

ความผูกพันของนักศึกษาต่อมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Institutional Commitment of Students in

Dhurakij Pundit University

นักรบ หมีแสน*

Nukrob Meesan*

จารุวรรณ สกุลคู**

Jaruwan Skulkhu**

อรรณพ โพธิสุข***

Annop Phothisuk***

สุชาดา สุธรรมรักษ์****

Suchada Suthummaraksa****

*นิสิตปริญญาเอกสาขาการอุดมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

*PhD candidate, Doctor of Education Program in Higher Education, Faculty of Education, Srinakharinwirot University

*Email: nukrob.mee@dpu.ac.th

**อาจารย์ประจำสาขาการอุดมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

**Instructor, Department of Higher Education, Faculty of Education, Srinakharinwirot University

***อาจารย์ประจำสาขาการอุดมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

***Instructor, Department of Higher Education, Faculty of Education, Srinakharinwirot University

****ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

****Retired Government Officer, Srinakharinwirot University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาความผูกพันต่อของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 2) ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 3) สร้างสมการพยากรณ์ความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี ภาคปกติ ตั้งแต่ปีการศึกษา 2552-2554 จำนวน 307 คน ได้มาโดยใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 120 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง .794 ถึง .941 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแต่ละขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมี 7 ปัจจัย ดังนี้ บุคลิกภาพ (X_3) ความสัมพันธ์กับอาจารย์ (X_4) ความสัมพันธ์กับเพื่อน (X_5) บรรยากาศการเรียนการสอน (X_6) สิ่งอำนวยความสะดวก (X_7) กิจกรรมวิชาการ (X_8) และกิจกรรมนอกหลักสูตร (X_9) ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมี 6 ปัจจัย เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ บุคลิกภาพ (X_3) บรรยากาศการเรียนการสอน (X_6) กิจกรรมนอกหลักสูตร (X_9) กิจกรรมวิชาการ (X_8) สิ่งอำนวยความสะดวก (X_7) และความสัมพันธ์กับอาจารย์ (X_4) ซึ่งสามารถพยากรณ์ความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้ร้อยละ 66.10 โดยเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\text{สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ} \quad Y = .410 + .260(X_3) + .176(X_6) + .163(X_9) \\ + .161(X_8) + .106(X_7) + .089(X_4)$$

$$\text{สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน} \quad Z = .239(X_3) + .211(X_9) + .188(X_8) + .183 \\ (X_6) + .130(X_7) + .090(X_4)$$

คำสำคัญ: ความผูกพัน ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อความผูกพัน

Abstract

The purposes of this research were 1) To study institutional commitment of students in Dhurakij Pundit University. 2) To investigate factors affecting students' institutional commitment, and 3) To create equations predicting students' institutional commitment. The sample used in the study included 307 bachelor students who graduated during academic year 2009-2011 selected by stratified random sampling. The instrument used to collect data was a five-point rating scale questionnaire of 8 sub-scale with a total of 120 items. The reliability of the sub-scales range from .794-.941. The statistical methods used to analyze the data included percentage, mean, standard deviation, Pearson product -moment correlation , and step-wise multiple regression.

The results were as follows :

1) Dhurakij Pundit students' institutional commitment were at high level.

2) Factors affecting Dhurakij Pundit students' institutional commitment were: personality (x3), teacher-student relationship (x4), relationship among friends (x5), learning atmosphere (x6), facility (x7), academic activity (x8), and off-classroom activity (x9). These factors had statistical significant relationship with students' institutional commitment at .01 level. 3) Factors included in the equations predicting students' institutional commitment were: personality (x3) learning atmosphere (x6), off-classroom activity (x9) academic activity (x8), facility (x7), and teacher-student relationship (x4) respectively. These factors could explain the variance of Dhurakij Pundit students' institutional commitment up to 66.10 percent. From overall results, the equation predicting students' institutional commitment could be expressed as follows :

$$Y = .410 + .260(X3) + .176(X6) + .163(X9) + .161(X8) + .106(X7) + .089(X4)$$

$$Z = .239(X3) + .211(X9) + .188(X8) + .183(X6) + .130(X7) + .090(X4)$$

Keywords: Commitment, Factors related to commitment

บทนำ

การพัฒนาการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่สำคัญ ได้แก่ นโยบายด้านความร่วมมือในการจัดการศึกษาของภาคเอกชน ซึ่งการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษานั้นเป็นการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ เป็นการลงทุนระยะยาวที่คุ้มค่า (จรัสสุวรรณเวลา, 2539, น.61) นอกจากนี้จะให้ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ตัวผู้รับการศึกษาเองในด้านรายได้ที่สูงขึ้น อันนำไปสู่การมีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีแล้วยังให้ประโยชน์แก่สังคมไทยส่วนรวมเป็นอันมาก การศึกษาจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มผลผลิต ช่วยสร้างสรรค์สังคม ทำให้คนในสังคมรู้สึกรับผิดชอบในการเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม อีกทั้งยังเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ (อัจฉรา วัฒนาณรงค์, 2549, น.11) จากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในแวดวงการศึกษาของไทยโดยเฉพาะการศึกษาในระดับอุดมศึกษาต้องเผชิญกับสภาพการแข่งขันที่รุนแรงและการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วตลอดจนปัจจัยด้านกระแสโลกาภิวัตน์ และการเปิดเสรีทางการค้าการบริการที่กำลังจะเกิดขึ้น รวมทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีอิทธิพลสำคัญต่อระบบอุดมศึกษาไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ส่งเสริมและกระตุ้นให้อุดมศึกษาไทยเป็นการค้ามากขึ้น ส่งเสริมและผลักดันให้อุดมศึกษาสนองตอบต่อตลาดมากขึ้น การอุดมศึกษาเป็นการลงทุน สถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ต้องแสวงหาแหล่งทุนและเงินทุนด้วยตนเองทำให้สถาบันอุดมศึกษาต้องโฆษณาแข่งขันมากขึ้น ระบบโฆษณาและการตลาดของวงการอุดมศึกษาจึงเป็นสิ่งที่กำลังปฏิบัติกันอย่างกว้างขวาง (ไพฑูริย์สินลารัตน์, 2555, น.50-51) และจากการแข่งขันที่ผ่านมาพบว่าสถาบันอุดมศึกษาเอกชนรับนักศึกษาได้น้อยลงกว่าปีที่ผ่านมา มา สาเหตุที่เป็น

เช่นนี้ เนื่องจากมหาวิทยาลัยรัฐเพิ่มช่องทางในการเข้าศึกษาต่อมากขึ้น ทำให้มหาวิทยาลัยเอกชนได้รับผลกระทบค่อนข้างมาก เพราะคนส่วนใหญ่ยังมีค่านิยมเลือกเรียนมหาวิทยาลัยรัฐ และในขณะเดียวกันในส่วนของมหาวิทยาลัยเอกชนเองมีสถาบันเกิดใหม่มากขึ้น ทำให้ขณะนี้มีสถาบันอุดมศึกษาเกิดขึ้นเกือบทั่วทุกภาคของประเทศ จะเห็นได้ว่าจำนวนสถาบันอุดมศึกษาที่เพิ่มขึ้นนั้นไม่สอดคล้องกับจำนวนนักศึกษาเข้าเรียนในสถาบันอุดมศึกษาที่ยังมีเท่าเดิมและกำลังจะลดลง เพราะรัฐบาลเร่งส่งเสริมให้นักเรียนหันไปเรียนต่อด้านอาชีวศึกษาเพิ่มขึ้น (ขวลิต หมั่นนุช, 2555, น.1) ซึ่งสอดคล้องกับพินิติ รัตนานุกูล (2555, น.22) กล่าวว่า จากข้อมูลการรับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเอกชนและมหาวิทยาลัยรัฐปีที่ผ่านมาพบว่า มหาวิทยาลัยรับนักศึกษาไม่เต็มจำนวนตามที่ประกาศรับ เหตุผลหลักๆ มาจากจำนวนประชากรวัยเรียนในระดับมหาวิทยาลัยลดลงรวมถึงการที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการเรียนสายอาชีวศึกษามากขึ้นเพื่อรองรับตลาดแรงงาน ทำให้คนเรียนระดับมหาวิทยาลัยลดลง นอกจากนี้สภาพเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดียังทำให้ผู้เรียนบางส่วนทำงานก่อนแล้วกลับมาเรียนภายหลัง จำนวนนักศึกษาที่ลดลงเห็นได้ชัดในมหาวิทยาลัยเอกชนเกือบทุกแห่ง

การศึกษาเกี่ยวกับความผูกพันเริ่มได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นจากนักบริหารอุดมศึกษาและนักทฤษฎีองค์การ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันของสตีร์สและพอร์ตเตอร์ (Steers & Porter, 1983, p.442) ที่กล่าวถึงแนวคิดความผูกพัน ออกเป็น 2 แนวคิด ได้แก่ 1) ความผูกพันด้านพฤติกรรม ซึ่งเป็นการศึกษาความผูกพันที่เป็นพฤติกรรมที่บุคคลได้รับจากองค์การ ในด้านการได้รับการยอมรับจากสมาชิกในองค์การ

2) ความผูกพันด้านเจตคติ เป็นการศึกษาความผูกพันที่มุ่งเน้นให้บุคคลเกิดความรู้สึกภูมิใจในองค์กร นำตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีความปรารถนาที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกขององค์กร และยอมรับในเป้าหมายขององค์กร เพราะว่าความผูกพันเป็นตัวชี้วัดความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรต้องสร้างให้เกิดขึ้นในองค์กรและมีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะองค์กรใดถ้าสมาชิกมีความผูกพันต่อองค์กรสูง องค์กรนั้นก็จะมีบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้เพราะสมาชิกจะมีความเชื่อมั่นต่อนโยบายเป้าหมาย วัตถุประสงค์ ค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร ก่อให้เกิดความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อองค์กร ดังนั้นหากองค์กรสามารถทำให้สมาชิกในองค์กรมีความผูกพันได้มากเท่าใด ก็จะทำให้สมาชิกมีความปรารถนาที่จะอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรมากขึ้นเท่านั้นและพร้อมที่จะทุ่มเทความรู้ความสามารถเพื่อองค์กรอย่างเต็มที่ และด้วยความเต็มใจซึ่งจะส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กรต่อไป สำหรับสำเนาวิชาจรศิลป์ (2539, น.69) กล่าวว่าการศึกษาเกี่ยวกับนักศึกษาในแง่มุมต่างๆ มีความสำคัญต่อทั้งการบริหารและการผลิตบัณฑิตของสถาบันอุดมศึกษาเป็นอันมาก สถาบันอุดมศึกษาเอกชนรายได้ของสถาบันเกือบทั้งหมดได้มาจากเงินค่าหน่วยกิตที่นักศึกษาจ่ายเป็นค่าลงทะเบียนเรียน ถ้าไม่มีนักศึกษาหรือมีจำนวนไม่มากพอสถาบันอุดมศึกษาเอกชนก็คงจะดำเนินกิจการอยู่ไม่ได้ ผู้เรียนหรือนักศึกษาจึงเป็นองค์ประกอบหรือสมาชิกที่มีความสำคัญที่สุดในการดำรงอยู่ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนมาก หากนักศึกษาไม่เกิดความผูกพันกับสถาบัน สิ่งตามมาคือการย้ายสถาบันการศึกษา การลาออก ไม่สนใจที่จะศึกษาต่อในระดับสูงขึ้นในสถาบันเดิม เพราะมีเจตคติที่ไม่ดี ทำให้มีผลเสียต่อ

ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยต่อไปได้ในอนาคต และหากนักศึกษาเกิดความผูกพันที่ดีต่อสถาบัน นักศึกษาก็จะแสดงพฤติกรรมหลายรูปแบบที่บ่งชี้ถึงระดับความผูกพันและนำไปสู่พฤติกรรมการสื่อสารในลักษณะของการแนะนำบอกต่อหรือคำชื่นชมที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยของตนต่อผู้เรียนในอนาคตที่มีต่อสถาบันอุดมศึกษานั้น และผู้เรียนอาจแสดงถึงความสนใจที่จะกลับมาศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นทั้งหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาวอื่นๆ ของมหาวิทยาลัยแห่งเดิมของตนด้วย

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ทำให้นักศึกษามีความผูกพันเพื่อที่จะสามารถนำไปปัจจัยต่างๆ นั้นมาใช้ประโยชน์ในการเสริมสร้างและเพิ่มพูนให้นักศึกษาเกิดความผูกพันต่อมหาวิทยาลัย ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวที่จะทำให้เกิดความรัก ความพึงพอใจ รวมถึงสามารถที่จะนำข้อมูลต่างๆ ที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาสร้างความเป็นเลิศทางด้านวิชาการและการบริการทางการศึกษาสำหรับการศึกษาเล่าเรียนของนักศึกษาจนสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร ช่วยลดปัญหาการลาออก การย้ายสถาบันการศึกษา ปัญหาการไม่สำเร็จการศึกษา เป็นต้นและจะทำให้ นักศึกษาเกิดความผูกพันต่อมหาวิทยาลัยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
3. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ในตัวแปรพหุคูณด้านปัจจัยส่วนบุคคล ด้านความสัมพันธ์ ด้านสภาพแวดล้อมทางวิชาการ และด้านการเข้าร่วมกิจกรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรเป็นนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรีหลักสูตร 4 ปี ภาคปกติ ตั้งแต่ปีการศึกษา 2552-2554 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ รวมจำนวนประชากร 7,392 คน

ตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่สำเร็จศึกษาในระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี ภาคปกติ ตั้งแต่ปีการศึกษา 2552-2554 จำนวน 307 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) กำหนดขนาดตัวอย่างตามวิธีของนีย์มาน (Neyman allocation) (Cochran, 1977, p.78)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็นหกตอน คือ ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยด้านส่วนบุคคล ตอนที่ 2 แบบสอบถามบุคลิกภาพ ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยด้านความสัมพันธ์ ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์กับอาจารย์ และด้านความสัมพันธ์กับเพื่อน ตอนที่ 4 แบบสอบถามปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางวิชาการ ได้แก่ ด้านบรรยากาศการเรียนการสอน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตอนที่ 5 แบบสอบถามปัจจัยด้านการเข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมวิชาการ และกิจกรรมนอกหลักสูตร ตอนที่ 6 แบบสอบถามความผูกพัน ได้แก่ ด้านพฤติกรรม และด้านเจตคติ

การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ศึกษาวิธีการสร้างเครื่องมือการออกแบบเครื่องมือจากเอกสาร ตำรา บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถาม จำนวน 157 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด
3. นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ความชัดเจนของภาษาที่ใช้ในข้อคำถาม จากนั้นนำคะแนนไปคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item - Objective Congruence: IOC) ค่าดัชนีความสอดคล้องไม่น้อยกว่า 0.5 ถือได้ว่าใช้ได้โดยไม่ต้องปรับปรุง ได้ข้อคำถาม จำนวน 145 ข้อ
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับนักศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำนวน 50 คน และนำผลที่ได้มาตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามและทำการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 1.75 ขึ้นไป ได้ข้อคำถามจำนวนทั้งสิ้น 120 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง .794 ถึง .941

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยประสานงานขอความร่วมมือจากหัวหน้าสำนักงานเลขานุการ ฝ่ายกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ขอข้อมูลทำเนียบนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาปีการศึกษา 2552-2554 เพื่อใช้ในการดำเนินการเก็บข้อมูลที่ส่งทางไปรษณีย์

2. ผู้วิจัยดำเนินการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำนวนทั้งสิ้น 365 ฉบับ ได้แบบสอบถามคืนมาจำนวน 312 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 85.48 และเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 307 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 84.11
3. ตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดแล้วนำไปวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence: IOC)

ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item Analysis) ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficients)

2. สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแต่ละขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์อยู่ในระดับมาก ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จำแนกเป็นรายด้าน

ความผูกพัน	X	SD	ระดับการประเมิน
1. ด้านพฤติกรรม	4.20	0.52	มาก
2. ด้านเจตคติ	4.21	0.51	มาก

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มี 7 ตัว ดังนี้ บุคลิกภาพ (X_3) ความสัมพันธ์กับอาจารย์ (X_4) ความสัมพันธ์กับเพื่อน (X_5) บรรยากาศการเรียนการสอน (X_6) สิ่งอำนวยความสะดวก (X_7) กิจกรรม

วิชาการ (X_8) และกิจกรรมนอกหลักสูตร (X_9) มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา
ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปัจจัย	ความผูกพันต่อองค์การ	p
1.ด้านส่วนบุคคล		
1.1 เพศ (X_1)	.050	.385
1.2 กลุ่มวิชา (X_2)	.084	.143
1.3 บุคลิกภาพ (X_3)	.610	.001
2.ด้านความสัมพันธ์		
2.1 ความสัมพันธ์กับอาจารย์(X_4)	.510	.001
2.2 ความสัมพันธ์กับเพื่อน(X_5)	.236	.001
3.ด้านสภาพแวดล้อมทางวิชาการ		
3.1 บรรยากาศการเรียนการสอน(X_6)	.679	.001
3.2 สิ่งอำนวยความสะดวก(X_7)	.589	.001
4.ด้านการเข้าร่วมกิจกรรม		
4.1 กิจกรรมวิชาการ(X_8)	.710	.001
4.2 กิจกรรมนอกหลักสูตร(X_9)	.642	.001

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มี 6 ปัจจัยโดยเรียงลำดับจากปัจจัยที่ส่งผลมากไปหาน้อย คือ บุคลิกภาพ (X_3) บรรยากาศการเรียนการสอน (X_6) กิจกรรมนอกหลักสูตร (X_9) กิจกรรมวิชาการ (X_8) สิ่งอำนวยความสะดวก (X_7) และความสัมพันธ์กับอาจารย์ (X_4) และปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัยสามารถพยากรณ์ความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้ร้อยละ 66.10 โดยเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้
- 3.1 สมการพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยใช้คะแนนดิบ
- 3.2 สมการพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยใช้คะแนนมาตรฐาน
- $$Y = .410 + .260(X_3) + .176(X_6) + .163(X_9) + .161(X_8) + .106(X_7) + .089(X_4)$$
- $$Z = .239(X_3) + .211(X_9) + .188(X_8) + .183(X_6) + .130(X_7) + .090(X_4)$$
- ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษา
 ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ตัวแปร	b	SEb	β	t	p
กิจกรรมวิชาการ (X_8)	.161	.051	.188	3.167	.002
บุคลิกภาพ (X_3)	.260	.045	.239	5.826	.000
บรรยากาศการเรียนการสอน (X_6)	.176	.052	.183	3.423	.001
กิจกรรมนอกหลักสูตร (X_9)	.163	.037	.211	4.387	.000
สิ่งอำนวยความสะดวก (X_7)	.106	.036	.130	2.924	.004
ความสัมพันธ์กับอาจารย์ (X_4)	.089	.041	.090	2.152	.032

a = .410
 R = .813
 $R^2 = .661$
 SE = .295
 F = 97.472
 p = .001

อภิปรายผล

1. ความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์อยู่ในระดับมากในด้านเจตคติที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 และเมื่อพิจารณาในรายชื่อของความผูกพันด้านเจตคติพบว่าข้อที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ท่านภูมิใจเมื่อทราบข่าวว่ามีนักศึกษาของมหาวิทยาลัยสร้างชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ย 4.52 สำหรับความผูกพันด้านพฤติกรรมอยู่ในระดับมากเช่นกัน คะแนนเฉลี่ย 4.20 และเมื่อพิจารณาในรายชื่อของความผูกพันด้านพฤติกรรม พบว่าข้อที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ท่านอยากเห็นความเจริญก้าวหน้าของมหาวิทยาลัยแห่งนี้เป็นอย่างมาก มีค่าเฉลี่ย 4.50 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ที่มีต่อมหาวิทยาลัยเป็นไปในทิศทางที่ดี อาจเป็นเพราะมหาวิทยาลัยได้ดำเนินการในด้านต่างๆ ได้อย่างครบถ้วน จึงทำให้นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความผูกพันอยู่ในระดับมากทุกด้าน
2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มี 7 ปัจจัย อภิปรายได้ดังนี้
 - 2.1 บุคลิกภาพ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักศึกษาที่มีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายดี มีกิริยา

- มารยาทที่ดี สามารถเป็นแบบอย่างที่ดี ต่อเพื่อนนักศึกษา และการมีบุคลิกภาพที่ดีจะนำไปสู่การสร้างความประทับใจในการติดต่อสื่อสารส่งผลให้ประสบความสำเร็จในด้านต่างๆ ได้ต่อไป จึงทำให้ปัจจัยด้านบุคลิกภาพมีความสำคัญในระดับที่สูงมาก
- 2.2 ความสัมพันธ์กับอาจารย์ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากถ้านักศึกษามีความสัมพันธ์ที่ดีกับอาจารย์ บุคลากรในสถาบันและสามารถปรับตัวให้เข้ากันหรือผสมกลมกลืนกับแนวคิด ความเชื่อ ค่านิยมและแนวปฏิบัติร่วมกันของสังคมภายในสถาบันแล้ว นักศึกษาก็จะได้รับการยอมรับและการสนับสนุนช่วยเหลือจากสังคม ซึ่งจะทำให้นักศึกษาเกิดความผูกพันและต้องการที่จะคงอยู่ในสถาบันต่อไปจนสำเร็จการศึกษา
- 2.3 ความสัมพันธ์กับเพื่อนมีความสัมพันธ์กับความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความสัมพันธ์กับเพื่อนหรือกลุ่มเพื่อน (Peer group) มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อนักศึกษาในมหาวิทยาลัยมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักศึกษาเหล่านี้อยู่ในวัยใกล้เคียงกัน ดังที่นิวคอมบ์ (Newcomb, 1962, p.79) กล่าวว่ากลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลต่อนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาทั้งในด้านเจตคติ ทักษะความสามารถ และบุคลิกภาพของนักศึกษาและเป็นกลุ่มที่ก่อให้เกิดอิทธิพลภายนอกที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อนักศึกษาในมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับแอสติน (Astin, 1993, p.53) ที่ได้สรุปว่าความสัมพันธ์กับเพื่อนเป็นปัจจัยที่มีอำนาจสูงสุดในการปรับเปลี่ยนความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของนักศึกษาโดยการเรียนรู้ที่อยู่ร่วมกับกลุ่มเพื่อนจะช่วยให้ นักศึกษาสามารถพัฒนาความมีเอกลักษณ์ของกลุ่มและเรียนรู้วิธีการอยู่ร่วมกันที่จะบูรณาการไปพร้อมกับการพัฒนาตนเองในด้านสติปัญญาได้ต่อไป
- 2.4 บรรยากาศการเรียนการสอน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบรรยากาศการเรียนการสอนนับเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในการจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพเนื่องจากบรรยากาศการเรียนการสอนเป็นสภาพหรือสิ่งแวดล้อมทางสังคมจิตวิทยา (sociopsychology) ที่มีอิทธิพลต่อสภาพจิตใจหรืออารมณ์ของผู้เรียนให้สามารถเรียนรู้ได้ดีและได้มากโดยเฉพาะอย่างยิ่ง บรรยากาศการเรียนการสอนในห้องเรียนนับเป็นสภาพการณ์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการศึกษาเล่าเรียนของนักศึกษา เพราะห้องเรียนเป็นศูนย์กลางของกิจกรรม จึง ทำให้ปัจจัยด้านบรรยากาศการเรียนการสอนมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง
- 2.5 สิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์

- กับความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของมหาวิทยาลัยมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ สื่อทางการศึกษา เทคโนโลยี เพื่อช่วยให้การจัดบริการการศึกษาโดยรวมมีคุณภาพ ซึ่งมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญและได้ดำเนินการพัฒนาปรับปรุงสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้เพียงพอกับการให้บริการนักศึกษาเป็นอย่างดี
- 2.6 กิจกรรมวิชาการ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับวิชาการที่ส่งเสริมต่อการเรียนการสอนเพื่อสนองความต้องการ ความสนใจ ส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีโอกาสศึกษาค้นคว้าหาความรู้และประสบการณ์ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ได้แก่ การสัมมนา การจัดอภิปราย การสาธิต การเชิญวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิหรือรุ่นพี่ มาให้ความรู้ในประสบการณ์วิชาชีพ การศึกษาดูงาน และการจัดนิทรรศการทางวิชาการ ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้นักศึกษาได้ ทำงานร่วมกับผู้อื่นและได้รับประสบการณ์ตรงนอกเหนือจากการเรียนในชั้นเรียน จึงทำให้ปัจจัยด้านกิจกรรมวิชาการมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนานักศึกษา
- 2.7 กิจกรรมนอกหลักสูตร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการทำกิจกรรมนอกหลักสูตร ได้แก่ การเป็นผู้มีจิตอาสาเพื่อสังคมส่วนรวม การบำเพ็ญประโยชน์ค่ายอาสาพัฒนาชนบท การส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรมกีฬาได้ ส่งเสริมให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์เพิ่มเติมในด้านต่างๆ ได้แก่ การวางแผนการทำงาน การติดต่อประสานงาน ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน การทำประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม ทักษะในการช่วยเหลือสังคม และส่งเสริมให้นักศึกษาได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ มีสุขภาพกาย สุขภาพจิตที่ดี จึงทำให้ปัจจัยด้านนี้มีความสำคัญที่จะพัฒนานักศึกษาในด้านต่างๆ ให้มีศักยภาพที่ดีต่อไป
3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตเรียงลำดับจากมากไปน้อยมี 6 ตัว ดังนี้
- 3.1 บุคลิกภาพ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตยลำดับแรก ทั้งนี้เพราะบุคลิกภาพเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่จะช่วยให้นักศึกษาที่มีบุคลิกภาพที่ดีประสบความสำเร็จในด้านต่างๆ ได้ ซึ่งศรีเรือน แก้วกังวาล (2530, น.56) กล่าวว่า บุคลิกภาพคือ ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลในด้านต่างๆ ทั้งภายนอกและภายใน โดยส่วนภายนอก คือส่วนที่มองเห็นชัดเจน และ

ส่วนภายในคือ ส่วนที่เรามองเห็นได้ยาก ลักษณะต่างๆ ของบุคลิกภาพไม่สามารถแยกจากกันได้อย่างเด็ดขาด ทุกลักษณะของบุคลิกภาพต่างมีความสัมพันธ์ต่อกัน และกัน มีผลกระทบต่อกัน บุคลิกภาพของมนุษย์สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา การเรียนรู้และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นปัจจัยด้านบุคลิกภาพซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันอยู่ในเกณฑ์สูงและเป็นค่าพยากรณ์สูงสุด เป็นลำดับแรกของตัวแปรพยากรณ์มหาวิทยาลัยจึงควรนำไปประกอบการพิจารณาเพื่อจัดกิจกรรมเสริมสร้างบุคลิกภาพให้กับนักศึกษาในรูปแบบต่างๆ ต่อไป

- 3.2 บรรยายภาคการเรียนการสอน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตลำดับสอง ทั้งนี้เพราะการสร้างบรรยากาศในการเรียนการสอนเพื่อให้ผู้เรียนได้รับความรู้ และสามารถนำความรู้ไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ซึ่งองค์ประกอบในการสร้างบรรยากาศการเรียนการสอนที่ดี คือ การสอนของอาจารย์เนื่องจากการสอนเป็นงานที่มีความสลับซับซ้อนมาก การสอนที่ดีจึงต้องการทั้งเวลา ความใส่ใจ การสร้างสรรค์และจินตนาการของอาจารย์ผู้สอน ดังที่ทินโท (Tinto, 1997, p.612) อธิบายว่าในกระบวนการเรียนการสอนที่ดีอาจารย์ผู้สอนควรจะต้องมีลักษณะคล้ายกับการทำงานเป็นทีมและให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมเชิงรุกในการ

พัฒนาความรู้ของตนเองให้มากที่สุดโดยอาจารย์อาจสร้างบรรยากาศที่ท้าทายด้วยการให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการแสวงหาความรู้ เพื่อให้นักศึกษาตัดสินใจเลือกกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับตนเอง ดังนั้นบรรยากาศการเรียนการสอนจึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

- 3.3 กิจกรรมนอกหลักสูตร เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตลำดับสาม ทั้งนี้เพราะกิจกรรมนักศึกษาเป็นการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่สำคัญนอกห้องเรียนนับเป็นส่วนหนึ่งของการให้การศึกษาตามหลักสูตรที่มหาวิทยาลัยจัดร่วมกับนักศึกษาเพื่อให้นักศึกษาเสริมสร้างประสบการณ์ทางการศึกษา ทั้งนี้ นักศึกษาจะได้รับการสนับสนุนให้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ด้วยความสมัครใจตามความสนใจของนักศึกษา อย่างไรก็ตาม กิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นในมหาวิทยาลัยก็เพื่อส่งเสริมและพัฒนา นักศึกษาให้ได้รับประสบการณ์เพิ่มเติม นอกเหนือจากหลักสูตรที่เรียนหรืออาจเป็นกิจกรรมเสริมหลักสูตรจากรายวิชาที่เรียน รวมทั้งเป็นการพัฒนาตนเองของนักศึกษาให้มีโอกาสสัมผัสและเรียนรู้สังคมทำประโยชน์ให้สังคม ซึ่งกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์เหล่านี้ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้มีการจัดดำเนินการอยู่ในปัจจุบันเป็นจำนวนมาก และอย่างหลากหลาย

3.4 กิจกรรมวิชาการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตยส์ลำดับสี่ ทั้งนี้เพราะกิจกรรมวิชาการเป็นกิจกรรมเสริมหลักสูตร มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มพูนความรู้ประสบการณ์ทางด้านวิชาการและส่งเสริมให้นักศึกษามีความรู้ทางวิชาการในสาขาที่ตนกำลังศึกษาอยู่ เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างประสบการณ์ทางด้านวิชาการให้แก่นักศึกษา (ธิดารัตน์ บุญนุช, 2543, น.6) การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับวิชาการที่ส่งเสริมต่อการเรียนการสอนเพื่อสนองความต้องการ ความสนใจ ส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีโอกาสศึกษาค้นคว้าหาความรู้และประสบการณ์ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ตรงนอกเหนือจากการเรียนในชั้นเรียน และจากผลการวิจัยของสแปดี (Spady, 1971, pp.38-62) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ทำให้นักศึกษามีความผูกพันต่อสถาบัน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยชิคาโก ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเสริมหลักสูตรทางวิชาการและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษากับบุคลากรของสถาบันทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการนั้นนอกจากจะก่อให้เกิดบูรณาการทางสังคมแล้วยังทำให้เกิดบูรณาการทางวิชาการด้วย ซึ่งจะมีผลต่อการเพิ่มความผูกพันต่อสถาบันและการคงอยู่ในสถาบันของนักศึกษา

3.5 สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยที่ส่งผล

ต่อความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตยส์ลำดับห้า ทั้งนี้เพราะสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ และการดำรงชีวิตอยู่ในมหาวิทยาลัยดังที่แอสติน. (Astin, 1968, p.84) ได้กล่าวถึงสิ่งอำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัยไว้ว่าโดยปกติจะหมายถึงที่พักของนักศึกษา ห้องปฏิบัติการ ห้องสมุด และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีความเกี่ยวพันโดยตรงต่อการดำรงชีวิต (Student life) หรือต่อการเรียนการสอนในสถาบัน นอกจากนั้นยังรวมถึงสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งที่จะทำให้เกิดความสะดวกสบายต่างๆ ภายในสถาบันด้วย เช่น สภาพเมือง และชุมชนที่อยู่รอบๆ สถาบัน สภาพทางภูมิศาสตร์ของสถานที่ตั้งสถาบัน ซึ่งลักษณะทางอาคารสถานที่ของสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อความเจริญก้าวหน้าและพัฒนาในด้านต่างๆ ของนักศึกษา ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของนักศึกษาต่อมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตยส์ ความสัมพันธ์กับอาจารย์ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตยส์ลำดับหก ทั้งนี้เพราะสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญมากในกระบวนการศึกษาและมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการสอนในระดับอุดมศึกษา และจากการศึกษาของไรอัน (Ryans, 1960, pp.278-284) ได้กล่าวไว้ว่าลักษณะของอาจารย์ที่ต่ออย่าง

3.6

หนึ่งคือการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักศึกษา เช่น มีความเข้าใจนักศึกษา แสดงความเป็นเพื่อนช่วยเหลือปัญหาส่วนตัวเช่นเดียวกับปัญหาการเรียน ยกย่องชมเชยนักศึกษาที่ทำงานดี ยอมรับความสามารถและความคิดเห็นของนักศึกษา ส่งเสริมและให้กำลังใจนักศึกษา เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเบค (Beck, 1970, p.11) พบว่าผู้เรียนมีความต้องการให้ผู้สอนมีไมตรีจิตและให้ความอบอุ่น ถ้าผู้สอนตอบสนองความต้องการนั้นแล้วจะทำให้ผู้เรียนรับรู้ผู้สอนไปในทางที่ดีมีกำลังใจ และได้รับความสำเร็จในการเรียน ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของนักศึกษาต่อมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่พบว่าตัวแปรทั้งหมดสามารถพยากรณ์ความผูกพันได้ร้อยละ 66.10 แสดงว่าตัวแปรทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับความผูกพันอยู่ในเกณฑ์สูง ดังนั้น มหาวิทยาลัยควรนำตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันเหล่านี้ไปพิจารณาดำเนินการปรับปรุงประกอบการพิจารณาเพื่อจัดการศึกษาให้มีประสิทธิผลเพิ่มขึ้นและพัฒนาตัวพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความผูกพันอื่นๆ ตามลำดับต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป
- 1.1 ผลการวิจัยพบว่าความผูกพันของ

นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยได้มีนโยบายและการจัดดำเนินงานรวมทั้งกิจกรรมที่สนับสนุนให้นักศึกษามีความผูกพันต่อสถาบันอยู่พอสมควร อย่างไรก็ตามเพื่อให้นักศึกษาสามารถคงสภาพความผูกพันของนักศึกษาต่อมหาวิทยาลัยในระดับมากเอาไว้ได้ มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญต่อการปรับปรุงกิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินอยู่ให้มีความหลากหลายและมีประสิทธิภาพ เป็นต้นว่า กิจกรรมสานสัมพันธ์ระดับคณะ สาขาวิชา กิจกรรมรับน้องเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมกีฬา กิจกรรมจิตอาสา เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษามีความรักความผูกพันกับสถาบันมากยิ่งขึ้น

- 1.2 ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ความสัมพันธ์กับอาจารย์ ความสัมพันธ์กับเพื่อน บรรยากาศการเรียนการสอน สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมวิชาการ และกิจกรรมนอกหลักสูตร ดังนั้นผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องควรนำปัจจัยเหล่านี้ไปพิจารณาปรับปรุงเพื่อให้นักศึกษาเกิดความผูกพันต่อมหาวิทยาลัยมากยิ่งขึ้น โดยพิจารณารายละเอียดของปัจจัยที่สัมพันธ์และหาวิธีสร้างกระบวนการต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความผูกพันระหว่างมหาวิทยาลัยกับนักศึกษารวมทั้งให้ฝ่ายสนับสนุนที่

- บริการนักศึกษาในด้านต่างๆ ได้มีส่วนร่วมในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการที่ร่วมกัน
- 1.3 ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ มีทั้งหมด 6 ปัจจัย ดังนี้ ผู้บริหาร อาจารย์ และฝ่ายสนับสนุนที่ให้บริการในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องควรนำตัวพยากรณ์ไปพิจารณาในปัจจัยด้านกิจกรรมวิชาการ บรรยากาศการเรียนการสอน ความสัมพันธ์กับอาจารย์ ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนให้นักศึกษาได้กล้าแสดงความคิดเห็นในเชิงสร้างสรรค์ทางวิชาการและสามารถเสนอแนะรูปแบบการจัดการเรียนการสอนตามความสนใจของนักศึกษาตลอดทั้งการศึกษาดูงานในสาขาวิชาชีพเพื่อให้นักศึกษาได้เกิดการเรียนรู้จากสภาพจริงเพิ่มขึ้น ในส่วนของปัจจัยด้านกิจกรรมนอกหลักสูตร ควรสร้างแรงจูงใจกระตุ้นให้นักศึกษาจัดสรรเวลาในการทำกิจกรรมนอกหลักสูตรและมีรางวัลนกิจกรรมดีเด่นเพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาได้เข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น ส่วนปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรมีการกำกับดูแลในเรื่องวัสดุอุปกรณ์การให้บริการ และสถานที่ต่างๆ ให้มีความพร้อมมีคุณภาพต่อการให้บริการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สำหรับปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนนักศึกษาที่มีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายเรียบร้อย โดยการทำสื่อประชาสัมพันธ์ณรงค์ส่งเสริมให้นักศึกษาเห็นความสำคัญในด้านการมีบุคลิกภาพที่ดีหรือมีการจัดกิจกรรมอบรมด้านบุคลิกภาพเพิ่มมากขึ้นให้ครอบคลุมทุกคณะ สาขาวิชา ทุกชั้นปี เพื่อให้ศึกษามีบุคลิกภาพที่ดีและเหมาะสม
 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับความผูกพันเป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่องและเพิ่มตัวแปรทางจิตวิทยาให้มากขึ้น
 - 2.2 ควรนำตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันของนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีไปวิจัยในหลากหลายรูปแบบ เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้สนับสนุนการจัดบริการในด้านต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
 - 2.3 ควรมีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในระดับอื่น ได้แก่ นักศึกษาภาคค่ำ นักศึกษาหลักสูตรนานาชาติ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- จรัส สุวรรณเวลา. (2539). *รื้อปรับระบบสถาบันอุดมศึกษา กรณีศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชวลิต หมื่นนุช. (2555, 6 สิงหาคม). *ม.เอกชน ครวญยอดรับ น.ศ. หดเล็งปิดกิจการอื้อขายทิ้ง ต่างชาติ*. มติชน, น.1, น. 15.
- ธิดารัตน์ บุญนุช. (2543). *การพัฒนากิจกรรมนิสิตนักศึกษา*. กรุงเทพฯ: ทบวงมหาวิทยาลัย.
- พินิติ รตะนานุกูล. (2555, 27 พฤศจิกายน). *ห่วงยอดเรียนอุดมศึกษาลดฮวบ*. มติชน, น. 22.
- ไพฑูริย์ สีนลารัตน์. (2555). *ผู้นำเชิงสร้างสรรค์และผลผลิตภาพ: กระบวนทัศน์ใหม่และผู้นำใหม่ทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2530). *จิตวิทยาพัฒนาการ*. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- สำเนา ขจรศิลป์. (2539). *มิติใหม่ของกิจการนักศึกษา 1: พื้นฐานและบริการนักศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อัจฉรา วัฒนานรงค์. (2549). *รายงานการวิจัยเรื่องการระดมเงินทุนของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Astin, A. (1968). *The College Environment*. Washington, DC.: American Council on Education.
- (1993). *What Matters in College? : Four Critical Years Revisited*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Beck, E. (1970). *Perspective on World Education*. Wisconsin: Wm. C. Brown Company.
- Cochran, G.W. (1977). *Sampling Techniques (3rd ed.)*. New York: John Wiley & Son.
- Newcomb, M. (1962). *Student Peer-Group Influence in Personality Factors on The College Campus*. New York: Social Science Research Council.
- Ryans, G. (1960). *Characteristic of Teacher Manasha*. George Benta Company.
- Spady, G. (1971). *Dropout from Higher Education: Toward an Empirical Model*. Interchange, 2(3), pp.38-62.
- Steers, M. & Porter, L.M. (1983). *Employee Commitment to Organization in Motivation & Work Behavior*. Third Edition. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Tinto, V. (1997, November/December). *Classrooms as Communities: Exploring the Educational Character of Student Persistence*. Journal of Higher Education, 68(6),599-623.