีนวัตกรรม

3.5 องค์กรวิจัยและพัฒนา (Research and Development Organization) เมื่อใดมีวิจัยและพัฒนา เมื่อนั้นย่อมมีนวัตกรรม

เครือข่ายโลกทัศน์ (2563) เชื่อว่านวัตกรรมจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้เราก้าวทัน การเปลี่ยนแปลงในระดับโลกหรือ Mega Trend จึงกำหนดและดำเนินการตามกรอบการบริหาร จัดการด้านนวัตกรรมของเครือข่ายโลกทัศน์ประกอบด้วย การสร้างแพลตฟอร์ม (Platform) การ

พัฒนาบุคลากรและวัฒนธรรมองค์กร (People) การพัฒนากระบวนการ (Process) ได้แก่นวัตกรรมแบบเปิด และการบริหารจัดการทรัพยากรเชิงปัญหา (Pipeline) ซึ่งพื้นฐานสำคัญคือการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อพลิกโฉมองค์กร เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มุ่งสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมทั่วทั้งองค์กร

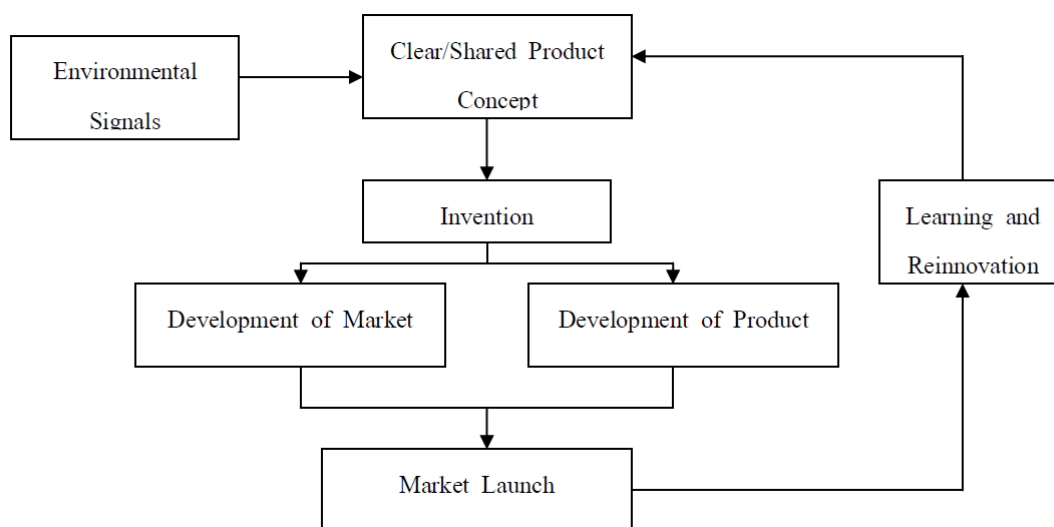
ประเภทของนวัตกรรม

การจำแนกประเภทของนวัตกรรม แบ่งได้หลายประเภทตามลักษณะขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ การจำแนกที่พบบ่อย และมีการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงการวิจัย และการจัดการนวัตกรรมค่อนข้างมากก็จะประกอบด้วย 3 ลักษณะ คือ (Gopalakrishnan & Damanpour, 1997; Smith, 2015; Bessant & Tidd, 2007 และ Schilling, 2008)

1. การจำแนกตามเป้าหมายของ นวัตกรรม (The Target of Innovation) แบ่งเป็น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และ นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation)
2. การจำแนกตามระดับของการเปลี่ยนแปลง (The Degree of Change) จะแบ่ง นวัตกรรมออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน (Radical Innovation) และ นวัตกรรมใน ลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) และการจำแนกประเภทของ นวัตกรรมในลักษณะที่
3. การจำแนกตามขอบเขตของผลกระทบ (The Area of Impact) จำแนกได้ 2 ประเภท คือ นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) และนวัตกรรมทางการบริหาร (Administrative Innovation)

อารยา ปาละคะ (2551, น.13-16) แบ่งประเภทของนวัตกรรม ดังนี้

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการที่สัมพันธ์กับสองตัวแปรหลัก ได้แก่ โอกาสทางด้านเทคโนโลยีและความต้องการ ของตลาดหัวใจสำคัญของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ คือ การสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กรที่จะนำมาซึ่งผลกำไรและความได้เปรียบทางการตลาด โดยที่นำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ไม่ว่าจะ เป็นในรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ไม่เคยมีใครนำเสนอมาก่อนในตลาดนั้น ๆ กระบวนการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ขั้นตอนต่าง ๆ ดังภาพที่ 4 ดังนี้



ภาพที่ 4 กระบวนการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์
ที่มา: อารยา ปาละคะ (2551)

1.1 การวิเคราะห์สัญญาณสิ่งแวดล้อม (Environmental Signals) สิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด เทคโนโลยีหรือคู่แข่ง การค้นหาสัญญาณทางการตลาด โดยมากจะได้มาจากการสำรวจและทำการติดตามขอบเขตและความเคลื่อนไหวของตลาด ส่วนสัญญาณทางเทคโนโลยี ได้แก่ การคาดการณ์เทคโนโลยี เครื่องมือการวิจัยและการแสวงหาข้อมูลใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น

1.2 การประดิษฐ์คิดค้น (Invention) จะมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อมีแนวคิดและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน สิ่งประดิษฐ์หรือผลผลิตของการประดิษฐ์คิดค้นนั้นได้มาจากการผสมผสานความสามารถเดิมที่มีอยู่ขององค์กร เข้ากับองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้นจากการประมวลผลสัญญาณทางการตลาดและเทคโนโลยี

1.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมไปกับการพัฒนาตลาด (Development of Market and Development of Product) โดยเฉพาะสินค้าประเภทเครื่องไฟฟ้า มีการทำโฆษณาเพื่อเป็นการสร้างกระแสการตลาดล่วงหน้าก่อนวางจำหน่ายจริงอยู่หลายเดือน

1.4 การวางจำหน่าย (Market Launch) สิ่งที่ควรคำนึงนอกจากเครื่องมือทางการตลาด ได้แก่ การตอบรับของผู้บริโภค ความเหมาะสมด้านการปฏิบัติงาน อิทธิพลของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสินค้าตัวอื่น ความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง สื่อและตัวกลางในการจัดจำหน่าย

1.5 การเรียนรู้และพัฒนานวัตกรรมใหม่ (Learning and Re – Innovation) หลังจากที่ต้องก้าวผ่านขั้นต่าง ๆ โดยเฉพาะการวางตลาด ความสำเร็จและอุปสรรคที่เกิดขึ้น นับเป็นบทเรียนที่ดีและสามารถนำกลับไปเป็นข้อมูลที่มีค่าในการพัฒนานวัตกรรมในครั้งต่อไป

2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) คือ การประยุกต์ใช้และปรับเปลี่ยนกรรมวิธีในการผลิตสินค้า วิธีการ หรือรูปแบบในการให้บริการโดยรวมแล้วนวัตกรรมกระบวนการขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับเปลี่ยนองค์กรในทุก ๆ ฝ่ายของห่วงโซ่คุณค่าให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้นเพื่อให้องค์กรนั้น ๆ ได้มาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน ลำดับขั้นของนวัตกรรมกระบวนการ มีดังนี้

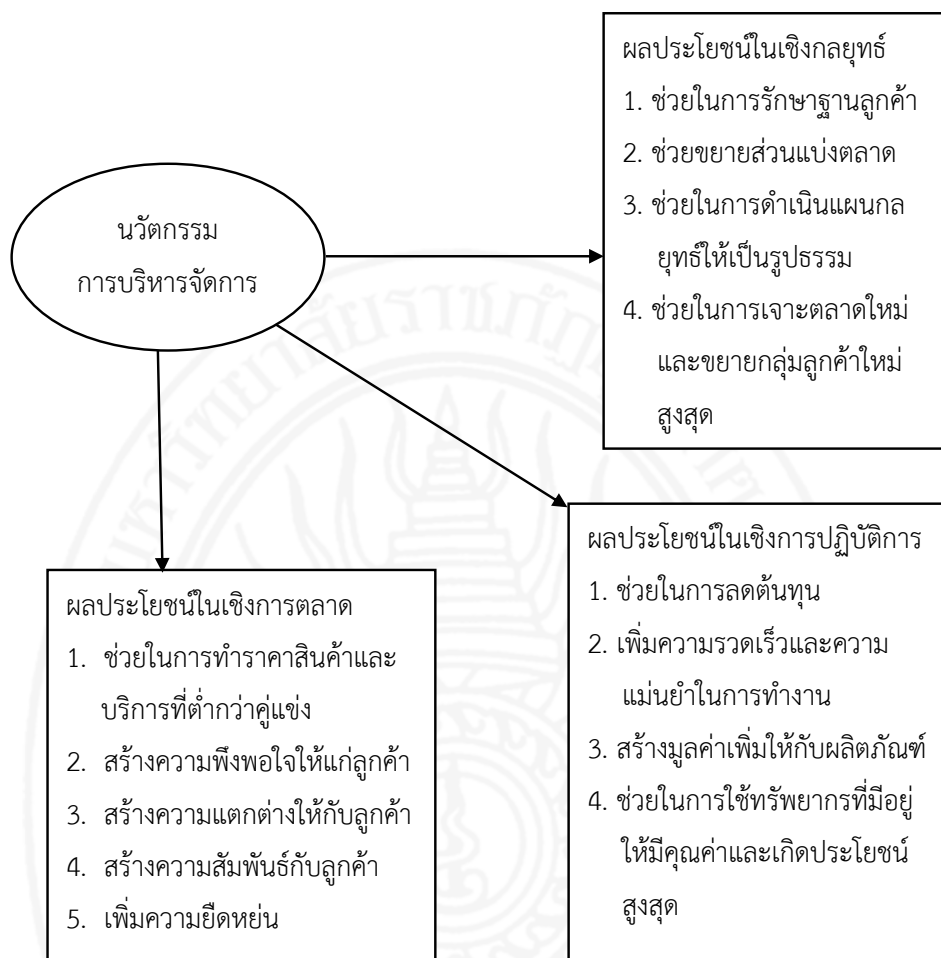
2.1 นวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) การปรับปรุงระบบให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นทีละเล็กละน้อย ซึ่งอาจจะพบเห็นได้บ่อยครั้งกว่านวัตกรรมกระบวนการในลักษณะอื่น ๆ

2.2 นวัตกรรมในลักษณะลำดับขั้น (Generational Innovation) การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตที่มีผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์แต่ยังยึดรูปแบบ รวมทั้งแนวคิดของกรรมวิธีการผลิตเดิม

2.3 นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน (Radical Innovation) การเปลี่ยนแปลงกรรมวิธีและแนวคิดในการผลิตไปอย่างสิ้นเชิง

2.4 นวัตกรรมในลักษณะที่มีการเปลี่ยนรูปแบบของการผลิตโดยสิ้นเชิง (Transformational Innovation) นวัตกรรมกระบวนการชนิดนี้มักจะได้ในแต่ละช่วงของการเปลี่ยนยุคอุตสาหกรรม เช่น การประยุกต์ใช้ระบบ Computerization และ Robotic System ในกระบวนการผลิต

3. นวัตกรรมการบริหารจัดการ (Managerial Innovation) หมายถึง กระบวนการในการคิดค้นและปรับใช้แนวคิดใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของแต่ละองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรนั้น ๆ นวัตกรรมการบริหารจัดการเป็นการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงองค์กรทั้งในด้านแนวคิดพื้นฐานและวิธีการในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนไป โดยมีวัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ ผลประโยชน์ในเชิงกลยุทธ์ผลประโยชน์ในเชิงการตลาดและผลประโยชน์ในเชิงการปฏิบัติการ ดังภาพที่ 5 ดังนี้



ภาพที่ 5 นวัตกรรมการบริหารจัดการ เครื่องมือในการบริหารจัดการองค์กร
ที่มา: อารยา ปาละคะ (2551)

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) ได้แบ่งประเภทของนวัตกรรม ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ไม่ว่าจะเป็นในด้านเทคโนโลยี หรือวิธีการใช้ รวมไปถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้วให้มีคุณภาพ และประสิทธิภาพให้ดียิ่งขึ้น หัวใจสำคัญของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์คือ การสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กรที่จะนำมาซึ่งกำไรและความได้เปรียบทางการตลาดโดยการนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ไม่ว่าจะในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ หรือการบริการที่ไม่เคยมีใครนำเสนอมาก่อน

2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) คือการประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการ หรือกระบวนการใหม่ ๆ ที่ส่งผลให้กระบวนการผลิตและการทำงานโดยรวมมีประสิทธิภาพ และ

ประสิทธิผลสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด นวัตกรรมกระบวนการ เป็นการประยุกต์ใช้ ปรับเปลี่ยนกรรมวิธีในการผลิตสินค้า วิธีการ หรือรูปแบบในการให้บริการ โดยรวมแล้วนวัตกรรมกระบวนการขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับเปลี่ยนองค์กรในทุก ๆ ฝ่ายของห่วงโซ่การแข่งขัน เช่น การผลิตได้เร็วขึ้น การผลิตให้ได้คุณภาพของสินค้าสูงขึ้น การลดต้นทุนการผลิตและการสั่งซื้อต่อหน่วยลดลง การเสนอความหลากหลายให้กับผู้บริโภค

3. นวัตกรรมการบริหารจัดการ (Managerial Innovation) คือการคิดค้นรูปแบบของการจัดการองค์กรใหม่ ที่ส่งผลต่อระบบการทำงาน การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการบริการขององค์กรที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การสร้างนวัตกรรมในองค์กรต้องอาศัยความเข้าใจ ความร่วมมือจากทุกฝ่าย โดยเฉพาะเรื่องของระบบบริหารจัดการ การเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของคนและวัฒนธรรมในองค์กรนวัตกรรม แนวคิดการบริหารจัดการเป็นการตอบสนองความต้องการลูกค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูง มีการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานสินค้าและบริการ วิธีการในการบริหาร การประยุกต์แนวคิดใหม่ เครื่องมือหรือเทคโนโลยี การปรับเปลี่ยนรูปแบบองค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการทางการตลาดและเทคโนโลยี

นวัตกรรมสามารถแยกได้เป็น 3 ประเภท (ไทเกอร์, 2562) ได้แก่ Product Innovation (นวัตกรรมผลิตภัณฑ์) Process Innovation (นวัตกรรมการดำเนินงาน) และ Business Innovation (นวัตกรรมธุรกิจ) ความแตกต่างของนวัตกรรม 3 ประเภทนี้ก็คือเป้าหมายของการใช้นวัตกรรมเพื่อเปลี่ยนแปลง พัฒนา หรือสร้างส่วนต่าง ๆ ของธุรกิจ

Product Innovation หรือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ คือนวัตกรรมเพื่อทราบผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ และพัฒนาผลิตภัณฑ์เก่าให้ดีกว่าเดิม นวัตกรรมผลิตภัณฑ์เป็นนวัตกรรมที่คนส่วนมากคิดถึงเวลาพูดถึง ‘การสร้างนวัตกรรม’ โดยนวัตกรรมส่วนนี้รวมถึงทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้อย่างการบริการด้วย

Process Innovation หรือ นวัตกรรมการดำเนินงาน คือนวัตกรรมที่ใช้ในการพัฒนาการดำเนินงาน หรือการออกแบบการดำเนินงานขึ้นมาใหม่ นวัตกรรมการดำเนินงานอาจจะเป็นนวัตกรรมที่ดูน่าเบื่อในสายตาหลายคน อย่างไรก็ตามนวัตกรรมด้านการดำเนินงานก็เป็นสิ่งอำนวยให้องค์กรสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ง่ายขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การที่โรงงานหันมาพัฒนาเป็นระบบ Lean Manufacturing หรือการที่บริษัทซอฟต์แวร์เปลี่ยนมาใช้กระบวนการทำงานแบบ Agile

Business Innovation หรือ นวัตกรรมธุรกิจ คือนวัตกรรมที่ใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงตลาดหรืออุตสาหกรรมขนาดกว้าง อาจเกิดขึ้นจากการปรับกระบวนการทำงานของธุรกิจที่มีอยู่แล้ว หรือจากธุรกิจใหม่ นวัตกรรมธุรกิจ คือผลลัพธ์ที่เกิดจากนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมการดำเนินการ เพราะสุดท้ายแล้วผลิตภัณฑ์ใหม่และกระบวนการทำงานที่พัฒนาแล้วก็จะทำให้องค์กรสามารถตอบโจทย์ความต้องการของตลาดได้ดีขึ้น ยกตัวอย่างเช่น application อย่าง Uber หรือ Grab ที่เริ่มจาก

การสร้าง ‘ผลิตภัณฑ์ใหม่’ จนติดตลาดและเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมจนกลายเป็นนวัตกรรมทางธุรกิจในที่สุด (แต่เนื่องจากว่าสองบริษัทนี้ยังไม่สามารถทำกำไรได้ นักลงทุนส่วนมากก็เลยล้มเลิกที่จะเรียกบริษัทเหล่านี้ว่าเป็นนวัตกรรม)

ประเภทของนวัตกรรม 3 อย่างนี้ยังสามารถรวมกับลักษณะของนวัตกรรมได้ เช่นอาจจะเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แบบสร้างมาอย่างสิ้นเชิง (Radical Product Innovation) หรือนวัตกรรมดำเนินงานแบบค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Process Innovation)

จากหนังสือ Exploring Innovation ของ David Smith (Smith, 2015) กล่าวเอาไว้ว่า รูปแบบ ของ Innovation มีสามแบบ คือ

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation): ซึ่งโดยส่วนใหญ่ก็หมายถึง ผลิตภัณฑ์ ที่ใช้กับคนหรือผู้บริโภค เช่น เครื่องซักผ้า เครื่องดูดฝุ่น เป็นต้น ซึ่งนวัตกรรมที่จะเกิดขึ้น ก็ จะเกี่ยวข้องกับส่วนประกอบ (Components) และระบบ (System) ซึ่งจะเขียนต่อไป ในเรื่องประเภทของ Innovation

2. นวัตกรรมด้านบริการ (Services Innovation): (Intangible Product) หรือ การบริการ (Services) เช่น ประเภทของนวัตกรรม ด้านบริการนั้น ไม่สามารถจับต้องได้เหมือน Product Innovation จะเป็นรูปแบบของการให้บริการ

3. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation): ประเภทที่สาม ของ Innovation นี้ ถ้าเกิดขึ้นจะมีผลกระทบต่อสังคมกว่าสองประเภทข้างต้น ซึ่งการจำแนกรูปแบบของนวัตกรรมนี้ เพื่อให้สามารถกำหนดแยกแยะและทราบถึง รูปแบบ ของสินค้าและบริการที่จะต้องทำการต่อยอด หรือพัฒนา

Tidd, Bessant, & Pavitt (2005, pp.12-13) ได้เสนอว่า นวัตกรรมในองค์กรแบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) เพื่อการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้าและบริการ

2. นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation) เพื่อการเปลี่ยนแปลงด้าน กระบวนการผลิต การทำงานและการส่งมอบ

3. นวัตกรรมด้านตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Position Innovation) เพื่อการเปลี่ยนแปลงที่ เกี่ยวข้องกับรูปแบบในการนำเสนอ หรือการวางตำแหน่งของสินค้าและบริการ

4. นวัตกรรมด้านกระบวนทัศน์ (Paradigm Innovation) เพื่อการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้อง กับกรอบความคิด (Mental model) และกระบวนทัศน์ (Paradigm) ที่องค์กรต้องการจะเป็น

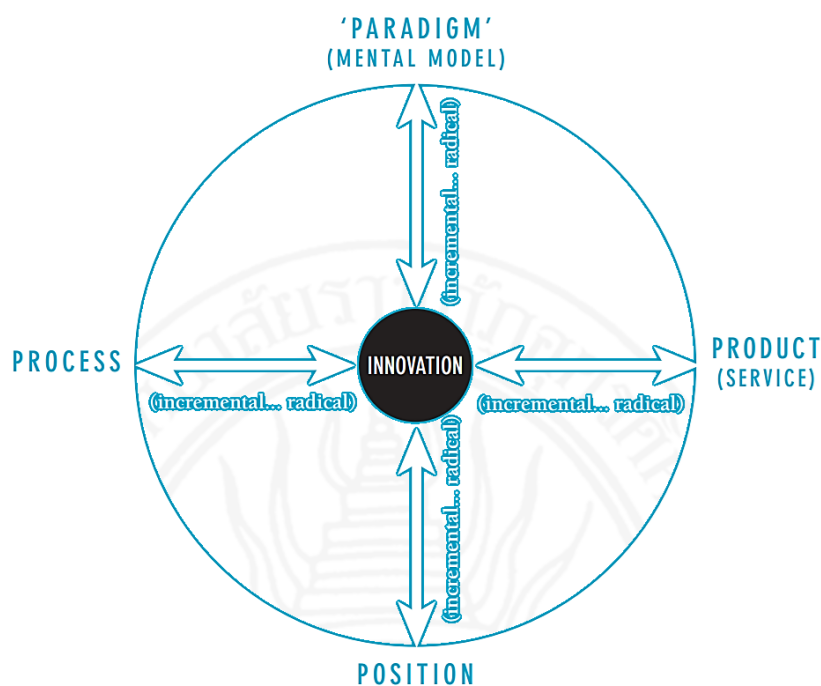


FIGURE 1.2 Innovation space

ภาพที่ 6 พื้นที่นวัตกรรม

ที่มา: Tidd, Bessant, and Pavitt, 2005, p.13

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2559) แบ่งนวัตกรรมออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)

คือ ผลิตภัณฑ์ที่ถูกผลิตขึ้นในเชิงพาณิชย์ที่ได้ปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือ เป็นสิ่งใหม่ ในตลาด

นวัตกรรมนี้อาจจะเป็นของใหม่ ต่อโลก ต่อประเทศ องค์กรหรือแม้แต่ตัวเราเอง

2. นวัตกรรมในกระบวนการผลิตหรือการดำเนินงาน (Process Innovation)

เป็นการเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการผลิตสินค้าหรือการให้บริการในรูปแบบที่แตกต่างออกไป

จากเดิม

3. นวัตกรรมทางธุรกิจ (Business Innovation)

นวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อความยั่งยืน การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จและ ยั่งยืนได้ ธุรกิจ

ต้องค้นหา “นวัตกรรมธุรกิจ” ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง นวัตกรรมมิใช่เพียงแค่ความคิดสร้างสรรค์

ความคิดใหม่ ๆ แต่ต้องเป็น ความคิดใหม่ ๆ ที่สามารถขายได้ หรือ การทำให้ความคิดใหม่ ๆ มีมูลค่า

เชิงพาณิชย์ แหล่งที่สำคัญที่สุดของการเกิดนวัตกรรม อยู่ที่ “ลูกค้าหรือตลาดการแข่งขัน” เพราะจะ

แสดงถึงความต้องการของผู้บริโภค ความมีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่คู่แข่งนำหน้าเข้ามาสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง เราจะสร้างอัตราเร่งสู่นวัตกรรมใหม่ของธุรกิจไทย โดย

1. ต้องมีความก้าวหน้าในองค์ความรู้และเทคโนโลยี ในลักษณะ “วัฒนธรรมการเรียนรู้แบบรับรู้” ซึ่งในต่างประเทศมีการพัฒนาต่อยอดความรู้และเทคโนโลยีขั้นสูงอย่างต่อเนื่อง จากการสร้างพื้นฐานมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาและธุรกิจเอกชนที่เป็นบริษัทระดับโลก

2. การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ของธุรกิจ แยกเป็น

2.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เป็นการใช้นวัตกรรมขั้นสูงหรือความรู้ใหม่เพื่อผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ออกมาสู่ตลาด

2.2 นวัตกรรมกระบวนการทางธุรกิจ ที่สามารถใส่หรือสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้ธุรกิจมีความแตกต่างเหนือคู่แข่ง

2.3 นวัตกรรมธุรกิจ - ความรู้ คือการที่ธุรกิจมุ่งสนใจในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการมาอย่างยาวนาน จึงเกิดความคิดใหม่ที่จะแสวงหานวัตกรรมใหม่ทางธุรกิจ เช่น นวัตกรรมการตลาด นวัตกรรมจัดการ เพราะเป็นสิ่งที่ครอบคลุมประเด็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น

3. การเพิ่มอัตราเร่งสู่นวัตกรรมใหม่ ๆ โดย

3.1 แรงการเรียนรู้ ความรู้ใหม่ เทคโนโลยีใหม่ จากทุกแห่งทั่วทุกที่จากทุกมุมโลก

3.2 ธุรกิจต้องทบทวนความคิดใหม่ว่า การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ นั้น เป็นการศึกษาและเรียนรู้แบบ “วัฒนธรรมการเรียนรู้แบบการรับรู้” ไม่ใช่ “วัฒนธรรมการเรียนรู้แบบการผลิตภาพ หรือการเรียนรู้แบบนวัตกรรมและผลิตภาพ”

3.3 ธุรกิจต้องเรียนรู้และเข้าใจทั้งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการและนวัตกรรมธุรกิจ-ความรู้การเป็นองค์กรแบบใหม่ที่เรียกว่า “องค์กรนวัตกรรมและผลิตภาพ” จะทำให้ธุรกิจเป็น “ธุรกิจแห่งนวัตกรรม” ที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ เกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืน

ความสามารถ หมายถึง มีคุณสมบัติที่จะทำได้ โดยเฉพาะทางความรู้หรือความชำนาญ เป็นต้น (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2554)

การจัดการ หรือ Management หมายถึง กระบวนการทำงานหรือกิจกรรมที่กลุ่มบุคคลในองค์กร ร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแนวทางที่กำหนดไว้ 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การบังคับบัญชาสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม (ไอเอ็มทู, 2558)

การจัดการ (Management) หมายถึง กระบวนการที่ทำให้งานกิจกรรมต่าง ๆ สำเร็จลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผลด้วยคนและทรัพยากรขององค์กร (Certo, 2003; Decenzo & Robbins, 2004) คำว่า การจัดการ จะเน้นการปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบาย (แผนที่วางไว้) ซึ่ง

นิยมใช้ในการจัดการธุรกิจ (Business Management) โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ได้แก่ กระบวนการ (Process) ประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness)

เนตร์พัฒนา ยาวีราช (2560, น.2-3) ได้ให้ความหมาย คุณลักษณะ และหน้าที่ทางการจัดการไว้ดังนี้

การจัดการ หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริหารปฏิบัติเพื่อนำไปสู่การบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรโดยอาศัยบุคลากรและทรัพยากรทางการบริหาร

การจัดการประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ

1. เป็นกระบวนการของการดำเนินดำเนินกิจกรรมที่ต่อเนื่องและสัมพันธ์กัน
2. เน้นที่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร
3. การทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยผสมผสานบุคลากรและทรัพยากรทางการบริหาร

เข้าด้วยกัน

หน้าที่ทางการจัดการ

1. การวางแผน หมายถึง การเลือกวิธีการการทำงานเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กรและกำหนดว่าจะทำงานนั้นอย่างไร การวางแผนเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จขององค์กรในอนาคตอันใกล้ในระยะสั้น และระยะยาว
2. การจัดองค์กร หมายถึง การนำเอาแผนงานที่กำหนดไว้มากำหนดหน้าที่บุคลากรหรือกลุ่มบุคคลที่จะปฏิบัติภายในองค์กร เป็นการเริ่มต้นของกลไกของการนำเอาแผนงานไปสู่การปฏิบัติ บุคลากรในองค์กรได้การมอบหมายงานที่จะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายโดยงานของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มต่างประสานสอดคล้องกันสู่ความสำเร็จขององค์กร
3. การนำ เกี่ยวข้องกับการจูงใจ ภาวะผู้นำ และการสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์กรเพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ตามต้องการ วัตถุประสงค์ของการนำ คือ การเพิ่มผลผลิตขององค์กรโดยผ่านแนวคิดทางด้านทำให้ความสำคัญกับคน มากกว่าการให้ความสำคัญกับงาน
4. การควบคุม หมายถึง หน้าที่ทางการจัดการสำหรับผู้บริหารในการรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้เป็นมาตรวัดผลการทำงานในองค์กร รวมทั้งการวัดผลการทำงานในปัจจุบันเพื่อให้มีมาตรฐาน เช่น มาตรฐานการดำเนินงาน มาตรฐานด้านคุณภาพ มีการเปรียบเทียบกับผลงานที่ทำได้เพื่อปรับปรุงแก้ไขผลการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ลดการสูญเสียสิ้นเปลือง เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

ธนพล ก่อฐานะ (2563) ได้กล่าวถึงความแตกต่างระหว่าง นวัตกรรมจัดการ และ นวัตกรรม ไว้ดังนี้

ความหมายของ Innovative Management (นวัตกรรมจัดการ) และความหมายของ Innovation (นวัตกรรม) นั้นต่างกันคือ นวัตกรรม (Innovation) จะเป็นสินค้าใหม่ (Product) มี

ประโยชน์ และมีตลาดรองรับ ส่วนนวัตกรรมการจัดการ (Innovative Management) เป็นงานบริหารไม่ใช่สินค้าใหม่ แต่เป็นระบบการทำงานใหม่ วิธีการทำงานใหม่ การผสมผสานการทำงานใหม่ การสร้างสิ่งใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการ และสิ่งที่เป็นประโยชน์ ได้รับการยอมรับ

นวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญซึ่งจะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จในการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน และสามารถส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างต่อเนื่อง

การจะทำให้บรรลุเป้าหมายด้านนวัตกรรม องค์กรต้องวางแผนเพื่อกำหนดการจัดการด้านนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ เช่น การพิจารณาบริบท การวางแผนการจัดการนวัตกรรม การพิจารณาปัจจัยขับเคลื่อนนวัตกรรม การกำหนดกระบวนการด้านการจัดการนวัตกรรม การประเมินประสิทธิผลของระบบการจัดการนวัตกรรม เป็นต้น

ระบบการจัดการนวัตกรรมจะช่วยให้องค์กรมีแนวทางในการจัดทำ รักษา และพัฒนาแนวปฏิบัติในการจัดการนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ และจะช่วยให้องค์กรกลายเป็นองค์กรนวัตกรรมและประสบความสำเร็จในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ องค์กร และรูปแบบธุรกิจใหม่

มาตรฐานระบบการจัดการนวัตกรรมเป็นมาตรฐานที่ช่วยให้องค์กรมีการบริหารจัดการในการขับเคลื่อนให้องค์กรดำเนินการได้ตามนโยบาย และวัตถุประสงค์ด้านนวัตกรรม ช่วยให้องค์กรพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์/บริการ กระบวนการ วิธีการด้านการตลาด รูปแบบธุรกิจ สถานที่ทำงาน หรือความสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอก สร้าง/เพิ่มคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมทั้งองค์กร

ประโยชน์ของมาตรฐาน ระบบการจัดการนวัตกรรม

1. เป็นแนวทางการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุตามความต้องการของลูกค้า
2. เพิ่มโอกาสทางธุรกิจและเปิดตลาดใหม่
3. เพิ่มการเติบโต และรายได้จากนวัตกรรม
4. ลดระยะเวลาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาด
5. ประหยัดต้นทุนและลดความเสี่ยงในการสร้างนวัตกรรม
6. ปรับปรุงประสิทธิภาพและสมรรถนะขององค์กรในการสร้างสรรค์นวัตกรรม
7. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
8. พัฒนาความคิดให้เปิดใจรับรูปแบบทางธุรกิจและวิธีการใหม่ๆ
9. สามารถแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านกระบวนการของนวัตกรรม เช่น
10. การสร้างเครือข่ายในชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น
11. เพิ่มขีดความสามารถในการตัดสินใจขององค์กร เพื่อเผชิญกับความท้าทายและการ

เปลี่ยนแปลง (สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ, 2563)

สรุปได้ว่า การจัดการนวัตกรรม หมายถึง กระบวนการที่ทำให้งานกิจกรรมต่าง ๆ สำเร็จลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผลด้วยคนและทรัพยากรขององค์กร เป็นการบริหารระบบการทำงานใหม่ วิธีการทำงานใหม่ การผสมผสานการทำงานใหม่ การสร้างสิ่งใหม่ ๆ ในการบริหารจัดการ และสิ่งที่เป็นประโยชน์ ได้รับการยอมรับ มีการวางแผนอย่างเป็นระบบ ระบบการจัดการนวัตกรรมจะช่วยให้องค์กรมีแนวทางในการจัดทำ รักษา และพัฒนาแนวปฏิบัติในการจัดการนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ และจะช่วยให้องค์กรกลายเป็นองค์กรนวัตกรรมและประสบความสำเร็จในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ องค์กร และรูปแบบธุรกิจใหม่

ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเภทของนวัตกรรมข้างต้น จะพบว่า ยังไม่มีข้อสรุปที่แน่ชัดว่า นวัตกรรมแบ่งได้กี่ประเภท เพราะนักวิชาการเสนอแนวคิดที่หลากหลาย แต่สรุปได้ว่า ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม หมายถึง คุณสมบัติที่จะทำให้บุคลากรในสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาทำงานร่วมพัฒนา แนวความคิด การปฏิบัติ รูปแบบการให้บริการ ระบบสารสนเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อนหรือเป็นการพัฒนาทดแทนจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) ที่ได้แบ่งประเภทของนวัตกรรม ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ นวัตกรรมด้านกระบวนการ และนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ สำหรับใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับบริบท และการดำเนินงานของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มากที่สุด

การตัดสินใจใช้บริการ

ความหมายของการตัดสินใจซื้อ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, น.227) ได้ให้ความหมายการซื้อขององค์กร (Organizational Buying) ไว้ว่าเป็นกระบวนการตัดสินใจขององค์กรที่ตั้งขึ้นเพื่อกำหนดลักษณะความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ การบ่งชี้ การประเมินผลและเลือกตราสินค้า ตลอดจนการพิจารณาผู้เสนอขายสินค้าต่าง ๆ

กานต์กิติ์ อภัยพลชาญ (2560, น.30) ได้ให้ความหมายว่า กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่อยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอในชีวิตประจำวัน โดยที่ผู้บริโภคจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ ซึ่งถ้านักการตลาดสามารถทำความเข้าใจและเข้าถึงจิตใจของผู้บริโภค การวางแผน การกระจายสินค้าและการสร้างการยอมรับของผู้บริโภคก็จะมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ภราดา นกยูงทอง (2560, น.27) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมที่เกิดจากการตัดสินใจ และปฏิบัติต่อการซื้อ มีระยะเวลาแตกต่างกันในความต้องการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ โดยเกิดจากความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์หรือบริการว่าจะเป็นตัวเลือกที่ดีที่สุดและสร้างความพึงพอใจให้กับตนเองได้

คอตเลอร์ (Kotler, 2012, p.288) ได้ให้ความหมายการตัดสินใจซื้อว่าเป็นกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นโดยองค์กรที่มีความต้องการใน การซื้อสินค้าและบริการ องค์กรจะระบุประเมิน และเลือกตราสินค้า เลือกซัพพลายเออร์จากบรรดาที่มีแม้ว่าการซื้อของแต่ละองค์กรจะไม่เหมือนกันแต่ผู้ซื้อสามารถระบุกลุ่มขององค์กรธุรกิจที่มีวิธีการซื้อสินค้าในลักษณะคล้ายคลึงกัน เพื่อเป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด

จากความหมายสรุปได้ว่าการตัดสินใจเข้าใช้บริการ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการ โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ มีระยะเวลาแตกต่างกันในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ผู้บริโภคมักจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูล และข้อจำกัดของสถานการณ์ และเกิดจากความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์หรือบริการว่าจะเป็นตัวเลือกที่ดีที่สุดและสร้างความพึงพอใจให้กับตนเองได้ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ในจิตใจของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจเข้าใช้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, น.308) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเริ่มขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความต้องการซึ่งอาจเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นภายในหรือที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอกที่มากระตุ้นให้ตระหนักถึงความต้องการดังกล่าว เช่น เมื่อมีการรณรงค์ให้หันมาใช้ผลิตภัณฑ์เราก็อยากใช้บ้าง

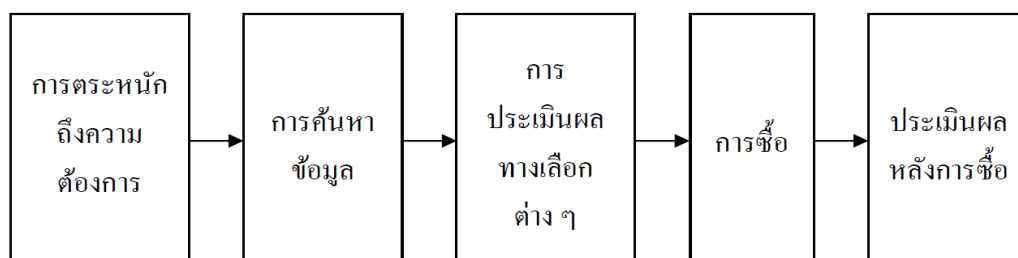
2. การค้นหาข้อมูล (Search) เมื่อบุคคลได้ตระหนักถึงความต้องการแล้วเขาจะพยายามเสาะแสวงหาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นจากแหล่งต่าง ๆ การที่บุคคลจะมีการค้นหาข้อมูลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ คือ จำนวนของข้อมูลที่จะได้ ความพอใจที่ได้รับจากการค้นหาข้อมูล และผลที่เกิดขึ้นจากภายหลังหากไม่มีการค้นหาข้อมูล

3. การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ (Evaluation of Alternatives) หลังจากที่ถูกผู้บริโภคได้รับข่าวสารข้อมูลที่จะใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ แล้วก็ประเมินค่าทางเลือกแต่ละทางเลือกเพื่อการตัดสินใจซื้อโดยใช้ประสบการณ์ในอดีตผสมผสานกับทัศนคติที่เกิดจากการยอมรับข่าวสารข้อมูล เพื่อช่วยในการเลือกของเขา ในที่นี้ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์การพิจารณาเป็นเรื่องของเหตุผลที่มองเห็น

เช่น ราคา สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น เช่น ชื่อเสียงของสินค้า หรือรูปแบบจากเกณฑ์ที่กำหนด จะทำให้ผู้บริโภคสามารถพิจารณาทางเลือกที่ก่อให้เกิดความพอใจมากที่สุด

4. การซื้อ (Purchase) หลังการพิจารณาทุกสิ่งทุกอย่างแล้วก็มาถึงขั้นที่ผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ ถ้าการประเมินผลทางเลือกเป็นที่พอใจการซื้อก็จะเกิดขึ้นในการตัดสินใจซื้อ แต่ละครั้ง ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อสิ่งที่ชอบที่สุดในเรื่องต่อไป นี้ ได้แก่ ตรายี่ห้อ ส่วนที่ซื้อ ราคา สี สัน ขนาด รูปแบบ

5. การประเมินผลหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) เมื่อมีการซื้อสินค้า และใช้สินค้าแล้ว การประเมินผลที่ได้รับจากการซื้อและใช้สินค้าจะเกิดขึ้น ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่เขาซื้อเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลกระทบต่อ การซื้อซ้ำในครั้งต่อไปและมีผลต่อการแนะนำเพื่อนฝูงด้วย ดังนั้นนักการตลาดจะต้องพยายามลดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อไป โดยการให้ข้อมูล เน้นจุดเด่นของสินค้าหรือการติดตามให้บริการหลังการซื้อด้วย



ภาพที่ 7 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อของผู้บริโภค

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552, น.308

มณฑกานติ แลนแคสเตอร์ (2554, น.50) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจซื้อแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ กระบวนการตัดสินใจซื้อประเภทบุคคลและกระบวนการตัดสินใจซื้อประเภทองค์กร

1. กระบวนการตัดสินใจซื้อประเภทบุคคล

บุคคลทั่วไปมีกระบวนการตัดสินใจซื้อ ดังนี้

1.1 การตระหนักในความต้องการ

กระบวนการเริ่มต้นจากการที่ลูกค้าตระหนักหรือสามารถบ่งบอกความจำเป็น ความต้องการ หรือปัญหาของตนเอง ลูกค้าบางรายอาจมีความจำเป็นและความต้องการที่ซ่อนอยู่และต้องถูกกระตุ้นจึงจะรู้ความต้องการของตนเอง

1.2 การแสวงหาข้อมูล

เพื่อตอบสนองความจำเป็น ความต้องการ หรือปัญหา ลูกค้าจึงต้องเสาะแสวงหาข้อมูล โดยวิธีต่าง ๆ เช่น สอบถามคนอื่น บางครั้งลูกค้าอาจจะไม่ตระหนักในความจำเป็น แต่กิจกรรม การตลาดอาจช่วยบ่งชี้ให้ลูกค้าให้ลูกค้าเห็นความจำเป็นและเกิดความต้องการได้

1.3 การประเมินทางเลือก

ในขั้นตอนการประเมินทางเลือกต่าง ๆ กลุ่มอ้างอิงและปัจจัยอื่น ๆ มีอิทธิพลในขั้นตอน นี้ ลูกค้าจะมีการประเมินเปรียบเทียบสินค้า และจัดอันดับความชอบไว้ในใจ

1.4 การตัดสินใจซื้อ

เมื่อลูกค้าจัดอันดับความชอบของสินค้าก็จะมาถึงขั้นตอนที่จะต้องตัดสินใจเลือกสินค้า ที่ตนชอบมากที่สุด

1.5 พฤติกรรมหลังการซื้อ

หลังจากซื้อสินค้าแล้ว ผู้ซื้ออาจพอใจหรือไม่พอใจกับสินค้า สาเหตุของความไม่พอใจ มักจะเนื่องมาจากการรับรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าก่อนการซื้อแตกต่างจากเมื่อได้ใช้สินค้าแล้ว

2. กระบวนการตัดสินใจซื้อประเภทองค์กร

องค์กรทั่วไปมีกระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้าดังต่อไปนี้ (มณฑกานติ แลนแคสเตอร์, 2554, น.57)

2.1 การตระหนักถึงปัญหา

กระบวนการซื้อขององค์กรจะเกิดขึ้นเมื่อองค์กรตระหนักในความต้องการ หรือปัญหา ซึ่งจะสามารถจัดการหรือแก้ไขได้โดยการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ

2.2 การบอกความต้องการทั่วไป

การตระหนักถึงปัญหาทำให้ผู้ซื้อระบุความต้องการทางด้านผลิตภัณฑ์ โดยการบอก ความต้องการทั่วไป

2.3 การกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์

เมื่อระบุความต้องการทั่วไปแล้ว องค์กรจะกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน

2.4 แสวงหาผู้ขาย

เมื่อกำหนดลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์แล้ว องค์กรจะแสวงหาผู้ขาย โดยอาจดูจาก สมุดรายนาม ดูจากเว็บไซต์ หรือโทรศัพท์สอบถามไปยังองค์กรอื่น ๆ

2.5 การพิจารณาข้อเสนอ

2.6 การคัดเลือกผู้ขาย

องค์กรต้องพิจารณาข้อเสนอ และเงื่อนไขต่าง เพื่อคัดเลือกผู้ขาย

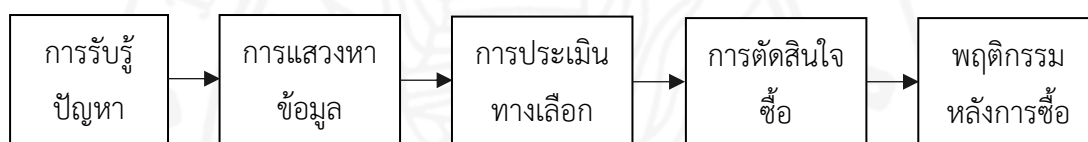
2.7 การกำหนดรายละเอียดคำสั่งซื้อ

องค์กรจะทำใบสั่งซื้อซึ่งกำหนดรายละเอียดของการซื้อต่าง ๆ

2.8 การประเมินผลการใช้งาน

องค์กรจะทำการประเมินว่าผลิตภัณฑ์และบริการนั้นตรงกับลักษณะที่องค์กรแจ้งความจำนงที่จะซื้อในเบื้องต้นหรือไม่ พร้อมทั้งตัดสินใจว่าองค์กรจะซื้อผลิตภัณฑ์อีกหรือไม่ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรมีการประชุมกับผู้ซื้อประจำทุกวันในช่วงที่ยังให้บริการ เพื่อให้รู้ว่าผู้ซื้อพอใจในบริการ หรือมีปัญหาอะไรหรือไม่ เพื่อจะได้แก้ไขก่อนที่จะสร้างความไม่พอใจให้กับลูกค้า (มณฑกานติ แลนแคสเตอร์, 2554, น.58)

คอตเลอร์ (Kotler, 2012: 188) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อไว้ว่าเป็นขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ คือ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจ และความรู้สึกภายหลังการซื้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการซื้อจริงๆ และมีผลกระทบหลังจากการซื้อ โดยมีขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 8 โมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
ที่มา: Kotler, 2012, น.188

1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตนเอง ซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น เช่น ความหิว อ้วน ฯลฯ
2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search) ถ้าผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้า อันเนื่องมาจากการกระตุ้นต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลในตัวผลิตภัณฑ์นั้นเพื่อประกอบการตัดสินใจ ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องให้ความสนใจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคจะเข้าไปแสวงหา ซึ่งประกอบด้วย 5 แหล่งหลัก คือ
 - 2.1 แหล่งบุคคล (personal sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก ฯลฯ
 - 2.2 แหล่งการค้า (commercial sources) ได้แก่ สื่อการโฆษณา ตัวแทนการค้า การจัดแสดงสินค้า ฯลฯ
 - 2.3 แหล่งชุมชน (public sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ
 - 2.4 แหล่งประสบการณ์ (experiential sources)

2.5 แหล่งทดลอง (experimental sources) ได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์หรือหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

3. การประเมินผลทางเลือก (evaluation of alternative) ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ หลักเกณฑ์ที่ใช้พิจารณา

3.1 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ผู้บริโภคจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณสมบัติอะไรบ้าง ผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะมีคุณสมบัติกลุ่มหนึ่ง คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในความรู้สึของผู้ซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะแตกต่างกัน

3.2 การให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์และจัดลำดับความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์

3.3 ความเชื่อถือเกี่ยวกับตรา เนื่องจากความเชื่อถือของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคและความเชื่อถือเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์เปลี่ยนแปลงได้เสมอ

3.4 เปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยผ่านกระบวนการประเมินผลเริ่มต้นด้วยการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เขาสใจ และเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตราต่าง ๆ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งหลังจากมีการประเมินผลทางเลือกในขั้นที่ 3 จะช่วยให้บริภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุด การตัดสินใจซื้อจึงเกิดขึ้นหลังจากประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) แล้วเกิดความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) และเกิดการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ในที่สุด

5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ (post purchase Behavior) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังจากมีการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว ความรู้สึกนี้ขึ้นกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปนั้นสามารถสนองตามที่เขาต้องการได้จริงตามคาโฆษณาหรือไม่และหลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ หากเกิดความพึงพอใจก็จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำและการบอกต่อ หากไม่ได้รับคามพอใจ ก็อาจจะหันไปสนใจผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่นแทน

สรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจเข้าใช้บริการ คือ ลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยมีลำดับกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ

1. การรับรู้ถึงความต้องการ หมายถึง กระบวนการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้บริการมีความต้องการ หรือมีปัญหาที่ต้องการแก้ไขความต้องการอาจเกิดขึ้นได้โดยมีแรงกระตุ้นจากภายใน ซึ่งเกิดจากภายในตัวบุคคลเอง หรือแรงกระตุ้นจากภายนอกจะมาจากสิ่งเร้าใจภายนอก

2. การแสวงหาข้อมูล หมายถึง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการซึ่งถูกแรงกระตุ้น ให้เกิดความต้องการจะรวบรวมข้อมูล ข่าวสารที่เกี่ยวข้องซึ่งอาจจะเป็นข้อมูลที่มีอยู่ทั่วไป หรืออาจจะต้องใช้ความพยายามในการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ

3. การประเมินผลทางเลือก หมายถึง การวิเคราะห์ถึงการเรียนรู้และทัศนคติสิ่งซึ่งผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการได้เรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ และทัศนคติใช้สำหรับการตัดสินใจเข้าซื้อหรือใช้บริการซ้ำในอนาคต

4. การตัดสินใจเข้าใช้บริการ หมายถึง ผู้ใช้บริการจะทำการเข้าใช้บริการหรือจะพัฒนาเป็นความตั้งใจเข้าใช้บริการ และทำการตัดสินใจเข้าใช้บริการ

5. พฤติกรรมภายหลังการเข้าใช้บริการ หมายถึง ผู้ใช้บริการจะเป็นผู้กำหนดเองว่าเขาหรือเธอได้ทำการตัดสินใจเข้าใช้บริการได้ถูกต้องหรือไม่ และถ้าหากผู้บริโภคพึงพอใจเขาก็จะแชร์ประสบการณ์ดี ๆ ให้กับคนรอบข้าง และที่สำคัญอาจจะกลายมาเป็นผู้ใช้บริการที่ภักดีต่อแบรนด์ก็ได้

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจเข้าใช้บริการ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, น.308) และคอตเลอร์ (Kotler, 2012: 188) คือ การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ประกอบด้วย การตระหนักถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจ และพฤติกรรมภายหลังการเข้าใช้บริการ สำหรับใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา

ทั้งนี้ จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ จะทำให้ทราบถึง การประเมิน ในการตัดสินใจซื้อในรูปแบบของการมุ่งใจแน่วแน่ในการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ โดยการตัดสินใจซื้อซ้ำ นั้นสร้างคุณค่าและความมั่นคงต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก ดังนั้น สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศจะประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับ การบริการ การกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการรับรู้และตัดสินใจใช้บริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศจะต้องพัฒนาการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้บริการได้โดยการพัฒนาการบริการ คุณภาพ การบริการสร้างคุณค่าการรับรู้ ออกแบบนำเสนอการบริการที่ดี เมื่อผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อใจ และพอใจแล้วนำไปสู่การตัดสินใจเลือกใช้บริการ และเมื่อใช้บริการแล้วผู้ใช้บริการอาจพอใจหรือไม่พอใจกับการบริการ สาเหตุของความไม่พอใจเนื่องจากการรับรู้เกี่ยวกับสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศในตอนก่อนการให้บริการแตกต่างจากเมื่อใช้บริการแล้ว ถ้าหากผู้ใช้บริการพอใจจะนำมาซึ่งการตัดสินใจใช้บริการและใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศอีกในครั้งต่อไป โดยผู้ใช้บริการยังสามารถบอกต่อให้คนอื่น ๆ ในเรื่องความพึงพอใจ ถ้าสำนักวิทยบริการและ

เทคโนโลยีสารสนเทศมีการจัดการนวัตกรรม และคุณภาพการบริการที่ดีสม่ำเสมอก็จะส่งผลดีแก่นักนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศต่อไป

บริบทสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

ประวัติความเป็นมา

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ พัฒนามาจากห้องสมุดโรงเรียนฝึกหัดครูอุตรดิตถ์ เริ่มเปิดบริการครั้งแรกในปี พ.ศ. 2487 ในปี พ.ศ. 2535 ได้เปลี่ยนชื่อจากหอสมุดเป็น “สำนักวิทยบริการ” ในปี พ.ศ. 2539-2541 ทางสถาบันได้จัดสร้างอาคารใหม่เป็นอาคาร 6 ชั้น ได้รับงบประมาณแผ่นดินจำนวน 36 ล้านบาทให้สร้างอยู่บริเวณด้านหลังอาคารเดิม และมีสะพานเชื่อมต่อระหว่างอาคารทั้ง 2 อาคาร

อาคาร 2 ชั้น (หลังเก่า) ของสำนักวิทยบริการ ได้เริ่มเปิดใช้เป็นทางการเมื่อปี พ.ศ.2517 จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2542 ได้ขยายพื้นที่ให้บริการ ณ หลังใหม่ (อาคารเฉลิมพระเกียรติครบ 72 พรรษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช) เป็นอาคาร 6 ชั้น ได้รับงบประมาณ สนับสนุน ในปี พ.ศ. 2539, 2540 และ 2541 ในวงเงิน 36 ล้านบาท

วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2542 ได้มีการอัญเชิญพระราชสัญลักษณ์ ตัดตั้งที่ระดับชั้นที่ 6 โดยอธิการบดี ผศ.ดร.माणพ ภาชิตวิไลธรรมเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2542 ได้เปิดบริการทั้ง 2 อาคารพร้อมกัน เป็นต้นมา

ในวันที่ 16 ธันวาคม 2545 สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา กรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ ได้ประทานนามอาคารหอสมุดว่า “อาคารบรรณราชชนครินทร์” พร้อมทั้งประทานนามอักษรพระนามจารึกที่อาคาร แก่สถาบันราชภัฏทั้ง 40 แห่ง และสำนักวิทยบริการได้ทำพิธีเปิดป้าย “อาคารบรรณราชชนครินทร์” อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2546 เนื้อที่ให้บริการทั้ง 2 อาคาร มีจำนวน 6,629 ตารางเมตร

วันที่ 27 ธันวาคม 2544 ทางสำนักวิทยบริการ ได้เปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตสำหรับนักศึกษาจำนวน 50 ชุด และคอมพิวเตอร์สำหรับพิมพ์งานจำนวน 13 ชุด โดยมีศาสตราจารย์ ดร.เกษม จันทร์แก้ว นายกสภาประจำสถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์มาเป็นประธานในพิธีเปิด

วันที่ 12 มกราคม 2545 ได้เปิดให้บริการระบบทีวีดีสำหรับนักศึกษาจำนวน 1 ห้อง มี 45 ชุด โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เรืองเดช วงศ์หล้า อธิการบดีสถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์ เป็นประธานในพิธีเปิดการบริการทีวีดี มีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักศึกษาใช้ในการศึกษาสารสนเทศในหลาย ๆ ด้าน อาทิ ด้านมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และด้านวิทยาศาสตร์

วันที่ 16 ธันวาคม 2545 ได้รับประทาน “พระตราประจำพระองค์” เป็นชื่ออาคารบรรณราชนครินทร์ พร้อมกันกับทอสมุดของสถาบันราชภัฏอีก 34 แห่ง โดยสำนักงานสภาสถาบันราชภัฏขอประทานพระอนุญาต ณ จังหวัดน่านและมีพิธีเปิดป้ายอาคารบรรณราชนครินทร์ เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2546

ปี พ.ศ. 2548 เปลี่ยนชื่อเป็น “สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ” และให้โอนย้ายศูนย์คอมพิวเตอร์ มาอยู่ในสำนักวิทยบริการ ต่อมา พ.ศ. 2549 คณะกรรมการกลั่นกรองการจัดตั้งหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ได้เสนอให้มีการจัดตั้งศูนย์คอมพิวเตอร์เป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับของมหาวิทยาลัย และมีมติสภามหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในคราวการประชุมครั้งที่ 2/2550 เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2550 ให้จัดตั้งศูนย์คอมพิวเตอร์เป็นหน่วยงานในกำกับเทียบเท่าคณะ ศูนย์คอมพิวเตอร์จึงได้แยกออกจากสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นหน่วยงานเอกเทศของมหาวิทยาลัย

และในปี พ.ศ. 2558 ตามมติสภามหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ในคราวประชุมครั้งที่ 8/2558 เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2558 ได้มีมติเห็นชอบให้โอนย้ายศูนย์คอมพิวเตอร์เข้ากับสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

วิสัยทัศน์

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นองค์กรแห่งความเป็นเลิศด้านบริการ และส่งเสริมการเรียนรู้ บูรณาการเพื่อสังคมด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

ค่านิยมองค์กร

A=Attitude ทศนคตดี

R=Responsibility มีความรับผิดชอบ

I=Idea มอบสิ่งสร้างสรรค์

T=Team ผูกพันองค์กร

พันธกิจ

1. แสวงหาและพัฒนาทรัพยากรสารสนเทศที่ทันสมัยตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ
2. บริการทรัพยากรสารสนเทศด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย
3. สนับสนุนให้นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยมีความใฝ่เรียนรู้ได้ด้วยตนเอง เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต จากสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้
4. บริการวิชาการหรือวิชาชีพด้านการจัดห้องสมุดและเทคโนโลยีสารสนเทศแก่ชุมชน สังคม และเครือข่าย ตามยุทธศาสตร์การบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อสังคมของมหาวิทยาลัย
5. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของมหาวิทยาลัยในทุก ๆ ด้าน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กรขั้นสูง

6. สืบสานเผยแพร่และพัฒนาคลังความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและเอกสารทางประวัติศาสตร์ เพื่อสร้างสังคมการเรียนรู้ตลอดชีวิต

Strategy Map สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ



ภาพที่ 9 Strategy Map สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

โครงสร้างองค์กร สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ



ภาพที่ 10 โครงสร้างองค์กร สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

บริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

1. OPAC
2. ThaiLis
3. OPAC
4. ThaiLIS
5. News Clipping Online
6. E-Book (EBSCO)
7. E-Book (Gale)
8. Online databases
9. คลังปัญญามหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ศูนย์คอมพิวเตอร์

1. Service URU
2. Eduroam URU
3. ระบบที่ปรึกษา
4. งานฝึกอบรม
5. ห้องประชุม
6. Smart Classroom
7. จำนวนจุดให้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย
8. ศูนย์คลังความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐการ์ต์ พวงไพบูลย์ (2555) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาที่เหมาะสมของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมในมหาวิทยาลัยราชภัฏ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพที่เป็นจริงและสภาพที่พึงประสงค์การจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมในมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อเปรียบเทียบสภาพที่เป็นจริงและสภาพที่พึงประสงค์การจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมในมหาวิทยาลัยราชภัฏ และเพื่อกำหนดรูปแบบการจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาที่เหมาะสมของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมในมหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหาร อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิประจำคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม จำนวน 669 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบประเมินความเป็นไปได้ของร่างรูปแบบ และแบบประเมินความ

เหมาะสมของรูปแบบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเปรียบเทียบ t-test และ F-test

ผลวิจัยพบว่า

1. สภาพที่เป็นจริงในภาพรวมมีการจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมในมหาวิทยาลัยราชภัฏในระดับน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการใช้และการบริการนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการจัดการหรือสรรหานวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา ด้านการจัดเก็บและการซ่อมซ่อมบำรุงนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา ด้านการจัดองค์การเพื่อดูแลระบบนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา ด้านการฝึกอบรมและการนิเทศการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาและต่ำสุดคือด้านการประเมินนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา

สภาพที่พึงประสงค์การจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมมีค่าสูงกว่าสภาพที่เป็นจริง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการฝึกอบรมและการนิเทศการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา และด้านการประเมินและวิจัยพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษามีค่าเฉลี่ยที่พึงประสงค์สูงสุด รองลงมาคือ ด้านการใช้ และการบริการนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา และด้านการจัดองค์การเพื่อดูแลระบบนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา ด้านการจัดเก็บการซ่อมบำรุงนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา และด้านการจัดการหรือสรรหานวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา

2. เปรียบเทียบสภาพที่เป็นจริงและสภาพที่พึงประสงค์การจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. รูปแบบการจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาที่เหมาะสมของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านการใช้และการบริการนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา 2. ด้านการจัดการหรือสรรหานวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา 3. ด้านการจัดเก็บการซ่อมบำรุงนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา 4. ด้านการจัดองค์การเพื่อดูแลระบบนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา 5. ด้านการฝึกอบรมและการนิเทศการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา 6. ด้านการประเมินและวิจัยพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา

มุลินทร์ ผลกล้า (2558) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะการจัดการความรู้กับสมรรถนะทางนวัตกรรม ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพสมรรถนะการจัดการความรู้กับสมรรถนะทางนวัตกรรม ศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ของสมรรถนะการจัดการความรู้กับสมรรถนะทางนวัตกรรม พร้อมทั้งปัจจัย

สนับสนุน ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ใช้กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในสำนักวิทยบริการ ฯ 40 แห่ง จำนวน 160 ท่าน มีวิธีดำเนินการวิจัยแบบ ผสมผสาน (Mixed Methods Research) แบ่งกระบวนการวิจัยออกเป็น 4 ระยะ ระยะที่ 1 ศึกษา สภาพสมรรถนะการจัดการความรู้กับสมรรถนะทางนวัตกรรม พบว่า มีสมรรถนะการจัดการความรู้ ที่ระดับ 3 ปฏิบัติเกือบทุกหน่วยงานย่อย มีสมรรถนะทางนวัตกรรมที่ระดับ 1 มีแผนงานแต่ยังไม่ ปฏิบัติ ระยะที่ 2 ศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะการจัดการ ความรู้กับสมรรถนะทางนวัตกรรม สัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ระยะที่ 3 ปัจจัย สนับสนุน พบว่า มีปัจจัยสนับสนุนสมรรถนะการจัดการความรู้ที่ระดับ 3 ปฏิบัติเกือบทุกหน่วยงาน ย่อย และมีปัจจัยสนับสนุนสมรรถนะทางนวัตกรรมที่ระดับ 2 ปฏิบัติบางหน่วยงานย่อย ระยะที่ 4 นำเสนอรูปแบบ รูปแบบที่ได้จากการวิจัย ใช้ชื่อว่า KmFI Model (เค ไฟว์ โมเดล) รายละเอียดของ KmFI Model เพื่อการพัฒนาสมรรถนะการจัดการความรู้กับสมรรถนะทางนวัตกรรมของสำนักวิทย บริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มี 6 แนวทาง ดังนี้

1. สร้างนักเรียนรู้ (Km) ปัจจัยทิศทางองค์กร (F) สร้างนักคิดค้น (I) คือสร้างนักเรียนรู้ และให้องค์กรกำหนดทิศทางสู่การเป็นนักคิดค้นสิ่งใหม่
2. กำหนดความรู้ (Km) ปัจจัยภาวะผู้นำ (F) กำหนดทิศทาง (I) คือกำหนดความรู้หลักของ องค์กรและได้รับการสนับสนุนโดยผู้นำพร้อมทั้งกำหนดทิศทางนวัตกรรม
3. สกัดความรู้ (Km) ปัจจัยวัฒนธรรมราชภัฏ (F) ตั้งทีมผู้เชี่ยวชาญ (I) เข้าถึงความรู้ที่ ต้องการสร้างทีมผู้เชี่ยวชาญช่วยดูแลในบริบทขององค์กรมหาวิทยาลัยราชภัฏ
4. เรียนรู้/นำไปใช้ (Km) ปัจจัยสร้างแรงจูงใจ/ให้พลังร่วม (F) พัฒนาทักษะนวัตกรรม (I) เรียนรู้และนำความรู้ที่ได้มาใช้พัฒนาความคิดสร้างสรรค์อย่างภาคภูมิใจ
5. แลกเปลี่ยนความรู้ (Km) ปัจจัยใช้เทคโนโลยี (F) สร้างสรรค์สิ่งใหม่ (I) แลกเปลี่ยน ความรู้เพื่อต่อยอดสิ่งใหม่
6. สร้างความรู้ใหม่ (Km) ปัจจัยประเมินผล (F) แพร่กระจายนวัตกรรม (I) ประเมินผลงาน ตามสภาพจริงเพื่อให้เห็นสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นและนำสิ่งใหม่ที่ได้มาช่วยกันแพร่กระจายให้เกิดองค์ความรู้ ต่อไป

วิชญ เมืองอินทร์ (2559) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการใช้บริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2559 จำนวน 385 คน ได้มาโดยการสุ่ม

อย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสอบถามความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยปรากฏว่า นักศึกษามีความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาทั้ง 5 ด้าน พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มี 2 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากร คือ มีปริมาณเพียงพอต่อปริมาณนักศึกษาที่เข้ามาใช้บริการสารสนเทศ และด้านการบริการ คือ การบริการยิ้ม-คืนวารสารเป็นที่พึงพอใจของนักศึกษาในระดับมาก เนื่องจากมีระบบยิ้ม-คืนด้วยตนเองและมีความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อม สภาพแวดล้อมควรแบ่งออกเป็นภายในและภายนอก โดยสภาพแวดล้อมภายใน คือ อุณหภูมิภายในอาคารมีผลต่อการใช้บริการของนักศึกษา ส่วนภายนอกนั้นสถานที่ตั้งของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศกว้างขวาง เข้าออกสะดวก ด้านบุคลากร คือ ความรู้ความสามารถในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่สามารถให้คำแนะนำในการใช้งานด้านต่าง ๆ ได้ดี และด้านการสื่อสารกับผู้ใช้บริการ คือ การประชาสัมพันธ์ด้วยแผ่นพับ แผ่นป้ายเป็นการให้บริการที่เหมาะสมที่สุด

ทิพย์ปาลิตา วรรณชิตอัคริมา (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 4. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ 5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ลูกค้ำที่มาใช้บริการสำนักงานบัญชีของแต่ละเขตอำเภอในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งหมด 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยคือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปร (Multicollinearity) จากนั้นทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า

1. ลูกค้ำที่มาใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด เป็นธุรกิจบริการมีทุนจดทะเบียน 1,000,001-3,000,000 บาท และมีระยะเวลาดำเนินงาน ไม่เกิน 5 ปี
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชี

ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านบุคลากร มาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพด้านกระบวนการ ให้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขายตามลำดับ

3. ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชี ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือมาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านการรู้จักและเข้าใจ ด้านการให้ความเชื่อมั่น ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรม ตามลำดับ

4. ข้อมูลด้านกระบวนการตัดสินใจใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการสำนักงาน บัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านรับรู้ปัญหา มาเป็นอันดับแรกรองลงมา คือ ด้านการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านพฤติกรรม ภายหลังการซื้อ ด้านประเมินผลทางเลือก และด้านแสวงหาข้อมูล ตามลำดับ

5. ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย ความเป็นรูปธรรม ความ เชื่อถือได้วางใจได้ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าและ การรู้จักและเข้าใจลูกค้ามีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมฤดี พิณทอง (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดบริการสารสนเทศของสำนัก วิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษา พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสารสนเทศ 2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดบริการสารสนเทศ ของ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ใน การวิจัยครั้งนี้ คือบุคลากรสายวิชาการ นักศึกษา และบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคาม รวมทั้งสิ้น 259 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่เลือก แบบบังเอิญ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการใช้บริการสารสนเทศ พบว่า เคยเข้าใช้บริการและมีความถี่ในการใช้บริการมากที่สุด คือ เดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งเหตุผลที่ไม่เคย หรือไม่ชอบเข้าใช้บริการ คือไม่มีเวลาเข้าใช้บริการ ช่วงเวลาเข้าใช้บริการมากที่สุด คือเวลา 11.00- 13.00 น. และช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการน้อยที่สุด คือวันเสาร์-อาทิตย์ เหตุจูงใจในการเข้าใช้บริการ คือ ยืม-คืน หนังสือ ส่วนทรัพยากรสารสนเทศที่ใช้บริการมากที่สุด คือหนังสือทั่วไป โดยวัตถุประสงค์ใน การค้นคว้าสารสนเทศมากที่สุด คือเพื่อใช้ในการเรียนการสอน ให้ความสำคัญในการเข้าใช้บริการมาก ที่สุด ร้อยละ 21-40 โดยมีการค้นคว้าสารสนเทศจากแหล่งอื่นแทนการเข้าใช้สำนักวิทยบริการและ เทคโนโลยีสารสนเทศมากที่สุด คือจากอินเทอร์เน็ต มีการรับรู้สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี สารสนเทศมีการจัดบริการสารสนเทศเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งบริการสารสนเทศที่มี ผู้เคยใช้มากที่สุด คือบริการยืม-คืน ส่วนบริการสารสนเทศที่ไม่เคยใช้มากที่สุด คือบริการสำรอง ทรัพยากรสารสนเทศ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ที่ไม่ได้รับความสะดวก

เมื่อเข้าใช้บริการมากที่สุด คือหนังสือในบางสาขาวิชาที่มีน้อยและไม่ทันสมัย และเรื่องที่สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรปรับปรุงการให้บริการมากที่สุด คือที่นั่งอ่านและคั่นคว่ำ โดยมีความคาดหวังในอนาคตกับการจัดบริการสารสนเทศเชิงรุกของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับเป็นด้านบุคลากร ด้านการจัดบริการ ด้านอาคารสถานที่ และการจัดบรรยากาศ

ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) ซึ่งจะทำการศึกษาเป็นตัวแปรต้น คือ การจัดการนวัตกรรม ประกอบด้วย นวัตกรรมด้านการผลิตภัณฑ์หรือบริการ นวัตกรรมด้านกระบวนการ และนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ และตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ตามแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, น.308) และ คอตเลอร์ (Kotler, 2012: 188) ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจเข้าใช้บริการ และพฤติกรรมภายหลังการให้บริการ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยออกแบบวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย
4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ จำนวน 7,928 คน ประกอบด้วย บุคลากรสายวิชาการ และบุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 945 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 27 พฤษภาคม 2563) และนักศึกษาภาคปกติ ชั้นปีที่ 1-5 ประจำปีการศึกษา 2563 จำนวน 6,983 คน ที่มาใช้บริการระหว่างเดือนธันวาคม 2563-มกราคม 2564 ตามแนวทางการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาวิจัย และมีเทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีคำนวณตามสูตรของ ทาโร ยามาเน (Yamane, 1967) ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับร้อยละ 95 ซึ่งหมายความว่า ยอมรับให้มีความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ n = ขนาดตัวอย่าง
 e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น กำหนดให้เท่ากับ 0.05
 N = ขนาดของประชากร

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{7,928}{1+(7,928)0.05^2} \\ &= 381 \text{ คน} \end{aligned}$$

การศึกษาครั้งนี้ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริการใช้บริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ เท่ากับ 381 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

การกำหนดและการแบ่งสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดและการแบ่งสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มบุคลากร และนักศึกษา รายละเอียดตามตารางที่

ตารางที่ 1 การกำหนดและการแบ่งสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ	สัดส่วน
บุคลากร	945	11.9	45
นักศึกษา	6,983	88.1	336
รวม	7,928	100	381

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้ทำการรวบรวมประเด็นคำถามที่ใช้ในงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อนำมากำหนดเป็นประเด็นคำถามที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยครั้งนี้

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างแน่นอน (Structure-undisguised Questionnaire) ซึ่งถูกสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล และได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ตำแหน่ง ประเภทของการเข้าใช้บริการ และจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ลักษณะของคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิด ที่ใช้มาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal) และมาตรวัดจัดลำดับ (Ordinal) โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกคำตอบที่ตรงกับความเป็นตัวตนของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด

ส่วนที่ 2 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ประกอบด้วย นวัตกรรมด้านการบริการ (Service Innovation) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation) และนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ (Management Innovation) ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยผู้วิจัยมีการกำหนดเป็นอัตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ในรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) (Likert, 1967, pp.90-95) ตั้งแต่มากที่สุดถึงน้อยที่สุด

ระดับมากที่สุด กำหนดให้เท่ากับ 5 คะแนน

ระดับมาก กำหนดให้เท่ากับ 4 คะแนน

ระดับปานกลาง กำหนดให้เท่ากับ 3 คะแนน

ระดับน้อย กำหนดให้เท่ากับ 2 คะแนน

ระดับน้อยที่สุด กำหนดให้เท่ากับ 1 คะแนน

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) การแสวงหาข้อมูล (Information Search) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) การตัดสินใจเข้าใช้บริการ (Purchase Decision) และพฤติกรรมภายหลังการให้บริการ (Post purchase fielding) ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยผู้วิจัยมีการกำหนดเป็นอัตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ในรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scale) (Likert, 1967, pp.90-95) ตั้งแต่มากที่สุดถึงน้อยที่สุด

ระดับมากที่สุด กำหนดให้เท่ากับ 5 คะแนน

ระดับมาก กำหนดให้เท่ากับ 4 คะแนน

ระดับปานกลาง กำหนดให้เท่ากับ 3 คะแนน

ระดับน้อย กำหนดให้เท่ากับ 2 คะแนน

ระดับน้อยที่สุด กำหนดให้เท่ากับ 1 คะแนน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การสร้างแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดขอบเขตและโครงสร้างของเนื้อหาในการกำหนดข้อคำถาม
2. ยกร่างข้อคำถามฉบับร่างโดยนำเสนอต่อกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง แล้วนำไปแก้ไขปรับปรุงข้อคำถามเพื่อให้รายละเอียดครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมด
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำ ตรวจสอบเนื้อหาและปรับปรุงแก้ไขคำถามให้ครอบคลุมรายละเอียดของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขและผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหาและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการหาค่า IOC (Item Objective Congruence Index) เลือกเฉพาะที่ได้ค่า IOC มากกว่า 0.5 มาเป็นข้อคำถามและปรับปรุงแก้ไขข้อความตามที่คุณผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะ
5. แก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ
6. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาแล้วจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์
7. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มประชากรจริงในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม
8. ปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์อีกครั้ง และนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มประชากร

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เป็นการนำเครื่องมือวิจัยตรวจสอบว่ามีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยหรือไม่ โดยจะต้องเหมาะสมกับลักษณะของตัวแปรและประชากร นอกจากนี้จะต้องวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และมีความคงที่ของการวัด ไม่ว่าจะทำการวัดซ้ำกี่ครั้งก็ตาม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แบบสอบถาม (Questionnaire)

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม เพื่อนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความชัดเจนและเหมาะสม ดังนี้

การทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) อย่างน้อย 3 คน ได้แก่

1. อาจารย์ ดร.ชัชชัย สุจริต ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
2. อาจารย์ ดร.กัลยรัตน์ คำพรหม ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
3. อาจารย์เกวลี รัชชีสุทธาภรณ์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี โดยมีการกำหนดคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญให้ดังนี้

+1 หมายถึง คำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามปฏิบัติการ

-1 หมายถึง คำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามปฏิบัติการ

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยาม

ปฏิบัติการ

เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการวัด ดังนี้

$$\text{สูตร } IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ

IOC = ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence)

R = คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คำถามแต่ละข้อ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยเกณฑ์พิจารณาค่า IOC (Rovinelli & Hambleton, 1997, pp.49-60) แบบสอบถามแต่ละข้อจะต้องมีค่า IOC \geq 0.5-1.00 แสดงว่าคำถามนั้นวัดเนื้อหาตรงตามที่ต้องการวัดเป็นคำถามที่ใช้ได้ แต่ถ้าค่า IOC \leq แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดเนื้อหาไม่ตรงตามที่ต้องการวัดเป็นคำถามที่ใช้ไม่ได้ และควรนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

เมื่อได้ผลการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ในงานวิจัยฉบับนี้ พบว่าข้อคำถามที่ใช้ในงานวิจัยฉบับนี้มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ แสดง ถึงความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามสามารถไปใช้ได้ โดยในแต่ละข้อใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00

การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยทำการวัดความเชื่อมั่นหรือความสอดคล้องภายในด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (Cronbach, 1990, pp.202-204) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า α ตั้งแต่ .70 ขึ้นไป ถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่น (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2545)

ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรวมทั้งฉบับมีความสอดคล้องของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเท่ากับ 0.838 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ตามเกณฑ์ที่กำหนด จากผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ของมาตรวัดตัวแปรผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ทำหนังสือราชการจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เพื่อไปแสดงต่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่จะทำการเก็บแบบสอบถาม
2. นำหนังสือราชการดังกล่าวไปแสดงต่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้
3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง ระหว่างเดือนธันวาคม 2563 - มกราคม 2564 เป็นเวลา 2 เดือน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มาใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศในช่วงเวลาดังกล่าว จนได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ ครบตามจำนวน 381 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100
4. รวบรวมข้อมูลที่ได้ เพื่อนำไปวิเคราะห์ โดยข้อมูลจากแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมประเด็นคำตอบจากแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ตำแหน่ง ประเภทของการเข้าใช้บริการ และจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ ใช้มาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตรวัดจัดลำดับ (Ordinal Scales) วิเคราะห์โดยการแจกแจงจำนวน (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ประกอบด้วย นวัตกรรมด้านการบริการ (Service Innovation) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation) และ นวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ (Management Innovation) โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายไว้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556, น.99-100) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 วิเคราะห์การตัดสินใจเข้าใช้ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) การแสวงหาข้อมูล (Information Search) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) การตัดสินใจเข้าใช้บริการ (Purchase Decision) และพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ (Post Purchase Fielding) โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายไว้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556, น.99-100) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ เป็นคำถามแบบปลายเปิด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่
 - 1.1 ร้อยละ (Percentage)
 - 1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)
 - 1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้เทคนิค Enter Selection เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสามารถในการจัดการนวัตกรรม และการตัดสินใจเข้าใช้บริการ และศึกษาความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ มีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม
3. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเข้าใช้บริการ
4. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุสถานภาพ ตำแหน่งประเภทของการเข้าใช้บริการ และจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการ โดยนำเสนอในรูปของจำนวนและร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

		n = 381
	เพศ	จำนวน ร้อยละ
ชาย		121 31.8
หญิง		260 68.2
	รวม	381 100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 ส่วนเพศหญิง จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

n = 381		
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	166	43.6
21-30 ปี	175	45.9
31-40 ปี	30	7.9
41-50 ปี	9	2.4
51-60 ปี	0	0
61 ปีขึ้นไป	1	3
รวม	381	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 และอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่ง

n = 381		
ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
บุคลากร	45	11.8
นักศึกษา	336	88.2
รวม	381	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 88.2 ส่วนบุคลากร จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสังกัด

n = 381		
สังกัด	จำนวน	ร้อยละ
ครุศาสตร์	127	33.3
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	28	7.3
วิทยาการจัดการ	69	18.1
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	78	20.5
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม	38	10.0
เกษตรศาสตร์	2	.5
วิทยาลัยนานาชาติ	10	2.6
อื่น ๆ บัณฑิตวิทยาลัย หน่วยงานสนับสนุน เช่น สำนักงานอธิการบดี กองพัฒนานักศึกษา งานพัสดุ ฯลฯ	29	7.6
รวม	381	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สังกัดคณะครุศาสตร์ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้บริการ

n = 381		
ความถี่ในการเข้าใช้ห้องสมุด	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	27	7.1
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	93	24.4
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	133	34.9
เดือนละ 1 ครั้ง	43	11.3
เดือนละ 2-3 ครั้ง	53	13.9
อื่น ๆ - นาน ๆ ครั้ง	32	8.4

รวม	381	100.0
-----	-----	-------

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้าใช้บริการ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 และเดือนละ 2-3 ครั้ง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่เคยใช้

บริการที่เคยใช้	จำนวน	ร้อยละ
บริการยืม-คืน	171	17.4
บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า	99	10.1
บริการให้ยืมวารสารล่วงหน้า / นิตยสาร / จุลสาร	46	4.7
การค้นหาลิงก์พิมพ์ในห้องสมุดด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ (OPAC)	84	8.6
บริการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์	132	13.4
บริการอ่านหนังสือออนไลน์ เช่น News Clipping Online		
E-Book (EBSCO) E-Book (Gale)	43	4.4
บริการแนะนำและอบรมการสืบค้นฐานข้อมูล	46	4.7
บริการแนะนำการเขียนอ้างอิงและบรรณานุกรม	42	4.3
บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย URUwifi / Eduroam URU	147	15.0
บริการห้องเรียน Smart Classroom	54	5.5
ห้องบริการคอมพิวเตอร์เพื่อการทำงาน และการสืบค้น	54	5.5
บริการห้องประชุมเพื่อการประชุม และการเรียนการสอน	32	3.3
ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์เพื่อการเรียนการสอน และ		
การฝึกอบรม	19	1.9
อื่น ๆ ทำการบ้าน ทำงานกลุ่ม เป็นต้น	13	1.3
รวม	982	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการยืม-คืน จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 รองลงมาคือ บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย URUwifi / Eduroam URU จำนวน

147 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และบริการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์ จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4

ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม

ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ประกอบด้วย นวัตกรรมด้านการบริการ (Service Innovation) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation) และนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ (Management Innovation) ดังนี้

ตารางที่ 8 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม โดยภาพรวม

ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม	(\bar{X})	S.D.	ระดับ ความสามารถ
นวัตกรรมด้านการบริการ	4.06	.599	มาก
นวัตกรรมด้านกระบวนการ	4.09	.655	มาก
นวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ	4.07	.655	มาก
รวม	4.07	.596	มาก

จากตารางที่ 8 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม อยู่ในระดับมากทุกรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 (S.D.=0.596) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านที่มีความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเป็นอันดับสูงสุด คือ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.09 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.655) รองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 (S.D.=0.655) และด้านการบริการ เป็นอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (S.D.=0.599)

ตารางที่ 9 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริการ

ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ด้านการบริการ	(\bar{X})	S.D.	ระดับ ความสามารถ
1. สำนักวิทยบริการ ฯ มีความสามารถในการให้บริการ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เช่น การบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต URU Wifi หรือ Eduroam บริการ Computer Center แหล่งสืบค้น	4.16	.718	มาก

 ออนไลน์และเครื่องคอมพิวเตอร์ทำงาน เป็นต้น

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ด้านการบริการ	(\bar{X})	S.D.	ระดับ ความสามารถ
2. สำนักวิทยบริการ ฯ มีความสามารถในการให้บริการด้านสถานที่ เช่น การให้บริการพื้นที่อ่านหนังสือ พื้นที่ทำงานกลุ่ม ห้อง KITRoom ห้อง RUNER ห้อง ARIT-UX ห้องทำงานสำหรับอาจารย์ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ อาคาร ICIT เป็นต้น	4.13	.785	มาก
3. สำนักวิทยบริการ ฯ มีความสามารถในการให้บริการ ด้านอุปกรณ์เพื่อการสืบค้นและอ่านหนังสือออนไลน์ eBooks eMagazines ได้แก่ การบริการให้ยืม iPad & Tablet เป็นต้น	4.04	.784	มาก
4. สำนักวิทยบริการ ฯ มีการสร้างสรรค์การบริการใหม่ ๆ ตลอดจนแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการให้บริการผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ เช่น การให้บริการนอกพื้นที่ WARP TOUR เป็นต้น	4.04	.770	มาก
5. สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถนำเสนอบริการใหม่ที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด	3.98	.754	มาก
6. สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถตอบสนองความต้องการการบริการของผู้ใช้บริการที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.04	.805	มาก
รวม	4.06	.599	มาก

จากตารางที่ 9 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริการ พบว่า ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.06 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.599) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่สำนักวิทยบริการ ฯ มีความสามารถในการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) มี

ค่าเฉลี่ย 4.16 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.718) รองลงมา คือ สำนักวิทยบริการ ฯ มีความสามารถในการให้บริการด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 4.13 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.785)

ตารางที่ 10 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านกระบวนการ

ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ด้านกระบวนการ	(\bar{X})	S.D.	ระดับ ความสามารถ
7. สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถลดขั้นตอนการใช้บริการที่สิ้นลง เช่น การค้นหาหนังสือโดยตู้อัตโนมัติเพื่อลดเวลาในการค้นหาหนังสือ การต่ออายุการยืมหนังสือด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์	4.08	.757	มาก
8. สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถสร้างสรรค์กระบวนการให้บริการใหม่ ผ่านระบบบริการสารสนเทศออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ Service.uru.acth (สำหรับขอใช้บริการอีเมล @uru.ac.th และ @live.uru.ac.th และขอรหัสอินเทอร์เน็ต URUwifi)	4.07	.785	มาก
9. สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถพัฒนาทักษะแนวคิด และกระบวนการในให้บริการใหม่ ๆ อย่างทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.09	.800	มาก
10. สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถนำเทคนิค วิธีการปฏิบัติงานใหม่ ๆ มาปรับใช้ในการให้บริการมีความทันสมัยอยู่เสมอ	4.08	.860	มาก
11. สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถสร้างกระบวนการทำงานที่มีความกระชับ และลดขั้นตอนเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน และ การให้บริการ	4.11	.784	มาก
12. สำนักวิทยบริการ ฯ มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการดำเนินงานทำให้เกิดการปรับปรุงและสร้างสรรค์กระบวนการให้บริการจนเพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพการให้บริการได้เป็นอย่างดี	4.09	.806	มาก

รวม	4.09	.655	มาก
-----	------	------	-----

จากตารางที่ 10 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านกระบวนการ พบว่า ในภาพรวมค่าเฉลี่ย 4.09 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.655) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถสร้างกระบวนการทำงานที่มีความกระชับ และลดขั้นตอนเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน และการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.11 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.784) รองลงมา คือ สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถพัฒนาทักษะ แนวคิด และกระบวนการในให้บริการใหม่ ๆ อย่างทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และสำนักวิทยบริการ ฯ มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการดำเนินงานทำให้เกิดการปรับปรุงและสร้างสรรค์กระบวนการให้บริการจนเพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพการให้บริการได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.09 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.800 และ 0.806)

ตารางที่ 11 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ

ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ด้านการบริหารจัดการ	(\bar{X})	S.D.	ระดับ ความสามารถ
13. สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถบริหารจัดการพื้นที่ให้บริการที่เหมาะสม เช่น การจัดตกแต่งพื้นที่ มีการแบ่งโซนการให้บริการที่เป็นสัดส่วนและเหมาะสมกับการใช้งาน	4.08	.805	มาก
14. สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถจัดโครงสร้างขององค์กรให้เหมาะสมกับการให้บริการตามความรู้ความสามารถของพนักงาน	4.07	.813	มาก
15. สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถพัฒนาทักษะบุคลากรสู่ความเป็นเลิศ จนสามารถให้บริการที่ดีแก่บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ได้	4.02	.813	มาก
16. สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม กับการให้บริการ	4.07	.798	มาก
17. สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถจัดสรรงบประมาณสำหรับการคัดเลือกหนังสือใหม่ สื่อสารสนเทศ และพื้นที่ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ	4.07	.814	มาก

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ด้านการบริหารจัดการ	(\bar{X})	S.D.	ระดับ ความสามารถ
18. สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถนำความรู้ด้าน เทคโนโลยีใหม่ ๆ มาพัฒนาบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏ อุดรดิตถ์ให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	4.12	.820	มาก
รวม	4.07	.655	มาก

จากตารางที่ 11 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ พบว่า ในภาพรวม ค่าเฉลี่ย 4.07 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.655) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสำนักวิทยบริการฯ สามารถนำความรู้ด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาพัฒนาบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.12 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.820) รองลงมา คือ สำนักวิทยบริการ ฯสามารถบริหารจัดการพื้นที่ให้บริการที่เหมาะสม เช่น การจัดตกแต่งพื้นที่ มีการแบ่งโซนการให้บริการที่เป็นสัดส่วนและเหมาะสมกับการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.08 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.805)

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเข้าใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) การแสวงหาข้อมูล (Information Search) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) การตัดสินใจเข้าใช้บริการ (Purchase Decision) และพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ (Post Purchase Fielding) ดังนี้

ตารางที่ 12 การตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยภาพรวม

การตัดสินใจเข้าใช้บริการ	(\bar{X})	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
การรับรู้ถึงความต้องการ	4.04	.656	มาก
การแสวงหาข้อมูล	4.05	.728	มาก
การประเมินผลทางเลือก	4.09	.661	มาก
การตัดสินใจเข้าใช้บริการ	4.09	.692	มาก
พฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ	4.13	.673	มาก
รวม	4.08	.605	มาก

จากตารางที่ 12 ระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 (S.D.=0.605) ด้านพฤติกรรมภายหลังการเข้าใช้บริการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (S.D.=0.673) รองลงมา คือ ด้านการประเมินผลทางเลือก และด้านการตัดสินใจเข้าใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (S.D.=0.661 และ 0.692)

ตารางที่ 13 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ

ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ	(\bar{X})	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. สำนักวิทยบริการ ฯ มีการสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้บริการอยู่เสมอ	4.02	.729	มาก
2. สำนักวิทยบริการ ฯ เข้าใจและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้	4.06	.722	มาก

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ	(\bar{X})	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
3. สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถช่วยแก้ไขปัญหา ผู้ใช้บริการในการสืบค้นข้อมูล หรือการใช้เทคโนโลยี	4.06	.793	มาก
รวม	4.04	.656	มาก

จากตารางที่ 13 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ พบว่า ในภาพรวม ค่าเฉลี่ย 4.04 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.656) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสำนักวิทยบริการ ฯ เข้าใจและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้ และสำนักวิทยบริการ ฯ สามารถช่วยแก้ไขปัญหาคู่ใช้บริการในการสืบค้นข้อมูล หรือการใช้เทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ย 4.06 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.722 และ 0.793) รองลงมา คือ สำนักวิทยบริการ ฯ มีการสำรวจความคิดเห็น และความต้องการของผู้ใช้บริการอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.02 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.729)

ตารางที่ 14 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านการแสวงหาข้อมูล

ด้านการแสวงหาข้อมูล	(\bar{X})	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
4. ท่านค้นหาหนังสือ หรือฐานข้อมูลต่าง ๆ ผ่าน แอปพลิเคชัน/เว็บไซต์ของสำนักวิทยบริการ ฯ	4.04	.799	มาก
5. ท่านทราบว่า สำนักวิทยบริการ ฯ มีบริการ ยืม-คืน หนังสือ ด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์	4.02	.869	มาก
6. ท่านสามารถค้นหารายชื่อหนังสือใหม่จาก การสอบถามเจ้าหน้าที่ หรือการจัดแสดงหนังสือตาม จุดต่าง ๆ ภายในสำนักวิทยบริการ ฯ	4.08	.841	มาก
รวม	4.05	.728	มาก

จากตารางที่ 14 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านการแสวงหาข้อมูล พบว่า ในภาพรวม ค่าเฉลี่ย 4.05 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.728) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สามารถค้นหารายชื่อหนังสือใหม่จากการสอบถามเจ้าหน้าที่ หรือการจัดแสดงหนังสือตามจุดต่าง ๆ ภายในสำนักวิทยบริการ ฯ มีค่าเฉลี่ย 4.08 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.728) รองลงมา คือ ค้นหาหนังสือ หรือฐานข้อมูลต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน/เว็บไซต์ของสำนักวิทยบริการ ฯ มีค่าเฉลี่ย 4.04 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.799)

ตารางที่ 15 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านการประเมินผลทางเลือก

ด้านการประเมินผลทางเลือก	(\bar{X})	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
7. เมื่อท่านต้องการสืบค้นข้อมูลหรือหาหนังสือ ท่านจะคิดถึงสำนักวิทยบริการ ฯ เป็นอันดับแรก	4.09	.809	มาก
8. เมื่อท่านต้องการความทันสมัยด้านเทคโนโลยี ท่านจะเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ	4.09	.761	มาก
9. เจ้าหน้าที่สามารถเข้าใช้ข้อมูลเกี่ยวกับความสะดวกในการเข้าใช้บริการที่สำนักวิทยบริการ ฯ โดยตรงเทียบกับการบริการด้วยตนเอง	4.06	.751	มาก
10. สำนักวิทยบริการ ฯ มีหนังสือเข้าฐานข้อมูลให้เลือกใช้บริการอย่างหลากหลาย	4.10	.819	มาก
รวม	4.09	.661	มาก

จากตารางที่ 15 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านการประเมินผลทางเลือก พบว่า ในภาพรวม ค่าเฉลี่ย 4.09 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.661) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่สำนักวิทยบริการ ฯ มีหนังสือเข้าฐานข้อมูลให้เลือกใช้บริการอย่างหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 4.10 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.819) รองลงมา คือ เมื่อท่านต้องการสืบค้นข้อมูลหรือหาหนังสือ ท่านจะคิดถึงสำนักวิทยบริการ ฯ เป็นอันดับแรก และเมื่อท่านต้องการความทันสมัยด้านเทคโนโลยี ท่านจะเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ มีค่าเฉลี่ย 4.09 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.809 และ 0.761)

ตารางที่ 16 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านการตัดสินใจเข้าใช้บริการ

ด้านการตัดสินใจเข้าใช้บริการ	(\bar{X})	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
11. ท่านมีความชื่นชอบที่จะเข้ามาใช้บริการของ สำนักวิทยบริการ ฯ อย่างสม่ำเสมอ	4.08	.787	มาก
12. ท่านตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ เพราะมีบริการและอุปกรณ์ที่ทันสมัย มีความหลากหลาย และตรงกับความต้องการ	4.10	.800	มาก
13. ท่านตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ เพราะมีกระบวนการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว	4.08	.779	มาก
14. ท่านตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ เพราะมีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่มีความรู้ความสามารถ และให้ คำแนะนำเป็นอย่างดี	4.11	.827	มาก
รวม	4.09	.692	มาก

จากตารางที่ 16 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านการตัดสินใจเข้าใช้บริการ พบว่า ในภาพรวม ค่าเฉลี่ย 4.09 อยู่ในระดับมาก (S.D = 0.692) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ เพราะมีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่มีความรู้ความสามารถ และให้คำแนะนำเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.11 อยู่ในระดับมาก (S.D = 0.827) รองลงมา คือ ท่านมีความชื่นชอบที่จะเข้ามาใช้บริการของสำนักวิทยบริการ ฯ อย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.10 อยู่ในระดับมาก (S.D = 0.800)

ตารางที่ 17 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านพฤติกรรมภายหลังการเข้าใช้บริการ

ด้านพฤติกรรมภายหลังการเข้าใช้บริการ	(\bar{X})	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
15. ท่านประทับใจการให้บริการของเจ้าหน้าที่ของ สำนักวิทยบริการ ฯ ทำให้ท่านมีการแนะนำและบอกต่อไป ยังผู้อื่น	4.08	.818	มาก
16. ท่านตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ อีกครั้ง เนื่องจากมีหนังสือให้เลือกหลากหลาย และ เทคโนโลยีที่ทันสมัยเหมาะสมกับการใช้งาน	4.10	.777	มาก
17. ท่านมีความรู้สึกที่ดี หลังการเข้าใช้บริการของ สำนักวิทยบริการ ฯ	4.11	.820	มาก
18. หากต้องการพื้นที่สำหรับการทำงานที่สงบเงียบ และมีข้อมูลจำนวนมาก ท่านจะนึกถึงสำนักวิทยบริการ ฯ เป็นอันดับแรก	4.24	.749	มาก
รวม	4.13	.673	มาก

จากตารางที่ 17 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านพฤติกรรมภายหลังการเข้าใช้บริการ พบว่า
ในภาพรวม ค่าเฉลี่ย 4.13 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.673) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบ
แบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าหากต้องการพื้นที่สำหรับการทำงานที่สงบเงียบ และมีข้อมูลจำนวนมาก
ท่านจะนึกถึงสำนักวิทยบริการ ฯ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.24 อยู่ในระดับมาก (S.D. = 0.749)
รองลงมา คือ มีความรู้สึกที่ดี หลังการเข้าใช้บริการของสำนักวิทยบริการ ฯ มีค่าเฉลี่ย 4.11 อยู่ใน
ระดับมาก (S.D. = 0.820)

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ด้วยการถดถอยพหุคูณ (Regression Analysis) โดยใช้เทคนิค Enter Selector

ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	P-value	VIF
ค่าคงที่	.416	.094		4.419	.000	
นวัตกรรมด้านการบริการ	.189	.039	.187	4.899	.000**	2.977
นวัตกรรมด้านกระบวนการ	.341	.044	.369	7.796	.000**	4.589
นวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ	.370	.043	.401	8.548	.000**	4.499

$R^2 = 0.816$, $AdjustR^2 = 0.814$, $F = 555.82$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 18 ค่า VIF ของตัวแปรมีค่าเท่ากับ 2.977 4.589 และ 4.499 ตามลำดับ ซึ่ง มีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน (Miles & Shevlin, 2001)

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณรายด้าน พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวแปร คือ นวัตกรรมด้านการบริการ นวัตกรรมด้านกระบวนการ และนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ ส่งผลเชิงบวกทางตรงต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์เบต้า (Beta) พบว่า นวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ ส่งผลเชิงบวกทางตรงต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์เบต้า เท่ากับ 0.370 รองลงมา คือ นวัตกรรมด้านกระบวนการ ค่าสัมประสิทธิ์เบต้า เท่ากับ 0.341 และนวัตกรรมด้านการบริการ ค่าสัมประสิทธิ์เบต้า เท่ากับ 0.189 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจเข้าใช้บริการได้ร้อยละ 81.60

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ เพื่อศึกษาระดับความสามารถในการจัดการนวัตกรรม และการตัดสินใจเข้าใช้บริการ และศึกษาความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาผู้ใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ จำนวน 7,928 คน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 381 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยเทคนิค Enter Selection

สรุปผลการศึกษา

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 เป็นนักศึกษา จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 88.2 สังกัดคณะครุศาสตร์ จำนวน 127 คน คิดเป็น ร้อยละ 33.3 มีความถี่ในการเข้าใช้บริการ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 และใช้บริการยืม-คืน จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความสามารถในการจัดการนวัตกรรม และการตัดสินใจเข้าใช้บริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความสามารถในการจัดการนวัตกรรม โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากทุกรายการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านที่มีความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเป็นอันดับสูงสุด คือ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ย 4.09 อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และด้านการบริการ เป็นอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และระดับการตัดสินใจเข้าใช้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ด้านพฤติกรรมภายหลังจากการใช้บริการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมา คือ ด้านการประเมินผลทางเลือก และด้านการตัดสินใจเข้าใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
 ใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏ
 อุดรดิตต์

ผลการวิจัย พบว่า ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ประกอบด้วย นวัตกรรมด้าน
 การบริการ นวัตกรรมด้านกระบวนการ และนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ ส่งผลเชิงบวกทางตรง
 ต่อการตัดสินใจใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
 อุดรดิตต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจใช้บริการ
 ได้ร้อยละ 81.60

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์เบต้า (Beta) พบว่า นวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ ส่ง
 ส่งผลเชิงบวกทางตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์เบต้า เท่ากับ 0.370 รองลงมา คือ
 นวัตกรรมด้านกระบวนการ มีค่าสัมประสิทธิ์เบต้า เท่ากับ 0.341 และนวัตกรรมด้านการบริการ มีค่า
 สัมประสิทธิ์เบต้า เท่ากับ 0.189

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความสามารถในการจัดการนวัตกรรม และการตัดสินใจ
 ใช้บริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความสามารถในการจัดการนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก
 ทุกรายการ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านที่มีความสามารถใน
 การจัดการนวัตกรรมเป็นอันดับสูงสุด คือ ด้านกระบวนการ รองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการ
 และด้านการบริการเป็นอันดับสุดท้าย สอดคล้องกับ David Smith (2015) กล่าวเอาไว้ว่า นวัตกรรม
 กระบวนการ จะสร้างกระบวนการทำงานที่มีความกระชับ และลดขั้นตอน เพื่อความสะดวกรวดเร็วใน
 การทำงาน และการให้บริการ เป็นอันดับสูงสุด รองลงมา คือ การพัฒนาทักษะ แนวคิด และ
 กระบวนการในให้บริการใหม่ ๆ อย่างทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และมีการนำเทคโนโลยีที่
 ทันสมัยเข้ามาใช้ในการดำเนินงานทำให้เกิดการปรับปรุงและสร้างสรรค์กระบวนการให้บริการจนเพิ่ม
 ชีตความสามารถและประสิทธิภาพการให้บริการได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ การตัดสินใจใช้บริการ
 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกรายการ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพฤติกรรมภายหลัง
 การใช้บริการเป็นอันดับสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการประเมินผลทางเลือกกับด้านการตัดสินใจเข้า
 ใช้บริการ และด้านการรับรู้ถึงความต้องการเป็นอันดับสุดท้าย ทั้งนี้ การตัดสินใจที่จะเข้าใช้บริการ
 เป็นลักษณะของกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ ในขั้นตอนการประเมินผลหลังการให้บริการ

ไว้ว่า เมื่อเคยใช้บริการแล้ว การประเมินผลที่ได้รับจากการซื้อและใช้สินค้าจะเกิดขึ้น ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่เขาซื้อเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลกระทบต่อการใช้ซ้ำในครั้งต่อไปและมีผลต่อการแนะนำเพื่อนฝูงด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552, น.308) ดังนั้น สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศจะต้องพยายามลดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อการให้บริการ โดยการให้ข้อมูลเน้นจุดเด่นหรือการติดตามประเมินผลการให้บริการหลังการด้วย โดยระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ พบว่า เมื่อต้องการพื้นที่สำหรับการทำงานที่สงบเงียบ และมีข้อมูลจำนวนมาก ท่านจะนึกถึงสำนักวิทยบริการ ฯ เป็นอันดับแรก และมีความรู้สึกที่ดี หลังการใช้บริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ผลจากการวิจัย พบว่า ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ด้านการบริการ ด้านกระบวนการ และด้านการบริหารจัดการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อธิบายค่าความผันแปรของการตัดสินใจใช้บริการ ได้ร้อยละ 81.60 ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้ อีกทั้ง ยังสอดคล้องกับ อารยา ปาละคะ (2551, น.13-16) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์/บริการ คือ การสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กรที่จะนำมาซึ่งผลกำไรและความได้เปรียบทางการตลาด โดยที่นำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ไม่เคยมีใครนำเสนอมาก่อนในตลาดนั้น ๆ นวัตกรรมกระบวนการ คือ การประยุกต์ใช้และปรับเปลี่ยนกรรมวิธีในการผลิตสินค้า วิธีการหรือรูปแบบในการให้บริการโดยรวมแล้วนวัตกรรมกระบวนการขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับเปลี่ยนองค์กรในทุก ๆ ฝ่ายของห่วงโซ่คุณค่าให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้นเพื่อให้องค์กรนั้น ๆ ได้เปรียบได้เปรียบในการแข่งขัน และนวัตกรรมการบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการในการคิดค้นและปรับใช้แนวคิดใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของแต่ละองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรนั้น ๆ นวัตกรรมบริการจัดการเป็นการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงองค์กรทั้งในด้านแนวคิดพื้นฐานและวิธีการในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนไป

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ David Smith (2015) กล่าวเอาไว้ว่า 1. นวัตกรรมด้านบริการหรือการบริการ (Services) โดยประเภทของนวัตกรรมด้านบริการนั้น ไม่สามารถจับต้องได้เหมือนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ แต่จะเป็นรูปแบบของการให้บริการ 2. นวัตกรรมกระบวนการ ถ้าเกิดขึ้นจะมี

ผลกระทบต่อสังคมมากกว่าสองประเภทข้างต้น ซึ่งการจำแนกรูปแบบของนวัตกรรมนี้ เพื่อให้สามารถกำหนดแยกแยะและทราบถึง รูปแบบ ของสินค้าและบริการที่จะต้องทำการต่อยอด หรือพัฒนา

อีกทั้ง Tidd, Bessant, and Pavitt (2005, p.12-13) ยังเสนอว่า นวัตกรรมในองค์กรสามารถแบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1. นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อการเปลี่ยนแปลงด้านสินค้าและบริการ 2. นวัตกรรมด้านกระบวนการ เพื่อการเปลี่ยนแปลงด้านกระบวนการผลิต การทำงานและการส่งมอบ 3. นวัตกรรมด้านตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เพื่อการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบในการนำเสนอ หรือการวางตำแหน่งของสินค้าและบริการ 4. นวัตกรรมด้านกระบวนการทัศน์ เพื่อการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับกรอบความคิด และกระบวนการทัศน์ ที่องค์กรต้องการจะเป็น

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้มีการนำนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินงาน และการให้บริการ ทั้งนี้ 1. การจัดการนวัตกรรมด้านการบริการ ผ่านการให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต uru wifi หรือ Eduroam บริการ Computer center แหล่งสืบค้นออนไลน์และเครื่องคอมพิวเตอร์ทำงาน การให้บริการในด้านสถานที่ ได้แก่ การให้บริการพื้นที่อ่านหนังสือ พื้นที่ทำงานกลุ่ม ห้อง KITRoom ห้อง RUNER ห้อง ARIT-UX ห้องทำงานสำหรับอาจารย์ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ อาคาร ICIT ด้านอุปกรณ์เพื่อการสืบค้นและอ่านหนังสือออนไลน์ eBooks eMagazines ได้แก่ การบริการให้ยืม iPad & Tablet สำนักวิทยบริการ ฯ อีกทั้งยังมีการแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ เช่น การให้บริการนอกพื้นที่ WARP TOUR เป็นต้น เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และเพื่อผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด 2. การจัดการนวัตกรรมด้านกระบวนการ โดยการออกแบบการลดขั้นตอนการใช้บริการที่สิ้นลง ได้แก่ การค้นหาหนังสือโดยผู้อัตโนมัติเพื่อลดเวลาในการค้นหาหนังสือ การต่ออายุการยืมหนังสือ ด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์ การสร้างสรรค์กระบวนการให้บริการใหม่ ผ่านระบบบริการสารสนเทศออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ Service.uru.ac.th (สำหรับขอใช้บริการอีเมล @uru.ac.th และ@live.uru.ac.th และขอรหัสอินเทอร์เน็ต URUwifi เป็นต้น และ 3. การจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ ทั้งนี้ การบริหารจัดการพื้นที่ให้บริการที่เหมาะสม ได้แก่ การจัดตกแต่งพื้นที่ มีการแบ่งโซนการให้บริการที่เป็นสัดส่วนและเหมาะสมกับการใช้งาน นอกจากนี้ ยังดำเนินการเพื่อการพัฒนาทักษะบุคลากรสู่ความเป็นเลิศ จนสามารถให้บริการที่ดีแก่บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ได้ และการนำความรู้ด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาพัฒนาบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น จากการดำเนินงาน และการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการพัฒนาด้านการจัดการนวัตกรรม ทั้งนี้ เพื่อสร้างคุณค่าด้านการศึกษา ภายใต้ความสามารถด้านการจัดการนวัตกรรม จึงถือเป็นจุดเด่นด้านพัฒนกิจของหน่วยงาน และ เพื่อให้เกิดการยอมรับ และเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ภายใต้การให้บริการด้วยนวัตกรรมที่หลากหลาย และเทคโนโลยีที่ทันสมัยเหมาะสมกับ

การใช้งานของบุคลากร ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการฯ และก่อให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำในภายหน้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

1. สำนักวิทยบริการ ฯ ควรตระหนักถึงการพัฒนานวัตกรรมด้านกระบวนการ โดยการสร้างกระบวนการทำงานให้เกิดความกระชับ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน และการให้บริการ ทั้งนี้ ควรออกแบบการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการให้บริการที่ผ่านระบบบริการสารสนเทศออนไลน์ ด้วยการสร้างแอปพลิเคชันการต่ออายุการยืมหนังสือ ด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงและใช้งานได้สะดวกขึ้น
2. สำนักวิทยบริการ ฯ ควรมีการปรับปรุงและพัฒนานวัตกรรมด้านการบริการ โดยให้มีการคิดค้น สร้างสรรค์ และนำเสนอการบริการใหม่ ๆ ให้มีความหลากหลาย ทั้งนี้ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เช่น การบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ให้มีความเสถียร และครอบคลุมทุกพื้นที่ ปรับปรุง แลพัฒนา Computer Center ให้เป็นแหล่งสืบค้นออนไลน์ และมีเครื่องคอมพิวเตอร์ทำงานที่เพียงพอกับความต้องการ เป็นต้น แสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการให้บริการผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ ให้สามารถตอบสนองความต้องการการบริการของผู้ใช้บริการที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด
3. สำนักวิทยบริการ ฯ ควรให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ด้านพฤติกรรมภายหลังจากใช้บริการ มากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจาก การกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ จะแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจต่อการใช้บริการของหน่วยงาน อีกทั้งการให้บริการนอกจากการยืมคืนหนังสือ ยังพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความชื่นชอบที่จะเข้ามาใช้บริการพื้นที่สำหรับ อ่านหนังสือ หรือมุมสงบในการทำงาน รวมถึงการทำงานแบบกลุ่ม ดังนั้น สำนัก ควรจัดให้มีสถานที่นั่งทำงานร่วมกับผู้อื่น (Co-Working Space) ให้มีความหลากหลาย และตรงกับความต้องการ เช่น พื้นที่/ห้อง สำหรับการงานเดี่ยว หรือการทำงานแบบกลุ่ม โดยมีการจัดเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการทำงานของผู้ใช้บริการ อีกทั้ง ควรมีการสำรวจความพึงพอใจหลังการให้บริการ และข้อเสนอแนะ ผ่านระบบออนไลน์ หรือแอปพลิเคชัน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษา 2 ตัวแปร คือ ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม และการตัดสินใจเข้าใช้บริการ ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นด้านอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาด้านการให้บริการของสำนักวิทยบริการ ไม่ว่าจะเป็น การบริหาร

ประสบการณ์ลูกค้า คุณภาพการให้บริการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และE-Journal ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถเป็นทางเลือกในการตัดสินใจและเป็นแนวทางในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2563). *ความหมาย และองค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม*. สืบค้น 18 เมษายน 2563, จาก http://innovation.dip.go.th/innovation/?page_id=1088
- กานต์กิติ์ อภัยพลชาญ. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟินเทคเซกเตอร์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด. เครือเจริญโภคภัณฑ์. (2563). *INNOVATION การบริหารจัดการนวัตกรรม*. สืบค้น 22 พฤษภาคม 2563, จาก https://www.cpgroupglobal.com/th/health/SD_Innovation
- จำลักษณ์ ชุนพลแก้ว. (2563). *Innovation Management มิติใหม่ของการจัดการ*. สืบค้น 16 เมษายน 2563, จาก <https://www.ftpi.or.th/2018/24185>
- จิตติมา กุลประเสริฐรัตน์. (2562). *นวัตกรรมการศึกษา*. สืบค้น 16 เมษายน 2563, จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/32641>
- ณัฐการ์ต พวงไพบูลย์. (2555). *รูปแบบการจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาที่เหมาะสมของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมในมหาวิทยาลัยราชภัฏ*. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- ทิพย์ปาไลดา วรัญชิตอัคริมา. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสำนักงานบัญชีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. ภาคนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ไทเกอร์. (2019). *Innovation หรือ นวัตกรรม คืออะไร? และมีความหมายว่าอย่างไรบ้าง*. สืบค้น 6 พฤษภาคม 2563, จาก <https://thaiwinner.com/innovation/>
- ไทเกอร์. (2562). *Innovation หรือ นวัตกรรม คืออะไร? และมีความหมายว่าอย่างไรบ้าง*. สืบค้น 6 พฤษภาคม 2563, จาก <https://thaiwinner.com/innovation/>
- ธนพล ก่อฐานะ. (2563). *Innovative Management นวัตกรรมจัดการ*. สืบค้น 26 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/506666>
- เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2560). *การจัดการสมัยใหม่ (MODERN MANAGEMENT)*. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปฐพร ตวิษาประกิต. (2558). *อัตตลักษณ์ภาวะผู้นำ การจัดการความรู้ การจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์*

- เอ็ม เอ ไอ แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
 พยัต วุฒิรงค์. (2553). นวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย : ก้าวต่อไปสู่
 เศรษฐกิจสร้างสรรค์. *จุฬาลงกรณ์ รัวิว*, 22 (86), 43-67.
- ภราดา นกยูงทอง. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Primetime Hotel จังหวัดชลบุรี.
 งานนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- มณฑกานติ แลนแคสเตอร์. (2554). *วิชาการตลาดโรงแรม*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: คณะ
 ศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. (2560). *ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.
 2560 – 2579)*. อุดรดิตถ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- มูจลินทร์ ผลกล้า. (2558). *รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะการจัดการความรู้กับสมรรถนะทางนวัตกรรม
 ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาตรี
 บัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- รัตนพร ทองรอด. (2014). *นวัตกรรมการศึกษา และ เทคโนโลยีสารสนเทศการศึกษา*. สืบค้น 16
 เมษายน 2563, จาก <https://sites.google.com/site/sghurhoaiykgphgp/extra-credit>
- วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์. (2554). นวัตกรรมการท่องเที่ยว. *จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยว
 แห่งประเทศไทย*, 1-5.
- วิชญ เมืองอินทร์. (2559). *ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการใช้บริการสำนักวิทยบริการและ
 เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์*. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญา
 มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ. (2563). *INNOVATION MANAGEMENT SYSTEM : INMS*. สืบค้น
 26 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.masci.or.th/innovation-management-system-inms/>
- สมฤดี พิณทอง. (2562). *แนวทางการพัฒนาการจัดการบริการสารสนเทศของสำนักวิทยบริการและ
 เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม* (รายงานผลการวิจัย). มหาสารคาม:
 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สายธาร สุขเมธอติคม, โสภา ไทยลา, และบัวระภา กลยนิย. (2556). *ระบบสารสนเทศเพื่อการประเมิน
 คุณภาพการบริการของห้องสมุดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยใช้ LibQUAL+ TM*
 (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2553). *การจัดการนวัตกรรม สำหรับผู้บริหาร Innovation
 Management for Executives (IMEs)* (ฉบับปรับปรุงใหม่). (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ:

- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2563). *สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)*.
 สืบค้น 6 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.mhesi.go.th/main/th/org/1511-nia.html>
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2554). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554*. สืบค้น 18
 เมษายน 2563, จาก <http://www.royin.go.th/dictionary/>
- เสน่ห์ จุ้ยโต. (2558). *การบริหารนวัตกรรมแนวใหม่*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: โครงการส่งเสริมการแต่ง
 ตำรา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อารยา ปาละคะ. (2551). *ศักยภาพทางนวัตกรรมของธนาคารออมสินในเขตจังหวัดอุดรธานี*. การศึกษา
 ค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ไอเอ็มทู. (2558). *การจัดการ หมายถึง (Management) อะไร ?*. สืบค้น 6 พฤษภาคม 2563, จาก
<https://www.im2market.com/2015/06/20/1449>
- Amabile, T. M. (1998). How to kill creativity. *Harvard Business Review*, 76 (9), 77-78.
- Bessant, J., & Tidd, J. (2007). *Innovation and Entrepreneurship*. West Sussex: John Wiley
 & Sons Ltd.
- Certo, S. C. (2003). *Modern Management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing*. (5th ed.). New York: Harper
 Collins.
- Decenzo, D. A., & Robbins, S. P. (2004). *Human Resource Management*. (6th ed.).
 New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Gopalakrishnan, S., & Damanpour, F. (1997). A review of innovation research in
 economics, sociology and technology management. *Omega*, 25 (1), 15-28.
- Hughes, T. P. (1971). *The Delphi Technique*. Paper Presented at The Annual Meeting
 of the California Junior Colleges Associations Committee on Research and
 Development. Ca: Monterey.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. (9th ed.). Englewood Cliff, NJ: Practice Hall.
- Likert, R. (1967). "The Method of Constructing and Attitude Scale." *Attitude Theory and
 Measurement*. New York: Wiley & Son.
- Lueeke, R., & Katz, R. (2003). *Managing creativity and innovation*. Boston: Harvard
 business School Press.
- Marina du Plessi. (2007). The role of knowledge management in innovation. *Journal of*

Knowledge Management, 11 (4), 20-29.

Miles, J., & Shevlin, M. (2001). *Applying Regression and Correlation: A Guide for Students and Researchers*. London: SagePublications.

Murillo, D. M. (2004). *The value of service in the library and information science curriculum*. Unpublished master's thesis, University of Texas at Austin.

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1997). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.

Schilling, M. A. (2008). *Strategic Management of Technological Innovation*. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Smith, D. (2015). *Exploring Innovation*. (2nd ed.). New York: MaGraw-Hill Education.

Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K. (2005). *Managing innovation: Intergrating technological, market and organization change*. (3rd ed.). Sussex, UK: John Wiley & Sons.

Wolfe, R. A. (1994). Organisational innovation: Review, critique and suggested research directions. *Journal of Management Studies*, 31 (3), 405-431.

Yamane, T. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis*. (2nd Ed.). New York: Harper and Row.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

- | | |
|---------------------------------|--|
| 1. อาจารย์ ดร. ชัชชัย สุจริต | อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต |
| 2. อาจารย์ ดร. กัลยรัตน์ คำพรม | อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต |
| 3. อาจารย์ เกวลี รังษีสุทธาภรณ์ | ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ |





ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ
สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ เป็นการศึกษาความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนา ปรับปรุง และวางแผน การดำเนินงานของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ และสามารถนำข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าใช้บริการเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการให้บริการทั้งทางด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านบริการทรัพยากรสารสนเทศ และเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามฉบับนี้ และโปรดตอบครบทุกข้อตามความเป็นจริง

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ประกอบด้วย นวัตกรรมด้านการบริการ นวัตกรรมด้านกระบวนการ และนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ

ตอนที่ 3 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจเข้าใช้บริการ และพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสามารถในการจัดการนวัตกรรม

อนึ่ง ที่มาของแบบสอบถามฉบับนี้ได้จากตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญรวมถึงการวิเคราะห์จากหลักการ ทฤษฎี เอกสาร งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่กรุณาตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นางสาวอมรรัตน์ บุญอยู่

บัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data)

1. เพศ 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ 1) ต่ำกว่า 20 ปี 2) 21 - 30 ปี
 3) 31 - 40 ปี 4) 41 - 50 ปี
 5) 51 - 60 ปี 6) 61 ปีขึ้นไป

3. ตำแหน่ง 1) บุคลากรสายวิชาการ
 2) บุคลากรสายสนับสนุน
 3) นักศึกษา

4. สังกัด 1) ครุศาสตร์
 2) วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
 3) วิทยาการจัดการ
 4) มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
 5) เทคโนโลยีอุตสาหกรรม
 6) เกษตรศาสตร์
 7) วิทยาลัยนานาชาติ
 8) อื่น ๆ

5. ความถี่ในการเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ 1) ทุกวัน
 2) สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
 3) สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง
 4) เดือนละ 1 ครั้ง
 5) เดือนละ 2-3 ครั้ง
 6) อื่น ๆ

6. ท่านเคยใช้บริการใดของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) บริการยืม-คืน
- 2) บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า
- 3) บริการให้ยืมวารสารล่วงหน้า / นิตยสาร / จุลสาร
- 4) การค้นหาสิ่งพิมพ์ในห้องสมุดด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ (OPAC)
- 5) บริการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์
- 6) บริการอ่านหนังสือออนไลน์ เช่น News Clipping Online E-Book (EBSCO)

E-Book (Gale)

- 7) บริการแนะนำและอบรมการสืบค้นฐานข้อมูล
- 8) บริการแนะนำการเขียนอ้างอิงและบรรณานุกรม
- 9) บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย URUwifi / Eduroam URU
- 10) บริการห้องเรียน Smart Classroom
- 11) ห้องบริการคอมพิวเตอร์เพื่อการทำงาน และการสืบค้น
- 12) บริการห้องประชุมเพื่อการประชุม และการเรียนการสอน
- 13) ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์เพื่อการเรียนการสอน และการฝึกอบรม
- 14) อื่น ๆ

**ตอนที่ 2 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ประกอบด้วย นวัตกรรมด้านการบริการ
นวัตกรรมด้านกระบวนการ และนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ**

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
เพียงช่องเดียวโดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง
2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริการ						
1	สำนักวิทยบริการ ฯ มีความสามารถในการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เช่น การบริการเครือข่าย อินเทอร์เน็ต uru wifi หรือ Eduroam บริการ Computer center แหล่งสืบค้นออนไลน์และเครื่องคอมพิวเตอร์ทำงาน เป็นต้น					
2	สำนักวิทยบริการ ฯ มีความสามารถในการให้บริการด้านสถานที่ เช่น การให้บริการพื้นที่อ่านหนังสือ พื้นที่ทำงานกลุ่ม ห้อง KITRoom ห้อง RUNER ห้อง ARIT-UX ห้องทำงานสำหรับอาจารย์ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ อาคาร ICIT เป็นต้น					
3	สำนักวิทยบริการ ฯ มีความสามารถในการให้บริการด้านอุปกรณ์เพื่อการสืบค้นและอ่านหนังสือออนไลน์ eBooks eMagazines ได้แก่ การบริการให้ยืม iPad & Tablet เป็นต้น					
4	สำนักวิทยบริการ ฯ มีการสร้างสรรค์การบริการใหม่ ๆ ตลอดจนแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการให้บริการ ผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ เช่น การให้บริการนอกพื้นที่ WARP TOUR เป็นต้น					

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
5	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถนำเสนอบริการใหม่ที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด					
6	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถตอบสนองความต้องการการบริการของผู้ใช้บริการที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านกระบวนการ						
7	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถลดขั้นตอนการใช้บริการที่สิ้นลง เช่น การค้นหาหนังสือโดยตู้อัตโนมัติเพื่อลดเวลาในการค้นหาหนังสือ การต่ออายุการยืมหนังสือ ด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์					
8	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถสร้างสรรค์กระบวนการให้บริการใหม่ ผ่านระบบบริการสารสนเทศออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ Service.uru.acth (สำหรับขอใช้บริการอีเมล @uru.ac.th และ @live.uru.ac.th และขอรหัสอินเทอร์เน็ต URUwifi)					
9	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถพัฒนาทักษะ แนวคิด และกระบวนการในให้บริการใหม่ ๆ อย่างทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ					
10	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถนำเทคนิค วิธีการปฏิบัติงานใหม่ ๆ มาปรับใช้ในการให้บริการมีความทันสมัยอยู่เสมอ					
11	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถสร้างกระบวนการทำงานที่มีความกระชับ และลดขั้นตอน เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน และการให้บริการ					
12	สำนักวิทยบริการ ฯ มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการดำเนินงานทำให้สำนักวิทยบริการ ฯ เกิดการปรับปรุงและสร้างสรรค์กระบวนการให้บริการจนเพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพการให้บริการได้เป็น					

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	อย่างดี					
ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ						
13	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถบริหารจัดการพื้นที่ให้บริการที่เหมาะสม เช่น การจัดตกแต่งพื้นที่ มีการแบ่งโซนการให้บริการที่เป็นสัดส่วนและเหมาะสมกับการใช้งาน					
14	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถจัดโครงสร้างขององค์กรให้เหมาะสมกับการให้บริการตามความรู้ความสามารถของพนักงาน					
15	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถพัฒนาทักษะบุคลากรสู่ความเป็นเลิศ จนสามารถให้บริการที่ดีแก่บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ได้					
16	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม กับการให้บริการ					
17	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถจัดสรรงบประมาณสำหรับการคัดเลือกหนังสือใหม่ สื่อสารสนเทศ และพื้นที่ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ					
18	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถนำความรู้ด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาพัฒนาบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง					

ตอนที่ 3 การตัดสินใจใช้บริการ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ และพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพียงช่องเดียวโดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง
 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ						
1	สำนักวิทยบริการ ฯ มีการสำรวจความคิดเห็น และความต้องการของผู้ใช้บริการอยู่เสมอ					
2	สำนักวิทยบริการ ฯ เข้าใจและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้					
3	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถช่วยแก้ไขปัญหาผู้ใช้บริการในการสืบค้นข้อมูล หรือการใช้เทคโนโลยี					
ด้านการแสวงหาข้อมูล						
4	ท่านค้นหาหนังสือ หรือฐานข้อมูลต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน/เว็บไซต์ของสำนักวิทยบริการ ฯ					
5	ท่านทราบว่า สำนักวิทยบริการ ฯ มีบริการยืม - คืนหนังสือ ด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์					
6	ท่านสามารถค้นหารายชื่อหนังสือใหม่จากการสอบถามเจ้าหน้าที่ หรือการจัดแสดงหนังสือตามจุดต่าง ๆ ภายในสำนักวิทยบริการ ฯ					
ด้านการประเมินผลทางเลือก						
7	เมื่อท่านต้องการสืบค้นข้อมูลหรือหาหนังสือ ท่านจะคิดถึงสำนักวิทยบริการ ฯ เป็นอันดับแรก					

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
8	เมื่อท่านต้องการความทันสมัยด้านเทคโนโลยี ท่านจะ เข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ					
9	เจ้าหน้าที่สามารถเข้าใช้ข้อมูลเกี่ยวกับความสะดวกใน การเข้าใช้บริการที่สำนักวิทยบริการ ฯ โดยตรงเทียบกับ การบริการด้วยตนเอง					
10	สำนักวิทยบริการ ฯ มีหนังสือเข้าฐานข้อมูลให้เลือกใช้ บริการอย่างหลากหลาย					
ด้านการตัดสินใจเข้าใช้บริการ						
11	ท่านมีความชื่นชอบที่จะเข้ามาใช้บริการของสำนักวิทย บริการ ฯ อย่างสม่ำเสมอ					
12	ท่านตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ เพราะมี บริการและอุปกรณ์ที่ทันสมัย มีความหลากหลาย และ ตรงกับความต้องการ					
13	ท่านตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ เพราะมี กระบวนการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว					
14	ท่านตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ เพราะมี เจ้าหน้าที่ให้บริการที่มีความรู้ความสามารถ และให้ คำแนะนำเป็นอย่างดี					
ด้านพฤติกรรมภายหลังการเข้าใช้บริการ						
15	ท่านประทับใจการให้บริการของเจ้าหน้าที่ของสำนัก วิทยบริการ ฯ ทำให้ท่านมีการแนะนำและบอกต่อไปยัง ผู้อื่น					
16	ท่านตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ อีกครั้ง เนื่องจากมีหนังสือให้เลือกหลากหลาย และเทคโนโลยีที่ ทันสมัยเหมาะสมกับการใช้งาน					
17	ท่านมีความรู้สึกที่ดี หลังการเข้าใช้บริการของสำนักวิทย บริการ ฯ					
18	หากต้องการพื้นที่สำหรับการทำงานที่สงบเงียบ และมี					

ที่	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	ข้อมูลจำนวนมาก ท่านจะนึกถึงสำนักวิทยบริการ ฯ เป็นอันดับแรก					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสามารถในการจัดการนวัตกรรม

.....

.....

.....

.....



สรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data)

คำชี้แจง ขอความกรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับการพิจารณาของท่าน ดังนี้

- 1 หมายความว่า ข้อคำถามสะท้อน ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม
 0 หมายความว่า ไม่แน่ใจข้อคำถามสะท้อน ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม
 -1 หมายความว่า ข้อคำถามไม่ได้สะท้อน ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่า ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3		
1. เพศ <input type="checkbox"/> 1) ชาย <input type="checkbox"/> 2) หญิง	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2. อายุ <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 20 ปี <input type="checkbox"/> 2) 21 - 30 ปี <input type="checkbox"/> 3) 31 - 40 ปี <input type="checkbox"/> 4) 41 - 50 ปี <input type="checkbox"/> 5) 51 - 60 ปี <input type="checkbox"/> 6) 61 ปีขึ้นไป	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. ตำแหน่ง <input type="checkbox"/> 1) บุคลากรสายวิชาการ <input type="checkbox"/> 2) บุคลากรสายสนับสนุน <input type="checkbox"/> 3) นักศึกษา	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. สังกัด <input type="checkbox"/> 1) ครุศาสตร์ <input type="checkbox"/> 2) วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี <input type="checkbox"/> 3) วิทยาการจัดการ <input type="checkbox"/> 4) มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ <input type="checkbox"/> 5) เทคโนโลยีอุตสาหกรรม <input type="checkbox"/> 6) เกษตรศาสตร์ <input type="checkbox"/> 7) วิทยาลัยนานาชาติ	1	1	0	0.67	ใช้ได้
5. ความถี่ในการเข้าใช้ห้องสมุด	1	1	0	0.67	ใช้ได้

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่า ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3		
<input type="checkbox"/> 1) ทุกวัน <input type="checkbox"/> 2) ทุกสัปดาห์ <input type="checkbox"/> 3) สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง <input type="checkbox"/> 4) ทุกเดือน <input type="checkbox"/> 5) เดือนละ 2-3 ครั้ง <input type="checkbox"/> 6) อื่น ๆ					
6. ท่านเคยใช้บริการใดของห้องสมุด กรุณาใส่ เครื่องหมาย <input type="checkbox"/> ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็น ของท่าน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) <input type="checkbox"/> 1) บริการยืม-คืน <input type="checkbox"/> 2) บริการตอบคำถามและช่วยการค้นคว้า <input type="checkbox"/> 3) บริการให้ยืมวารสารล่วงหน้า/นิตยสาร/ จุลสาร <input type="checkbox"/> 4) การค้นหาสิ่งพิมพ์ในห้องสมุดด้วยเครื่อง คอมพิวเตอร์ (OPAC) <input type="checkbox"/> 5) บริการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูล ออนไลน์ <input type="checkbox"/> 6) บริการอ่านหนังสือออนไลน์ เช่น News Clipping Online E-Book (EBSCO) E-Book (Gale) <input type="checkbox"/> 7) บริการแนะนำและอบรมการสืบค้น ฐานข้อมูล <input type="checkbox"/> 8) บริการแนะนำการเขียนอ้างอิงและ บรรณานุกรม <input type="checkbox"/> 9) บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย URUwifi / Eduroam URU <input type="checkbox"/> 10) บริการห้องเรียน Smart Classroom	1	1	0	0.67	ใช้ได้

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่า ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	แปลผล
	1	2	3		
<input type="checkbox"/> 11) ห้องบริการคอมพิวเตอร์เพื่อการทำงาน และการสืบค้น <input type="checkbox"/> 12) บริการห้องประชุมเพื่อการประชุม และ การเรียนการสอน <input type="checkbox"/> 13) ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์เพื่อการเรียน การสอน และการฝึกอบรม					

**ตอนที่ 2 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ประกอบด้วย นวัตกรรมด้านการบริการ
นวัตกรรมด้านกระบวนการ และนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ**

คำชี้แจง ขอความกรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับการพิจารณาของท่าน ดังนี้

- 1 หมายความว่า ข้อคำถามสะท้อน ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม
0 หมายความว่า ข้อคำถามสะท้อน ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม
-1 หมายความว่า ข้อคำถามสะท้อน ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม

ที่	รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่า ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริการ						
1	สำนักวิทยบริการ ฯ มีความสามารถในการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เช่น การบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต uru wifi หรือ Eduroam บริการComputer center แหล่งสืบค้นออนไลน์และเครื่องคอมพิวเตอร์ทำงาน เป็นต้น	0	1	1	0.67	ใช้ได้
2	สำนักวิทยบริการ ฯ มีความสามารถในการให้บริการด้านสถานที่ เช่น การให้บริการพื้นที่อ่านหนังสือ พื้นที่ทำงานกลุ่ม ห้อง KITRoom ห้อง RUNER ห้อง ARIT-UX ห้องทำงานสำหรับอาจารย์ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ อาคาร ICIT เป็นต้น	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3	สำนักวิทยบริการ ฯ มีความสามารถในการให้บริการด้านอุปกรณ์เพื่อการสืบค้นและอ่านหนังสือออนไลน์ eBooks eMagazines ได้แก่ การบริการให้ยืม iPad & Tablet เป็นต้น	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4	สำนักวิทยบริการ ฯ มีการสร้างสรรค์การบริการใหม่ ๆ ตลอดจนแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการ	0	1	1	0.67	ใช้ได้

ที่	รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่า			ค่า IOC	แปลผล
		ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	2	3		
	ให้บริการผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ เช่น การให้บริการนอกพื้นที่ WARP TOUR เป็นต้น					
5	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถนำเสนอบริการใหม่ที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด	0	1	1	0.67	ใช้ได้
6	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถสร้างการบริการที่มีคุณภาพ ผ่านการใช้นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	0	1	0	0.33	ปรับปรุง/แก้ไข
7	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถตอบสนองความต้องการการบริการของผู้ใช้บริการที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	0	0.67	ใช้ได้
ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านกระบวนการ						
8	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถลดขั้นตอนการใช้บริการที่สิ้นลง เช่น การค้นหาหนังสือโดยตู้อัตโนมัติเพื่อลดเวลาในการค้นหาหนังสือ การต่ออายุการยืมหนังสือ ด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์	1	1	0	0.67	ใช้ได้
9	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถสร้างสรรค์กระบวนการให้บริการใหม่ ผ่านระบบบริการสารสนเทศออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ Service.uru.acth (สำหรับขอใช้บริการอีเมล @uru.ac.th และ@live.uru.ac.th และขอรหัสอินเทอร์เน็ต URUwifi)	1	1	1	1.00	ใช้ได้
10	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถออกแบบกระบวนการให้บริการและการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ	0	1	0	0.33	ปรับปรุง/แก้ไข

ที่	รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่า			ค่า IOC	แปลผล
		ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	2	3		
11	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถพัฒนาทักษะแนวคิด และกระบวนการในให้บริการใหม่ ๆ อย่างทันต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ	0	1	1	0.67	ใช้ได้
12	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถนำเทคนิค วิธีการปฏิบัติงานใหม่ ๆ มาปรับใช้ในให้บริการให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ	1	1	0	0.67	ใช้ได้
13	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถสร้างกระบวนการทำงานที่มีความกระชับ และลดขั้นตอน เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน และการให้บริการ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
14	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการดำเนินงานทำให้สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถปรับปรุงและสร้างสรรค์กระบวนการให้บริการจนเพิ่มขีดความสามารถ และประสิทธิภาพการให้บริการได้เป็นอย่างดี	1	0	1	0.33	ใช้ได้
ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ						
15	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถบริหารจัดการพื้นที่ให้บริการที่เหมาะสม เช่น การจัดตกแต่งพื้นที่ มีการแบ่งโซนการให้บริการที่เป็นสัดส่วนและเหมาะสมกับการใช้งาน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
16	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถจัดโครงสร้างขององค์กรให้เหมาะสมกับการให้บริการตามความรู้ความสามารถของพนักงาน	0	1	1	0.67	ใช้ได้
17	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถพัฒนาทักษะบุคลากรสู่ความเป็นเลิศ จนสามารถให้บริการที่ดีแก่บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ได้	1	1	1	1.00	ใช้ได้

ที่	รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่า			ค่า IOC	แปลผล
		ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	2	3		
18	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถใช้ประโยชน์ของ เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสม กับการ ให้บริการ	0	1	1	0.67	ใช้ได้
19	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถจัดสรรงบประมาณ สำหรับการคัดเลือกหนังสือใหม่ สื่อสารสนเทศ และพื้นที่ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	0	0.67	ใช้ได้
20	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถนำความรู้ด้าน เทคโนโลยีใหม่ ๆ มาพัฒนาบุคลากรใน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ให้เกิดการเรียนรู้ และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	1	1	1	1.00	ใช้ได้

ตอนที่ 3 การตัดสินใจเข้าใช้บริการ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจเข้าใช้บริการ และพฤติกรรมภายหลังการให้บริการ

คำชี้แจง ขอความกรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับการพิจารณาของท่าน ดังนี้

- 1 หมายความว่า ข้อคำถามสะท้อน การตัดสินใจเข้าใช้บริการ
 0 หมายความว่า ข้อคำถามสะท้อน การตัดสินใจเข้าใช้บริการ
 -1 หมายความว่า ข้อคำถามสะท้อน การตัดสินใจเข้าใช้บริการ

ที่	รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่า ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่			ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3		
ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ						
1	สำนักวิทยบริการ ฯ มีการสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้บริการอยู่เสมอ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2	สำนักวิทยบริการ ฯ เข้าใจและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3	สำนักวิทยบริการ ฯ สามารถช่วยแก้ไขปัญหาผู้ใช้บริการในการสืบค้นข้อมูล หรือการใช้เทคโนโลยี	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4	ท่านตั้งใจที่จะเข้ามาใช้บริการ สำนักวิทยบริการ ฯ จากความสงบเงียบ และความทันสมัยของเทคโนโลยี	0	1	0	0.33	ปรับปรุง/แก้ไข
ด้านการแสวงหาข้อมูล						
5	ท่านติดตามข้อมูลการให้บริการของสำนักวิทยบริการ ฯ ผ่านหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์	0	1	0	0.33	ปรับปรุง/แก้ไข
6	ท่านค้นหาหนังสือ หรือฐานข้อมูลต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน/เว็บไซต์ของสำนักวิทยบริการ ฯ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
7	ท่านทราบว่า สำนักวิทยบริการ ฯ มีบริการยืม - คืน หนังสือ ด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์	1	1	0	0.67	ใช้ได้

ที่	รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่า			ค่า IOC	แปลผล
		ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	2	3		
8	ท่านสามารถค้นหารายชื่อหนังสือใหม่จากการสอบถามเจ้าหน้าที่ หรือการจัดแสดงหนังสือตามจุดต่าง ๆ ภายในสำนักวิทยบริการ ฯ	1	1	0	0.67	ใช้ได้
ด้านการประเมินผลทางเลือก						
9	เมื่อท่านต้องการสืบค้นข้อมูลหรือหาหนังสือ ท่านจะคิดถึงสำนักวิทยบริการ ฯ เป็นอันดับแรก	1	1	1	1.00	ใช้ได้
10	เมื่อท่านต้องการความทันสมัยด้านเทคโนโลยี ท่านจะเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ	0	1	1	0.67	ใช้ได้
11	เจ้าหน้าที่สามารถเข้าใช้ข้อมูลเกี่ยวกับความสะดวกในการเข้าใช้บริการที่สำนักวิทยบริการ ฯ โดยตรงเทียบกับการบริการด้วยตนเอง	1	1	1	1.00	ใช้ได้
12	สำนักวิทยบริการ ฯ มีหนังสือเข้าฐานข้อมูลให้ เลือกใช้บริการอย่างหลากหลาย	0	1	1	0.67	ใช้ได้
ด้านการตัดสินใจเข้าใช้บริการ						
13	ท่านมีความชื่นชอบที่จะเข้ามาใช้บริการของสำนักวิทยบริการ ฯ อย่างสม่ำเสมอ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
14	ท่านตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ เพราะมีบริการและอุปกรณ์ที่ทันสมัย มีความหลากหลาย และตรงกับความต้องการ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
15	ท่านตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ เพราะมีกระบวนการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว	1	1	1	1.00	ใช้ได้
16	ท่านตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ เพราะมีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่มีความรู้ความสามารถ และให้คำแนะนำเป็นอย่างดี	0	1	1	0.67	ใช้ได้

ที่	รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่า			ค่า IOC	แปลผล
		ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	2	3		
ด้านพฤติกรรมภายหลังการเข้าใช้บริการ						
17	ท่านประทับใจการให้บริการของเจ้าหน้าที่ของ สำนักวิทยบริการ ฯ ทำให้ท่านมีการแนะนำและ บอกต่อไปยังผู้อื่น	1	1	1	1.00	ใช้ได้
18	ท่านตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการ ฯ อีกครั้ง เนื่องจากมีหนังสือให้เลือกหลากหลาย และเทคโนโลยีที่ทันสมัยเหมาะสมกับการใช้งาน	1	1	0	0.67	ใช้ได้
19	ท่านมีความรู้สึกที่ดี หลังการเข้าใช้บริการของ สำนักวิทยบริการ ฯ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
20	หากต้องการพื้นที่สำหรับการทำงานที่สงบเงียบ และมีข้อมูลจำนวนมาก ท่านจะนึกถึงสำนักวิทย บริการ ฯ เป็นอันดับแรก	0	1	1	0.67	ใช้ได้

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสามารถในการจัดการนวัตกรรม

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ค
สำเนาหนังสือราชการ



ที่ อว ๐๖๑๔.๑๐/ว๔๓๕

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
อ.เมือง จ.อุดรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๑๕ กันยายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยเพื่อการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน อาจารย์ ดร.ชัชชัย สุจริต

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เนื้อหาบทที่ ๑-๓ จำนวน ๑ ชุด
๒. ร่างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ จำนวน ๑ ชุด
๓. แบบประเมินความถูกต้องของแบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอมรรัตน์ บุญอยู่ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรใน
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์” ซึ่งมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์หลักในการควบคุมการจัดทำวิทยานิพนธ์

เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์เชิงวิชาการของวิทยานิพนธ์ดังกล่าว บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง
มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘, ๑๖๔๙

โทรสาร ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวอมรรัตน์ บุญอยู่ ๐ ๘๐๕๕ ๓๗๕๕ ๕

ที่ อว ๐๖๑๔.๑๐/ว๔๓๕



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
อ.เมือง จ.อุดรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๑๕ กันยายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยเพื่อการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน อาจารย์ ดร.กัลยรัตน์ คำพรหม

สิ่งที่ส่งมาด้วย	๑. เนื้อหาบทที่ ๑-๓	จำนวน ๑ ชุด
	๒. ร่างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์	จำนวน ๑ ชุด
	๓. แบบประเมินความถูกต้องของแบบสอบถาม	จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอมรรัตน์ บุญอยู่ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์” ซึ่งมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักในการควบคุมการจัดทำวิทยานิพนธ์

เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์เชิงวิชาการของวิทยานิพนธ์ดังกล่าว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง
มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘, ๑๖๔๙

โทรสาร ๐ ๕๕๔๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวอมรรัตน์ บุญอยู่ ๐ ๘๐๕๕ ๓๗๕๕ ๕



ที่ อว ๐๖๑๔.๑๐/ว๔๓๕

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
อ.เมือง จ.อุดรดิตถ์ ๕๓๐๐๐

๑๕ กันยายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยเพื่อการจัดทำวิทยานิพนธ์

เรียน อาจารย์เกวลี รัชชีสุทธาภรณ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย	๑. เนื้อหาบทที่ ๑-๓	จำนวน ๑ ชุด
	๒. ร่างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์	จำนวน ๑ ชุด
	๓. แบบประเมินความถูกต้องของแบบสอบถาม	จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอมรรัตน์ บุญอยู่ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลกระทบต่อทัศนใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์” ซึ่งมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาศิริ เขตปิยรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักในการควบคุมการจัดทำวิทยานิพนธ์

เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์เชิงวิชาการของวิทยานิพนธ์ดังกล่าว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง
มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ จันจัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

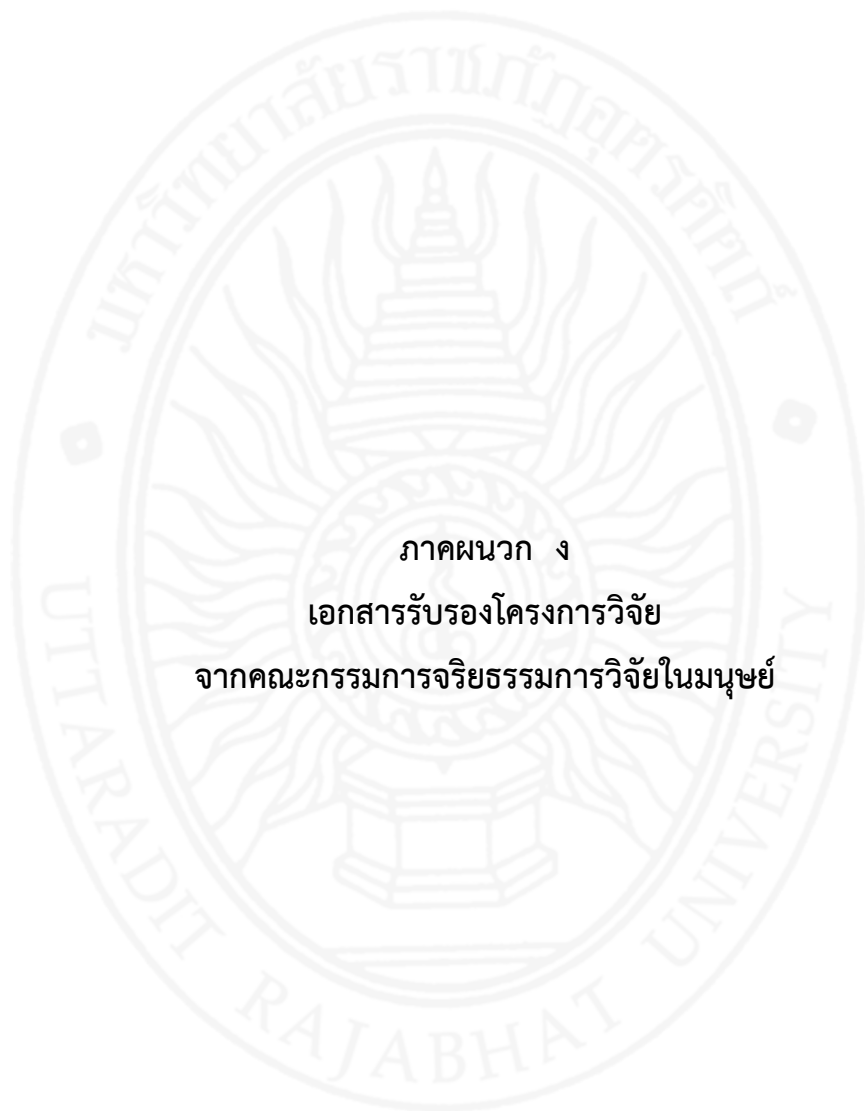
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

บัณฑิตวิทยาลัย

โทร. ๐ ๕๕๕๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘, ๑๖๔๙

โทรสาร ๐ ๕๕๕๑ ๖๖๐๑-๓๑ ต่อ ๑๖๔๘

นางสาวอมรรัตน์ บุญอยู่ ๐ ๘๐๕๕ ๓๗๕๕ ๕



ภาคผนวก ง
เอกสารรับรองโครงการวิจัย
จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

COA No. 048/2020
URU-REC No. 053/63



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์
Uttaradit Rajabhat University Research Ethics Committee
27 ถนนอินใจมี ตำบลท่าอิฐ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตต์ 53000 เบอร์โทรศัพท์ 055416601-20

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากลได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP

ชื่อโครงการ : ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์

Study Title : The ability of Innovation Management affecting the decision making of the Office of Academic Resources and Information Technology of Personnel in Uttaradit Rajabhat University

ผู้วิจัยหลัก : นางสาวอมรรัตน์ บุญอยู่

สังกัดหน่วยงาน : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์

วิธีทบทวน : แบบเร่งรัด (Expedited)

รายงานความก้าวหน้า : ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือ ส่งรายงานฉบับสมบูรณ์หากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี

เอกสารรับรอง

- | | |
|--|--|
| 1. AF01-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 ตุลาคม 2563 | 6. สรุปรูปโครงการเพื่อการพิจารณาทางจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 ตุลาคม 2563 |
| 2. AF02-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 ตุลาคม 2563 | 7. โครงการวิจัยฉบับเต็ม เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 ตุลาคม 2563 |
| 3. AF03-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 ตุลาคม 2563 | 8. ประวัติผู้วิจัย เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 ตุลาคม 2563 |
| 4. AF04-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 18 พฤศจิกายน 2563 | 9. แบบสอบถาม เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 ตุลาคม 2563 |
| 5. AF05-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 18 พฤศจิกายน 2563 | |

ลงนาม: .....

(รองศาสตราจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ พิญญาพงษ์)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์

วันที่รับรอง : 30 พฤศจิกายน 2563
Date of Approval : November 30, 2020
วันหมดอายุ : 30 พฤศจิกายน 2564
Approval Expire Date : November 30, 2021

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)



ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	อมรรัตน์ บุญอยู่
วัน เดือน ปี เกิด	8 ธันวาคม 2526
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลอุตรดิตถ์
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2549 บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ (ธุรกิจบริการ) มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ที่อยู่ปัจจุบัน	391/6 หมู่ 4 ตำบลท่าเสา อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ 53000

