บทที่ 4
การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศ และสื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ โดยใช้ Rating Scale 5 ระดับ จากปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่อยู่อาศัยหรือที่ทำงานในจังหวัดเชียงใหม่

อาศัยหรือทำงานในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช่	250	100.00
ไม่ใช่	0	0.00
รวม	**250**	**100.00**

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 100.00 ซึ่งเป็นไปตามขอบเขตประชากรในการศึกษาครั้งนี้

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
OEC Global Education	44	17.60
Overseasedu (OEG)	37	14.80
O S Visas Co., Ltd.	2	0.80
Westminster International	21	8.40
Australian Centre	2	0.80
Student Pass	10	4.00
International Student Services (IDP)	17	6.80
Eden Education Centre	22	8.80
Mentor International	43	17.20
Education Gateway	24	9.60
Inter Academic Advisors	11	4.40
NES Baanpasa	17	6.80
อื่นๆ	0	0.00
รวม	**250**	**100.00**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 2 พบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศที่ OEC Global Education คิดเป็นร้อยละ 17.60 รองลงมาเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศที่ Mentor International คิดเป็นร้อยละ 17.20 Overseasedu (OEG) คิดเป็นร้อยละ 14.80 Education Gateway คิดเป็นร้อยละ 9.60 Eden Education Centre คิดเป็นร้อยละ 8.80 Westminster International คิดเป็นร้อยละ 8.40 International Student Services (IDP) และ NES Baanpasa คิดเป็นร้อยละ 6.80 Inter Academic Advisors คิดเป็นร้อยละ 4.40 Student Pass คิดเป็นร้อยละ 4.00 และ O S Visas Co., Ltd. และ Australian Centre คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามขอบเขตประชากรในการศึกษาครั้งนี้

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ

วัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เรียนภาษา	150	60.00
ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตร หรือระดับปริญญาบัตร	100	40.00
รวม	**250**	**100.00**

จากตารางที่ 3 พบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามไปเรียนภาษา จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตร หรือระดับปริญญาบัตร จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ซึ่งเป็นไปตามขอบเขตประชากรในการศึกษาครั้งนี้

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	77	30.80
หญิง	173	69.20
รวม	**250**	**100.00**

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 250 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.20 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.80

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 18-22 ปี	78	31.20
23-29 ปี	129	51.60
30-39 ปี	43	17.20
40-49 ปี	0	0.00
50 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	**250**	**100.00**

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 23 - 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.60 รองลงมามีอายุน้อยกว่า 18 - 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.20 และอายุระหว่าง 30 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	235	94.00
แต่งงาน	15	6.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	**250**	**100.00**

จากตารางที่ 6 ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 94.00 รองลงมาคือ สมรส คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	24	9.60
ปริญญาตรี	178	71.20
สูงกว่าปริญญาตรี	48	19.20
อื่นๆ	0	0.00
รวม	**250**	**100.00**

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 71.20 รองลงมาศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 19.20 และศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	116	46.40
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	23	9.20
พนักงานบริษัท	52	20.80
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	31	12.40
ว่างงาน	28	11.20
อื่นๆ	0	0.00
รวม	**250**	**100.00**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.40 รองลงมาได้แก่ พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 20.80 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 12.40 ว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 11.20 และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 9.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	68	27.20
10,001-15,000 บาท	81	32.40
15,001-20,000 บาท	32	12.80
20,001 บาทขึ้นไป	69	27.60
รวม	**250**	**100.00**

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.40 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 27.60 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.20 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงวัตถุประสงค์ในการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

วัตถุประสงค์ในการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับหลักสูตรและสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ	140	56.00
ต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับการเตรียมเอกสารและขั้นตอนการขอวีซ่า	104	41.60
ลดความยุ่งยากจากการสมัครเรียนด้วยตนเอง	66	26.40
ต้องการมีคนช่วยเหลือ เมื่อศึกษาอยู่ต่างประเทศ	32	12.80
ให้ความเชื่อมั่น และมีความน่าเชื่อถือ	45	18.00
ค่าธรรมเนียมการศึกษามีราคาที่เหมาะสม	40	16.00
อื่นๆ : การทำประกันระหว่างการเดินทาง	1	0.40

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าวัตถุประสงค์ในการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับหลักสูตรและสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ ต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับการเตรียมเอกสารและ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ขั้นตอนการขอวีซ่า คิดเป็นร้อยละ 41.60 ลดความยุ่งยากจากการสมัครเรียนด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 26.40 ให้ความเชื่อมั่น และมีความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 18.00 ค่าธรรมเนียมการศึกษามีราคาที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 16.00 ต้องการมีคนช่วยเหลือ เมื่อศึกษาอยู่ต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 12.80 และ อื่นๆ ได้แก่ การทำประกันระหว่างการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 0.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศ

วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ได้ฝึกทักษะด้านภาษาต่างประเทศ	163	65.20
ได้เดินทางท่องเที่ยว	74	29.60
ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมของต่างชาติ	38	15.20
ต้องการหาประสบการณ์	82	32.80
เพื่อโอกาสและความก้าวหน้าในการทำงาน	48	19.20
ต้องการหาเพื่อนใหม่	40	16.00
อื่นๆ	0	0.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศ ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ฝึกทักษะด้านภาษาต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 65.20 รองลงมาคือ ต้องการหาประสบการณ์ คิดเป็นร้อยละ 32.80 ได้เดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 29.60 เพื่อโอกาสและความก้าวหน้าในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 19.20 ต้องการหาเพื่อนใหม่ คิดเป็นร้อยละ 16.00 และต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมของต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 15.20 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

สื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิทยุ/โทรทัศน์	20	8.00
นิตยสาร/หนังสือพิมพ์	53	21.20
เว็บไซด์	182	72.80
โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น เฟสบุ๊ค	181	72.40
การจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์	111	44.40
ใบปลิว/แผ่นพับประชาสัมพันธ์	96	38.40
ป้ายโฆษณา	108	43.20
อื่นๆ : มีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ	6	2.40

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 250 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลข่าวสารของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศส่วนใหญ่มากจาก เว็บไซด์ คิดเป็นร้อยละ 72.80 รองลงมาคือ โซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น เฟสบุ๊ค คิดเป็นร้อยละ 72.40 การจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์ คิดเป็นร้อยละ 44.40 ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 43.20 ใบปลิว/แผ่นพับประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 38.40 นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 21.20 วิทยุ/โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ อื่นๆ ได้แก่ มีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 2.40 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์บริการ	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ	123 (49.20)	113 (45.20)	14 (5.60)	- -	- -	4.44 (มาก)	3
เป็นตัวแทนของสถาบันการศึกษาที่ได้รับแต่งตั้งจากสถาบันการศึกษาในต่างประเทศโดยตรง	120 (48.00)	105 (42.00)	25 (10.00)	- -	- -	4.38 (มาก)	4
มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน	152 (60.80)	83 (33.20)	15 (6.00)	- -	- -	4.55 (มากที่สุด)	1
มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า	135 (54.00)	106 (42.40)	9 (3.60)	- -	- -	4.50 (มากที่สุด)	2
ให้คำแนะนำและข้อมูลด้านการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง	118 (47.20)	102 (40.80)	27 (10.80)	3 (1.20)	- -	4.34 (มาก)	6
ให้คำแนะนำการให้บริการของธนาคารในต่างประเทศ	80 (32.00)	90 (36.00)	65 (26.00)	15 (6.00)	- -	3.94 (มาก)	10

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์บริการ	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีบริการจัดหาการทำประกันสุขภาพระหว่างศึกษาในต่างประเทศ	63 (25.20)	109 (43.60)	63 (25.20)	15 (6.00)	- -	3.88 (มาก)	11
จัดหาตั๋วเครื่องบินในราคานักเรียน	74 (29.60)	90 (36.00)	67 (26.80)	19 (7.60)	- -	3.88 (มาก)	11
มีการจัดหาที่พัก	85 (34.00)	85 (34.00)	72 (28.80)	4 (1.60)	4 (1.60)	3.97 (มาก)	9
มีการจัดหาบริการรถรับส่งที่สนามบิน	62 (24.80)	78 (31.20)	93 (37.20)	9 (3.60)	8 (3.20)	3.71 (มาก)	12
มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายประเทศ	109 (43.60)	104 (41.60)	36 (14.40)	1 (0.40)	- -	4.28 (มาก)	7
มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายสถาบัน	116 (46.40)	110 (44.00)	23 (9.20)	- -	1 (0.40)	4.36 (มาก)	5
มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายสาขาวิชา	100 (40.00)	104 (41.60)	45 (18.00)	1 (0.40)	- -	4.21 (มาก)	8
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**4.19 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 13 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.19 โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียนมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.55 รองลงมา คือ มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.50 และ ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.44

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านราคา	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการแจ้งค่าการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด	131 (52.40)	102 (40.80)	17 (6.80)	- -	- -	4.46 (มาก)	1
ค่าธรรมเนียมการศึกษามีราคาที่เหมาะสม	108 (43.20)	108 (43.20)	34 (13.60)	- -	- -	4.30 (มาก)	2
มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้	65 (26.00)	87 (34.80)	72 (28.80)	18 (7.20)	8 (3.20)	3.73 (มาก)	4
วิธีการชำระเงินทำได้หลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต หรือ แคชเชียร์เช็ค เป็นต้น	69 (27.60)	125 (50.00)	39 (15.60)	10 (4.00)	7 (2.80)	3.96 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**4.11 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 14 พบว่า ปัจจัยด้านราคาทุกปัจจัย มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.11 โดยปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ มีการแจ้งค่าการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด ค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมา คือ ค่าธรรมเนียมการศึกษามีราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.30 วิธีการชำระเงินทำได้หลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต หรือ แคชเชียร์เช็ค ค่าเฉลี่ย 3.96 และมีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้ ค่าเฉลี่ย 3.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก	101 (40.40)	112 (44.80)	30 (12.00)	7 (2.80)	- -	4.23 (มาก)	2
ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในย่านธุรกิจ	69 (27.60)	93 (37.20)	77 (30.80)	11 (4.40)	- -	3.88 (มาก)	4
วัน-เวลาการเปิดปิดของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ	81 (32.40)	106 (42.40)	52 (20.80)	11 (4.40)	- -	4.03 (มาก)	3
มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง	111 (44.40)	104 (41.60)	31 (12.40)	4 (1.60)	- -	4.29 (มาก)	1
มีที่จอดรถเพียงพอ	23 (9.20)	91 (36.40)	94 (37.60)	42 (16.80)	- -	3.38 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**3.96 (มาก)**	

จากตารางที่ 15 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัย มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.96 ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับมีที่จอดรถเพียงพอ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.38 โดยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง ค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา คือ ที่ตั้งของ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.23 วัน-เวลาการเปิดปิดของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.03 และที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในย่านธุรกิจ ค่าเฉลี่ย 3.88 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางวิทยุ/โทรทัศน์	25 (10.00)	104 (41.60)	80 (32.00)	37 (14.80)	4 (1.60)	3.44 (ปานกลาง)	6
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางนิตยสาร/หนังสือพิมพ์	38 (15.20)	87 (34.80)	95 (38.00)	26 (10.40)	4 (1.60)	3.52 (มาก)	4
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางใบปลิว/แผ่นพับประชาสัมพันธ์	32 (12.80)	100 (40.00)	83 (33.20)	31 (12.40)	4 (1.60)	3.50 (มาก)	5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางป้ายโฆษณา	34 (13.60)	96 (38.40)	99 (39.60)	17 (6.80)	4 (1.60)	3.56 (มาก)	3
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางการจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์	56 (22.40)	86 (34.40)	92 (36.80)	12 (4.80)	4 (1.60)	3.71 (มาก)	2
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซต์	59 (23.60)	108 (43.20)	75 (30.00)	8 (3.20)	- -	3.87 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**3.60 (มาก)**	

จากตารางที่ 16 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัย มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.60 ยกเว้นปัจจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ย่อยเกี่ยวกับ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางวิทยุ/โทรทัศน์ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.44 โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซด์ ค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมา คือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางการจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์ ค่าเฉลี่ย 3.71 และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางป้ายโฆษณา ค่าเฉลี่ย 3.56

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านบุคคลผู้ให้บริการ	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	137 (54.80)	96 (38.40)	17 (6.80)	- -	- -	4.48 (มาก)	2
พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี	151 (60.40)	85 (34.00)	14 (5.60)	- -	- -	4.55 (มากที่สุด)	1
พนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี	147 (58.80)	76 (30.40)	27 (10.80)	- -	- -	4.48 (มาก)	2
มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ	98 (39.20)	118 (47.20)	34 (13.60)	- -	- -	4.26 (มาก)	3
พนักงานแต่งกายสุภาพ	80 (32.00)	78 (31.20)	82 (32.80)	10 (4.0)	- -	3.91 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**4.34 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 17 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการทุกปัจจัย มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.34 ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับพนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.55 รองลงมา คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ใน

ระดับมากเท่ากัน ค่าเฉลี่ย 4.48 มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.26 และ พนักงานแต่งกายสุภาพ ค่าเฉลี่ย 3.91 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
บรรยากาศภายในศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง	96 (38.40)	132 (52.80)	22 (8.80)	- -	- -	4.30 (มาก)	1
อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย	54 (21.60)	152 (60.80)	44 (17.60)	- -	- -	4.04 (มาก)	3
มีบริการขนมและเครื่องดื่ม	30 (12.00)	67 (26.80)	101 (40.40)	39 (15.60)	13 (5.20)	3.25 (ปานกลาง)	5
มีเก้าอี้ให้นั่งรอเพียงพอ	41 (16.40)	112 (44.80)	85 (34.00)	8 (3.20)	4 (1.60)	3.71 (มาก)	4
สถานที่ให้บริการสะอาด มีความเรียบร้อย	81 (32.40)	141 (56.40)	20 (8.00)	8 (3.20)	- -	4.18 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**3.90 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 18 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพทุกปัจจัย มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.90 ยกเว้นปัจจัยย่อยเกี่ยวกับมีบริการขนมและเครื่องดื่ม ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.25 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ บรรยากาศภายในศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญ

สูง ค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมา คือ สถานที่ให้บริการสะอาด มีความเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 4.18 และ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.04

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับ และให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า	126 (50.40)	96 (38.40)	28 (11.20)	- -	- -	4.39 (มาก)	3
มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน	135 (54.00)	103 (41.20)	12 (4.80)	- -	- -	4.49 (มาก)	1
มีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ	127 (50.80)	100 (40.00)	23 (9.20)	- -	- -	4.42 (มาก)	2
ขั้นตอนการสมัครเรียนไม่ยุ่งยากซับซ้อน	124 (49.60)	100 (40.00)	26 (10.40)	- -	- -	4.39 (มาก)	3
ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน	129 (51.60)	101 (40.40)	17 (6.80)	3 (1.20)	- -	4.42 (มาก)	2
มีการติดตามและให้การช่วยเหลือลูกค้าในขณะที่ศึกษาอยู่ในต่างประเทศ	119 (47.60)	94 (37.60)	33 (13.20)	4 (1.60)	- -	4.31 (มาก)	4

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจ					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า	85 (34.00)	112 (44.80)	49 (19.60)	4 (1.60)	- -	4.11 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						**4.36 (มาก)**	

จากตารางที่ 19 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการทุกปัจจัย มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.36 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียนค่าเฉลี่ย 4.49 รองลงมา คือ มีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ และความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.42 และพนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับ และให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และขั้นตอนการสมัครเรียนไม่ยุ่งยากซับซ้อน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.39

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	4.19 (มาก)	3
ด้านราคา	4.11 (มาก)	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.96 (มาก)	5
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.60 (มาก)	7
ด้านบุคคลผู้ให้บริการ	4.34 (มาก)	2
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.90 (มาก)	6
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.36 (มาก)	1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากทุกปัจจัย เรียงลำดับคือ ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในลำดับที่หนึ่ง รองลงมาคือ ด้านบุคคลผู้ให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ 10 อันดับแรก

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัจจัยหลัก
1	มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียนและพนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี	4.55 (มากที่สุด)	ด้านผลิตภัณฑ์บริการและด้านบุคคลผู้ให้บริการ
2	มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า	4.50 (มากที่สุด)	ด้านผลิตภัณฑ์บริการ
3	มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน	4.49 (มาก)	ด้านกระบวนการให้บริการ
4	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและพนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตรอัธยาศัยดี	4.48 (มาก)	ด้านบุคคลผู้ให้บริการ
5	มีการแจ้งค่าการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด	4.46 (มาก)	ด้านราคา
6	ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ	4.44 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์บริการ
7	มีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศและความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน	4.42 (มาก)	ด้านกระบวนการให้บริการ
8	พนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับ และให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าและขั้นตอนการสมัครเรียนไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.39 (มาก)	ด้านกระบวนการให้บริการ
9	เป็นตัวแทนของสถาบันการศึกษาที่ได้รับแต่งตั้งจากสถาบันการศึกษาในต่างประเทศโดยตรง	4.38 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์บริการ
10	มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายสถาบัน	4.36 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 21 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ 3 อันดับที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียนและพนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.55 รองลงมาคือ มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า ค่าเฉลี่ย 4.50 และ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.49 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆที่มีความสำคัญ ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและพนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี ค่าเฉลี่ย 4.48 มีการแจ้งค่าการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด ค่าเฉลี่ย 4.46 ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.44 มีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศและความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 4.42 พนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับ และให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าและขั้นตอนการสมัครเรียนไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.39 เป็นตัวแทนของสถาบันการศึกษาที่ได้รับแต่งตั้งจากสถาบันการศึกษาในต่างประเทศโดยตรง ค่าเฉลี่ย 4.38 และ มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายสถาบัน ค่าเฉลี่ย 4.36 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.4 ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และวัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ

ตารางที่ 22 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ	4.49 (มาก)	2	4.41 (มาก)	3
เป็นตัวแทนของสถาบันการศึกษาที่ได้รับแต่งตั้งจากสถาบันการศึกษาในต่างประเทศโดยตรง	4.36 (มาก)	5	4.39 (มาก)	4
มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน	4.47 (มาก)	3	4.58 (มากที่สุด)	1
มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า	4.53 (มากที่สุด)	1	4.49 (มาก)	2
ให้คำแนะนำและข้อมูลด้านการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง	4.40 (มาก)	4	4.31 (มาก)	7
ให้คำแนะนำการให้บริการของธนาคารในต่างประเทศ	3.74 (มาก)	10	4.03 (มาก)	8
มีบริการจัดหาการทำประกันสุขภาพระหว่างศึกษาในต่างประเทศ	3.68 (มาก)	11	3.97 (มาก)	10
จัดหาตั๋วเครื่องบินในราคานักเรียน	3.77 (มาก)	9	3.92 (มาก)	11
มีการจัดหาที่พัก	3.87 (มาก)	8	4.02 (มาก)	9

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
มีการจัดหาบริการรถรับส่งที่สนามบิน	3.61 (มาก)	12	3.75 (มาก)	12
มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายประเทศ	4.12 (มาก)	6	4.36 (มาก)	5
มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายสถาบัน	4.36 (มาก)	5	4.36 (มาก)	5
มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายสาขาวิชา	3.91 (มาก)	7	4.35 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.10 (มาก)**		**4.23 (มาก)**	

จากตารางที่ 22 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.10 และ 4.23 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า ค่าเฉลี่ย 4.53 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.49 และ มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.47

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.58 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่าค่าเฉลี่ย 4.49 และศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.41

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ความสำคัญของปัจจัยด้านราคา	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
มีการแจ้งค่าการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด	4.34 (มาก)	1	4.51 (มากที่สุด)	1
ค่าธรรมเนียมการศึกษามีราคาที่เหมาะสม	4.21 (มาก)	2	4.34 (มาก)	2
มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้	3.55 (มาก)	4	3.82 (มาก)	4
วิธีการชำระเงินทำได้หลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต หรือ แคชเชียร์เช็ค เป็นต้น	3.81 (มาก)	3	4.02 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.98 (มาก)**		**4.17 (มาก)**	

จากตารางที่ 23 พบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.98 และ 4.17 ตามลำดับ

โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกเหมือนกัน คือ มีการแจ้งค่าการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด ค่าเฉลี่ย 4.34 และค่าเฉลี่ย 4.51 ตามลำดับ รองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมการศึกษามีราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.21 และ ค่าเฉลี่ย 4.34 ตามลำดับ และลำดับที่ 3 คือ วิธีการชำระเงินทำได้หลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต หรือ แคชเชียร์เช็ค ค่าเฉลี่ย 3.81 และ ค่าเฉลี่ย 4.02 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก	3.99 (มาก)	2	4.34 (มาก)	1
ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ อยู่ในย่านธุรกิจ	3.74 (มาก)	4	3.94 (มาก)	3
วัน-เวลาการเปิดปิดของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ	3.97 (มาก)	3	4.05 (มาก)	2
มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง	4.18 (มาก)	1	4.34 (มาก)	1
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.26 (ปานกลาง)	5	3.43 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.83 (มาก)**		**4.02 (มาก)**	

จากตารางที่ 24 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.83 และ 4.02 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง ค่าเฉลี่ย 4.18 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.99 และ วัน-เวลาการเปิดปิดของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก และมีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง ค่าเฉลี่ย 4.34 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ วัน-เวลาการเปิดปิดของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.05 และที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในย่านธุรกิจ ค่าเฉลี่ย 3.94

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางวิทยุ/โทรทัศน์	3.34 (ปานกลาง)	6	3.48 (ปานกลาง)	5
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางนิตยสาร/หนังสือพิมพ์	3.44 (ปานกลาง)	4	3.55 (มาก)	4
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางใบปลิว/แผ่นพับประชาสัมพันธ์	3.38 (ปานกลาง)	5	3.55 (มาก)	4
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางป้ายโฆษณา	3.53 (มาก)	3	3.57 (มาก)	3
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางการจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์	3.56 (มาก)	2	3.78 (มาก)	2
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซต์	3.71 (มาก)	1	3.94 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.49 (ปานกลาง)**		**3.65 (มาก)**	

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวม 3.49 สำหรับเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.65

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกเหมือนกัน คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซด์ ค่าเฉลี่ย 3.71 และค่าเฉลี่ย 3.94 ตามลำดับ รองลงมาคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางการจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์ ค่าเฉลี่ย 3.56 และค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ และลำดับที่ 3 คือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางป้ายโฆษณา ค่าเฉลี่ย 3.53 และค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.43 (มาก)	2	4.50 (มากที่สุด)	3
พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี	4.52 (มากที่สุด)	1	4.56 (มากที่สุด)	1
พนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี	4.42 (มาก)	3	4.51 (มากที่สุด)	2
มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ	4.31 (มาก)	4	4.23 (มาก)	4
พนักงานแต่งกายสุภาพ	4.03 (มาก)	5	3.86 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.34 (มาก)**		**4.33 (มาก)**	

จากตารางที่ 26 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.34 และ 4.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.52 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.43 และพนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดีค่าเฉลี่ย 4.42 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.56 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี ค่าเฉลี่ย 4.51 และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
บรรยากาศภายในศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง	4.19 (มาก)	2	4.34 (มาก)	1
อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย	4.06 (มาก)	3	4.03 (มาก)	3
มีบริการขนมและเครื่องดื่ม	2.95 (ปานกลาง)	5	3.38 (ปานกลาง)	5
มีเก้าอี้ให้นั่งรอเพียงพอ	3.70 (มาก)	4	3.72 (มาก)	4
สถานที่ให้บริการสะอาด มีความเรียบร้อย	4.29 (มาก)	1	4.13 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.84 (มาก)**		**3.92 (มาก)**	

จากตารางที่ 27 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.84 และ 3.92 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ให้บริการสะอาด มีความเรียบร้อยค่าเฉลี่ย 4.29 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ บรรยากาศภายในศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง ค่าเฉลี่ย 4.19 และอุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.06

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง ค่าเฉลี่ย 4.34 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ สถานที่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ให้บริการสะอาด มีความเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 4.13 และอุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.03

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
พนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับ และให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า	4.23 (มาก)	5	4.46 (มาก)	2
มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน	4.47 (มาก)	1	4.50 (มากที่สุด)	1
มีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ	4.35 (มาก)	3	4.45 (มาก)	3
ขั้นตอนการสมัครเรียนไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.36 (มาก)	2	4.40 (มาก)	4
ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน	4.36 (มาก)	2	4.45 (มาก)	3
มีการติดตามและให้การช่วยเหลือลูกค้าในขณะที่ศึกษาอยู่ในต่างประเทศ	4.29 (มาก)	4	4.32 (มาก)	5
มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า	4.10 (มาก)	6	4.12 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.31 (มาก)**		**4.39 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 28 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.31 และ 4.39 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.47 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ขั้นตอนการสมัครเรียนไม่ยุ่งยากซับซ้อนและความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 4.36 และมีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.35

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.50 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ พนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับ และให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.46 ลำดับที่ 3 ได้แก่ มีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ และความถูกต้องในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.45

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ	อายุ					
	น้อยกว่า 18-22 ปี		23-29 ปี		30-39 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ	4.29 (มาก)	4	4.57 (มากที่สุด)	3	4.30 (มาก)	2
เป็นตัวแทนของสถาบันการศึกษาที่ได้รับแต่งตั้งจากสถาบันการศึกษาในต่างประเทศโดยตรง	4.28 (มาก)	5	4.47 (มาก)	6	4.30 (มาก)	2
มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน	4.41 (มาก)	1	4.73 (มากที่สุด)	1	4.26 (มาก)	3
มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า	4.35 (มาก)	2	4.64 (มากที่สุด)	2	4.37 (มาก)	1
ให้คำแนะนำและข้อมูลด้านการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง	4.35 (มาก)	2	4.48 (มาก)	5	3.91 (มาก)	5
ให้คำแนะนำการให้บริการของธนาคารในต่างประเทศ	4.12 (มาก)	8	4.03 (มาก)	10	3.35 (ปานกลาง)	8
มีบริการจัดหาการทำประกันสุขภาพระหว่างศึกษาในต่างประเทศ	3.99 (มาก)	10	3.98 (มาก)	11	3.40 (ปานกลาง)	7
จัดหาตั๋วเครื่องบินในราคานักเรียน	3.90 (มาก)	11	4.05 (มาก)	9	3.30 (ปานกลาง)	9
มีการจัดหาที่พัก	4.04 (มาก)	9	3.95 (มาก)	12	3.91 (มาก)	5
มีการจัดหาบริการรถรับส่งที่สนามบิน	3.71 (มาก)	12	3.81 (มาก)	13	3.42 (ปานกลาง)	6
มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายประเทศ	4.31 (มาก)	3	4.35 (มาก)	8	4.05 (มาก)	4
มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายสถาบัน	4.26 (มาก)	6	4.53 (มากที่สุด)	4	4.05 (มาก)	4

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ	อายุ					
	น้อยกว่า 18-22 ปี		23-29 ปี		30-39 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายสาขาวิชา	4.17 (มาก)	7	4.36 (มาก)	7	3.84 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.17 (มาก)**		**4.30 (มาก)**		**3.88 (มาก)**	

จากตารางที่ 29 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุ โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุน้อยกว่า 18-22 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.41 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่าและให้คำแนะนำและข้อมูลด้านการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง ค่าเฉลี่ย 4.35 และ มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.31

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 23-29 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.73 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า ค่าเฉลี่ย 4.64 และศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.57

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 30-39 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า ค่าเฉลี่ย 4.37 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือและเป็นตัวแทนของสถาบันการศึกษาที่ได้รับแต่งตั้งจากสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.30 และ มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.26

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ความสำคัญของปัจจัยด้านราคา	อายุ					
	น้อยกว่า 18-22 ปี		23-29 ปี		30-39 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
มีการแจ้งค่าการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด	4.37 (มาก)	1	4.47 (มาก)	1	4.58 (มาก)	1
ค่าธรรมเนียมการศึกษามีราคาที่เหมาะสม	4.29 (มาก)	2	4.34 (มาก)	2	4.16 (มาก)	2
มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้	4.18 (มาก)	3	3.51 (มาก)	4	3.58 (มาก)	4
วิธีการชำระเงินทำได้หลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต หรือ แคชเชียร์เช็ค เป็นต้น	4.06 (มาก)	4	3.98 (มาก)	3	3.70 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.23 (มาก)**		**4.08 (มาก)**		**4.01 (มาก)**	

จากตารางที่ 30 ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุ โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุน้อยกว่า 18-22 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการแจ้งค่าการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด ค่าเฉลี่ย 4.37 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการศึกษามีราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.29 และ มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้ ค่าเฉลี่ย 4.18

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 23-29 ปี และ30-39 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกเหมือนกัน คือ มีการแจ้งค่าการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด ค่าเฉลี่ย 4.47 และค่าเฉลี่ย 4.58 มากที่สุด ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการศึกษามีราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.34 และค่าเฉลี่ย 4.16 ตามลำดับ และวิธีการชำระเงินทำได้หลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต หรือ แคชเชียร์เช็ค ค่าเฉลี่ย 3.98 และค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ					
	น้อยกว่า 18-22 ปี		23-29 ปี		30-39 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก	4.24 (มาก)	2	4.29 (มาก)	2	4.00 (มาก)	2
ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในย่านธุรกิจ	3.78 (มาก)	3	4.04 (มาก)	3	3.58 (มาก)	4
วัน-เวลาการเปิดปิดของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ	3.76 (มาก)	4	4.29 (มาก)	2	3.72 (มาก)	3
มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง	4.27 (มาก)	1	4.39 (มาก)	1	4.02 (มาก)	1
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.41 (ปานกลาง)	5	3.33 (ปานกลาง)	4	3.49 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.89 (มาก)**		**4.07 (มาก)**		**3.76 (มาก)**	

จากตารางที่ 31 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุ โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุน้อยกว่า 18-22 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง ค่าเฉลี่ย 4.27 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.24 และที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในย่านธุรกิจ ค่าเฉลี่ย 3.78

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 23-29 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง ค่าเฉลี่ย 4.39 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก และวัน-เวลาการเปิดปิดของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.29 และที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในย่านธุรกิจ ค่าเฉลี่ย 4.04

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 30-39 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง ค่าเฉลี่ย 4.02 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.00 และวัน-เวลาการเปิดปิดของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 3.72

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	น้อยกว่า 18-22 ปี		23-29 ปี		30-39 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางวิทยุ/โทรทัศน์	3.68 (มาก)	5	3.29 (ปานกลาง)	6	3.44 (ปานกลาง)	6
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางนิตยสาร/หนังสือพิมพ์	3.73 (มาก)	4	3.36 (ปานกลาง)	5	3.58 (มาก)	3
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางใบปลิว/แผ่นพับ	3.56 (มาก)	6	3.41 (ปานกลาง)	4	3.65 (มาก)	2
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางป้ายโฆษณา	3.79 (มาก)	2	3.43 (ปานกลาง)	3	3.49 (ปานกลาง)	5
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางการจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์	3.81 (มาก)	1	3.71 (มาก)	2	3.53 (มาก)	4
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซต์	3.76 (มาก)	3	3.95 (มาก)	1	3.86 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.72 (มาก)**		**3.53 (มาก)**		**3.59 (มาก)**	

จากตารางที่ 32 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุ โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุน้อยกว่า 18-22 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางการจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์ ค่าเฉลี่ย 3.81 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางป้ายโฆษณา ค่าเฉลี่ย 3.79 และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซด์ ค่าเฉลี่ย 3.76

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 23-29 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซด์ ค่าเฉลี่ย 3.95 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางการจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์ ค่าเฉลี่ย 3.71 และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางป้ายโฆษณา ค่าเฉลี่ย 3.43

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 30-39 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซด์ ค่าเฉลี่ย 3.86 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางใบปลิว/แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.65 และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ค่าเฉลี่ย 3.58

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ	อายุ					
	น้อยกว่า 18-22 ปี		23-29 ปี		30-39 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.37 (มาก)	2	4.57 (มากที่สุด)	2	4.42 (มาก)	2
พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี	4.45 (มาก)	1	4.59 (มากที่สุด)	1	4.60 (มากที่สุด)	1
พนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี	4.36 (มาก)	3	4.57 (มากที่สุด)	2	4.42 (มาก)	2
มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ	4.24 (มาก)	4	4.36 (มาก)	3	3.98 (มาก)	3
พนักงานแต่งกายสุภาพ	3.94 (มาก)	5	4.04 (มาก)	4	3.49 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.27 (มาก)**		**4.43 (มาก)**		**4.18 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 33 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุ โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุน้อยกว่า 18-22 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.45 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.37 และพนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี ค่าเฉลี่ย 4.36

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 23-29 ปี และ30-39 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกเหมือนกันคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.59 และค่าเฉลี่ย 4.60 มากที่สุด

ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและพนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี ค่าเฉลี่ย 4.57 และค่าเฉลี่ย 4.42 ตามลำดับ และมีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.36 และค่าเฉลี่ย 3.98 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ					
	น้อยกว่า 18-22 ปี		23-29 ปี		30-39 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
บรรยากาศภายในศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง	4.21 (มาก)	3	4.40 (มาก)	1	4.14 (มาก)	1
อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย	4.19 (มาก)	4	4.03 (มาก)	3	3.79 (มาก)	2
มีบริการขนมและเครื่องดื่ม	3.74 (มาก)	5	3.05 (ปานกลาง)	5	2.93 (ปานกลาง)	5
มีเก้าอี้ให้นั่งรอเพียงพอ	4.22 (มาก)	2	3.53 (มาก)	4	3.33 (ปานกลาง)	4
สถานที่ให้บริการสะอาด มีความเรียบร้อย	4.33 (มาก)	1	4.26 (มาก)	2	3.65 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.14 (มาก)**		**3.85 (มาก)**		**3.57 (มาก)**	

จากตารางที่ 34 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุ โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุน้อยกว่า 18-22 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ให้บริการสะอาด มีความเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 4.33 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีเก้าอี้ให้นั่งรอเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.22 และบรรยากาศภายในศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง ค่าเฉลี่ย 4.21

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 23-29 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง ค่าเฉลี่ย 4.40 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สถานที่ให้บริการสะอาด มีความเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 4.26 และอุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.03

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 30-39 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง ค่าเฉลี่ย 4.14 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 3.79 และสถานที่ให้บริการสะอาด มีความเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 3.65

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ					
	น้อยกว่า 18-22 ปี		23-29 ปี		30-39 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
พนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับ และให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า	4.47 (มาก)	2	4.42 (มาก)	3	4.16 (มาก)	6
มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน	4.49 (มาก)	1	4.49 (มาก)	1	4.51 (มากที่สุด)	2
มีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ	4.44 (มาก)	3	4.43 (มาก)	2	4.33 (มาก)	4
ขั้นตอนการสมัครเรียนไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.38 (มาก)	5	4.36 (มาก)	5	4.49 (มาก)	3
ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน	4.44 (มาก)	3	4.38 (มาก)	4	4.53 (มากที่สุด)	1
มีการติดตามและให้การช่วยเหลือลูกค้าในขณะที่ศึกษาอยู่ในต่างประเทศ	4.41 (มาก)	4	4.26 (มาก)	6	4.30 (มาก)	5
มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า	4.37 (มาก)	6	4.07 (มาก)	7	3.77 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.43 (มาก)**		**4.34 (มาก)**		**4.30 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 35 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุ โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุน้อยกว่า 18-22 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.49 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ พนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับและให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.47 และ มีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ และความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 4.44

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 23-29 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.49 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.43 และพนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับ และให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.42

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 30-39 ปี เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 4.53 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.51 และขั้นตอนการสมัครเรียนไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)							
	ไม่เกิน 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ	4.31 (มาก)	3	4.62 (มากที่สุด)	4	4.53 (มากที่สุด)	5	4.30 (มาก)	2
เป็นตัวแทนของสถาบันการศึกษาที่ได้รับแต่งตั้งจากสถาบันการศึกษาในต่างประเทศโดยตรง	4.24 (มาก)	5	4.51 (มากที่สุด)	6	4.66 (มากที่สุด)	2	4.25 (มาก)	3
มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน	4.32 (มาก)	2	4.75 (มากที่สุด)	1	4.75 (มากที่สุด)	1	4.43 (มาก)	1
มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า	4.35 (มาก)	1	4.64 (มากที่สุด)	2	4.63 (มากที่สุด)	3	4.43 (มาก)	1
ให้คำแนะนำและข้อมูลด้านการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง	4.26 (มาก)	4	4.42 (มาก)	8	4.59 (มากที่สุด)	4	4.20 (มาก)	4
ให้คำแนะนำการให้บริการของธนาคารในต่างประเทศ	4.07 (มาก)	8	4.30 (มาก)	7	3.75 (มาก)	9	3.48 (ปานกลาง)	10
มีบริการจัดหาการทำประกันสุขภาพระหว่างศึกษาในต่างประเทศ	3.87 (มาก)	10	4.17 (มาก)	11	3.66 (มาก)	11	3.65 (มาก)	9
จัดหาตั๋วเครื่องบินในราคานักเรียน	3.84 (มาก)	11	4.22 (มาก)	10	3.88 (มาก)	8	3.51 (มาก)	11
มีการจัดหาที่พัก	4.00 (มาก)	9	4.30 (มาก)	9	3.72 (มาก)	10	3.68 (มาก)	8
มีการจัดหาบริการรถรับส่งที่สนามบิน	3.68 (มาก)	12	4.15 (มาก)	12	3.59 (มาก)	12	3.28 (ปานกลาง)	12
มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายประเทศ	4.21 (มาก)	6	4.63 (มากที่สุด)	3	4.28 (มาก)	7	3.96 (มาก)	6
มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายสถาบัน	4.24 (มาก)	5	4.58 (มากที่สุด)	5	4.50 (มากที่สุด)	6	4.16 (มาก)	5
มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายสาขาวิชา	4.10 (มาก)	7	4.42 (มาก)	8	4.63 (มากที่สุด)	3	3.88 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.11 (มาก)**		**4.44 (มาก)**		**4.24 (มาก)**		**3.94 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 36 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า ค่าเฉลี่ย 4.35 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.32 และ ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.31

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.75 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า ค่าเฉลี่ย 4.64 และ มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.63

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.75 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ เป็นตัวแทนของสถาบันการศึกษาที่ได้รับแต่งตั้งจากสถาบันการศึกษาในต่างประเทศโดยตรง ค่าเฉลี่ย 4.66 และมีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า และมีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายสาขาวิชา ค่าเฉลี่ย 4.63

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน และมีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า ค่าเฉลี่ย 4.43 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.30 และเป็นตัวแทนของสถาบันการศึกษาที่ได้รับแต่งตั้งจากสถาบันการศึกษาในต่างประเทศโดยตรง ค่าเฉลี่ย 4.25

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)							
	ไม่เกิน 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
มีการแจ้งค่าการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด	4.31 (มาก)	1	4.73 (มากที่สุด)	1	4.50 (มากที่สุด)	1	4.26 (มาก)	1
ค่าธรรมเนียมการศึกษามีราคาที่เหมาะสม	4.28 (มาก)	2	4.62 (มากที่สุด)	2	3.94 (มาก)	2	4.10 (มาก)	2
มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้	4.22 (มาก)	3	3.83 (มาก)	4	3.34 (ปานกลาง)	4	3.32 (ปานกลาง)	4
วิธีการชำระเงินทำได้หลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต หรือ แคชเชียร์เช็ค เป็นต้น	4.13 (มาก)	4	4.25 (มาก)	3	3.50 (มาก)	3	3.65 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.24 (มาก)**		**4.36 (มาก)**		**3.82 (มาก)**		**3.83 (มาก)**	

จากตารางที่ 37 พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการแจ้งค่าการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด ค่าเฉลี่ย 4.31 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการศึกษามีราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.28 และมีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้ ค่าเฉลี่ย 4.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,001 บาทขึ้นไป เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกเหมือนกันคือ มีการแจ้งค่าการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด ค่าเฉลี่ย 4.73 ค่าเฉลี่ย 4.50 และค่าเฉลี่ย 4.26 มากที่สุด ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการศึกษามีราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.62 ค่าเฉลี่ย 3.94 และค่าเฉลี่ย 4.10 ตามลำดับ และวิธีการชำระเงินทำได้หลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต หรือ แคชเชียร์เช็ค ค่าเฉลี่ย 4.25 ค่าเฉลี่ย 3.50 และค่าเฉลี่ย 3.65 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)							
	ไม่เกิน 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก	4.26 (มาก)	1	4.42 (มาก)	3	3.84 (มาก)	2	4.14 (มาก)	1
ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ อยู่ในย่านธุรกิจ	3.69 (มาก)	3	4.22 (มาก)	4	3.63 (มาก)	5	3.78 (มาก)	4
วัน-เวลาการเปิดปิดของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ	3.62 (มาก)	4	4.47 (มาก)	2	3.69 (มาก)	4	4.07 (มาก)	3
มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง	4.12 (มาก)	2	4.64 (มากที่สุด)	1	4.13 (มาก)	1	4.12 (มาก)	2
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.28 (ปานกลาง)	5	3.22 (ปานกลาง)	5	3.72 (มาก)	3	3.51 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.79 (มาก)**		**4.19 (มาก)**		**3.80 (มาก)**		**3.92 (มาก)**	

จากตารางที่ 38 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.26 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง ค่าเฉลี่ย 4.12 และที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในย่านธุรกิจ ค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง ค่าเฉลี่ย 4.64 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ วัน-เวลาการเปิดปิดของศูนย์แนะแนวการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ต่อต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.47 และที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.42

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง ค่าเฉลี่ย 4.13 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.84 และมีที่จอดรถเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.72

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.14 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง ค่าเฉลี่ย 4.12 และวัน-เวลาการเปิดปิดของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.07

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)							
	ไม่เกิน 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางวิทยุ/โทรทัศน์	3.60 (มาก)	3	3.17 (ปานกลาง)	4	3.28 (ปานกลาง)	4	3.65 (มาก)	6
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางนิตยสาร/หนังสือพิมพ์	3.74 (มาก)	2	3.16 (ปานกลาง)	5	3.47 (ปานกลาง)	2	3.74 (มาก)	4
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางใบปลิว/แผ่นพับประชาสัมพันธ์	3.57 (มาก)	4	3.14 (ปานกลาง)	6	3.44 (ปานกลาง)	3	3.88 (มาก)	2
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางป้ายโฆษณา	3.74 (มาก)	2	3.33 (ปานกลาง)	3	3.47 (ปานกลาง)	2	3.68 (มาก)	5
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางการจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์	3.60 (มาก)	3	3.78 (มาก)	2	3.44 (ปานกลาง)	3	3.87 (มาก)	3
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซต์	3.76 (มาก)	1	3.86 (มาก)	1	3.75 (มาก)	1	4.04 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.67 (มาก)**		**3.41 (ปานกลาง)**		**3.48 (ปานกลาง)**		**3.81 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 39 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001- 15,000 บาทและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซด์ ค่าเฉลี่ย 3.76 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ และป้ายโฆษณา ค่าเฉลี่ย 3.74 และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางวิทยุ/โทรทัศน์ และการจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์ ค่าเฉลี่ย 3.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซด์ ค่าเฉลี่ย 3.86 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางการจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์ ค่าเฉลี่ย 3.78 และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางป้ายโฆษณา ค่าเฉลี่ย 3.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซด์ ค่าเฉลี่ย 3.75 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ และป้ายโฆษณา ค่าเฉลี่ย 3.47 และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางใบปลิว/แผ่นพับประชาสัมพันธ์ และการจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์ ค่าเฉลี่ย 3.44

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซด์ ค่าเฉลี่ย 4.04 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางใบปลิว/แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.88 และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางการจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์ ค่าเฉลี่ย 3.87

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)							
	ไม่เกิน 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.40 (มาก)	3	4.56 (มากที่สุด)	3	4.53 (มากที่สุด)	2	4.45 (มาก)	1
พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี	4.51 (มากที่สุด)	1	4.73 (มากที่สุด)	1	4.63 (มากที่สุด)	1	4.33 (มาก)	2
พนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี	4.44 (มาก)	2	4.63 (มากที่สุด)	2	4.53 (มากที่สุด)	2	4.32 (มาก)	3
มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ	4.18 (มาก)	4	4.46 (มาก)	4	4.03 (มาก)	3	4.20 (มาก)	4
พนักงานแต่งกายสุภาพ	3.81 (มาก)	5	4.11 (มาก)	5	3.66 (มาก)	4	3.90 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.27 (มาก)**		**4.50 (มากที่สุด)**		**4.28 (มาก)**		**4.24 (มาก)**	

จากตารางที่ 40 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 และ 10,001 – 15,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกเหมือนกันคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.51 และค่าเฉลี่ย 4.73 มากที่สุด ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี ค่าเฉลี่ย 4.44 และค่าเฉลี่ย 4.63 ตามลำดับ และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.40 และค่าเฉลี่ย 4.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.63 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ พนักงานมี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี ค่าเฉลี่ย 4.53 และมีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.03

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.45 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.33 และพนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี ค่าเฉลี่ย 4.32

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)							
	ไม่เกิน 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
บรรยากาศภายในศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง	4.22 (มาก)	2	4.44 (มาก)	1	4.22 (มาก)	1	4.23 (มาก)	1
อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย	4.16 (มาก)	3	3.99 (มาก)	3	3.94 (มาก)	2	4.03 (มาก)	2
มีบริการขนมและเครื่องดื่ม	3.87 (มาก)	4	2.94 (ปานกลาง)	5	3.06 (ปานกลาง)	5	3.09 (ปานกลาง)	5
มีเก้าอี้ให้นั่งรอเพียงพอ	4.22 (มาก)	2	3.49 (ปานกลาง)	4	3.38 (ปานกลาง)	4	3.62 (มาก)	4
สถานที่ให้บริการสะอาด มีความเรียบร้อย	4.32 (มาก)	1	4.41 (มาก)	2	3.91 (มาก)	3	3.90 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.16 (มาก)**		**3.85 (มาก)**		**3.70 (มาก)**		**3.77 (มาก)**	

จากตารางที่ 41 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่ให้บริการสะอาด มีความเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 4.32 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ บรรยากาศภายในศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง และมีเก้าอี้ให้นั่งรอเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.22 และอุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.16

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง ค่าเฉลี่ย 4.44 มากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รองลงมา ได้แก่ สถานที่ให้บริการสะอาด มีความเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 4.41 และอุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 - 20,001 บาทขึ้นไป เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกเหมือนกันคือ บรรยากาศภายในศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง ค่าเฉลี่ย 4.22 และค่าเฉลี่ย 4.23 มากที่สุด ตามลำดับ รองลงมา ได้แก่ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 3.94 และค่าเฉลี่ย 4.03 และสถานที่ให้บริการสะอาด มีความเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 3.91 และค่าเฉลี่ย 3.90 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)							
	ไม่เกิน 10,000		10,001 – 15,000		15,001 – 20,000		20,001 ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
พนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับ และให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า	4.43 (มาก)	3	4.48 (มาก)	2	4.16 (มาก)	6	4.36 (มาก)	1
มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน	4.59 (มากที่สุด)	1	4.59 (มากที่สุด)	1	4.38 (มาก)	4	4.33 (มาก)	2
มีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ	4.41 (มาก)	4	4.43 (มาก)	4	4.50 (มากที่สุด)	2	4.36 (มาก)	1
ขั้นตอนการสมัครเรียนไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.46 (มาก)	2	4.46 (มาก)	3	4.28 (มาก)	5	4.30 (มาก)	3
ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน	4.46 (มาก)	2	4.38 (มาก)	6	4.66 (มากที่สุด)	1	4.33 (มาก)	2
มีการติดตามและให้การช่วยเหลือลูกค้าในขณะที่ศึกษาอยู่ในต่างประเทศ	4.41 (มาก)	4	4.46 (มาก)	3	4.41 (มาก)	3	4.00 (มาก)	4
มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า	4.43 (มาก)	3	4.22 (มาก)	5	3.81 (มาก)	7	3.81 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.46 (มาก)**		**4.43 (มาก)**		**4.31 (มาก)**		**4.21 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 42 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.59 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ขั้นตอนการสมัครเรียนไม่ยุ่งยากซับซ้อน และความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 4.46 และพนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับและให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า และมีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.43

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.59 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ พนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับและให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.48 และขั้นตอนการสมัครเรียนไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีการติดตามและให้การช่วยเหลือลูกค้าในขณะที่ศึกษาอยู่ในต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.46

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 4.66 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.50 และมีการติดตามและให้การช่วยเหลือลูกค้าในขณะที่ศึกษาอยู่ในต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับและให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.36 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน และความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 4.33 และขั้นตอนการสมัครเรียนไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.30

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ

ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ	วัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ			
	เรียนภาษา		ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ	4.38 (มาก)	3	4.52 (มากที่สุด)	3
เป็นตัวแทนของสถาบันการศึกษาที่ได้รับแต่งตั้งจากสถาบันการศึกษาในต่างประเทศโดยตรง	4.29 (มาก)	4	4.51 (มากที่สุด)	4
มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน	4.45 (มาก)	2	4.70 (มากที่สุด)	1
มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า	4.46 (มาก)	1	4.57 (มากที่สุด)	2
ให้คำแนะนำและข้อมูลด้านการเตรียมตัวก่อนการเดินทาง	4.27 (มาก)	5	4.45 (มาก)	5
ให้คำแนะนำการให้บริการของธนาคารในต่างประเทศ	3.89 (มาก)	10	4.01 (มาก)	10
มีบริการจัดหาการทำประกันสุขภาพระหว่างศึกษาในต่างประเทศ	3.73 (มาก)	12	4.11 (มาก)	8
จัดหาตั๋วเครื่องบินในราคานักเรียน	3.80 (มาก)	11	3.99 (มาก)	11
มีการจัดหาที่พัก	3.93 (มาก)	9	4.03 (มาก)	9
มีการจัดหาบริการรถรับส่งที่สนามบิน	3.66 (มาก)	13	3.78 (มาก)	12

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ (ต่อ)

ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ	วัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ			
	เรียนภาษา		ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายประเทศ	4.23 (มาก)	7	4.36 (มาก)	7
มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายสถาบัน	4.26 (มาก)	6	4.51 (มากที่สุด)	4
มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายสาขาวิชา	4.06 (มาก)	8	4.44 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.11 (มาก)**		**4.31 (มาก)**	

จากตารางที่ 43 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปเรียนภาษาและศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตรให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.11 และ 4.31 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปเรียนภาษา เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า ค่าเฉลี่ย 4.46 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.45 และศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.38

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตร เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.70 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า ค่าเฉลี่ย 4.57 และศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.52

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ

ความสำคัญของปัจจัยด้านราคา	วัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ			
	เรียนภาษา		ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
มีการแจ้งค่าการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด	4.45 (มาก)	1	4.47 (มาก)	1
ค่าธรรมเนียมการศึกษามีราคาที่เหมาะสม	4.22 (มาก)	2	4.41 (มาก)	2
มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้	3.77 (มาก)	4	3.68 (มาก)	4
วิธีการชำระเงินทำได้หลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต หรือ แคชเชียร์เช็ค เป็นต้น	3.89 (มาก)	3	4.06 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.08 (มาก)**		**4.16 (มาก)**	

จากตารางที่ 44 พบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปเรียนภาษาและศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตรให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.08 และ 4.16 ตามลำดับ

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปเรียนภาษาและศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตร เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกเหมือนกันคือ มีการแจ้งค่าการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียดค่าเฉลี่ย 4.45 และค่าเฉลี่ย 4.47 ตามลำดับ รองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมการศึกษามีราคาที่เหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.22 และค่าเฉลี่ย 4.41 ตามลำดับ และลำดับที่ 3 คือ วิธีการชำระเงินทำได้หลายวิธี เช่น เงินสด บัตรเครดิต หรือ แคชเชียร์เช็ค ค่าเฉลี่ย 3.89 และ ค่าเฉลี่ย 4.06 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ

ความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	วัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ			
	เรียนภาษา		ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก	4.10 (มาก)	2	4.42 (มาก)	1
ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ อยู่ในย่านธุรกิจ	3.70 (มาก)	4	4.15 (มาก)	3
วัน-เวลาการเปิดปิดของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ	3.95 (มาก)	3	4.15 (มาก)	3
มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง	4.23 (มาก)	1	4.37 (มาก)	2
มีที่จอดรถเพียงพอ	3.53 (มาก)	5	3.15 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.90 (มาก)**		**4.05 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 45 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปเรียนภาษาและศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตรให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.90 และ 4.05 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปเรียนภาษา เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่องทาง ค่าเฉลี่ย 4.23 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.10 และ วัน-เวลาการเปิดปิดของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 3.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตร เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ หาง่าย สะดวก ค่าเฉลี่ย 4.42 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีช่องทางการติดต่อสอบถามได้หลายช่อง ค่าเฉลี่ย 4.37 และที่ตั้งของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศอยู่ในย่านธุรกิจ และวัน-เวลาการเปิดปิดของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.15

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ

ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	วัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ			
	เรียนภาษา		ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางวิทยุ/โทรทัศน์	3.54 (มาก)	6	3.28 (ปานกลาง)	6
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางนิตยสาร/หนังสือพิมพ์	3.64 (มาก)	4	3.33 (ปานกลาง)	4
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางใบปลิว/แผ่นพับประชาสัมพันธ์	3.61 (มาก)	5	3.34 (ปานกลาง)	3
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางป้ายโฆษณา	3.71 (มาก)	2	3.32 (ปานกลาง)	5
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางการจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์	3.69 (มาก)	3	3.74 (มาก)	2
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซต์	3.82 (มาก)	1	3.95 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.67 (มาก)**		**3.49 (ปานกลาง)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 46 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปเรียนภาษาให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.67 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตรให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวม 3.49

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปเรียนภาษา เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซด์ ค่าเฉลี่ย 3.82 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางป้ายโฆษณา ค่าเฉลี่ย 3.71 และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางการจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์ ค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตร เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค/เว็บไซด์ ค่าเฉลี่ย 3.95 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางการจัดนิทรรศการ/งานอีเว้นท์ ค่าเฉลี่ย 3.74 และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศโดยผ่านทางใบปลิว/แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.34

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ

ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ	วัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ			
	เรียนภาษา		ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.45 (มาก)	2	4.53 (มากที่สุด)	3
พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี	4.48 (มาก)	1	4.65 (มากที่สุด)	1
พนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี	4.41 (มาก)	3	4.59 (มากที่สุด)	2
มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ	4.13 (มาก)	4	4.44 (มาก)	4
พนักงานแต่งกายสุภาพ	3.79 (มาก)	5	4.10 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.25 (มาก)**		**4.46 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 47 พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปเรียนภาษาและศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตรให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.25 และ 4.46 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปเรียนภาษา เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.48 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.45 และพนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี ค่าเฉลี่ย 4.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตร เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะแนวด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.65 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ พนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี ค่าเฉลี่ย 4.59 และ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.53

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ

ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	วัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ			
	เรียนภาษา		ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
บรรยากาศภายในศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง	4.21 (มาก)	1	4.43 (มาก)	1
อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย	4.06 (มาก)	3	4.01 (มาก)	3
มีบริการขนมและเครื่องดื่ม	3.32 (ปานกลาง)	5	3.14 (ปานกลาง)	5
มีเก้าอี้ให้นั่งรอเพียงพอ	3.79 (มาก)	4	3.59 (มาก)	4
สถานที่ให้บริการสะอาด มีความเรียบร้อย	4.20 (มาก)	2	4.15 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**3.92 (มาก)**		**3.86 (มาก)**	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 48 พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปเรียนภาษาและศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตรให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.92 และ 3.86 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปเรียนภาษาและศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตร เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกเหมือนกันคือ บรรยากาศภายในศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง ค่าเฉลี่ย 4.21 และค่าเฉลี่ย 4.43 ตามลำดับ รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการ

สะอาด มีความเรียบร้อย ค่าเฉลี่ย 4.20 และค่าเฉลี่ย 4.15 ตามลำดับ และลำดับที่ 3 คือ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.06 และค่าเฉลี่ย 4.01 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ

ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	วัตถุประสงค์หลักในการไปศึกษาต่อต่างประเทศ			
	เรียนภาษา		ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
พนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับ และให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า	4.30 (มาก)	4	4.53 (มากที่สุด)	4
มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน	4.47 (มาก)	1	4.53 (มากที่สุด)	4
มีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ	4.32 (มาก)	3	4.56 (มากที่สุด)	2
ขั้นตอนการสมัครเรียนไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.29 (มาก)	5	4.55 (มากที่สุด)	3
ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน	4.33 (มาก)	2	4.57 (มากที่สุด)	1
มีการติดตามและให้การช่วยเหลือลูกค้าในขณะที่ศึกษาอยู่ในต่างประเทศ	4.19 (มาก)	6	4.50 (มากที่สุด)	5
มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า	3.99 (มาก)	7	4.29 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	**4.27 (มาก)**		**4.51 (มากที่สุด)**	

จากตารางที่ 49 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปเรียนภาษาให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.27 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตรให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวม 4.51

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปเรียนภาษา เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน ค่าเฉลี่ย 4.47 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 4.33 และมีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.32

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไปศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรหรือระดับปริญญาบัตร เลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 4.57 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.56 และขั้นตอนการสมัครเรียนไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.55

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.5 ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการของผู้ที่ใช้บริการศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

ตารางที่ 50 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ข้อเสนอแนะ	จำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะ (คน)
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	-	-
ด้านราคา	-	-
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ควรมีสาขาของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อความสะดวกในการใช้บริการและได้รับความช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง	1
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ควรใช้ประสบการณ์ของลูกค้าที่เคยใช้บริการในการการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ	1
ด้านบุคคลผู้ให้บริการ	ควรมีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ พนักงานควรรู้ข้อมูลการศึกษาต่อของลูกค้าทุกคนเพื่อสามารถให้คำแนะนำที่ถูกต้อง	2
ด้านลักษณะทางกายภาพ	-	-
ด้านกระบวนการให้บริการ	ควรปรับปรุงด้านความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ พร้อมทั้งควรแจ้งลูกค้าในกรณีที่เกิดปัญหาให้เร็วขึ้น	3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 50 พบว่า มีข้อเสนอแนะทั้งหมด 7 ข้อเสนอแนะ โดยในด้านกระบวนการให้บริการได้รับข้อเสนอแนะมากที่สุด จำนวน 3 คน รองลงมาคือ ด้านบุคคลผู้ให้บริการ จำนวน 2 คน และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างละ 1 คน