

อิทธิพลของปัจจัยในการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

FACTOR INFLUENCING STUDY CHOICES FOR GRADUATE STUDIES COLLEGE OF INNOVATION MANAGEMENT RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY RATTANAKOSIN

ภคมน โภคะธีรกุล¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโมเดลสมการโครงสร้างและอิทธิพลของปัจจัยในการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

การดำเนินวิจัยใช้การวิเคราะห์แบบวิธีการผสมผสานระหว่างวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก และวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มเพื่อสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อค้นพบ และการเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามมาตรวัดเจตคติ จากนักศึกษาจำนวน 617 คน

ผลการวิเคราะห์พบว่า (1) ภาพลักษณ์สถาบันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อเหตุผลส่วนบุคคล (2) สิ่งแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อเหตุผลส่วนบุคคล (3) ภาพลักษณ์สถาบันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษา (4) เหตุผลส่วนบุคคลมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อการประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษา (5) สิ่งแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษา และ (6) การประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เสนอแนะประเด็นเพื่อการศึกษาวิจัยในอนาคต

คำสำคัญ : เหตุผลส่วนบุคคล; ภาพลักษณ์สถาบัน; สิ่งแวดล้อมภายนอก; การเลือกศึกษา; เจตนาเชิงพฤติกรรม

¹ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Abstract

The purpose of this study was to investigate the Structural Equation Model and Factor Influencing Study Choices College of Innovation Management Rajamangala University of Technology Rattanakosindra. A mix analysis on qualitative method associated with quantitative method was employed i.e. In-Depth Interviews and Group Discussions to support the result of findings analysis and data collection of attitudes measure of questionnaire from 617 students . The research findings were as follows. (1) The image of institute influenced a positive direction to personal reason. (2) The external environment influenced a negative direction to personal reason. (3) The image of institute influenced a positive direction to evaluate a program of study choice. (4) The personal reason influenced a negative direction to evaluate a program of study choice. (5) The external environment influenced a positive direction to evaluate a program of study choice. (6) The evaluation of study choice influenced to a positive direction of behavioral deliberation. In addition, the researcher suggested the issue for future research.

Keywords: Personal Reason; The Image of Institute; The External Environment; Study Choice; Behavioral Deliberation

ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

ในปัจจุบันนี้ปรากฏว่ามีผู้ให้ความสนใจเข้าศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก การศึกษาขั้นสูงเหล่านี้อาจเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบุคคลที่ต้องการความก้าวหน้าในอาชีพการงาน รวมไปถึงการมีชื่อเสียงเกียรติยศและความภาคภูมิใจของบุคคลที่รักและบุคคลในครอบครัว ด้วยเหตุนี้ มหาวิทยาลัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐหรือมหาวิทยาลัยเอกชน ทั้งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหรือต่างจังหวัด มหาวิทยาลัยเก่าแก่หรือมหาวิทยาลัยใหม่ๆ ต่างก็เปิดการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษากันมากมาย ทั้งภาคภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งมีการแข่งขันกันสูงมากยิ่งขึ้นทั้งทางด้านวิชาการและด้านจำนวนนักศึกษา คิดว่าเป็นสิ่งที่ดีเพราะเป็นการเปิดโอกาสทางการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาให้กับผู้สนใจกว้างขวางขึ้น ในสมัยก่อนการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษามีขอบเขตอยู่ในวงจำกัดมาก และการรับนักศึกษาเข้าเรียนนั้นก็เปิดรับเป็นจำนวนน้อยส่วนใหญ่ผู้ที่ประสงค์จะศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษาจึงมักจะไปศึกษาต่อในต่างประเทศอย่างไรก็ตามนักศึกษาจำนวนมากที่ได้เข้ามาศึกษาต่อยังไม่ได้มีความเข้าใจในการศึกษาขั้นสูงอย่างแท้จริง หลายคนยังยึดติดอยู่กับภาพของการศึกษาในระดับปริญญาตรีที่ซึ่งการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพียงการสอบให้ผ่านในแต่ละรายวิชาเพื่อให้มีเกรดเฉลี่ยสูงกว่าเกรดเฉลี่ยขั้นต่ำที่สถาบันการศึกษากำหนดไว้ จึงทำให้นักศึกษาจำนวนมากประสบความยากลำบากในการศึกษาต่อ อันเนื่องมาจากการไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับระบบการศึกษาขั้นสูงได้ การศึกษาในการดูแลนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ในปัจจุบันสังคมไทยให้ความสำคัญกับการเรียนระดับบัณฑิตศึกษาเป็นอย่างมาก เป็นการมุ่งเน้น

ผลิตคนให้มีความสามารถในการวิจัยโดยนักศึกษาต้องทุ่มเทเวลาส่วนใหญ่กับการทำวิทยานิพนธ์ สารระนิพนธ์ ทั้งนี้เพื่อฝึกให้มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ได้ไม่ใช่เป็นเพียงผู้เรียนและใช้องค์ความรู้เดิมที่มีอยู่เท่านั้น แต่เมื่ออุปสงค์มากขึ้นอุปทานก็มากขึ้นตามมา จนทำให้ปัจจุบันมีการเปิดหลักสูตรขึ้นมากมายตามมหาวิทยาลัยต่างๆ จนกลายเป็นธุรกิจการศึกษาไปหมด อาจส่งผลกระทบไปถึงเป้าหมายในการสร้างคนและคุณภาพของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา (ยอดหทัย เทพธรานนท์, 2548)

อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่น่าจะต้องคำนึงอย่างมาก ก็คือ เมื่อเราเปิดโอกาสทางการศึกษาให้มากขึ้นซึ่งเป็นการเน้นในเรื่องปริมาณมากขึ้นสิ่งที่ตามมาก็คือเราจะจัดการปัญหาในเรื่องคุณภาพหรือมาตรฐานการศึกษาให้ได้มาตรฐานโลกอย่างไร เพราะการศึกษาระดับปริญญาเอกเป็นการศึกษาระดับโลก ผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาเอกก็เป็นคนระดับโลก (Phillips & Pugh, 1994)

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ (RCIM) มีความมุ่งมั่นที่จะผลิตมหาบัณฑิตและดุษฎีบัณฑิตที่มีความรู้ทั้งในเชิงทฤษฎีและภาคปฏิบัติ เพื่อให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการภาครัฐและภาคเอกชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการแสวงหาและพัฒนาองค์ความรู้ในทางการบริหารภาครัฐและเอกชนได้อย่างกว้างขวางและลุ่มลึกในระดับนานาชาติ วิทยาลัยฯ จึงคิดค้นและนำนวัตกรรมใหม่มาใช้ในการบวนการศึกษาระดับมหาบัณฑิตและดุษฎีบัณฑิต ซึ่งวิทยาลัยฯ ได้สรรหานักวิชาการที่เป็นที่ยอมรับในวงวิชาการมีผลงานวิจัยหลากหลาย มี

ผลงานการสอนอันโดดเด่นมาทำหน้าที่อาจารย์ผู้สอนอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิสอบวิทยานิพนธ์และดุษฎีนิพนธ์ เพื่อให้นักศึกษาที่ทำงานประจำไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารในภาครัฐหรือเอกชนสามารถสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดถึงแม้ว่าจะเบี่ยงชั้นตอนและรายละเอียดในหลักสูตรของการศึกษาระดับสูงในศาสตร์สาขาวิชาต่างๆ จะมีความแตกต่างกัน แต่สิ่งหนึ่งที่เหมือนกันก็คือประสบการณ์ในการเรียนรู้และความรู้สึกต่างๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างการศึกษา หัวใจสำคัญของการศึกษาระดับสูงไม่ใช่การเรียนในห้องเรียนแล้วสอบให้ผ่านตามกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่สถาบันการศึกษากำหนด แต่เป็นการเข้าใจในปรัชญาชีวิต เข้าใจในหลักการทำงาน รู้จักปรับตัวเองให้เข้ากับสิ่งต่างๆ รู้จักพึ่งพาตนเอง รู้จักพัฒนาความคิดอย่างเป็นระบบ และรู้จักปล่อยวาง ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับสูงทุกคนจะต้องผ่านช่วงเวลาของการเรียนรู้อันเต็มไปด้วยความเครียด ความกังวล ความเบื่อหน่าย ความเศร้า ความเหงา ความอ้างว้าง ความท้อใจ ความสุข ความมั่นใจ ความดีใจ ความยินดีปรีดาและความรู้สึกอื่นๆ ซึ่งไม่อาจนำมาบรรยายได้หมด (เสกศักดิ์ อัสวะวิสิทธิ์ชัย, 2553)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเหตุผลส่วนบุคคล อันได้แก่ ภาพลักษณ์สถาบัน และสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีต่อระดับบัณฑิตศึกษาวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษา อันได้แก่ เหตุผลส่วนบุคคล ภาพลักษณ์สถาบัน และสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีต่อระดับบัณฑิตศึกษา

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม อันได้แก่ การประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษา ภาพลักษณ์สถาบัน และสิ่งแวดล้อมภายนอก ที่มีต่อระดับบัณฑิตศึกษาวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

4. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลโดยรวมของอิทธิพลของปัจจัยในการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ภาพลักษณ์สถาบันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อเหตุผลส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 2 สิ่งแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อเหตุผลส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 3 ภาพลักษณ์สถาบันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษา

สมมติฐานที่ 4 เหตุผลส่วนบุคคลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษา

สมมติฐานที่ 5 สิ่งแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษา

สมมติฐานที่ 6 การประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การตลาดเพื่อการศึกษาปัจจุบันมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นที่มีแนวโน้มของการศึกษาต่อซึ่งองค์ประกอบ หรือมิติในกระบวนการตัดสินใจมีความสัมพันธ์กับสถาบันที่ตนเองได้เคยศึกษามาก่อน มีอิทธิพลต่อการประเมินเลือกที่จะทำการศึกษาต่ออย่างมีนัยสำคัญ (Cubillo, Sanchez, & Cervino, 2006; Ivy, 2001; Mazzalol, 1998; Mazzarol & Hosie, 1996; Pimpa, 2003) โดยมีปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการเลือกจุดหมายปลายทางในการศึกษา (Bodycott, 2009; Mazzarol, & Geoffrey, 2002)

ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคลนั้นได้ถูกนำมาพิจารณาถึงแกนหลักของผลประโยชน์ที่ได้รับซึ่งบ่งบอกถึงนักศึกษาที่มีความต้องการคุณวุฒิทางการศึกษาโดยให้ประโยชน์ สถานภาพ รูปแบบการดำเนินชีวิต และท่ามกลางสิ่งแวดล้อมต่างๆ ซึ่งเหล่านี้มีผลต่อมุมมองและมีบทบาทที่สำคัญในการตัดสินใจของบุคคล ซึ่ง พบว่า ร้อยละ 52 การโปรโมทโดยการผ่านเครือข่าย การแนะนำจากเพื่อนนักศึกษา การสื่อสารในเชิงบวกของสถาบัน และโปรแกรมการศึกษา (Binsardi & Ekwulugo, 2003) ซึ่งการบริการ การส่งมอบ เป็นการพัฒนาความภักดีของลูกค้า (Mazzalol, 1998) ส่วนปัจจัยด้านภาพลักษณ์หรือสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ให้บริการและการบริโภค ซึ่งการให้บริการเป็นเรื่องซับซ้อนกับกลุ่มที่ให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพจะทำให้เป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกแก่สถาบันและที่อยู่อาศัยทั้งหมด การรับรู้ของนักศึกษาเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางของแหล่งที่พักจะมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซึ่งถือได้ว่าเป็นหน้าตาหรือภาพลักษณ์ (Cubillo, Sanchez, & Cervino, 2006) ซึ่งภาพลักษณ์สถาบันสามารถมีอิทธิพลอย่างแข็งแกร่งต่อการ

ตัดสินใจที่แสดงถึงความตั้งใจต่อสถาบันที่ศึกษา (Cubillo, Sanchez, & Cervino, 2006; Krampf & Heinlein, 1981; Qureshi, 1995; Mazzarol, 1998; Bourke, 2000; Gutman & Miaoulis, 2003) และ Price et al. (2003) พบว่าทำเลที่ตั้งของสถาบัน การจัดให้ด้วยมาตรฐานที่สูง มาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อการเลือกเรียนสถาบันการศึกษาซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อรูปแบบชีวิตทางสังคมในมหาวิทยาลัยและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ปัจจัยการเลือกสมัครศึกษาต่อมีความสัมพันธ์กับปัจจัยระยะเวลาการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคล ครอบครัว คุณลักษณะของสถานที่ศึกษา ทำเลที่ตั้ง (Griffith & Rothstien, 2009)

ในการเลือกโปรแกรมการศึกษาได้มาเป็นกรอบแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อเป้าหมายโปรแกรมการศึกษา (Peng et al., 2000) และเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่นักศึกษาจะยอมรับมากกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ (Hooley & Lynch, 1981) ด้วยมุมมองของนักศึกษาจะมีการเปรียบเทียบกันของโปรแกรมที่จะศึกษาที่เหมาะสมที่ถูกเสนอมาจากการแข่งขันของสถาบันต่างๆ ซึ่งการประเมินการเลือกโปรแกรมจะถูกเลือกของหลักสูตรการเรียนการสอน (Krampf & Heinlein, 1981; Qureshi, 1995) คุณภาพการเรียนการสอน (Cubillo, Sanchez, & Cervino, 2006) ความหลากหลายการเรียนการสอน หรือข้อกำหนด กฎเกณฑ์ในการเข้าศึกษา (Bourke, 2000) ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายและการสนับสนุนทางการเงิน (Qureshi, 1995)

ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย โดยความพึงพอใจจะอ้างถึง การขาย การจูงใจ ความสนใจ คุณภาพ

ของการให้บริการตรงตามข้อกำหนดของลูกค้าซึ่งเกิดจากการที่ลูกค้าได้มีการเปรียบเทียบการบริการที่ได้รับกับความคาดหวังในการบริการ (Azoury, Daou, & Khoury, 2014; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นการประเมินของความประทับใจในการได้รับผลิตภัณฑ์หรือประสบการณ์ที่น่าเสนอลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ เป็นพฤติกรรมของลูกค้าที่แสดงออกมาในรูปของเจตนาหรือมีความตั้งใจ หรือเจตนาทางด้านทัศนคติ เช่น การตั้งใจที่จะแนะนำ การบอกปากต่อปาก หรือการให้การสนับสนุน เป็นต้น (Oliver, 1999)

ระเบียบวิธีวิจัย

ใช้แนวทางวิธีวิเคราะห์แบบวิธีการผสมผสาน (mixed methods approach) ระหว่างวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก และวิจัยเชิงคุณภาพสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อค้นพบ (นิศา ชูโต, 2551; Creswell & Clark, 2011; Teddlie & Tashakkori, 2009)

ประชากรมีจำนวน 760 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 คณะบริหารธุรกิจพื้นที่ศาลายา พื้นที่ปทุมธานี จักรวรรดิ พื้นที่วิทยาเขตวังไกลกังวลและนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจและคณะรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ปี 2559 จำนวน 617 คน การวิเคราะห์ตัวแปรได้ใช้เทคนิคค่าเฉลี่ยของค่าเฉลี่ยข้อคำถามให้เป็นกลุ่มของตัวแปร (item parcelling) เพื่อพัฒนา วิเคราะห์โมเดล (Hair et al., 2010; Holt, 2004) มีอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามคิดเห็นร้อยละ 81.18 การ

สุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบง่าย (simple random sampling) และการเลือกเฉพาะเจาะจงในการเก็บข้อมูล (purposive selecting) การวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (structural equation modeling: SEM) และ เส้นทาง (path analysis) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป AMOS เพื่อศึกษา ผลเชิงสาเหตุของตัวแปรอิสระแต่ละตัวทั้งผลทางตรงและทางอ้อม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556; ยุทธไกรวรรณ, 2556)

เครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดเป็นแบบ Likert scale มี 7 ระดับ โดย 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 7 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง) สำหรับการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างพบว่า อยู่ในเกณฑ์ข้อตกลงเบื้องต้น การตรวจสอบความเที่ยง พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของตัวแปร ปัจจัยภาพลักษณ์สถาบันที่วัดด้วยด้านองค์กร (OIM) มีค่าเท่ากับ 0.822 ด้านคณะที่เปิดการเรียนการสอน (CIM) มีค่าเท่ากับ 0.940 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (FIM) มีค่าเท่ากับ 0.931 ปัจจัยกายสิ่งแวดล้อม (ENV) ที่วัดด้วยการมุ่งเน้นด้านการแข่งขัน (CENV) มีค่าเท่ากับ 0.925 การมุ่งเน้นเกี่ยวนักศึกษา (EENV) มีค่าเท่ากับ 0.970 การตลาดภายใน (MINT) มีค่าเท่ากับ 0.959 ส่วนเหตุผลส่วนบุคคล (PR) มีค่าเท่ากับ 0.919 ส่วนการประเมินเพื่อเลือกการศึกษา (EVA) มีค่าเท่ากับ 0.943 และเจตนาเชิงพฤติกรรม (BI) มีค่าเท่ากับ 0.938 ตามลำดับ ซึ่งค่าทั้งหมดพบว่า อยู่ในเกณฑ์ข้อตกลงเบื้องต้น

การวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลแล้วนำมาสนับสนุนข้อค้นการวิจัยด้วยการ ทำสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก

การวิเคราะห์ข้อมูล (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติ ความถี่ และร้อยละ (2) ระดับความคิดเห็นใช้สถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (3) การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นโดยพิจารณา ค่าความโค้งให้อยู่ในรูปของค่าความเบ้มาตรฐาน และค่าความโค้งมาตรฐาน ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การวิเคราะห์องค์ประกอบ ค่าความเที่ยง การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ ความตรงแบบแตกต่าง และตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลให้ตรงตามข้อกำหนดการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยการตรวจสอบการกระจายข้อมูล และความแปรปรวนที่สม่ำเสมอของตัวชี้วัดตัวแปร

การตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity) ของตัวแปรแฝง PR, OIM, CIM, FIM, EVA และ BI ได้แก่ ค่าความเที่ยงของโครงสร้างของตัวแปร (Construct Reliability--CR) มีค่าเท่ากับ 0.992, 0.987, 0.993, 0.992 ตามลำดับ และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดด้วยองค์ประกอบ (Average Variance Extract--AVE) มีค่าเท่ากับ 0.635, 0.634, 0.884, 0.589, 0.835, 683 และ 0.835 ตามลำดับ ผลการศึกษา พบว่า ภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

ผลการวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงจำแนก (discriminant validity) พบว่า ค่ายกกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรมีค่าน้อยกว่าค่ารากที่สองของตัวแปรค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดด้วยองค์ประกอบทุกตัวแปรโดยมีค่าเท่ากับ 0.796, 0.796, 0.940, 0.767, 0.826 และ 0.914 ตามลำดับ แสดงว่า ค่าวัดของตัวชี้วัดตัวแปรดังกล่าว มีความเพียงพอในการหาค่าความตรงเชิงจำแนก และผลการตรวจสอบความสัมพันธ์

ของตัวชี้วัดด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์เพียร์สันพบว่าตัวแปรทุกตัวมีค่าความสัมพันธ์ไม่เกิน .80 อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ (ยุทธ ไกยวรรณ, 2556)

การแจกแจงแบบปกติข้อมูลด้วย Histogram, Normal P-P plot of regression standardized residual พบว่า ตัวแปรมีลักษณะแจกแจงแบบปกติมีความชันเป็นเส้นตรง

ค่าความทนทาน (Tolerance) ต้องมากกว่า 0.1 และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ไม่เกิน 10 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าความทนทานมีค่าเท่ากับ 0.111 ถึง 0.503 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ ส่วนค่า VIF มีค่าเท่ากับ 1.988 ถึง 8.998 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ (Foxall & Yanide-Soriano, 2005, p. 542; Hair et al., 2010, p. 205) สรุปได้ว่า ตัวแปรแต่ละตัวไม่ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ และไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (multicollinearity) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้

ผลการวิจัย

1. ขนาดตัวอย่างเป็นกลุ่มนักศึกษาจำนวนทั้งหมด 617 คน ส่วนมากเป็นหญิง จำนวน 433 คน คิดเป็นร้อยละ 70.20 เป็นชายจำนวน 184 คิดเป็นร้อยละ 29.80 ส่วนมากมีวัตถุประสงค์ไม่ศึกษาต่อ จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 49.60 รองลงมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต่อ จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 50.40 ส่วนมากเป็นนักศึกษาจำนวน 513 คน คิดเป็นร้อยละ 83.10 รองลงมา เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ พนักงานมหาวิทยาลัย ผู้ประกอบการจำนวน 39, 23, 12, 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30, 3.70, 1.90, 1.60 ตามลำดับ ส่วนมากเป็นผู้ที่ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานจำนวน 415 คน คิดเป็นร้อยละ 67.30 รองลงมา มีประสบการณ์ 1-2 ปี จำนวน 94 คน

คิดเป็นร้อยละ 15.20 และ มากกว่า 2 ปีขึ้นไป จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 17.70 ส่วนมากมี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 20,000 บาท จำนวน 550 คน คิดเป็นร้อยละ 89.10 รองลงมา เป็น 20,001-30,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็น ร้อยละ 7.80 มีรายได้ 30,001-40,000 บาท 40,001-50,000 บาทและมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 6, 4 และ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00, 0.60 และ 1.500 ตามลำดับ ส่วนมากได้รับ ทุนการศึกษาจากพ่อ/แม่ จำนวน 467 คน คิดเป็น ร้อยละ 75.70 รองลงเป็นทุนการศึกษาของตนเอง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 14.90 เป็น ทุนการศึกษาจากองค์กรที่ตนเองทำงาน และ ทุนการศึกษาหลวง จำนวน 29 คนและ 28 คน คิด เป็นร้อยละ 4.70 และ 4.50 ตามลำดับ ในการ สัมภาษณ์ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง ส่วนมากจากตนเองจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อย ละ 37.80 รองลงมาเป็น เพื่อน/รุ่นพี่ จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และจากพ่อ/แม่ อาจารย์ ที่ปรึกษา กลุ่มอ้างอิงอื่นๆ ญาติ/พี่น้อง และ ผู้บริหารองค์กร จำนวน 119, 51, 42, 28 และ 2 คิดเป็นร้อยละ 19.30, 8.30, 6.80, 4.50 และ 0.30 ตามลำดับ

2. ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามในด้าน ภาพลักษณ์สถาบัน สิ่งแวดล้อมภายนอก เหตุผลส่วนบุคคล การ ประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษา และเจตนา เชิงพฤติกรรม อยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีค่าเฉลี่ยที่ 5.304, 4.884, 5.132, 5.304, 4.997 และ 5.074 ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์โมเดลวัดของ PR, OIM, CIM, FIM, EVA และ BI ด้วยการวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงยืนยันแบบพหุองค์ประกอบ สำหรับตัวแปรทั้งสองกลุ่ม พบว่า (1) โมเดลทั้ง สองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมี ค่า Chi-square = 429.812, $df = 384$ Chi-square/ $df = 1.119$, $p = 0.053$, GFI = 0.960, AGFI = 0.941, CFI = 0.998, NFI = 0.977, TLI = 0.997, RMSEA = 0.014 ตามลำดับ

4. โมเดลสมการโครงสร้างของ PR, OIM, CIM, FIM, EVA และ BI มีความสอดคล้องกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้เมื่อได้ทำ การปรับแต่งตามคำแนะนำที่ได้จากผลการ วิเคราะห์ Modification Indices Output ของ โปรแกรม AMOS ด้วยการพิจารณาเกณฑ์ค่าสถิติ Chi-square = 25.322, $df = 17$, Chi-square/ $df = 1.1490$, $p = 0.088$, GFI = 0.992, AGFI = 0.973, CFI = 0.999, NFI = 0.996, TLI = 0.996, RMSEA = 0.028 ตามลำดับ (ดูตาราง 1)

5. ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลวัด ความสัมพันธ์ของอิทธิพลของปัจจัยในการศึกษา ต่อระดับบัณฑิตศึกษาวิทยาลัยนวัตกรรมการ จัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์ ดูตาราง 2 และแสดงในภาพ 1

6. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัย พบว่า จากสมมติฐานการวิจัย 6 สมมติฐาน มี สันับสนุนสมมติฐาน 4 สมมติฐาน และไม่ สันับสนุนสมมติฐาน 2 สมมติฐาน (ดูตาราง 3)

ตาราง 1

แสดงค่าความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลวัดแต่ละตัวแปรแฝง

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร			ค่าน้ำหนักถดถอย				น้ำหนักถดถอยรูปค่า	
			estimate	S.E.	C.R.	P	มาตรฐาน	R ²
PR	<---	IMAGE	1.000	^a	^a	^a	0.903	0.539
PR	<---	EXEN	-0.211	0.043	-4.846	***	-0.206	
EVA	<---	EXEN	0.282	0.064	4.425	***	0.262	0.870
EVA	<---	IMAGE	0.929	0.092	10.080	***	0.798	
EVA	<---	PR	-0.156	0.036	-4.284	***	-0.149	
FIM	<---	IMAGE	1.000	^a	^a	^a	0.817	0.668
CIM	<---	IMAGE	1.031	0.050	20.672	***	0.769	0.591
OIM	<---	IMAGE	0.939	0.043	21.755	***	0.752	0.565
EEXT	<---	EXEN	1.000	^a	^a	^a	0.882	0.680
MINT	<---	EXEN	1.089	0.037	29.810	***	0.923	0.851
EENV	<---	EXEN	1.120	0.038	29.662	***	0.965	0.932
CENV	<---	EXEN	1.090	0.039	28.053	***	0.928	0.861
BI	<---	EVA	1.079	0.033	32.789	***	0.947	0.604

Chi-square = 25.322, df = 17, Chi-square/df = 1.1490, p = .088, GFI = 0.992, AGFI = 0.973, CFI = 0.999, NFI = 0.996, TLI = 0.996, RMSEA = 0.028

*** หมายถึง $p < 0.001$, ** หมายถึง $p < 0.01$, * หมายถึง $p < 0.05$

^a หมายถึง Fixed Parameter จึงไม่แสดงค่า Standard Error, ค่า C.R., และค่า P

ตาราง 2

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลวัดความสัมพันธ์ของอิทธิพลของปัจจัยในการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

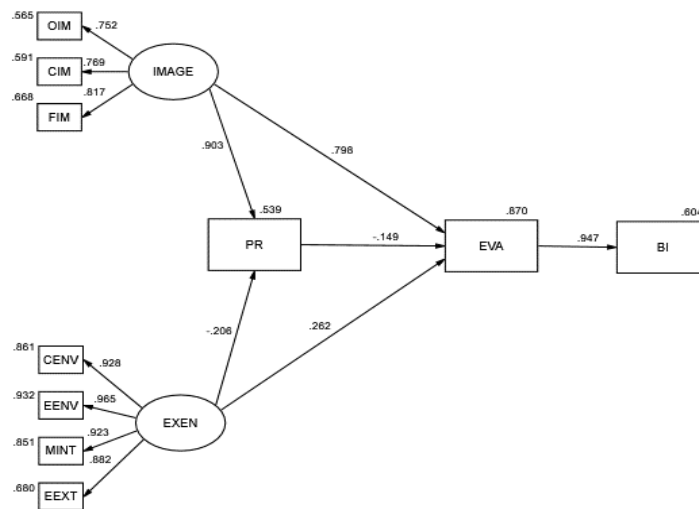
ตัวแปรผล	อิทธิพล	ตัวแปรสาเหตุ			
		ภาพลักษณ์สถาบัน	สิ่งแวดล้อมภายนอก	เหตุผลส่วนบุคคล	การประเมินเพื่อเลือกการศึกษา
เหตุผลส่วนบุคคล	ทางตรง	0.903 ^{***}	-0.206 ^{***}	0.000	0.000
	ทางอ้อม	0.000	0.000	0.000	0.000
	รวม	0.903 ^{***}	-0.206 ^{***}	0.000	0.000
การประเมินเพื่อเลือกการศึกษา	ทางตรง	0.798 ^{***}	0.262 ^{***}	-0.149	0.000
	ทางอ้อม	-0.134	0.031	0.000	0.000
	รวม	0.664 ^{***}	0.293 ^{***}	-0.149	0.000
เจตนาเชิงพฤติกรรม	ทางตรง	0.000	0.000	0.000	0.947 ^{***}
	ทางอ้อม	0.628 ^{***}	0.277 ^{***}	-0.141	0.000
	รวม	0.628 ^{***}	0.277 ^{***}	-0.141	0.947 ^{***}

*** หมายถึง $p < 0.001$, ** หมายถึง $p < 0.01$, * หมายถึง $p < 0.05$

ตาราง 3

สรุปผลสมมติฐานการวิจัย

ลำดับที่	สมมติฐานการวิจัย	ผลการศึกษา
1	ภาพลักษณ์สถาบันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อเหตุผลส่วนบุคคล	สนับสนุน
2	สิ่งแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อเหตุผลส่วนบุคคล	ไม่สนับสนุน
3	ภาพลักษณ์สถาบันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษา	สนับสนุน
4	เหตุผลส่วนบุคคลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษา	ไม่สนับสนุน
5	สิ่งแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษา	สนับสนุน
6	การประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม	สนับสนุน



Chi-square = 25.322, df = 17, Chi-square/df = 1.490, p = .088,
GFI = .992, AGFI = .973, CFI = .999, NFI = .996, TLI = .996, RMSEA = .028

ภาพ 1 โมเดลสมการโครงสร้างในรูปแบบคะแนนมาตรฐานของอิทธิพลของปัจจัยในการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

การอภิปรายผล

1. ภาพลักษณ์สถาบันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อเหตุผลส่วนบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) การที่นักศึกษาที่มีความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์ของสถาบันที่มีองค์การมีชื่อเสียงด้านวิชาการตลอดจนด้านนักวิจัยที่มีคุณภาพ การที่สถาบันมีคณาจารย์ที่มีความรู้ความสามารถระดับมืออาชีพ การที่มหาวิทยาลัยมีสิ่งอำนวยความสะดวก หอสมุด มีคอมพิวเตอร์เครือข่ายอินเทอร์เน็ตแรงสูง มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านกีฬา การ

รักษาความปลอดภัยซึ่งเป็นการสร้างบรรยากาศในการเข้าศึกษา มีความพร้อมและเหมาะสมรูปแบบการดำเนินชีวิตในสังคมมหาวิทยาลัย มีอิทธิพลต่อการกระบวนการตัดสินใจอย่างยิ่งต่อการให้เหตุผลที่สำคัญซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Cubillo, Sanchez, and Cervino (2006) ที่ศึกษากระบวนการในการเลือกการศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาและส่งผลกระทบต่อเจตนาการศึกษาหรือการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเดิมในมิติทางการตลาด แต่อย่างไรก็ตามปัจจัยภายนอกก็มี

อิทธิพลเชิงลบต่อเหตุผลส่วนบุคคลได้ เนื่องจากสภาพสิ่งแวดล้อมภายนอกได้ถูกนำมาพิจารณาถึงความเหมาะสมที่มีผลต่อทัศนคติเชิงลบของนักศึกษา ได้แก่ การแข่งขันที่มีความเข้มข้นสูงในระดับสถาบันอุดมศึกษาของทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีรูปแบบการมุ่งเน้นถึงความต้องการจริงของผู้มาศึกษาต่อ มีการตรวจติดตามสม่ำเสมอ มีการบวนการตอบสนอง และการคุณภาพการบริการที่เหนือกว่า นอกจากนี้มหาวิทยาลัยอื่นๆ ยังได้เน้นกิจกรรมระหว่างมหาวิทยาลัย นักศึกษา ผู้บริหาร คณาจารย์ได้ใช้กลยุทธ์ให้นักศึกษาเป็นจุดศูนย์กลาง เพื่อปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอน และปัจจัยที่มีผลเชิงลบอีกประการ ได้แก่ ปัจจัยอื่นๆ เช่น มิติของมหาวิทยาลัยอยู่ในย่านธุรกิจ สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ทั้งการอุปโภคและบริโภค และมีเส้นทางในการเดินทางมาเรียนของมหาวิทยาลัย (Bourke, 2000; Cubillo, Sanchez, & Cervino, 2006; Ivy, 2001; Mazzalol, 1998; Mazzarol, & Geoffrey, 2002; Mazzarol & Hosie, 1996; Pimpa, 2003; Price et al., 2003; Qureshi, 1995)

2. การประเมินโปรแกรมในการเลือกศึกษามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Boydcott (2009), Cubillo, Sanchez, and Cervino (2006), Griffith and Rothstien, (2009) ที่ศึกษาในการประเมินผลด้านหลักสูตร การเป็นที่ยอมรับในระดับสากลและองค์กรอื่นๆ ตลอดจนค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร การเรียนการสอนที่ยืดหยุ่นของนักศึกษาที่เลือกศึกษาต่อเมื่อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภาพลักษณ์สถาบันและปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกจะทำให้เขาเหล่านั้นเกิดความพึงพอใจ คุณภาพการบริการ (Azoury, Daou, & Khoury, 2014;

Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) เกิดการรับรู้ถึงปัจจัยดังกล่าวมีมากกว่าความคาดหวังที่ตนเองได้พิจารณาสารสนเทศอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบกับการตัดสินใจก็จะแสดงเจตนาเชิงพฤติกรรม (Oliver, 1998) ออกมาในรูปเชิงการบอกปากต่อปากในเชิงสร้างสรรค์ มีทัศนคติที่ดีเพื่อสนับสนุน แนะนำสถาบันกับเพื่อนๆ หรือคนอื่น

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาในครั้งนี้เป็นไปตามสมมติฐาน 4 สมมติฐานตามที่ตั้งไว้ 6 สมมติฐาน ผู้วิจัยจึงเสนอแนะว่า ควรทำวิจัยซ้ำโดยใช้กรอบแนวคิดเดียวกันนี้กับสถาบันทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อเปรียบเทียบและยืนยันผลการวิจัย

2. ควรมีการศึกษาตัวแปรหรือปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมจากกรอบการวิจัยนี้ เช่น การศึกษาเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวต่างชาติเพื่อขยายขอบเขตการวิจัย

3. สถาบันการศึกษาควรมุ่งเน้นถึงภาพลักษณ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ขณะที่เปิดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ มีความเชี่ยวชาญมีความเป็นมืออาชีพ และภาพลักษณ์ขององค์กรความมีชื่อเสียงทั้งทางด้านวิชาการ การวิจัยในด้านคุณภาพ

4. สถาบันการศึกษาควรมุ่งเน้นพัฒนาปรับปรุงสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวกับการมุ่งเน้นนักศึกษาเป็นจุดศูนย์กลางและการมีส่วนร่วม รองลงมาให้มุ่งเน้นพัฒนาด้านการตลาดเพื่อการแข่งขัน โดยเฉพาะตลาดภายใน และปัจจัยสิ่งแวดล้อมอื่นๆ การเดินทางมาเรียน สิ่งอำนวยความสะดวกในการที่นักศึกษาบริโภคและอุปโภค ตลอดจนมีความเป็นเมืองใกล้ย่านธุรกิจ ค่าครองชีพ และความปลอดภัย

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2555). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 20). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตา ชูโต. (2551). *การวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์-ซแม็ทส์ปอยท์
- Binsardi, A., & Ekwulugo, F. (2003). International marketing of British education: research on the students' perception and the UK market penetration. *Marketing Intelligence & Planning*, 21(5), 318-327.
- Bourke, A. (2000). A model of the determinants of international trade in higher education. *Service Industries Journal*, 20(1), 110-138.
- Bodycott, P. (2009). Choosing a higher education study abroad destination what mainland Chinese parents and students rate as important. *Journal of research in International education*, 8(3), 349-373.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (2nd ed.). New York: Rout ledge.
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. (2011). *Designing and conducting mixed methods research*. Los Angeles: Sage.
- Gutman, J., & Miaoulis, G. (2003). Communicating a quality position in service delivery: an application in higher education. *Managing Service Quality: An International Journal*, 13(2), 105-111.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Holt, J. K. (2004). *Item parceling in structural equation models for optimum solutions*. Paper presented to the Annual Meeting of the Mid-Western Educational Research Association, October 13-16, Columbus, OH.
- Hooley, G., & Lynch, J. (1981). Modelling the student university choice process through the use of conjoint measurement techniques. *European Research*, 9(4), 158-170.
- Ivy, J. (2001). Higher education institution image: a correspondence analysis approach. *International Journal of Educational Management*, 15(6), 276-282.
- Krampf, R. F., & Heinlein, A. C. (1981). Developing marketing strategies and tactics in higher education through target market research. *Decision Sciences*, 12(2), 175-192.
- Mazzarol, T. (1998). Critical success factors for international education marketing. *International Journal of Educational Management*, 12(4), 163-175.
- Mazzarol, T., & Hosie, P. (1996). Exporting Australian higher education: Future strategies in a maturing market. *Quality Assurance in Education*, 4(1), 37-50.

- Mazzarol, T., & Geoffrey, N. S. (2002). "Push-pull" factors influencing international student destination choice. *International Journal of Educational Management*, 16(2), 82-90.
- Muralidhar Rao, N. V., Ravindran, A., Fang, J., Ravindran, S. D., & Kalpana, M. (2012). 2nd Annual International Conference on Accounting and Finance (AF 2012) and Qualitative and Quantitative Economics Research (QQE 2012) Student's Expectation, Perception and Satisfaction towards the Management Educational Institutions. *Precede Economics and Finance*, 2, 401-410.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *The Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Peng, Z., Lawley, M., & Perry, C. (2000). *Modelling and testing effects of country, corporate and brand images on consumers' product evaluation and purchase intention*. ANZMAC Conference.
- Pimpa, N. (2003). The influence of family on Thai students' choices of international education. *International Journal of Educational Management*, 17(5), 211-219.
- Price, I., Matzdorf, F., Smith, L., & Agahi, H. (2003). The impact of facilities on student choice of university. *Facilities*, 21(10), 212-222.
- Qureshi, S. (1995). College accession research: New variables in an old equation. *Journal of Professional Services Marketing*, 12(2), 163-170.
- Teddlie, C., & Tashakkori, A. (2009). *Foundations of mixed methods research: Integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. Los Angeles: Sage.