

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษา
ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

**Confirmatory Factor Analysis in Factors Affecting Loyalty of Undergraduate
Students of Regular Programs, Rajabhat Maha Sarakham University**

ดวงนภา สุวรรณธาดา

Duangnapa Suwannatada

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Faculty of Management Science, Rajabhat Maha Sarakham University, Thailand

Tel: 08-4334-1561 Email: suwannatada561@gmail.com

(Received: October 30, 2021 ; Revised: November 12, 2021 ; Accepted: December 10, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย ราชภัฏมหาสารคาม จำนวน 425 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ผลการวิจัยพบว่า โมเดลของตัวแปรแฝงความพึงพอใจของนักศึกษาคุณภาพการ บริการและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 29 ตัวแปร

คำสำคัญ: ความจงรักภักดีต่อองค์กร, การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน, สถาบันอุดมศึกษา

Abstract

Research subject Confirmatory Factor Analysis in Factors Affecting Loyalty of Undergraduate Students of Regular Programs, Rajabhat Maha Sarakham University, the objective was to test factors that pass on loyalty to institution of students of Rajabhat Maha Sarakham University, a sample group of university students Rajabhat Maha Sarakham consisted of 425 people,

using a simple random sampling method. The statistics used in the data analysis were descriptive statistics including average percentage and using confirmatory factor analysis, analyzing the coherence of the model with the empirical data, the results revealed that model of latent variables of student satisfaction, service quality and university image consistent with empirical data with a total of 28 observable variables.

Keywords: *Organization loyalty, Confirmatory Factors Analysis, Higher education institutions*

บทนำ

สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของไทยจัดว่าเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ที่มีกระบวนการดำเนินงานที่ซับซ้อน นอกจากนั้นแล้วยังมีบทบาทหน้าที่ที่มีความหลากหลายทั้งการพัฒนานักศึกษา การพัฒนางานวิจัยและการให้บริการสังคม ดังนั้น การดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษา จึงมีความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมรวมไปถึงนักศึกษาหรือผู้เรียนที่มีสัมพันธ์กับกิจกรรมการจัดการเรียนการสอน อันเป็นหน้าที่หลักของสถาบันอุดมศึกษาและเป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญต่อบทบาทการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษา แต่จำนวนของนักศึกษาที่เข้าเรียนในระดับอุดมศึกษากลายมาเป็นปัญหาที่หลายมหาวิทยาลัยกำลังเผชิญ โดยกรอบแผนการศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565) ของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาแห่งชาติ (Office of the National Higher Education Commission, 2007) ระบุว่า ประชากรไทยยังมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ ส่งผลต่อจำนวนเด็กและเยาวชนที่ลดลง จึงชี้ให้เห็นว่าประชากรวัยอุดมศึกษาคือมีอายุในช่วง 18-22 ปี จากข้อมูลการลดลงของนักศึกษา อันมีสาเหตุมาจากอัตราการเกิดของประชากรลดลงส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาอย่างมาก ต้องมีการปรับตัวในการดำเนินงาน บางสถาบันได้รับผลกระทบจนมีการเลิกกิจการ นอกจากอัตราประชากรแล้วปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาคือนโยบายของรัฐบาลที่อนุญาตให้สถาบันการศึกษาจากต่างประเทศเข้ามาดำเนินงานในประเทศได้ส่งผลให้การแข่งขันเพื่อแย่งชิงจำนวนผู้เรียนมีความรุนแรงมากขึ้น และมหาวิทยาลัยราชภัฏก็เผชิญปัญหานี้เช่นกัน

ข้อมูลจากแผนบริหารความเสี่ยงมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามประจำปี 2561 (Rajabhat Mahasarakham University, 2018) ได้ระบุจำนวน นักศึกษาที่ลดลงเป็นความเสี่ยงในการดำเนินงานโดยมีปัจจัยเสี่ยงคือ การลดลงของประชากรวัยเรียน ทำให้แนวโน้มนักศึกษาเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามลดลงและแนวโน้มการเข้าเรียนต่อ สายสามัญลดลงจากนโยบายส่งเสริมให้นักเรียนศึกษาต่อในสายอาชีวะเพิ่มขึ้น การแข่งขันของมหาวิทยาลัยทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อจำนวนนักศึกษาที่เข้า ศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยของ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

มหาสารคาม และปัจจัยเสี่ยงดังกล่าวพบว่าถูกระบุไว้ในแผนบริหารความเสี่ยงปี 2564 (Rajabhat Mahasarakham University, 2018) แสดงให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามได้เผชิญกับปัญหาจำนวนนักศึกษาที่ลดลงอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลาหลายปี

สภาวะจำนวนนักศึกษาที่ลดลงนั้นได้อยู่ในความสนใจของผู้วิจัยและนำมาศึกษาเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษา มีงานวิจัยที่สะท้อนให้เห็นถึงการเชื่อมโยงหลักการทฤษฎีด้านการบริหาร การจูงใจ และการตลาดเข้ามาเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนต่อในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษา ขณะที่ทางด้านผู้เรียนนั้นมีโอกาสเข้าถึงการศึกษาในระดับอุดมศึกษาได้ง่ายมากขึ้น มีโอกาสเข้าเรียนในสถาบันที่มีชื่อเสียงได้มากขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยจะเป็นการศึกษาในขั้นตอนของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มีงานวิจัยระบุว่าการศึกษาที่ผู้เรียนเลือกสถานที่เรียนระดับอุดมศึกษานั้น ผู้เรียนพิจารณาจากภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและหลักสูตรในระดับมากที่สุด Suwanwong. N. (2017) และ Saengchan. K. (2006) พบว่าผู้เรียนมีระดับการตัดสินใจต่อการเลือกหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพาในระดับมาก ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ โดยอาจารย์ผู้สอนมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือหลักสูตร ภาพลักษณ์ของวิทยาลัย และการบริหารจัดการของวิทยาลัย ส่วนด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนในระดับปานกลาง Sudsanguan. K. (2017) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษานั้นในด้านสถาบันเหตุผลส่วนตัว และด้านเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก Samrit. W. (2017) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้นักเรียนโรงเรียนรัฐบาลในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจเลือกสถานที่เรียนมากที่สุดคือสถานศึกษา ขณะที่ Saikham1. R, Padgate. W. (2017, p.1348-1358) ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตภาคเหนือตอนล่าง พบว่าปัจจัยด้านระบบการสอบคัดเลือกมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือสภาพแวดล้อมของสถาบัน และค่าธรรมเนียมการศึกษา/แหล่งเงินทุน/ค่าใช้จ่ายต่างๆ ตามลำดับ ยังมีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนในระดับอุดมศึกษาในอีกมุมมองที่ต่างออกไป คือเมื่อผู้เรียนเข้ามาศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาแล้วผู้เรียนได้ผ่านประสบการณ์ด้วยตนเองแล้วผู้เรียนมีทัศนคติอย่างไรเมื่อเข้ามาสู่กระบวนการเรียนรู้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่แท้จริงของสถาบัน โดยเฉพาะการศึกษาภายใต้สภาวะการแข่งขันอย่างสูงของสถาบันอุดมศึกษาในปัจจุบัน ผลจากการวิจัยของ Wattana. N, Tantong. P. (2018, p. 632-650) Adisairattanakun. N, Ritkaew. S. (2017, p.72-82)

พบว่าความจงรัก- รักดีต่อองค์กรเป็นผลมาจากการที่ถูกคำมีทัศนคติในเชิงบวกต่อองค์กรมีการกลับมาใช้บริการซ้ำหรือ บอกต่อไปยังลูกค้าคนอื่นซึ่งเป็นผลต่อองค์กรในด้านภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือนำไปสู่ความ- สัมพันธ์ที่ดีต่อองค์กร ในขณะที่ Sue Ling Lai (2019) ได้ทำการศึกษาความจงรักภักดีของนักศึกษา ชาวเวียดนามที่ไปศึกษาในระดับอุดมศึกษาทั่วโลก โดยศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความจงรัก- รักดีซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือความจงรักภักดีทางทัศนคติและความจงรักภักดีทางพฤติกรรม พบว่า ความภักดีของนักเรียนต่างชาติเป็นปัจจัยที่สามารถผลักดันองค์กรไปสู่ความยั่งยืนทั้งทางตรงและทางอ้อม ในด้านการเงิน การจัดอันดับและทรัพยากรมนุษย์ จึงเป็นที่น่าสนใจว่าเมื่อผู้เรียนได้ตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาแล้วการที่จะทำให้ผู้เรียนมีความจงรักภักดีต่อสถาบันนั้นจะนำไปสู่ความผูกพันต่อสถาบันในระยะยาว

Kanraweekulthana. N, Kongmalai. O. (2017, p.19-36) ได้วิจัยเรื่อง ความเสี่ยงในการดำเนินการของมหาวิทยาลัยต่อความจงรักภักดีของนักศึกษา: บริบทการจัดการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความเสี่ยงทางการตลาดในมุมมองของนักศึกษาที่ส่งผลต่อความภักดีของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา และเสนอแนะแนวทางการบริหารความเสี่ยงเพื่อเพิ่มผล สัมฤทธิ์ในการพัฒนาประเด็นเชิงกลยุทธ์ด้านการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในบริบทของมหาวิทยาลัยราชภัฏ โดยในการศึกษาวิจัยได้นำทฤษฎีด้านการตลาดมาใช้ ผลการวิจัยพบว่าความ สัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความเสี่ยงของการศึกษาระดับอุดมศึกษา (7C's Higher Education) และความภักดีของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันองค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อลดความเสี่ยง

Charoenpanit. T. (2017) วิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในแบรนด์สถาบันการศึกษากรณีศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตหาดใหญ่ พบว่าตัวแปรที่ส่งผลต่อความภักดีในแบรนด์สถาบันการศึกษามี 4 ตัวเรียงลำดับจากตัวแปรที่มีผลมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดดังนี้ ความผูกพันที่มีต่อแบรนด์สถาบันการศึกษา การรับรู้คุณค่าแบรนด์สถาบันการศึกษา ภาพลักษณ์ของแบรนด์สถาบันการศึกษา และความไว้วางใจที่มีต่อแบรนด์สถาบันการศึกษา ตามลำดับ

Trakulkasemsuk. P, Sinjindawong. S, Manisri. C. (2017) วิจัยเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของนักศึกษาและภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยต่อความภักดีของนักศึกษาต่างชาติในมหาวิทยาลัยเอกชนไทย ผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของนักศึกษาต่างชาติสูงสุด รองลงมาคือความพึงพอใจของนักศึกษา ในขณะที่คุณภาพการบริการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของนักศึกษาต่างชาติ ทั้งยังพบว่าคุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของนักศึกษาค่อนข้างสูงมากแต่ไม่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย ในขณะที่ความพึงพอใจของนักศึกษากับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ

และผลย้อนกลับ ซึ่งพบว่าความพึงพอใจของนักศึกษามีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยค่อนข้างสูงมาก แต่ในทางกลับกันภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยกลับมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของนักศึกษาต่างชาติเป็นลบ

Laomalo. W. (2019) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS มีกลุ่มประชากรคือนักศึกษาชั้น ม.6 ที่สนใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปีการศึกษา 2562 โดยผ่านการคัดเลือกด้วยระบบ TCAS มากที่สุดคือ กลุ่ม ปัจจัยทางด้านสถาบันการศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาปัจจัยด้านหลักสูตร และปัจจัยทางด้านสังคม ตามลำดับ

Songsraboon. R. (2021, p. 220-231) วิจัยเรื่อง โมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีเชิงพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย พบว่า คุณภาพบริการ ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความภักดีเชิงพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย

ผู้วิจัยทำการสรุปกรอบแนวคิดวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมที่จะพัฒนาไปสู่กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

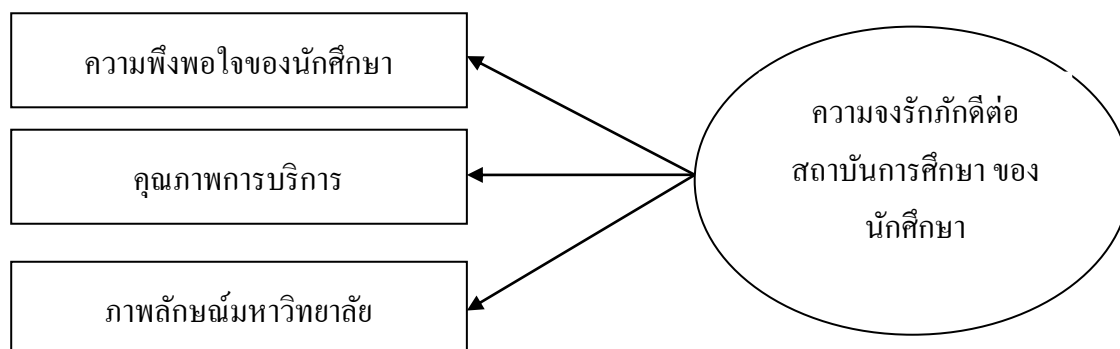
ตารางที่ 1 การพัฒนารอบแนวคิดวิจัย

ผู้วิจัย	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม
Charoenpanit. T. (2017)	1.ความไว้วางใจ 2.คุณภาพบริการ 3.ความผูกพัน	ความจงรักภักดีของนักศึกษา
Kanraweekulthana. N, Kongmalai. O. (2017)	ความเสี่ยงทางการตลาด 1.คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ 2.ราคา หรือ ต้นทุน 3.ความสะดวก 4.การติดต่อสื่อสาร 5.การดูแลเอาใจใส่ 6.ความสะดวกสบาย 7.ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ	ความจงรักภักดีของนักศึกษา

ตารางที่ 1 การพัฒนารอบแนวคิดวิจัย (ต่อ)

ผู้วิจัย	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม
Sue Ling Lai (2019)	1.การเงิน 2.การจัดอันดับ 3.ทรัพยากรมนุษย์	ความจงรักภักดีของนักศึกษา ชาวเวียดนาม
Laomalo. W. (2019)	1.ปัจจัยทางด้านบุคคล 2.ปัจจัยทางด้านการเงิน 3.ปัจจัยด้านหลักสูตร 4.ปัจจัยทางด้านการเงิน 5.ปัจจัยด้านครอบครัว 6. ปัจจัยด้านสังคม	การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้วิจัย	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม
Trakulkasemsuk, P, Sinjindawong. S, Manisri. C. (2017)	1. ความพึงพอใจของนักศึกษา 2. คุณภาพการบริการ 3. ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย	ความภักดีต่อ สถาบันอุดมศึกษา
Songsraboon. R. (2021)	1. ความพึงพอใจของนักศึกษา 2. คุณภาพการบริการ 3. ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย	ความภักดีเชิงพฤติกรรมของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน

จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าทฤษฎีด้านการบริหารจัดการและการตลาดเป็นตัวแปรหรือปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ภายใต้สถานการณ์ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามเผชิญมาเป็นเวลาหลายปีด้านจำนวนนักศึกษาที่ลดลงนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจนำหลักการด้านการบริหารและการตลาดจากงานวิจัยของ Trakulkasemsuk. P, Sinjindawong. S, Manisri. C. (2017) ที่ได้ศึกษาวิจัยในพื้นที่มหาวิทยาลัยเอกชนมาใช้ในการวิจัยเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐบาลและตั้งอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างและมีความแตกต่างด้านเป้าหมายการดำเนินงานของสถาบัน โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามมีบทบาทหน้าที่หลักในการพัฒนาชุมชนและคนในพื้นที่เป็นหลัก และยังมีความแตกต่างในกลุ่มนักศึกษาที่มีพื้นฐานครอบครัวและสิ่งแวดล้อมอื่นๆ แตกต่างกัน ผู้วิจัยสรุปแนวคิด ผลการศึกษา และกรอบตัวแปรจากการทบทวนวรรณกรรมนำไปสู่กรอบตัวแปรวิจัย ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย (ประภาวรรณ ตระกูลเกษมสุข และคณะ, 2560)

นำไปสู่สมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐาน 1 โมเดลวัดตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีความตรงเชิงโครงสร้าง

สมมติฐาน 2 โมเดลวัดตัวแปรคุณภาพการบริการที่มีความตรงเชิงโครงสร้าง

สมมติฐาน 3 โมเดลวัดตัวแปรภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่มีความตรงเชิงโครงสร้าง

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจของนักศึกษา หมายถึง ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อคุณภาพด้านวิชาการ คุณภาพสังคม บรรยากาศการเรียนการสอน การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและค่าใช้จ่ายในการศึกษา

คุณภาพการบริการ หมายถึง คุณภาพการบริการ ความเอาใจใส่ต่อนักศึกษาของสถาบัน ความน่าเชื่อถือ ความเป็นมืออาชีพ ความมีน้ำใจ

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย หมายถึง อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ทางภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ทางพฤติกรรม

ความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษา หมายถึง ภาวะความผูกพันของนักศึกษาที่เกิดจากทัศนคติ และพฤติกรรมที่แสดงออกด้วยความรู้สึกพึงพอใจในคุณภาพโดยรวมที่ได้รับเกินความคาดหวังจากสถาบันการศึกษาทั้งในด้านการบริการ และตัวบุคคล เกิดเป็นความเชื่อถือ เชื่อมั่น ในชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของสถาบัน การบริการ และตัวบุคคล ที่ได้รับอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นความคิดเห็นของนักศึกษาโดยตรง ผู้วิจัยมุ่งนำเสนอในด้านของนักศึกษาโดยไม่มีอิทธิพลจากบุคคลอื่น ใช้เครื่องมือวิจัยในการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือนักศึกษาภาคปกติมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีสถานะปกติในปีการศึกษาที่ 2563 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 13,510 คน (Rajabhat Mahasarakham University , 2020, online) กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane) โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่น 95% จึงมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 390 คน แจกแบบสอบถามด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ในการแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัย ทำการเก็บแบบสอบถามในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด - 19 จึงใช้การแจกแบบสอบถาม ออนไลน์ และเลือกใช้การสุ่มอย่างง่ายในการแจกแบบสอบถามด้วยการส่งแบบสอบถามออนไลน์ไป ยังคณะ ต่างๆ เพื่อกระจายแบบสอบถามไปยังกับนักศึกษาในสังกัดคณะ โดยได้ส่งแบบสอบถามถึง ทุกคณะที่มีการจัดการเรียนการสอน ระดับปริญญาตรี ภาคปกติของมหาวิทยาลัยโดยมีผู้ตอบ แบบสอบถาม จำนวน 425 คน

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามตามแนวทางในงานวิจัยของ Trakulkasemsuk. P, Sinjindawong. S, Manisri. C. (2017) เพื่อเก็บข้อมูลจากนักศึกษาภาคปกติ ซึ่งเป็นการสอบถามความคิดเห็นหรือการวัดทัศนคติเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์หาค่าประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ ข้อคำถาม 91 ข้อ ประกอบด้วยตัวแปรและข้อคำถาม ดังนี้

ตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษา ประกอบด้วยคำถาม 30 ข้อแบ่งเป็นด้านต่างๆ ดังนี้ด้านบรรยากาศการเรียนการสอน (envi) จำนวน 4 ข้อ ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา (Fee) จำนวน 4 ข้อ ด้าน

การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก (Faci) จำนวน 12 ข้อ ด้านคุณภาพสังคม (Soci) จำนวน 5 ข้อ ด้านคุณภาพวิชาการ (Edu) จำนวน 5 ข้อ

ตัวแปรคุณภาพการบริการ ประกอบด้วยคำถาม 44 ข้อแบ่งเป็นด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านความมีน้ำใจ (kind) จำนวน 9 ข้อ ด้านความเป็นมืออาชีพ (Pro) จำนวน 15 ข้อ ด้านความน่าเชื่อถือ (Trust) จำนวน 11 ข้อ ด้านความเอาใจใส่นักศึกษา (Care) จำนวน 5 ข้อ ด้านคุณภาพการบริการ (Serv) จำนวน 4 ข้อ

ตัวแปรอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ประกอบด้วยคำถาม 17 ข้อแบ่งเป็นด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านอัตลักษณ์ทางพฤติกรรม (identB) จำนวน 7 ข้อ ด้านอัตลักษณ์ทางภาพลักษณ์ของสถาบัน (identi) จำนวน 5 ข้อ ด้านอัตลักษณ์ทางวินัยภาษา (identL) จำนวน 5 ข้อ

นำแบบสอบถามทำการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวิจัยนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ผลการทดสอบค่า ครอนบาค (Cronbach's Alpha) มีค่าความน่าเชื่อมั่นระหว่าง 0.867-0.984 อยู่ในเกณฑ์ที่มากกว่า 0.7 ไปจนถึงเข้าใกล้ 1 หมายความว่าตัวแปรมีค่าอยู่ในเกณฑ์ดีถึงดีมาก (Hari et.,al, 2010)

สถิติในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน วิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อศึกษาค่าน้ำหนักของตัวแปรต่อความ จงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาของนักศึกษา การวิจัยนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) พัฒนาให้เป็นโมเดลการวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำเร็จรูป เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากแบบสอบถาม และสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
$\bar{X}$	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)
p	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
CMIN/DF	ดัชนีที่ใช้ในการเปรียบเทียบความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์
GFI	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (goodness of fit index)
AGFI	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (adjust goodness of fit index)
CFI	ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index)
RMSEA	ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 296 คน (69.6 %) และเพศชาย จำนวน 129 คน (30.4%) โดยเป็นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากศึกษา ในระดับชั้นปีที่ 4 จำนวน 169 คน (39.8%) รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 1 จำนวน 126 คน (29.6%) ชั้นปีที่ 2 จำนวน 88 คน (20.7%) และ ชั้นปีที่ 3 จำนวน 2 คน (9.9%) ตามลำดับ ด้านที่พักอาศัยระหว่างเรียนในมหาวิทยาลัยนักศึกษส่วนใหญ หอพักเอกชนจำนวน 317 คน (74.6%) รองลงมาคือ พักกับครอบครัว จำนวน 75 คน (17.6%) หอพักมหาวิทยาลัย จำนวน 23 คน (5.4%) และ พักบ้านญาติ จำนวน 10 คน (2.4%) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับที่สูงมาก (ไม่เกิด Multicollinearity) ทำการตรวจสอบ Multicollinearity ด้วยค่า Variance inflation factor (VIF) และค่า Tolerance โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบ ดังนี้ VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 10 และหากค่า Tolerance < 0.2 แสดงว่าเกิด Multicollinearity จากผลการวิเคราะห์จะพบว่า ค่า VIF มีค่าระหว่าง 3.597 – 7.933 ซึ่งไม่เกิน 10 และค่า Tolerance มีค่าระหว่าง 0.126 – 0.278 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.1 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงหรือไม่เกิด Multicollinearity

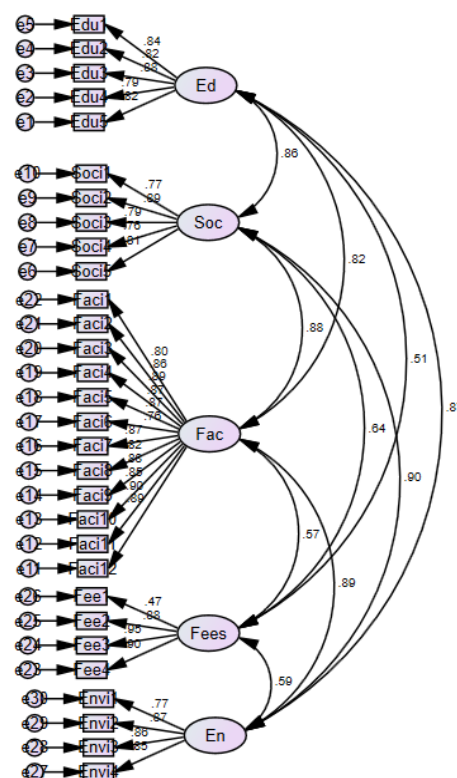
การตรวจสอบค่าเฉลี่ยของค่าความคลาดเคลื่อน (Homoscedasticity) พบว่าไม่เกิดปัญหา เช่นเดียวกับการตรวจสอบปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) พบว่าไม่เกิดปัญหา เช่นกัน โดยใช้สถิติทดสอบ durbin Watson ซึ่งต้องมีค่าระหว่าง 2-5 ผลการวิเคราะห์พบว่ามีค่า durbin Watson อยู่ในระดับ 2.012 (Hari et.,al, 2010)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

เกณฑ์ทางสถิติในการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผู้วิจัยเลือกใช้เกณฑ์ดังต่อไปนี้ $CMIN/df < 5$ (Schumacker and Lomax, 2004) $GFI \geq 0.90$ (Kline, 1998; Byrne, 1994) $CFI > 0.92$ (Hair, et al., 2010) $AGFI \geq 0.9$ (Kline, 1998 Hair et al.,2010 Lomax & Schumacker,2010) $RMSEA < 0.07$ เมื่อ $CFI \geq 0.92$ (Hair, et al.,2006)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษา

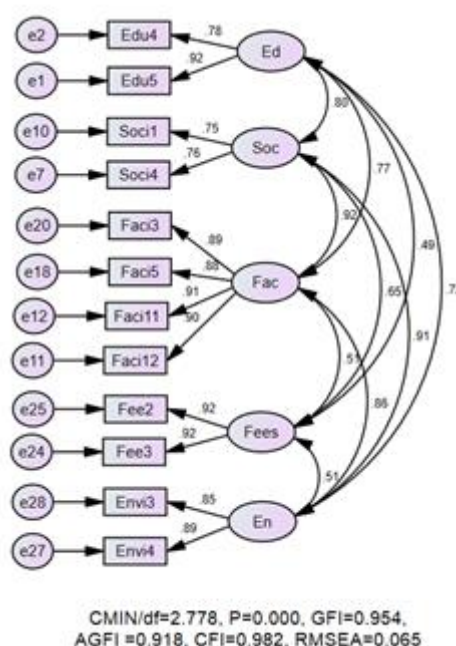
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของนักศึกษา ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรแฝง 5 ตัวแปรและตัวแปรสังเกตได้จำนวน 30 ตัวแปร นำตัวแปรทั้งหมดเข้าสู่โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อทำการวิเคราะห์ค่าสถิติตั้งต้น ดังนี้



CMIN/df=8.055, P=0.000, GFI=0.691,
AGFI=0.636, CFI=0.812, RMSEA=0.129

รูปที่ 2 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษา

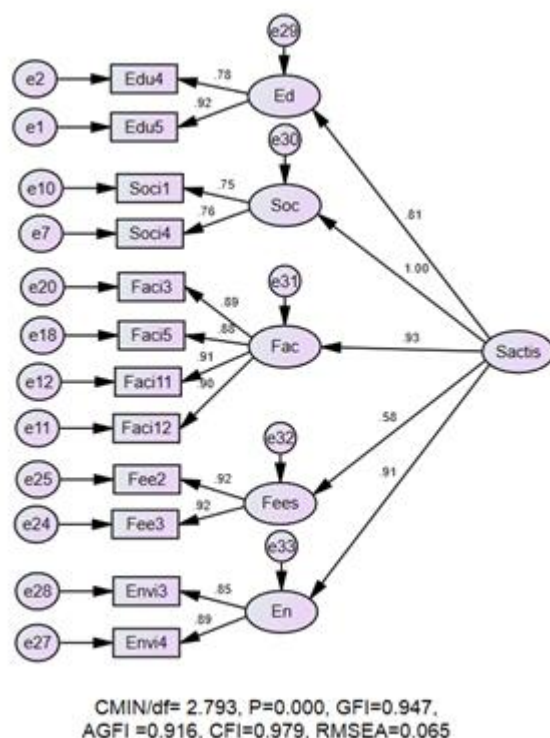
ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด ค่า CMIN/df=8.055, P=0.000, GFI=0.691, AGFI =0.636, CFI=0.812, RMSEA=0.129 แสดงให้เห็นว่า โมเดลการวัดความพึงพอใจของนักศึกษาไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นำไปสู่โมเดลความพึงพอใจของนักศึกษาในรูปที่ 3



รูปที่ 3 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษาลำดับที่ 1

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 พบว่าตัวแปรแฝงความพึงพอใจของนักศึกษา มีความตรงเชิงโครงสร้างพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความตรงของตัวแปร ได้แก่ CMIN/df=2.778, P=0.000, GFI=0.954, AGFI=0.918, CFI=0.982, RMSEA=0.065, โดยผลการทดสอบค่า CMIN/df แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับว่าโมเดลวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนี GFI และ CFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี RMSEA มีค่าเข้าใกล้ 0 เมื่อพิจารณาตัวแปรสังเกตทั้ง 5 ตัวของตัวแปรแฝงความพึงพอใจของนักศึกษา พบว่าค่าสัมประสิทธิ์น้ำหนักองค์ประกอบของทุกตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญสูงที่สุดคือ (Edu4) เกณฑ์ประเมินการเรียนการสอนที่เหมาะสม (0.78) (Edu5) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา (0.92) (Fee2) ค่าบำรุงการศึกษา/ค่าธรรมเนียม (0.92) (Fee3) ค่าครองชีพ (0.92) (Faci11) เทคโนโลยีและอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัย (0.91) (Faci12) มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในการเรียนการสอนที่เหมาะสม (0.90) (Faci3) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่ออำนวยความสะดวกในการเรียน (0.89) (Envi4) ความสะอาดของห้องเรียน (0.89) (Faci5) ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยและความสะดวกในการเดินทาง (0.88) (Envi3) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องเรียน (0.85) (Soci4) สัมพันธภาพกับอาจารย์ (0.76) (Soci1) การมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคม (0.75) ตามลำดับ

จึงสรุปได้ว่า ตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 12 ตัวแปรแฝง 5 ตัวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการวัดความพึงพอใจของนักศึกษา โดยทุกตัวมีค่าน้ำหนักเป็นบวกและมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับมาก แสดงว่าองค์ประกอบการวัดความพึงพอใจของนักศึกษาแต่ละตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝง จึงนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 มาผลการทดสอบในรูปที่ 4

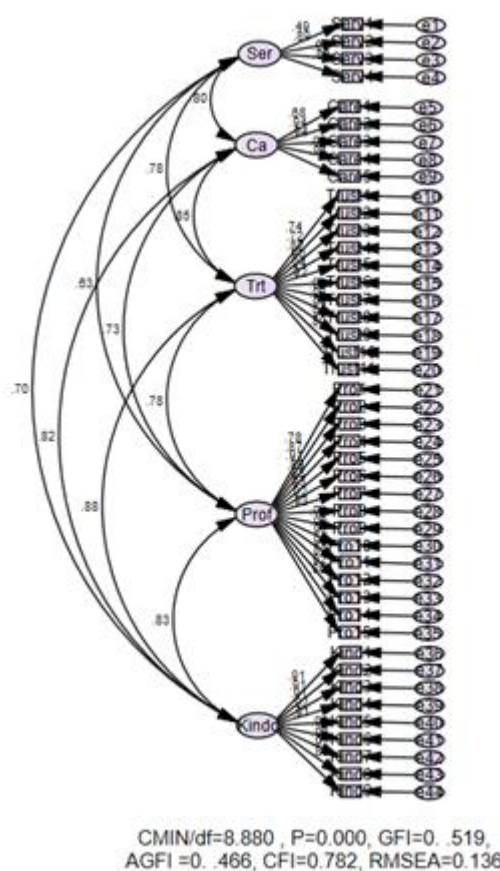


รูปที่ 4 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษาลำดับที่ 2

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 พบว่าตัวแปรแฝงความพึงพอใจของนักศึกษา มีความตรงเชิงโครงสร้างพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความตรงของตัวแปร ได้แก่ CMIN/df= 2.793, P=0.000, GFI=0.947, AGFI =0.916, CFI=0.979, RMSEA=0.065 โดยผลการทดสอบค่า CMIN/df แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับว่าโมเดลวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนี GFI และ CFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี RMSEA มีค่าเข้าใกล้ 0 เมื่อพิจารณาตัวแปรแฝงความพึงพอใจของนักศึกษาค่าสัมประสิทธิ์น้ำหนักองค์ประกอบของทุกตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญสูงที่สุดคือ ตัวแปรแฝง คุณภาพสังคม (1.00) ตัวแปรการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก (0.93) ตัวแปรบรรยากาศการเรียนการสอน (0.91) ตัวแปรแฝง คุณภาพด้านวิชาการ (0.81) ตัวแปรค่าใช้จ่ายในการศึกษา (0.58)

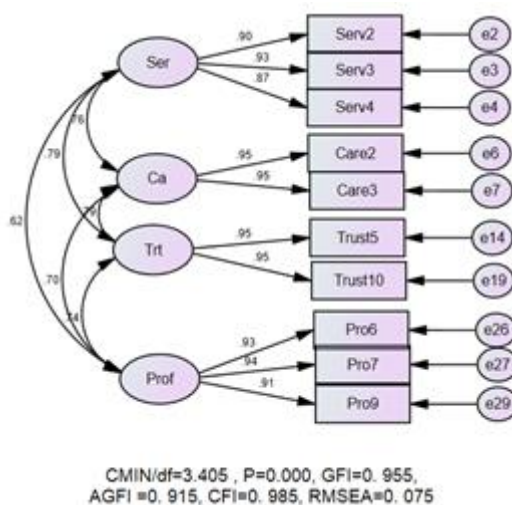
จึงสรุปได้ว่า ตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 12 ตัวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการวัดความพึงพอใจของนักศึกษา โดยทุกตัวมีค่าน้ำหนักเป็นบวกและมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับมาก แสดงว่าองค์ประกอบการวัดองค์กรผู้นำแต่ละตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝง

จึงยอมรับสมมติฐาน 1 โมเดลวัดตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษามีความตรงเชิงโครงสร้าง การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรคุณภาพการบริการ



รูปที่ 5 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรคุณภาพการบริการ

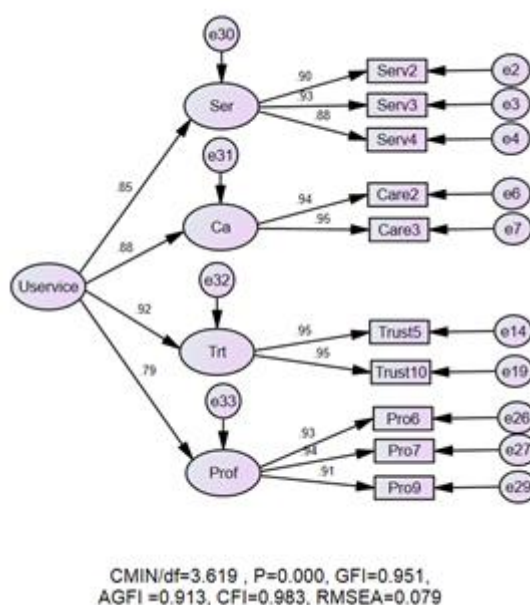
ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด ค่า CMIN/df=8.880, P=0.000, GFI=0.519, AGFI=0.466, CFI=0.782, RMSEA=0.136 แสดงให้เห็นว่า โมเดลการวัดคุณภาพการบริการไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงทำการปรับโมเดล นำไปสู่โมเดลคุณภาพการบริการในรูปที่ 6



รูปที่ 6 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรคุณภาพการบริการลำดับที่ 1

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่ 1 พบว่าตัวแปรแฝงคุณภาพการบริการมีความตรงเชิงโครงสร้างพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความตรงของตัวแปร ได้แก่ CMIN/df=3.405, P=0.000, GFI=0.955, AGFI=0.915, CFI=0.985, RMSEA=0.075 โดยผลการทดสอบค่า CMIN/df แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับว่าโมเดลวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนี GFI และ CFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี RMSEA มีค่าเข้าใกล้ 0 เมื่อพิจารณาตัวแปรสังเกตทั้ง 4 ตัวของตัวแปรแฝงคุณภาพการบริการ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์น้ำหนักองค์ประกอบของทุกตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญสูงที่สุดคือ (Care2) ติดต่อประสานงานด้วยความใส่ใจ (0.95) (Care3) เสนอผลประโยชน์/ทางเลือกที่ดีที่สุดแก่นักศึกษา(0.95) (Trust5) เจ้าหน้าที่อธิบายรายละเอียดในการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจน (0.95) (Trust10) ความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ (0.95) (Pro7) ความพร้อมของอาจารย์ที่จะให้คำปรึกษาเมื่อนักศึกษาเข้าพบ (0.94) (Pro6) การให้คำแนะนำแก่นักศึกษาได้อย่างรวดเร็วของอาจารย์ (0.93) (Serv3) ความตั้งใจและความกระตือรือร้น (0.93) (Pro9) การปฏิบัติตนน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีของอาจารย์ (0.91) (Serv2) ความพร้อมในการให้บริการ (0.90) (Serv4) การให้บริการที่รวดเร็ว และไม่มีขั้นตอนที่ซับซ้อน (0.87) ตามลำดับ

จึงสรุปได้ว่า ตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 10 ตัวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการวัดคุณภาพการบริการโดยทุกตัวมีค่าน้ำหนักเป็นบวกและมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับมาก แสดงว่าองค์ประกอบการวัดคุณภาพการบริการแต่ละตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝงจึงนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่ 2 มาผลการทดสอบในรูปที่ 7

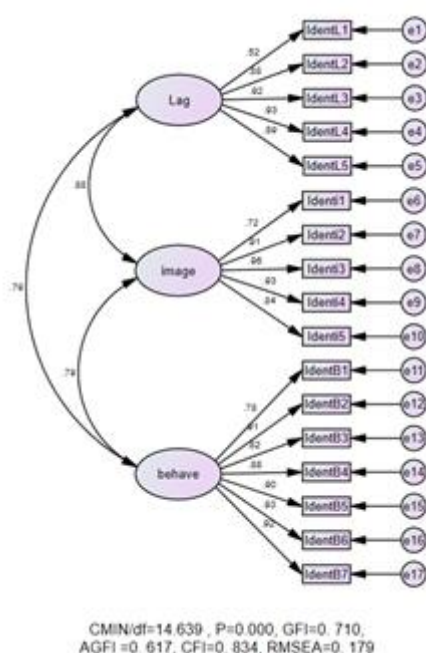


รูปที่ 7 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรคุณภาพการบริการลำดับที่ 2

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 พบว่าตัวแปรแฝงคุณภาพการบริการมีความตรงเชิงโครงสร้างพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความตรงของตัวแปร ได้แก่ CMIN/df=3.619, P=0.000, GFI=0.951, AGFI =0.913, CFI=0.983, RMSEA=0.079 โดยผลการทดสอบค่า CMIN/df แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับว่าโมเดลวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนี GFI และ CFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี RMSEA มีค่าเข้าใกล้ 0 เมื่อพิจารณาตัวแปรแฝงทั้ง 4 ตัวของตัวแปรแฝงคุณภาพการบริการลำดับที่ 2 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์น้ำหนักองค์ประกอบของทุกตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญสูงที่สุดคือ ตัวแปรความน่าเชื่อถือ (0.92) ตัวแปร ความเอาใจใส่นักศึกษา (0.88) ตัวแปรคุณภาพการบริการ (0.85) ตัวแปรความเป็นมืออาชีพ (0.79) ตามลำดับ

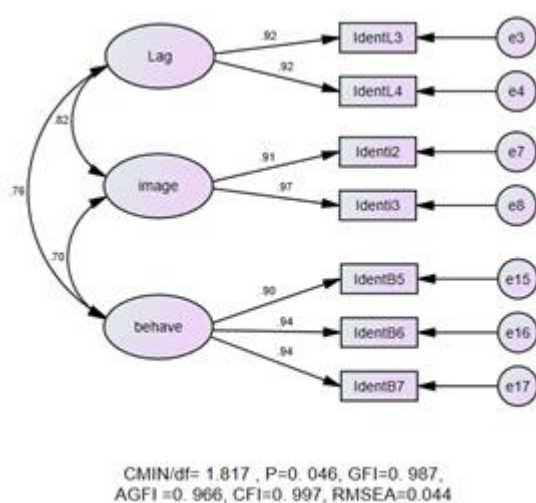
จึงสรุปได้ว่า ตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 10 และตัวแปรแฝง 4 ตัวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในคุณภาพการบริการโดยทุกตัวมีค่าน้ำหนักเป็นบวกและมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับมาก แสดงว่าองค์ประกอบการวัดองค์กรผู้นำแต่ละตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝง

จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 โมเดลวัดตัวแปรคุณภาพการบริการมีความตรงเชิงโครงสร้าง การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย



รูปที่ 8 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

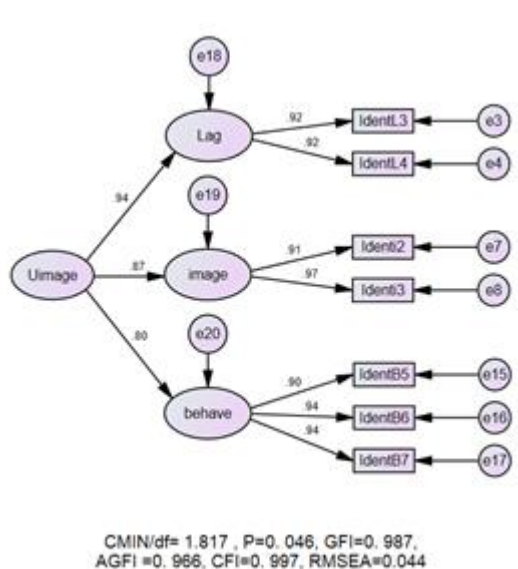
ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด ค่า CMIN/df=14.639 , P=0.000, GFI=0.710, AGFI =0.617, CFI=0.834, RMSEA=0.179 แสดงให้เห็นว่า โมเดลการวัดภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นำไปสู่โมเดลภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในรูปที่ 9



รูปที่ 9 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยลำดับที่ 1

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 พบว่าตัวแปรแฝงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมีความตรงเชิงโครงสร้างพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความตรงของตัวแปร ได้แก่ $CMIN/df = 1.817$, $P = 0.046$, $GFI = 0.987$, $AGFI = 0.966$, $CFI = 0.997$, $RMSEA = 0.044$ โดยผลการทดสอบค่า $CMIN/df$ แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับว่าโมเดลวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนี GFI และ CFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี $RMSEA$ มีค่าเข้าใกล้ 0 เมื่อพิจารณาตัวแปรสังเกตทั้ง 7 ตัวของตัวแปรแฝงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์น้ำหนักองค์ประกอบของทุกตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักความสำคัญสูงที่สุดคือ (Ident3) รูปแบบของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย (0.97) (IdentB6) บุคลิกลักษณะโดยรวมของนักศึกษา (0.94) (IdentB7) จรรยาบรรณของมหาวิทยาลัย (0.94) (IdentL3) เพลงประจำมหาวิทยาลัย (0.92) (IdentL4) การบอกปากต่อปาก การถูกกล่าวถึง (0.92) (Ident2) ตัวแทนหรือผู้นำเสนอมหาวิทยาลัย (0.91) (IdentB5) กิจกรรมเพื่อสังคม/ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (0.90) ตามลำดับ

จึงสรุปได้ว่า ตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 7 ตัวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยโดยทุกตัวมีค่าน้ำหนักเป็นบวกและมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับมาก แสดงว่าองค์ประกอบการวัดภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยแต่ละตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝง จึงนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 2 มาผลการทดสอบในรูปที่ 10



รูปที่ 10 รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยลำดับที่ 2

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่ 2 พบว่าตัวแปรแฝงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมีความตรงเชิงโครงสร้างพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความตรงของตัวแปร ได้แก่ $CMIN/df = 1.817$, $P = 0.046$, $GFI = 0.987$, $AGFI = 0.966$, $CFI = 0.997$, $RMSEA = 0.044$ โดยผลการทดสอบค่า $CMIN/df$ แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงยอมรับว่าโมเดลวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนี GFI และ CFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี $RMSEA$ มีค่าเข้าใกล้ 0 เมื่อพิจารณาตัวแปรแฝงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์น้ำหนักองค์ประกอบของทุกตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญสูงที่สุดคือ ตัวแปรด้านอัตลักษณ์ทางวันภาษา (0.94) ตัวแปรด้านอัตลักษณ์ทางภาพลักษณ์ของสถาบัน (0.87) ตัวแปรอัตลักษณ์ทางพฤติกรรม (0.80) ตามลำดับ

จึงสรุปได้ว่า ตัวบ่งชี้หรือตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 7 ตัวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยโดยทุกตัวมีค่าน้ำหนักเป็นบวกและมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับมาก แสดงว่าองค์ประกอบการวัดภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยแต่ละตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝง

จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 โมเดลวัดตัวแปรภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมีความตรงเชิง โครงสร้าง

การอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษาเอกสารด้านปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาของผู้เรียนพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาประกอบด้วยตัวแปรความพึงพอใจของนักศึกษา คุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยการศึกษาวิจัยนี้ใช้สถิติวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบรวมที่จะสามารถอธิบายความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปร ผลการวิเคราะห์สรุปได้ ดังนี้

1. ความพึงพอใจของนักศึกษามีองค์ประกอบของปัจจัยมีค่า KMO เท่ากับ 0.898 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ และมียังมีองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ดังนี้ เกณฑ์ประเมินการเรียนการสอนที่เหมาะสม (0.78) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา (0.92) การมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคม (0.75) สัมพันธภาพกับอาจารย์ (0.76) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่ออำนวยความสะดวกในการเรียน (0.89) ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยและความสะดวกในการเดินทาง (0.88) เทคโนโลยีและอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัย (0.91) มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในการเรียนการสอนที่เหมาะสม (0.90) ค่าบำรุงการศึกษา/ค่าธรรมเนียม (0.92) ค่าครองชีพ (0.92) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องเรียน (0.85) ความสะอาดของห้องเรียน (0.89)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแปรของโมเดลพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี ตัวแปรแฝง 5 ตัวได้แก่ ได้แก่ คุณภาพด้านวิชาการ คุณภาพสังคม การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าใช้จ่ายในการศึกษา และบรรยากาศการเรียนการสอน ตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ (Edu4) เกณฑ์ประเมินการเรียนการสอนที่เหมาะสม (Edu5) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา (Soci1) การมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคม (Soci4) สัมพันธภาพกับอาจารย์ (Faci3) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่ออำนวยความสะดวกในการเรียน ((Faci5) ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยและความสะดวกในการเดินทาง (Faci11) เทคโนโลยีและอุปกรณ์การเรียนการสอนมีความทันสมัย (Faci12) มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในการเรียนการสอนที่เหมาะสม (Fee2) ค่าบำรุงการศึกษา/ค่าธรรมเนียม (Fee3) ค่าครองชีพ (Envi3) สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องเรียน (Envi4) ความสะอาดของห้องเรียน

2. คุณภาพการบริการ มียังองค์ประกอบของปัจจัยมีค่า KMO เท่ากับ 0.889 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ และมียังองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ดังนี้ ความพร้อมในการให้บริการ (0.90) ความตั้งใจและความกระตือรือร้น (0.93) การให้บริการที่รวดเร็ว และไม่มีการขึ้นตอนที่ซับซ้อน (0.87) ติดต่อประสานงานด้วยความใส่ใจ (0.95) เสนอผลประโยชน์/ทางเลือกที่ดีที่สุดแก่นักศึกษา(0.95) เจ้าหน้าที่อธิบายรายละเอียดในการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจน (0.95) ความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ (0.95) การให้คำแนะนำนักศึกษาได้อย่างรวดเร็วของอาจารย์ (0.93) ความพร้อมของอาจารย์ที่จะให้คำปรึกษาเมื่อนักศึกษาเข้าพบ (0.94) การปฏิบัติตนน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีของอาจารย์ (0.91)

พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี ตัวแปรแฝง 4 ตัวได้แก่ ได้แก่ คุณภาพการบริการ ความเอาใจใส่นักศึกษา ความน่าเชื่อถือ และความเป็นมืออาชีพ ตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ (Serv2) ความพร้อมในการให้บริการ (Serv3) ความตั้งใจและความกระตือรือร้น (Serv4) การให้บริการที่รวดเร็ว และไม่มีการขึ้นตอนที่ซับซ้อน (Care2) ติดต่อประสานงานด้วยความใส่ใจ (Care3) เสนอผลประโยชน์/ทางเลือกที่ดีที่สุดแก่นักศึกษา (Trust5) เจ้าหน้าที่อธิบายรายละเอียดในการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจน (Trust10) ความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ (Pro6) การให้คำแนะนำนักศึกษาได้อย่างรวดเร็วของอาจารย์ (Pro7) ความพร้อมของอาจารย์ที่จะให้คำปรึกษาเมื่อนักศึกษาเข้าพบ (Pro9) การปฏิบัติตนน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีของอาจารย์

3. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย มียังองค์ประกอบของปัจจัยมีค่า KMO เท่ากับ .764 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ และมียังองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ดังนี้ เพลงประจำมหาวิทยาลัย (0.92) การบอกปากต่อปาก การถูกกล่าวถึง(0.92) ตัวแทนหรือผู้นำเสนอมหาวิทยาลัย (0.91) รูปแบบของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย (0.97)

กิจกรรมเพื่อสังคม/ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (0.90) บุคลิกลักษณะโดยรวมของนักศึกษา (0.94) จรรยาบรรณของมหาวิทยาลัย (0.94)

พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี ตัวแปรแฝง 4 ตัวได้แก่ ได้แก่ อัตลักษณ์ทางวินัยภาษา อัตลักษณ์ทางภาพลักษณ์ของสถาบัน และอัตลักษณ์ทางพฤติกรรม ตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ (IdentL3) เพลงประจำมหาวิทยาลัย (IdentL4) การบอกปากต่อปาก การถูกกล่าวถึง (IdentL2) ตัวแทนหรือผู้นำเสนอมหาวิทยาลัย (IdentL3) รูปแบบของสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย (IdentB5) กิจกรรมเพื่อสังคม/ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัย (IdentB6) บุคลิกลักษณะโดยรวมของนักศึกษา (IdentB7) จรรยาบรรณของมหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ จากผลการวิจัยพบว่าตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงควรมีการนำมาพัฒนาต่อเพื่อใช้ในขั้นตอนการปฏิบัติงานของมหาวิทยาลัย และเนื่องจากการเก็บข้อมูลในช่วงที่มีการระบาดของเชื้อโควิด 19 ซึ่งนักศึกษาต้องเรียนออนไลน์เต็มรูปแบบ ต่อเนื่องมาจากปลายปี พ.ศ. 2562 นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามจึงถือว่าไม่อยู่ในสถานการณ์ปกติ ไม่มีการจัดกิจกรรมภายในสถาบันการศึกษา ไม่มีการพบปะอาจารย์ผู้สอนและเพื่อนร่วมสถาบัน การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยจึงไม่ได้รับความสะดวกในบางครั้ง สามารถเก็บข้อมูลในช่วงเวลาปกติและนำผลการศึกษามาวิเคราะห์ในเชิงเปรียบเทียบผลการวิจัยเพื่อยืนยันผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ในการวิจัยครั้งต่อไปการศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อสถาบันการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามสามารถขยายกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เช่น นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ประชากรและองค์การมีความใกล้เคียงกัน และเพื่อความแม่นยำในการวิเคราะห์ทางสถิติสามารถใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ขึ้นให้มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากขึ้นเพื่อให้เห็นถึงค่าสถิติวิเคราะห์จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้น

สามารถพัฒนาเครื่องมือวิจัยไปสู่การวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method Resesrch) เข้ามาโดยใช้การเก็บข้อมูลทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณการศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

การพัฒนาตัวแปรด้านการตลาดเข้ามาร่วมในการวิเคราะห์เพื่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจต่อสถาบันการศึกษา

REFERENCES

- Adisairattanakun, N, Ritkaew, S. (2017). Customer Loyalty to FTTx Products & Services Provided by TOT Public Company Limited in Suratthani. *WMS Journal of Management Walailak University*. Vol.6 No.3 (Sep – Dec 2017): 72-82. (in Thai)
- Byrne, B. M. (1994). *Structural Equation Modelling with EQS and EQS/Windows: Basic Concepts, Applications, and Programming*. California: Sage Publications.
- Charoenpanit, T. (2017). Factors Influencing Band Loyalty Institutions: A Stusy of Prince of Songkla University Hat Yai Campus. Songkla. Master Degree of Business Administration in Marketing. Prince of Songkla University. Retrieved from <https://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/12512?mode=full>. (in Thai)
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hair, JF, Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis , vol. 6*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kanraweekulthana, N, Kongmalai, O. (2017). Operational Risks of Loyalty to the University of the Students: in the Context of Science and Technology Education. The context of educational management in science and Technology. *Journal of Education*, Vol. 43, No. 1 (January - March 2015), 19-36. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EDUCU/article/view/32652>. (in Thai)
- Kline, R. B. (1998). *Principles and practice of structural equation modeling*. NY: Guilford Press.
- Laomalo, W. (2019). Factors Affecting Students' Decision to Study Undergraduate Studies Khon Kaen University Academic Year 2019 through the selection process with the TCAS system. Office of Academic Administration and Development. Khon Kaen University. Retrieved from https://registrar.kku.ac.th/policy/download/research/research62_7.pdf. (in Thai)
- Namthip, S, Kongmalai, O, Kanraweekulthana, N. (2014). Satisfaction and loyalty of student: Perspective on Higher Education. *Veridian E-Journal*. Year 7, Issue 3, September – December 2014. 888-900. (in Thai)

- Office of the National Higher Education Commission. (2007). 15-Year Long-Term Educational Plan Framework, Issue 2 (2008-2022). Retrieved from <http://www.sci.ubu.ac.th/assets/upload/files/HEPlan-Final.pdf>. (in Thai)
- Rajabhat Mahasarakham University. (2018). *Risk Mamagement Plan Rajabhat Mahasarakham University Fiscal year 2018*. Mahasarakham, Thailand. (in Thai)
- Rajabhat Mahasarakham University . (2020). 1 September 2020. <https://regis.rmu.ac.th>
- Rajabhat Mahasarakham University. (2021). *Risk Mamagement Plan Rajabhat Mahasarakham University Fiscal year 2021*. Mahasarakham, Thailand. (in Thai)
- Saengchan, K. (2006). Factors Affecting Decision to Study in Public Administration Program Master's Degree College of Public Administration Burapha University. Chonburi : Graduate School, Burapha University. Retrieved from <https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve.DOI=10.14457/BUU.res.2006.45>. (in Thai).
- Saikhaml, R, Padgate, W. (2017). Factors Affecting Decision-Making to Further Study at Higher Education Level of High School Students in the Lower Northern Region of Thailand. Naresuan Research No. 13: *Research and Innovation Driving Economics and Society*. 1348-1358. Retrieved from https://registrar.kku.ac.th/policy/download/research/research62_7.pdf. (in Thai)
- Samrit, W. (2017). Factors that Influenced The Decision Making of Public High School Students in Bangkok to Study in Bachelor's Degree, International Program. *Journal of Humanities and Social Sciences Rajapruet University*. Year 2 No. 3 (October 2016 – January 2017). (in Thai)
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling, Second edition*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling (3rd eds.)*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Songsraboon, R. (2021). The Structural Equation Model of Factors Influencing Behavioral Loyalty of Private University Students in Thailand. *Journal of Educational Measurement*, Mahasarakham University. No. 27 Issue No. 1: January - June 2021. 220-231. (in Thai)
- Sudsanguan, K. (2017). The Research on Decision Factors for Further Education in Higher Education of Senior Secondary students in Demonstration School of Silpakorn University. *Veridian E-Journal*, Silpakorn University. Retrieved from <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/85435>. (in Thai)

- Sue Ling Lai , Hiep-Hung Pham , Hong-Kong To Nguyen, The-Cuong Nguyen and Anh-Vinh Le. (2019). Toward Sustainable Overseas Mobility of Vietnamese Students: Understanding Determinants of Attitudinal and Behavioral Loyalty in Students of Higher Education. Sustainability 2019, 11(2), 383; <https://doi.org/10.3390/su11020383>
- Suwanwong. N. (2017). Factors affecting the decision to choose to study for a bachelor's degree in Rajamangala University of Technology Isan Nakhon Ratchasima (quota system). Rajamangala University of Technology. (in Thai)
- Trakulkasemsuk. P, Sinjindawong. S, Manisri. C. (2017). Factors Driving Loyalty toward Thai private higher education institutions: Offerings from Administrators to Stakeholders' Responses. Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts). No.10, Issue 2, May – August 2017. 1755-1770 Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/apheitvu/article/view/126834>. (in Thai)
- Wattana. N, Tantong. P. (2018). Tourist's Loyalty in Social Commerce Context. Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts) No. 11, Issue 2, May - August 2018, 632-650. Retrieved from <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/140333>. (in Thai)