บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกเอเจนซี่จังหวัดเชียงใหม่โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกเอเจนซี่จังหวัดเชียงใหม่โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้เครื่องมือในการศึกษาคือ แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาจัดทำขึ้นทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 266 ตัวอย่าง ประชากรที่ศึกษาเป็นผู้บริโภคที่มาใช้บริการ เอเจนซี่โครงการ Work&Travel in USAในอำเภอเมือง 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 : ลลิษา นาราศิริฤกษ์, 2551) การเปิดตารางของทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ และระดับความคลาดเคลื่อน 5 เปอร์เซ็นต์ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2547: 120 อ้างอิงจาก Yamane, Taro. 1973 : 1088)ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenient Sampling) ทั้งนี้การเก็บข้อมูลจากตัวอย่างจะเจาะจงเก็บจากผู้ที่เคยใช้บริการเอเจนซี่โครงการ Work&Travel in USAแล้วเท่านั้นและจะทำการคัดเลือกตัวอย่างจากนักศึกษาของเอเจนซี่ทั้ง 14 แห่ง ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ เอเจนซี่ละ 19 กลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ร้อยละ 64.3 และเป็นผู้ชาย คิดเป็นร้อยละ 35.7 อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.0 ปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 ร้อยละ 21.8 นักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 16.5 นักศึกษาปริญญาโทชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 9.4 นักศึกษาปริญญาโทชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 14.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 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 ร้อยละ17.3 และ 8,001 – 10,000 บาท ร้อยละ8.3 ตามลำดับ

สำหรับวัตถุประสงค์หลักในการเข้าร่วมโครงการได้เดินทางท่องเที่ยว เป็นวัตถุประสงที่มากที่สุด ร้อยละ 39.1 รองลงมาคือ ต้องการหาประสบการณ์ ร้อยละ 23.1 ได้ฝึกทักษะด้านภาษาอังกฤษ ร้อยละ 22.6 ต้องการหาเพื่อนใหม่ ร้อยละ5.3 ต้องการหารายได้ ร้อยละ 4.9 ต้องการฝึกทักษะในการทำงานร่วมกับชาวต่างชาติ ร้อยละ2.6 และ ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมของต่างชาติ ร้อยละ2.3 ตามลำดับ สำหรับผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการมากที่สุดคือตัวเอง ร้อยละ 57.9 รองลงมาคือ เพื่อน ร้อยละ 24.8 และ สมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 16.5 ตามลำดับ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามรับทราบข้อมูลของโครงการจากใบปลิว/แผ่นพับประชาสัมพันธ์มากที่สุด ร้อยละ42.0 รองลงมาคือ เว็บไซต์ ร้อยละ 14.3 ป้ายโฆษณา ร้อยละ 13.3 การจัดนิทรรศการ/งาน Event ร้อยละ12.6 วิทยุ/โทรทัศน์ ร้อยละ4.9 และ นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 2.9 ตามลำดับ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเข้าร่วมโครงการ 1 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 79.7 รองลงมา คือ 2ครั้ง ร้อยละ 17.7 และ 3ครั้ง ร้อยละ2.6 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกเอเจนซี่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกเอเจนซี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยรวมคือ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีผลการศึกษาในแต่ละปัจจัยดังนี้

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกเอเจนซี่ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.31 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.62 รองลงมาคือ พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี ค่าเฉลี่ย 4.60 และ พนักงานมีความรู้ ความ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เชี่ยวชาญ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 4.52

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกเอเจนซี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.13 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล ค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมาคือมีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.35 และ ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน ค่าเฉลี่ย 4.17

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกเอเจนซี่ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.81 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.65 รองลงมาคือ อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง ค่าเฉลี่ย 4.22 และ มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย,มีความร่วมมือกับบริษัท/องค์การที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการทำงานได้ ค่าเฉลี่ย 4.01

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกเอเจนซี่ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.77 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด ค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือเอเจนซี่สามารถจัดหาตั๋วเครื่องบิน ในราคาถูกกว่าซื้อด้วยตัวเอง ค่าเฉลี่ย 3.92 และ มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้ ค่าเฉลี่ย 3.89

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกเอเจนซี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.72 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 4.37 รองลงมาคือ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่หาง่าย สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.81 และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ ค่าเฉลี่ย 3.79

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกเอเจนซี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.52 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูงค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุมค่าเฉลี่ย 3.77 และอุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ย 3.71

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกเอเจนซี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยรวม 3.35 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้ค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือ มีการเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อนให้ทราบอย่างครบถ้วน ค่าเฉลี่ย 3.85 และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับค่าเฉลี่ย 3.80

เมื่อนำค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกเอเจนซี่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ที่มีผลต่อการเลือกเอเจนซี่ 10 อันดับแรก ซึ่งอยู่ในตารางด้านล่าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ปัจจัยด้าน
1	เอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ	4.64	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
2	พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.62	ปัจจัยด้านบุคลากร
3	พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตรอัธยาศัยดี	4.60	ปัจจัยด้านบุคลากร
4	พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี	4.52	ปัจจัยด้านบุคลากร
5	สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ	4.37	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
6	ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน	4.36	ปัจจัยด้านบุคลากร
6	ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล	4.36	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ
8	มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ	4.35	ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ
9	มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้	4.24	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
10	อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง	4.21	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตอนที่ 2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเอเจนซี่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านต่างๆ จำแนกตามเพศ การศึกษา และรายได้

จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก เพศชาย เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.34) อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง (ค่าเฉลี่ย4.08) และ มีตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย(ค่าเฉลี่ย4.07) และเพศหญิงเลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือเอเจนซีมีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.80)อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้าง มีอัตราสูง (ค่าเฉลี่ย4.28) และจัดหาสถานที่พักที่ต่างประเทศให้(ค่าเฉลี่ย4.03)

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก เพศชาย เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่สามารถจัดหาตั๋วเครื่องบินในราคาถูกกว่าซื้อด้วยตัวเอง(ค่าเฉลี่ย4.07) มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้(ค่าเฉลี่ย3.78) และมีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด(ค่าเฉลี่ย3.77) และเพศหญิงเลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด(ค่าเฉลี่ย4.13) มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้(ค่าเฉลี่ย3.95) และ มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่า(ค่าเฉลี่ย3.90)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.59 และ 3.77) เพศชายเลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.16) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ (ค่าเฉลี่ย3.67) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย3.60) และเพศหญิงเลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.49) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย3.92) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย3.85)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.39 และ 3.33) เพศชายเลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี website ของเอเจนซี่ที่ให้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้(ค่าเฉลี่ย 4.05) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ(ค่าเฉลี่ย3.78) และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยผ่านแผ่นพับ หรือ ใบปลิว(ค่าเฉลี่ย3.78) และเพศหญิง เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้ (ค่าเฉลี่ย4.35) มีการเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อนให้ทราบอย่างครบถ้วน(ค่าเฉลี่ย3.99) และ มีการออกบูธประชาสัมพันธ์โครงการที่สถานศึกษา(ค่าเฉลี่ย3.94)

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.32 และ 4.32) เพศชาย เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี(ค่าเฉลี่ย4.62) พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย4.59) และ ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน(ค่าเฉลี่ย4.48) และเพศหญิง เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย4.65) พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี(ค่าเฉลี่ย4.58) และ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี(ค่าเฉลี่ย4.58)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมากและปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.61 และ 3.45) เพศชาย เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง(ค่าเฉลี่ย3.98) สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม(ค่าเฉลี่ย3.76) และ มีบริการขนมและเครื่องดื่ม (ค่าเฉลี่ย3.71) และเพศหญิง เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง (ค่าเฉลี่ย4.18) สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม(ค่าเฉลี่ย3.78) และ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย(ค่าเฉลี่ย3.76)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.15 และ 4.14) เพศชาย เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล(ค่าเฉลี่ย4.29) มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อย่างสม่ำเสมอ(ค่าเฉลี่ย4.19) และ ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน(ค่าเฉลี่ย4.18) และเพศหญิงเลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ(ค่าเฉลี่ย4.44) ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล(ค่าเฉลี่ย4.40) และ ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน(ค่าเฉลี่ย4.17)

จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงระดับการศึกษา โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ยกเว้น ระดับการศึกษาปริญญาโท ปี 2 ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย4.64) อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง(ค่าเฉลี่ย4.48) และ จัดหาสถานที่พักที่ต่างประเทศให้ (ค่าเฉลี่ย4.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี3 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.59) อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง(ค่าเฉลี่ย4.34) และ จัดหาสถานที่พักที่ต่างประเทศให้ (ค่าเฉลี่ย4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี4 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย4.69) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย4.25) และ มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี1 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.68)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง(ค่าเฉลี่ย4.51) และ มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.53) มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย,มีตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย,มีความร่วมมือกับบริษัท/องค์การที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการทำงานได้,(ค่าเฉลี่ย4.00)

ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงระดับการศึกษา โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือเอเจนซี่สามารถจัดหาตั๋วเครื่องบินในราคาถูกกว่าซื้อด้วยตัวเอง(ค่าเฉลี่ย4.50) มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด(ค่าเฉลี่ย 4.25) และ มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้(ค่าเฉลี่ย4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี3 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือเอเจนซี่สามารถจัดหาตั๋วเครื่องบินในราคาถูกกว่าซื้อด้วยตัวเอง(ค่าเฉลี่ย3.81)มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด(ค่าเฉลี่ย 3.69) และ มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้(ค่าเฉลี่ย3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี4 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือมีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด(ค่าเฉลี่ย4.14) มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่า (ค่าเฉลี่ย4.08) และ มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้(ค่าเฉลี่ย3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี1 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด(ค่าเฉลี่ย4.12) มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่า (ค่าเฉลี่ย4.08) และ มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้(ค่าเฉลี่ย3.84)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้,มีการลดราคาสำหรับสมาชิกเก่า(ค่าเฉลี่ย4.24)และเอเจนซี่สามารถจัดหาตั๋วเครื่องบินในราคาถูกกว่าซื้อด้วยตัวเอง (ค่าเฉลี่ย4.13)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงระดับการศึกษา โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ยกเว้น ระดับการศึกษาปริญญาโท ปี 2 ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.36) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย4.07) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี3 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.60) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย3.98) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี4 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.37) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย3.85) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี1 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.36) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย3.88) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.08) ระยะเวลาการเปิดปิดของเอเจนซี่ (ค่าเฉลี่ย3.66) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย3.63)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงระดับการศึกษา โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง

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(ค่าเฉลี่ย 3.79) และ มีการออกบูธประชาสัมพันธ์โครงการที่สถานศึกษา(ค่าเฉลี่ย3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี4 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้ (ค่าเฉลี่ย4.23) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ(ค่าเฉลี่ย 3.80) 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 / มีการออกบูธประชาสัมพันธ์โครงการที่สถานศึกษา(ค่าเฉลี่ย3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี website ของเอเจนซี่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail ได้ (ค่าเฉลี่ย4.30) มีการออกบูธประชาสัมพันธ์โครงการที่สถานศึกษา (ค่าเฉลี่ย3.95) และ มีการเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อนให้ทราบอย่างครบถ้วน(ค่าเฉลี่ย3.90)

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงระดับการศึกษา โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ยกเว้นระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 2 ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย4.77) พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย4.77) และ พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี(ค่าเฉลี่ย4.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี3 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี(ค่าเฉลี่ย4.66) พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย4.59) และพนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี(ค่าเฉลี่ย4.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี4 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย4.64) พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย4.60) และ พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี(ค่าเฉลี่ย4.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี1 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย4.68) พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย4.64) และ พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี(ค่าเฉลี่ย4.48)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย4.51) พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย4.49) และ พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี(ค่าเฉลี่ย4.43)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงระดับการศึกษา โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ยกเว้นระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี 3 และปริญญาโท ปี 2 ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม (ค่าเฉลี่ย4.20) บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความ เชี่ยวชาญสูง (ค่าเฉลี่ย4.18) และ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย(ค่าเฉลี่ย3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี3 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง(ค่าเฉลี่ย4.16) อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย(ค่าเฉลี่ย3.71) และสถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม(ค่าเฉลี่ย3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ปี4 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง(ค่าเฉลี่ย4.07) สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม(ค่าเฉลี่ย3.81) และ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย(ค่าเฉลี่ย3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี1 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง(ค่าเฉลี่ย4.08) สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม(ค่าเฉลี่ย3.80) และ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย(ค่าเฉลี่ย3.72)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท ปี2 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง(ค่าเฉลี่ย4.05) อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย(ค่าเฉลี่ย3.55) และสถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม(ค่าเฉลี่ย3.29)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ 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 ลำดับแรกคือ มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ (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)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.87) อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง(ค่าเฉลี่ย4.74) และ มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย , มีตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย(ค่าเฉลี่ย4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 4,000-6,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.81)อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตรา สูง(ค่าเฉลี่ย4.28) และ มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-8,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ เอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.55) จัดหาสถานที่พักที่ต่างประเทศให้(ค่าเฉลี่ย4.18) และ มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย , มีตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย(ค่าเฉลี่ย4.16)

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

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

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 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) และอัตราค่าเข้าร่วมโครงการต่ำกว่าเอเจนซี่อื่นๆ(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 (ค่าเฉลี่ย 4.22) และ มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้ (ค่าเฉลี่ย4.12)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.57)ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย3.72) และ ระยะเวลาการเปิดปิดของเอเจนซี่(ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 4,000-6,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.41) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย3.88) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-8,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย4.57) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย4.14) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย4.00)

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้10,000 บาทขึ้นไป เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย4.24) ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย3.67) และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก(ค่าเฉลี่ย3.65)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง ยกเว้น ช่วงรายได้ 10,000 บาทขึ้นไป อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail , มีการเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อน

ให้ทราบอย่างครบถ้วน(ค่าเฉลี่ย4.15) และ มีการออกบูธประชาสัมพันธ์โครงการที่สถานศึกษา (ค่าเฉลี่ย3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 4,000-6,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ 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 เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มี website ของเอเจนซี่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail (ค่าเฉลี่ย4.51) มีการออกบูธประชาสัมพันธ์โครงการที่สถานศึกษา(ค่าเฉลี่ย4.16) และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ / มีการเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อนให้ทราบอย่างครบถ้วน(ค่าเฉลี่ย4.04)

ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก ยกเว้น ช่วงรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท และ6,001-8,000 บาท อยู่ในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย4.87) พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย4.74) และ พนักงานมีความรู้ความเชี่ยวชาญ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี, มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ(ค่าเฉลี่ย4.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 4,000-6,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย4.61) พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี/พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย4.55)

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

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 8,001-10,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี, พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ,ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน, พนักงานที่ให้บริการแต่งกายสุภาพ(ค่าเฉลี่ย4.00)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้10,000 บาทขึ้นไป เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี, พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ,ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน(ค่าเฉลี่ย 4.59)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ 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 โต๊ะทำงาน 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 โต๊ะทำงาน 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 บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

อาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง (ค่าเฉลี่ย3.90) สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม (ค่าเฉลี่ย3.57) และ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย(ค่าเฉลี่ย3.57)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ,มีการสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ(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) และ การชำระค่าโครงการทำได้หลายวิธี (ค่าเฉลี่ย4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 6,001-8,000 บาท เลือกใช้บริการเอเจนซี่ ตามลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน(ค่าเฉลี่ย4.55) มีการสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ(ค่าเฉลี่ย4.43) 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)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการ

ปัญหาที่พบในการใช้บริการเอเจนซี่ ที่พบมากที่สุด 5 ลำดับแรก ได้แก่

ปัญหาที่พบในการใช้บริการเอเจนซี่	พบปัญหา ร้อยละ	ระดับความสำคัญของปัญหา (แปลผล)	ปัจจัยย่อยด้าน
1.จำนวนตำแหน่งงานไม่เพียงพอ	88.0	3.40 (ปานกลาง)	ด้านผลิตภัณฑ์
2.ไม่สามารถเลือกสถานที่ทำงานที่ตัวเองต้องการ	88.0	3.20 (ปานกลาง)	ด้านผลิตภัณฑ์
3.อัตราค่าเข้าร่วมโครงการ สูงกว่าเอเจนซี่อื่นๆ	88.0	2.94 (ปานกลาง)	ด้านราคา
4.ไม่มีการจัดเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้	87.6	2.67 (ปานกลาง)	ด้านผลิตภัณฑ์
5.ไม่มีที่จอดรถที่เพียงพอ	83.5	2.70 (ปานกลาง)	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อเปรียบเทียบระหว่างระดับความสำคัญในการเลือกเอเจนซี่กับปัญหาที่พบในการใช้บริการเอเจนซี่ พบว่าปัจจัยย่อยที่เอเจนซี่ควรที่จะเร่งในการปรับปรุง คือ ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญในการเลือกอยู่ในระดับมาก และ พบปัญหาในการใช้บริการในระดับปานกลาง ซึ่งพบทั้งหมด 6 ปัจจัยย่อย

ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญในการเลือก	ระดับปัญหาที่พบ	ปัจจัยด้าน
1. จำนวนตำแหน่งงาน	3.96 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	ผลิตภัณฑ์
2. การเลือกสถานที่ทำงานที่ตัวเองต้องการ	4.01 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	ผลิตภัณฑ์
3.การรับรองความปลอดภัย	3.74 (มาก)	2.84 (ปานกลาง)	ผลิตภัณฑ์
4. บริษัทมีชื่อเสียงในต่างประเทศให้เลือกทำงาน	4.00 (มาก)	2.85 (ปานกลาง)	ผลิตภัณฑ์
5.อัตราค่าเข้าร่วมโครงการ สูงกว่าเอเจนซี่อื่นๆ	3.54 (มาก)	2.94 (ปานกลาง)	ราคา
6.การโฆษณากับสิ่งที่เอเจนซี่ได้ปฏิบัติ	3.85 (มาก)	2.68 (ปานกลาง)	การส่งเสริมการตลาด

ทั้ง 6 ปัจจัยย่อยเป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญในการเลือกเอเจนซี่ในระดับมากและเป็นปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในระดับปานกลาง ฉะนั้น ทางเอเจนซี่ควรที่จะให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยย่อยเหล่านี้ก่อนปัจจัยย่อยอื่นๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ข้อเสนอแนะ	จำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะ(คน)
ด้านผลิตภัณฑ์	-มีสถานที่และตำแหน่งงานให้เลือกน้อยเกินไป -จำหน่ายตั๋วเครื่องบินในราคาประหยัด	4
ด้านราคา	มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่าย	2
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพิ่มสถานที่จอดรถยนต์	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	โฆษณาในสิ่งที่เป็นความจริง	5
ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	พนักงานควรที่จะมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี	3
ด้านลักษณะทางกายภาพ	เอเจนซี่ควรมีรูปแบบที่ทันสมัย	1
ด้านกระบวนการให้บริการ	-เพิ่มความรวดเร็วในการติดต่อเอเจนซี่ในแต่ละครั้ง -ช่องทางการชำระค่าบริการที่มากขึ้น เช่น การใช้บัตรเครดิต	3

ข้อเสนอแนะได้มาทั้งหมด 21 ข้อเสนอแนะ โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้านตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดย ในด้านการส่งเสริมการตลาด จะได้รับข้อเสนอแนะมากที่สุด คือ 5 คน รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และลำดับที่สาม คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย,ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกเอเจนซี่ รวมทั้งสิ้น 266 ราย พบว่า

ด้านข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 สอดคล้องกับการศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนวการศึกษาและฝึกงานในต่างประเทศ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น กรณีศึกษา โครงการ WORK AND TRAVEL USA. ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4

ด้านพฤติกรรมการใช้บริการในการเลือกเอเจนซี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีวัตถุประสงค์หลักในการเข้าร่วมโครงการ คือ ได้เดินทางท่องเที่ยว ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนวการศึกษาและฝึกงานในต่างประเทศ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น กรณีศึกษา โครงการ WORK AND TRAVEL USA. ที่พบว่าเหตุผลจูงใจที่เข้าร่วมโครงการคือการได้ฝึกทักษะด้านภาษาอังกฤษ และจากผลการศึกษา พบว่าผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ คือ ตัวเอง สอดคล้องกับการศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนวการศึกษาและฝึกงานในต่างประเทศ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น กรณีศึกษา โครงการ WORK AND TRAVEL USA. ที่พบว่าผู้ที่มีส่วนรวมในการตัดสินใจคือ ตัวท่านเอง

จากแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ(Service Marketing Mix) หรือ 7Ps ตามแนวคิดของ Philip Kotler (อ้างในอดุลย์ จาตุรงคกุล, 2546)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเอเจนซี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก ในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ เอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ อัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง และ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย,มีความร่วมมือกับบริษัท/องค์การที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการทำงานได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศุภกร พรหมวิจิตร (2549) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่เรื่องเอเจนซี่มีงานให้นักศึกษาเลือกเพียงพอ

ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเอเจนซี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก ในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือมีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด รองลงมาคือเอเจนซี่สามารถจัดหาตั๋วเครื่องบินในราคาถูกกว่าซื้อด้วยตัวเอง และ มีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ได้รับค่าตอบแทนที่ดีเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของศุภกร พรหมวิจิตร (2549) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ เอเจนซี่มีค่าโครงการที่มีราคาถูกกว่าเอเจนซี่อื่น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเอเจนซี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก ในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สำนักงานเอเจนซี่มีความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่ หาง่าย สะดวก และ ที่ตั้งของสำนักงานเอเจนซี่อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของศุภกร พรหมวิจิตร (2549) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ในเรื่องที่เอเจนซี่มีสาขาในจังหวัดที่นักศึกษาอาศัยอยู่

ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเอเจนซี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก ในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานที่ให้บริการพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อัธยาศัยดี และ พนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานเป็นอย่างดี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ บุคลากรมีความกระตือรือร้น สุภาพอ่อนโยน ใส่ใจลูกค้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเอเจนซี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือมี website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail รองลงมาคือ มีการเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อนให้ทราบอย่างครบถ้วน และ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของศุภกร พรหมวิจิตร (2549) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ในเรื่องมีการโฆษณาทางอินเตอร์เนท และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ค่าจัดสอบ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเอเจนซี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก ในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือบรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง รองลงมาคือ สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม และ อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน มีความทันสมัย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเอเจนซี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก ในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล รองลงมาคือมีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ และ ขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ รวดเร็วและสะดวกในการใช้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกเอเจนซี่จังหวัดเชียงใหม่โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะและแก้ไขปัจจัยตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในแต่ละด้าน มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

เอเจนซี่ควรทำให้มีความน่าเชื่อถือ รักษาชื่อเสียงที่ดี

เอเจนซี่ควรนำเสนออัตราค่าตอบแทนจากนายจ้างมีอัตราสูง

มีสถานที่ทำงานให้เลือกหลากหลาย,มีความร่วมมือกับบริษัท/องค์การที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการทำงานได้

เอเจนซี่ ควรที่จะนำเสนอเกี่ยวกับการหาเที่ยวบินและการพาไปสัมภาษณ์ที่สถานกงสุลให้กับผู้ใช้บริการโดยเฉพาะเพศหญิง

เอเจนซี่ควรที่จะนำเสนอปัจจัยเกี่ยวกับด้านการหาสถานที่พัก,ด้านพาไปขอวีซ่า,ด้านการจัดหาเที่ยวบิน รวมถึงการพาไปส่งที่สหรัฐอเมริกาด้านนี้กับกลุ่ม ปริญญาโท ชั้นปีที่2 เพียงเล็กน้อย

เอเจนซี่ควรนำเสนอในด้านเกี่ยวกับการจัดหาเที่ยวบินและด้านการเตรียมอุปกรณ์อำนวยความสะดวก สำหรับกลุ่มสำหรับผู้ที่มีรายได้มากกว่า10,000 บาท เพียงเล็กน้อย

ปัจจัยด้านราคา

เอเจนซี่ควรมีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด ชัดเจน

เอเจนซี่ควรจัดหาตั๋วเครื่องบินในราคาถูกกว่าซื้อด้วยตัวเอง

เอเจนซี่ควรมีระบบการชำระเงินที่สามารถชำระเป็นงวดได้

เอเจนซี่ควรนำเสนอในด้านเกี่ยวกับการลดราคาสำหรับการจัดสอบเข้าร่วมโครงการสำหรับกลุ่มสำหรับผู้ที่มีรายได้มากกว่า10,000 บาท เพียงเล็กน้อย

ปัจจัยด้านบุคลากร

บุคลากรควรมีการกล่าวทักทายผู้มาใช้บริการ และเอเจนซี่ควรอบรมให้พนักงานมีความสุภาพ มีความเป็นมิตร, อัธยาศัยดี และกระตือรือร้นในการให้บริการ เพื่อสร้างความรู้สึกที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการ

เอเจนซี่ ควรมีการให้คำแนะนำและปรึกษาในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับโครงการ เนื่องจากบางครั้งผู้ใช้บริการไม่มีความรู้ด้านการเดินทางไปต่างประเทศ ดังนั้นพนักงานควรที่จะมีความรู้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความเชี่ยวชาญ สามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับโครงการ บริษัท และสถานที่ที่จะเข้าไปทำงานได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะเพศหญิง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การเดินทางเพื่อเข้าใช้บริการต้องสะดวก ลูกค้ามีการคำนึงถึงสถานที่ตั้ง ระยะทางใกล้/ไกลจากบ้านหรือสถานที่ศึกษา โดยเฉพาะเพศหญิงที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยเรื่องนี้มากและแตกต่างจากเพศชายในมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยย่อยอื่นๆ ดังนั้นถ้าการที่เอเจนซี่อยู่ใกล้แหล่งชุมชุนหรือสถานศึกษาจะเป็นโอกาสหนึ่งที่จะทำให้มีผู้มาใช้บริการมากขึ้น

เอเจนซี่ควรหาพื้นที่จอดรถให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

website ของเอเจนซี่ที่ให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ และสามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/e-mail

เอเจนซี่ ควรมีการเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับการทำงานของผู้แลกเปลี่ยนรุ่นก่อนให้ทราบอย่างครบถ้วน โดยเฉพาะเพศหญิง

เอเจนซี่ ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา, แผ่นพับ และสำหรับการออกบูธที่สถานศึกษา โดยเฉพาะเพศหญิง

เอเจนซี่ ควรมีการจัดกิจกรรมต่างๆให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ โดยเฉพาะเพศชาย

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

เอเจนซี่ ควรสร้างสรรค์บรรยากาศภายในสำนักงานเอเจนซี่แสดงถึงความเป็นมืออาชีพเพื่อให้ดูน่าเชื่อถือ

เอเจนซี่ ควรจัดสถานที่ให้บริการสะอาดอยู่เสมอ เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม

เอเจนซี่ ควรใช้อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงาน ให้มีความทันสมัยสวยงาม

เอเจนซี่ ควรมีการบริการด้านขนมและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะเพศชาย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

เอเจนซี่ควรออกแบบและวางแผนขั้นตอนการให้บริการ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อจากผู้ใช้บริการ และเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตามผลความคืบหน้าของเอเจนซี่

เอเจนซี่ ควรมีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ

เอเจนซี่ ควรมีช่องทางการชำระเงินที่มากขึ้น เช่น การชำระโดยใช้บัตรเครดิต

เอเจนซี่ ควรนำเสนอในด้านความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อและประสิทธิภาพในการติดตามผล สำหรับผู้ที่มีรายได้มากกว่า10,000 บาท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved