

ความสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ต่อนโยบายการชำระหนี้
กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

The relationship between image building, trust and satisfaction with the
policy of debt settlement from fundamental of education loans

โอภาส มีเชาว์*
(Opad Meechao)

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ต่อนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักศึกษาผู้กู้ยืม กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลจำนวน 420 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า ผลการวิจัยพบว่า การสร้างภาพลักษณ์ของ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีความสัมพันธ์กับ ความไว้วางใจใน นโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ร้อยละ 77 การสร้างภาพลักษณ์ของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ร้อยละ 66 และความไว้วางใจต่อกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ร้อยละ 92

เมื่อวิเคราะห์ตามองค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า (1) องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาในสามลำดับแรกได้แก่ ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา แสดงให้เห็นว่า คนในประเทศให้ความสำคัญและโอกาสทางการศึกษา ($\lambda = 50$) ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา เป็น ตัวแทนถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ($\lambda = 47$) ภาพลักษณ์ของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สะท้อนให้เกิด ความเชื่อมั่นถึงความภาคภูมิใจของคนในชาติ ที่มุ่งเน้นการศึกษาแก่เยาวชน ($\lambda = 43$) (2) องค์ประกอบที่ส่งผลต่อ ความไว้วางใจในนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา สามลำดับแรกได้แก่ ท่านมีความเชื่อใจถึง ชื่อเสียงของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ($\lambda = 56$) ท่านไว้วางใจในความคุ้มค่า และอรรถประโยชน์ของการเข้า มาเป็นสมาชิกของกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ($\lambda = 55$) ท่านมีความไว้วางใจว่ากองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ว่ามีการ จัดสรรด้วยความเป็นธรรมและเปิดโอกาสให้เข้าถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียม ($\lambda = 52$) และ (3) องค์ประกอบที่ส่งผล

* งานวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของการดุษฎีนิพนธ์เรื่อง ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสยาม 10160

Research is part of the dissertation. The Effectiveness of Public Policy Implementation for the Repayment of Student Loan Fund; Doctor of Philosophy Program Management Siam University 10160

Corresponding author: opad@hotmail.com

ต่อความพึงพอใจในนโยบายการชำระหนี้กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา สามลำดับแรกได้แก่ นโยบายการชำระหนี้ตอบสนองต่อความเชื่อและการรับรู้คุณค่า ($\lambda = 64$) นโยบายการชำระหนี้ สร้างความพึงพอใจ ($\lambda = 57$) ความรู้สึกมีความผูกพันอันดีต่อกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา ($\lambda = 54$)

คำสำคัญ : การสร้างภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ ความพึงพอใจ นโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

ABSTRACT

This research objective to study the relationship between image building, trust and satisfaction of the policy of debt settlement from fundamental of education loans. The researcher collected 420 students from the Bangkok Metropolitan by quota sampling. The research found that creating the image of the education loan fundamental was related to trust in debt settlement policy 77% , related to the satisfaction 66%, related trust 92% respectively.

When analyzing the confirmatory factors, it was found that

(1) Factor that affect the image building the first of three educational loan funds were: The image building of the loan fund for education It shows that people in the country give priority and opportunity to study ($\lambda = 50$), Representing Corporate Social Responsibility ($\lambda = 47$), the image of the loan fund for education Reflect the confidence of the people in the national pride focus on education for youth ($\lambda = 43$)

(2) Factors that affect trust in debt settlement policy with educational loan fund The first three are: Trust the reputation of the Educational Loan Fund ($\lambda = 56$), Trust in value and the utility of being a member of the education loan fund ($\lambda = 55$), Trust that the loan for you trust that education loan funds. It has fair allocation and gives equal access to education ($\lambda = 52$).

(3) The factors that affecting the satisfaction of the policy on repayment of the educational loan fund. The first three are: Settlement policies respond to beliefs and values ($\lambda = 64$). Satisfaction ($\lambda = 57$) and Feelings of good bond to education loan fund ($\lambda = 54$).

Keywords: Image building, Trust, Satisfaction, Repayment policy Educational Loan Fund

Article history: Received 22 March 2018, Accepted 31 July 2018

1. บทนำ

ในยุคแห่งโลกาภิวัตน์ โลกก้าวเข้าสู่ ภาวะที่เน้นการแข่งขัน ควบคู่ไปกับการร่วมมือกันในการทำธุรกรรม ผลที่เกิดขึ้นคือ ปรากฏการณ์ความร่วมมือกับประเทศในกลุ่มสมาชิก ไปพร้อมกับการแข่งขันกันพัฒนาประเทศควบคู่กันไป ปฏิเสธไม่ได้ว่า การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องอาศัยทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ในระบบเศรษฐกิจของภูมิภาค หลังประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะเกิดการแข่งขันสูงขึ้น ทำให้ประเทศไทยจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมรับความเปลี่ยนแปลงในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเตรียมพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ในประเทศ และการที่จะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างยั่งยืนจำเป็นต้องให้การศึกษาแก่ประชาชนในประเทศ เพื่อที่จะให้เกิดการพัฒนาทางด้านทุนมนุษย์ (Human Capital) ที่มีศักยภาพสูงขึ้น

ความสำคัญในการศึกษาของประชาชน มีปรากฏอยู่ในเรื่องของ สิทธิและเสรีภาพในการศึกษาไว้ใน หมวด 3 มาตรา 49 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ซึ่งบัญญัติไว้ว่า “บุคคลย่อมมีสิทธิเสมอกันในการรับการศึกษาไม่น้อยกว่า 12 ปี ที่รัฐจะต้องจัดให้อย่างทั่วถึงและมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย ผู้พิการหรือทุพพลภาพ หรืออยู่ในสภาวะยากลำบาก ต้องได้รับสิทธิตามวรรคหนึ่งและการสนับสนุนจากรัฐเพื่อให้ได้รับการศึกษาโดยทัดเทียมกับบุคคลอื่น การจัดการศึกษาอบรมขององค์กรวิชาชีพหรือเอกชน การศึกษาทางเลือกของประชาชน การเรียนรู้ด้วยตนเองและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ย่อมได้รับความคุ้มครองและส่งเสริมที่เหมาะสมจากรัฐ” (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550: 31) เพื่อให้การศึกษาของคนในชาติมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) จึงถูกจัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2538 โดยกระทรวงการคลัง กระทรวงศึกษาธิการ และทบวงมหาวิทยาลัย ได้ร่วมพิจารณาบนพื้นฐานการให้ความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อรองรับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ อีกทั้งเพื่อแก้ปัญหาทางสังคมเรื่องความเหลื่อมล้ำทางด้านการศึกษา จึงได้มีมติร่วมกันในหลักการโครงการจัดตั้งกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา โดยมีกระทรวงการคลัง กระทรวงศึกษาธิการ และทบวงมหาวิทยาลัย เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแล และ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ทำหน้าที่บริหารจัดการเงินให้กู้ยืมสำหรับ ภาพรวมการดำเนินงานของ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) พบว่า นักศึกษาที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจนถึงระดับปริญญาตรี ปีงบประมาณ 2539-2554 กองทุนได้รับงบประมาณแผ่นดินจำนวน 357,036.4722 ล้านบาท กองทุนสมทบการให้กู้ยืมจำนวน 64,579.8667 ล้านบาท รวมเป็นเงินสำหรับให้กู้ยืมเงินทั้งสิ้นจำนวน 421,616.3389 ล้านบาท ปีการศึกษา 2539 จนถึงเดือนกันยายน 2554 มีผู้กู้ยืมรวมทั้งสิ้น 3,932,137 ราย ผู้กู้ยืมที่ครบกำหนดชำระหนี้จำนวน 2,452,511 ราย ผู้กู้ยืมที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2554 จำนวน 872,904 ราย อยู่ในช่วงปลอดหนี้หลังสำเร็จการศึกษา 2 ปี จำนวน 584,128 ราย และเสียชีวิตจำนวน 22,594 ราย

ปัจจุบัน พระราชบัญญัติกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา พ.ศ. 2560 ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2560 และมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2560 มีผลให้กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาอยู่ในการกำกับดูแลของรัฐมนตรี และมีฐานะเป็นนิติบุคคลที่ไม่เป็นส่วนราชการตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการแผ่นดินหรือรัฐวิสาหกิจตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณและกฎหมายอื่น

เนื่องจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาตามพระราชบัญญัติกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา พ.ศ. 2541 และกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาที่ผูกกับรายได้ในอนาคตตามระเบียบกระทรวงการคลัง ว่าด้วยการบริหารกองทุนเพื่อการศึกษา พ.ศ. 2549 ที่ออกตามพระราชบัญญัติเงินคงคลัง พ.ศ. 2491 มีการบริหารจัดการและการดำเนินการที่มีข้อจำกัด และไม่สอดคล้องกับนโยบายการผลิตกำลังคนและการพัฒนาประเทศสมควรบูรณาการการบริหารจัดการและการดำเนินการของกองทุน กยศ. และกองทุน กรอ. ให้เป็นเอกภาพอยู่ภายใต้กฎหมายเดียวกัน และเพิ่มมาตรการในการบริหารจัดการกองทุนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

งานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ต่อนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อ ประเมินความพึงพอใจ ต่อนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาจากนักศึกษาผู้กู้ยืมเงิน ภายใต้ทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์ และความไว้วางใจต่อองค์การแห่งนี้ ทั้งนี้เพื่อให้ผลดังกล่าวสะท้อนไปยังการวางแผนนโยบายและการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีจากทั้งทางกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาและนักศึกษาผู้กู้ยืม อันจะส่งผลต่อการได้รับความร่วมมือเพื่อให้เกิดเงินหมุนเวียนให้กับผู้กู้รุ่นหลังต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ต่อนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

สมมติฐานการวิจัย

การสร้างภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ต่อนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การสร้างภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ ถูกนำมาพิจารณาเป็นองค์ประกอบประการหนึ่งในการบริหาร ช่วยเอื้อให้องค์การธุรกิจดำเนินไปได้อย่างก้าวหน้าและมั่นคง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งเกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนจำนวนมาก และยิ่งไปกว่านั้นในทางการบริหารธุรกิจยังอาจตีค่าได้ว่าภาพลักษณ์ของบริษัทเปรียบเสมือนสินทรัพย์ (Asset) อันมีค่าซึ่งยากจะประเมินออกมาเป็นตัวเลขทางบัญชีได้ภาพลักษณ์ (Image)

โดย Kotler (2000 : 553) ให้ความหมายของ ภาพลักษณ์ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น ซึ่งภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจ (Corporate Image) หมายถึงภาพขององค์การใดองค์การหนึ่ง ซึ่งหมายรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์การที่ประชาชนรู้จัก เข้าใจ และได้มีประสบการณ์ ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์การนั้น ส่วนหนึ่งกระทำโดยอาศัยการนำเสนอ อัตลักษณ์ขององค์การ (Corporate Identity) ซึ่งปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ ฯลฯ

การสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Corporate image) ได้รับความสนใจและถูกนำมาศึกษาจากนักวิชาการด้านการจัดการและการสื่อสารมากขึ้น โดยมีพื้นฐานจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์องค์กรที่เด่นชัดและเหมาะสม สามารถสร้างความแตกต่างและสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ รวมถึงเสริมสร้างความมั่นใจและความภักดีต่อองค์กร กระตุ้นให้เกิดการลงทุน ดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถเข้าร่วมงาน และเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน (Askegaard and Christensen, 2001 : 292-315) ดังนั้นภาพลักษณ์องค์กรจำเป็นต้องสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับกลยุทธ์ขององค์กร (Corporate strategy) และวิสัยทัศน์องค์กร (Corporate vision) โดยส่วนใหญ่ควรมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้แตกต่างและโดดเด่นในสายตาของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดขององค์กร

จากการศึกษาสรุปได้ว่าภาพลักษณ์ขององค์กร หมายถึง การรับรู้และความประทับใจต่อองค์กร โดยมีกระบวนการรับรู้ข้อมูลและการตีความหมาย อันเกิดจากการสื่อสารเอกลักษณ์ขององค์กรทั้งอย่างตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจ ซึ่งองค์กรได้สื่อสารออกไปสู่กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กรนั่นเอง

2.2 ความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ (trust) หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งเกิดความเชื่อมั่นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความเชื่อนั้นนั้นเกิดจากความน่าเชื่อถือ และความซื่อสัตย์จริงใจของสิ่งนั้น ๆ (Dwyer and Tanner, 2009) ความไว้วางใจคือความรู้สึกมั่นใจต่อสิ่งที่ฟังได้ในเรื่องหนึ่ง ๆ ว่าจะไม่สร้างความผิดหวังจากการกระทำที่เกิดขึ้น มนุษย์ทุกคนจะต้องมีขอบเขตจำกัดความของความไว้วางใจ และหากบุคคลนั้นเกิดความผิดหวังจากความไว้วางใจ ความไว้วางใจก็จะลดน้อยลง หรือหมดไปตามลำดับ ดังนั้นความไว้วางใจจึงขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลหนึ่ง ๆ คาดหวัง ต่อผลที่จะเกิดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ดังนั้นการแสดงความคาดหวังจึงเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกันจนแทบจะแยกออกจากกันไม่ได้กับความต้องการ เพราะเมื่อมนุษย์เกิดความต้องการแล้ว การคาดหวังก็จะเพิ่มขึ้นตามมา ซึ่ง Dwyer and Tanner (2009) กำหนดพื้นฐานของความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสารระหว่างตราสินค้ากับลูกค้าจะก่อให้เกิดวงจรการพัฒนาความสัมพันธ์ ที่เรียกว่า แบบจำลองตามขั้นตอน ABCDE ดังนี้

1. ขั้นความรู้สึกรู้จักกันเคย (acquaintance) ลูกค้าจะมีความไว้วางใจต่อองค์กรหรือบริการหรือไม่นั้นก็ต้องเกิดจากความประทับใจในครั้งแรกที่ลูกค้าได้รับ
2. ขั้นการก่อสร้างก่อตัวของความสัมพันธ์ (buildup) หากลูกค้าได้ทดลองใช้สินค้าหรือบริการลูกค้าจะไว้วางใจหรือไม่ขึ้นอยู่กับการสร้างความประทับใจขององค์กรไม่ว่าจะเป็นจากการโฆษณา หรือจากการประชาสัมพันธ์ และสินค้าทดลองใช้
3. การเรียนรู้ความคุ้นเคยทำความรู้จักให้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (continuation) ถ้าลูกค้าไว้วางใจก็จะใช้สินค้าและบริการต่อไป
4. ขั้นเลิกใช้บริการ (dissolution deterioration and endings) ถ้าหากลูกค้าไม่มีความไว้วางใจในตัวสินค้าและบริการแล้ว หรือการโฆษณาที่ลูกค้ารู้สึกไม่ประทับใจลูกค้าก็อาจจะเลิกใช้สินค้าและบริการ

นอกจากนี้ วรรัตน์ สันติวงษ์ (2549 : 18) เสนอว่า ความไว้วางใจเป็นพื้นฐานหลักของความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสารในการให้บริการแก่ลูกค้า องค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิดความคุ้นเคยเพื่อครองใจลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 5C ดังนี้

1. การสื่อสาร (communication) พนักงานควรที่จะสื่อสารกับลูกค้าในลักษณะที่ทำให้ลูกค้าอบอุ่นใจ แสดงถึงความเปิดเผย จริงใจ และพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้า เพื่อให้ทั้งสองฝ่ายเต็มใจแสดงความรู้สึก และความคิดร่วมกัน

2. ความใส่ใจ และการให้ (caring and giving) ความเอาใจใส่และความพร้อมที่จะให้นั้น เป็นคุณสมบัติของความสัมพันธ์ใกล้ชิดที่ประกอบด้วย ความเอื้ออาทร ความอบอุ่น และความรู้สึกปกป้อง ซึ่งมีผลให้ลูกค้ารู้สึกดี

3. การให้ข้อผูกมัด (commitment) ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยองค์การควรยอมเสียผลประโยชน์เพื่อคงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

4. การให้ความสะดวกสบาย (comfort) ความเอาใจใส่ลูกค้าจะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความสะดวกสบาย กล่าวคือ ลูกค้าจะรู้สึกยินดี อบอุ่นใจ มั่นใจ มั่นคงที่ได้รับบริการ

5. การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง (conflict resolution) องค์การควรจะแสดงความรับผิดชอบด้วยการออกตัวไว้มาก่อนว่า ถ้าลูกค้าพบสิ่งใดที่สงสัยหรือไม่พอใจในสินค้าและบริการที่ลูกค้าคิดว่าต้องเสียเปรียบ ขอให้ลูกค้ารีบถามเพื่อให้พนักงานได้รับชี้แจงโดยเร็วก่อนที่ลูกค้าจะรู้สึกโกรธหรือไม่พอใจในสินค้าและบริการ

สรุปได้ว่า ความไว้วางใจ คือความสามารถในการโน้มน้าวสิ่งต่าง ๆ ซึ่งต้องอาศัยทักษะ ความรู้ และพฤติกรรมของบุคคล ความรู้สึกที่ดีที่ผู้อื่นจนทำให้เกิดความไว้วางใจหรืออยากกระทำอย่างสม่ำเสมอ ปฏิบัติด้วยความจริงใจและตรงไปตรงมา

2.3 ความพึงพอใจ ต่อนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2544: 122) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวกและเกิดความสุข ซึ่งเป็นผลทำให้เกิดความรู้สึกกระตือรือร้น ทุ่มเทพลังกายพล้งใจ มีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญกำลังใจ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลทำให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

กาญจนา อรุณสอนศรี (2546: 36) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่า บุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสร้างสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น ความพึงพอใจ จึงเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปได้

การที่จะบรรลุถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย

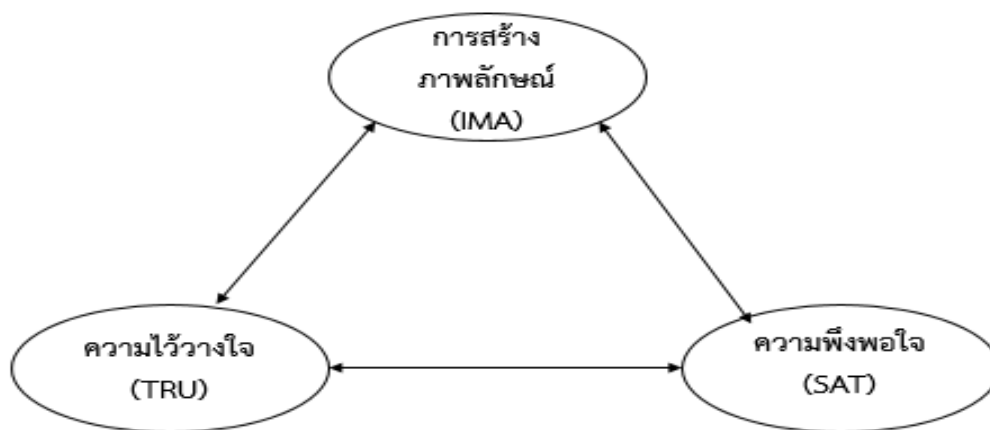
1. ประสิทธิภาพพึงพอใจ องค์การใดก็ตามที่ต้องการให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจจะต้องบรรลุปรัชญานี้ในวัตถุประสงค์หรือพันธกรณีขององค์การและควรมีการสื่อสารความสำคัญของการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการให้แก่พนักงานทุกคนได้ทราบ

2. ความคาดหวังและความต้องการของผู้ใช้บริการ ก่อนที่องค์การจะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริการหรือทำให้บริการเกิดความพึงพอใจ องค์การจำเป็นต้องค้นหาความคาดหวังและความต้องการของ

ผู้ให้บริการก่อน ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่บริษัทสามารถทำการตรวจสอบความต้องการของลูกค้า ผู้ให้บริการและความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อทำการปรับปรุงต่อไป (มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, สถาบันวิจัยและพัฒนา, 2548: 5-6)

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึก (reactionary feeling) ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่กระตุ้น (stimulant) ที่แสดงออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกถึงทิศทางของผลการประเมิน ว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่ปฏิกิริยา

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ต่อนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมร่วมกับงานวิจัยของ เสกสรรค์ บุญรอด (2553) สกุลรัตน์ ตาละโสภณ (2554) สุตท้าย ชัยจันทิก (2560) และงานวิจัยของ Zigeran (1999) มากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยไว้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ต่อนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลจากนักศึกษาผู้กู้ยืมกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลจำนวน 420 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน 18 ข้อคำถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try out) เพื่อหาค่าความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ราย หาค่าความเที่ยง กับนักศึกษาผู้กู้ยืมเงินจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 30 ราย โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - coefficient) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่าความตรงเชิงเนื้อหา และค่าความเที่ยงของแบบสอบถามที่สามารถนำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบค่าความตรงเชิงเนื้อหาและค่าความเที่ยง

ตัวแปร	ค่าความตรงเชิงเนื้อหา	ค่าความเที่ยง
การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี	0.80-1.00	0.78
ความไว้วางใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม	0.80-1.00	0.90
ความพึงพอใจในการชำระหนี้เงินกู้ยืม	1.00	0.86

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) สำหรับพรรณาคูณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม การหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระเพื่อตรวจสอบปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ multicollinearity จากนั้น จึงนำค่าไปวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรโดยผ่านตัวแปรสังเกตได้ด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65.71) ศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 72.38) มีอายุในช่วง 21-22 ปี (ร้อยละ 33.81) อาชีพของผู้ปกครองส่วนใหญ่คือ ค้าขาย (ร้อยละ 35.71) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับ บิดามารดา (ร้อยละ 59.52) ระยะเวลาที่กู้ยืมเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาอยู่ในช่วง 4 ปี (ร้อยละ 38.10) ส่วนใหญ่สมาชิกในครอบครัวไม่มีใครกู้เงินกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ยกเว้นผู้ตอบ (ร้อยละ 62.86) และส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว (ไม่นับตัวผู้ตอบ) (ร้อยละ 59.76)

เพื่อยืนยันว่าตัวบ่งชี้ของมาตรวัด ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นหรือได้ปรับปรุงมาจากการทบทวนวรรณกรรม สามารถวัดตัวแปรที่มีความเกี่ยวข้องกันได้ นอกจากนั้นยังมีวัตถุประสงค์เพื่อสกัดปัจจัย จัดกลุ่มตัวบ่งชี้ที่มีความสัมพันธ์กันอยู่ในกลุ่มเดียวกันโดยผู้วิจัยใช้โปรแกรม LISREL Version 8.52 เทคนิควิธีนี้สามารถใช้ได้เมื่อขนาดของกลุ่มประชากรที่เป็นตัวอย่างจำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ 100 หน่วย (Hair et al, 2006) ผู้วิจัยทำการทดสอบองค์ประกอบ โดยใช้วิธีการสกัดปัจจัยด้วยวิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum likelihood : ML)

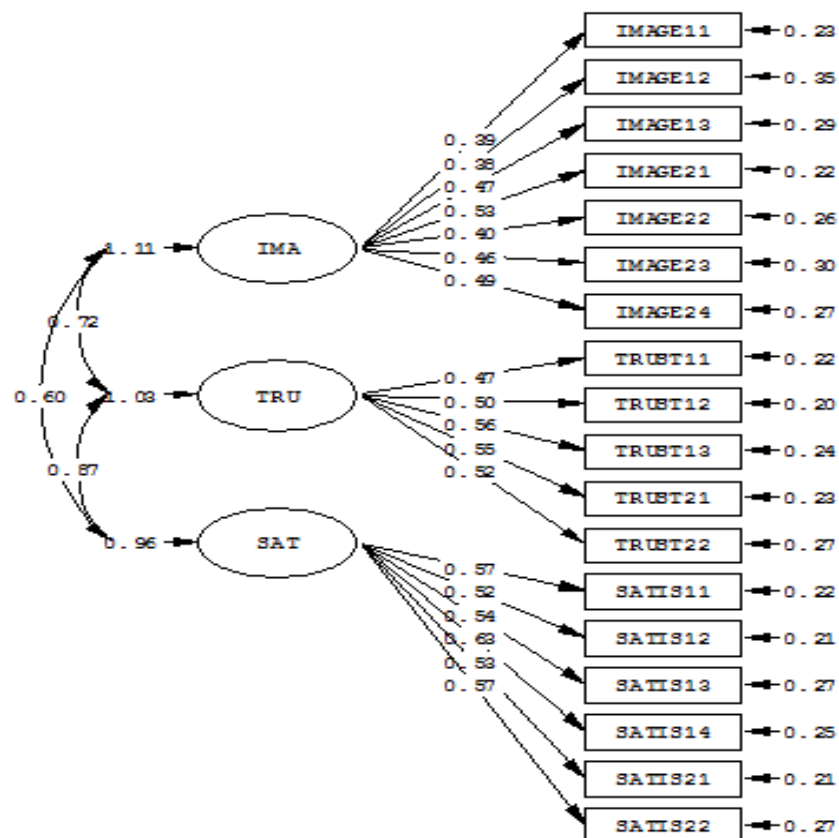
โดยที่สูตร ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct reliability : ρ_c) และความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (average variance extracted : ρ_v) ได้ผลดังตารางที่ 2 และผลจากการตรวจสอบปัญหา ภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ พบว่าไม่มีตัวแปรสังเกตได้คู่ใดมีปัญหาสัมพันธ์กันเองเกินร้อยละ 80

ตารางที่ 2 ความเที่ยงของตัวแปรแฝง และความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้

ตัวแปรแฝง	ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct reliability : ρ_c)	ความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (average variance extracted : ρ_v)
IMG	0.79	0.65
TRU	0.78	0.64
SAT	0.81	0.68

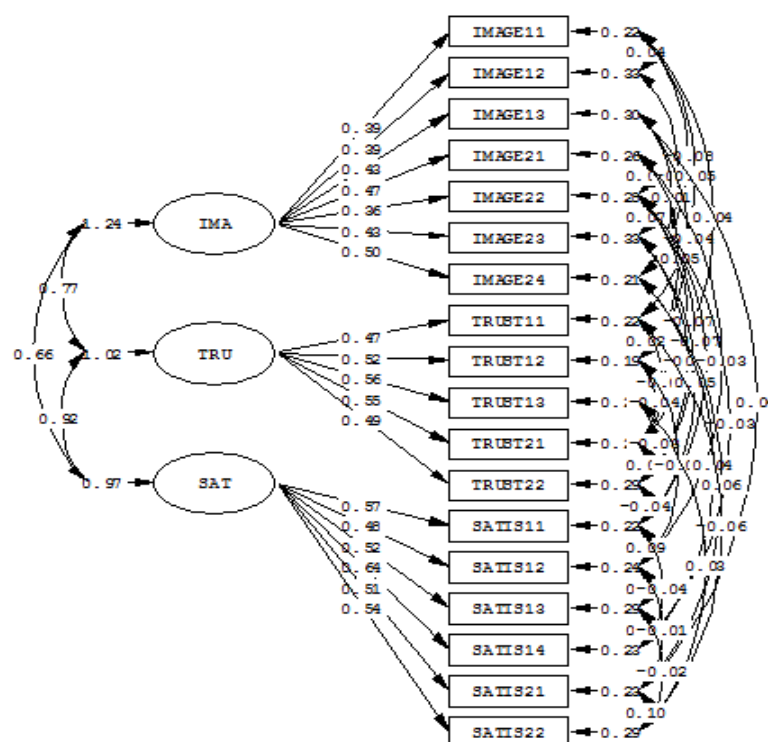
จากตารางแสดงให้เห็นว่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าสูง โดยมีค่า ρ_c อยู่ระหว่าง 0.78-0.81 ซึ่งมากกว่า 0.60 และค่าความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ มีค่า ρ_v อยู่ระหว่าง 0.64-0.68 ซึ่งมากกว่า 0.50 แสดงว่า จากการประเมินตัวแบบมาตรวัดได้หลักฐานที่ชัดเจนว่า การนิยามปฏิบัติการตัวแปรแฝงทั้งหมดถูกต้องและเชื่อถือได้

ผลการวิเคราะห์สรุปอ้างอิงด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง ได้ค่าตัวแบบก่อนปรับและหลังปรับดังนี้



Chi-Square=764.88, df=132, P-value=0.00000, RMSEA=0.107

แผนภาพที่ 2 ตัวแบบความสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ต่อนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ก่อนปรับ



Chi-Square=159.44, df=96, P-value=0.06125, RMSEA=0.040

แผนภาพที่ 3 ตัวแบบความสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ต่อนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา หลังปรับ

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผล

การสร้างภาพลักษณ์ของ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีความสัมพันธ์กับ ความไว้วางใจในนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ร้อยละ 77 การสร้างภาพลักษณ์ของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ร้อยละ 66 และความไว้วางใจต่อกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ร้อยละ 92 ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สกุลรัตน์ ตาละโสภณ (2554) การวิเคราะห์ การประเมินผลความสำเร็จในการดำเนินงานของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา และปัญหาหนี้ค้างชำระเกินกำหนด ซึ่งงานวิจัยดังกล่าว เสนอว่า ปัญหาหนี้ค้างชำระเกินกำหนด เกิดจาก วัตถุประสงค์ของนโยบายที่ไม่ชัดเจน ไม่แน่นอน และไม่ปฏิบัติตามทิศทางความต้องการแรงงานและแผนการศึกษาชาติ ถึงแม้งบประมาณและแหล่งเงินอุดหนุนพอเพียง แต่โครงสร้างและคุณลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานที่ปฏิบัติงานนโยบายไม่มีศักยภาพและความพร้อมที่จะปฏิบัติ

นโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ การขาดการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานที่ไม่รัดกุม นอกจากนี้จากการศึกษายังค้นพบปัญหาหลักจากการบริหารจัดการได้แก่หนี้ค้างชำระเกินกำหนด ซึ่งเกิดจากความไม่ไว้วางใจ ไม่พึงพอใจ ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาเป็นภาพลบ และเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการให้นโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาประสบความสำเร็จ ดังที่ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) เสนอว่า ความพอใจของลูกค้ามีผลจากความรู้ ความสามารถ ความพร้อมในด้านกายและอารมณ์ ในขณะที่ให้บริการรวมถึงความเต็มใจในการให้บริการของพนักงานสิ่งหนึ่งที่นักการตลาดต้องทำคือ การคัดเลือกพนักงานจะต้องทำอย่างรอบคอบ ต้องมีการวัดทัศนคติของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ และดังที่ Kotler (2000 : 296) ได้เสนอแนวคิดที่สอดคล้องกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับกองทุนกู้ยืม โดยเสนอว่า ภาพลักษณ์ (Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือสถาบัน ซึ่งเน้นเฉพาะภาพของตัวสถาบันหรือองค์การเพียงส่วนเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังนั้นภาพลักษณ์ประเพณีจึงเป็นภาพที่สะท้อนถึงการบริหารและการดำเนินงานขององค์การ ทั้งในแง่ระบบบริหารจัดการ บุคลากร(ผู้บริหารและพนักงาน) ความรับผิดชอบต่อสังคม และการทำประโยชน์แก่สาธารณะ ผลการศึกษาในภาพรวมยังสะท้อนให้ตรงกับงานวิจัยของ Zigerman (1999) ที่เคยเสนอว่า กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาจำเป็นต้องศึกษาและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในเรื่อง การจัดสรรเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ความเป็นธรรม และแสดงให้เห็นระเบียบการกำหนดวงเงินกู้ยืมและการใช้คืนเงินกู้ยืมมีความเหมาะสมในด้านการเงิน

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

- 1) ในการบริหาร ความสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ต่อนโยบายการชำระหนี้กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา หัวใจสำคัญคือเน้นไปที่ความสบายใจของผู้กู้ยืมเงิน การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีย่อมจะส่งผลต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจ ต่อนโยบายการชำระหนี้ กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ดังนั้นเป็นภารกิจสำคัญของผู้บริหารที่ต้องมีการประชาสัมพันธ์ถึงภาพลักษณ์ที่ดี ทำให้ผู้กู้ยืมเงินรู้สึกเป็นมิตร และสร้างความตระหนักในความรับผิดชอบต่อหนี้สิน เพื่อสร้างอนาคตให้กับรุ่นน้อง
- 2) การสร้างภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ต่อนโยบายการชำระหนี้กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาไม่ได้มีความสำคัญในเชิงเหตุและผล แต่มีความสำคัญในเชิงของการทำงานเพื่อเกื้อหนุนค้ำจุนกัน จึงเป็นนโยบายของผู้บริหารเองที่ต้องให้การสนับสนุนและลงทุนเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การสร้างจิตบริการในทีมงาน และการศึกษาต่อยอดถึงการสร้างความไว้วางใจและความพึงพอใจในระยะยาวของผู้กู้

5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีความสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ต่อนโยบายการชำระหนี้กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ในกลุ่มมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ นอกจากนักศึกษาผู้ที่เป็นผู้กู้
- 2) ควรมีการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบของความสัมพันธ์ดังกล่าวในระหว่างตัวแบบของนักศึกษาในกรุงเทพและปริมณฑล กับต่างจังหวัด

3) ควรขยายผลโดยการทำวิจัยแบบผสมผสาน รวมถึงขยายผลโดยการติดตามข้อมูลสำหรับกลุ่มนักศึกษาที่กู้เงินกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ในลักษณะของการติดตามผลเพื่อนำผลดังกล่าวมาพัฒนาวางแผนให้เกิดประสิทธิผลในการบริหารเงินกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา อรุณสอนศรี. (2546). **ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรไชยปราการจำกัด อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2544). **จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล**. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ สถาบันวิจัยและพัฒนา. (2548). **รายงานการประเมินผล เรื่อง ความพึงพอใจในการรับบริการเครือข่ายวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550. (2560). **รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2560 จาก <http://www.ombudsman.go.th/10/documents/law/Constitution2550.pdf>
- วรรัตน์ สันติวงษ์. (2549). **ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารต่อการใช้บริการ E-Banking สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (การตลาด)**. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สกุลรัตน์ ตาละโสภณ. (2554). **การวิเคราะห์ การประเมินผลความสำเร็จในการดำเนินงานของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาและปัญหาหนี้ค้างชำระเกินกำหนด**. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ NIDA Development Journal. 51 (4), 153-175.
- สุดท้าย ชัยจันทิก. (2560). **การพัฒนารูปแบบการให้เงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาของภาครัฐ ในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย**. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. 14(56). 173-192.
- เสกสรรค์ บุญรอด. (2553). **การประเมินผลและความพึงพอใจของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาต่อกองทุนเงินให้กู้ยืม เพื่อการศึกษา: กรณีศึกษาสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา**. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. 4(2), 27-39
- Askegaard, S. and Christensen, L.T. (2001). Corporate Identity and Corporate Image Revisited: a Semiotic Perspective. *European Journal of Marketing*. 35 (3/4) : 292-315.
- Dwyer, F.R. and Tanner, J.H. (2009). *Business Marketing: Connecting Strategy, Relationships, and Learning*. McGraw-Hill Irwin.

- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., and Tatham, R. (2006). **Multivariate data analysis.** (6th ed.). Uppersaddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management.** The Millennium Edition. Person Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Zigerman,A. (1999). **The Student Loans Scheme in Thailand: A Review and Recommendations for Efficient and Equitable, Functioning of the Scheme.** International Institute for Educational Planning.