

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกเอเจนซี่จังหวัดเชียงใหม่ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกา โดยทำการศึกษาเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการเอเจนซี่โครงการ Work&Travel in USA แล้วเท่านั้น ประชากรที่ศึกษาเป็นผู้บริโภคที่มาใช้บริการ เอเจนซี่โครงการ Work&Travel in USA ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากข้อมูลปี พ.ศ. 2551 มีจำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ 800 คน จาก จำนวนเอเจนซี่ 14 แห่ง คือ Oversea, Acadex, Acme, Globaleducationx, Istc, Yesthailand, Learnmoreinter, Jobsamerica, Pstcenter, Thaiinterexchange, Yesc, Igointer, Ie-cs และ Ien-edu (ที่มา : ลลิตยา นาราศิริฤกษ์, 2551) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 266 ตัวอย่างและจะทำการคัดเลือกตัวอย่างจากนักศึกษาของเอเจนซี่ทั้ง 14 แห่ง และได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกเอเจนซี่

ตอนที่ 2.1 ระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้านต่าง ๆ เสนอในตารางที่

ตอนที่ 2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเอเจนซี่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านต่าง ๆ จำแนกตามเพศ การศึกษา และรายได้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	95	35.7
หญิง	171	64.3
รวม	266	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 266 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 และเป็นผู้ชาย จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา และจำแนกตามชั้นปีการศึกษา

ระดับการศึกษาและชั้นปีการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1	0	0
ปริญญาตรี ชั้นปีที่ 2	44	16.5
ปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3	58	21.8
ปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4	101	38.0
ปริญญาโท ชั้นปีที่ 1	25	9.4
ปริญญาโท ชั้นปีที่ 2	38	14.3
รวม	266	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 266 คน ส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรี โดยเป็นนักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และเป็นนักศึกษาปริญญาโทชั้นปีที่ 1 จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 นักศึกษาปริญญาโทชั้นปีที่ 2 จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 4,000 บาท	46	17.3
4,001 – 6,000 บาท	98	36.8
6,001 – 8,000 บาท	49	18.4
8,001 – 10,000 บาท	22	8.3
10,001 บาท ขึ้นไป	51	19.2
รวม	266	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,001 – 6,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ 10,001 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 19.2 6,001 – 8,000 บาท ร้อยละ 18.4 ต่ำกว่า 4,000 บาท ร้อยละ 17.3 และ 8,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเข้าร่วมโครงการ

วัตถุประสงค์หลักในการเข้าร่วมโครงการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ได้เดินทางท่องเที่ยว	104	39.1
ได้ฝึกทักษะด้านภาษาอังกฤษ	60	22.6
ต้องการหาประสบการณ์	62	23.1
ต้องการหารายได้	14	5.3
ต้องการหาเพื่อนใหม่	13	4.9
ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมของต่างชาติ	6	2.3
ต้องการฝึกทักษะในการทำงานร่วมกับชาวต่างชาติ	7	2.6
อื่นๆ	0	0
รวม	266	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์หลักในการเข้าร่วมโครงการคือ ได้เดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 39.1 รองลงมาคือ ต้องการหาประสบการณ์ ร้อยละ 22.6 ได้ฝึกทักษะด้านภาษาอังกฤษ ร้อยละ 23.1 ต้องการหารายได้ ร้อยละ 5.3 ต้องการหาเพื่อนใหม่ ร้อยละ 4.9 ต้องการฝึกทักษะในการทำงานร่วมกับชาวต่างชาติ ร้อยละ 2.6 และ ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมของต่างชาติ ร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ

ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	154	57.9
เพื่อน	66	24.8
สมาชิกในครอบครัว	44	16.5
พนักงานของเอเจนซี	2	0.8
อื่นๆ	0	0
รวม	266	100

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการมากที่สุดคือตัวเอง ร้อยละ 57.9 รองลงมาคือ เพื่อน ร้อยละ 24.8 สมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 16.5 และพนักงานของเอเจนซี ร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับทราบข้อมูลของโครงการ

การรับทราบข้อมูลของโครงการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิทยุ/โทรทัศน์	20	4.9
นิตยสาร/หนังสือพิมพ์	12	2.9
เว็บไซต์	59	14.3
การจัดนิทรรศการ/งาน Event	52	12.6
ใบปลิว/แผ่นพับประชาสัมพันธ์	173	42.0
ป้ายโฆษณา	55	13.3
อื่นๆ	41	10.0
รวม	412	100.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับทราบข้อมูลของโครงการจากใบปลิว/แผ่นพับประชาสัมพันธ์มากที่สุด ร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ เว็บไซต์ ร้อยละ 14.3 ป้ายโฆษณา ร้อยละ 13.3 การจัดนิทรรศการ/งาน Event ร้อยละ 12.6 วิทยุ/โทรทัศน์ ร้อยละ 4.9 และ นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 2.96 ตามลำดับ (อื่นๆ มาจาก รับทราบจากเพื่อน, คนที่รู้จัก จำนวน ร้อยละ 10)

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งในการเข้าร่วมโครงการ

จำนวนครั้งในการเข้าร่วมโครงการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	212	79.7
2 ครั้ง	47	17.7
3 ครั้ง	7	2.6
4 ครั้ง	0	0
รวม	266	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเข้าร่วมโครงการ 1 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 79.7 รองลงมา คือ 2 ครั้ง ร้อยละ 17.7 และ 3 ครั้ง ร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกเอเจนซี่

ตอนที่ 2.1 ระดับที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้านต่างๆ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการเลือกเอเจนซี่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.เอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ	จำนวน ร้อยละ	182 68.4	71 26.7	13 4.9	0 0.0	0 0.0	4.64 (มากที่สุด)	1
2.มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย	จำนวน ร้อยละ	61 22.9	153 57.5	46 17.3	6 2.3	0 0.0	4.01 (มาก)	3
3.มีตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย	จำนวน ร้อยละ	41 15.4	180 67.7	39 14.7	6 2.3	0 0.0	3.96 (มาก)	5
4.อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง	จำนวน ร้อยละ	107 40.2	109 41.0	50 18.8	0 0.0	0 0.0	4.21 (มาก)	2
5.จัดหาสถานที่พักที่ต่างประเทศให้	จำนวน ร้อยละ	90 33.8	98 36.8	54 20.3	12 4.5	12 4.5	3.91 (มาก)	6
6.มีพนักงานพาไปขอวีซ่า ที่กงสุล	จำนวน ร้อยละ	70 26.3	70 26.3	94 35.3	7 2.6	25 9.4	3.58 (มาก)	9
7.จัดหาเที่ยวบินในการเดินทางให้	จำนวน ร้อยละ	58 21.8	110 41.4	60 22.6	13 4.9	25 9.4	3.61 (มาก)	8
8.มีพนักงานพาไปส่งถึงสถานที่ทำงาน ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา	จำนวน ร้อยละ	26 9.8	91 34.2	71 26.7	41 15.4	37 13.9	3.10 (ปานกลาง)	11
9.มีการจัดเตรียมอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้ในระหว่างพักอาศัย ณ ต่างประเทศ เช่น ผ้าห่ม หมอน ฯลฯ	จำนวน ร้อยละ	26 9.8	61 22.9	136 51.1	19 7.1	24 9.0	3.17 (ปานกลาง)	10
10.มีความร่วมมือกับบริษัท/องค์กรที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการทำงานได้	จำนวน ร้อยละ	59 22.2	156 58.6	45 16.9	6 2.3	0 0.0	4.00 (มาก)	4

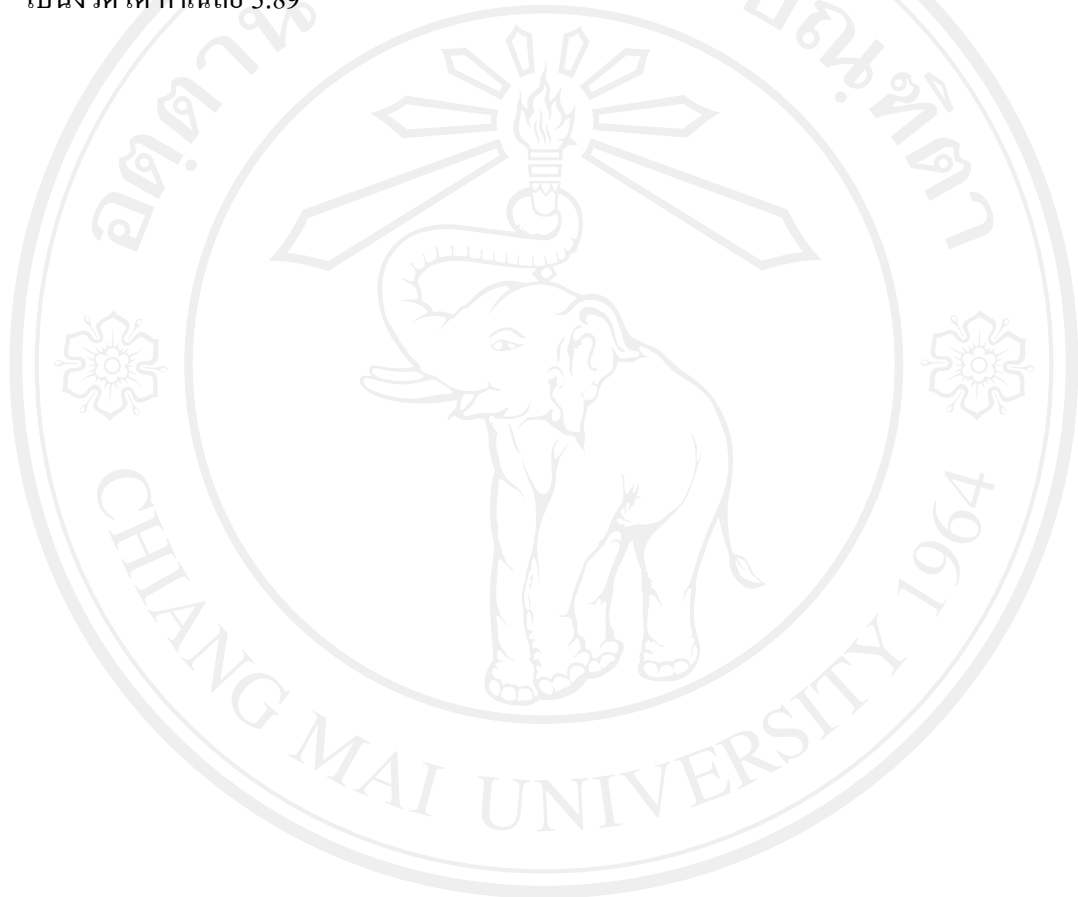
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(ต่อ)		ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ลำดับ ที่
		มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
11.มีการทำประกันอุบัติเหตุและ ประกันสุขภาพให้กับผู้เข้าร่วม โครงการตลอดระยะเวลาในการเข้า ร่วมโครงการฯ	จำนวน ร้อยละ	32 12.0	152 57.1	69 25.9	6 2.3	7 2.6	3.74 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล							3.81 (มาก)	

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.81 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่เอเจนซี่ที่น่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.64 รองลงมาคือ อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง ค่าเฉลี่ย 4.21 และมีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย, มีความร่วมมือกับบริษัท ค่าเฉลี่ย 4.00

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนร้อยละค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความสำคัญต่อการเลือกเอเจนซี

ปัจจัยด้านราคา		ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
1.อัตราค่าเข้าร่วมโครงการต่ำกว่า เอเจนซีอื่นๆ	ร้อยละ	9.4	44.4	36.8	9.4	0	3.54	7
	จำนวน	25	118	98	25	0	(มาก)	
2.มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและ ค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด	ร้อยละ	30.5	47.0	17.7	2.3	2.6	4.00	1
	จำนวน	81	125	47	6	7	(มาก)	
3.มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระ เป็นงวดได้	ร้อยละ	23.7	51.9	16.9	4.9	2.6	3.89	3
	จำนวน	63	138	45	13	7	(มาก)	
4.เอเจนซีสามารถจัดหาตัวเครื่องบินในราคา ถูกกว่าซื้อด้วยตัวเอง	ร้อยละ	24.1	50.8	18.0	7.1	0	3.92	2
	จำนวน	64	135	48	19	0	(มาก)	
5.มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่า	ร้อยละ	24.1	39.8	31.2	2.3	2.6	3.80	4
	จำนวน	64	106	83	6	7	(มาก)	
6.มีการลดราคาสำหรับการสมัครเป็นกลุ่ม	ร้อยละ	15.4	44.0	31.2	6.8	2.6	3.63	5
	จำนวน	41	117	83	18	7	(มาก)	
7.มีการลดราคาสำหรับการจัดสอบเข้า ร่วมโครงการ	ร้อยละ	17.7	36.8	38.0	4.9	2.6	3.62	6
	จำนวน	47	98	101	13	7	(มาก)	
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล							3.77 (มาก)	

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการใช้บริการด้านราคา อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.77 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด ค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือเอเจนซี่ที่สามารถจัดหาตัวเครื่องบินในราคาถูกลงกว่าซื้อด้วยตัวเอง ค่าเฉลี่ย 3.92 และ มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้ ค่าเฉลี่ย 3.89



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญต่อการเลือกเอเจนซี

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี หาง่าย สะดวก	ร้อยละ	14.7	53.8	29.3	2.3	0	3.81 (มาก)	2
	จำนวน	39	143	78	6	0		
2.มีที่จอดรถเพียงพอ	ร้อยละ	7.9	21.8	49.2	18.8	2.3	3.14 (ปานกลาง)	5
	จำนวน	21	58	131	50	6		
3.สำนักงานเอเจนซีมีความน่าเชื่อถือ	ร้อยละ	47.0	43.2	9.8	0	0	4.37 (มาก)	1
	จำนวน	125	115	26	0	0		
4.ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซีอยู่ใกล้ กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วม โครงการ	ร้อยละ	17.3	44.0	38.7	0	0	3.79 (มาก)	3
	จำนวน	46	117	103	0	0		
5.ระยะเวลาการเปิดปิดของเอเจนซี	ร้อยละ	9.8	39.1	39.1	12.0	0	3.47 (ปานกลาง)	4
	จำนวน	26	104	104	32	0		
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล							3.72 (มาก)	

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการใช้บริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.72 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ สำนักงานเอเจนซีมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.37 รองลงมาคือ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี หาง่าย สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.81 และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซีอยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ ค่าเฉลี่ย 3.79

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกเอเจนซี่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด		ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ	ร้อยละ จำนวน	18.0 48	49.2 131	32.7 87	0 0	0 0	3.85 (มาก)	2
2.มี website ของเอเจนซี่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์สามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้	ร้อยละ จำนวน	33.1 88	58.3 155	8.6 23	0 0	0 0	4.24 (มาก)	1
3.มีของที่ระลึกให้ เช่น เสื้อโครงการ กระเป๋าโครงการ	ร้อยละ จำนวน	4.9 13	28.6 76	44.0 117	17.7 47	4.9 13	3.11 (ปานกลาง)	7
4.มีการเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อนให้ทราบอย่างครบถ้วน	ร้อยละ จำนวน	25.9 69	36.1 96	32.7 87	2.6 7	2.6 7	3.80 (มาก)	3
5.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านนิตยสาร หรือ วารสาร	ร้อยละ จำนวน	8.3 22	42.5 113	44.7 119	4.5 12	0 0	3.55 (มาก)	6
6.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านแผ่นพับ หรือ ใบปลิว	ร้อยละ จำนวน	10.9 29	54.1 144	32.3 86	2.6 7	0 0	3.73 (มาก)	5
7.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านคลื่นวิทยุท้องถิ่น	ร้อยละ จำนวน	0 0	21.1 56	47.0 125	32.0 85	0 0	2.89 (ปานกลาง)	9
8.มีการส่งการ์ดอวยพรวันเกิดให้ผู้เข้าร่วมโครงการ	ร้อยละ จำนวน	0 0	3.8 10	42.1 112	30.5 81	23.7 63	2.26 (น้อย)	11
9.มีการจัดกิจกรรมต่างๆให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น การจัดงานปาร์ตี้	ร้อยละ จำนวน	2.3 6	13.2 35	42.5 113	23.3 62	18.8 50	2.57 (ปานกลาง)	10
10.มีการออกนุสรประชาสัมพันธ์โครงการที่สถานศึกษา	ร้อยละ จำนวน	22.9 61	39.1 104	30.1 80	7.9 21	0 0	3.77 (มาก)	4
11.มีการโฆษณาโดยใช้ป้ายโฆษณาภายนอกสถานที่ เช่น สีแยกไฟแดงหรือป้ายติดข้างอาคารพาณิชย์	ร้อยละ จำนวน	6.0 16	20.0 53	50.8 135	18.8 50	4.5 12	3.04 (ปานกลาง)	8
ค่าเฉลี่ย แปลผล							3.35 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวม 3.35 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มี website ของเอเจนซีที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้ค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือ มีการเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อนให้ทราบอย่างครบถ้วน ค่าเฉลี่ย 3.85 และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับค่าเฉลี่ย 3.80

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a traditional Thai lamp (Lampang) on its back. The lamp has a flame and radiating lines. The elephant is surrounded by a circular border containing the Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are decorative floral motifs on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มี
ความสำคัญต่อการเลือกเอเจนซี่

ปัจจัยด้านบุคลากร		ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
1.พนักงานมีความรู้ ความ เชี่ยวชาญ สามารถให้ ข้อมูลเกี่ยวกับ โครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้า ไปทำงานเป็นอย่างดี	ร้อยละ จำนวน	59.0 157	33.8 90	7.1 19	0 0	0 0	4.52 (มากที่สุด)	3
2.พนักงาน ที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อธิบายข้อดี	ร้อยละ จำนวน	62.0 165	35.7 95	2.3 6	0 0	0 0	4.60 (มากที่สุด)	2
3.พนักงานมีความ กระตือรือร้นในการ ให้บริการ	ร้อยละ จำนวน	64.3 171	33.5 89	2.3 6	0 0	0 0	4.62 (มากที่สุด)	1
4.มีจำนวนพนักงาน ที่ให้บริการเพียงพอ	ร้อยละ จำนวน	32.3 86	45.9 122	21.8 58	0 0	0 0	4.11 (มาก)	5
5.ความถูกต้องในการ ให้บริการของพนักงาน	ร้อยละ จำนวน	46.2 123	44.0 117	9.8 26	0 0	0 0	4.36 (มาก)	4
6.พนักงานที่ให้บริการแต่ง กายสุภาพ	ร้อยละ จำนวน	22.2 59	34.2 91	29.3 78	14.3 38	0 0	3.64 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล							4.31 (มาก)	

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการให้บริการด้านบุคลากร อยู่
ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.31 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานมี
ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.62 รองลงมาคือ พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ
มีความเป็นมิตร อธิบายข้อดี ค่าเฉลี่ย 4.60 และ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้ข้อมูล
เกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.52

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่มี ความสำคัญต่อการเลือกเอเจนซี่

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ		ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.บรรยากาศภายในเอเจนซี่ แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง	ร้อยละ	31.2	48.1	20.7	0	0	4.11 (มาก)	1
	จำนวน	83	128	55	0	0		
2.อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย	ร้อยละ	6.0	59.4	34.6	0	0	3.71 (มาก)	3
	จำนวน	16	158	92	0	0		
3.เครื่องแต่งกายของพนักงาน ดู น่าเชื่อถือ	ร้อยละ	6.4	42.1	47.0	0	4.5	3.46 (ปานกลาง)	4
	จำนวน	17	112	125	0	12		
4.ที่ตั้งของสำนักงานอยู่ในย่าน ทำเลธุรกิจ	ร้อยละ	3.8	27.8	49.2	19.2	0	3.16 (ปานกลาง)	8
	จำนวน	10	74	131	51	0		
5.มีอินเทอร์เน็ตให้ใช้บริการ	ร้อยละ	8.6	25.6	44.7	18.8	2.3	3.20 (ปานกลาง)	7
	จำนวน	23	68	119	50	6		
6.มีบริการขนมอบและเครื่องดื่ม	ร้อยละ	18.8	15.4	40.2	23.3	2.3	3.25 (ปานกลาง)	6
	จำนวน	50	41	107	62	6		
7.มีเก้าอี้ให้นั่งรอเพียงพอ	ร้อยละ	13.5	27.8	49.6	9.0	0	3.46 (ปานกลาง)	4
	จำนวน	36	74	132	24	0		
8.สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม	ร้อยละ	23.3	37.2	32.7	6.8	0	3.77 (มาก)	2
	จำนวน	62	99	87	18	0		
ค่าเฉลี่ยรวม							3.52	
แปลผล							(มาก)	

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.52 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูงค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุมค่าเฉลี่ย 3.77 และ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 3.71

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มี
ความสำคัญต่อการเลือกเอเจนซี

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ		ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.การชำระค่าโครงการทำได้หลายวิธี	ร้อยละ	23.7	48.9	25.2	2.3	0	3.94	6
	จำนวน	63	130	67	6	0	(มาก)	
2.มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ	ร้อยละ	41.0	53.0	15.8	0	0	4.35	2
	จำนวน	109	141	42	0	0	(มาก)	
3.ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อและประสิทธิภาพในการติดตามผล	ร้อยละ	41.7	52.6	5.6	0	0	4.36	1
	จำนวน	111	140	15	0	0	(มาก)	
4.พนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับสม่ำเสมอ	ร้อยละ	28.2	47.0	24.8	0	0	4.03	4
	จำนวน	75	125	66	0	0	(มาก)	
5.ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน	ร้อยละ	37.6	44.4	15.8	2.3	0	4.17	3
	จำนวน	100	118	42	6	0	(มาก)	
6.มีการสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ	ร้อยละ	28.2	48.5	16.2	4.9	2.3	3.95	5
	จำนวน	75	129	43	13	6	(มาก)	
ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล							4.13 (มาก)	

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการให้บริการด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.13 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล ค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมา คือมีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.35 และ ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.17

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเอเจนซี่
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.81 (มาก)	3
ด้านราคา	3.77 (มาก)	4
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.72 (มาก)	5
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.35 (ปานกลาง)	7
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.31 (มาก)	1
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.52 (มาก)	6
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.13 (มาก)	2

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับคือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาด 10 อันดับแรกที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเอเจนซี

ลำดับ ที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ปัจจัยด้าน
1	เอเจนซีมีความน่าเชื่อถือ	4.64 (มากที่สุด)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
2	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.62 (มากที่สุด)	ปัจจัยด้านบุคลากร
3	พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อธิบายข้อดี	4.60 (มากที่สุด)	ปัจจัยด้านบุคลากร
4	พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้ ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่ จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี	4.52 (มากที่สุด)	ปัจจัยด้านบุคลากร
5	สำนักงานเอเจนซีมีความน่าเชื่อถือ	4.37 (มาก)	ปัจจัยด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย
6	ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน	4.36 (มาก)	ปัจจัยด้านบุคลากร
6	ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และ ประสิทธิภาพในการติดตามผล	4.36 (มาก)	ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ
8	มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่าง สม่ำเสมอ	4.35 (มาก)	ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ
9	มี website ของเอเจนซี ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และ สามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้	4.24 (มาก)	ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด
10	อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง	4.21 (มาก)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเอเจนซีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ
ด้านต่างๆ จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และรายได้

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้าน
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1.เอเจนซีที่มีความน่าเชื่อถือ	4.34 (มาก)	1	4.80 (มากที่สุด)	1
2.มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย	4.00 (มาก)	4	4.02 (มาก)	4
3.มีตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย	4.07 (มาก)	3	3.90 (มาก)	6
4.อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง	4.08 (มาก)	2	4.28 (มาก)	2
5.จัดหาสถานที่พักที่ต่างประเทศให้	3.69 (มาก)	7	4.03 (มาก)	3
6.มีพนักงานพาไปขอวีซ่า ที่กงสุล	3.28 (ปานกลาง)	10	3.74 (มาก)	7
7.จัดหาเที่ยวบินในการเดินทางให้	3.47 (ปานกลาง)	8	3.69 (มาก)	8
8.มีพนักงานพาไปส่งถึงสถานที่ทำงาน ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา	3.41 (ปานกลาง)	9	2.94 (ปานกลาง)	11
9.มีการจัดเตรียมอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้ ในระหว่างพักอาศัย ณ ต่างประเทศ เช่น ผ้าห่ม หมอน ฯลฯ	3.15 (ปานกลาง)	11	3.19 (ปานกลาง)	10
10.มีความร่วมมือกับบริษัท/องค์กรที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการทำงานได้	4.00 (มาก)	4	4.01 (มาก)	5
11.มีการทำประกันอุบัติเหตุและประกันสุขภาพให้กับผู้เข้าร่วม โครงการตลอดระยะเวลาในการเข้าร่วมโครงการฯ	3.86 (มาก)	6	3.67 (มาก)	9
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76		3.84	
แปลผล	(มาก)		(มาก)	

จากตารางที่ 17 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.76 และ 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.34) อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง (ค่าเฉลี่ย4.08) และ มีตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย(ค่าเฉลี่ย4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.80) อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง (ค่าเฉลี่ย4.28) และ จัดหาสถานที่พักที่ต่างประเทศให้(ค่าเฉลี่ย4.03)

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านราคา
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยย่อยด้านราคา	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1.อัตราค่าเข้าร่วมโครงการต่ำกว่าเอเจนซี่อื่นๆ	3.58 (มาก)	5	3.51 (มาก)	7
2.มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและ ค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด	3.77 (มาก)	3	4.13 (มาก)	1
3.มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้	3.78 (มาก)	2	3.95 (มาก)	2
4.เอเจนซี่สามารถจัดหาตัวเครื่องบินในราคา ถูกกว่าซื้อด้วยตัวเอง	4.07 (มาก)	1	3.83 (มาก)	4
5.มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่า	3.63 (มาก)	4	3.90 (มาก)	3
6.มีการลดราคาสำหรับการสมัครเป็นกลุ่ม	3.45 (มาก)	7	3.73 (มาก)	5
7.มีการลดราคาสำหรับการจัดสอบเข้าร่วมโครงการ	3.45 (มาก)	6	3.71 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	3.68 (มาก)		3.82 (มาก)	

จากตารางที่ 18 ปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.68 และ 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่สามารถจัดหาตัวเครื่องบินในราคาถูกกว่าซื้อด้วยตัวเอง(ค่าเฉลี่ย4.07) มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้(ค่าเฉลี่ย3.78) และมีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด(ค่าเฉลี่ย4.13) มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้(ค่าเฉลี่ย3.95) และ มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่า (ค่าเฉลี่ย3.90)

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1.ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ ง่าย สะดวก	3.60 (มาก)	3	3.92 (มาก)	2
2.มีที่จอดรถเพียงพอ	3.19 (ปานกลาง)	5	3.12 (ปานกลาง)	5
3.สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ	4.16 (มาก)	1	4.49 (มาก)	1
4.ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ	3.67 (มาก)	2	3.85 (มาก)	3
5.ระยะเวลาการเปิดปิดของเอเจนซี่	3.40 (ปานกลาง)	4	3.50 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.60		3.78	
แปลผล	(มาก)		(มาก)	

จากตารางที่19 ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.60 และ 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.16) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย3.67) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ ง่าย สะดวก (ค่าเฉลี่ย3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.49) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย3.92) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ (ค่าเฉลี่ย3.85)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ	3.78 (มาก)	2	3.89 (มาก)	4
2.มี website ของเอเจนซี ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถ ติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้	4.05 (มาก)	1	4.35 (มาก)	1
3.มีของที่ระลึกให้ เช่น เสื้อโครงการ กระเป๋าโครงการ	3.35 (ปานกลาง)	7	2.98 (ปานกลาง)	8
4.มีการเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานของผู้ แลกเปลี่ยนรุ่นก่อน ให้ทราบอย่างครบถ้วน	3.46 (ปานกลาง)	6	3.99 (มาก)	2
5.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านนิตยสาร หรือ วารสาร	3.58 (มาก)	4	3.53 (มาก)	6
6.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านแผ่นพับ หรือ ใบปลิว	3.78 (มาก)	2	3.71 (มาก)	5
7.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านคลื่นวิทยุ ท้องถิ่น	2.87 (ปานกลาง)	10	2.90 (ปานกลาง)	9
8.มีการส่งการ์ดอวยพรวันเกิดให้ผู้เข้าร่วมโครงการ	2.55 (ปานกลาง)	11	2.10 (น้อย)	11
9.มีการจัดกิจกรรมต่างๆให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น การจัดงานปาร์ตี้	2.88 (ปานกลาง)	9	2.39 (น้อย)	10
10.มีการออกนุสรประชาสัมพันธ์โครงการที่สถานศึกษา	3.47 (ปานกลาง)	5	3.94 (มาก)	3
11.มีการโฆษณาโดยใช้ป้ายโฆษณาภายนอกสถานที่ เช่น สีแฉกไฟแดงหรือ ป้ายติดข้างอาคารพาณิชย์	3.02 (ปานกลาง)	8	3.05 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	3.34 (ปานกลาง)		3.35 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 20 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.34 และ 3.35)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านแผ่นพับหรือ ใบปลิว (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.35) มีการเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อนให้ทราบอย่างครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.99) และ มีการออกนุชประชาสัมพันธ์โครงการที่สถานศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1.พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี	4.41 (มาก)	4	4.58 (มากที่สุด)	3
2.พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อธิษาศัยดี	4.62 (มากที่สุด)	1	4.58 (มากที่สุด)	2
3.พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.56 (มากที่สุด)	2	4.65 (มากที่สุด)	1
4.มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ	4.01 (มาก)	5	4.16 (มาก)	5
5.ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน	4.48 (มาก)	3	4.30 (มาก)	4
6.พนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ	3.76 (มาก)	6	3.58 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	4.31 (มาก)		4.31 (มาก)	

จากตารางที่ 21 ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.31 และ 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อธิษาศัยดี(ค่าเฉลี่ย4.62) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย4.56) และ ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน(ค่าเฉลี่ย4.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย4.65) พนักงาน

ที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัจฉริยะดี(ค่าเฉลี่ย4.58) และ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย4.58)

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้าน ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1.บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความ เป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง	3.98 (มาก)	1	4.18 (มาก)	1
2.อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มี ความทันสมัย	3.63 (มาก)	4	3.76 (มาก)	3
3.เครื่องแต่งกายของพนักงานมีความเป็นแบบแผน ดู น่าเชื่อถือ	3.54 (มาก)	5	3.42 (ปานกลาง)	5
4.ที่ตั้งของสำนักงานอยู่ในย่านทำเลธุรกิจ	3.24 (ปานกลาง)	8	3.12 (ปานกลาง)	6
5.มีอินเทอร์เน็ตให้บริการ	3.37 (ปานกลาง)	7	3.10 (ปานกลาง)	7
6.มีบริการขนมและเครื่องดื่ม	3.71 (มาก)	3	3.00 (ปานกลาง)	8
7.มีเก้าอี้ให้นั่งรอเพียงพอ	3.48 (ปานกลาง)	6	3.44 (ปานกลาง)	4
8.สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม	3.76 (มาก)	2	3.78 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	3.59 (มาก)		3.48 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 22 ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและ เพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมากและปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.59 และ 3.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง (ค่าเฉลี่ย3.98) สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม(ค่าเฉลี่ย3.76) และ มีบริการขนมอบและเครื่องดื่ม(ค่าเฉลี่ย3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง(ค่าเฉลี่ย4.18) สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม(ค่าเฉลี่ย3.78) และ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย(ค่าเฉลี่ย3.76)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
1.การชำระค่าโครงการทำได้หลายวิธี	3.85 (มาก)	6	3.99 (มาก)	5
2.มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ	4.19 (มาก)	2	4.44 (มาก)	1
3.ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล	4.29 (มาก)	1	4.40 (มาก)	2
4.พนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับสม่ำเสมอ	4.05 (มาก)	5	4.02 (มาก)	4
5.ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.18 (มาก)	3	4.17 (มาก)	3
6.มีการสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ	4.09 (มาก)	4	3.88 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล	4.15 (มาก)		4.15 (มาก)	

จากตารางที่ 23 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.15 และ 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล(ค่าเฉลี่ย4.29) มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมอย่างสม่ำเสมอ(ค่าเฉลี่ย4.19) และ ขั้นตอนการสมัครไม่ซับซ้อน(ค่าเฉลี่ย4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ(ค่าเฉลี่ย4.44) ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล(ค่าเฉลี่ย4.40) และ ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน(ค่าเฉลี่ย4.17)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา											
	ปริญญาตรี								ปริญญาโท			
	ปี1		ปี2		ปี3		ปี4		ปี1		ปี2	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.เอเจนซีที่มีความน่าเชื่อถือ	-	-	4.64 (มากที่สุด)	1	4.59 (มากที่สุด)	1	4.69 (มากที่สุด)	1	4.68 (มากที่สุด)	1	4.53 (มากที่สุด)	1
2.มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย	-	-	3.75 (มาก)	8	4.05 (มาก)	4	4.09 (มาก)	3	4.08 (มาก)	3	4.00 (มาก)	2
3.มีตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย	-	-	3.64 (มาก)	9	4.02 (มาก)	5	4.04 (มาก)	4	4.04 (มาก)	4	4.00 (มาก)	2
4.อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง	-	-	4.48 (มาก)	2	4.34 (มาก)	2	4.25 (มาก)	2	4.24 (มาก)	2	3.61 (มาก)	5
5.จัดหาสถานที่พักที่ต่างประเทศให้	-	-	4.43 (มาก)	3	4.07 (มาก)	3	3.93 (มาก)	6	3.96 (มาก)	6	2.97 (ปานกลาง)	8
6.มีพนักงานพาไปขอวีซ่าที่กงสุล	-	-	3.98 (มาก)	6	3.91 (มาก)	7	3.54 (มาก)	9	3.56 (มาก)	9	2.68 (ปานกลาง)	10
7.จัดหาเที่ยวบินในการเดินทางให้	-	-	4.05 (มาก)	4	3.78 (มาก)	8	3.56 (มาก)	8	3.60 (มาก)	8	3.00 (ปานกลาง)	7

ตารางที่ 24(ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์(ต่อ) จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์(ต่อ)	ระดับการศึกษา											
	ปริญญาตรี								ปริญญาโท			
	ปี1		ปี2		ปี3		ปี4		ปี1		ปี2	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
8.มีพนักงานพาไปส่งถึงสถานที่ทำงาน ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา	-	-	3.50 (ปานกลาง)	10	3.21 (ปานกลาง)	11	3.19 (ปานกลาง)	10	3.16 (ปานกลาง)	10	2.24 (น้อย)	11
9.มีการจัดเตรียมอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกให้	-	-	3.48 (ปานกลาง)	11	3.33 (ปานกลาง)	10	3.10 (ปานกลาง)	11	3.08 (ปานกลาง)	11	2.84 (ปานกลาง)	9
10.มีความร่วมมือกับ องค์กรที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการทำงานได้	-	-	4.05 (มาก)	4	3.97 (มาก)	6	4.02 (มาก)	5	4.00 (มาก)	5	4.00 (มาก)	2
11.มีการทำประกันอุบัติเหตุและประกันสุขภาพให้กับผู้เข้าร่วมโครงการตลอดระยะเวลาในการเข้าร่วมโครงการฯ	-	-	3.89 (มาก)	7	3.50 (มาก)	9	3.85 (มาก)	7	3.84 (มาก)	7	3.55 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยแปลผล	-	-	3.99 (มาก)		3.89 (มาก)		3.84 (มาก)		3.84 (มาก)		3.40 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงระดับการศึกษา โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ยกเว้น ระดับการศึกษาปริญญาโท ปี 2 ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.64) อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง (ค่าเฉลี่ย 4.48) และ จัดหาสถานที่พักที่ต่างประเทศให้ (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 3 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.59) อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง (ค่าเฉลี่ย 4.34) และ จัดหาสถานที่พักที่ต่างประเทศให้ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 4 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.69) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ ง่าย สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.25) และ มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี 1 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.68) อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง (ค่าเฉลี่ย 4.51) และ มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี 2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.53) มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย, มีตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย, มีความร่วมมือกับบริษัท/องค์กรที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการทำงานได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยย่อยด้านราคา	ระดับการศึกษา											
	ปริญญาตรี								ปริญญาโท			
	ปี1		ปี2		ปี3		ปี4		ปี1		ปี2	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.อัตราค่าเข้าร่วมโครงการต่ำกว่าเอเจนซี่อื่นๆ	-	-	3.59 (มาก)	5	3.48 (ปานกลาง)	5	3.66 (มาก)	6	3.64 (มาก)	6	3.16 (ปานกลาง)	7
2.มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด	-	-	4.25 (มาก)	2	3.69 (มาก)	2	4.14 (มาก)	1	4.12 (มาก)	1	3.76 (มาก)	4
3.มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้	-	-	4.02 (มาก)	3	3.67 (มาก)	3	3.84 (มาก)	3	3.84 (มาก)	3	4.24 (มาก)	1
4.เอเจนซี่ที่สามารถจัดหาตัวเครื่องบินในราคาถูกกว่าซื้อด้วยตัวเอง	-	-	4.50 (มากที่สุด)	1	3.81 (มาก)	1	3.70 (มาก)	5	3.68 (มาก)	5	4.13 (มาก)	3
5.มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่า	-	-	3.05 (ปานกลาง)	7	3.50 (มาก)	4	4.08 (มาก)	2	4.08 (มาก)	2	4.24 (มาก)	1

ตารางที่25(ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านราคา(ต่อ) จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยย่อยด้านราคา(ต่อ)	ระดับการศึกษา											
	ปริญญาตรี								ปริญญาโท			
	ปี1		ปี2		ปี3		ปี4		ปี1		ปี2	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
6.มีการลดราคาสำหรับการสมัครเป็นกลุ่ม	-	-	3.45 (ปานกลาง)	6	3.38 (ปานกลาง)	6	3.76 (มาก)	4	3.76 (มาก)	4	3.76 (มาก)	4
7.มีการลดราคาสำหรับการจัดสอบเข้าร่วมโครงการ	-	-	3.98 (มาก)	4	3.38 (ปานกลาง)	6	3.60 (มาก)	7	3.60 (มาก)	7	3.63 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ย แปลผล	-	-	3.83 (มาก)		3.56 (มาก)		3.83 (มาก)		3.82 (มาก)		3.85 (มาก)	

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคา มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงระดับการศึกษา โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือเอเจนซี่ที่สามารถจัดหาตัวเครื่องบินในราคาถูกลงกว่าซื้อด้วยตัวเอง (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆ อย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 4.25) และมีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 3 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือเอเจนซี่ที่สามารถจัดหาตัวเครื่องบินในราคาถูกลงกว่าซื้อด้วยตัวเอง (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆ อย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.69) และมีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 4 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือมีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆ อย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่า (ค่าเฉลี่ย 4.08) และมีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี 1 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือมีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆ อย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่า (ค่าเฉลี่ย 4.08) และมีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้ (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี 2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้, มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่า (ค่าเฉลี่ย 4.24) และเอเจนซี่ที่สามารถจัดหาตัวเครื่องบินในราคาถูกลงกว่าซื้อด้วยตัวเอง (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา											
	ปริญญาตรี								ปริญญาโท			
	ปี1		ปี2		ปี3		ปี4		ปี1		ปี2	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก	-	-	4.00 (มาก)	3	3.98 (มาก)	2	3.85 (มาก)	2	3.88 (มาก)	2	3.16 (ปานกลาง)	4
2.มีที่จอดรถเพียงพอ	-	-	3.30 (ปานกลาง)	5	3.31 (ปานกลาง)	5	3.16 (ปานกลาง)	5	3.16 (ปานกลาง)	5	2.66 (ปานกลาง)	5
3.สำนักงานเอเจนซี่มีความ น่าเชื่อถือ	-	-	4.36 (มาก)	1	4.60 (มากที่สุด)	1	4.37 (มาก)	1	4.36 (มาก)	1	4.08 (มาก)	1
4.ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของ ผู้เข้าร่วมโครงการ	-	-	4.07 (มาก)	2	3.71 (มาก)	3	3.78 (มาก)	3	3.76 (มาก)	3	3.63 (มาก)	3
5.ระยะเวลาการเปิดปิดของเอ เจนซี่	-	-	3.59 (มาก)	4	3.33 (ปานกลาง)	4	3.44 (ปานกลาง)	4	3.40 (ปานกลาง)	4	3.66 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	-	-	3.86 (มาก)		3.79 (มาก)		3.72 (มาก)		3.71 (มาก)		3.44 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกช่วงระดับการศึกษา โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ยกเว้น ระดับ การศึกษาปริญญาโท ปี 2 ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย 4.36) ที่ตั้ง ของสำนักงานเอเจนซี่ที่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วม โครงการ(ค่าเฉลี่ย 4.07) และ ที่ตั้งของ สำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 3 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย 4.60) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย 3.98) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ที่อยู่ใกล้กับ สถานศึกษาของผู้เข้าร่วม โครงการ(ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 4 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย 4.37) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย 3.85) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ที่อยู่ใกล้กับ สถานศึกษาของผู้เข้าร่วม โครงการ(ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี 1 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย 4.36) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย 3.88) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ที่อยู่ใกล้กับ สถานศึกษาของผู้เข้าร่วม โครงการ(ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี 2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย 4.08) ระยะเวลาการเปิดปิดของเอเจนซี่ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ที่อยู่ใกล้กับ สถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย 3.63)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา											
	ปริญญาตรี								ปริญญาโท			
	ปี1		ปี2		ปี3		ปี4		ปี1		ปี2	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.มีโฆษณาโดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ	-	-	4.02 (มาก)	3	3.79 (มาก)	2	3.80 (มาก)	2	3.80 (มาก)	2	3.87 (มาก)	4
2.มี website ของเอเจนซีที่ให้ ข้อมูลครบและเป็นประโยชน์	-	-	4.07 (มาก)	2	4.34 (มาก)	1	4.23 (มาก)	1	4.24 (มาก)	1	4.30 (มาก)	1
3.มีของที่ระลึกให้ เช่น เสื้อโครงการ กระเป๋าโครงการ	-	-	2.70 (ปานกลาง)	9	3.16 (ปานกลาง)	7	3.19 (ปานกลาง)	7	3.20 (ปานกลาง)	7	3.22 (ปานกลาง)	8
4.มีการเล่าประสบการณ์การทำงานของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อน	-	-	4.18 (มาก)	1	3.48 (ปานกลาง)	5	3.75 (มาก)	3	3.76 (มาก)	4	3.90 (มาก)	3
5.มีโฆษณาโดยผ่านนิตยสาร หรือ วารสาร	-	-	3.86 (มาก)	5	3.43 (ปานกลาง)	6	3.45 (ปานกลาง)	6	3.44 (ปานกลาง)	6	3.59 (มาก)	6
6.มีโฆษณาโดยผ่านแผ่นพับ หรือ โบปลิว	-	-	4.00 (มาก)	4	3.64 (มาก)	4	3.68 (มาก)	5	3.68 (มาก)	5	3.71 (มาก)	5
7.มีโฆษณาโดยคลื่นวิทยุท้องถิ่น	-	-	2.77 (ปานกลาง)	8	2.95 (ปานกลาง)	8	2.83 (ปานกลาง)	9	2.80 (ปานกลาง)	9	3.02 (ปานกลาง)	9

ตารางที่ 27 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด

จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)	ระดับการศึกษา											
	ปริญญาตรี								ปริญญาโท			
	ปี1		ปี2		ปี3		ปี4		ปี1		ปี2	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
8.มีการส่งการ์ดอวยพรวันเกิดให้ ผู้เข้าร่วมโครงการ	-	-	2.05 (น้อย)	11	2.22 (น้อย)	11	2.33 (น้อย)	11	2.36 (น้อย)	11	2.33 (น้อย)	11
9.มีการจัดกิจกรรมต่างๆให้กับ ผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น การจัดงาน ปาร์ตี้	-	-	2.18 (น้อย)	10	2.60 (ปานกลาง)	10	2.68 (ปานกลาง)	10	2.72 (ปานกลาง)	10	2.62 (ปานกลาง)	10
10.มีการออกบูธประชาสัมพันธ์ โครงการที่สถานศึกษา	-	-	3.73 (มาก)	6	3.69 (มาก)	3	3.72 (มาก)	4	3.80 (มาก)	2	3.95 (มาก)	2
11.มีการโฆษณาโดยใช้ป้ายโฆษณา ภายนอกสถานที่ เช่น สีแยกไฟแดง หรือ ป้ายติดข้างอาคารพาณิชย์	-	-	3.30 (ปานกลาง)	7	2.95 (ปานกลาง)	8	2.88 (ปานกลาง)	8	2.88 (ปานกลาง)	8	3.21 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	-	-	3.35 (ปานกลาง)		3.30 (ปานกลาง)		3.32 (ปานกลาง)		3.33 (ปานกลาง)		3.43 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงระดับการศึกษาให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อนให้ทราบอย่างครบถ้วน(ค่าเฉลี่ย4.18) มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้(ค่าเฉลี่ย4.07) และ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ(ค่าเฉลี่ย4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี3 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้(ค่าเฉลี่ย4.34) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ(ค่าเฉลี่ย3.79) และ มีการออกนุชประชาสัมพันธ์โครงการที่สถานศึกษา(ค่าเฉลี่ย3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี4 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้(ค่าเฉลี่ย4.23) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ(ค่าเฉลี่ย3.80) และ มีการเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อน ให้ทราบอย่างครบถ้วน(ค่าเฉลี่ย3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี1 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้(ค่าเฉลี่ย4.24) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ / มีการออกนุชประชาสัมพันธ์โครงการที่สถานศึกษา(ค่าเฉลี่ย3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้(ค่าเฉลี่ย4.30) มีการออกนุชประชาสัมพันธ์โครงการที่สถานศึกษา (ค่าเฉลี่ย3.95) และ มีการเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อนให้ทราบอย่างครบถ้วน(ค่าเฉลี่ย3.90)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	ระดับการศึกษา											
	ปริญญาตรี								ปริญญาโท			
	ปี1		ปี2		ปี3		ปี4		ปี1		ปี2	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1. พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้ข้อมูลโครงการเป็นอย่างดี	-	-	4.64 (มากที่สุด)	3	4.66 (มากที่สุด)	1	4.45 (มาก)	3	4.48 (มาก)	3	4.43 (มาก)	3
2. พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ อธิบายดี	-	-	4.77 (มากที่สุด)	1	4.57 (มากที่สุด)	3	4.60 (มากที่สุด)	2	4.64 (มากที่สุด)	2	4.49 (มาก)	2
3. พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ	-	-	4.77 (มากที่สุด)	1	4.59 (มากที่สุด)	2	4.64 (มากที่สุด)	1	4.68 (มากที่สุด)	1	4.51 (มาก)	1
4. มีจำนวนพนักงานให้บริการเพียงพอ	-	-	4.30 (มาก)	6	3.98 (มาก)	5	4.15 (มาก)	5	4.16 (มาก)	5	4.02 (มาก)	5
5. ความถูกต้องการให้บริการของพนักงาน	-	-	4.43 (มาก)	5	4.34 (มาก)	4	4.38 (มาก)	4	4.40 (มาก)	4	4.32 (มาก)	4
6. พนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ	-	-	4.50 (มากที่สุด)	4	3.52 (มาก)	6	3.50 (มาก)	6	3.48 (ปานกลาง)	6	3.38 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	-	-	4.57 (มากที่สุด)		4.28 (มาก)		4.29 (มาก)		4.31 (มาก)		4.19 (มาก)	

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงระดับการศึกษา โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ยกเว้นระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 2 ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.77) พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัจฉริยะดี (ค่าเฉลี่ย 4.77) และ พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี(ค่าเฉลี่ย 4.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 3 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี(ค่าเฉลี่ย 4.66) พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.59) และพนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัจฉริยะดี(ค่าเฉลี่ย 4.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 4 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.64) พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัจฉริยะดี (ค่าเฉลี่ย 4.60) และ พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี(ค่าเฉลี่ย 4.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี 1 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.68) พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัจฉริยะดี (ค่าเฉลี่ย 4.64) และ พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี(ค่าเฉลี่ย 4.48)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี 2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 4.51) พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัจฉริยะดี (ค่าเฉลี่ย 4.49) และ พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี(ค่าเฉลี่ย 4.43)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับการศึกษา											
	ปริญญาตรี								ปริญญาโท			
	ปี1		ปี2		ปี3		ปี4		ปี1		ปี2	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความ เป็นมืออาชีพ	-	-	4.18 (มาก)	2	4.16 (มาก)	1	4.07 (มาก)	1	4.08 (มาก)	1	4.05 (มาก)	1
2.อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย	-	-	3.80 (มาก)	3	3.71 (มาก)	2	3.74 (มาก)	3	3.72 (มาก)	3	3.55 (มาก)	2
3.เครื่องแต่งกายของพนักงานมีความเป็นแบบแผน ดูน่าเชื่อถือ	-	-	3.50 (มาก)	5	3.53 (มาก)	4	3.50 (มาก)	5	3.48 (ปานกลาง)	5	3.18 (ปานกลาง)	4
4.ที่ตั้งของสำนักงานอยู่ในย่านทำเลธุรกิจ	-	-	3.07 (ปานกลาง)	7	3.14 (ปานกลาง)	7	3.24 (ปานกลาง)	8	3.20 (ปานกลาง)	8	3.08 (ปานกลาง)	8
5.มีอินเตอร์เน็ตให้บริการ	-	-	2.66 (ปานกลาง)	8	3.24 (ปานกลาง)	5	3.39 (ปานกลาง)	6	3.36 (ปานกลาง)	6	3.13 (ปานกลาง)	7
6.มีบริการขนมและเครื่องดื่ม	-	-	3.34 (ปานกลาง)	6	3.03 (ปานกลาง)	8	3.35 (ปานกลาง)	7	3.36 (ปานกลาง)	6	3.16 (ปานกลาง)	6

ตารางที่29(ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ

จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ(ต่อ)	ระดับการศึกษา											
	ปริญญาตรี								ปริญญาโท			
	ปี1		ปี2		ปี3		ปี4		ปี1		ปี2	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
7.มีเก้าอี้ให้นั่งรอเพียงพอ	-	-	3.64 (มาก)	4	3.24 (ปานกลาง)	5	3.57 (มาก)	4	3.60 (มาก)	4	3.18 (ปานกลาง)	4
8.สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม	-	-	4.20 (มาก)	1	3.67 (มาก)	3	3.81 (มาก)	2	3.80 (มาก)	2	3.29 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	-	-	3.55 (มาก)		3.47 (ปานกลาง)		3.58 (มาก)		3.58 (มาก)		3.19 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 29 พบว่าปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงระดับการศึกษา โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ยกเว้นระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 3 และปริญญาโท ปี 2 ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม (ค่าเฉลี่ย 4.20) บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง (ค่าเฉลี่ย 4.18) และ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 3 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง (ค่าเฉลี่ย 4.16) อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.71) และสถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 4 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง (ค่าเฉลี่ย 4.07) สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม (ค่าเฉลี่ย 3.81) และ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี 1 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง (ค่าเฉลี่ย 4.08) สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม (ค่าเฉลี่ย 3.80) และ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี 2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง (ค่าเฉลี่ย 4.05) อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.55) และสถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับการศึกษา											
	ปริญญาตรี								ปริญญาโท			
	ปี1		ปี2		ปี3		ปี4		ปี1		ปี2	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.การชำระค่าโครงการทำได้หลายวิธี	-	-	4.20 (มาก)	5	3.95 (มาก)	5	3.93 (มาก)	6	3.92 (มาก)	6	3.66 (มาก)	5
2.มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ	-	-	4.23 (มาก)	4	4.48 (มาก)	1	4.42 (มาก)	1	4.40 (มาก)	2	4.08 (มาก)	2
3.ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อและประสิทธิภาพ	-	-	4.50 (มากที่สุด)	1	4.24 (มาก)	2	4.42 (มาก)	1	4.44 (มาก)	1	4.18 (มาก)	1
4.พนักงานกล่าวทักทายต้อนรับสม่ำเสมอ	-	-	4.48 (มาก)	2	4.00 (มาก)	4	3.99 (มาก)	5	4.00 (มาก)	5	3.71 (มาก)	4
5.ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน	-	-	4.39 (มาก)	3	4.19 (มาก)	3	4.19 (มาก)	3	4.20 (มาก)	3	3.84 (มาก)	3
6.มีการสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ	-	-	4.20 (มาก)	5	3.71 (มาก)	6	4.08 (มาก)	4	4.08 (มาก)	4	3.63 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	-	-	4.33 (มาก)		4.10 (มาก)		4.17 (มาก)		4.17 (มาก)		3.85 (มาก)	

จากตารางที่30 พบว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงระดับการศึกษา โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล (ค่าเฉลี่ย4.50) พนักงานกล่าวทักทายต้อนรับสม่ำเสมอ(ค่าเฉลี่ย 4.48) และ ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน(ค่าเฉลี่ย4.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี3 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือมีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย4.48) ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล (ค่าเฉลี่ย4.24) และ ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน(ค่าเฉลี่ย4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี4 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย4.42) ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล (ค่าเฉลี่ย4.42) และ ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน(ค่าเฉลี่ย4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี1 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล(ค่าเฉลี่ย4.44) มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย4.40) และ ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน(ค่าเฉลี่ย4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล(ค่าเฉลี่ย4.18) มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย4.08) และ ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน(ค่าเฉลี่ย3.84)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 4,000 บาท		4,001 – 6,000 บาท		6,001 – 8,000 บาท		8,001 – 10,000 บาท		10,001 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.เอเจนซีที่มีความน่าเชื่อถือ	4.87 (มากที่สุด)	1	4.81 (มากที่สุด)	1	4.55 (มากที่สุด)	1	3.68 (มาก)	7	4.59 (มากที่สุด)	1
2.มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย	4.04 (มาก)	3	4.14 (มาก)	3	4.00 (มาก)	6	3.68 (มาก)	7	3.88 (มาก)	4
3.มีตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย	4.04 (มาก)	3	3.99 (มาก)	5	4.16 (มาก)	3	3.68 (มาก)	7	3.76 (มาก)	6
4.อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง	4.74 (มากที่สุด)	2	4.28 (มาก)	2	4.16 (มาก)	3	3.73 (มาก)	6	3.88 (มาก)	4
5.จัดหาสถานที่พักที่ต่างประเทศให้	4.00 (มาก)	5	4.04 (มาก)	4	4.18 (มาก)	2	4.00 (มาก)	1	3.27 (ปานกลาง)	8
6.มีพนักงานพาไปขอวีซ่า ที่กรุงสุลา	3.67 (มาก)	9	3.58 (มาก)	9	3.96 (มาก)	7	3.09 (ปานกลาง)	10	3.31 (ปานกลาง)	7
7.จัดหาเที่ยวบินในการเดินทางให้	3.98 (มาก)	6	3.66 (มาก)	7	3.57 (มาก)	9	4.00 (มาก)	1	3.06 (ปานกลาง)	9
8.มีพนักงานพาไปส่งถึงสถานที่ทำงาน ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา	2.85 (ปานกลาง)	11	3.12 (ปานกลาง)	11	3.33 (ปานกลาง)	10	4.00 (มาก)	1	2.71 (ปานกลาง)	10
9.มีการเตรียมอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกให้อาศัย ณ ต่างประเทศ เช่น ผ้าห่มหมอน	3.72 (มาก)	8	3.29 (ปานกลาง)	10	3.22 (ปานกลาง)	11	3.09 (ปานกลาง)	10	2.45 (น้อย)	11
10.มีความร่วมมือกับองค์กรที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ	3.91 (มาก)	7	3.81 (มาก)	6	4.14 (มาก)	5	4.00 (มาก)	1	4.35 (มาก)	2

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้าน
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	ต่ำกว่า 4,000 บาท		4,001 – 6,000 บาท		6,001 – 8,000 บาท		8,001 – 10,000 บาท		10,001 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย ย	ลำดับ ค บ	ค่าเฉลี่ย ย	ลำดับ ค บ	ค่าเฉลี่ย ย	ลำดับ ค บ	ค่าเฉลี่ย ย	ลำดับ ค บ	ค่าเฉลี่ย ย	ลำดับ ค บ
11.มีการทำประกันอุบัติเหตุ และประกันสุขภาพให้กับ ผู้เข้าร่วมโครงการตลอด ระยะเวลาในการเข้าร่วม โครงการฯ	3.48 (ปาน กลาง)	10	3.59 (มาก)	8	3.76 (มาก)	8	4.00 (มาก)	1	4.12 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.94 (มาก)		3.85 (มาก)		3.91 (มาก)		3.72 (มาก)		3.58 (มาก)	

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้
เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัย
ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.87)
อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง (ค่าเฉลี่ย 4.74) และมีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย ,
มีตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 4,000-6,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัย
ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.81)
อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง (ค่าเฉลี่ย 4.28) และมีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย
(ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-8,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัย
ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.55)

จัดหาสถานที่พักที่ต่างประเทศให้(ค่าเฉลี่ย4.18) และ มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย , มีตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย(ค่าเฉลี่ย4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 8,001-10,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ จัดหาสถานที่พักที่ต่างประเทศให้,จัดหาเที่ยวบินในการเดินทางให้,มีพนักงานพาไปส่งถึงสถานที่ทำงาน ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา,มีความร่วมมือกับบริษัท/องค์กรที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการทำงานได้,มีการทำประกันอุบัติเหตุและประกันสุขภาพให้กับผู้เข้าร่วมโครงการตลอดระยะเวลาในการเข้าร่วมโครงการฯ (ค่าเฉลี่ย4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้10,000 บาทขึ้นไป เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.61) มีความร่วมมือกับบริษัท/องค์กรที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการทำงานได้(ค่าเฉลี่ย4.37) และ มีการทำประกันอุบัติเหตุและประกันสุขภาพให้กับผู้เข้าร่วมโครงการตลอดระยะเวลาในการเข้าร่วมโครงการฯ(ค่าเฉลี่ย4.12)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านราคา
จำแนกตามรายได้

ปัจจัยย่อยด้านราคา	ต่ำกว่า 4,000 บาท		4,001 – 6,000 บาท		6,001 – 8,000 บาท		8,001 – 10,000 บาท		10,001 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.อัตราค่าเข้าร่วมโครงการต่ำกว่า เอเจนซี่ อื่นๆ	3.17 (ปานกลาง)	7	3.87 (มาก)	3	3.06 (ปานกลาง)	7	3.41 (ปานกลาง)	5	3.75 (มาก)	5
2.มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด	4.15 (มาก)	1	3.84 (มาก)	4	3.86 (มาก)	2	3.68 (มาก)	2	4.47 (มาก)	1
3.มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้	4.00 (มาก)	2	4.00 (มาก)	2	3.57 (มาก)	5	3.36 (ปานกลาง)	7	4.12 (มาก)	3
4.เอเจนซี่สามารถจัดหาตัวเครื่องบิ นในราคาถูกลงกว่าซื้อด้วยตัวเอง	3.83 (มาก)	4	4.07 (มาก)	1	3.35 (ปานกลาง)	6	4.00 (มาก)	1	4.22 (มาก)	2
5.มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่า	3.61 (มาก)	5	3.72 (มาก)	5	4.00 (มาก)	1	3.68 (มาก)	2	4.00 (มาก)	4
6.มีการลดราคาสำหรับการสมัครเป็นกลุ่ม	3.61 (มาก)	5	3.60 (มาก)	6	3.78 (มาก)	3	3.41 (ปานกลาง)	5	3.65 (มาก)	6
7.มีการลดราคาสำหรับการจัด สอบเข้าร่วมโครงการ	4.00 (มาก)	2	3.52 (มาก)	7	3.78 (มาก)	3	3.68 (มาก)	2	3.29 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.77 (มาก)		3.80 (มาก)		3.63 (มาก)		3.60 (มาก)		3.93 (มาก)	

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยย่อยด้านราคา มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือมีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด(ค่าเฉลี่ย4.15)มีการลดราคาสำหรับการจัดสอบเข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย4.00) และ มีการลดราคาสำหรับการจัดสอบเข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 4,000-6,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่สามารถจัดหาตั๋วเครื่องบินในราคาถูกกว่าซื้อด้วยตัวเอง (ค่าเฉลี่ย4.07) มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้(ค่าเฉลี่ย4.00) และ อัตราค่าเข้าร่วมโครงการต่ำกว่าเอเจนซี่อื่นๆ(ค่าเฉลี่ย3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-8,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่า(ค่าเฉลี่ย4.00) มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด(ค่าเฉลี่ย3.85) และ มีการลดราคาสำหรับการสมัครเป็นกลุ่ม,มีการลดราคาสำหรับการจัดสอบเข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 8,001-10,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือเอเจนซี่สามารถจัดหาตั๋วเครื่องบินในราคาถูกกว่าซื้อด้วยตัวเอง(ค่าเฉลี่ย4.00) มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด,มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่า,มีการลดราคาสำหรับการจัดสอบเข้าร่วมโครงการ(3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้10,000 บาทขึ้นไป เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือมีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด(ค่าเฉลี่ย4.47) เอเจนซี่สามารถจัดหาตั๋วเครื่องบินในราคาถูกกว่าซื้อด้วยตัวเอง (ค่าเฉลี่ย4.22) และ มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้ (ค่าเฉลี่ย4.12)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 4,000 บาท		4,001 – 6,000 บาท		6,001 – 8,000 บาท		8,001 – 10,000 บาท		10,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก	3.72 (มาก)	2	3.86 (มาก)	3	4.14 (มาก)	2	3.41 (ปานกลาง)	4	3.65 (มาก)	3
2.มีที่จอดรถเพียงพอ	2.76 (ปานกลาง)	5	3.36 (ปานกลาง)	5	3.18 (ปานกลาง)	5	3.41 (ปานกลาง)	4	2.92 (ปานกลาง)	5
3.สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ	4.57 (มากที่สุด)	1	4.41 (มาก)	1	4.57 (มากที่สุด)	1	3.68 (มาก)	1	4.24 (มาก)	1
4.ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ	3.54 (มาก)	4	3.88 (มาก)	2	4.00 (มาก)	3	3.68 (มาก)	1	3.67 (มาก)	2
5.ระยะเวลาการเปิดปิดของเอเจนซี่	3.70 (มาก)	3	3.41 (ปานกลาง)	4	3.45 (ปานกลาง)	4	3.68 (มาก)	1	3.29 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.66 (มาก)		3.78 (มาก)		3.87 (มาก)		3.57 (มาก)		3.55 (มาก)	

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.57)ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย3.72) และ ระยะเวลาการเปิดปิดของเอเจนซี่(ค่าเฉลี่ย3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 4,000-6,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.41) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ที่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย3.88) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ ว่าง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-8,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย4.57) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ ว่าง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย4.14) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ที่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 8,001-10,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ,ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ที่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ, ระยะเวลาการเปิดปิดของเอเจนซี่(ค่าเฉลี่ย3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้10,000 บาทขึ้นไป เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่ที่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.24) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ที่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย3.67) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ ว่าง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย3.65)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับที่มีความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรายได้

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 4,000 บาท		4,001 – 6,000 บาท		6,001 – 8,000 บาท		8,001 – 10,000 บาท		10,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ	3.85 (มาก)	4	3.74 (มาก)	2	3.86 (มาก)	2	3.91 (มาก)	1	4.04 (มาก)	3
2.มีwebsiteให้ข้อมูลครบถ้วน เป็นประโยชน์	4.15 (มาก)	1	4.21 (มาก)	1	4.27 (มาก)	1	3.91 (มาก)	1	4.51 (มาก)	1
3.มีของที่ระลึกให้ เช่น เสื้อ ใครงการ กระเป๋า	3.00 (ปานกลาง)	7	3.01 (ปานกลาง)	8	3.41 (ปานกลาง)	7	3.23 (ปานกลาง)	8	3.06 (ปานกลาง)	8
4.มีการเล่าประสบการณ์รุ่นก่อนอย่างครบถ้วน	4.15 (มาก)	1	3.61 (มาก)	4	3.69 (มาก)	4	3.59 (มาก)	5	4.04 (มาก)	3
5.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านนิตยสาร วารสาร	3.59 (มาก)	5	3.29 (กลาง)	6	3.61 (มาก)	6	3.91 (มาก)	1	3.78 (มาก)	6
6.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านแผ่นพับ ใบปลิว	3.59 (มาก)	5	3.66 (มาก)	3	3.73 (มาก)	3	3.91 (มาก)	1	3.92 (มาก)	5
7.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านคลื่นวิทยุท้องถิ่น	2.98 (กลาง)	8	2.90 (กลาง)	9	3.14 (กลาง)	8	2.59 (กลาง)	10	2.69 (กลาง)	10
8.มีการส่งการ์ดอวยพรวันเกิดให้ผู้เข้าร่วมโครงการ	2.17 (น้อย)	11	2.29 (น้อย)	11	2.06 (น้อย)	10	2.59 (กลาง)	10	2.33 (น้อย)	11
9.มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น การจัดงานปาร์ตี้	2.50 (ปานกลาง)	10	2.59 (ปานกลาง)	10	2.06 (น้อย)	10	2.91 (ปานกลาง)	9	2.92 (ปานกลาง)	9
10.มีการออกนุสรประชาสัมพันธ์ที่สถานศึกษา	3.98 (มาก)	3	3.55 (มาก)	5	3.69 (มาก)	4	3.59 (มาก)	5	4.16 (มาก)	2
11.มีการโฆษณาโดยใช้ป้ายโฆษณาภายนอกสถานที่ เช่น สีแยกไฟแดง	2.74 (ปานกลาง)	9	3.04 (ปานกลาง)	7	2.90 (ปานกลาง)	9	3.59 (มาก)	5	3.22 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.34 (ปานกลาง)		3.26 (ปานกลาง)		3.31 (ปานกลาง)		3.43 (ปานกลาง)		3.52 (มาก)	

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ยกเว้นรายได้ 10,000 บาทขึ้นไป อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อย ที่มี ค่าเฉลี่ย สูง สุด 3 ลำดับ แรก คือ มี website ของ เอเจนซี่ ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail , มีการเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อนให้ทราบอย่างครบถ้วน(ค่าเฉลี่ย4.15) และ มีการออกนุชรประชาสัมพันธ์โครงการที่สถานศึกษา(ค่าเฉลี่ย3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 4,000-6,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อย ที่มี ค่าเฉลี่ย สูง สุด 3 ลำดับ แรก คือ มี website ของ เอเจนซี่ ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail (ค่าเฉลี่ย4.21) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ(ค่าเฉลี่ย 3.74) และ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านแผ่นพับ หรือ ใบปลิว(ค่าเฉลี่ย3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-8,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail (ค่าเฉลี่ย4.27)มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ(ค่าเฉลี่ย3.86) และ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านแผ่นพับ หรือ ใบปลิว(ค่าเฉลี่ย3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 8,001-10,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ / มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail /มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านนิตยสาร หรือ วารสาร /มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านแผ่นพับ หรือ ใบปลิว(ค่าเฉลี่ย3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้10,000 บาทขึ้นไป เลือกใช้เอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail (ค่าเฉลี่ย4.51) มีการออกนุชรที่สถานศึกษา(ค่าเฉลี่ย4.16) และ มีการโฆษณา เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ / มีการเล่าประสบการณ์ของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อนให้ทราบอย่างครบถ้วน(ค่าเฉลี่ย4.04)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	ต่ำกว่า 4,000 บาท		4,001 – 6,000 บาท		6,001 – 8,000 บาท		8,001 – 10,000 บาท		10,001 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการบริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี	4.59 (มากที่สุด)	3	4.61 (มากที่สุด)	1	4.69 (มากที่สุด)	4	3.68 (มากที่สุด)	5	4.47 (มากที่สุด)	4
2.พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพมีความเป็นมิตร อธิบายข้อดี	4.74 (มากที่สุด)	2	4.55 (มากที่สุด)	2	4.84 (มากที่สุด)	1	4.00 (มากที่สุด)	1	4.59 (มากที่สุด)	1
3.พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.87 (มากที่สุด)	1	4.55 (มากที่สุด)	2	4.84 (มากที่สุด)	1	4.00 (มากที่สุด)	1	4.59 (มากที่สุด)	1
4.มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ	4.59 (มากที่สุด)	3	3.86 (มากที่สุด)	5	4.45 (มากที่สุด)	5	3.68 (มากที่สุด)	5	4.00 (มากที่สุด)	5
5.ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน	4.57 (มากที่สุด)	5	4.00 (มากที่สุด)	4	4.84 (มากที่สุด)	1	4.00 (มากที่สุด)	1	4.59 (มากที่สุด)	1
6.พนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ	3.70 (มากที่สุด)	6	3.53 (มากที่สุด)	6	3.90 (มากที่สุด)	6	4.00 (มากที่สุด)	1	3.41 (มากที่สุด)	6
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.51 (มากที่สุด)		4.18 (มากที่สุด)		4.59 (มากที่สุด)		3.89 (มากที่สุด)		4.28 (มากที่สุด)	

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยย่อยด้านบุคลากร มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ยกเว้น ช่วงรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท และ 6,001-8,000 บาท อยู่ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.87) พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อธิษาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.74) และ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี, มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 4,000-6,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.61) พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อธิษาศัยดี/พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-8,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อธิษาศัยดี, พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ, ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 8,001-10,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อธิษาศัยดี, พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ, ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน, พนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 บาทขึ้นไป เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อธิษาศัยดี, พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ, ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.59)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้าน
ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทาง กายภาพ	ต่ำกว่า 4,000 บาท		4,001 – 6,000 บาท		6,001 – 8,000 บาท		8,001 – 10,000 บาท		10,001 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.บรรยากาศภายใน เอเจนซี่แสดงถึงความเป็น มืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญ สูง	4.59 (มาก ที่สุด)	1	4.02 (มาก)	1	4.27 (มาก)	1	3.59 (มาก)	4	3.90 (มาก)	1
2.อุปกรณ์สำนักงาน มี ความทันสมัย	3.72 (มาก)	4	3.74 (มาก)	3	3.86 (มาก)	3	3.59 (มาก)	4	3.57 (มาก)	2
3.เครื่องแต่งกายของพนักงาน มีความเป็นแบบแผน ดู น่าเชื่อถือ	3.43 (ปาน กลาง)	6	3.34 (ปาน กลาง)	5	4.02 (มาก)	2	3.91 (มาก)	2	2.98 (ปาน กลาง)	4
4.ที่ตั้งของสำนักงานอยู่ใน ย่านทำเลธุรกิจ	3.46 (ปาน กลาง)	5	3.01 (ปาน กลาง)	8	3.31 (ปาน กลาง)	7	3.59 (มาก)	4	2.86 (ปาน กลาง)	7
5.มีอินเทอร์เน็ตทำให้ใช้ บริการ	3.07 (ปาน กลาง)	8	3.28 (ปาน กลาง)	6	3.47 (ปาน กลาง)	4	3.59 (มาก)	4	2.73 (ปาน กลาง)	8
6.มีบริการขนมและ เครื่องดื่ม	3.20 (ปาน กลาง)	7	3.21 (ปาน กลาง)	7	3.24 (ปาน กลาง)	8	4.23 (มาก)	1	2.96 (ปาน กลาง)	5
7.มีเก้าอี้ให้นั่งรอเพียงพอ	3.74 (มาก)	3	3.60 (มาก)	4	3.37 (ปาน กลาง)	6	3.59 (มาก)	4	2.96 (ปาน กลาง)	5
8.สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม	4.04 (มาก)	2	3.87 (มาก)	2	3.47 (ปาน กลาง)	4	3.91 (มาก)	2	3.57 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.66 (มาก)		3.51 (มาก)		3.63 (มาก)		3.75 (มาก)		3.19 (ปาน กลาง)	

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ยกเว้น ช่วงรายได้มากกว่า 10,000 บาท อยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง (ค่าเฉลี่ย4.59) สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม (ค่าเฉลี่ย4.04) และ มีเก้าอี้ให้นั่งรอเพียงพอ(ค่าเฉลี่ย3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 4,000-6,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง (ค่าเฉลี่ย4.02) สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม (ค่าเฉลี่ย3.87) และ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต้ะทำงาน มีความทันสมัย(ค่าเฉลี่ย3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-8,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง (ค่าเฉลี่ย4.27) เครื่องแต่งกายของพนักงานมีความเป็นแบบแผน ดูน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.02) และ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต้ะทำงาน มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 8,001-10,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีบริการขนมและเครื่องดื่ม(ค่าเฉลี่ย4.23) สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม (ค่าเฉลี่ย3.91) และ เครื่องแต่งกายของพนักงานมีความเป็นแบบแผน ดูน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้10,000 บาทขึ้นไป เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง (ค่าเฉลี่ย3.90) สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม (ค่าเฉลี่ย3.57) และ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต้ะทำงาน มีความทันสมัย(ค่าเฉลี่ย3.57)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการต่อปัจจัยย่อยด้าน
กระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ต่ำกว่า 4,000 บาท		4,001 – 6,000 บาท		6,001 – 8,000 บาท		8,001 – 10,000 บาท		10,001 บาท ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.การชำระค่าโครงการทำไ ด้หลายวิธี	4.04 (มาก)	5	4.07 (มาก)	3	3.88 (มาก)	6	3.59 (มาก)	5	3.80 (มาก)	6
2.มีการติดตามข้อมูลของผู้ เข้าร่วมโครงการอย่าง สม่ำเสมอ	4.30 (มาก)	1	4.42 (มาก)	1	4.41 (มาก)	3	3.91 (มาก)	1	4.39 (มาก)	2
3.ความรวดเร็วของ กระบวนการติดต่อ และ ประสิทธิภาพในการ ติดตามผล	4.28 (มาก)	3	4.34 (มาก)	2	4.41 (มาก)	3	3.91 (มาก)	1	4.63 (มาก ที่สุด)	1
4.พนักงานมีการกล่าว ทักทายต้อนรับสม่ำเสมอ	4.00 (มาก)	6	4.00 (มาก)	5	4.31 (มาก)	5	3.91 (มาก)	1	3.92 (มาก)	4
5.ขั้นตอนการสมัครไม่ ยุ่งยากซับซ้อน	4.28 (มาก)	3	4.01 (มาก)	4	4.55 (มาก ที่สุด)	1	3.32 (ปาน กลาง)	6	4.39 (มาก)	2
6.มีการสอบถามความพึง พอใจของ ผู้เข้าร่วมโครงการ	4.30 (มาก)	1	3.58 (มาก)	6	4.43 (มาก)	2	3.91 (มาก)	1	3.92 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.20 (มาก)		4.07 (มาก)		4.33 (มาก)		3.76 (มาก)		4.18 (มาก)	

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม
ทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัย
ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ, มี

การสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย4.30) ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล,ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน(ค่าเฉลี่ย4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 4,000-6,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ(ค่าเฉลี่ย4.42) ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล(ค่าเฉลี่ย 4.34) และการชำระค่าโครงการทำได้หลายวิธี (ค่าเฉลี่ย4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-8,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน(ค่าเฉลี่ย4.55) มีการสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย 4.43) และมีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ,ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล(ค่าเฉลี่ย4.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 8,001-10,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ,ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล,พนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับสม่ำเสมอ,มีการสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้10,000 บาทขึ้นไป เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล(ค่าเฉลี่ย4.63) มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ(ค่าเฉลี่ย 4.39) และ ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน(ค่าเฉลี่ย4.39)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการใช้บริการเอเจนซี่โครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนร้อยละค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่สำคัญต่อการเลือกเอเจนซี่

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	พบ ปัญหา 1	ระดับปัญหาที่พบ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1.จำนวนตำแหน่งงานไม่เพียงพอ	จำนวน ร้อยละ	234 88	27 11.5	91 38.9	77 32.0	26 11.1	13 5.6	3.40 (ปาน กลาง)	1
2.ไม่สามารถเลือกสถานที่ทำงานที่ ตัวเองต้องการ	จำนวน ร้อยละ	234 88	46 19.7	32 13.7	85 36.3	64 27.4	7 3.0	3.20 (ปาน กลาง)	2
3.ไม่มีการรับรองความปลอดภัยใน การดำรงชีวิตในต่างแดน	จำนวน ร้อยละ	214 87.6	6 2.8	58 27.1	53 24.8	90 42.1	7 3.3	2.84 (ปาน กลาง)	4
4.ไม่มีการจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้	จำนวน ร้อยละ	233 80.5	7 3.0	32 13.7	98 42.1	68 29.2	28 12.0	2.67 (ปาน กลาง)	5
5.ไม่มีบริษัทที่มีชื่อเสียงใน ต่างประเทศให้เลือกทำงาน	จำนวน ร้อยละ	189 71.1	7 3.7	53 28.0	52 27.5	58 30.7	19 10.1	2.85 (ปาน กลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล								2.99 (ปาน กลาง)	

จากตาราง38 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบมากที่สุด คือจำนวนตำแหน่งงานไม่เพียงพอ พบปัญหาร้อยละ88.0 ,ไม่สามารถเลือกสถานที่ทำงานที่ตัวเองต้องการ พบปัญหาร้อยละ88.0 รองลงมาคือ ไม่มีการจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้ พบปัญหาร้อยละ87.6 ไม่มีการรับรองความปลอดภัยในการดำรงชีวิตในต่างแดน พบปัญหาร้อยละ80.5และ ไม่มีบริษัทที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศให้เลือกทำงาน พบปัญหาร้อยละ71.1

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนร้อยละค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านราคาที่มีความสำคัญต่อการเลือกเอเจนซี่

ปัญหาด้านราคา		พบ ปัญหา 1	ระดับปัญหาที่พบ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
			มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
1.อัตราค่าเข้าร่วมโครงการ สูงกว่าเอเจนซี่อื่นๆ	จำนวน	234	12	34	116	72	0	2.94	1
	ร้อยละ	88.0	5.1	14.5	49.6	30.8	0.0	(ปานกลาง)	
2.การแจ้งอัตราค่าร่วมโครงการ และค่าใช้จ่ายอื่นๆไม่ชัดเจน	จำนวน	188	6	13	40	90	39	2.24	2
	ร้อยละ	70.7	3.2	6.9	21.3	47.9	20.7	(น้อย)	
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล							2.59	(ปานกลาง)	

จากตาราง 39 พบว่าปัญหาด้านราคาที่พบมากที่สุด คือ อัตราค่าเข้าร่วมโครงการสูงกว่าเอเจนซี่ อื่นๆ พบปัญหาร้อยละ 88.0 รองลงมาคือ การแจ้งอัตราค่าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆไม่ชัดเจน พบปัญหาร้อยละ 70.7

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญต่อการเลือกเอเจนซี่

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		พบปัญหา	ระดับปัญหาที่พบ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
			มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ที่ตั้งเอเจนซี่อยู่ในทำเลที่ไม่สะดวก	จำนวน	169	0	6	58	99	6	2.38 (น้อย)	2
	ร้อยละ	63.5	0	3.6	34.3	58.6	3.6		
2.ไม่มีที่จอดรถที่เพียงพอ	จำนวน	222	7	57	47	85	26	2.70 (ปานกลาง)	1
	ร้อยละ	83.5	3.2	25.7	21.2	38.3	11.7		
3.สำนักงานเอเจนซี่ไม่มีความน่าเชื่อถือ	จำนวน	164	0	6	52	73	33	2.19 (น้อย)	3
	ร้อยละ	61.7	0	3.7	31.7	44.5	20.1		
ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล							2.42 (น้อย)		

จากตาราง 40 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบมากที่สุด คือ ไม่มีที่จอดรถที่เพียงพอ พบปัญหาร้อยละ 83.5 รองลงมา คือ ที่ตั้งเอเจนซี่อยู่ในทำเลที่ไม่สะดวก พบปัญหาร้อยละ 63.5 และสำนักงานเอเจนซี่ไม่มีความน่าเชื่อถือ พบปัญหาร้อยละ 61.7

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกเอเจนซี่

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด		พบปัญหา	ระดับปัญหาที่พบ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
			มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.มีการโฆษณาไม่ตรงกับความจริง	จำนวน	183	19	26	54	45	39	2.68	1
	ร้อยละ	66.8	10.4	14.2	29.5	24.6	21.3	(ปานกลาง)	
2.การให้ข่าวสารไม่ต่อเนื่องไม่ชัดเจน	จำนวน	201	20	6	53	84	38	2.43	2
	ร้อยละ	75.6	10.0	3.0	26.3	41.8	18.9	(น้อย)	
3.เว็บไซต์มีปัญหาเข้าไปใช้งานยาก	จำนวน	200	6	6	57	98	33	2.27	3
	ร้อยละ	75.2	3.0	3.0	28.5	49.0	16.7	(น้อย)	
ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล							2.46 (น้อย)		

จากตาราง 41 พบว่าปัญหาด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่พบมากที่สุด คือ การให้ข่าวสารไม่ต่อเนื่องไม่ชัดเจน พบปัญหาร้อยละ 75.6 รองลงมาคือ เว็บไซต์มีปัญหาเข้าไปใช้งานยาก พบปัญหาร้อยละ 75.2 และ มีการโฆษณาไม่ตรงกับความจริง พบปัญหาร้อยละ 68.8

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่มีความสำคัญต่อการเลือกเอเจนซี่

ปัญหาด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	พบ ปัญหา	ระดับปัญหาที่พบ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	
		มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1.พนักงานขาดความชำนาญ และขาดประสบการณ์ ในการให้บริการ	จำนวน ร้อยละ	178 66.9	0 0	13 7.3	46 25.8	86 48.3	33 18.5	2.22 (น้อย)	2
2.พนักงานที่ให้บริการไม่เป็น มิตร อธิบายไม่ดี	จำนวน ร้อยละ	183 68.8	7 3.8	6 3.2	26 14.2	91 49.7	53 29.0	2.03 (น้อย)	4
3.พนักงานมีการให้บริการที่ ล่าช้า ไม่มีความถูกต้อง	จำนวน ร้อยละ	190 71.4	0 0	7 3.7	58 30.5	84 44.2	41 21.6	2.16 (น้อย)	3
4.จำนวนพนักงานที่ให้ บริการไม่เพียงพอ	จำนวน ร้อยละ	201 75.6	0 0	7 3.5	77 38.3	86 42.8	31 15.4	2.30 (น้อย)	1
ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล							2.18 (น้อย)		

จากตาราง 42 พบว่าปัญหาด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่พบมากที่สุด คือ จำนวนพนักงานที่ให้บริการไม่เพียงพอ พบปัญหาร้อยละ 75.6 รองลงมาคือ พนักงานมีการให้บริการที่ล่าช้า ไม่มีความถูกต้อง พบปัญหาร้อยละ 71.4 พนักงานขาดความชำนาญและขาดประสบการณ์ในการให้บริการ พบปัญหาร้อยละ 66.9 และ พนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อธิบายไม่ดี พบปัญหาร้อยละ 68.8

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพที่มีความสำคัญต่อการเลือกเอเจนซี

ปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ		พบปัญหา	ระดับปัญหาที่พบ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
			มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.เครื่องแต่งกายของพนักงานไม่เหมาะสม/ไม่น่าเชื่อถือ	จำนวนร้อยละ	196 73.7	7 3.4	0 0	46 2.0	84 42.9	59 30.1	2.04 (น้อย)	2
2.สำนักงานเอเจนซีไม่เป็นระเบียบ ไม่เรียบร้อย ไม่ทันสมัย	จำนวนร้อยละ	197 74.1	7 3.6	0 0	40 20.3	111 56.3	39 19.8	2.11 (น้อย)	1
3.ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ ภายในสำนักงานเอเจนซี	จำนวนร้อยละ	195 73.3	0 0	7 3.6	0 0	151 77.4	37 19.0	1.88 (น้อย)	4
4.ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซีห่างไกลจากย่านธุรกิจ/ย่านการศึกษา	จำนวนร้อยละ	152 57.1	7 4.6	0 0	12 7.9	88 57.9	45 29.6	1.92 (น้อย)	3
ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล								1.99 (น้อย)	

จากตาราง43 พบว่าปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพที่พบมากที่สุด คือ สำนักงานเอเจนซีไม่เป็นระเบียบ ไม่เรียบร้อย ไม่ทันสมัย พบปัญหาร้อยละ74.1 รองลงมาคือ เครื่องแต่งกายของพนักงานไม่เหมาะสม/ไม่น่าเชื่อถือ พบปัญหาร้อยละ73.7 ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำภายในสำนักงานเอเจนซี พบปัญหาร้อยละ73.3 และ ที่ตั้งของ สำนักงานเอเจนซีห่างไกลจากย่านธุรกิจ/ย่านการศึกษา พบปัญหาร้อยละ57.1

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนร้อยละค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่มีความสำคัญต่อการเลือกเอเจนซี

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ		พบปัญหา	ระดับปัญหาที่พบ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
			มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.วิธีการสมัครเข้าร่วมโครงการยุ่งยาก ซับซ้อน	จำนวน	158	0	7	66	72	13	2.42 (น้อย)	2
	ร้อยละ	59.4	0	4.4	41.8	45.6	8.2		
2.ขั้นตอนการชำระเงินยุ่งยาก	จำนวน	163	0	7	59	66	31	2.26 (น้อย)	4
	ร้อยละ	61.3	0	4.3	36.2	40.5	19.0		
3.การติดต่อเอเจนซีแต่ละครั้งใช้เวลานาน	จำนวน	170	7	7	65	71	20	2.47 (น้อย)	1
	ร้อยละ	63.9	4.1	4.1	38.2	41.8	11.8		
4. ความล่าช้าของกระบวนการติดต่อ ขาดการติดตามผล	จำนวน	209	0	20	65	99	25	2.38 (น้อย)	3
	ร้อยละ	78.6	0	9.6	31.1	47.4	12.0		
ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล							2.38 (น้อย)		

จากตารางที่ 44 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการให้บริการที่พบมากที่สุด คือ ความล่าช้าของกระบวนการติดต่อ ขาดการติดตามผล พบปัญหาร้อยละ 78.6 รองลงมา คือ การติดต่อเอเจนซีแต่ละครั้งใช้เวลานาน พบปัญหาร้อยละ 63.9 ขั้นตอนการชำระเงินยุ่งยาก พบปัญหาร้อยละ 61.3 และวิธีการสมัครเข้าร่วมโครงการยุ่งยาก ซับซ้อน พบปัญหาร้อยละ 59.4

ตารางที่ 45 ปัญหาที่พบในการใช้บริการเอเจนซี่

ปัญหาที่พบในการใช้บริการเอเจนซี่ ที่พบมากที่สุด 5 ลำดับแรก ได้แก่

ปัญหาที่พบในการใช้บริการเอเจนซี่	พบ ปัญหา ร้อยละ	ระดับ ความสำคัญ ของปัญหา (แปลผล)	ปัจจัยย่อย ด้าน
1.จำนวนตำแหน่งงานไม่เพียงพอ	88.0	3.40 (ปานกลาง)	ด้าน ผลิตภัณฑ์
2.ไม่สามารถเลือกสถานที่ทำงานที่ตัวเองต้องการ	88.0	3.20 (ปานกลาง)	ด้าน ผลิตภัณฑ์
3.อัตราค่าเข้าร่วมโครงการ สูงกว่าเอเจนซี่อื่นๆ	88.0	2.94 (ปานกลาง)	ด้านราคา
4.ไม่มีการจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้	87.6	2.67 (ปานกลาง)	ด้าน ผลิตภัณฑ์
5.ไม่มีที่จอดรถที่เพียงพอ	83.5	2.70 (ปานกลาง)	ด้าน ช่องทาง การจัด จำหน่าย

จากตารางที่ 45 พบว่า ปัญหาที่พบในการใช้บริการเอเจนซี่ ที่พบมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ จำนวนตำแหน่งงานไม่เพียงพอ, ไม่สามารถเลือกสถานที่ทำงานที่ต้องการ, อัตราค่าเข้าร่วมโครงการ สูงกว่าที่อื่นๆ โดยทั้งสามปัญหา มีผู้พบปัญหาร้อยละ 88 และลำดับที่สี่ คือ ไม่มีการจัดเตรียม อุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้ มีผู้พบปัญหาร้อยละ 87.6 และ ลำดับที่ห้า คือ ไม่มีที่จอดรถที่เพียงพอ ปัญหาร้อยละ 83.5 ทั้งห้าปัญหา มีความสำคัญของปัญหาในระดับปานกลาง

ตารางที่ 46 แสดงข้อเปรียบเทียบระหว่างระดับความสำคัญในการเลือกเอเจนซี่กับปัญหาที่พบในการใช้บริการเอเจนซี่ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญในการเลือก	ระดับปัญหาที่พบ
1. จำนวนตำแหน่งงาน	3.96 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
2. การเลือกสถานที่ทำงานที่ตัวเองต้องการ	4.01 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)
3. การรับรองความปลอดภัย	3.74 (มาก)	2.84 (ปานกลาง)
4. การจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้	3.17 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
5. บริษัทมีชื่อเสียงในต่างประเทศให้เลือกทำงาน	4.00 (มาก)	2.85 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ จำนวนตำแหน่งงาน, การเลือกสถานที่ทำงานที่ตัวเองต้องการ, การรับรองความปลอดภัย และบริษัทมีชื่อเสียงในต่างประเทศให้เลือกทำงาน เป็นปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญในการเลือก อยู่ในระดับ มาก และ ปัจจัยย่อยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่พบปัญหาในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องการจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้ มีระดับความสำคัญในการเลือกอยู่ในระดับปานกลาง และ เป็นปัจจัยที่พบปัญหาในระดับปานกลาง

ตารางที่ 47 แสดงข้อเปรียบเทียบระหว่างระดับความสำคัญในการเลือกเอเจนซีกับปัญหาที่พบในการใช้บริการเอเจนซีด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญในการเลือก	ระดับปัญหาที่พบ
1.อัตราค่าเข้าร่วมโครงการ สูงกว่าเอเจนซีอื่นๆ	3.54 (มาก)	2.94 (ปานกลาง)
2. การแจ้งอัตราค่าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆ	4.00 (มาก)	2.24 (น้อย)

จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยด้านราคา คือ อัตราค่าเข้าร่วมโครงการ สูงกว่าเอเจนซีอื่นๆ เป็นปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญในการเลือก อยู่ในระดับ มาก และ ปัจจัยย่อยนี้เป็นปัจจัยที่พบปัญหาในระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องการแจ้งอัตราค่าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆ มีระดับความสำคัญในการเลือกอยู่ในระดับมาก และ เป็นปัจจัยที่พบปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 48 แสดงข้อเปรียบเทียบระหว่างระดับความสำคัญในการเลือกเอเจนซีกับปัญหาที่พบในการใช้บริการเอเจนซีด้านปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความสำคัญในการเลือก	ระดับปัญหาที่พบ
1.ทำเลที่ตั้งของเอเจนซีอยู่ในที่สะดวก	3.81 (มาก)	2.38 (น้อย)
2.ที่จอดรถที่เพียงพอ	3.14 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
3.ความน่าเชื่อถือของสำนักงานเอเจนซี	4.37 (มาก)	2.19 (น้อย)

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ คือ ทำเลที่ตั้งของเอเจนซีอยู่ในที่สะดวกและความน่าเชื่อถือของสำนักงานเอเจนซี เป็นปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญในการเลือก อยู่ในระดับ มาก และ ปัจจัยย่อยนี้เป็นปัจจัยที่พบปัญหาในระดับน้อย ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องที่จอดรถที่เพียงพอ มีระดับความสำคัญในการเลือกอยู่ในระดับปานกลาง และเป็นปัจจัยที่พบปัญหาในระดับปานกลาง

ตารางที่ 49 แสดงข้อเปรียบเทียบระหว่างระดับความสำคัญในการเลือกเอเจนซีกับปัญหาที่พบในการใช้บริการเอเจนซีด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญในการเลือก	ระดับปัญหาที่พบ
1.การโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งที่เอเจนซีได้ปฏิบัติ	3.85 (มาก)	2.68 (ปานกลาง)
2.การให้ข่าวสารของโครงการ	3.80 (มาก)	2.43 (น้อย)
3.การใช้งานเว็บไซต์	4.24 (มาก)	2.27 (น้อย)

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การให้ข่าวสารของโครงการและการใช้งานเว็บไซต์ เป็นปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญในการเลือก อยู่ในระดับ มาก และ ปัจจัยย่อยนี้เป็นปัจจัยที่พบปัญหาในระดับน้อย ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องการโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งที่เอเจนซีได้ปฏิบัติ มีระดับความสำคัญในการเลือกอยู่ในระดับมาก และเป็นปัจจัยที่พบปัญหาในระดับปานกลาง

ตารางที่ 50 แสดงข้อเปรียบเทียบระหว่างระดับความสำคัญในการเลือกเอเจนซี่กับปัญหาที่พบในการใช้บริการเอเจนซี่ด้านปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	ระดับความสำคัญในการเลือก	ระดับปัญหาที่พบ
1.ความชำนาญและประสบการณ์ของบุคลากรผู้ให้บริการ	4.52 (มากที่สุด)	2.22 (น้อย)
2.ความเป็นมิตร อธิษาศัยของบุคลากรผู้ให้บริการ	4.60 (มากที่สุด)	2.03 (น้อย)
3. ความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการ	4.36 (มาก)	2.16 (น้อย)
4.จำนวนพนักงานที่ให้บริการมีเพียงพอ	4.11 (มาก)	2.30 (น้อย)

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ คือ ความชำนาญและประสบการณ์ของบุคลากรผู้ให้บริการและความเป็นมิตร อธิษาศัยของบุคลากรผู้ให้บริการ เป็นปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญในการเลือก อยู่ในระดับ มากที่สุด และ ปัจจัยย่อยนี้เป็นปัจจัยที่พบปัญหาในระดับน้อย ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้บริการและจำนวนพนักงานที่ให้บริการมีเพียงพอ มีระดับความสำคัญในการเลือกอยู่ในระดับมาก และ เป็นปัจจัยที่พบปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 51 แสดงข้อเปรียบเทียบระหว่างระดับความสำคัญในการเลือกเอเจนซี่กับปัญหาที่พบในการใช้บริการเอเจนซี่ด้านปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญในการเลือก	ระดับปัญหาที่พบ
1.เครื่องแต่งกายของพนักงานเหมาะสม น่าเชื่อถือ	3.46 (ปานกลาง)	2.04 (น้อย)
2.สำนักงานเอเจนซี่เป็นระเบียบ เรียบร้อย ทันสมัย	3.71 (มาก)	2.11 (น้อย)
3.ความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ ภายในสำนักงานเอเจนซี่	3.77 (มาก)	1.88 (น้อย)
4.ระยะที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่กับย่านธุรกิจ/ย่านการศึกษา	3.16 (ปานกลาง)	1.92 (น้อย)

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ สำนักงานเอเจนซี่เป็นระเบียบ เรียบร้อย ทันสมัยและความสะอาดของสถานที่และห้องน้ำ ภายในสำนักงานเอเจนซี่ เป็นปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญในการเลือก อยู่ในระดับ มาก และ ปัจจัยย่อยนี้เป็นปัจจัยที่พบปัญหาในระดับน้อย ส่วนปัจจัยย่อยเรื่องเครื่องแต่งกายของพนักงานเหมาะสม น่าเชื่อถือและระยะที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่กับย่านธุรกิจ/ย่านการศึกษามีระดับความสำคัญในการเลือกอยู่ในระดับปานกลาง และเป็นปัจจัยที่พบปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 52 แสดงข้อเปรียบเทียบระหว่างระดับความสำคัญในการเลือกเอเจนซี่กับปัญหาที่พบในการใช้บริการเอเจนซี่ด้านปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญในการเลือก	ระดับปัญหาที่พบ
1. ขั้นตอนและวิธีการสมัครเข้าร่วมโครงการ	4.17 (มาก)	2.42 (น้อย)
2. ขั้นตอนการชำระเงิน	3.94 (มาก)	2.26 (น้อย)
3. ระยะเวลาในการติดต่อเอเจนซี่แต่ละครั้ง	4.36 (มาก)	2.47 (น้อย)
4 การติดตามผล	4.35 (มาก)	2.38 (น้อย)

จากตารางที่ 52 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ ขั้นตอนและวิธีการสมัครเข้าร่วมโครงการ, ขั้นตอนการชำระเงิน, ระยะเวลาในการติดต่อเอเจนซี่แต่ละครั้ง, การติดตามผล เป็นปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญในการเลือก อยู่ในระดับ มาก และ ปัจจัยย่อยนี้เป็นปัจจัยที่พบปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 53 แสดงข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ข้อเสนอแนะ	จำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะ (คน)
ด้านผลิตภัณฑ์	-ควรมีสถานที่และตำแหน่งงานให้เลือกน้อยเกินไป -ควรจำหน่ายตัวเครื่องบินในราคาประหยัด	4
ด้านราคา	-ควรมีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่าย	2
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-ควรมีสถานที่จ้อครยนต์เพียงพอ	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-ควรโฆษณาในสิ่งที่เป็นความจริง -ควรลดราคาเมื่อสมัครเป็นกลุ่ม	5
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	-พนักงานควรที่จะมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี	3
ด้านลักษณะทางกายภาพ	-เอเจนซี่ควรมีรูปแบบที่ทันสมัย	1
ด้านกระบวนการให้บริการ	-ควรเพิ่มความรวดเร็วในการติดต่อเอเจนซี่ในแต่ละครั้ง -ควรเพิ่มช่องทางการชำระค่าบริการที่มากขึ้น เช่น การใช้บัตรเครดิต	3

จากตารางที่ 46 พบว่าข้อเสนอแนะได้มาทั้งหมด 21 ข้อเสนอแนะ โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้านตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดย ในด้านการส่งเสริมการตลาด จะได้รับข้อเสนอแนะมากที่สุดคือ 5 คน รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และลำดับที่สาม คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย,ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ