



KKU Res.j.(be) 2013; 12(2) : 15-33
<http://resjournal.kku.ac.th>

ความพึงพอใจและตัวแปรที่มาก่อนการเกิดแรงขับเคลื่อนความภักดีของนักศึกษาสถาบัน อุดมศึกษาเอกชนภาคเหนือตอนบน

Satisfaction and Antecedents, Factors Driving Student Loyalty in Private Higher Education Institutes in Upper North of Thailand

ดวงพร พุทธวงศ์¹

Daungporn Puttawong, Ph.D.

มาริช คุณากร²

Maris Kunakorn, Ph.D.

¹อาจารย์ประจำสาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

²อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบโมเดลทางทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์และอธิบายอิทธิพลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มาก่อนที่เป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดความภักดีของนักศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์องค์ประกอบ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อการทดสอบโมเดลตามสมมุติฐานการวิจัย

ผลสรุปการวิจัยและอภิปรายผลได้ว่า ความพึงพอใจและตัวแปรที่มาก่อนทั้ง 3 ตัวแปรเป็นสาเหตุของแรงขับเคลื่อนให้เกิดความภักดีของนักศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาภาคเหนือตอนบนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยโมเดลมีความสอดคล้องเข้ากันได้กับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่รวบรวมได้ และสามารถทำนายความภักดีของนักศึกษาได้ถึงร้อยละ 76.9 และยังพบว่าผลที่ได้รับจากคุณค่าของสถาบันจะเป็นตัวแปรที่มาก่อนที่เป็นแรงขับเคลื่อนและส่งผลกระทบอย่างมากต่อความพึงพอใจ และส่งอิทธิพลต่อเนื่องไปสู่ความภักดีของนักศึกษาผ่านตัวแปรแทรกซ้อนได้แก่ ภาพพจน์ของสถาบัน และความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน ด้วยระดับอิทธิพลความสัมพันธ์ขนาดปานกลางถึงน้อยที่สุด ทั้งนี้มีความพึงพอใจเป็นตัวแปรคั่นกลางเพียงตัวเดียวที่ส่งอิทธิพลทางตรงขนาดสูงสุดต่อความภักดีของนักศึกษา

Abstract

The main purpose of this research were to examine the theoretical model with empirical data and describing the influence relationship of antecedent variables in student loyalty model of private higher education institutes in upper north of Thailand. The quantitative research method was used to collect data from a sample size of 390. Multi – state sampling techniques were used in collecting data and the research instrument was a 7 rating scale questionnaire. The research data analysis with descriptive statistics, factor analysis, and structural equation model analysis was used to test the hypothesis model.

The research results and discussion concluded that, the student satisfaction and 3 antecedents which are the factors driving in student loyalty of private higher education institutions with statistic significant level 0.05. This model was perfectly fit with the empirical data and is predicted by student satisfaction and antecedent variables up to 76.9%. Moreover, the findings of the study illustrate that, perceived value has an antecedent which strongly indirectly driven to student satisfaction. The consequences in perceived value toward student loyalty which has delivery influence by intervening variables such as, institute image and institute trust was found to be moderate to minimal. Hence, student satisfaction is the only variable that has maximum direct effect on student loyalty.

คำสำคัญ : ความพึงพอใจและตัวแปรที่มาก่อน, ปัจจัยขับเคลื่อน, ความภักดีของนักศึกษา

Key words : Satisfaction and Antecedents, Factors Driving, Student loyalty

บทนำ

จากการขยายตัวของความต้องการทางการศึกษารายตัวของคำครองชีพ และสถานการณ์การแข่งขันระหว่างสถาบันอุดมศึกษาทำให้สถาบันต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ ซึ่งต้องคำนึงถึงปัจจัยเรื่องความพึงพอใจและความจงรักภักดีของนักศึกษาหรือผู้รับบริการเป็นหลัก โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ต้องลงทุนและหารายได้ด้วยตนเองให้เพียงพอกับการดำเนินงานและการเติบโตของสถาบัน เนื่องจากพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พ.ศ.2546 กำหนดให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนเป็นสถานศึกษาและวิจัย มีวัตถุประสงค์ให้ทำการสอน วิจัย และให้บริการแก่สังคม รวมทั้งทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรมของชาติ (มาตรา 8) โดยแหล่งทุนของสถาบัน ประกอบด้วย ทุนจากผู้รับใบอนุญาตการบริหารจัดการ และทุนสะสมที่ได้มาจากการดำเนินงาน (มาตรา 60) ส่วนรายได้หลัก ได้จากเงินผลประโยชน์

ค่าเล่าเรียน ค่าบำรุงการศึกษา ค่าธรรมเนียม ค่าปรับ และค่าบริการต่างๆ และยังอาจมาจากเงินอุดหนุนจากรัฐบาลหรือการลงทุนอื่นๆ (มาตรา 62)

ตัวชี้วัดสำคัญ ประการหนึ่งที่แสดงถึงผลการจัดการศึกษาของสถาบันการศึกษาเอกชน ได้แก่ อัตราส่วนการคงสถานภาพนักศึกษาในแต่ละชั้นปี และอัตราส่วนของบัณฑิตที่จบการศึกษาตามหลักสูตรภายในเวลาที่กำหนด จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยในต่างประเทศ พบว่า ปัญหาการคงสถานภาพนักศึกษา ได้กลายเป็นปัญหาที่ถูกรื้อเข้าที่ประชุมคณะกรรมการบริหารของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแทบทุกแห่ง (Johnson & Gustafsson, 2000) อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการเปิดเผยตัวเลขทางสถิติที่ชัดเจนสำหรับสถาบันศึกษาระดับอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย ซึ่งเป็นผลจากปัญหาเชิงนโยบายด้านการบริหารและการจัดการด้านการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแต่ละแห่ง

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจ (Satisfaction) โดยรวมต่อสถาบันการศึกษาที่ตนศึกษาอยู่น่าจะเป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่ง และเมื่อเกิดขึ้นในระยะยาวก็จะชักนำให้เกิดความภักดีต่อสถาบันการศึกษาในท้ายที่สุด (Douglas et al., 2006)

ความภักดีของนักศึกษาจัดเป็นเป้าหมายหลักของสถาบันอุดมศึกษา ด้วยเหตุผลสำคัญหลายประการ (Hennig-Thurau et al., 2001) ได้แก่ 1) ค่าธรรมเนียมการศึกษา ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของสถาบันการศึกษา เอกชนส่วนใหญ่ การคงอยู่ของนักศึกษาและการเพิ่มจำนวนนักศึกษา จะสื่อความหมายถึงการสร้างพื้นฐานด้านการเงินที่แข็งแกร่งแก่สถาบันการศึกษาในการที่จะดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในอนาคต 2) ทฤษฎีด้านการตลาด การบริการในส่วนของการมีส่วนร่วมของลูกค้า (Kotzé & Plessis, 2003) แสดงให้เห็นว่า ความภักดีของนักศึกษาต่อสถาบันการศึกษาที่ตนสังกัด อาจมีอิทธิพลต่อคุณภาพการสอนของอาจารย์ผ่านทางพฤติกรรมการมีส่วนร่วม เช่น ร่วมแสดงความคิดเห็นอย่างจริงจังในชั้นเรียน และการแสดงความรู้สึกลูกพี่ลูกน้อง และ 3) หลังจบการศึกษา นักศึกษาที่มีความภักดีอาจยังคงให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องต่อสถาบันการศึกษา เช่น การเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคม หรือ ชมรมนักศึกษาศิษย์เก่า การร่วมบริจาคเงินสนับสนุนโครงการวิจัย ช่วยกระจายชื่อเสียงของสถาบัน ต่อผู้ที่มีศักยภาพที่จะเข้าศึกษาในสถาบัน หรือ การเข้าร่วมเป็นผู้บรรยายพิเศษของสถาบันการศึกษา เป็นต้น

จากการศึกษาวรรณกรรม พบว่า ความพึงพอใจเป็นตัวแปรที่เกิดขึ้นก่อนความภักดี (Dick & Basu, 1994 cited by Navarro et al., 2005: 510) และถือเป็นตัวแปรรากฐานสำคัญของการก่อเกิดความภักดี อันมีผลกระทบเชิงบวกทางตรงอย่างมีนัยสำคัญ และมีอิทธิพลความสัมพันธ์รวมสูงสุดต่อการอธิบายความผันแปรของความภักดีของนักศึกษา (Thompson,

2007; Mohamed, 2009; Thomas, 2011) ซึ่งสื่อความหมายได้ว่า เมื่อนักศึกษาพึงพอใจต่อสถาบันการศึกษา ก็จะพัฒนาเจตคติและพฤติกรรมเชิงบวกอันบ่งชี้ถึงความภักดีต่อสถาบันการศึกษานั้น เช่น พฤติกรรมการบอกต่อหรือคำเล่าลือ เกี่ยวกับชื่อเสียงที่ดีของสถานศึกษาที่ตนสังกัดต่อผู้อื่น เป็นพฤติกรรมที่คล้ายกับนักศึกษาได้กระทำหน้าที่ให้กับสถาบันการศึกษาที่ตนสังกัดอยู่ด้วยความภาคภูมิใจ รวมทั้งตัวนักศึกษายเองที่อาจแสดงเจตจำนงกลับเข้าร่วมศึกษาในหลักสูตร ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวของสถาบันการศึกษาที่ตนสังกัดอยู่ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสถาบันการศึกษา ทั้งระยะสั้นและระยะยาวด้วยเช่นกัน (Helgesen & Nasset, 2007; ธนินาฏ ณ สุนทร, 2549: 135)

ความภักดีของนักศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ลำดับชั้น ได้แก่ Cognitive, Affective, Conative และ Action loyalty (Thomas, 2011) ซึ่งท้ายสุดจะส่งผลให้เกิดความรู้สึกละแวกและพฤติกรรมของนักศึกษาที่ทั้งยังศึกษาอยู่หรือจบการศึกษาไปแล้ว เช่น ความรู้สึกผูกพัน การกลับมาซื้อซ้ำ การให้ความเกื้อกูล และการแนะนำต่อผู้อื่น เป็นต้น Thomas (2011) ได้นำเสนอโมเดลมาตรวัดที่ประกอบด้วยตัวแปรประจักษ์ ได้แก่ การแนะนำสถาบันต่อผู้อื่น การย้อนกลับมาเข้ารับการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น การย้อนกลับมาร่วมกิจกรรมของสถาบัน และการให้การเกื้อกูลต่อสถาบันเท่าที่จะเป็นไปได้

ความพึงพอใจของนักศึกษา เป็นความรู้สึกละแวกหรือทัศนคติที่เกิดจากการยอมรับทางจิตวิทยาที่จะตัดสินสิ่งต่างๆ จากประสบการณ์ที่ได้รับโดยเปรียบเทียบกับความคาดหวัง (Navarro et al., 2005) ความพึงพอใจสามารถเป็นตัวเชื่อมระหว่างภาพพจน์ของสถาบันและคุณค่าที่ได้รับกับพฤติกรรมส่วนบุคคลที่จะติดตามมา (Ryu et al., 2008) ปกติจะวัดผ่านตัวแปรประจักษ์ที่มีพื้นฐานจากการประเมินของนักศึกษาที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการให้บริการของสถาบัน กระบวนการด้านการศึกษา ผลสำเร็จทางการศึกษา และความพึงพอใจ

ภาพรวมของสถาบัน ในขณะที่พบว่า ระดับความภักดี จะได้รับอิทธิพลจากชื่อเสียงและภาพพจน์ของสถาบัน โดยแนวโน้มนักศึกษาจะมีความจงรักภักดีมากขึ้น เมื่อเกิดการยอมรับในชื่อเสียงและภาพพจน์ของสถาบัน มากขึ้น (Nguyen & LeBlanc, 2001)

ภาพพจน์ของสถาบัน เป็นผลจากการรับรู้และ คาดหวังเกี่ยวกับ เอกลักษณ์หรือชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ในด้านต่างๆ ตั้งแต่อดีตจนกระทั่งปัจจุบัน (Schuler, 2004) ซึ่งเป็นองค์ประกอบรวมของคุณลักษณะทาง กายภาพ และพฤติกรรมโดยรวมที่สถาบันการศึกษานั้น แสดงออกมา ซึ่งวัดได้จากการยอมรับจากสังคมภายนอก (Thomas, 2011) การสร้างภาพพจน์ที่ดี เช่น ผลผลิตที่มี คุณภาพ ชื่อเสียงดี การจัดองค์การดี และสภาพแวดล้อม ที่ดี ต่างมีความสำคัญต่อความรู้สึกและความคาดหวัง ของนักศึกษา และมีผลต่อการดำรงรักษานักศึกษาไว้ กับสถาบันในระยะยาว จากการศึกษาพบว่า ระดับของ ความจงรักภักดีจะได้รับอิทธิพลเชิงบวกจากชื่อเสียงและ ภาพพจน์ของสถาบันการศึกษา (Nguyen & LeBlanc, 2001) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรประจักษ์ ได้แก่ ภาพพจน์ ด้านการศึกษา และภาพพจน์สถาบันโดยรวม และการได้ รับการยอมรับจากสังคมภายนอก

ภาพพจน์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับ คุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน ซึ่งปกติคุณค่าที่ได้รับจาก สถาบันจะเป็นความรู้สึกที่เป็นผลต่อเนื่องจากคุณภาพ ในด้านต่างๆ ที่นักศึกษาได้รับจากสถาบันการศึกษานั้น เป็นผลจากการประเมินภาพรวมเกี่ยวกับคุณภาพ ราคาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับ (Hellier et al., 2003) ซึ่งจะวัดคุณค่าใน 4 ด้าน ได้แก่ คุณภาพเมื่อเทียบกับผล งาน ราคาเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ คุณค่าด้านความรู้สึก และคุณค่าที่มีต่อสังคม จากการศึกษาพบว่า การยอมรับ ในคุณค่าสิ่งที่ได้รับจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและ ทศนคติให้เกิดการซื้อต่อเนื่องในระยะยาว (Sweeney & Soutar, 2001) ซึ่งสรุปเป็นตัวแปรประจักษ์ได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ คุณค่าทางความรู้สึกโดยรวมต่อการให้บริการ คุณค่าทางความรู้สึกโดยรวมเมื่อเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

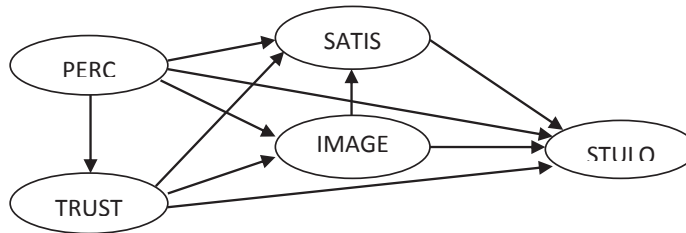
ความรู้สึกเกี่ยวกับมาตรฐานของสถาบัน และประโยชน์ หรือคุณค่าของสถาบันทางสังคม

ความเชื่อถือที่มีต่อสถาบันเปรียบได้กับเป็นภาวะ ที่ยึดเหนี่ยวบุคคลไว้กับบุคคลหรือกับองค์การ เป็นสิ่งที่ กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมเชิงบวก รวมทั้งส่งความต่อเนื่อง ให้เกิดเป็นเครือข่าย ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจ โดยเชื่อว่าผู้อื่นจะกระทำในสิ่ง ที่ตนพึงพอใจโดยไม่ต้องมีเหตุผลมาประกอบ องค์การที่ ปราศจากความน่าเชื่อถือจะจมปลักอยู่กับความน่าสงสัย จะได้รับการดูถูก และพบความผิดหวังในท้ายที่สุด (Golins, 2004) องค์ประกอบย่อยจะประกอบด้วย ความเต็มใจ ที่จะให้หรือยอมรับในคุณค่าของการกระทำของผู้อื่น ความไว้วางใจผู้อื่นว่าจะทำในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อ ตนเองหรือปรารถนาดีต่อตนเอง เชื่อว่าผู้อื่นจะไม่ทำในสิ่ง ที่เป็นอันตรายต่อตนเอง ซึ่งสรุปได้เป็นตัวแปรประจักษ์ 3 ตัวแปร ได้แก่ ความไว้วางใจในตัวบุคลากรมหาวิทยาลัย ความไว้วางใจมหาวิทยาลัยโดยรวม และความสามารถ คาดคำนวณผลลัพธ์ได้

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจ ศึกษาหาสาเหตุของปัจจัยที่ทำให้เกิดความภักดีใน สถาบันอุดมศึกษาของนักศึกษาสังกัดสถาบันอุดมศึกษา เอกชนในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ภายใต้วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อตรวจสอบโมเดล ทางทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของ นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และเพื่อวิเคราะห์ ขนาดของอิทธิพลและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรที่มาก่อนกับตัวแปรตามในโมเดลความภักดีของ นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ดังนั้นเพื่อการบรรลุ เป้าหมายตามวัตถุประสงค์ผู้วิจัยจึงเลือกใช้การวิเคราะห์ โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลระหว่างตัวแปรแฝงภายในโมเดล โครงสร้างความสัมพันธ์ ด้วยกรอบแนวความคิดโมเดล ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มาก่อนที่มีอิทธิพลเชิง สาเหตุต่อความภักดีของนักศึกษา ซึ่งประกอบด้วยตัวแปร

แฝงจำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ ความภักดีของนักศึกษา (STULOY) ความพึงพอใจของนักศึกษา (SATIS) ภาพพจน์ของสถาบัน (IMAGE) ความไว้วางใจที่มีต่อ

สถาบัน (TRUST) และคุณค่าที่ได้รับจากมหาวิทยาลัย (PERC) ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1. โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ทั้งนี้การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภายใต้กรอบแนวคิด ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล และยืนยันรูปแบบอิทธิพลของตัวแปรในโมเดลสมการ โครงสร้างที่ต้องการศึกษา โดยกำหนดสมมติฐานการวิจัย 2 ข้อ ข้อแรก คือ โมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงความภักดีของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเขตภาคเหนือตอนบนที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และข้อที่สอง ตัวแปรคุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน ความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน ภาพพจน์ของสถาบัน เป็นตัวแปรที่มาก่อนที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักศึกษา โดยส่งอิทธิพลผ่านความพึงพอใจของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการเลือกตัวอย่าง

- ประชากร ได้แก่ นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง ลำพูน แพร่ น่าน พะเยา และแม่ฮ่องสอน มีจำนวนนักศึกษา 144,491 คน แต่ด้วยข้อจำกัดด้านงบประมาณและเวลา จึงเลือกศึกษาแบบเจาะจงเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ตั้งอยู่ใน 3 จังหวัด คือ เชียงใหม่

เชียงราย ลำปาง ซึ่งจัดเป็นสถานศึกษาที่ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดใหญ่ของพื้นที่ภาคเหนือตอนบน และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับในพื้นที่เป็นตัวแทนสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบนทั้งหมดจำนวน 11,096 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2553)

- กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในชั้นปีที่ 2, 3 และ 4 เนื่องจากมีประสบการณ์การศึกษาในสถาบันฯ ที่กำหนดไว้แล้วช่วงระยะเวลาหนึ่ง โดยขนาดตัวอย่างคำนวณจากสูตรตามแนวทางของยามานะ (Yamané) โดยมีความคลาดเคลื่อนของการสุ่มที่ 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับหน่วยวิเคราะห์ จำนวน 390 คน

- วิธีการเลือกตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมประชากรเป้าหมายทั้งหมด จึงจำแนกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนตามจังหวัดในเขตภาคเหนือตอนบน จำนวน 3 จังหวัด โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างแบบอัตราส่วน (Quota) และแบบวิธีแบ่งลำดับชั้น (Stratified) เพื่อให้สามารถครอบคลุมทัศนคติความคิดเห็นและความรู้สึกของนักศึกษา จากนั้นจึงใช้วิธีการแบบบังเอิญ (Accident) ในการเข้าพบตัวอย่าง โดยพยายามสุ่มตัวอย่างกระจายให้ครอบคลุมสาขาวิชาให้มากที่สุด

รวมทั้งแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง ทั้งนี้มีอัตราตอบกลับของแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 100.0

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเชิงปริมาณ (Questionnaires) เพื่อสำรวจระดับทัศนคติ ความคิดเห็น ความรู้สึก และระดับของพฤติกรรมที่เกี่ยวกับตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ประมาณ 70 ข้อคำถาม ซึ่งเป็นข้อคำถามของนักวิชาการที่ได้เคยใช้งานแล้วในงานวิจัยทำนองเดียวกัน และกำหนดสเกลการวัดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ ให้เป็นช่วงตั้งแต่ - 3 ถึง + 3 โดยแบ่งคำถามออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นส่วนของคำถามข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นคุณสมบัติส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปี คณะวิชาที่สังกัด ลักษณะของสถานที่อยู่ และรายได้ของครอบครัวโดยประมาณ

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนของคำถามความรู้สึกหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน ความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน ภาพพจน์ของสถาบัน ความพึงพอใจของนักศึกษา และความภาคภูมิใจของนักศึกษา

- การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยพิจารณาในประเด็นความเที่ยงตรงในเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้การตรวจสอบด้วยตนเองตามเนื้อหาทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง และการตรวจสอบเนื้อหาของข้อคำถามโดยอาศัยดุลยพินิจจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 ท่าน วิเคราะห์ค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามรายข้อ (I – CVD) และดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือทั้งหมด (S – CVD) พบว่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.92 แสดงว่ามาตรวัดทุกตัวมีความตรงในเชิงเนื้อหา ตลอดจนตรวจสอบความสามารถใช้ได้ในทางปฏิบัติ (Practicality) โดยใช้วิธีทดสอบภาคสนาม ทดสอบกับบุคคลภายนอกที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างที่เลือก และใช้วิธีวัดความสอดคล้องภายใน ตามสูตรสัมประสิทธิ์

แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อหาความเชื่อถือได้ของมาตรวัด (Reliability) พบว่าค่าความเที่ยงของแบบสอบถามในแต่ละด้านมีค่าอยู่ระหว่าง 0.941 – 0.963 และเมื่อพิจารณารวมทั้งฉบับพบว่า มีค่าความเที่ยง 0.986 แสดงว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายคุณลักษณะเบื้องต้นของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และคุณลักษณะของตัวแปรประจักษ์ของแต่ละตัวแปรแฝง และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรประจักษ์ของตัวแปรแฝง ซึ่งเริ่มต้นวิเคราะห์ด้วยการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติ เช่น การตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงของตัวแปร (Linearity) การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (multicollinearity) จากนั้นทำการสกัดองค์ประกอบเพื่อลดจำนวนตัวแปรและสร้างตัวแปรใหม่และการตรวจสอบความถูกต้อง โดยการพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ค่า Tolerance และ VIF รวมถึงค่า Condition Index เพื่อยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามในชุดของตัวแปรแฝงแต่ละตัว

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม AMOS เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัดกับตัวแปรแฝงความภาคภูมิใจของนักศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และทำการวิเคราะห์โมเดลโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง เพื่อตรวจสอบและวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลตามกรอบแนวความคิดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่รวบรวมได้ และปรับปรุงแก้ไขโมเดลให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าดัชนีต่างๆ

ที่ปรากฏในผลวิเคราะห์แต่ละขั้นตอนในกระบวนการของโปรแกรม ตลอดจนวิเคราะห์ขนาดของอิทธิพลทดสอบสมมติฐาน และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรแฝง และตัวแปรแฝงกับตัวแปรประจักษ์ที่อยู่ในกรอบแนวความคิดการวิจัย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย (Results and Discussion)

ผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์สำคัญของการวิจัย โดยระบุแบ่งเป็นตอนสำคัญประกอบด้วย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการทดสอบสมมติฐานและอภิปรายผลการศึกษา ตามลำดับดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

1.1 การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสภาพหรือลักษณะของตัวแปรที่ทำการศึกษา ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาพบว่า จำนวนนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมด 390 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิงร้อยละ 57.2 ซึ่งใกล้เคียงกับเพศชาย ร้อยละ 48.2 มีอายุเฉลี่ยประมาณ 21-22 ปี มีเกรดเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.01-2.50 คิดเป็นร้อยละ 48.2 และ 35.1 ครอบครัวยังของนักศึกษาส่วนใหญ่ร้อยละ 31.3 ประกอบอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัวเป็นอาชีพหลัก และมีรายได้โดยประมาณมากกว่า 30,000 บาท/เดือน/ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 49.2

1.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เริ่มต้นด้วยการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นจากการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงของตัวแปรด้วยแผนภูมิกระจายของตัวแปรแต่ละคู่ และการตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติ (normality) ของข้อมูลของตัวแปรแต่ละตัวด้วย Kolmogorov-Smirnov One-Sample Test ผลการทดสอบพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α) น้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักหมายความว่า ตัวแปรทั้งหมดมีการแจกแจงไม่เป็นแบบ

ปกติ (Non-normality) และจากการตรวจสอบค่าความโค้ง (kurtosis) และค่าความเบ้ (skewness) ของข้อมูลตัวแปรประจักษ์ของตัวแปรแฝงทั้ง 5 ตัวแปร พบว่าตัวแปรประจักษ์ทุกตัวแปร มีลักษณะการแจกแจงเป็นแบบปกติแบบเบ้ซ้ายเล็กน้อย หากแต่เมื่อตรวจสอบในแผนภาพการกระจายของข้อมูล ไม่แสดงค่าผิดปกติในลักษณะสุดโต่ง ทั้งยังไม่พบข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันไปจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกิน 4 เท่าของทุกตัวแปร ซึ่งแสดงว่าตัวแปรส่วนใหญ่มีการกระจายแตกต่างจากปกติเพียงเล็กน้อย และเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Kline, 2005) ตลอดจนหากแต่ด้วยขนาดของตัวอย่างที่มีจำนวนมากพอที่จะทำให้เกิดการแจกแจงปกติได้ตามกฎของ The law of large number

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อจัดกลุ่มตัวแปรประจักษ์ของตัวแปรแฝงในโมเดล ความภักดีของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีความสัมพันธ์กันสูงและมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบค่อนข้างสูง จัดกลุ่มด้วยการสกัดองค์ประกอบตามวิธีองค์ประกอบหลักแบบ PCA และหมุนแกนองค์ประกอบด้วยวิธีการหมุนแกนแบบมุมแหลม (Varimax) ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรชีวิตของตัวแปรประจักษ์ทุกตัวแปรมีค่าดัชนี KMO เข้าใกล้ 1 (มีค่าอยู่ระหว่าง 0.939 – 0.955) และค่า Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญ ($p = 0.000$) แสดงว่าข้อมูลแต่ละชุดของตัวแปรประจักษ์มีความสัมพันธ์กันมากพอ สามารถนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้ดีมาก ซึ่งแต่ละตัวแปรประจักษ์ของตัวแปรแฝงทั้งหมดที่เหมาะสมจำนวน 17 ตัวแปร ประกอบด้วย

1) ตัวแปรแฝงความภักดีของนักศึกษา (STULOY) พบว่ามีตัวแปรประจักษ์ที่ได้รับการคัดเลือกโดยการสกัดองค์ประกอบจาก 4 ตัวแปรเหลือเพียง 3 ตัวแปร ได้แก่ การแนะนำสถาบันต่อผู้อื่น (Recomm) มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.671 – 0.738 ความรู้ลึกผูกพัน (Commit) มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.633 – 0.838 และการเข้าศึกษาใหม่ (Repur) มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.623 – 0.824

2) ตัวแปรแฝงความพึงพอใจของนักศึกษา (SATIS) พบว่ามีตัวแปรประจักษ์ที่ได้รับการคัดเลือกยังคงเป็นตัวแปรชุดเดิมจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบัน (Prosatis) มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.609 – 0.818 ความพึงพอใจต่อกระบวนการด้านการศึกษา (Acprosat) มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.720 – 0.727 ความพึงพอใจต่อผลลัพธ์ที่ได้ (Osatis) มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.713 – 0.764 และความพึงพอใจภาพรวมของสถาบัน (Tsatis) มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.725 – 0.814

3) ตัวแปรแฝงภาพพจน์ของสถาบัน (IMAGE) พบว่ามีตัวแปรประจักษ์ที่ได้รับการคัดเลือกยังคงเป็นตัวแปรชุดเดิมจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ การได้รับการยอมรับจากสังคมภายนอก (Recogn) มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.653 – 0.840 ภาพพจน์สถาบันโดยรวม (Uimage) มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.678 – 0.745 และภาพพจน์ด้านการศึกษา (Acimage) มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.782 – 0.850

4) ตัวแปรแฝงความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน (TRUST) พบว่ามีตัวแปรประจักษ์ที่ได้รับการคัดเลือกโดยการสกัดองค์ประกอบจาก 3 ตัวแปรเหลือเพียง 2 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อถือต่อบุคลากรและคุณประโยชน์ที่ได้รับจากสถาบัน (Inustrust) มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.639 – 0.800 และความเชื่อมั่นต่อการให้บริการของสถาบัน (Instrust) มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.789 – 0.836

5) ตัวแปรแฝงคุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน (PERC) พบว่ามีตัวแปรประจักษ์ที่ได้รับการคัดเลือกโดยการสกัดองค์ประกอบจาก 4 ตัวแปรเหลือเพียง 3 ตัวแปร ได้แก่ คุณค่าทางความรู้สึกโดยรวมของการให้บริการ (Nwserv) มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.783 – 0.799 คุณค่าทางความรู้สึกโดยรวมของการศึกษา (Nwexpect) มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง

0.581 – 0.850 และมาตรฐานคุณภาพและคุณค่าทางสังคม (Socval) มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.693 – 0.817

ท้ายสุดในส่วนนี้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้อง โดยการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดล พบว่า ตัวแปรประจักษ์ของตัวแปรแฝงในโมเดล ทุกตัวมีลักษณะความเป็นเส้นตรงและความเป็นปกติที่เหมือนกัน (linearity and homoscedasticity) ระหว่างตัวแปร โดยมีค่า R^2 มากกว่า 0.60 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามในชุดของตัวแปรแฝงแต่ละตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตามได้เกินกว่าร้อยละ 60 มีค่า Tolerance เกินกว่า 0.10 มีค่า VIF ไม่เกิน 10 และมีค่า Condition Index ไม่เกิน 30 ซึ่งจะไม่ก่อให้เกิดปัญหาการร่วมเส้นตรงพหุ

1.3 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือวัดตัวแปรคุณลักษณะแฝงทั้งหมดในโมเดลมาตรวัด โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างสรุปผลได้ดังนี้

1) ตัวแปรแฝงความภาคภูมิใจของนักศึกษา โมเดลมาตรวัดมีความสอดคล้องเข้ากันได้ดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ดี ($\chi^2=2.514$, $df=1$, $p=0.113$, $RMSEA=0.062$, $GFI=0.996$, $AGFI=0.974$ และ $Relative\ Chi-Square=2.514$) ตัวแปรประจักษ์ทั้ง 3 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงเป็นอย่างมากและสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรแฝงได้ดีมาก มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานค่อนข้างสูงคืออยู่ระหว่าง 0.838 – 0.851 จากน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดในตัวแปรการเข้าศึกษาใหม่ (Repur) ความรู้สึกผูกพัน (Commit) และการแนะนำสถาบันต่อผู้อื่น (Recomm) ตามลำดับ ทั้งนี้ตัวแปรประจักษ์ทุกตัวสามารถทำนายความภาคภูมิใจของนักศึกษาได้มากถึงร้อยละ 70.2 – 72.4

2) ตัวแปรแฝงความพึงพอใจของนักศึกษา โมเดลมาตรวัดมีความสอดคล้องเข้ากันได้ดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ดี ($\chi^2=0.662$, $df=1$, $p=0.416$,

RMSEA=0.000, GFI=0.999, AGFI=0.992 และ Relative Chi-Square= 0.662) ตัวแปรประจักษ์ทั้ง 4 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงเป็นอย่างมากและสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรแฝงได้ดีมาก มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานก่อนข้างสูงคืออยู่ระหว่าง 0.852 – 0.913 โดยมีน้ำหนักมากที่สุดในตัวแปร ความพึงพอใจต่อกระบวนการด้านการศึกษา (Acprosat) ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบัน (Prosatis) ความพึงพอใจภาพรวมของสถาบัน (Tsatis) และความพึงพอใจต่อผลลัพธ์ที่ได้ (Osatis) ตามลำดับ ทั้งนี้ ตัวแปรประจักษ์ทุกตัวสามารถใช้ทำนายความพึงพอใจของนักศึกษาได้มากถึงร้อยละ 59.1 – 83.3

3) ตัวแปรแฝงภาพพจน์ของสถาบัน โมเดลมาตรวัดมีความสอดคล้องเข้ากันได้ดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ดี ($\chi^2=1.564$, $df=1$, $p=0.221$, RMSEA=0.038, GFI=0.997, AGFI=0.984 และ Relative Chi-Square=1.564) ตัวแปรประจักษ์ทั้ง 3 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงเป็นอย่างมากและสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรแฝงได้ดีมาก มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานก่อนข้างสูงคืออยู่ระหว่าง 0.775 – 0.855 โดยมีน้ำหนักมากที่สุดในตัวแปร ภาพพจน์ด้านการศึกษา (Acimage) ภาพพจน์สถาบัน โดยรวม (Uimage) และการได้รับการยอมรับจากสังคมภายนอก (Recogn) ตามลำดับ ทั้งนี้ตัวแปรประจักษ์ทุกตัวสามารถใช้ทำนายภาพพจน์ของสถาบันได้มากถึงร้อยละ 60.1 – 73.1

4) ตัวแปรแฝงความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน โมเดลมาตรวัดมีความสอดคล้องเข้ากันได้ดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ดี ($\chi^2=1.348$, $df=1$, $p=0.246$, GFI=0.998, AGFI=0.986 และ Relative Chi-Square=1.348) ตัวแปรประจักษ์ทั้ง 2 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงเป็นอย่างมากและสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรแฝงความเชื่อถือที่มีต่อสถาบันได้ดีมาก ถึงแม้ว่าโปรแกรม AMOS จะไม่สามารถ

ประมาณค่ามาตรวัดได้โดยตรง มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานก่อนข้างสูงคืออยู่ระหว่าง 0.905 – 0.920 โดยมีน้ำหนักมากที่สุดในตัวแปรความเชื่อมั่นต่อการให้บริการของสถาบัน (Instrust) และความเชื่อถือต่อบุคลากรและคุณประโยชน์ที่ได้รับจากสถาบัน (Inustrust) ตามลำดับ ทั้งนี้ตัวแปรประจักษ์ทุกตัวสามารถใช้ทำนายความเชื่อถือที่มีต่อสถาบันได้มากถึงร้อยละ 82.0 – 84.7

5) ตัวแปรแฝงคุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน โมเดลมาตรวัดมีความสอดคล้องเข้ากันได้ดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ดี ($\chi^2=2.771$, $df=1$, $p=0.096$, RMSEA=0.067, GFI=0.995, AGFI=0.972 และ Relative Chi-Square= 2.771) ตัวแปรประจักษ์ทั้ง 3 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงเป็นอย่างมากและสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรแฝงได้ดีมาก มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานก่อนข้างสูงคือเกินกว่า 0.60 ทุกตัวแปร คืออยู่ระหว่าง 0.722 – 0.951 โดยมีน้ำหนักมากที่สุดในตัวแปรมาตรฐานคุณภาพและคุณค่าทางสังคม (Socval) คุณค่าทางความรู้สึกโดยรวมของการให้บริการ (Nwserv) และคุณค่าทางความรู้สึกโดยรวมของการศึกษา (Nwexpect) ตามลำดับ ทั้งนี้ตัวแปรประจักษ์ทุกตัวสามารถใช้ทำนายคุณค่าที่ได้รับจากสถาบันได้มากถึงร้อยละ 52.2 – 90.4

2. การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

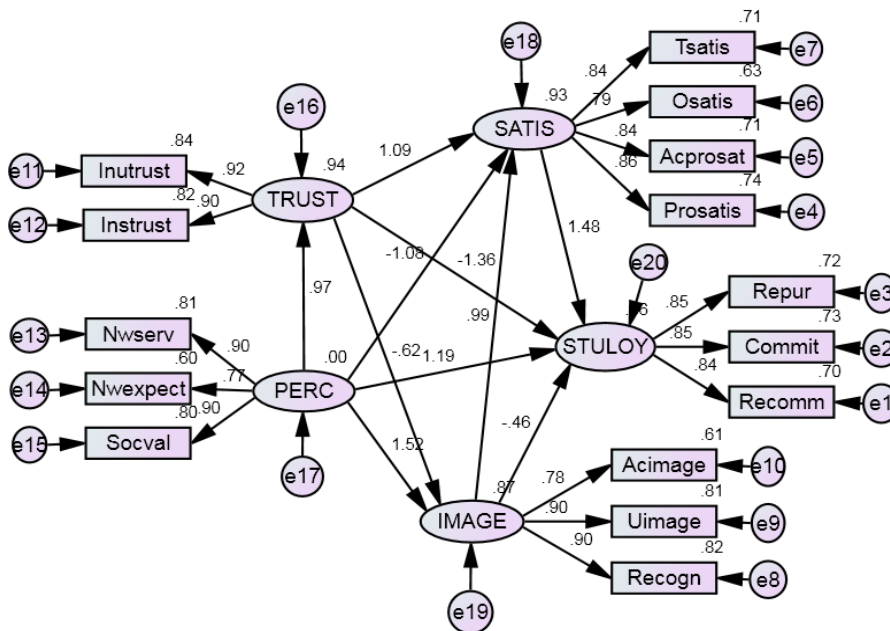
ภายหลังการวิเคราะห์องค์ประกอบแล้วพบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์ส่วนใหญ่ยังถูกจัดกลุ่มอยู่ภายใต้ตัวแปรแฝงเดิมหากแต่มีบางตัวแปรที่มีแตกต่างจากเดิมเล็กน้อย แต่ยังคงอยู่ในขอบเขตที่ได้ศึกษาแล้วจากการทบทวนวรรณกรรม โดยตัวแปรประจักษ์ของแต่ละตัวแฝงในโมเดลเหลือเพียง 15 ตัวแปร ประกอบด้วยตัวแปรประจักษ์ของตัวแปรแฝงความภักดีของนักศึกษา (STULOY) จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ การแนะนำสถาบันต่อผู้อื่น (Recomm) ความรู้สึกผูกพัน (Commit) และการเข้าศึกษาใหม่ (Repur) ตัวแปรประจักษ์ของตัวแปรแฝงความพึงพอใจของนักศึกษา (SATIS) จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่

ความพึงพอใจต่อการให้บริการของสถาบัน (Prosatis) ความพึงพอใจต่อกระบวนการด้านการศึกษา (Acprosat) ความพึงพอใจต่อผลลัพธ์ที่ได้ (Osatis) และความพึงพอใจภาพรวมของสถาบัน (Tsatis) ตัวแปรประจักษ์ของตัวแปรแฝงภาพพจน์ของสถาบัน (IMAGE) จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ การได้รับการยอมรับจากสังคมภายนอก (Recogn) ภาพพจน์สถาบันโดยรวม (Uimage) และภาพพจน์ด้านการศึกษา (Acimage) ตัวแปรประจักษ์ของตัวแปรแฝงความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน (TRUST) จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อถือต่อบุคลากรและคุณประโยชน์ที่ได้รับจากสถาบัน (Inustrust) และความเชื่อมั่นต่อการให้บริการของสถาบัน (Instrust) และตัวแปรประจักษ์ของตัวแปร

แฝงคุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน (PERC) จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ คุณค่าทางความรู้สึกโดยรวมของการให้บริการ (Nwserv) คุณค่าทางความรู้สึกโดยรวมของการศึกษา (Nwexpect) และมาตรฐานคุณภาพและคุณค่าทางสังคม (Socval)

จากการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม AMOS พบว่า โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรประจักษ์ในโมเดลก่อนปรับโมเดล มีความสัมพันธ์ทางด้านโครงสร้างและค่าดัชนีสำคัญๆ ดังในภาพที่ 2

ก่อนปรับโมเดล (Unmodified)



ภาพที่ 2. โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ยังไม่ได้ปรับโมเดล แสดงค่าดัชนี Standardized solution

Chi-Square = 354.516, df = 80, p-value = 0.000, Relative Chi-Square = 4.431, RMSEA = 0.094, NCP = 274.516, NFI = 0.940, RFI = 0.921, IFI = 0.953, CFI = 0.952, RMR = 0.039, GFI = 0.896, AGFI = 0.844, PGFI = 0.597, AIC = 434.516, CAIC = 633.162, ECVI = 1.117

จากข้อมูลโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรประจักษ์ที่ยังไม่ปรับโมเดลพบว่า ค่าดัชนีทุกค่าอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานเป็นส่วนใหญ่

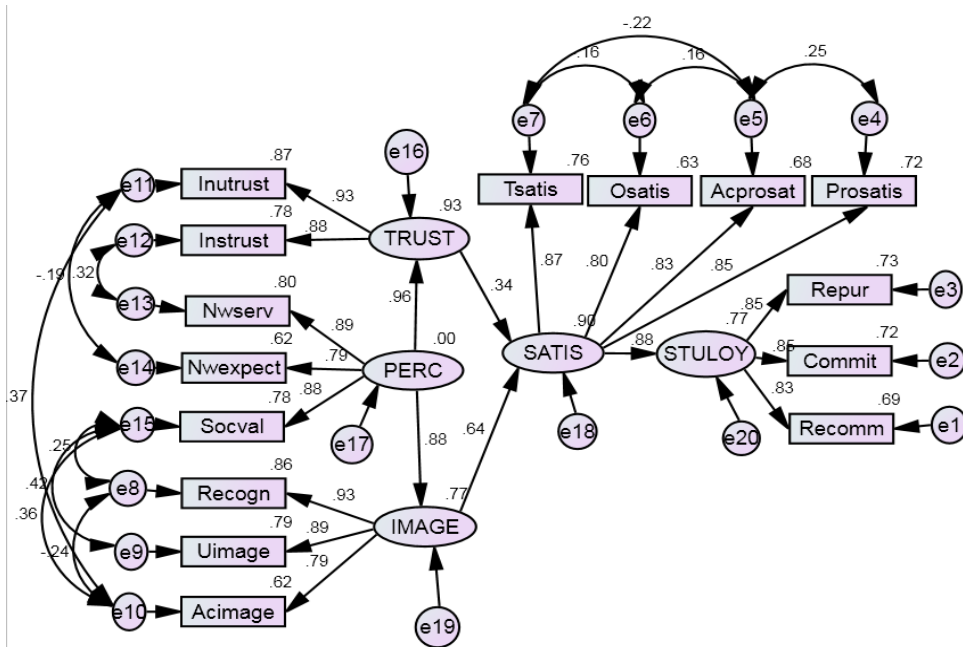
ซึ่งแสดงว่า โมเดลเชิงทฤษฎีแสดงแนวโน้มสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ค่อนข้างมากอยู่แล้ว ยกเว้นดัชนี RMSEA, NCP, ECVI, AIC, CAIC และ

ดัชนี Relative Chi-Square หรือ CMIN/DF มีค่ามากกว่า 2 บ่งบอกว่าโมเดลยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เล็กน้อย หากแต่เมื่อพิจารณาค่า p-value ที่นัยสำคัญระดับ 0.05 และค่าน้ำหนักอิทธิพล (Standardized loading) ระหว่างตัวแปรแฝงภายในและตัวแปรแฝงภายนอกบางตัวแปร เช่น ตัวแปรแฝงคุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน (PERC) กับตัวแปรแฝงความภาคภูมิใจของนักศึกษา (STULOY) ทำให้ต้องยอมรับสมมติฐานที่ว่าตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กัน ($p = .436$) ตัวแปรแฝงภาพลักษณ์ของสถาบัน (IMAGE) กับตัวแปรแฝงความภาคภูมิใจของนักศึกษา (STULOY) ไม่มีความสัมพันธ์กัน ($p = .603$) ตัวแปรแฝงความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน (TRUST) กับตัวแปรแฝงความภาคภูมิใจของนักศึกษา (STULOY) ไม่มีความสัมพันธ์กัน ($p = .294$) ตัวแปรแฝงคุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน (PERC) กับตัวแปรแฝงความพึงพอใจของนักศึกษา (SATIS) ไม่มีความสัมพันธ์กัน ($p = .146$) และตัวแปรแฝงความ

เชื่อถือที่มีต่อสถาบัน (TRUST) และตัวแปรแฝงภาพพจน์ของสถาบัน (IMAGE) ไม่มีความสัมพันธ์กัน ($p = .127$)

ผู้วิจัยจึงพิจารณาตัดเส้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญและปรับโมเดล เพื่อหาความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่รวบรวมได้อีกครั้ง โดยพิจารณาตัวแปรประจักษ์ที่มีค่า MI (Modification Index) ที่มีค่ามากกว่า 3.84 ประกอบกับค่า EPC (Expected parameter change) ที่มีค่าดัชนีสูง และพิจารณาถึงความเหมาะสมและเป็นไปได้ทางทฤษฎีประกอบ โดยพิจารณาจากเหตุผลเชิงทฤษฎีประกอบและปรับครั้งละ 1 พารามิเตอร์แล้ววิเคราะห์ใหม่ และภายหลังจากการปรับโมเดล พบว่า โครงสร้างความสัมพันธ์ทางเลือกหลังปรับโมเดลมีความสัมพันธ์ทางโครงสร้าง และมีค่าดัชนีสำคัญๆ ดังภาพที่ 3

หลังปรับโมเดล (Modified)



ภาพที่ 3. โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหลังการปรับโมเดลแล้ว แสดงค่าดัชนี Standardized solution

Chi-Square = 228.187, df = 74, p-value = 0.000, Relative Chi-Square = 3.084, RMSEA = 0.073, NCP = 154.187, NFI = 0.961, RFI = 0.945, IFI = 0.973, CFI = 0.973, RMR = 0.036, GFI = 0.934, AGFI = 0.894, PGFI = 0.576, AIC = 320.187, CAIC = 548.630, ECVI = 0.823

ผลการวิเคราะห์พบว่า โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ปรับโมเดลแล้ว มีค่าดัชนีที่เมื่อเปรียบเทียบกับดัชนีมาตรฐานแล้ว แสดงความสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มากกว่าโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ยังไม่ได้ปรับโมเดล โดยค่าดัชนีสำคัญๆ ส่วนใหญ่ที่บ่งบอกว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีมาก ได้แก่ Relative Chi-Square น้อยกว่า 5, RMSEA มีค่าระหว่าง 0.05 – 0.08, RMR น้อยกว่า 0.05 รวมทั้งค่าดัชนี NFI CFI IFI RFI GFI AGFI และ PGFI

อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ หากแต่ดัชนีสำคัญบางตัวที่ใช้บอกความสอดคล้องของโมเดล ยังมีค่าดัชนีไม่เป็นไปตามเกณฑ์ความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เช่น ค่า Chi-square ซึ่งควรมีน้อยสำคัญ ทั้งนี้ ด้วยเพราะตัวแปรประจักษ์มีการกระจายของข้อมูลแบบปกติเบ้ซ้ายเล็กน้อย จึงทำให้ค่า Chi-square สูงกว่าความเป็นจริง และทำให้มีโอกาสปฏิเสธสมมติฐานหลักได้มาก อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสมการได้ดังนี้

สมการโครงสร้าง (Structural Equations)

$$\text{TRUST} = 0.962 * \text{PERC}, \text{Errorvar.} = 0.037, R^2 = 0.925$$

$$\text{IMAGE} = 0.875 * \text{PERC}, \text{Errorvar.} = 0.039, R^2 = 0.766$$

$$\text{SATIS} = 0.890 * \text{PERC} + 0.345 * \text{TRUST} + 0.638 * \text{IMAGE}, \text{Errorvar.} = 0.060, R^2 = 0.897$$

$$\text{STULOY} = 0.781 * \text{PERC} + 0.303 * \text{TRUST} + 0.559 * \text{IMAGE} + 0.877 * \text{SATIS}, \text{Errorvar.} = 0.045, R^2 = 0.769$$

สมการมาตรวัด (Measurement Equations)

ตัวแปรแฝง STULOY

$$\text{Recomm} = 0.833 * \text{STULOY}, \text{Errorvar.} = 0.032, R^2 = 0.694$$

$$\text{Commit} = 0.850 * \text{STULOY}, \text{Errorvar.} = 0.033, R^2 = 0.723$$

$$\text{Repur} = 0.853 * \text{STULOY}, \text{Errorvar.} = 0.034, R^2 = 0.727$$

ตัวแปรแฝง SATIS

$$\text{Prosatis} = 0.846 * \text{SATIS}, \text{Errorvar.} = 0.035, R^2 = 0.716$$

$$\text{Acprosat} = 0.827 * \text{SATIS}, \text{Errorvar.} = 0.038, R^2 = 0.684$$

$$\text{Osatis} = 0.796 * \text{SATIS}, \text{Errorvar.} = 0.039, R^2 = 0.634$$

$$\text{Tsatis} = 0.870 * \text{SATIS}, \text{Errorvar.} = 0.035, R^2 = 0.756$$

ตัวแปรแฝง IMAGE

$$\text{Recogn} = 0.926 * \text{IMAGE}, \text{Errorvar.} = 0.024, R^2 = 0.858$$

$$\text{Uimage} = 0.887 * \text{IMAGE}, \text{Errorvar.} = 0.021, R^2 = 0.788$$

$$\text{Acimage} = 0.790 * \text{IMAGE}, \text{Errorvar.} = 0.032, R^2 = 0.624$$

ตัวแปรแฝง TRUST

$$\text{Inustrust} = 0.934 * \text{TRUST}, \text{Errorvar.} = 0.023, R^2 = 0.873$$

$$\text{Instrust} = 0.882 * \text{TRUST}, \text{Errorvar.} = 0.038, R^2 = 0.778$$

ตัวแปรแฝง PERC

$$\text{Nwserv} = 0.892 * \text{PERC}, \text{Errorvar.} = 0.028, R^2 = 0.795$$

$$\text{Nwexpect} = 0.790 * \text{PERC}, \text{Errorvar.} = 0.066, R^2 = 0.624$$

$$\text{Socval} = 0.884 * \text{PERC}, \text{Errorvar.} = 0.023, R^2 = 0.781$$

ตารางที่ 1. ผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลความสัมพันธ์ทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในโมเดล

ตัวแปรตาม	R ²	ความสัมพันธ์	ตัวแปรอิสระ			
			PERC	TRUST	IMAGE	SATIS
TRUST	0.925	DE	0.962*	-	-	-
		IE	N/A	-	-	-
		TE	0.962*	-	-	-
IMAGE	0.766	DE	0.875*	-	-	-
		IE	N/A	-	-	-
		TE	0.875*	-	-	-
SATIS	0.897	DE	N/A	0.345*	0.638*	-
		IE	0.890*	N/A	N/A	-
		TE	0.890*	0.345*	0.638*	-
STULOY	0.769	DE	N/A	N/A	N/A	0.877*
		IE	0.781*	0.303*	0.559*	N/A
		TE	0.781*	0.303	0.559*	0.877*

หมายเหตุ N/A = not applicable, * หมายถึง p <= 0.05, DE หมายถึง ความสัมพันธ์ทางตรง, IE หมายถึง ความสัมพันธ์ทางอ้อม และ TE หมายถึง ความสัมพันธ์รวม

จากสมการโครงสร้าง สมการมาตรวัด และผลการศึกษาในตารางที่ 1 พบว่าเส้นทางความสัมพันธ์เฉพาะที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งความสัมพันธ์ทางตรงและทางอ้อม และจากสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงในโมเดล และสมการมาตรวัดของแต่ละตัวแปรแฝง สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรแฝงและตัวแปรประจักษ์กับตัวแปรแฝงเฉพาะเส้นทางที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้ดังนี้

1) คุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน (PERC) ไม่มีความสัมพันธ์ทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความภักดีของนักศึกษา (STULOY) หากแต่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน (TRUST) และภาพพจน์ของสถาบัน (IMAGE) โดยมีค่านำหนักอิทธิพลเท่ากับ 0.962 และ 0.875

ตามลำดับ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกทางอ้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความพึงพอใจของนักศึกษา (SATIS) และความภักดีของนักศึกษา (STULOY) ผ่านทางภาพพจน์ของสถาบัน (IMAGE) และความพึงพอใจของนักศึกษา (SATIS) เส้นทางหนึ่ง และผ่านทางความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน (TRUST) และความพึงพอใจของนักศึกษา (SATIS) อีกเส้นทางหนึ่ง โดยมีค่านำหนักอิทธิพลเท่ากับ 0.890 และ 0.781 ตามลำดับ ทั้งนี้คุณค่าทางความรู้สึกโดยรวมของการให้บริการ (Nwserv) เป็นตัวแปรประจักษ์ที่มีน้ำหนักในการอธิบายคุณค่าที่ได้รับจากสถาบันมากที่สุด (0.892) และสามารถอธิบายความผันแปรของคุณค่าที่ได้รับจากสถาบันได้ร้อยละ 79.5 นั่นแสดงว่าคุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน ภาพพจน์ของสถาบัน และความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาและความภักดีของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ

2) ความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน (TRUST) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความพึงพอใจของนักศึกษา (SATIS) โดยมีค่าน้ำหนักอิทธิพลเท่ากับ 0.345 และมีความสัมพันธ์เชิงบวกทางอ้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความภักดีของนักศึกษา (STULYO) ผ่านทางความพึงพอใจของนักศึกษา (SATIS) โดยมีค่าน้ำหนักอิทธิพลเท่ากับ 0.303 และความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน (TRUST) ยังได้รับอิทธิพลเชิงบวกทางตรงขนาดสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจากเพียงตัวแปรเดียว คือ คุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน (PERC) โดยความเชื่อถือต่อบุคลากรและคุณประโยชน์ที่ได้รับจากสถาบัน (Intrust) เป็นตัวแปรประจักษ์ที่มีน้ำหนักในการอธิบายความเชื่อถือที่มีต่อสถาบันมากที่สุด (0.934) และสามารถอธิบายความผันแปรของความเชื่อถือที่มีต่อสถาบันได้ร้อยละ 87.3 นั้นแสดงว่า ความเชื่อถือที่มีต่อสถาบันมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ

3) ภาพพจน์ของสถาบัน (IMAGE) ไม่มีความสัมพันธ์ทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความภักดีของนักศึกษา (STULYO) หากแต่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความพึงพอใจของนักศึกษา (SATIS) และมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อความภักดีของนักศึกษา (STULYO) ผ่านทางความพึงพอใจของนักศึกษา (SATIS) โดยมีค่าน้ำหนักอิทธิพลเท่ากับ 0.638 และ 0.559 ตามลำดับ โดยการได้รับการยอมรับจากสังคมภายนอก (Recogn) เป็นตัวแปรประจักษ์ที่มีน้ำหนักในการอธิบายภาพพจน์ของสถาบันมากที่สุด (0.926) และสามารถอธิบายความผันแปรของภาพพจน์ของสถาบันได้ร้อยละ 85.8 กล่าวได้ว่า นักศึกษาจะมีความพึงพอใจต่อสถาบันเมื่อเกิดการยอมรับในชื่อเสียงและภาพพจน์ของสถาบันอย่างมีนัยสำคัญ

4) ความพึงพอใจของนักศึกษา (SATIS) มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความภักดีของนักศึกษา (STULYO) โดยมีค่าน้ำหนักอิทธิพลเท่ากับ 0.877 และความพึงพอใจต่อสถาบัน

โดยรวม (Tsatis) มีน้ำหนักในการอธิบายความพึงพอใจของนักศึกษามากที่สุด (0.870) และสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจของนักศึกษาได้ร้อยละ 75.6 จึงกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาเป็นรากฐานสำคัญของการเกิดความภักดีต่อสถาบันอย่างมีนัยสำคัญ

5) ความภักดีของนักศึกษา (STULYO) ได้รับอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมจากความพึงพอใจของนักศึกษา (SATIS) ภาพพจน์ของสถาบัน (IMAGE) ความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน (TRUST) และคุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน (PERC) ซึ่งทั้ง 4 ตัวแปรที่มาก่อนสามารถอธิบายความผันแปรของความภักดีของนักศึกษาได้ร้อยละ 76.9 โดยมีการเข้าศึกษาใหม่ (Repur) เป็นตัวแปรประจักษ์ที่มีน้ำหนักในการอธิบายความภักดีของนักศึกษา (STULYO) มากที่สุด (0.853) และสามารถอธิบายความผันแปรของความภักดีของนักศึกษาได้ร้อยละ 72.7

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจของนักศึกษาเป็นตัวแปรเชิงสาเหตุที่มาก่อน (Antecedent variable) ที่ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางตรงมากที่สุดไปยังความภักดีของนักศึกษา โดยมีคุณค่าที่ได้รับจากสถาบันเป็นตัวแปรแฝงเชิงสาเหตุที่ส่งอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมผ่านตัวแปรแทรกซ้อน (Intervening variable) ได้แก่ ภาพพจน์ของสถาบัน และความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน ซึ่งมีอิทธิพลน้อยที่สุดไปยังตัวแปรตาม คือ ความภักดีของนักศึกษา โดยมีความพึงพอใจของนักศึกษาเป็นตัวแปรคั่นกลาง (Mediating Variable) และเป็นเพียงตัวแปรเดียวที่ส่งผ่านอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรตามสุดท้ายในโมเดล

3. การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่าโมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงความภักดีของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเขตภาคเหนือตอนบนที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งเมื่อพิจารณาดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่าดัชนีสำคัญได้แก่ NFI CFI IFI RFI GFI AGFI และ PGFI

ผ่านเกณฑ์ ส่วนดัชนี RMR มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่าผ่านเกณฑ์ความสอดคล้องที่ดี และดัชนี RMSEA มีค่าอยู่ระหว่าง 0.05-0.08 หมายถึงโมเดลค่อนข้างสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หากแต่ดัชนีสำคัญเช่น Chi-square ซึ่งไม่ควรมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เนื่องจากตัวแปรประจักษ์มีการกระจายของข้อมูลเป็นแบบปกติเบ้ซ้าย จึงทำให้ค่า Chi-square สูงกว่าความเป็นจริง และทำให้ปฏิเสธสมมติฐานหลัก แสดงว่าโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ยังไม่สอดคล้องกลมกลืนกัน หากแต่เมื่อพิจารณา ค่าดัชนีสำคัญส่วนใหญ่ พบว่าในภาพรวมโมเดลค่อนข้างสอดคล้องกับข้อมูลประจักษ์ จึงตัดสินใจยอมรับสมมติฐานการวิจัย และสรุปได้ว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้นจากการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่าตัวแปรแฝงภายนอกทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ คุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน (PERC) ความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน (TRUST) และภาพพจน์ของสถาบัน (IMAGE) เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักศึกษา (STULOY) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยต่างส่งอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมผ่านความพึงพอใจของนักศึกษา (SATIS) อันเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้มีความพึงพอใจของนักศึกษาเป็นเพียงตัวแปรแฝงตัวแปรเดียวที่มีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความภักดีของนักศึกษา (STULOY) และมีน้ำหนักอิทธิพลมากที่สุด (0.877) ในขณะที่ตัวแปรแฝงภายนอกทั้ง 3 ตัวแปรเป็นตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความภักดีของนักศึกษา (STULOY) โดยคุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน (PERC) มีน้ำหนักอิทธิพลมากที่สุด (0.781) และความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน (TRUST) รวมทั้งภาพพจน์ของสถาบัน (IMAGE) มีอิทธิพลน้อยลงมาเรียงตามลำดับ มีน้ำหนักอิทธิพลเท่ากับ 0.559 และ 0.303

อธิบายสรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงในโมเดลได้ว่า ความพึงพอใจของนักศึกษา เป็นตัวแปร

ที่มาก่อนที่เป็นรากฐานสำคัญที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อการอธิบายความผันแปรของความภักดีของนักศึกษา ซึ่งเป็นผลมาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบอิทธิพลขนาดสูงที่สุด จากความพึงพอใจต่อสถาบันโดยรวม และความพึงพอใจของนักศึกษาเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามสุดท้ายในโมเดล โดยความพึงพอใจของนักศึกษาได้รับอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดจากคุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน อันเป็นผลจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบอิทธิพลขนาดสูงใกล้เคียงกัน 2 ตัว คือ คุณค่าทางความรู้สึกรวมของการให้บริการ และมาตรฐานคุณภาพและคุณค่าทางสังคม ทั้งนี้คุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน ได้รับอิทธิพลทางอ้อมขนาดสูงผ่านเส้นทางอิทธิพลของความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน โดยขนาดอิทธิพลรวมส่วนใหญ่เป็นผลมาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่สูงของตัวบ่งชี้ความเชื่อถือต่อบุคลากรและคุณประโยชน์ที่ได้รับจากสถาบัน และยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมขนาดสูงอีกเส้นทางหนึ่งผ่านทางภาพพจน์ของสถาบัน จากค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงที่สุดของตัวบ่งชี้การได้รับการยอมรับจากสังคมภายนอก ตามลำดับ

ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงสรุปและอภิปรายผลการวิจัยแยกตามประเด็นการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. จากผลการวิจัยซึ่งพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความภักดีกับตัวแปรที่มาก่อนต่างๆ ได้แก่ ความพึงพอใจของนักศึกษา ภาพพจน์ของสถาบัน คุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน และความเชื่อถือที่มีต่อสถาบัน ซึ่งความภักดีจัดเป็นตัวแปรที่มาก่อนที่ถือเป็นรากฐานสำคัญของการก่อเกิดความภักดี (Thompson, 2007) เนื่องจากมีผลกระทบเชิงบวกทางตรงอย่างมีนัยสำคัญ และมีอิทธิพลความสัมพันธ์รวมสูงสุดต่อการอธิบายความผันแปรของความภักดีของนักศึกษา (Mohamed, 2009; Thomas, 2011) ซึ่งเป็นผลมาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบอิทธิพลขนาดสูงที่สุดจากความพึงพอใจต่อสถาบันโดยรวม และจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการจัดหาเงินทุนและรายได้ของสถาบัน (Rowley, 2005) ด้วยเช่นกัน ดังนั้นการ

สร้างความภาคภูมิใจของนักศึกษาเป็นสิ่งที่สถาบันอุดมศึกษาเอกชนตระหนักถึงความจำเป็นในการพยายามรักษานักศึกษาให้คงอยู่ โดยวิธีการสร้างความพึงพอใจที่ดีให้นักศึกษา ทั้งนี้ความพึงพอใจของนักศึกษาเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีความสำคัญ สามารถเป็นตัวเชื่อมระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามอื่นๆ เช่น ภาพพจน์ของสถาบันและคุณค่าที่ได้รับกับพฤติกรรมส่วนบุคคลที่จะติดตามมา (Ryu et al., 2008; Mohamed, 2009) และโดยปกติความพึงพอใจจะมีความสัมพันธ์กับความภาคภูมิใจในลักษณะเป็นเส้นตรง และมีน้ำหนักความสัมพันธ์มากกว่าภาพพจน์ของสถาบันถึงประมาณ 3 เท่า (Douglas et al., 2006; Helgesen & Nettet, 2007) ดังนั้นความพึงพอใจจึงมีความสำคัญมากกว่าตัวแปรอื่น จึงกล่าวได้ว่าความพึงพอใจของนักศึกษาสามารถใช้เป็นตัวทำนายความภาคภูมิใจของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันการศึกษา (Brown & Mazzarol, 2009)

2. คุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อทั้งความพึงพอใจและความภาคภูมิใจของนักศึกษา (Brown & Mazzarol, 2009) และเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องระหว่าง คุณค่าที่ได้รับ ความพึงพอใจ และความภาคภูมิใจของนักศึกษาต่อสถาบัน (Gallarza & Saura, 2006) ความพึงพอใจของนักศึกษาเป็นตัวแปรที่ได้รับอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมอย่างมีนัยสำคัญจากคุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน ซึ่งเป็นผลจากการรับรู้คุณค่าทางความรู้สึกโดยรวมของนักศึกษาต่อมาตรฐานคุณภาพการศึกษาและการให้บริการทางการศึกษาของสถาบัน ตลอดจนการรับรู้คุณค่าและคุณประโยชน์ที่สถาบันมีต่อสังคมภายนอก โดยความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติของนักศึกษาต่อคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่มีต่อตนเอง ซึ่งจะขึ้นอยู่กับคุณภาพของการให้บริการทางการศึกษาของสถาบันในอันที่จะสร้างความรู้สึกพึงพอใจต่อความจำเป็นหรือความต้องการของนักศึกษาซึ่งเป็นลูกค้าในปัจจุบันหรืออนาคตก็ได้ และด้วยเพราะการรับรู้คุณค่าจะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจย้อนกลับมาเข้ารับการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น หรือการย้อนกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมของสถาบัน

การศึกษาผ่านทางความพึงพอใจ (Thomas, 2011) จึงกล่าวได้ว่า คุณค่าที่ได้รับจากสถาบันจะทำให้นักศึกษารู้สึกพึงพอใจต่อสถาบันและมีความภาคภูมิใจต่อสถาบันเพิ่มมากยิ่งขึ้น หากรับรู้ได้ว่าสถาบันยังคงพยายามรักษาค่าของผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีให้นักศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพสูง

3. ความเชื่อถือเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมในเชิงบวก จัดเป็นตัวกลางให้เกิดสัมพันธภาพที่น่าพึงพอใจและมั่นคง ความเชื่อถือที่มีต่อสถาบันเป็นความเต็มใจหรือยอมรับในคุณค่าของการกระทำของสถาบัน และเป็นความเชื่อมั่นของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันว่าจะกระทำในสิ่งที่เป็นประโยชน์หรือปรารถนาดีต่อนักศึกษาเอง ความเชื่อถือและความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันมีความสัมพันธ์กับความภาคภูมิใจของนักศึกษา โดยความเชื่อถือที่มีต่อสถาบันจะมีความสัมพันธ์ในลักษณะทางตรงขนาดปานกลางค่อนข้างต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความพึงพอใจของนักศึกษา และมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมขนาดปานกลางค่อนข้างต่ำผ่านเส้นทางความพึงพอใจของนักศึกษาไปยังความภาคภูมิใจของนักศึกษา ทั้งนี้ความเชื่อถือถูกมองว่าเป็นตัวแปรที่มาก่อนสัมพันธภาพในการที่จะทำงานร่วมกันหรือมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมในเชิงบวกให้แก่กันและกัน (Akbar & Parvez, 2009) ความเชื่อถือที่มีต่อสถาบันจึงเสมือนเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างคุณค่าที่ได้รับจากสถาบันและความพึงพอใจของนักศึกษา โดยความเชื่อถือของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากคุณค่าที่ได้รับจากสถาบัน จึงกล่าวได้ว่า นักศึกษาจะมีความภาคภูมิใจต่อสถาบันเพิ่มมากยิ่งขึ้น เมื่อรับรู้ได้ถึงกรให้บริการที่มีประสิทธิภาพและคุณประโยชน์จากการได้รับการศึกษาจากสถาบัน จนกลายเป็นความประทับใจและพึงพอใจต่อสถาบัน จนเกิดความรู้สึกผูกพันและอยากแนะนำบอกต่อเพื่อนและคนรู้จักให้เข้ามาศึกษาในสถาบันการศึกษาของตนเองในที่สุด

ความพึงพอใจและภาพพจน์ของสถาบัน จะมีความสัมพันธ์กับความภักดีของนักศึกษา และการยอมรับในภาพพจน์หรือชื่อเสียงของสถาบัน ซึ่งมีผลกระทบเชิงบวกทางอ้อมผ่านความพึงพอใจของนักศึกษา ต่อความภักดีของนักศึกษา (Thomas, 2011) จากผลการวิจัยซึ่งพบว่า ภาพพจน์ของสถาบัน มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางอ้อมขนาดปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความภักดีของนักศึกษา ผ่านทางความพึงพอใจของนักศึกษา โดยภาพพจน์ของสถาบันมีน้ำหนักอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความพึงพอใจของนักศึกษา มากกว่าความเชื่อถือที่มีต่อสถาบันประมาณ 2 เท่า และเป็นอิทธิพลสูงสุดจากการได้รับการยอมรับจากสังคมภายนอก สอดคล้องกับ Nguyen & LeBlanc (2001) ที่กล่าวไว้ว่า นักศึกษาจะมีความพึงพอใจต่อสถาบันเมื่อเกิดการยอมรับในชื่อเสียงและภาพพจน์ของสถาบันอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ระดับของความภักดีจะได้รับอิทธิพลจากชื่อเสียงและภาพพจน์ของสถาบัน โดยแนวโน้มนักศึกษา จะมีความจงรักภักดีมากขึ้น เมื่อเกิดการยอมรับในชื่อเสียงและภาพพจน์ของสถาบันมากขึ้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการรับรู้ภาพพจน์ของสถาบันจะสามารถใช้ทำนายความพึงพอใจและความภักดีของนักศึกษาได้ (Brown & Mazzarol, 2008) นั่นแสดงว่า ภาพพจน์ที่ดีงามของสถาบันจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจแก่นักศึกษา และนักศึกษาจะมีความภักดีต่อสถาบันเพิ่มมากขึ้น หากได้รับความประทับใจจากการประเมินสถาบันในทุกๆ ด้านจากประสบการณ์ต่างๆ ของนักศึกษาที่เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ (Recommendations)

ผลสรุปการวิจัยตลอดจนข้อเสนอแนะการวิจัยแก่ผู้ใช้ประโยชน์ในงานวิจัยครั้งต่อไป มีดังนี้

1) สถาบันอุดมศึกษาเอกชนยังมีช่องว่างในการปรับปรุงสถาบัน ทั้งในด้านการสร้างภาพพจน์ของ

สถาบันอุดมศึกษาเอกชนให้เป็นที่ยอมรับของสังคมภายนอก การปรับปรุงในด้านคุณภาพการบริการของสถาบันมีคุณภาพสูงขึ้น เพื่อให้ให้นักศึกษาเกิดความพึงพอใจต่อสถาบันมากขึ้น ดังนั้นหากจะทำให้ให้นักศึกษามีความภักดีต่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลในเชิงบวกให้เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ต้องการสมัครเข้ารับการศึกษาของนักศึกษากลุ่มเป้าหมายมากขึ้น สถาบันต้องพยายามพัฒนามาตรฐานการให้บริการทางวิชาการและรักษาคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีให้แก่ นักศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพสูง เพื่อให้เกิดการยอมรับในชื่อเสียงและภาพพจน์ของสถาบัน และเกิดความประทับใจจากการประเมินสถาบันในทุกด้านแก่นักศึกษาและผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งเป็นผู้ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของสถาบัน

2) สำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต ควรขยายผลการศึกษาไปถึงตัวแปรแฝงอื่นที่คาดว่าจะเกี่ยวข้องเพิ่มเติม รวมถึงควรแยกศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพต่างหากอีกงานวิจัยหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อเจาะลึกถึงรายละเอียดของแต่ละตัวแปร ควรเสริมด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้เกิดความเข้าใจทั้งในเชิงลึกของแต่ละตัวแปร และเข้าใจในอิทธิพลและผลกระทบที่เกิดขึ้น และจะเป็นประโยชน์ต่อไปในการวางแผนพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยการสนับสนุนเงินทุนวิจัยจากวิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยี และขอขอบคุณคณาจารย์และนักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนที่ให้ความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้ข้อเสนอแนะต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง (References)

- Akbar, M. M., & Parvez, N. 2009. Impact of service quality, Trust and Customer satisfaction on Customer loyalty. **ABAC Journal** 29(1): 24–38.
- Brown, R. M., & Mazzarol, T. W. 2009. The importance of institutional image to student satisfaction and loyalty within higher education. **Journal of Higher Education** 58(1): 81–95.
- Douglas, J., Douglas, A., & Barnes, B. 2006. Measuring student satisfaction at a UK university. **Quality Assurance in Education** 14(3): 251-267.
- Gallarza, M. G., & Saura, G. 2006. Value dimensions, perceived value, satisfaction and loyalty: An investigation of university students' travel behavior. **Tourism Management** 27(3): 437-452.
- Golin, A. 2004. Trust or Consequences. Retrieved December 9, 2013, from http://www.instituteforpr.org/files/uploads/AI_Golin2003.pdf.
- Helgesen, Ø., & Nettet, E. 2007. Images, Satisfaction and Antecedents: Drivers of Student Loyalty? A Case Study of a Norwegian University College. **Corporate Reputation Review** 10: 38 – 59.
- Henning-Thurau, T., Langer, F.M., & Hansen, U. 2001. Modeling and Managing Student Loyalty: An Approach Based on the Concept of Relationship Quality. **Journal of Service Research** 3(4): 331-344.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. 2003. Customer repurchase intention: A General structural equation model. **European Journal of Marketing** 37(11/12): 1762-1800.
- Johnson, M. D., & Gustafsson. 2000. **Improving customer satisfaction, loyalty, and profit: An integrated measurement and management system**. Jossey-Bass, San Francisco, CA, USA.
- Kline, R. B. 2005. **Principles and Practice of Structural Equation Modeling**, 2nded. New York: The Guilford Press.
- Kotzé, T. G., & du Plessis, P. J. 2003 “Students as “co-producers” of education: a proposed model of student socialisation and participation at tertiary institutions”, **Quality Assurance in Education** 11(4): 186 – 201.
- Mohamed, M. 2009. Building Corporate Image and Securing Student Loyalty in Malaysian Higher Learning Industry. **The Journal of International Management Studies** 4(30): 1.
- Navarro, M.M., Iglesias, M.P. and Torres, P.R. 2005. A new management element for universities: Satisfaction with the offered courses. **International journals of Educational Management** 19(6): 505-522.
- Nguyen, N., & LeBlanc, G. 2001. Image and Reputation of Higher Education Institutions in Students' Retention Decisions. **International Journal of Educational Management** 15(6): 303-311.
- Rowley, J. 2005. The four Cs customer loyalties. **Marketing Intelligence & Planning** 23 (6): 142 – 149.
- Ryu, K., Han, H., & Kim, T-H. 2008. The relationships among overall quick-casual restaurant image, perceived value, customer satisfaction and behavioral intention. **International Journal of Hospitality Management** 27(3): 459 – 469.

- Schuler, M. 2004. Management of the organizational image: A method for organizational image configuration. **Corporate Reputation Review** 7(1): 37-53.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. 2001. Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. **Journal of Retailing** 77: 203-220.
- Thomas, S. 2011. What drives student loyalty in universities: An empirical model from India. **International Business Research** 4(2): 183 – 192.
- Thompson, B. 2007. **Score reliability: Contemporary thinking on reliability issues**. Thousand Oaks: Sage.
- ธนีนาถ ฐนทร. 2549. การนำกลยุทธ์ CRM มาประยุกต์ในการบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา. **วารสารเซนต์จอห์น** 9(9) : 135.
- สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. 2553. **รายงานประจำปี 2553**. เอกสารอัดสำเนา.