



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

นักศึกษาในฐานะลูกค้า: ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการ
ในสถาบันการศึกษาขั้นสูง กรณีศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
Students As Customers: Factors Affecting Satisfaction toward Service Quality in Higher Education,
Case Study of King Mongkut's Institute of Technology, Ladkrabang



T137626

นางสาวกฤตัญญา ณ ป้อมเพ็ชร

RCH
ก ๗๒๔ ๙
๒๕๕๘

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 137626
รับเดือนปี 13 0.0. 2558

b. 12696096
i.

ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยจากเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2557

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย) นักศึกษาในฐานะลูกค้า: ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการ
ในสถาบันการศึกษาชั้นสูง กรณีศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง

แหล่งเงิน... เงินรายได้ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

ประจำปีงบประมาณ 2557 จำนวนเงินที่ได้รับการสนับสนุน 130,000 บาท

ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2556 ถึง 30 กันยายน 2557

ชื่อ-สกุล หัวหน้าโครงการ : นางสาวกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร

หน่วยงานต้นสังกัด : วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

บทคัดย่อ

ความพึงพอใจที่นักศึกษาได้รับเป็นสิ่งสำคัญสำหรับมหาวิทยาลัยในอันที่จะรักษานักศึกษาไว้และทำให้มีนักศึกษาใหม่เข้ามาเรียนเพิ่มขึ้น วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูง กรณีศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนักศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 392 คน สถิติที่ใช้ได้แก่ค่าเฉลี่ย ร้อยละ การวิเคราะห์ปัจจัย และวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ชั้นปีที่ 3 เกรดเฉลี่ย 2.61-2.90 มากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบัน ได้แก่ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน ปัจจัยด้านหลักสูตรและสังคม ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการรับรู้การเรียนรู้นักศึกษา และปัจจัยด้านความสวยและการวางผังของสถาบัน กลุ่มตัวอย่างเห็นให้ความสำคัญกับการบริการในสถาบันระดับมากที่สุดในเรื่องความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาของอาจารย์ผู้สอน อาจารย์มีความสามารถในการอธิบายและถ่ายทอดความรู้ให้เข้าใจเนื้อหาวิชา ความปลอดภัยของสถาบัน อาจารย์ดำเนินการสอนตรงตามวัตถุประสงค์และครอบคลุมเนื้อหาของวิชา อาจารย์วางแผนและเตรียมการสอน อาจารย์ยอมรับฟังความคิดเห็นและข้อวิจารณ์ของผู้เรียน อาจารย์ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษานอกเวลาเรียน การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการวิเคราะห์ มีชื่อเสียงทางด้านวิชาการ อาจารย์มีการวัดและประเมินผลตรงตามวัตถุประสงค์และครอบคลุมเนื้อหาของวิชา และห้องสมุดมีหนังสือและแหล่งสืบค้นข้อมูลมากและหลากหลาย ผลการวิจัยพบว่านักศึกษามีความพึงพอใจและความภาคภูมิใจในสถาบันระดับมาก

คำสำคัญ: การบริการ ความพึงพอใจ นักศึกษา สถาบันการศึกษาชั้นสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Research Title : Students as Customers: Factors Affecting Satisfaction toward Service Quality in Higher Education, Case Study of King Mongkut's Institute of Technology, Ladkrabang

Researcher : Miss Kulkanya Napompech

Institute : Administration and Management College,
King Mongkut's Institute of Technology, Ladkrabang

ABSTRACT

The satisfaction of students is important for universities in order to retain students and improve enrollment. The objective of this research is to study factors affecting satisfaction with service quality in higher education institutes, based on a case study of King Mongkut's Institute of Technology, Ladkrabang. This study obtained data via questionnaires from 392 respondents. Statistics used were percentage, mean, factor analysis, paired sample t-test, and one-way ANOVA.

Research results showed that most respondents were female, in their third year of the university, and had an average grade of 2.61-2.90. Factors affecting satisfaction with service quality are professors, course content, social factors, facilities, students' perceptions of their development in learning, and pleasing layout of the institute. Service items that respondents rated as most important were expertise of professors, professors' ability to explain well, safety of the university, consistency of teaching with course objectives, and coverage of course content, professors' preparation for teaching, professors' receptivity to students' ideas, professors' provision of advice out of classroom, development of students in analysis, strong reputation of the university, professors receiving good evaluations for the course, and the availability of lots of books and sources for data at the library. The results showed that respondents were highly satisfied with the institute and were highly loyalty. According to comparison between expectations and perceptions of service quality, respondents perceived the service quality that they received lower in all items than their expectations.

Keywords: professors, quality, satisfaction, students, teachers.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากวิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จากเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	2
1.4 วิธีดำเนินการวิจัย.....	2
1.5 ประโยชน์ของการวิจัย.....	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า.....	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการบริการ.....	5
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	12
3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	12
3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	13
บทที่ 4 ผลการวิจัย	15
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	15
4.2 ระดับความสำคัญของการบริการในสถาบัน.....	16
4.3 ความพึงพอใจและความภักดีของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพการบริการของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.....	31
4.4 ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพการบริการของ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังกับการรับรู้คุณภาพ.....	32
4.5 การวิจารณ์ผล.....	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	35
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	35
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	35
บทที่ 6 สรุปผลผลิตงานวิจัย.....	37
บรรณานุกรม.....	38
ประวัตินักวิจัย.....	44



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	15
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับชั้นปี.....	15
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกเกรด.....	16
4.4 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของบริการในสถาบัน.....	16
4.5 รายการข้อคำถามปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูง.....	19
4.6 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กัน.....	21
4.7 ค่า Initial Eigenvalues และ Extraction Sums of Squared Loadings.....	23
4.8 ค่า component matrix ของปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน(fac 1).....	23
4.9 ค่า component matrix ของปัจจัยด้านหลักสูตรและสังคม (fac 2).....	24
4.10 ค่า component matrix ของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (fac 3).....	24
4.11 ค่า component matrix ของปัจจัยด้านการรับรู้การเรียนรู้ของนักศึกษา(fac 4).....	25
4.12 ค่า component matrix ของปัจจัยด้านความสวยและการวางผังของสถาบัน (fac 5).....	25
4.13 แสดงค่าสถิติ ANOVA เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ คุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูงจำแนกตามเพศ.....	26
4.14 แสดงค่าสถิติ ANOVA เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ คุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูงจำแนกตามระดับชั้นปี.....	26
4.15 แสดงค่าสถิติ ANOVA เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ คุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูงจำแนกตามคณะ/วิทยาลัย.....	27
4.16 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความแตกต่างของปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน(fac 1) จำแนกตามคณะ.....	27
4.17 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความแตกต่างของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม(fac 3) จำแนกตามคณะ.....	28
4.18 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความแตกต่างของปัจจัยด้านความสวยและการวางผัง ของสถาบัน (fac 5) จำแนกตามคณะ.....	29
4.19 แสดงค่าสถิติ ANOVA เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ คุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูงจำแนกตามเกรด.....	30
4.20 แสดงระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพการบริการสถาบัน.....	31
4.21 ระดับความภาคภูมิใจของนักศึกษาที่มีต่อสถาบัน.....	31
4.22 แสดงความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังในคุณภาพบริการของสถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังกับระดับบริการที่นักศึกษารับรู้.....	32

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสถาบันการศึกษาชั้นสูงทั้งหลายต่างตระหนักดีว่าการศึกษาถือเป็นอุตสาหกรรมบริการอย่างหนึ่ง (Curran and Rosen, 2006; Desai et al., 2001) และสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ให้ความสำคัญในการตอบสนองความต้องการนักศึกษา หรือทำให้ได้มากกว่าที่นักศึกษาต้องการ (Gruber, Reppel, and Voss, 2010) Watson (2003) และ Narasimhan (2001) กล่าวว่าการศึกษาจ่ายค่าเทอม นักศึกษาคาดหวังสิ่งที่จะได้รับจากเงินที่จ่ายเช่นเดียวกับลูกค้าทางธุรกิจ จากการศึกษาที่มหาวิทยาลัยมองว่า นักศึกษาคือลูกค้ามากขึ้น (e.g. Arambewela, Hall, & Zuhair, 2005; Maringe, 2005) ความพึงพอใจที่นักศึกษาได้รับจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับสถาบันในอันที่จะรักษานักศึกษาไว้และทำให้มีนักศึกษาใหม่เข้ามาเรียนเพิ่มขึ้น (Helgesen & Nettet, 2007) ดังนั้นในการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยจึงควรใช้หลักการตลาดที่มุ่งไปที่ลูกค้า ตลอดจนกลยุทธ์การตลาด มาประยุกต์ใช้เช่นเดียวกับองค์กรที่มุ่งหวังกำไร (DeShields, Kara, and Kaynak, 2005) มหาวิทยาลัยต่าง ๆ จึงควรตรวจสอบระดับความพึงพอใจของนักศึกษา และลดที่มาของความไม่พึงพอใจเพื่อรักษาลูกค้าไว้ (Douglas, McClelland, & Davies, 2008) ประสบการณ์ทางการศึกษาที่น่าพึงพอใจของนักศึกษาจะนำมาซึ่งผลลัพธ์ที่ดีเช่น นักศึกษากลับมาเรียนในสถาบันเดิมอีกเมื่อต้องการต่อยอดทางการศึกษา ตลอดจนแนะนำให้ญาติและผู้คุ้นเคยเข้ามาศึกษาในสถาบัน (Morgan, 1992; Mavondo, Tsarenko, & Gabbott, 2004; Schertzer & Schertzer, 2004; Marzo-Navarro et al., 2005; Helgesen and Nettet, 2007) ซึ่งทำให้ความช่วยเหลือด้านการเงินของมหาวิทยาลัยสูงขึ้น (Helgesen & Nettet, 2007; Martin et al., 2000; Marzo-Navarro et al., 2005) งานวิจัยโดย Guolla (1999) ยังแสดงว่าความพึงพอใจของนักศึกษามีผลในทางบวกกับการบริจาคเงินทุนเข้าสถาบันการศึกษา ตลอดจนแรงจูงใจของนักศึกษา

Clemes, Gan & Kao (2007) กล่าวว่าคุณภาพของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ ลูกค้า และการบริการที่ดีจะมีผลในทางบวกกับความพึงพอใจ Curran, and Rosen (2006) กล่าวว่า เนื่องจากประสบการณ์การรับบริการในมหาวิทยาลัยของนักศึกษามีหลายแง่มุม ปัจจัยที่จะถูกประเมินถึงคุณภาพของการบริการจึงควรมีหลายด้านเช่นคุณภาพด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่าง ๆ ที่มีกับนักศึกษาไม่ว่าจะเป็นอาจารย์ เจ้าหน้าที่ คุณภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น ห้องสมุด ห้องคอมพิวเตอร์ บรรยากาศในห้องเรียน สถานที่ออกกำลังกาย คุณภาพด้านผลผลิต เช่น การพัฒนาตนเอง โอกาสทางวิชาชีพ คุณภาพด้านราคา เช่น ความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการศึกษา คุณภาพของหลักสูตร เช่น ความทันสมัยของวิชา เป็นต้น การที่ฝ่ายจัดการของมหาวิทยาลัยมีโอกาสทราบถึงการประเมินผลคุณภาพของการบริการจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีคุณค่าเกี่ยวกับความแตกต่างของ สิ่งที่นักศึกษาคาดหวังกับสิ่งที่นักศึกษาคิดว่าเขาได้รับ (Appleton-Knapp & Krentler, 2006) ซึ่งข้อมูลที่ได้จะทำให้ความคาดหวังของนักศึกษาบรรลุได้ศึกษาเท่านั้น ไม่นอญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบันมีจำนวนสถาบันการศึกษาชั้นสูงทั้งที่ตั้งใหม่หรือปรับสถานะให้สูงขึ้นมีจำนวนมาก โดยเพิ่มจาก 60 แห่งในปี 2542 เป็น 148 แห่งในปี 2550 (Praphamontripong, 2010 อ้างถึงใน Sandmuang and Khang, 2013) และเป็น 171 แห่งในปี 2555 (ข่าวสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2556) โดยเหตุนี้การแข่งขันของสถาบันการศึกษาชั้นสูงจึงเพิ่มขึ้นอย่างไม่ต้องสงสัย ทำให้สถาบันการศึกษาชั้นสูงเกิดความกดดันที่จะปรับปรุงคุณภาพของการบริการเพื่อทำให้ความต้องการและความคาดหวังที่เพิ่มขึ้นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถบรรลุได้ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) เป็นสถาบันอุดมศึกษาชั้นนำในประเทศไทย ที่เน้นการเรียนการสอนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันเองกำลังเผชิญกับการแข่งขันอย่างสูงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่เพียงแต่การแข่งขันกับสถาบันชั้นสูงที่มีอยู่ภายในประเทศไทยขณะนี้เท่านั้น การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 จะยิ่งทำให้การแข่งขันสูงมากยิ่งขึ้น ดังนั้นถ้า สจล. ได้มีโอกาสทราบถึงมุมมองของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพการบริการของสถาบันจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ดังนั้น การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพการบริการจึงมีความจำเป็น ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะเป็นแนวทางให้สถาบันนำมาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพบริการสำหรับนักศึกษาต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพการบริการของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพการบริการของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังกับระดับการรับรู้คุณภาพ

1.3 ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังระยะเวลาที่ทำวิจัย 1 ตุลาคม 2556 ถึง 30 กันยายน 2557

1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

1.4.1 ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่ศึกษาในสถาบันอย่างน้อยหนึ่งปีเพื่อจะได้เคยมีประสบการณ์ในคุณภาพบริการของสถาบันคือนักศึกษาชั้นปีที่ 2 ขึ้นไป

1.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาระดับความพึงพอใจระดับความภาคภูมิใจ ระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการลักษณะคำตอบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ระดับคะแนน	ความสำคัญ/ ความพึงพอใจ/ ความภาคภูมิใจ/ความคาดหวัง/การรับรู้
7	มากที่สุด
6	มาก
5	ค่อนข้างมาก
4	ปานกลาง
3	ค่อนข้างน้อย
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

การพิจารณาระดับความคิดเห็นของแต่ละคำถาม ทำได้โดยพิจารณาค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544)

$$\begin{aligned} \text{ระดับคะแนนความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(7-1)}{7} \\ &= 0.85 \end{aligned}$$

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยความสำคัญ/ ความพึงพอใจ/ความภาคภูมิใจ/ความคาดหวัง/ระดับการรับรู้ ใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมตั้งแต่	7.00 - 6.16	คะแนน	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมตั้งแต่	6.15 - 5.30	คะแนน	หมายถึง	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมตั้งแต่	5.29 - 4.44	คะแนน	หมายถึง	ระดับค่อนข้างมาก
ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมตั้งแต่	4.43 - 3.58	คะแนน	หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมตั้งแต่	3.57 - 2.72	คะแนน	หมายถึง	ระดับค่อนข้างน้อย
ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมตั้งแต่	2.71 - 1.86	คะแนน	หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมตั้งแต่	1.85 - 1.00	คะแนน	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. จากนั้นใช้ factor analysis เพื่อรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงไว้เป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อได้กลุ่มตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูง

4. การวิเคราะห์ ANOVA เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูง

5. การวิเคราะห์ Paired Samples T test เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังคุณภาพการบริการ กับค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพการบริการ

1.5 ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพการบริการของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3. ทำให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพการบริการของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังกับระดับการรับรู้คุณภาพ



บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการบริการ
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า(Customer Satisfaction)

มีผู้ให้ความหมายความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ไว้หลายประการดังนี้ Cardozo(1965) กล่าวว่าความพึงพอใจลูกค้าเป็นผลลัพธ์ที่สำคัญของกิจกรรมทางการตลาด ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เกี่ยวข้องกับการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพของลูกค้า (Yi, 1990) Oliver(1981) เสนอว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นการประเมินผลที่น่าแปลกใจของประสบการณ์ในการได้มาหรือใช้สินค้า Tse and Wilton (1988)กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้าคือการตอบสนองของกระบวนการประเมินผล นักวิจัยจำนวนมากสรุปว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคคือการตอบสนองทางอารมณ์และความคิด (Giese and Cote, 2000; Rust and Oliver, 1994) ซึ่งมุ่งที่สิ่งเฉพาะอย่าง เช่นสินค้า บริการ ประสบการณ์การบริโภค และเกิดขึ้นเฉพาะเวลาเช่นหลังการบริโภค หลังการตัดสินใจเลือก หรือหลังจากประสบการณ์สะสม

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการบริการ

2.2.1 ความหมายของการบริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 ได้ให้ความหมายของ“การบริการ” ไว้ว่า หมายถึงการปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ นั้นคือการบริการ คือกิจกรรมที่ช่วยอำนวยความสะดวกหรือช่วยผู้อื่นได้รับในสิ่งที่ต้องการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของกิจกรรมนั้น ๆ

2.2.1.1 ลักษณะของการบริการ

Kotler (2000) กล่าวถึงลักษณะของบริการที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไปเอาไว้ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) เนื่องจากบริการไม่สามารถจับต้องได้ ดังนั้นผู้บริโภคจะประเมินจากสิ่งที่เห็นเป็นรูปธรรม ดังนั้นกิจการต้องสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าโดยคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

- 1) สถานที่ (Place) ต้องน่าเชื่อถือ สะดวกกับผู้มาติดต่อ
- 2) บุคคล (People)ผู้ให้บริการต้องมีบุคลิกดี พุดจาดี แต่งตัวเหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 3) เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ต้องได้มาตรฐานมีประสิทธิภาพ
- 4) วัสดุสื่อสาร (Communication Material) สื่อโฆษณาต่าง ๆ ต้องสอดคล้องกับลักษณะลูกค้า และลักษณะบริการ
- 5) สัญลักษณ์ (symbols) ชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายการค้าตราสินค้าที่มีชื่อเสียงจะได้รับการยอมรับได้ง่าย

ในแง่การบริการทางการศึกษาห้องเรียนต้องมีบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียน ทั้งอากาศ แสงสว่างอุปกรณ์ในห้องเรียนต้องอยู่ในสภาพดี ไม่ชำรุด อาจารย์ผู้สอนต้องมีบุคลิกดี แต่งตัวเหมาะสม

หลังจากการเรียนหนังสือมาช่วงเวลาหนึ่งนักศึกษาจะมีกระดาษที่จดคำบรรยายเป็นสิ่งที่จับต้องได้ (tangible) ของการเป็นเจ้าของสำหรับเวลาและค่าธรรมเนียมที่เสียไป

2. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perishability) บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ การสอนหนังสือในชั้นเรียน ที่นั่งว่างคือที่นั่ง (capacity) ที่สูญหายไป
3. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) เนื่องจากการบริการต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกันจึงไม่สามารถแบ่งแยกได้ อาจารย์คนเดียวกันจะสอนหนังสือสองวิชาในสองห้องพร้อมกันไม่ได้
4. ไม่แน่นอน (variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับผู้ขายเป็นใครให้บริการที่ไหน อย่างไร แม้ว่าผู้ให้บริการจะเป็นคนเดิมแต่ต่างเวลากัน ต่างผู้รับบริการก็อาจให้บริการไม่เหมือนกัน

การศึกษาเป็นบริการที่ใช้บุคคลสูงมาก โดยนักศึกษาเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการบริการ กระบวนการจะแตกต่างกันในการสอนแต่ละครั้ง

2.2.1.2 ความสำคัญของความพึงพอใจในสถาบันการศึกษา

การให้บริการการศึกษาขั้นสูงถือเป็นบริการอย่างหนึ่ง (Angell, Heffernan, and Megicks, 2008; Curran and Rosan, 2006; Arambewela et al., 2005; DeShields. Kara, and Kaynak, 2005; Davis and Swanson, 2001 and Desai et al., 2001) Eagle and Brennan (2007) อธิบายการศึกษาขั้นสูงคือการบริการที่ซับซ้อน โดย Hennig-Thurau, Langer, and Hansen (2001) มองว่าการบริการทางการศึกษาเป็นการตลาดการบริการอย่างหนึ่งดังนั้นการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาจึงมีความสำคัญกับสถาบันที่ต้องการจะรักษาลูกค้าไว้และหาลูกค้าใหม่ (Helgesen & Nasset, 2007) การจัดหา นักศึกษาใหม่มีค่าใช้จ่ายสูงกว่าการรักษานักศึกษาเดิมไว้ (Joseph et al., 2005; Gruber et al., 2012)) ดังนั้นการรักษาลูกค้าไว้จึงเป็นงานด้านการจัดการที่สำคัญของสถาบันการศึกษา ซึ่งทำให้มีการเพิ่มการให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของนักศึกษาสำหรับประสบการณ์การเรียนรู้ในสถาบันการศึกษา (Lala & Priluck, 2011)

Elliott and Shin (2002) กล่าวว่าความพึงพอใจของนักศึกษาหมายถึงความพอใจในการประเมินผลของประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการเข้ามาศึกษาและความพึงพอใจของนักศึกษาจะถูกปรับตลอดเวลาจากประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยสถาบันการศึกษาจำนวนมาก พยายามทำการวัดความพึงพอใจของนักศึกษาโดยให้นักศึกษาประเมินผลเพื่อประเมินคุณภาพการบริการของสถาบัน ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและคุณภาพการบริการที่ได้รับ แม้ว่าจะมีงานวิจัยจำนวนมากกล่าวว่าคุณภาพนำมาซึ่งความพึงพอใจ แต่มีงานวิจัยจำนวนมากแยกคุณภาพจากความพึงพอใจเพราะคุณภาพคือการรับรู้โดยทั่วไป ในขณะที่ความพึงพอใจสัมพันธ์กับรายการเฉพาะ (Bitner, 1990)

สถาบันการศึกษาชั้นสูงที่สามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจจะทำให้เกิดประโยชน์จำนวนมาก นักศึกษาที่พอใจมีโอกาสน้อยที่จะเลิกเรียน (Tinto, 1993) มีโอกาสที่จะได้รับเกรดสูงขึ้น (Bean and Bradley, 1986) จะร่วมมือกับมหาวิทยาลัยหลังจากพวกเขาสำเร็จการศึกษา (Alves and Raposo, 2009; Helgessen&Nesset, 2007) นักศึกษาที่มีความพึงพอใจจะกลับมาเรียนในมหาวิทยาลัยในหลักสูตรอื่นและจะชักชวนนักศึกษาใหม่เข้ามาโดยการพูดปากต่อปากในทางบวก (Helgessen&Nesset, 2007) การสื่อสารแบบปากต่อปากไม่เพียงแต่ดึงดูดในแง่การเผยแพร่ข้อมูลเท่านั้นแต่ยังมีผลต่อความตั้งใจที่จะมีพฤติกรรมที่จะมีอิทธิพลต่อเพื่อนและญาติ (Singh & Wülkes, 1996) คำพูดในทางบวกสามารถก่อกวนทัศนคติในทางบวกต่อตราสินค้า (Herr, Kordes, & Kim, 1991) มีอิทธิพลในการเลือกผู้ให้บริการ (Keaveney, 1995) ความพึงพอใจของนักศึกษามีผลต่อความภักดีของนักศึกษา (Helgessen&Nesset, 2007; Webb & Jagun, 1997; Eskildsen et al., 1999) Oliver (1997) นิยามคำว่าภักดีว่าหมายถึงมีความตั้งใจที่จะซื้อซ้ำ หรือกลับมาเป็นลูกค้าอีกของสินค้าที่ชอบอีกในอนาคต แม้จะมีอิทธิพลของสถานการณ์ และความพยายามทางการตลาดซึ่งมีแนวโน้มจะให้เปลี่ยนพฤติกรรม ความภักดีของนักศึกษาไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะเวลาที่นักศึกษาลงทะเบียน ความภักดีของนักศึกษารอบคอบทั้งระยะเวลาที่เป็นนักศึกษายู่และจบการศึกษาไป การที่สถาบันการศึกษาเปิดสอนหลักสูตรที่สูงขึ้นมีเป้าหมายเบื้องต้นที่นักศึกษาที่ผูกพันกับสถาบันแม้ว่าจะมีอิทธิพลจากสถานการณ์อื่น

ถ้าผู้บริโภคไม่พอใจในการให้บริการ พวกเขาจะตัดความสัมพันธ์ และมีการบอกปากต่อปากในทางลบ (Blodgett, Granbois & Walters, 1993; Blodgett, Hil, & Tax, 1997; Tax, Brown, & Chandrashekar, 1998) ผู้บริโภคที่ไม่พอใจส่วนใหญ่จะแสดงความเห็นส่วนตัวในการต่อต้านการบริการนั้น (Day & Landon, 1977; Richins, 1983) นักศึกษาที่ไม่พอใจในสถาบันสามารถทำให้เกิดผลที่ไม่น่าพอใจตามมาสำหรับทั้งตัวมหาวิทยาลัยและนักศึกษาเอง (Wiese, 1994; Walther, 2000) คืออาจจะเลิกเรียน หรือย้ายไปเรียนมหาวิทยาลัยอื่น (Chadwick & Ward, 1987; Dolinsky, 1994; Wiese, 1994; Thomas et al., 1996) และบอกต่อในทางที่ไม่ดีซึ่งไม่เป็นผลดีกับการที่จะมีนักศึกษาเข้ามาสมัครใหม่ (Chadwick & Ward, 1987; Dolinsky, 1994; Ugolini, 1999; Walther, 2000)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.1.3 คุณภาพการบริการ ความคาดหวังและความพึงพอใจในสถาบันการศึกษาขั้นสูง

ในงานวิจัยเกี่ยวกับบริการ การรับรู้คุณภาพการเกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวังในบริการกับการรับรู้บริการที่เกิดขึ้นจริง (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990); Mai, 2005) ถ้าประยุกต์กับการศึกษาขั้นสูง O'Neill and Palmer (2004) นิยามคุณภาพของการบริการ คือความแตกต่างระหว่างสิ่งที่นักศึกษาคาดหวังกับการรับรู้ของเขาในบริการที่ได้รับจริง Browne, Kaldenberg, Browne, and Brown (1998) and Guolla (1999) ซึ่งให้เห็นว่าการรับรู้คุณภาพการบริการของนักศึกษาเป็นสิ่งที่มามีมาก่อนความพึงพอใจของนักศึกษา Wei Mai (2005) กล่าวว่าความพึงพอใจ เท่ากับผลต่างระหว่างการรับรู้ (Perception: P) กับความคาดหวัง (Expectation, E) ผลต่างคะแนนในทางบวกแสดงถึงการรับรู้ในทางบวกของสินค้าหรือบริการ ผลต่างคะแนนในทางลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจในทางอ้อม (Tan & Kek (2010)

2.2.2 ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษา

ตัวแปรเชิงคุณภาพที่ได้รับความนิยมนำมาเป็นตัวชี้วัดคุณภาพการบริการในอันที่จะสร้างความพอใจและไม่พอใจแก่นักศึกษาได้แก่

1. ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน

Lovelock (1981) เสนอว่าสถาบันการศึกษาเป็นบริการที่ดำเนินการโดยบุคคลและสถาบันเกี่ยวข้องกับการติดต่อส่วนบุคคลและปฏิสัมพันธ์เกี่ยวกับบุคคล การวัดคุณภาพการบริการและการวัดความพึงพอใจในสถาบันการศึกษาขั้นสูงจะมุ่งที่คุณภาพการสอน ดังจะเห็นได้จากการให้นักศึกษาประเมินการสอน (Guolla, 1999) Bigne, Moliner, and Sanchez (2003) อธิบายว่าการสอนเป็นบริการหลักของมหาวิทยาลัยและคุณภาพการสอนเป็นตัวกำหนดการรับรู้คุณภาพโดยรวม Oldfield and Baron (2000) เสนอว่าความรู้ ความชำนาญของผู้สอน ความเอาใจใส่ของผู้สอนที่มีต่อนักศึกษา การตอบสนองของผู้สอนเป็นสิ่งสำคัญเบื้องต้นที่ทำให้นักศึกษายบรรลุผลด้านการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา (Hill et al., 2003, Voss, 2009) รายงานว่าคุณภาพของอาจารย์ผู้สอนเป็นตัวกำหนดการให้การศึกษาที่มีคุณภาพ

มหาวิทยาลัยเป็นธุรกิจที่ให้การศึกษา ดังนั้นจึงเป็นที่คาดว่าประสบการณ์ในการศึกษาเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดความพอใจของนักศึกษา (Wilkins and Balakrishnan, 2013) ในการค้นหาว่าคุณภาพทางการศึกษาสำหรับนักศึกษามีถึงอะไร Hill et al. (2003) พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือคุณภาพของผู้สอน และการถ่ายทอดความรู้ คุณภาพของการตอบสนองนักศึกษาในชั้นเรียนและในงานที่มอบหมาย และความสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์และนักศึกษาในห้องเรียน

มีผลงานวิจัยจำนวนมากสรุปเกี่ยวกับแนวคิดการสอนที่มีประสิทธิภาพเช่นอาจารย์ที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงแต่มีความรู้ในเนื้อหาวิชาแต่ต้องสามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้สอน (Slavin, 2003). Hativa, Barak and Simhi (2001) สรุปว่าการสอนที่มีประสิทธิภาพคือการสอนที่มุ่งไปที่นักเรียนและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเรียนรู้ของพวกเขา การสอนที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วย 4 องค์ประกอบคือ 1. ความสนใจ (Interest) 2. ความชัดเจน (Clarity) 3. การจัดการวิชา (Organization) และบรรยากาศในห้องเรียนที่เป็นบวก (Positive Classroom Climate) Kreber (2002) สรุปว่าการสอนที่เยี่ยมยอด (Teaching Excellence) ต้องการความรู้ในสาขาวิชา และอาจารย์ที่มีประสิทธิภาพต้องรู้วิธีที่จะกระตุ้นความสนใจนักศึกษา วิธีถ่ายทอดแนวคิดและเนื้อหาและรู้วิธีให้นักศึกษาเอาชนะความยากในการเรียน

Saroyan, Amundsen, McAlpine, Weston, Winer and Gandell (2004) กล่าวว่า การสอนหนังสือในมหาวิทยาลัยต้องการความเข้าใจในเนื้อหาวิชา และรู้วิธีที่จะถ่ายทอดความรู้ไปยังนักศึกษา ดังนั้นสิ่งที่ต้องเน้นคือความรู้และวิธีการนำเสนอ

2. ปัจจัยด้านหลักสูตร

Kwan and NG (1999) พบว่าเนื้อหาของหลักสูตร เช่นคุณภาพของเนื้อหาที่สอนในวิชา โอกาสในการพัฒนาความสามารถสำหรับวิชาชีพ การพัฒนาความสามารถส่วนบุคคลของนักศึกษา ความเหมาะสมของเนื้อหา ความทันสมัยของเนื้อหาเป็นตัวบ่งชี้คุณภาพของสถาบันการศึกษาตามมุมมองของนักศึกษา

3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Physical environment)

ประสบการณ์ของนักศึกษาเกี่ยวข้องมากกว่าการเรียนการสอน (Cuthbert, 1996) ดังนั้นควร จะรวมประเด็นในแง่สิ่งแวดล้อมของการให้บริการเมื่อประเมินประสบการณ์โดยรวมของนักศึกษา (Souter and McNeil, 1996) งานวิจัยที่ผ่านมาระบุองค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมดังต่อไปนี้ (1) ห้องสมุด (Oldfield and Baron, 2000; Athiyamn, 1997) (2) ห้องคอมพิวเตอร์ (Mai, 2005; Athiyaman, 1997) (3) ห้องเรียน (Clemes et al., 2001; Oldfield and Baron, 2000) (4) การวางผังของ มหาวิทยาลัย (Wells and Daunt, 2011) และ (5) ปัจจัยทางสังคมเช่นปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนในห้องเรียน (Curran and Rosen, 2006; Apple-Knapp and Krentler, 2006; Brady and Bronin, 2001; Wilkins and Balakrishnan, 2011) งานที่ผ่านมา (Aldridge and Rowley, 1998; Coates and Koener, 1996) เน้นถึงความจำเป็นการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องของคุณภาพการศึกษา และการประเมินจากประสบการณ์ ทั้งหมดของนักศึกษา ประสบการณ์ทั้งหมดของนักศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับสิ่งอำนวยความสะดวกเช่นห้องสมุด สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสารสนเทศ และห้องเรียน

4. ปัจจัยด้านราคา (Price)

ราคาจัดเป็นมูลค่าทางการเงินในมุมมองของการรับรู้คุณภาพการบริการ (Edvardsson and Gustavsson, 1991) เมื่อผู้บริโภคทราบว่าราคาสูงกว่าความเป็นจริงเขาจะไม่พอใจกับการใช้บริการนั้น และจะประเมินผลการบริการต่ำ (Kiefer and Kelly, 1995) Rust and Oliver (1994) สรุปว่าถ้าปรับปรุงคุณภาพหรือลดราคาจะทำให้ผลการประเมินคุณภาพการบริการสูงขึ้น ราคาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจถ้ามีการตั้งราคาที่ไม่เหมาะสม (Cronin, Brady, and Hult, 2000) ยิ่งไปกว่านั้น Cronin et al.,

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2000) พบว่าทั้งคุณภาพการบริการและราคาเป็นปัจจัยในการพยากรณ์ความพึงพอใจ และความพึงพอใจทำให้ความตั้งใจในการทำพฤติกรรมที่น่าพอใจสูงขึ้น

นักศึกษาถือเป็นลูกค้าของมหาวิทยาลัยแม้ในประเทศที่นักศึกษาไม่ต้องจ่ายค่าเทอม (Douglas et al., 2006) งานวิจัยที่ผ่านมา (Caurana et al., 2000; McDougall and Levesque, 2000) พบว่าการรับรู้เรื่องราคามีผลกระทบสูงต่อความพึงพอใจ ในขณะที่ Clemes et al. (2001) พบว่าการเพิ่มการรับรู้เรื่องราคาไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Browne, Kaldenberg, Browne & Brown (1998) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับการประเมินคุณภาพการบริการของวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาจำนวน 736 คน กลุ่มตัวอย่างถูกถามถึงความพึงพอใจที่มีต่อโปรแกรมการศึกษาในมหาวิทยาลัย ตัวแปรตาม 3 ตัวแปร ได้แก่ ความพึงพอใจโดยรวม ความยินดีที่จะแนะนำให้ญาติมาศึกษาในวิทยาลัย ความพึงพอใจที่ได้รับจากประสบการณ์เกี่ยวกับการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้บริการทางการศึกษาสามารถอธิบายปริมาณความแตกต่างของความพึงพอใจ

Elliott and Healy (2000) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อประสบการณ์ทางการศึกษาในมหาวิทยาลัย ผลการศึกษาพบว่า “student centered-ness,” “campus climate,” and “instructional effectiveness มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา

Clemes, Ozaanne, and Tram (2001) ศึกษาการรับรู้ของคุณภาพการบริการของสถาบันการศึกษาชั้นสูง โดย การวัดการรับรู้ของนักศึกษาใช้วิธี SERVPERF การทดสอบสมมติฐาน ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของการบริการและการรับรู้ใช้สถิติ Multiple regression และ ANOVA ผลการศึกษาพบว่าทั้งคุณภาพทางเทคนิคและคุณภาพตามหน้าที่มีความสำคัญในการรับรู้ถึงคุณภาพของมหาวิทยาลัย ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ถึงคุณภาพของมหาวิทยาลัย ได้แก่คุณภาพการศึกษา สิ่งอำนวยความสะดวกตลอดจนสภาพแวดล้อมในมหาวิทยาลัย และกระบวนการสอน

Jannecke Wiers-Jenssen, Bjørn Stensaker & Jens B. Grøgaard (2002) ศึกษาเรื่อง Student satisfaction: Towards an empirical deconstruction of the concept วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ สสำรวจว่า ความพึงพอใจจากประสบการณ์ทางการศึกษาโดยรวมของนักศึกษาในประเทศนอร์เวย์ ประกอบด้วยองค์ประกอบอะไรบ้าง ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพทางด้านวิชาการ และคุณภาพการสอน เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความพึงพอใจของนักศึกษา อย่างไรก็ตามผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านสังคม ความสวยงามของสิ่งแวดล้อม คุณภาพการบริการจากเจ้าหน้าที่ มีผลต่อความความพึงพอใจ

Appleton-Knapp and Krentler (2006) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจของนักศึกษา ผลการศึกษาพบว่าถ้าความคาดหวังถูกวัดตั้งแต่ตอนต้นเทอม ระดับความพึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พอใจที่ได้รับ ไม่ใช่ตัวทำนายความพึงพอใจในหลักสูตร แต่ถ้าเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการของนักศึกษาตอนปลายเทอมกับความคาดหวังที่นักศึกษาระลึกได้ พบว่านักศึกษาบรรลุความคาดหวัง

Alves&Raposo (2007) วิจัยเรื่อง Conceptual model of student satisfaction in higher education วัตถุประสงค์ของการวิจัยคือศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในสถาบันการศึกษาชั้นสูง ผลการวิจัยโดยใช้ structural equation แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ภาพลักษณ์ ตามด้วยคุณค่าและคุณภาพที่รับรู้ ผลจากความพึงพอใจของนักศึกษาได้แก่ความภักดีของนักศึกษาที่เกิดจากปากต่อปาก

Clemes, Gan, and Kao (2007) ศึกษาความพึงพอใจโดยรวมที่นักศึกษามีต่อประสบการณ์การศึกษาในมหาวิทยาลัย ผลการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับราคา (ค่าเทอม) มีความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของการให้บริการ กับภาพลักษณ์ และความพึงพอใจ และมีความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับความตั้งใจในการประกอบพฤติกรรมที่น่าพึงพอใจในอนาคต

García-Aracil, A. (2009) ทำวิจัยเรื่อง European graduates' level of satisfaction with higher education เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับปริญญาโท ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่พอใจมากที่สุดกับหลักสูตรให้คะแนนปัจจัยหลักสูตรและปัจจัยทางด้านสังคมสูง ในขณะที่โอกาสในการเข้าร่วม โครงการวิจัยและเอกสารที่ใช้ในการเรียนการสอนเป็นเหตุผลหลักในการสร้างความไม่พอใจให้นักศึกษา

Moosmayerand Siems (2012) ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัย เก็บตัวอย่างจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยในเยอรมันจำนวน 191 คน ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาคาดหวังในคุณค่าของการบริการมากกว่าคุณค่าที่พวกเขาคิดว่ามหาวิทยาลัยมอบให้ การรับรู้คุณค่าที่มหาวิทยาลัยมอบให้มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจที่มีต่อมหาวิทยาลัย

Sandmuang and Khang (2013) ศึกษาตัวบ่งชี้คุณภาพสถาบันการศึกษาชั้นสูงในประเทศไทย ในมุมมองของนักศึกษา ผู้สอน ผู้บริหาร และผู้จ้างงานนักศึกษา และเปรียบเทียบกับตัวบ่งชี้ของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าในขณะที่ความคาดหวังด้านคุณภาพบริการใกล้เคียงกันระหว่างบุคคลากรทางการศึกษาและฝ่ายจัดการ แต่มีความแตกต่างด้านการรับรู้คุณภาพระหว่างผู้ใช้บริการ โดยตรงคือนักศึกษากับผู้ใช้บริการ ซึ่งถ้าไม่แก้ไขช่องว่างนี้จะทำให้การปรับปรุงคุณภาพให้ตรงกับที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ใช่นักศึกษา

Wilkins and Balakrishnan (2013) ทำวิจัยเรื่อง Assessing student satisfaction in transnational higher education เก็บข้อมูลนักศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยในUAE เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ logistic regression ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยใน UAE สูง ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการกำหนดความพึงพอใจโดยรวมของนักศึกษามหาวิทยาลัยใน UAE คือคุณภาพของอาจารย์ คุณภาพและการเข้าถึงทรัพยากร และประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูงโดยใช้แบบสอบถาม
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ได้แก่ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.1 ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่ศึกษาในสถาบันอย่างน้อยหนึ่งปีคือนักศึกษาตั้งแต่ปีสองเป็นต้นไป เพื่อจะได้เคยมีประสบการณ์ในคุณภาพบริการของสถาบัน นักศึกษาระดับปริญญาตรีตั้งแต่ชั้นปีที่สองมีจำนวนทั้งหมด ณ วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2557 เท่ากับ 14,605 คน

เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงทำการคำนวณหาจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคำนวณสูตร ดังนี้ (กัลยา.2542) Yamane (1973)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{(14,605)}{1 + (14,605)(0.05)^2} = 389.33 \approx 390 \text{ คน}$$

เมื่อ

- N = จำนวนประชากรทั้งหมด
- n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
- e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดค่าคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 5)

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 390 คน ดังนั้น งานวิจัยนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 392 คน

3.1.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

1. เก็บตัวอย่างนักศึกษาจากคณะต่าง ๆ คณะที่ได้แก่วิทยาลัยการบริหารและจัดการ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะเทคโนโลยีการเกษตร คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์
ศาสตร์ อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะอุตสาหกรรมการเกษตร คณะละ 49 คน โดย
สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา(Descriptive Statistics)แสดงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาระดับสูง ระดับความพึงพอใจระดับความภักดี ระดับความคาดหวัง และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการลักษณะคำตอบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ระดับคะแนน	ความสำคัญ/ ความพึงพอใจ/ความภักดี/ความคาดหวัง/ระดับการรับรู้
7	มากที่สุด
6	มาก
5	ค่อนข้างมาก
4	ปานกลาง
3	ค่อนข้างน้อย
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

การพิจารณาระดับความคิดเห็นของแต่ละคำถาม ทำได้โดยพิจารณาค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(7-1)}{7} \\ &= 0.85 \end{aligned}$$

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยความสำคัญ/ ความพึงพอใจ/ความภักดี/ความคาดหวัง/ระดับการรับรู้ ใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมตั้งแต่	7.00 - 6.16	คะแนน	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมตั้งแต่	6.15 - 5.30	คะแนน	หมายถึง	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมตั้งแต่	5.29 - 4.44	คะแนน	หมายถึง	ระดับค่อนข้างมาก
ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมตั้งแต่	4.43 - 3.58	คะแนน	หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมตั้งแต่	3.57 - 2.72	คะแนน	หมายถึง	ระดับค่อนข้างน้อย
ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมตั้งแต่	2.71 - 1.86	คะแนน	หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมตั้งแต่	1.85 - 1.00	คะแนน	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

3. จากนั้นใช้ factor analysis เพื่อรวมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงไว้เป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อได้กลุ่มตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาระดับสูง
4. การวิเคราะห์ ANOVA เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาระดับสูง
5. การวิเคราะห์ Paired Samples T test เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังคุณภาพการบริการ กับค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพการบริการ



บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูง แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูง

4.3 ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพการบริการของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

4.4 ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพบริการของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพการบริการของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังกับระดับการรับรู้คุณภาพ

4.5 การวิจารณ์ผล

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักศึกษาปริญญาตรีจำนวน 392 คน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 53.1 เป็นเพศชายจำนวน 184 คนคิดเป็นร้อยละ 46.9 (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	208	53.1
ชาย	184	46.9
รวม	392	100.00

4.1.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับชั้นปีที่ศึกษา

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างอยู่ชั้นปีที่ 3 มากที่สุดจำนวน 178 คนคิดเป็นร้อยละ 45.4 รองลงมาอยู่ชั้นปีที่ 4 จำนวน 115 คนคิดเป็นร้อยละ 29.3 (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับชั้นปี

ระดับชั้นปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับชั้นปีที่ 2	99	25.3
ระดับชั้นปีที่ 3	178	45.4
ระดับชั้นปีที่ 4	115	29.3
รวม	392	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเกรดเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเกรดเฉลี่ย 2.61 - 2.90 มากที่สุดจำนวน 108 คนคิดเป็นร้อยละ 27.6 รองลงมา 2.31 - 2.60 จำนวน 81 คนคิดเป็นร้อยละ 20.7 (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเกรด

เกรดเฉลี่ย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2.00	2	0.5
2.01-2.30	46	11.7
2.31-2.60	81	20.7
2.61-2.90	108	27.6
2.91-3.20	78	19.9
3.21-3.50	67	17.1
ตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป	10	2.6
รวม	392	100.0

4.2 ระดับความสำคัญของการบริการในสถาบัน

4.2.1 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของการบริการในสถาบัน

กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ารายการที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาของอาจารย์ผู้สอน อาจารย์มีความสามารถในการอธิบายและถ่ายทอดความรู้ให้เข้าใจเนื้อหาวิชา ความปลอดภัยของสถาบัน อาจารย์ดำเนินการสอนตรงตามวัตถุประสงค์และครอบคลุมเนื้อหาของวิชา อาจารย์วางแผนและเตรียมการสอน อาจารย์ยอมรับฟังความคิดเห็นและข้อวิจารณ์ของผู้เรียน อาจารย์ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษานอกเวลาเรียน การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการวิเคราะห์ มีชื่อเสียงทางด้านวิชาการอาจารย์มีการวัดและประเมินผลเนื้อหาวิชาอย่างเหมาะสม และห้องสมุดมีหนังสือและแหล่งสืบค้นข้อมูลมากและหลากหลาย (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของการบริการในสถาบัน

รายการ	\bar{X}	Standard Deviation	ระดับความสำคัญ
F 21 ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาของอาจารย์ผู้สอน	6.30	.736	มากที่สุด
F23อาจารย์มีความสามารถในการอธิบายและถ่ายทอดความรู้ให้เข้าใจเนื้อหาวิชา	6.26	.770	มากที่สุด
F3 ความปลอดภัยของสถาบัน	6.26	.888	มากที่สุด
F24อาจารย์ดำเนินการสอนตรงตามวัตถุประสงค์และครอบคลุมเนื้อหาของวิชา	6.25	.775	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

รายการ	\bar{X}	Standard Deviation	ระดับความสำคัญ
F22 อาจารย์วางแผนและเตรียมการสอน	6.21	.793	มากที่สุด
F26 อาจารย์ยอมรับฟังความคิดเห็นและข้อวิจารณ์ของผู้เรียน	6.21	.884	มากที่สุด
F28 อาจารย์ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษานอกเวลาเรียน	6.18	.852	มากที่สุด
F35 การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการวิเคราะห์	6.18	.765	มากที่สุด
F7มีชื่อเสียงทางด้านวิชาการ	6.17	.851	มากที่สุด
F25อาจารย์มีการวัดและประเมินผลเนื้อหาวิชาอย่างเหมาะสม	6.16	.841	มากที่สุด
F10ห้องสมุดมีหนังสือและแหล่งสืบค้นข้อมูลมากและหลากหลาย	6.16	.842	มากที่สุด
F9 มีห้องเรียนที่สะอาด	6.14	.897	มาก
F27 อาจารย์สามารถเข้าถึงง่าย	6.12	.919	มาก
F41หลักสูตรมีความทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาด	6.12	.888	มาก
F36 การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในเชิงปฏิบัติ	6.12	.839	มาก
F29ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากงานหรือการบ้านที่อาจารย์ส่งคืน	6.10	.813	มาก
F 30การให้คำแนะนำ/ดูแลเอาใจใส่ของอาจารย์ที่ปรึกษา	6.10	.830	มาก
F34การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการติดต่อสื่อสาร	6.09	.863	มาก
F11มีห้องแล็บคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยใช้งานได้	6.09	.872	มาก
F37 การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาทางด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี	6.08	.876	มาก
F13 มีโรงอาหารที่มีรายการอาหารที่หลากหลายและ ถูกสุขลักษณะ	6.08	.983	มาก
F39การได้รับคำแนะนำและข้อมูลเกี่ยวกับวิชาชีพในสถาบัน	6.07	.822	มาก
F 8มีหอพักที่สะอาดปลอดภัย	6.07	.957	มาก
F20 คุณภาพของอุปกรณ์ในห้องเรียน	6.06	.880	มาก
F31ความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	6.06	.861	มาก
F38 การได้รับความรู้ความชำนาญสำหรับวิชาชีพ	6.06	.898	มาก
F12 ความพอเพียงของจำนวนคอมพิวเตอร์	6.05	.899	มาก
F 32 ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	6.05	.755	มาก
F14 มีโรงอาหารที่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	6.04	.955	มาก
F40 รายวิชาที่เปิดสอนตรงความต้องการของนักศึกษา	6.02	.914	มาก
F43ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมชั้นเรียน	6.02	.919	มาก
F33 การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการทำงานเป็นทีม	6.01	.783	มาก
F5 ค่าเทอมที่เหมาะสม	5.99	.905	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และข้อมูลของเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

รายการ	\bar{x}	Standard Deviation	ระดับความสำคัญ
F42 การที่จะได้รับความคิดที่ดีจากเพื่อนหรือรุ่นพี่	5.97	.918	มาก
F6 มีทุนการศึกษาหลากหลายประเภท	5.97	.900	มาก
F17 มีบริการด้านอนามัยและการรักษาพยาบาล	5.97	.988	มาก
F15 มีสถานที่พักผ่อน อ่านหนังสือ ที่สงบ/ร่มรื่นเพียงพอ	5.96	.989	มาก
F4 ขนาดของชั้นเรียนที่ไม่ใหญ่มากซึ่งจะทำให้การเรียนรู้ดีขึ้น	5.92	.925	มาก
F17 งานที่ผู้สอนมอบหมายมีปริมาณและความยากง่ายที่เหมาะสม	5.9	.873	มาก
F16 มีการสอดแทรกคุณธรรม จริยธรรม หรือจรรยาบรรณทางวิชาชีพให้กับผู้เรียน	5.84	.886	มาก
F16 สถานที่ออกกำลังกายมีความหลากหลายและเพียงพอ	5.88	.999	มาก
F1 การวางผังของสถาบัน	5.86	.940	มาก
F2 ความสวยของสถาบัน	5.77	.999	มาก
F18 มีการให้เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา	5.75	1.203	มาก
F19 มีชมรมและกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักศึกษาเข้าร่วม	5.62	1.144	มาก
F15 ผู้สอน แนะนำแหล่งข้อมูลสำหรับศึกษาเพิ่มเติม	5.94	.826	มาก
F25 ผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามปัญหา	5.94	.893	มาก
F20 ผู้สอนตรวจข้อสอบและงานที่มอบหมายเสร็จในเวลาที่เหมาะสม	5.83	.966	มาก
F11 ใช้ตัวอย่างมากมายและหลากหลายในการสอน	5.91	.921	มาก
F24 ผู้สอนกระตุ้นให้นักศึกษาร่วมกันแสดงความคิดเห็น (class discussion)	5.83	.922	มาก
F23 ผู้สอนกระตุ้นให้นักศึกษาคิดเห็น	5.8	.900	มาก
F3 ตรงต่อเวลาในการเข้าสอน	5.79	.884	มาก
F36 จำชื่อนักศึกษาได้และเรียกชื่อนักศึกษาในชั้นเรียน	5.61	1.087	มาก

4.2.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบ

จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูงโดยให้กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนตั้งแต่ 1 ถึง 7คะแนน โดย 1 หมายถึงรายการที่สำคัญน้อยที่สุด จนถึง 7คะแนนคือรายการที่มีสำคัญมากที่สุด ในลักษณะต่าง ๆ 43 รายการ (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 รายการข้อคำถามปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาขั้นสูง

ปัจจัย	รายการ
F1	การวางผังของสถาบัน
F2	ความสวยของสถาบัน
F3	ความปลอดภัยของสถาบัน
F4	ขนาดของชั้นเรียนที่ไม่ใหญ่มากซึ่งจะทำให้การเรียนรู้ดีขึ้น
F5	ค่าเทอมที่เหมาะสม
F6	มีทุนการศึกษาหลายประเภท
F7	มีชื่อเสียงทางด้านวิชาการ
F8	มีห้องพักที่สะอาดและปลอดภัย
F9	มีห้องเรียนที่สะอาด
F10	ห้องสมุดมีหนังสือและแหล่งสืบค้นข้อมูลมากและหลากหลาย
F11	มีห้องแล็บคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยใช้งานได้
F12	ความพอเพียงของจำนวนคอมพิวเตอร์
F13	มีโรงอาหารที่มีรายการอาหารที่หลากหลายถูกสุขลักษณะ
F14	มีโรงอาหารที่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
F15	มีสถานที่พักผ่อน อ่านหนังสือที่สงบ/ร่มรื่นเพียงพอ
F16	สถานที่ออกกำลังกายมีความหลากหลายและเพียงพอ
F17	มีบริการด้านอนามัยและการรักษาพยาบาล
F18	มีการให้เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา
F19	มีชมรมและกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักศึกษาเข้าร่วม
F20	คุณภาพของอุปกรณ์ในห้องเรียน
F21	ความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาของอาจารย์ผู้สอน
F22	อาจารย์วางแผนและเตรียมการสอน
F23	อาจารย์มีความสามารถในการอธิบายและถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาวิชา
F24	อาจารย์ดำเนินการสอนตรงตามวัตถุประสงค์และครอบคลุมเนื้อหาของวิชา
F25	อาจารย์มีการวัดและประเมินผลที่เหมาะสม
F26	อาจารย์ยอมรับฟังความคิดเห็นและข้อวิจารณ์ของผู้เรียน
F27	อาจารย์สามารถเข้าถึงติดต่อได้ง่าย
F28	อาจารย์ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษานอกเวลาเรียน
F29	ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากงานหรือการบ้านที่ต้องส่งคืน
F30	การให้คำแนะนำ/ดูแลเอาใจใส่ของอาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ปัจจัย	รายการ
F31	ความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่
F32	ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่
F33	การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการทำงานเป็นทีม
F34	การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการติดต่อสื่อสาร
F35	การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการวิเคราะห์
F36	การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในเชิงปฏิบัติ
F37	การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาทางด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี
F38	การได้รับความรู้ความชำนาญสำหรับวิชาชีพ
F39	การได้รับคำแนะนำและข้อมูลเกี่ยวกับวิชาชีพในสถาบัน
F40	รายวิชาที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของนักศึกษา
F41	หลักสูตรมีความทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาด
F42	โอกาสที่จะได้รับความคิดที่ดีจากเพื่อนหรือรุ่นพี่
F43	ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมชั้นเรียน

เมื่อได้คะแนนของแต่ละปัจจัยแล้ว งานวิจัยนี้ใช้สถิติ explanatory factor analysis (EFA) โดยใช้ varimax rotation ระบุกลุ่มตัวแปรที่มีสัมพันธ์กันสูง โดยคะแนน factor loading พร้อมทั้งแสดงค่า Cronbach's Alpha ซึ่งเป็นค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแต่ละตัวแปรสอดคล้องกันหรือไม่ เป็นการวัดการสอดคล้องภายใน (internal consistency) เกณฑ์ยอมรับอยู่ที่ 0.7 ขึ้นไป (Nunnally, 1978) ได้ 5 กลุ่มดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 4.6)

1. ปัจจัยอาจารย์ผู้สอน ประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้

- F24 อาจารย์ดำเนินการสอนตรงตามวัตถุประสงค์ และครอบคลุมเนื้อหาของวิชา
- F25 อาจารย์มีการวัดและประเมินผลตรงตามวัตถุประสงค์
- F26 อาจารย์ยอมรับฟังความคิดเห็นและข้อวิจารณ์ของผู้เรียน
- F27 อาจารย์สามารถติดต่อเข้าถึงง่าย
- F28 อาจารย์ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษานอกเวลาเรียน
- F29 ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์จากงานหรือการบ้านที่อาจารย์ต้องส่งคืน
- F30 การให้คำแนะนำ/ดูแลเอาใจใส่ของอาจารย์ที่ปรึกษา

2. ปัจจัยด้านหลักสูตรและสังคม ซึ่งประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้

- F38 การได้รับความรู้ความชำนาญสำหรับวิชาชีพ
- F39 การได้รับคำแนะนำและข้อมูลเกี่ยวกับวิชาชีพในสถาบัน
- F40 รายวิชาที่เปิดสอนตรงความต้องการของนักศึกษา
- F41 หลักสูตรมีความทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- F42 โอกาสที่จะได้รับความคิดที่ดีจากเพื่อนหรือรุ่นพี่
- F43 ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมชั้นเรียน
3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้
- F9 มีห้องเรียนที่สะอาด
- F10 ห้องสมุดมีหนังสือและแหล่งสืบค้นข้อมูลที่หลากหลาย
- F11 ห้องแล็บคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยให้ใช้งานได้
- F12 ความพอเพียงของจำนวนคอมพิวเตอร์
- F13 มีโรงอาหารที่มีรายการอาหารที่หลากหลาย ถูกสุขลักษณะ
- F14 มีโรงอาหารที่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
4. ปัจจัยด้านการรับรู้การเรียนรู้ของนักศึกษาประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้
- F33 การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการทำงานเป็นทีม
- F34 การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการติดต่อสื่อสาร
- F35 การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการวิเคราะห์
- F36 การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในเชิงปฏิบัติ
5. ปัจจัยด้านความสวยและการวางผังของสถาบัน
- F1 การวางผังของสถาบัน
- F2 ความสวยของสถาบัน

ตารางที่ 4.6 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กัน

กลุ่ม (construct)	ตัวแปร	Factor loading	Cronbach's Alpha
1. ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน			.892
	F24	.706	
	F25	.788	
	F26	.816	
	F27	.803	
	F28	.820	
	F29	.749	
	F30	.767	
2. ปัจจัยด้านหลักสูตรและสังคม			.862
	F38	.760	
	F39	.772	
	F40	.764	
	F41	.777	
	F42	.765	
	F43	.777	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

กลุ่ม (construct)	ตัวแปร	Factor loading	Cronbach's Alpha
3.ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม			.850
	F9	.706	
	F10	.701	
	F11	.784	
	F12	.783	
	F13	.814	
4. ปัจจัยด้านการรับรู้การเรียนรู้ของนักศึกษา			.810
	F33	.831	
	F34	.792	
	F35	.820	
	F36	.756	
5.ปัจจัยด้านความสวยและการวางผังของสถาบัน			.723
	F1	.885	
	F2	.885	

ผลของ Exploratory factor analysis ด้วย varimax rotation ระบุห้าปัจจัยซึ่งสามารถอธิบายได้ 62.464 % ของ variance หรือ 62.464% ของรายการต่าง ๆ ที่ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกทั้งหมด โดยรายการต่าง ๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบของตัวแปรที่ 1 เท่ากับ 37.289 % ของ variance หรือสามารถอธิบายได้เท่ากับ 37.289 % ของ รายการทั้งหมดองค์ประกอบของตัวแปรที่ 2 สามารถอธิบายได้เท่ากับ 8.479% ของ รายการทั้งหมด องค์ประกอบของตัวแปรที่ 3 สามารถอธิบายได้เท่ากับ 6.429 % ของ รายการทั้งหมดองค์ประกอบของตัวแปรที่ 4 สามารถอธิบายได้เท่ากับ 5.498% ของ รายการทั้งหมดองค์ประกอบของตัวแปรที่ 5 สามารถอธิบายได้เท่ากับ 4.770% ของ รายการทั้งหมด ((ตารางที่ 4.7)

ดังนั้นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูงได้แก่ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนปัจจัยด้านหลักสูตรและสังคม ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการรับรู้การเรียนรู้ของนักศึกษาปัจจัยด้านความสวยและการวางผังของสถาบัน

ตารางที่ 4.7 ค่า Initial Eigenvalues และ Extraction Sums of Squared Loadings

ปัจจัย	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1.ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน(fac 1)	9.322	37.289	37.289	9.322	37.289	37.289
2.ปัจจัยด้านหลักสูตรและสังคม(fac 2)	2.120	8.479	45.768	2.120	8.479	45.768
3.ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (fac 3)	1.607	6.429	52.197	1.607	6.429	52.197
4. ปัจจัยด้านการรับรู้การเรียนรู้ของนักศึกษา (fac 4)	1.374	5.498	57.694	1.374	5.498	57.694
5.ปัจจัยด้านความสวยและการวางผังของสถาบัน	1.192	4.770	62.464	1.192	4.770	62.464

KMO = .905

Bartlett's Test of Sphericity 3,467

Sig =.000

4.2.3 การทดสอบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูง

4.2.3.1 การคำนวณค่า component matrix

4.2.3.1.1 การคำนวณค่าปัจจัยอาจารย์ผู้สอน(fac 1) นำปัจจัยห้าปัจจัยที่เป็นปัจจัยสำคัญมีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูง ไปหาค่า component matrix ของแต่ละปัจจัยซึ่งได้จากการวิเคราะห์ factor analysis โดยในลำดับแรกวิเคราะห์เฉพาะรายการที่อยู่ในกลุ่ม fac 1 โดยค่า component matrix ของปัจจัยอาจารย์(fac 1) แสดงดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ค่า component matrix ของปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน (fac 1)

องค์ประกอบ	ปัจจัยอาจารย์ (fac 1)
F24 อาจารย์ดำเนินการสอนตรงตามวัตถุประสงค์ และครอบคลุมเนื้อหาของวิชา	.706
F25 อาจารย์มีการวัดและประเมินผลตรงตามวัตถุประสงค์	.788
F26 อาจารย์ยอมรับฟังความคิดเห็นและข้อวิจารณ์ของผู้เรียน	.816
F27 อาจารย์สามารถติดต่อเข้าถึงง่าย	.803
F28 อาจารย์ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษานอกเวลาเรียน	.820
F29 ได้รับข้อมูลที่เพียงพอจากงานหรือการบ้านที่อาจารย์ต้องส่งคืน	.749
F30 การให้คำแนะนำ/ดูแลเอาใจใส่ของอาจารย์ที่ปรึกษา	.767

จากนั้นนำค่า component matrix ของปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน (fac 1) มาคำนวณหาค่า fac 1 จากสมการ $fac\ 1 = 0.706 * F24 + .788 * F25 + .816 * F26 + .803 * F27 + .820 * F28 + .749 * F29 + .767 * F30$

4.2.3.1.2 การคำนวณหาปัจจัยด้านหลักสูตรและสังคม (fac 2) คำนวณค่า component matrix เฉพาะรายการที่อยู่ในกลุ่ม fac 2 โดยค่า component matrix ของปัจจัยด้านหลักสูตรและสังคม แสดงดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ค่า component matrix ของปัจจัยด้านหลักสูตรและสังคม (fac 2)

องค์ประกอบ	ปัจจัยด้านหลักสูตรและสังคม (fac 2)
F38 การได้รับความรู้ความชำนาญสำหรับวิชาชีพ	.760
F39 การได้รับคำแนะนำและข้อมูลเกี่ยวกับวิชาชีพในสถาบัน	.772
F40 รายวิชาที่เปิดสอนตรงความต้องการของนักศึกษา	.764
F41 หลักสูตรมีความทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาด	.777
F42 โอกาสที่จะได้รับความคิดที่ดีจากเพื่อนหรือรุ่นพี่	.765
F43 ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมชั้นเรียน	.777

จากนั้นนำค่า component matrix ปัจจัยด้านหลักสูตรและสังคม (fac 2) มาคำนวณหาค่า fac 2 จากสมการ $fac\ 2 = 0.760 * F38 + .772 * F39 + .764 * F40 + .777 * F41 + .765 * F42 + .777 * F43$

4.2.3.1.3 การคำนวณหาค่า (fac 3) คำนวณค่า component matrix เฉพาะรายการที่อยู่ในปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (fac 3) โดยค่า component matrix แสดงดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ค่า component matrix ของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (fac 3)

องค์ประกอบ	ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (fac 3)
F9 มีห้องเรียนที่สะอาด	.706
F10 ห้องสมุดมีหนังสือและแหล่งสืบค้นข้อมูลที่หลากหลาย	.701
F11 ห้องแล็บคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยให้ใช้งานได้	.784
F12 ความพอเพียงของจำนวนคอมพิวเตอร์	.783
F13 มีโรงอาหารที่มีรายการอาหารที่หลากหลาย ถูกสุขลักษณะ	.814
F14 มีโรงอาหารที่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	.752

จากนั้นนำค่า component matrix ของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (fac 3) มาคำนวณหาค่า fac 3 จากสมการ $fac\ 3 = 0.706 * F9 + 0.701 * F10 + 0.784 * F11 + .783 * F12 + .814 * F13 + .752 * F14$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.3.1.4 การคำนวณหาค่าปัจจัยด้านการรับรู้การเรียนรู้ของนักศึกษา(fac 4)คำนวณค่า component matrix เฉพาะรายการที่อยู่ในกลุ่มปัจจัยด้านการรับรู้การเรียนรู้ของนักศึกษา(fac 4)โดยค่า component matrix แสดงดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ค่า component matrix ของปัจจัยด้านการรับรู้การเรียนรู้ของนักศึกษา(fac 4)

องค์ประกอบ	ปัจจัยด้านการรับรู้การเรียนรู้ของนักศึกษา(fac 4)
F33 การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการทำงานเป็นทีม	.831
F34 การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการติดต่อสื่อสาร	.792
F35 การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการวิเคราะห์	.820
F36 การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในเชิงปฏิบัติ	.756

จากนั้นนำค่า component matrix ของปัจจัยด้านการรับรู้การเรียนรู้ของนักศึกษา(fac 4)มาคำนวณหาค่า fac 4 จากสมการ $fac\ 4 = 0.831 * F33 + .792 * F34 + .820 * F35 + .756 * F36$

4.2.3.1.5 การคำนวณหาค่า(fac 5)คำนวณค่า component matrix เฉพาะรายการที่อยู่ในกลุ่มปัจจัยด้านความสวยและการวางผังของสถาบัน(fac5) โดยค่า component matrix แสดงดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ค่า component matrix ของปัจจัยด้านความสวยและการวางผังของสถาบัน(fac 5)

องค์ประกอบ	ปัจจัยด้านความสวยและการวางผังของสถาบัน(fac5)
F1 การวางผังของสถาบัน	.885
F2 ความสวยของสถาบัน	.885

จากนั้นนำค่า component matrix ของปัจจัยด้านความสวยและการวางผังของสถาบัน(fac5) มาคำนวณหาค่า fac5 จากสมการ $fac5 = 0.885 * F1 + .885 * F2$

4.2.3.2 การทดสอบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อความคิดเห็นในปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูง

4.2.3.2.1 เพศ

ผลการทดสอบความแตกต่างของเพศของนักศึกษาที่มีต่อความคิดเห็นในปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูง โดยใช้สถิติ ANOVA แสดงว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีความเห็นไม่แตกต่างกันในทุกปัจจัย (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าสถิติ ANOVA เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ
คุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูงจำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ			
	ชาย	หญิง	F	Sig
fac 1	33.6554	33.4898	.205	.651
fac 2	28.0640	27.8747	.433	.511
fac 3	27.5647	27.7390	.301	.584
fac 4	19.5202	19.4972	.012	.913
Fac 5	10.9423	10.7987	1.149	.284

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 5 % **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 1 %

4.2.3.2.2 ระดับชั้นปี

จากตารางที่ 4.14 แสดงว่านักศึกษาที่อยู่ระดับชั้นปีต่างกันมีความเห็นไม่แตกต่างกันในทุกปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูง

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าสถิติ ANOVA เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ
คุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูงจำแนกตามระดับชั้นปี

ปัจจัย	ระดับชั้นปี				F	Sig
	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4			
fac 1	33.4405	33.6042	33.6202	.082	.921	
fac 2	28.3827	27.8021	27.8524	1.458	.234	
fac 3	27.6506	27.6609	27.6572	.000	1.000	
fac 4	19.5555	19.4979	19.4827	.036	.984	
fac 5	10.6468	10.9481	10.9278	1.833	.161	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 5 % * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 1 %

4.2.3.2.3 คณะ

จากตารางที่ 4.15 แสดงว่านักศึกษาที่อยู่คณะ/วิทยาลัยต่างกันมีความเห็นต่างกัน
ในปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน(fac 1)ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (fac 3) และปัจจัยด้านความสวยและการวาง
ผังของสถาบัน(fac 5)

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าสถิติ ANOVA เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ
คุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูงจำแนกตามคณะ/วิทยาลัย

ปัจจัย	วิทยาลัยการบริหาร และจัดการ	คณะเทคโนโลยีการเกษตร	คณะวิศวกรรมศาสตร์	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	คณะวิทยาศาสตร์	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	คณะอุตสาหกรรมเกษตร	F	Sig
fac 1	34.4236	32.4715	33.8184	32.4203	34.0813	33.7736	33.8140	33.7374	2.031	.050*
fac 2	28.8999	27.3447	27.9889	27.1245	28.3488	27.9903	27.7550	28.2560	1.981	.057
fac 3	29.1071	27.2544	26.9604	27.2855	27.1478	27.9024	27.6203	27.9795	2.415	.020*
fac4	20.0762	19.0728	19.6705	19.0798	19.2680	19.6499	19.7291	19.5174	1.386	.210
fac5	11.4147	10.6922	11.1618	10.9812	10.2227	10.9451	10.6381	19.5174	3.793	.001**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 5 % ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 1 %

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการทดสอบ LSD (Least Significance Difference) พบว่านักศึกษาต่างคณะ/วิทยาลัยมีความแตกต่างกันในความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน (fac 1) ดังต่อไปนี้ วิทยาลัยการบริหารและจัดการแตกต่างจากคณะเทคโนโลยีการเกษตร วิทยาลัยการบริหารและจัดการแตกต่างจากสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีการเกษตรแตกต่างจากคณะวิทยาศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์แตกต่างจากคณะวิทยาศาสตร์

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความแตกต่างของปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน (fac 1)
จำแนกตามคณะ

คณะ	\bar{X}_i	วิทยาลัยการบริหาร และจัดการ	คณะเทคโนโลยีการเกษตร	คณะวิศวกรรมศาสตร์	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	คณะวิทยาศาสตร์	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	คณะอุตสาหกรรมเกษตร
		34.4236	32.4715	33.8184	32.4203	34.0813	33.7736	33.8140	33.7374
วิทยาลัยการบริหารและจัดการ	34.4236	-	1.95206 (.007)**	.60518 (.403)	2.00329 (.006)**	.34224 (.636)	.65004 (.369)	.60955 (.399)	.68620 (.343)
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	32.4715		-	-1.34688 (.063)	.05122 (.944)	-1.60982 (.026)*	-1.30202 (.072)	-1.34251 (.064)	-1.26586 (.081)
คณะวิศวกรรมศาสตร์	33.8184			-	1.39810 (.054)	-2.6294 (.716)	.04486 (.951)	.00437 (.995)	.08102 (.911)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

คณะ	XI	วิทยาลัยการบริหาร และจัดการ	คณะเทคโนโลยีการเกษตร	คณะวิศวกรรมศาสตร์	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	คณะวิทยาศาสตร์	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	คณะอุตสาหกรรมเกษตร
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	32.4203					-1.66104 (.022)*	30780 (.670)	26731 (.712)	34396 (.634)
คณะวิทยาศาสตร์	34.0813					-	30780 (.670)	26731 (.712)	34396 (.634)
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	33.7736						-	-.04049 (.955)	.03616 (.960)
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	33.8140							-	.07665 (.916)
คณะอุตสาหกรรมเกษตร	33.7374								-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 5 % ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 1 %

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการทดสอบ LSD (Least Significance Difference) พบว่านักศึกษาต่างคณะมีความแตกต่างกันในความคิดเห็นต่อบัณฑิตด้านสิ่งแวดล้อม (fac3) ดังต่อไปนี้ วิทยาลัยการบริหารและจัดการแตกต่างจากคณะเทคโนโลยีการเกษตร วิทยาลัยการบริหารแตกต่างจากคณะวิศวกรรมศาสตร์ วิทยาลัยการบริหารและจัดการแตกต่างจากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ วิทยาลัยการบริหารแตกต่างจากคณะวิทยาศาสตร์ วิทยาลัยการบริหารแตกต่างจากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความแตกต่างของบัณฑิตด้านสิ่งแวดล้อม (fac3) จำแนกตามคณะ

คณะ	XI	วิทยาลัยการบริหารและจัดการ	คณะเทคโนโลยีการเกษตร	คณะวิศวกรรมศาสตร์	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	คณะวิทยาศาสตร์	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	คณะอุตสาหกรรมเกษตร
		29.1071	27.2544	26.9604	27.2855	27.1478	27.9024	27.6203	27.9795
วิทยาลัยการบริหารและจัดการ	29.1071	-	1.85267 (.003)**	2.14665 (.001)**	1.82157 (.004)**	1.95931 (.002)**	1.20467 (.055)	1.48680 (.018)*	1.12759 (.072)
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	27.2544		-	.29398 (.639)	-.03110 (.960)	.10663 (.865)	-.64800 (.301)	-.36588 (.559)	-.72508 (.247)
คณะวิศวกรรมศาสตร์	26.9604			-	.35208 (.604)	-.18735 (.765)	-.94198 (.133)	-.65986 (.293)	-1.01906 (.104)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับผูกพันให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

คณะ	X ¹	วิทยาลัยการบริหารและจัดการ	คณะเทคโนโลยีการเกษตร	คณะวิศวกรรมศาสตร์	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	คณะวิทยาศาสตร์	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	คณะอุตสาหกรรมเกษตร
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	27.2855					.13773 (.826)	-61690 (325)	-33478 (593)	.69398 (268)
คณะวิทยาศาสตร์	27.1478						-75463 (229)	-47251 (451)	.83171 (.185)
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	27.9024							28212 (.652)	-.07708 (.902)
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	27.6203								-.35920 (.566)
คณะอุตสาหกรรมเกษตร	27.9795								-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 5 % ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 1 %

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการทดสอบ LSD (Least Significance Difference) พบว่านักศึกษาต่างคณะมีความแตกต่างกันในความคิดเห็นต่อบัณฑิตด้านความสวยและการวางผังของสถาบัน (fac 5) ดังต่อไปนี้วิทยาลัยการบริหารและจัดการมีความแตกต่างจากคณะเทคโนโลยีการเกษตร วิทยาลัยการบริหารและจัดการมีความแตกต่างจากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีการเกษตรมีความแตกต่างจากคณะวิทยาศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มีความแตกต่างจากคณะวิทยาศาสตร์

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความแตกต่างของบัณฑิตด้านความสวยและการวางผังของสถาบัน (fac5) จำแนกตามคณะ

คณะ	X ¹	วิทยาลัยการบริหาร และจัดการ	คณะเทคโนโลยีการเกษตร	คณะวิศวกรรมศาสตร์	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	คณะวิทยาศาสตร์	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	คณะอุตสาหกรรมเกษตร
		34.4236	32.4715	33.8184	32.4203	34.0813	33.7736	33.8140	33.7374
วิทยาลัยการบริหารและจัดการ	34.4236	-	1.95206 (.007)**	.60518 (.403)	2.00329 (.006)**	34224 (.636)	.65004 (.369)	.60955 (.399)	.68620 (.343)
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	32.4715		-	-1.34688 (.063)	.05122 (.944)	-1.60982 (.026)*	-1.30202 (.072)	-1.34251 (.064)	-1.26586 (.081)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

คณะ	XI	วิทยาลัยการบริหาร และจัดการ	คณะเทคโนโลยีการเกษตร	คณะวิศวกรรมศาสตร์	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	คณะวิทยาศาสตร์	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	คณะอุตสาหกรรมเกษตร
คณะวิศวกรรมศาสตร์	33.8184			-	1.39810 (.054)	-26294 (716)	.04486 (951)	.00437 (.995)	.08102 (.911)
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	32.4203				-	-1.66104 (.022)*	.30780 (.670)	2.6731 (.712)	.34396 (.634)
คณะวิทยาศาสตร์	34.0813					-	.30780 (.670)	2.6731 (.712)	.34396 (.634)
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	33.7736						-	-.04049 (.955)	.03616 (.960)
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	33.8140							-	.07665 (.916)
คณะอุตสาหกรรมเกษตร	33.7374								-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 5 % ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 1 %

4.2.3.2.4 เกรด

จากตารางที่ 4.19 แสดงว่านักศึกษาที่เกรดต่างกันมีความเห็นไม่แตกต่างกันในทุกปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูง

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าสถิติ ANOVA เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูงจำแนกตามเกรด

ปัจจัย	เกรด							F	Sig
	ต่ำกว่า 2.00	2.01-2.30	2.31-2.60	2.61-2.90	2.91-3.20	3.21-3.50	ตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป		
fac 1	30.8350	33.5794	33.7517	33.0414	33.5953	33.8991	35.8110	1.356	.256
fac 2	27.3115	28.3411	28.4334	27.3695	27.7306	28.3211	28.3877	1.628	.138
fac 3	26.5380	27.7198	28.0410	27.3413	27.2013	28.0568	28.7613	1.091	.367
fac4	20.0375	19.7291	19.4128	19.1751	19.4715	19.9226	20.2576	1.270	.270
fac5	11.0625	10.4853	1.1007	10.8494	10.8469	10.8049	11.4165	1.392	.217

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 5 % ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 1 %

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ความพึงพอใจและความภักดีของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพการบริการของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารในระดับมาก(ตารางที่ 4.20) และมีความภักดีต่อสถาบันมาก (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.20 แสดงระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพการบริการสถาบัน

รายการ	ไม่พอใจมากที่สุด	ไม่พอใจ	ค่อนข้างไม่พอใจ	เฉยๆ	ค่อนข้างพอใจ	พอใจมาก	พอใจมากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. ฉันมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของสถาบัน	0 (0%)	1 (.3%)	7 (1.8%)	21 (5.4%)	72 (18.4%)	192 (49.0%)	99 (25.3%)	5.90	มาก
2. ฉันมีความพึงพอใจในการมาเรียนที่สถาบันแห่งนี้	2 (.5%)	0 (0%)	0 (0%)	16 (4.1%)	57 (14.5%)	202 (51.5%)	115 (29.3%)	6.04	มาก
3. ฉันพอใจในการจ่ายเงินมาเรียนที่สถาบันแห่งนี้	1 (.3%)	1 (.3%)	1 (.3%)	24 (6.1%)	89 (22.7%)	152 (38.8%)	124 (31.6%)	5.94	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม								5.96	มาก

ตารางที่ 4.21 ระดับความภักดีของนักศึกษาที่มีต่อสถาบัน

รายการ	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้างมาก	เฉยๆ	ค่อนข้างน้อย	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. ฉันตั้งใจจะเรียนต่อที่สถาบันอีกในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น	1 (.3%)	2 (.5%)	7 (1.8%)	57 (14.5%)	65 (16.6%)	163 (41.6%)	97 (24.7%)	5.70	มาก
2. ถ้ามีโอกาสจะมาเรียนหลักสูตรอื่นในสถาบันอีก	1 (.3%)	5 (1.3%)	4 (1.0%)	70 (17.9%)	80 (20.4%)	124 (31.6%)	108 (27.6%)	5.62	มาก
3. ฉันรักสถาบันแห่งนี้	0 (0%)	0 (0%)	3 (.8%)	8 (2.0%)	46 (11.7%)	143 (36.5%)	192 (49.0%)	6.31	มากที่สุด
4. ฉันจะแนะนำให้เพื่อนญาติ คนรู้จัก มาเรียนที่สถาบัน	0 (0%)	1 (.3%)	0 (0%)	16 (4.1%)	86 (21.9%)	159 (40.6%)	130 (33.2%)	6.02	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม								5.91	มาก

4.4 ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพบริการของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังกับการรับรู้คุณภาพ

ผลของ paired samples T test จากตารางที่ 4.22 แสดงว่าการรับรู้ในคุณภาพบริการของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังต่ำกว่าระดับที่นักศึกษาคาดหวังในทุกเรื่อง โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังระดับมาก ในขณะที่ค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพการบริการอยู่ระดับค่อนข้างมาก ผลการวิจัยพบว่านักศึกษามีความคาดหวังสูงสุดในเรื่องรายวิชาที่เปิดสอน สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา รองลงมาคืออาจารย์วางแผนและเตรียมการสอนสำหรับการรับรู้คุณภาพที่สูงที่สุดคือความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในเนื้อหาวิชาของอาจารย์ผู้สอน รองลงมาคือรายวิชาที่เปิดสอนสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา สำหรับการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือสถานที่พักผ่อนหย่อนใจสำหรับนักศึกษา รองลงมาคือมีห้องแล็บคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยให้ใช้งานได้ และมีจำนวนคอมพิวเตอร์พอเพียง

ตารางที่ 4.22 แสดงความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคาดหวังในคุณภาพบริการของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังกับระดับบริการที่นักศึกษารับรู้

รายการ	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง(1)		ระดับความคาดหวัง	ค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพ(2)		ระดับการรับรู้	ความแตกต่างค่าเฉลี่ย(2)-(1)	t	Sig
		SD			SD				
1. มีสถานที่นั่งพักผ่อน อ่านหนังสือสงบ ร่มรื่นเพียงพอ	6.11	.974	มาก	5.24	1.376	ค่อนข้าง มาก	-0.87	11.905	.000**
2. ความสะอาดของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โรงอาหาร ห้องสมุด	6.02	.868	มาก	5.17	1.101	ค่อนข้าง มาก	-0.85	12.576	.000**
3. สถานที่พักผ่อนหย่อนใจสำหรับ นักศึกษา	5.97	1.036	มาก	5.02	1.294	ค่อนข้าง มาก	-0.95	12.543	.000**
4. มีห้องแล็บคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยให้ ใช้งานได้ และมีจำนวนคอมพิวเตอร์ พอเพียง	6.03	.891	มาก	5.07	1.127	ค่อนข้าง มาก	-0.96	13.962	.000**
5. มีสถานที่เล่นกีฬาและสันทนาการให้ นักศึกษา	6.00	.890	มาก	5.18	1.086	ค่อนข้าง มาก	-0.82	12.195	.000**
6. ความเป็นมิตรของนักศึกษาและ โอกาสที่จะมีเพื่อนสนิท	6.01	.913	มาก	5.35	1.038	มาก	-0.66	10.105	.000**
7. มีกิจกรรมหรือชมรมสำหรับนักศึกษา	5.97	.926	มาก	5.25	1.105	ค่อนข้าง มาก	-0.72	10.786	.000**

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง(1)		ระดับความคาดหวัง	ค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพ(2)		ระดับการรับรู้	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย(2)-(1)		Sig
		SD			SD		t		
8. นักศึกษาได้รับเกรดสอดคล้องกับเวลาและความพยายาม	6.08	.913	มาก	5.34	2.210	มาก	-0.74	6.268	.000**
9. ระบบการวัดผลและการตัดเกรดที่เหมาะสม	6.06	.930	มาก	5.23	1.103	ค่อนข้างมาก	-0.83	12.514	.000**
10. ปริมาณงานที่อาจารย์มอบหมายในวิชามีความเหมาะสม	5.96	.957	มาก	5.31	.996	มาก	-0.65	10.226	.000**
11. โอกาสที่จะได้รับเกรดที่ต้องการถ้าใช้ความพยายามมาก	6.05	.901	มาก	5.29	1.027	ค่อนข้างมาก	-0.76	11.468	.000**
12. คุณภาพของเนื้อหาที่สอนในวิชา	6.14	.875	มาก	5.37	1.033	มาก	-0.77	12.797	.000**
13. ความทันสมัยของหลักสูตร	6.07	.920	มาก	5.37	1.039	มาก	-0.7	11.600	.000**
14. ความครอบคลุมของเนื้อหาที่จะนำไปใช้ในวิชาชีพ	6.13	.892	มาก	5.37	1.041	มาก	-0.76	12.984	.000**
15. ความสวยของสถาบัน	6.09	.991	มาก	5.15	1.161	ค่อนข้างมาก	-0.94	13.124	.000**
16. ความปลอดภัยของสถาบัน	6.14	.947	มาก	5.11	1.209	ค่อนข้างมาก	-1.03	14.469	.000**
17. มีการแจ้งระบบการวัดผลที่ชัดเจน	6.13	.936	มาก	5.15	1.129	ค่อนข้างมาก	-0.98	14.633	.000**
18. รายวิชาที่เปิดสอนสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา	6.21	.806	มากที่สุด	5.42	1.265	มาก	-0.79	13.027	.000**
19. ความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในเนื้อหาวิชาของอาจารย์ผู้สอน	6.10	.747	มาก	5.51	.921	มาก	-0.59	11.090	.000**
20. อาจารย์วางแผนและเตรียมการสอน	6.15	.848	มาก	5.41	1.004	มาก	-0.74	12.882	.000**
21. อาจารย์มีความสามารถในการอธิบายและถ่ายทอดความรู้ในเนื้อหาวิชา	6.07	.877	มาก	5.41	.984	มาก	-0.66	11.003	.000**
22. อาจารย์ดำเนินการสอนตามวัตถุประสงค์และครอบคลุมเนื้อหา	6.12	.860	มาก	5.39	1.016	มาก	-0.73	13.015	.000**
23. อาจารย์สามารถติดต่อเข้าถึงได้ง่าย	5.98	1.000	มาก	5.14	1.146	ค่อนข้างมาก	-0.84	12.472	.000**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง(1)	SD	ระดับความคาดหวัง	ค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพ(2)	SD	ระดับการรับรู้	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย(2)-(1)	t	Sig
24. ความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	6.00	.977	มาก	5.15	1.096	ค่อนข้างมาก	-0.85	12.712	.000**
25. ความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	6.07	.919	มาก	5.15	1.144	ค่อนข้างมาก	-0.92	13.143	.000**
26. ความคุ้มค่าของเงินค่าอาหารที่จ่ายในโรงอาหาร	5.99	.957	มาก	5.21	1.127	ค่อนข้างมาก	-0.78	11.570	.000**
ค่าเฉลี่ย	6.05	มาก		5.25		ค่อนข้างมาก			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 5 % ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 1 %

4.5 การวิจารณ์ผล

ผลการศึกษาจากงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา (Wiers-Jensen, Stensaker & Grøgaard, 2002; Alves & Raposo, 2007; Wilkins and Balakrishnan, 2013; Pozo-Munoz, Reboloso-Pacheco, and Fernandez-Ramirez, 2000; and Marzo-Navarro, Pedraja-Iglesias, and Rivera-Torres, 2005) ว่าปัจจัยอาจารย์ผู้สอนมีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของสถาบันสอดคล้องกับ Hampton, (1993), Kwan & NG (1999) ว่าปัจจัยด้านหลักสูตรเช่นการได้รับความรู้ความชำนาญสำหรับวิชาชีพเป็นปัจจัยกำหนดคุณภาพในสถาบันการศึกษาชั้นสูง สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา (García-Aracil, 2009; Curran and Rosen, 2006; Appleton-Knapp and Krentler, 2006; Brady and Cronin, 2001) ในเรื่องปัจจัยทางด้านสังคมเช่นปฏิสัมพันธ์ในห้องเรียนมีผลต่อความพึงพอใจ สำหรับเรื่องปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านความสวยงามและการวางผังของสถาบัน สอดคล้องกับ Oldfield and Baron, (2000) และ Athiyaman, (1997) ในเรื่องห้องสมุดสอดคล้องกับ Mai, (2005) และ Athiyaman, (1997) ในเรื่องห้องคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย; สอดคล้องกับ Clemes et al., (2001) และ Oldfield and Baron, (2000) ในเรื่องห้องเรียน; และสอดคล้องกับ Ford et al., (1999) ในเรื่องการวางผังของมหาวิทยาลัย

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา (Moosmayer and Siems, 2012; Sandmuang and Khang, 2013) ที่พบว่านักศึกษาคาดหวังในคุณค่าของการบริการมากกว่าคุณค่าที่พวกเขาคิดว่าจะมหาวิทยาลัยมอบให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ชั้นปีที่ 3 มีเกรดเฉลี่ย 2.61-2.90 มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับบริการของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังระดับมากที่สุดในเรื่องแก่ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในเนื้อหาของอาจารย์ผู้สอน อาจารย์มีความสามารถในการอธิบายและถ่ายทอดความรู้ให้เข้าใจเนื้อหาวิชาความปลอดภัยของสถาบัน อาจารย์ดำเนินการสอนตรงตามวัตถุประสงค์และครอบคลุมเนื้อหาของวิชา อาจารย์วางแผนและเตรียมการสอน อาจารย์ยอมรับฟังความคิดเห็นและข้อวิจารณ์ของผู้เรียน อาจารย์ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษานอกเวลาเรียน การพัฒนาความสามารถของนักศึกษาในการวิเคราะห์ มีชื่อเสียงทางด้านวิชาการ อาจารย์มีการวัดและประเมินผลตรงตามวัตถุประสงค์และครอบคลุมเนื้อหาของวิชา และห้องสมุดมีหนังสือและแหล่งสืบค้นข้อมูลมากและหลากหลาย

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูง ได้แก่ ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน ปัจจัยด้านหลักสูตรและสังคม ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการรับรู้การเรียนรู้นักศึกษา ปัจจัยด้านความสวยและการวางผังของสถาบัน

ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาที่มีต่อความคิดเห็นในปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูง ใช้สถิติ ANOVA พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน ชั้นปีแตกต่างกัน เกรดต่างกันมีความเห็นไม่แตกต่างกันในทุกปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการในสถาบันการศึกษาชั้นสูง นักศึกษาที่อยู่ต่างคณะกันมีความเห็นต่างกัน ในปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้าน ความสวยและสถานที่ตั้งของสถาบัน

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารในระดับมาก และมีความภักดีต่อสถาบันมาก ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของนักศึกษาที่มีต่อคุณภาพการบริการกับการรับรู้คุณภาพการบริการ พบว่าการรับรู้คุณภาพบริการของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังต่ำกว่าระดับที่นักศึกษาคาดหวังในทุกเรื่อง โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังระดับมาก ในขณะที่ค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพการบริการอยู่ระดับค่อนข้างมาก

5.2 ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากปัจจัยผู้สอนมีผลต่อความพึงพอใจคุณภาพการบริการของสถาบัน เช่นการดำเนินเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสอนตรงตามวัตถุประสงค์และครอบคลุมเนื้อหาของวิชา ดังนั้นอาจารย์ผู้สอนควรชี้แจงวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่จะครอบคลุมการสอนในวิชา ตลอดจนวิธีการวัดผลอย่างชัดเจน ควรเปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้าพบ และซักถามปัญหาได้ง่าย ควรเพิ่มปฏิสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์กับนักศึกษา จะทำให้ทราบความคิดเห็นของนักศึกษาและสามารถปรับปรุงการสอนให้ตรงกับความได้รวดเร็วขึ้น ตรวจสอบนักศึกษาในเวลาที่เหมาะสม ทางสถาบันหรืออาจารย์ผู้สอนควรจัดให้ประเมินการสอนในระยะเวลา และความถี่ที่เหมาะสม เช่น จัดให้มีการประเมินการสอนหนึ่งเดือนหลังจากมีการเรียนการสอน จะทำให้อาจารย์นำผลการประเมินมาปรับปรุงการสอนสำหรับตลอดภาคการศึกษาได้อย่างทันทั่วถึง

2. เนื่องจากปัจจัยด้านหลักสูตรมีความสำคัญกับ ปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับวิชาชีพของนักศึกษา ตรงตามความต้องการของตลาด เพื่อให้นักศึกษาสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในการประกอบอาชีพได้เหมาะสมขึ้น

3. เนื่องจากปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญต่อความพึงพอใจของนักศึกษา ดังนั้นสถาบันจึงควรเร่งปรับปรุงและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะ ห้องสมุด ห้องเรียน ห้องคอมพิวเตอร์และห้องอาหาร เป็นต้น

4. ปัจจัยด้านความสวยและการวางผังของสถาบันมีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษา ดังนั้นทางสถาบันควรดูแลภูมิทัศน์ในสถาบันให้สวยงามมากยิ่งขึ้น เช่น เพิ่มการปลูกต้นไม้ ดอกไม้ เป็นต้น

5. แม้ว่าจากผลการศึกษาจะพบว่านักศึกษามีความพึงพอใจและความภักดีในสถาบันระดับมาก แต่ถ้าพิจารณาระดับการคาดหวังในคุณภาพการบริการ และระดับการรับรู้คุณภาพบริการระดับการรับรู้จะต่ำกว่าระดับความคาดหวังของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญในทุกเรื่อง ดังนั้นทางสถาบันจึงควรปรับปรุงคุณภาพการบริการต่าง ๆ ในสถาบันอย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา เช่น การเพิ่มสถานที่ร่มรื่นสำหรับพักผ่อนหย่อนใจของนักศึกษา

บทที่ 6

สรุปผลผลิตงานวิจัย

1. กำลังอยู่ระหว่างเขียนบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติ ฐานข้อมูล Scopus



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- ข่าวสำนักงานคณะกรรมการ. (2556). สามารถเข้าถึง โดยเว็บไซต์ <http://www.moe.go.th/websm/2013/jul/237.html>
- Alves, H. and Raposo, M. (2009). The measurement of the construct satisfaction in higher education, *The Service Industries Journal*, Vol. 29 No. 2, pp. 203-218.
- Aldridge, S. and Rowley, J. (1998). Measuring customer satisfaction in higher education, *Quality Assurance in Education*, 6 (4), pp. 197-204.
- Angell, R.J., Heffernan, T.W., & Megicks, P. (2008). Service quality in postgraduate education. *Quality Assurance in Education*, 16(3), 236-254.
- Appleton-Knapp, S.L. & Krentler, K. A. (2006). Measuring student expectations and their effects on satisfaction: The importance of managing student expectations. *Journal of marketing Education*, 28, 254-264.
- Arambewela R., Hall, J., & Zuhair, S. (2005). Postgraduate international students from Asia. Factors influencing satisfaction. *Journal of Marketing for Higher Education*, 15 (2), 105-127.
- Angell, R.J., Heffernan, T.W., and Megicks, P. (2008). Service quality in postgraduate education. *Quality Assurance in Education*, 16 (3), 236-254.
- Athiyaman, A. (1977). Linking student satisfaction and service quality perceptions: The case of University education. *European Journal of Marketing*, 31, 528-540.
- Bean, J. P. and Bradley, R. K. (1986). Untangling the satisfaction-performance relationship for college students, *Journal of Higher Education*, Vol. 57 No. 4, pp. 393-412.
- Bitner, M. J. (1990), Evaluating service encounters: The effect of physical surrounding and employee responses, *Journal of Marketing Management*, vol. 8, pp. 351-364.
- Bigné, E., Moliner, M.A., Sánchez, J. (2003) Perceived quality and satisfaction in multiservice organisations: the case of Spanish public services, in: *Journal of Services Marketing*, Vol. 17 No.4, pp.420-42.
- Blodgett JG, Granbois DH, Walters RG. (1993). The effects of perceived justice on complainants' negative word-of-mouth behavior and repatronage intentions. *Journal of Retailing* ; 69(4):399 – 427.
- Blodgett JG, Hill DJ, Tax SS. (1997) The effects of distributive, procedural, and interactional justice on postcomplaint behavior. *Journal of Retailing*, 73(2):185 – 210
- Browne, B. A.; Kaldenberg, D. O.; Browne, W. G.; Brown, D. J. (1998). Student as customer :Factors Affecting satisfaction and assessments of institutional quality. *Journal of Marketing for Higher Education*, 8 (3), 1-14.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Cardozo, R. N.(1965). An experimental study of customer effort, expectation and satisfaction. *Journal of Marketing research*, 2(3), 244-249.
- Caruana, A., Money, A. H., Gertho, P. R. (2000). Service quality: An assessment of the SERVQUAL dimensions. *Journal of Retailing*, 66(1), 33-55.
- Chadwick, K. & Ward, J. (1987). Determinants of consumer satisfaction with education: implications for college and university administrators, *College and University*, 62 (Spring), pp. 236-246.
- Clemes, M. D., Ozanne, L.k., & Tram,L. (2001). An Examination of Students' Perceptions of Service Quality in Higher Education, *Journal of Marketing for Higher Education*, 10 (3), 1-20.
- Coates, N. and Koerner, R. (1996). How market oriented are business studies degrees?, *Journal of Marketing Management*, 12, 455-475.
- Cuthbert, P. F.(1996).Managing service quality in HE: is SERVQUAL the answer? Part I. Manageing Service Quality, 6(2), 11.
- Curran, J. M.,& Rosan , D.E. (2006). Students attitudes toward college courses: An examination of influences and intentions. *Journal of Marketing Education*, 28(2), 135-148.
- Davis, J.C., & Swanson, S.T. (2001).Navigating satisfactory and dissatisfactory classroom incidents. *Journal of Education for Business*, 76(5), 245-250.
- Day, R.L., and Landon, E.L. (1977). Toward a theory of consumer complaining behaviour. In A. Woodside, J.Seth and P. Bennet (Eds.),*Consumer and industrial buying behaviour* . New York, NY: North Holland.425 – 437
- Desai, S., Damewood, E., & Jones, R. (2001). Be a good teacher and be seen as a good teacher. *Journal of Marketing Education*, 23(2), 136-143.
- DeShields.O., Kara, A., and Kaynak, E. (2005). Determinants of business student satisfaction and retention in higher education. *International Journal of Education: Applying Herzberg's two-factor theory. International Journal of Education Management*, 19(2), 128-139.
- Dolinsky, A. (1994). A consumer complaint framework with resulting strategies: an application to higher education, *Journal of services Marketing*, 8 (3), pp. 27-39.
- Douglas, J., Douglas, A., and Barnes, B. (2006). Measuring student satisfaction at a UK university, *Quality Assurance in Education*, Vol. 14 No. 3, pp. 251-67.
- Eagle, L., & Brennan, R. (2007) Are students customers? TQM and marketing perspectives. *Quality Assurance in Education*, 15(1), 44-60.
- Elliot, K. M., & Healy M. A. (2001). Key factors influencing student satisfaction related to recruitment and retention. *Journal of Marketing for Higher Education*, 10, 1-11.
- Elliott, K.M., & Shin, D. (2002). Student satisfaction: An alternative approach to assessing this important concept. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 24(2), 197-209.

- Eskildsen, J., Martensen, A., Gronholdt, L. and Kristensen, K. (1999), "Benchmarking student satisfaction in higher education based on the ECSI methodology", *Proceedings of the TQM for Higher Education Institutions Conference: Higher Education Institutions and the Issue of Total Quality, 30-31 August, Verona*, pp. 385-402.
- García-Aracil, A. (2009). European graduates' level of satisfaction with higher education, *Higher Education*, vol. 57 No.1, pp. 1-21.
- Giese, J. I., & Cote, J. A. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, 2000, 1-27.
- Gruber, T., Reppel, A., Voss, R. (2012), Understanding the Characteristics of Effective Professors: The Student's Perspective, *Journal of Marketing for Higher Education*. 2010; 20(2):175-190.
- Guolla, M. (1999). Assessing the teaching quality to student satisfaction relationship. Applied customer satisfaction research in the classroom. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7(3), 87-97.
- Hativa, N., Barak, R. & Simhi, E. (2001). Exemplary university teachers: Knowledge and beliefs regarding effective teaching dimensions and strategies. *The Journal of Higher Education*, 2 (6), 699-729.
- Helgesen, Ø., & Nettet, E. (2007). What accounts for students' loyalty ? Some field study evidence, *International Journal of Educational Management*, 21, 126-143.
- Hennig-Thurau, T., Langer, M.F., & 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.
- Herr, P., M., Kardes, F., R., and Kim, J. (1991). Effects of Word-of-Mouth and Product-Attribute Information on Persuasion: An Accessibility-Diagnosticity Perspective. *Journal of Consumer Research*. 17, 454-462.
- Hill, Y., Lomas, L.L., & MacGregor, J. (2003). Students' perceptions of quality in higher education. *Quality Assurance in Education*, 11(1), 15-20.
- Joseph, M., Yakhou, M., & Stone, G. (2005). An educational institution's quest for service quality: Customers' perspective. *Quality Assurance in Education*, 13 (1), 66-82.
- Keaveney, S. K. (1995). Customer switching behavior in service industries: An exploratory study. *Journal of Marketing*, 59, 71-82.
- Kiefer, Nicholas M and Kelly Thomas John (1995), 'Price recollection and Perceived Value in Restaurants', *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Feb;v36n1, pp.47-50
- Kreber, c. (2002). Teaching excellence, teaching expertise and the scholarship of teaching. *Innovative Higher Education*, 27 (1), 5-23.

- Kwan, P. & Ng, P. (1999). Quality indicators in higher education – comparing Hong Kong and China's students, *Managerial Auditing Journal*, 14,1/2, 20–27
- Lala, V., & Priuck, R.(2011). When students complain: An antecedent model of students' intention to complain. *Journal of Marketing Education*, 33, 236-252.
- Lovelock, C. H.(1981). Why marketing management needs to be different for services. In J. H. Donnelly & W. R. George (Eds), *Marketing of Services*, Chicago, IL: American Marketing Association.
- Mai, L.-W. (2005). A comparative study between UK and US: The student satisfaction in higher education and its influential factors. *Journal of Marketing Management*, 21(7), 859.
- Maringe, F. (2005). University marketing: Perceptions, practices and prospects in the less developed world. *Journal of Marketing for Higher Education*, 15(2), 129–153.
- Martin, A., Milne-Home, J., Barrett, J., Spalding, E. & Jones, G. (2000). Graduate satisfaction with university and perceived employment preparation. *Journal of Education and Work*, 13 (1), 53-65.
- Marzo-Navarro, M., Pedraja-Iglesias, M., & Rivera-Torres, M. P. (2005). A new management element for universities: Satisfaction with the courses offered. *International Journal of Educational Management*
- Moosmayer, D.C./Siems, F. (2012): Values Education and Student Satisfaction: German Business Students' Perceptions of Universities' Value Influences, in: *Journal of Marketing for Higher Education*, 22(2), 257-272.
- Mavondo, F. T.; Tsarenko, Y; Gabbott, M. (2004) International and Local Student Satisfaction: Resources and Capabilities Perspective, *Journal of Marketing for Higher Education*, 14(1), 41-60.
- McDougall, G.H.G., & Levesque, T.J. (2000). Customer satisfaction with services: Putting perceived value into the equation. *The Journal of Services Marketing*, 14 (5), 392-410.
- Narasimhan, K. (2001). Improving the climate of teaching sessions: the use of evaluations by students and instructors. *Quality in Higher Education*, 7(3), 179–190.
- Nunnally, J. C. (1978), *Psychometric Theory*, 2nd ed., New York: McGraw-Hill Book Company.
- Oldfield, B. M., & Baron, S. (2000). Student perceptions of service quality in a UK university business and management faculty. *Quality Assurance in Education*, 8(2), 85.
- Oliver, R. L.(1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.
- Oliver, R. L. (1997) *Satisfaction: A behavioral Perspective on the consumer*, McGraw-Hill, New York.

- O'Neill, M.A., & Palmer, A. (2004). Importance-performance analysis: A useful tool for directing continuous quality improvement in higher education. *Quality Assurance in Education*, 12 (1), 39-52.
- Praphamontripong, P. (2010), "Intra-sector diversity: a political economy of Thai private higher education", PhD dissertation, State University of New York at Albany, Albany, NY.
- Richins, M.L. (1983), "Negative word-of-mouth by dissatisfied consumers: a pilot study", *Journal of Marketing*, 47 (1), 68-78
- Rust, R. T., and Oliver, R. L. (1994). Service quality: Insights and managerial implications from the frontier. In R. T. Rust & R. L. Oliver (Eds.), *Service quality: New Directions in theory and practice* (pp. 1-9): Thousand Oaks: Sage Publications.
- Sandmaung, M., & Khang, D.B. (2013) "Quality expectations in Thai higher education institutions: multiple stakeholder perspectives", *Quality Assurance in Education*, 21(3) 260 - 281
- Schertzer, C.B., & Schertzer, S.M.B. (2004). Student satisfaction and retention: A conceptual model. *Journal of Marketing for Higher Education*, 14(1), 79-91.
- Slavin, R. E. (2003). *Educational Psychology: Theory and Practice*. United States of America: Pearson Education, Inc.
- Singh J, Wilkes RE. (1996). When consumers complain: a path analysis of the key antecedents of consumer complaint response estimates. *J Acad MarkSci*, 24(4):350 – 365.
- Soutar, G. & McNeil, M. (1996). Measuring service quality in a tertiary institution. *Journal of Educational Administration*, 34(1), 72.
- Tan, K. C. & Kek, S.C. (2010). Service quality in Higher Education using an enhanced SERVQUAL approach, *Quality in Higher Education*, 10 (1), 37-41.
- Tax SS, Brown SW, Chandrashekar M. (1998). Customer evaluations of service complaint experiences: implications for relationship marketing. *Journal of Marketing*, 62(April):60 – 76.
- Thomas, M., Adans, S., Birchenough, A. (1996). Student withdrawal from higher education, *Educational Management and Administration*, 24(2), 207-221.
- Tinto, V. (1993). *Leaving College: Rethinking the causes and cures of student attrition*, University of Chicago Press, Chicago, IL.
- Tse, D.K. and Wilton, P. C. (1988). Models of consumer satisfaction formation: An extension. *IMR Journal of Marketing Research*, 25(2), 204-212.
- Ugolini, M. (1990), University dropout: a problem and an opportunity, *Proceedings of the TQM for Higher Education Institutions Conference: Higher Education Institutions and the Issue of Total Quality*, Verona, 30-31 August, pp.417-436.
- Voss, R. (2009). Studying critical classroom encounters: The experiences of students in German College education. *Quality Assurance in Education*, 17, 156-173.

- Walther, E. (2000). *The Relationship Between Student Satisfaction and Student Retention in Higher education*. Dissertation submitted to the Faculty of the Graduate school at The University of North Carolina at Greensboro.
- Watson, S. (2003). Closing the feedback loop: Ensuring effective action from student feedback. *Tertiary Education and Management*, 9(2), 145–157.
- Webb, D. & Jagun, A. (1997). Customer care, customer satisfaction, value, loyalty and complaining Behaviour.
- Wells, V. and Daunt, K. (2011), “*Eduscape: an exploratory analysis of the physical learning environment*”, Proceedings of the Academy of Marketing Annual Conference 2011, Liverpool, 5-7 July.
- Wiers-Jenssen, J., Stensaker, B., & Grøgaard, J. (2002). Student Satisfaction: Towards an empirical deconstruction of the concept, *Quality in Higher Education*, 8 (2), 183-195.
- Wiese, M. (1994) College choice cognitive dissonance; managing student/institution fit, *Journal of Marketing for Higher Education*, 5(1), 35-47.
- Wilkins, S., and Balakrishnan, M. (2013). Assessing student satisfaction in transnational higher education, *International Journal of Educational Management*, 27 (2), pp.143-156.
- Yi, Y. (1990). Cognitive and affective priming effects of the context for print advertisements. *Journal of Advertising*, 19(2), 40-48.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. & Berry, L.L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York, NY: The Free Press.

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติส่วนตัว

ชื่อ-สกุล นางสาวกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร
เพศ ชาย หญิง
สถานภาพ โสด สมรส
ตำแหน่งปัจจุบัน รองศาสตราจารย์

ประวัติการศึกษา

ชื่อย่อปริญญา	สาขา	สถาบันที่จบ
บช.บ	บัญชีต้นทุน	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
MBA	Business Administration	University of Central Missouri
DBA	Finance	Louisiana Tech University

สาขาวิจัยที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) การตลาด

ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ที่ตีพิมพ์เผยแพร่(ระดับชาติและนานาชาติ)

Napomech, K.(2014). Factors driving consumers to purchase clothes through E-Commerce in social Networks, Journal of Applied Sciences, 14(17), 1936-1943.

Napomech, K.(2014). Factors affecting wedding banquet venue selection of Thai wedding couples, Journal of Applied Sciences, 14(19), 2258-2266.

Napomech, K.(2014). Attributes Influencing wedding studio choice, Journal of Applied Sciences, 14(21), 2685-2694.

Napomech, K.(2013). Relationship between capital structure and firm performance: empirical evidence from Thai lodging firms, International Journal of Business and Management Studies, 2(3):21-27.

Napomech, K.(2013). Determinants of capital structures of small firms in Thailand, Trends in Applied Sciences Research, 8(2), 92-104.

Napomech, K.(2013). What Determines the working capital size of Thai Small Construction Firms?, International journal of Business and Management Studies, 2(1), 351-358.

Napomech, Kulkanya, 2012, Perspective of Executives Toward Dividend Policies of Thai Listed Companies, International journal of Business and Management Studies, 2(1), 49-54.

Napomech, Kulkanya, 2012, Bride Preparation, Humanities and Social Sciences Review, 1(3), 81-88.

Napomech, K.(2012). Effects of Working Capital Management on the Profitability of Thai Listed Firms, International journal of Trade, Economics, and Finance, 3, 237-232.

- Napompech, K (2011). Employee Satisfaction with Welfare Policies in Japanese and German Companies Operating in Bangkok, Thailand. *International Journal of Business and Economics Perspectives*, 2, 42-54.
- Napompech, K. (2011). Management Model and Network Development of Community Enterprise in Samutsongkram Province, Thailand. *International Journal of Arts and Science*, 9, 343-352.
- Napompech, K. & Kuawiriyapan, S. (2011). Factors Influencing the Selection of Tutoring Schools Among Junior High School Students in Thailand. *International Journal of Arts and Science*, 16, 347-357.
- Napompech, K. & Kuawiriyapan, S. (2011). Factors Affecting the Second Hand Clothes Buying Decision of Thai Women. *International Journal of Arts and Science*, 201-210.
- Napompech, K. (2010). Earnings Information Conveyed by Dividend Policy, *Internet Journal of Society for Social Management System*, Research Center for Social Management, Japan.
- Napompech, K. (2010). Corporate payout in Thailand. *International Journal of Business, Accounting, and Finance*, 1, 105-118.
- Napompech, K., Taphontong, S. (2010). Using Communities of Practice to Develop Access to Traditional Thai Medicine, *Internet Journal of Society for Social Management System*. Research Center For Social Management, Japan.
- Napompech, K. & Sitheechoke, N. (2010). Accounting Practices in Minburi Turf Grass Cultivation, and a Proposal for their Improvement. *Proceedings of International conference of Arts and Science*. Napompech, K., Taphontong, S. (2004). The Underpricing of IPOs of Financial Institutions in Thailand. *Research Journal of the ooi Academy Congress*, 4, 47-54.
- Napompech, K., Mark K., & Shelor, R. (2002). An examination of the benefits for privately-held and mutual insurers' CEOs following an IPO. *Managerial Finance*, 28, 63-81.
- Sitheechoke, N. & Napompech, K. (2010). Impacts of Minburi District Development on the Turf Grass Businesses of Bangkok, Thailand. *International Journal of Arts and Science*, USA.
- Taphontong, S., Napompech, K. (2009). The Development of KM Model For Organic Agricultural Business to Enhance The Sustainable Strength of Community Enterprise. *Research Journal of the ooi Junior Academy*, Fall, 1- 12.
- Kuawiriyapan, S., Napompech, K., Nanta, N. (2009). The Effect of Media on Consumers' Ready Made Clothes, Bangkok, Thailand. *Research Journal of the ooi Junior Academy*, 27-33.