

ความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อส่วนประสมการตลาด  
บริการของโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา  
ของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ดดูเคชั่นนอล กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
มีนาคม 2557

ความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อส่วนประสมการตลาด  
บริการของโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา  
ของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ดดูเคชั่นนอล กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่



จักรินทร์ ต้นตะวีริยะ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มีนาคม 2557

ความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อส่วนประสมการตลาดบริการ  
ของโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกาของ  
บริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ดดูเคชั่นนอล กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

จักรินทร์ ตันตะวีริยะ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการตลาด

คณะกรรมการสอบ

อาจารย์ที่ปรึกษา

..... กิตติคุณ ..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติคุณ ชูลีกาวิทย์)

..... [Signature] .....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ ฉายสุวรรณ)

..... [Signature] ..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ ฉายสุวรรณ)

..... [Signature] ..... กรรมการ  
(อาจารย์ ดร. วรภัท วินิจ)

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved  
12 มีนาคม 2557  
© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ ฉายสุวรรณ ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ และ อาจารย์ ดร.วรัท วิณิช กรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษา และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติคุณ ชุติกาวิทย์ ที่กรุณารับเป็นกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระและให้คำแนะนำเป็นอย่างดี รวมทั้งคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อันเป็นพื้นฐานต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งเป็นแนวทางในการทำการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ที่อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานทั้งในการเรียน การทำวิจัย และการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และเพื่อนร่วมชั้นเรียนคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาดรุ่นที่ 4 ทุกคน ที่คอยให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้ทำการค้นคว้าแบบอิสระนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอันพึงมีจากการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ แต่ผู้มิพระคุณที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การคว้าแบบอิสระฉบับนี้คงมีประโยชน์ในการพัฒนาโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา สำหรับบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่ต่อไป

จักกรินทร์ ตันตะวีริยะ

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อส่วนประสม การตลาดบริการของโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลในประเทศ สหรัฐอเมริกาของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ดดูเคชั่นนอล กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ผู้เขียน นาย จักรินทร์ ตันตะวิริยะ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ นายสุวรรณ

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกาของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 20-30 ปี ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ขณะเข้าร่วมโครงการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์ มีวุฒิการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวอยู่ที่ 45,001-65,000 บาท และเลือกทำงานที่สวนสนุก Busch Garden Williamsburg มากที่สุด โดยมีเหตุผลจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ คือ ต้องการท่องเที่ยวในต่างประเทศ

เมื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้วยเทคนิค IPA พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ใน Quadrants B ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ใน Quadrants C ในขณะที่ปัจจัยด้านราคาอยู่ใน Quadrants A ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยดังกล่าวมีคุณลักษณะที่สำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ดังนั้น บริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่ ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน

และเมื่อทำการวิเคราะห์ในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยดังต่อไปนี้อยู่ใน Quadrants A ทั้งสิ้น ด้านมีอัตราการจ่ายค่าตอบแทนจากการทำงานที่น่าสนใจ ด้านราคาตัวเครื่องบินที่บริษัทจัดหาให้มีความเหมาะสม ด้านได้รับค่าตอบแทนที่ดีเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป ด้านมีการให้ส่วนลด Gift Voucher หรือ โปรโมชันต่าง ๆ ซึ่งหมายความว่าบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่ ต้องปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเช่นกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Independent Study Title** Satisfaction of University Students towards Service Marketing Mix of Work and Travel in USA Program of Overseas Ed Group Company Limited, Chiang Mai Branch

**Author** Mr. Jaksrin Tuntaviriya

**Degree** Master of Business Administration (Marketing)

**Advisor** Associate Professor Dr. Chirawan Chaisuwan

## **ABSTRACT**

The purpose of this independent study aimed to study the satisfaction of university students towards service marketing mix of work and travel in USA program of overseas Ed Group Company Limited, Chiang Mai Branch

The study revealed that respondents mostly were female, aged 20-30 years attended in Chiang Mai University in Bachelor of Humanities, while participating in the program. Most of the family income was approximately 45,001-65,000 Baht per month. The respondents mostly chose to work at Busch Garden Williamsburg Amusement Park, while the motive of participating in the program was to travel abroad.

Based upon the IPA analysis on service marketing mix, the results presented that the factor of product, place, people and process were classified in Quadrants B, the factor of promotion and physical evidence were classified in Quadrants C. Meanwhile, the factor of price was classified in Quadrants A which meant these factors were the features that were important to customers, but did not get adequate response.

When analyzed in detail, the following sub-factors were classified in Quadrants A, which included: The rate of compensation paid by the working interest factor, Ticket prices provided by the Company were reasonable, The compensation was good comparing to the cost, The discount gift voucher or other promotion which were provided. Thus, Overseas Ed Group Company Limited, Chiang Mai Branch needed to urgently perform improvement on those factors.

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ	4
1.4 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	6
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	13
3.1 ขอบเขตการศึกษา	13
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	13
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	14
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	14
3.5 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	16
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	17
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวล ใน ประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่	25



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่	37
4.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่	49
4.5 ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าร่วมโครงการ เวิร์คแอนด์ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่	61
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	62
5.1 สรุปผลการศึกษา	61
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	66
5.3 ข้อค้นพบ	69
5.4 ข้อเสนอแนะ	70
บรรณานุกรม	72
ภาคผนวก	74
แบบสอบถาม	75
ประวัติผู้เขียน	85

## สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	18
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ	18
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ศึกษา	18
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับวุฒิการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ขณะเข้าร่วม โครงการ	19
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคณะ	20
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษาสูงสุด	21
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	21
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทงานที่ทำในต่างประเทศ	22
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อสถานที่ทำงานในต่างประเทศ	22
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของเหตุผลจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ	24
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่	25
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่	26
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่	28

## สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่	29
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่	31
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่	33
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่	35
ตารางที่ 4.18	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่	37
ตารางที่ 4.19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่	39
ตารางที่ 4.20	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่	40
ตารางที่ 4.21	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่	41

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.22	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากร ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวล ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่	43
ตารางที่ 4.23	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน กระบวนการของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่	45
ตารางที่ 4.24	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านลักษณะ ทางกายภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่	47
ตารางที่ 4.25	ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ (Importance Performance Analysis : IPA) สามารถวิเคราะห์ได้ ดังต่อไปนี้	49
ตารางที่ 4.26	แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้ บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่	50
ตารางที่ 4.27	แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขา เชียงใหม่	52
ตารางที่ 4.28	แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านราคาของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่	53
ตารางที่ 4.29	แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจต่อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้ บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่	54

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.30	แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่	55
ตารางที่ 4.31	แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคลากรของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่	56
ตารางที่ 4.32	แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่	57
ตารางที่ 4.33	แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่	58

## สารภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1	แสดงการวิเคราะห์และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความคาดหวังและการประเมินความความคิดเห็น (ความพึงพอใจ) ของผลิตภัณฑ์และบริการ	8
ภาพที่ 2	แสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ	59



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

โครงการเวิร์กแอนด์ทราเวล (Work and Travel) เป็นโครงการที่ริเริ่มโดย CIEE (The Council on International Education Exchange) ซึ่งเป็นโครงการแลกเปลี่ยนนักเรียนนักศึกษาชั้นนำระดับโลก และมีเครือข่ายสมาชิก มหาวิทยาลัย และสถาบันการศึกษาชั้นนำกว่า 300 แห่ง ทั้งใน ประเทศอเมริกา และประเทศอื่นๆ ทั่วโลก โดยมีการจัดโครงการต่างๆ กว่า 112 โครงการ รวมทั้ง จัดตั้ง Study Center ศูนย์การเรียนรู้ในหลายประเทศกว่า 36 ประเทศทั่วโลก เพื่อเป็นการสนับสนุน นักเรียนและคนวัยทำงานให้มีโอกาสเพิ่มพูนทักษะการพัฒนาศักยภาพของตนเองจากการเรียนและ การทำงานในหลายรูปแบบ ทั้งที่มุ่งเน้นไปในการฝึกอบรม (Training) และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม (Cultural Exchange) เพื่อให้ นักศึกษามีโอกาสใช้ชีวิตในสังคมแบบอเมริกันและเข้าใจวัฒนธรรมการ ทำงานกับชาวอเมริกันและนานาชาติ (เรียนรอบโลก, 2553: ออนไลน์)

ในประเทศไทย ผู้นำที่นำโครงการเวิร์กแอนด์ทราเวลเข้ามาริเริ่ม ก็คือ บริษัท โอเวอร์ ซีส์ เอ็ด กรุป เมื่อปี 2540 หรือเมื่อราว 12 ปีที่แล้ว โดยลักษณะของ โครงการก็จะเน้น ไปตามชื่อของ โครงการคือเป็น โครงการแลกเปลี่ยนระดับอุดมศึกษา โดยที่นักศึกษาผู้เข้าร่วมโครงการจะเดินทางไป ทำงานและท่องเที่ยวช่วงฤดูร้อนในประเทศสหรัฐอเมริกา ในระยะเวลาตั้งแต่ 2-4 เดือนขึ้นอยู่กับ ช่วงเวลาปิดภาคเรียน โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) ส่งเสริมให้นักศึกษาได้เรียนรู้วัฒนธรรมการทำงาน ในระบบอเมริกันจากประสบการณ์ในช่วงเวลาทำงาน 2) ส่งเสริมให้นักศึกษาได้เรียนรู้ประสบการณ์ จริงในการดำเนินชีวิตนอกเหนือจากการเรียนในมหาวิทยาลัย ระหว่างที่พำนักและท่องเที่ยวใน ประเทศสหรัฐอเมริกา เช่น เรียนรู้การปรับตัวในการอยู่ร่วมกันในสังคมกับผู้อื่น ทั้งที่มีสัญชาติ เดียวกันและสัญชาติอื่น เรียนรู้ที่จะมีความรับผิดชอบต่อตัวเอง เรียนรู้การแก้ปัญหาและพัฒนาตัวเอง 3) ส่งเสริมให้นักศึกษารู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ในช่วงปิดภาคเรียน และ 4) ให้นักศึกษามี โอกาสฝึกฝนการใช้ภาษาอังกฤษในสภาพแวดล้อมจริง โดยจะมีองค์กรแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ เป็นผู้ประสานงานดำเนินเรื่องเกี่ยวกับเอกสารที่นักศึกษาจะต้องใช้ในการขอวีซ่าประเภทนักเรียน แลกเปลี่ยน (J-1 Visa) ซึ่งเป็นวีซ่าสำหรับนักเรียนแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศที่นักศึกษาที่จะเข้าร่วม โครงการ Work and Travel in USA ทุกคนจะต้องมี โดยที่บริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด จะเป็นผู้ติดต่อ ประสานงานกับ 2 องค์กรคือ GEOVISIONS และ CIEE ซึ่งเป็นองค์กรแลกเปลี่ยนในประเทศ

สหรัฐอเมริกา การทำงานจะอยู่ในรูปแบบงานบริการหรือใช้แรงงานเป็นส่วนใหญ่ โดยที่จะได้รับค่าตอบแทนประมาณ 7-8 เหรียญสหรัฐต่อชั่วโมง สถานที่ทำงานจะแบ่งออกได้หลายประเภท โดยจะเป็นงานที่ได้รับการยอมรับจากองค์กรแลกเปลี่ยน GEOVISIONS และ CIEE ทั้ง 2 องค์กรนี้จะมีนายจ้างมาแนะนำเสนอที่แตกต่างกันเล็กน้อย แต่โดยทั่วไปแล้วจะเป็นงานประเภท สวนสนุก โรงแรม วนอุทยานแห่งชาติ ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด และหลังจบโครงการ หรือหลังการทำงานวันสุดท้าย นักศึกษาจะยังได้ท่องเที่ยวในประเทศสหรัฐอเมริกาที่ขึ้นชื่อเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย โดยที่ผู้ปกครองจะต้องเสียค่าใช้จ่ายโดยรวมประมาณ 1 แสนบาท (บริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป, 2554: ออนไลน์)

บริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป มีจำนวนนักเรียน นักศึกษาที่ให้ความเชื่อมั่น และใช้บริการมาแล้วกว่า 7,000 คน โดยเราให้บริการโครงการแลกเปลี่ยน และแนะแนวการศึกษาสำหรับสถาบันในประเทศต่างๆ เช่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ แคนาดา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ประเทศในสหภาพยุโรป และเอเชีย อีกด้วย นอกจากนี้สำนักงานใหญ่ ในกรุงเทพฯ ที่ได้รับความไว้วางใจจากนักเรียน นักศึกษาทั่วประเทศมาเป็นเวลานานแล้ว ในปัจจุบันบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป ได้เติบโตขึ้น และขยายสาขาไปสู่ภูมิภาคอีกสองแห่ง คือ ศูนย์ โอเวอร์ซีส์ เอ็ด สาขา เชียงใหม่ และตัวแทนในอำเภอ หาดใหญ่ ศูนย์ เซาท์เทอร์น โอเวอร์ซีส์ เอ็ด ดูเคชั่น เพื่อให้บริการกับนักเรียน นักศึกษาในภาคเหนือ ภาคใต้ และจังหวัดใกล้เคียง ให้ได้รับความสะดวกมากขึ้น โดยบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป เน้นการทำงานเป็นทีม เพื่อให้ลูกค้ำมั่นใจได้ว่าทุกสาขานั้นมีมาตรฐานที่ดีเช่นเดียวกับสำนักงานใหญ่ (บริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป, 2554: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองที่มีประชากรหนาแน่นถึง 1,666,024 คน โดยที่แบ่งเป็นจำนวนนักเรียน นิสิต นักศึกษาถึง 440,706 คน จากสถานศึกษา 1,146 แห่ง ซึ่งเป็นสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา 9 แห่ง (ข้อมูลจังหวัดเชียงใหม่, 2552: ออนไลน์) โดยที่โครงการ Work and Travel นั้น จะมีลูกค้ำเป็น นิสิต นักศึกษาจาก 6 สถาบันหลักๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา วิทยาเขตภาคพายัพ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น โดยที่อ้างอิงจากปี 2552 มีนักศึกษามหาวิทยาลัยเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 226 คน โดยมีนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เข้าร่วมโครงการจำนวนมากที่สุด คือ 179 คน รองลงมาจะเป็นนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยพายัพจำนวน 9 คน โดยที่ส่วนใหญ่จะได้ทำงานในสวนสนุกเนื่องจากเป็นสถานที่ทำงานที่สามารถรองรับนักศึกษาได้มากที่สุด และรองลงมาจะเป็นร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ด และ โรงแรมตามลำดับ (บริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป, 2553: แฟ้มข้อมูล)

การเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ในช่วงแรกของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่เป็นไปในทางบวก เนื่องจากว่าจำนวนบริษัทคู่แข่งนั้นยังมีให้เปรียบเทียบน้อย



และเศรษฐกิจของประเทศไทยและสหรัฐอเมริกาเป็นไปในทางที่ดี แต่เมื่อสภาวะเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกาถดถอยมีแนวโน้มที่ย่ำแย่ลง ทั้งปัญหาการเมืองในไทยและสหรัฐอเมริกา รวมไปถึงการระบาดของโรคไข้หวัด 2009 ในประเทศสหรัฐอเมริกา ประกอบกับจำนวนบริษัทประเภทนี้เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดอย่างรุนแรง ทำให้จำนวนตัวเลขของนักศึกษาที่มาเข้าร่วมโครงการมีจำนวนที่ลดลง โดยจำนวนนักศึกษาที่มาเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ ในปี 2553 นั้นมีจำนวนลดลงถึง 41.3% เมื่อเทียบกับจำนวนนักศึกษาที่มาเข้าร่วมโครงการในปี 2552 และในปี 2554 มีนักศึกษาเข้าร่วมโครงการลดลง 28.76% เมื่อเทียบกับจำนวนนักศึกษาที่มาเข้าร่วมโครงการปี 2553 และมีแนวโน้มจะลดลงอย่างต่อเนื่อง (คล่องยุทธ อิมเอมทรัพย์ ผู้จัดการบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป, 2554: สัมภาษณ์)

บริษัทคู่แข่งที่สำคัญของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ ได้แก่ 1) Acadex Work and Travel Center 2) Acme Overseas Education และ 3) Click Education ซึ่งสภาพการแข่งขันของตลาดเชียงใหม่เกี่ยวกับโครงการ Work and Travel นั้น จะเป็นการแข่งขันที่เน้นไปในเรื่องภาพลักษณ์ของบริษัท ราคา โปรโมชัน ค่าแรงที่ได้รับ และความน่าสนใจของสถานที่ทำงานเป็นหลัก โดยที่แต่ละบริษัทจะใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกัน แต่ส่วนใหญ่จะเน้นไปในเรื่องของราคาและโปรโมชันที่น่าดึงดูดใจ รองลงมาจะเป็นในส่วนของคุณภาพความน่าเชื่อถือ และการให้บริการของบริษัท จุดแข็งของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ คือ เป็นบริษัทแรกของจังหวัดเชียงใหม่ ที่เปิดให้บริการด้านแนะแนวการศึกษาต่อและโครงการแลกเปลี่ยนต่างๆ จึงทำให้มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในธุรกิจด้านนี้มากกว่า 20 ปี และมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในด้านศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศชั้นนำของประเทศไทย แต่เนื่องจากการทำงานที่เป็นระบบสาขา จึงทำให้ขั้นตอนการดำเนินงานในบางโครงการหรือการทำโปรโมชันต่างๆ มีความล่าช้า เนื่องจากต้องรอผลการประเมินและการตัดสินใจจากสำนักงานใหญ่ การทำงานร่วมกับพันธมิตรที่เป็นบริษัทชั้นนำ ทำให้ขั้นตอนการดำเนินงานด้านการประสานงานในแต่ละขั้นใช้เวลานาน บริษัทมีภาพลักษณ์ในการเรียกเก็บค่าบริการที่สูงกว่าบริษัทคู่แข่งรายอื่น ส่งผลทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการจากบริษัทคู่แข่ง (คล่องยุทธ อิมเอมทรัพย์ ผู้จัดการบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่, 2554: สัมภาษณ์)

ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของบริษัทที่ผ่านมา คือ นักศึกษาบางรายที่เข้าร่วมโครงการไม่ได้รับชั่วโมงการทำงานตามที่ได้เคยศึกษาในรายละเอียดข้อมูลของสถานที่ทำงานต่างๆ ไว้ ซึ่งปัญหาดังกล่าวเจ้าหน้าที่จะแจ้งให้นักศึกษาทราบก่อนแล้วว่าเป็นชั่วโมงการทำงานที่ทางนายจ้างเป็นผู้เฉลี่ยมาให้ อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้เมื่อไปถึงสถานที่จริง แต่นักศึกษาไม่พอใจกับสิ่งที่ได้รับ จึงนำมาบอกต่อเพื่อนๆ ส่งผลให้บริษัทเกิดความเสียหาย และเมื่อนักศึกษาเดินทางถึงสถานที่ทำงานและเกิดปัญหาขึ้น ทางบริษัทจะย้ำเสมอให้ติดต่อกับทางบริษัทเป็นรายแรกเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหา

แต่นักศึกษาบางรายจะติดต่อกับทางครอบครัวหรือคนสนิทก่อน ทำให้บริษัทถูกดำเนินคดีเกี่ยวกับเรื่องไม่ดูแลนักศึกษา

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจและความสำคัญของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา (Work and Travel in USA) ของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทให้เหมาะสม และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษาให้มากที่สุด ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันที่รุนแรง เพื่อก่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และทำให้โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัญหาที่พบของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจและความสำคัญของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกาของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาด พร้อมปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพเพื่อให้ นักศึกษามีความพึงพอใจต่อตัวโครงการมากยิ่งขึ้น

## 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือประทับใจที่นักศึกษาผู้เคยเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA มีต่อการให้บริการของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ ซึ่งมีองค์ประกอบ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

**ส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix)** หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

**โครงการ Work and Travel in USA** หมายถึง โครงการแลกเปลี่ยนระดับอุดมศึกษา โดยที่นักศึกษาผู้เข้าร่วมโครงการจะเดินทางไปทำงานและท่องเที่ยวช่วงฤดูร้อนในประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์การทำงานในต่างแดน การทำงานจะออกไปในรูปแบบงานบริการหรือใช้แรงงานเป็นส่วนใหญ่

**นักศึกษามหาวิทยาลัย** หมายถึง นักศึกษามหาวิทยาลัยที่เคยเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่ ในปี 2555 และปี 2556 ที่ผ่านมา

**บริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่** หมายถึง ศูนย์แนะแนวศึกษาต่อต่างประเทศที่ให้บริการ ให้ข้อมูล ติดต่อ และประสานงานเกี่ยวกับการศึกษาต่อต่างประเทศ ประจำจังหวัดเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเอกสาร รายงานวิจัย รวมทั้งทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีประกอบด้วย

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎี

##### 1. แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541) คำว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง”

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกเป็น 2 ความหมาย ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) และความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ของผู้ให้บริการดังนี้

1. ความหมายของความพึงพอใจของ “ผู้รับบริการ” ตามแนวคิดของนักการตลาดจะพบนิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็น 2 นัยคือ

1.1 ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังจากสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง” มักพบในงานวิจัยการตลาดที่เน้นแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์

1.2 ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่างที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรืออีกนัยหนึ่งคือ “ความพึงพอใจ” หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

2. ความหมายของความพึงพอใจในงานของ “ผู้ให้บริการ” ตามแนวคิดของนักจิตวิทยาองค์กร ความพึงพอใจในการทำงานจะมีผลต่อความสำเร็จของงาน เป้าหมายสูงสุดของ

ความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการที่ได้รับจนติดใจและกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการแบบไม่หยุดยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จึงกล่าวได้ว่าความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

Philip Kotler (2006) ได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นความรู้สึกของบุคคลมีระดับความพึงพอใจอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับตามที่เห็น และเข้าใจกับความคาดหวัง หากเห็น และเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงเกินกว่าความคาดหวังก็จะมี ความประทับใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และประชาสัมพันธ์ถึงดี และ ไม่ดีของผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลอื่นต่อไป

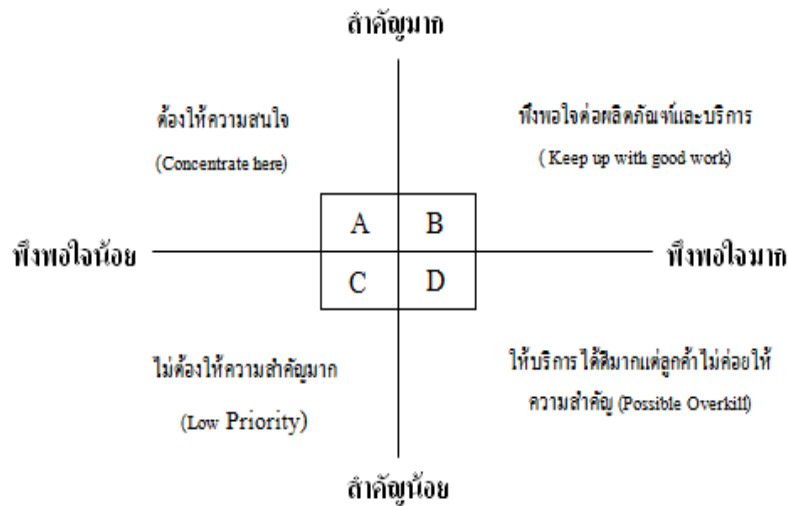
## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความพึงพอใจ (Importance-Performance Analysis: IPA)

การวิเคราะห์ความความพึงพอใจได้นำกรอบแนวคิดมาจาก Martilla and James (1977) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสำคัญกับผลที่ได้ (Importance-Performance Analysis: IPA) เรียกว่า IPA สรุปได้ดังนี้

IPA เป็นเทคนิคที่ใช้วิเคราะห์เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อวัดผลหรือประเมินการยอมรับ และพึงพอใจในตัวสินค้าของผู้บริโภคในการตลาดลักษณะเฉพาะรูปแบบต่างๆ เป็นวิธีการวิเคราะห์ที่ใช้ได้ง่ายสำหรับการประเมินหรือวัดผลในคุณลักษณะผลประกอบการและความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ หรืออีกนัยหนึ่งสิ่งนี้ก็คือความคาดหวังของลูกค้าที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการตามที่ต้องการ

IPA มีข้อได้เปรียบในการประเมินผลการยอมรับของผู้บริโภคในโปรแกรมทางการตลาด เป็นการประเมินที่มีต้นทุนต่ำ มีเทคนิคการประเมินที่เข้าใจง่ายและให้ข้อมูลในเชิงลึกที่สำคัญในแง่ของส่วนประสมการตลาดกับกิจการ กิจการสามารถมุ่งความสนใจไปยังส่วนที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือระบุพื้นที่ ที่อาจใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น การนำเสนอผลการประเมิน IPA ในรูปกราฟ ทำให้สามารถแปลผลจัดการข้อมูลได้อย่างสะดวกและเข้าใจมากขึ้น ทำให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์และตัดสินใจด้านการตลาดได้ดียิ่งขึ้น

ลักษณะที่น่าสนใจของ IPA คือผลที่ได้สามารถแสดงออกมาในรูปภาพที่ง่ายต่อการแปลผลในรูปของกราฟสองมิติจากคุณลักษณะต่างๆ ซึ่งมาจากมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (Martilla and James, 1977 : อ้างใน สุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, 2550)



ภาพที่ 1 : แสดงการวิเคราะห์และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความคาดหวังและการประเมิน  
 ความความคิดเห็น (ความพึงพอใจ) ของผลิตภัณฑ์และบริการ  
 ที่มา : คัดแปลงจาก Martilla, J.A. and James, J.C. (1977) : Importance-Performance Analysis. Journal of  
 Marketing.อ้างใน สุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, 2550

เมื่อนำค่าความคาดหวังและความคิดเห็นมาเปรียบเทียบกันในแต่ละคุณสมบัติ  
 ผลลัพธ์ที่ได้ตกอยู่ที่ Quadrants ใดๆ จะสามารถอธิบายความหมายได้ 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

Quadrants A (Concentrate Here) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้  
 รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ

Quadrants B (Keep up the good Work) คือ ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็น  
 อย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก

Quadrants C (Low Priority) คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำหรือมีการบริการต่ำใน  
 คุณลักษณะที่ไม่ สำคัญต่อลูกค้า ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน

Quadrants D (Possible Overkill) คือ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจน  
 ในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า

### 3. ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix)

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (อตุลย์ จาตุรงค์กุล, 2542: 312-443) ประกอบไป  
 ด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา(Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) การส่งเสริมการตลาด  
 (Promotion) บุคลากร (people) กระบวนการให้บริการ (Process) ลักษณะทางกายภาพ (Physical

Evidence) โดยส่วนประกอบทุกปัจจัยมีความเกี่ยวพันและเท่าเทียมกัน ขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยใดมากกว่า ทั้งนี้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งมีส่วนประกอบดังนี้

**1. ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สิ่งที่ผู้ให้บริการได้จัดเตรียมไว้เพื่อนำเสนอต่อลูกค้า โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายให้กับลูกค้าอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบไปด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การแข่งขัน องค์กรประกอบผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

**2. ราคา (Price)** หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อการแลกเปลี่ยนกับผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้รวมถึงเวลาและแรงงานที่ลูกค้าต้องเข้าไป ราคาเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้กิจการมีรายได้ ราคาจึงอยู่ในรูปของจำนวนเงินที่ผู้ซื้อสินค้าจ่ายเพื่อให้ได้สินค้านั้นมา ราคาถูกกำหนดขึ้นจากมูลค่าของสินค้า หากผู้ซื้อและผู้ขายกำหนดราคาใกล้เคียงกัน การซื้อขายก็ย่อมเกิดขึ้น ราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะในช่วงการประเมินทางเลือกและตัดสินใจซื้อ

**3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** หมายถึง กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการ ไปสู่ตลาด เพื่อให้ลูกค้าได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ ซึ่งรวมไปถึงการเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจ เนื่องจากทำเลที่ตั้งเป็นตัวกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ดังนั้นสถานที่ตั้งจึงต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และจำเป็นต้องคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งด้วย อย่างไรก็ตาม ความสำคัญของทำเลที่ตั้งอาจมีความหมายมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะของธุรกิจแต่ละประเภท สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จึงเกี่ยวข้องกับสถานที่จำหน่ายสินค้าและกิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย ไม่ว่าจะซื้อเมื่อใดหรือที่ใดก็ตาม ในการจำหน่ายสินค้านอกจากเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แล้ว ยังเกี่ยวกับบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอสินค้าที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคโดยตรง

**4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นการติดต่อสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย เป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้บริโภค เพื่อสร้างทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรมการซื้อ (Behavior) การติดต่อสื่อสารอาจทำได้ในหลายลักษณะ อาทิการใช้พนักงานขายและการใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารซึ่งมีหลายประเภท โดยการเลือกใช้ประเภทใดประเภทหนึ่งหรือหลายๆ ประเภทร่วมกันก็ได้ ที่สำคัญก็คือ ต้องเลือกใช้เครื่องมือ

สื่อสารแบบบูรณาการ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมในการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย และการบอกกล่าวแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) เป็นต้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารทางการตลาดโดยใช้คนหรือใช้สื่อ ทั้งนี้เพื่อเตือนความทรงจำ แจ้งข่าวสาร และจูงใจ ผู้ซื้อที่มีศักยภาพเกี่ยวกับสินค้าของตน

**5. บุคลากร (People)** หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริการทั้งหมด รวมถึงลูกค้า และผู้ที่คอยให้บริการลูกค้า คุณภาพในการให้บริการของบุคลากรต้องอาศัย การคัดเลือก การฝึกอบรม และการจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่งชั้น โดยผู้ให้บริการจะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ทักทายลูกค้าแสดงความยิ้มแย้มแจ่มใส ตลอดจนต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ช่วยให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดี รู้สึกประทับใจในบริการของกิจการ อีกทั้งยังเป็นการรักษาลูกค้าในระยะยาวให้มีความจงรักภักดีต่อกิจการ

**6. กระบวนการ (Process)** เป็นขั้นตอนในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า ซึ่งจะพิจารณาจากการให้บริการนั้นการใช้เครื่องมือหรือพนักงานเป็นกุญแจสำคัญ โดยถ้าใช้พนักงานเป็นหลักในการให้บริการ ลูกค้าจะมีส่วนร่วมในขั้นตอนกระบวนการบริการโดยตรงมากกว่าการใช้เครื่องมือ ดังนั้นการออกแบบกระบวนการก็จะต้องมีความแตกต่างกันอย่างเหมาะสม นอกจากนี้รูปแบบของการให้บริการจะต้องคำนึงถึงความซับซ้อน (Complexity) และความหลากหลาย (Divergence) ในด้านของความซับซ้อนจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ เช่น ความชำนาญในการวัดตัว วัดหน้า พอกโคลน ฯลฯ ส่วนในด้านของความหลากหลายต้องพิจารณาถึงควมมีอิสระและความยืดหยุ่น ความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับในการทำงานได้

**7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)** หมายถึง การสร้างสภาพแวดล้อมในสถานที่ของกิจการ การออกแบบตกแต่ง การแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ และลักษณะทางกายภาพอื่นๆ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการให้บริการที่สามารถดึงดูดใจผู้บริโภค และทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของกิจการที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างชัดเจน นับเป็นองค์ประกอบที่มีส่วนในการช่วยทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ มีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพ สามารถดึงดูดใจลูกค้า และทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้ชัดเจน

สำหรับส่วนประสมการตลาดบริการของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่ สามารถแสดงได้ดังนี้



1. ผลិតภัณฑ์ หมายถึง ตัวโครงการ Work and Travel in USA การเข้าร่วม โครงการ การให้บริการนักศึกษา รวมถึงชื่อเสียงของบริษัทด้วย
2. ราคา หมายถึง ค่าเข้าร่วมโครงการ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าตัวเครื่องบิน ค่าใช้จ่าย ส่วนตัว
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้ลูกค้าติดต่อ สะดวก มีสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางและสามารถติดต่อได้ตลอดเวลา
4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ตามมหาวิทยาลัย ศูนย์การค้า สถานที่ราชการหรือรัฐวิสาหกิจต่างๆ ทางสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุ การติดป้ายผ้าและป้าย โฆษณาตามแหล่งชุมชน การให้ส่วนลดค่าโครงการหรือสมนาคุณผู้เข้าร่วมโครงการในรูปแบบต่าง ๆ
5. บุคลากร หมายถึง เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ประสบการณ์ และมีคุณภาพ นอกจากนี้ต้องมี การให้บริการที่สุภาพ ครบถ้วน รวดเร็วและถูกต้อง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
6. กระบวนการ หมายถึง การจัดให้มีขั้นตอนในการสอบถามรายละเอียดต่างๆ ไม่ ซ้ำซ้อน มีขั้นตอนการเข้าร่วมโครงการที่สะดวก รวดเร็วและถูกต้อง
7. ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สถานที่ให้เข้ารับการสมัครจะต้องสะอาด ดู น่าเชื่อถือ เป็นกันเอง และทำให้นักศึกษาผู้มาติดต่อเกิดความรู้สึกอยากเข้ามาติดต่อ

## 2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

**ศุภกร พรหมวิจิตร (2549)** ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่เคยเข้าร่วมโครงการ โดยศึกษาจาก การเก็บแบบสอบถามจากนักศึกษาจำนวน 50 รายและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจในเรื่องที่เอเจนซี่มีงานให้นักศึกษาเลือกเพียงพอใน ระดับมีผลมาก ส่วนในด้านปัจจัยของราคานักศึกษาจะเลือกเอเจนซี่ที่มีราคาถูกกว่าเอเจนซี่อื่นใน ระดับมีผลปานกลาง และปัจจัยในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนักศึกษาจะให้ความสนใจในเรื่องที่เอ เจนซี่ที่มีสาขาในจังหวัดที่นักศึกษาเรียนอยู่ มีผลในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการขาย นักศึกษา จะให้ความสนใจกับเอเจนซี่ที่มีการโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีผลในระดับมาก

**พัชรา เริกเขียว (2550)** ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนว การศึกษาและฝึกงานในต่างประเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น กรณีศึกษาโครงการ WORK AND TRAVEL USA. โดยศึกษาจากการเก็บแบบสอบถามนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นจำนวน 323 ราย โดยใช้ความถี่ ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาชั้นปีที่ 4 และมีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาท โดยเหตุผลสนใจในการเข้าร่วมโครงการ คือ การได้ฝึกทักษะด้านภาษาอังกฤษ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัวเอง ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน

เพศ ชั้นปีการศึกษา รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกด้านในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านบริการคือ ในการได้รับประสบการณ์ทำงานในต่างประเทศ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านราคาคือได้รับค่าตอบแทนจากการทำงานที่ดีเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป ด้านการจัดจำหน่ายคือ มีศูนย์บริการตามจังหวัดต่างๆ ด้านการส่งเสริมการตลาดคือ การให้ส่วนลดค่าบริการ ด้านบุคลากรคือ บุคลากรจะต้องมีความกระตือรือร้น สุภาพอ่อนโยน ใส่ใจลูกค้า และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพคือ ความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ ในขณะที่ด้านกระบวนการให้บริการ ก็จะต้องรวดเร็วและสะดวกในการใช้บริการ

**สมร วงศ์ลือเกียรติ (2552)** ได้ศึกษาเกี่ยวกับการประเมินโครงการ Work and Travel in USA กรณีศึกษา: ผู้เข้าร่วมโครงการมหาวิทยาลัยเชียงใหม่โดยศึกษาจากการเก็บแบบสอบถาม นักศึกษาผู้เข้าร่วมโครงการ จำนวน 110 ราย โดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลดึงดูดให้กลุ่มนักศึกษาและบัณฑิตเข้าร่วมโครงการมากที่สุดคือ ความต้องการในการหาประสบการณ์ แนวโน้มสถานที่ทำงานที่ผู้เข้าร่วมโครงการสนใจ จะแตกต่างกันไปในแต่ละปี ในช่วงปีหลังๆ แนวโน้มการเลือกสถานที่ทำงาน มักขึ้นอยู่กับค่าจ้าง/ค่าตอบแทนเป็นหลัก ด้านความคิดเห็นโดยรวม ผู้เข้าร่วมโครงการเห็นว่าบริการต่างๆ ของ Work and Travel Agency และระดับความเป็นประโยชน์ของบริการนั้นๆ อยู่ในระดับสูง ด้านความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คาดหวังไม่แตกต่างกัน ขณะที่สิ่งที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการมีผลต่อการสมัครหรือได้งานของบัณฑิตที่เข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับสูงทั้งโดยรวมและเฉพาะด้าน โดยด้านความรับผิดชอบมีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ ในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษาไว้ดังต่อไปนี้

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้จะศึกษาถึงความพึงพอใจและความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกาของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ ซึ่งส่วนประสมการตลาดบริการ (Marketing Mix) หรือ 7 P's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

##### ประชากร

กลุ่มประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยที่เคยเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ ประจำปี 2555 และประจำปี 2556 รวมจำนวน 224 คน โดยจะทำการเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด ทั้งนี้ ผู้ศึกษาจะใช้วิธีการส่งแบบสอบถามทางที่อยู่ทางอีเมลที่นักศึกษาได้ให้ไว้กับทางบริษัท เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล และจะมีการโทรศัพท์ติดตามเพื่อให้ได้รับคำตอบกลับอย่างน้อย 80 เปอร์เซ็นต์ จากการเก็บข้อมูลจริงพบว่าสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยที่เคยเข้าร่วมโครงการได้จำนวน 187 คน คิดเป็น 83.5 เปอร์เซ็นต์ โดยผู้ศึกษาได้ติดตามแบบสอบถามทางโทรศัพท์ แต่นักศึกษาบางรายได้เปลี่ยนแปลงที่อยู่ทางอีเมล และหมายเลขโทรศัพท์ที่บ้านที่กไว้ในฐานข้อมูลของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ ทำให้ไม่สามารถติดตามแบบสอบถามได้

#### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากนักศึกษามหาวิทยาลัยที่เคยเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ ปี 2555-2556 จำนวน 224 ราย และเก็บข้อมูลได้ 187 ราย

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งพัฒนาจากแบบสอบถามของ พัทธา เริกเจิว (2550) ซึ่งวัดการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7 P's) ใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) (กฤษทลี รื่นรัมย์, 2549: 122) โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ของครอบครัว สถานที่ศึกษา และชั้นปีการศึกษาขณะเข้าร่วมโครงการ สถานที่พักในต่างประเทศ ประเภทงานที่ทำในต่างประเทศ เหตุผลจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและความสำคัญของนักศึกษาจากที่เคยเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่

ได้ทำการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 10 ชุด กับกลุ่มนักศึกษาที่เคยเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ ในปีที่ผ่านมาโครงการนอกเหนือจากปี 2555 และ ปี 2556 เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการ ตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด จากการทดสอบไม่พบปัญหาใดๆ ในการเก็บแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจและสามารถตอบคำถามจากแบบสอบถามได้

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ในการวัดระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่

### เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม

เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นการวัดระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตในแต่ละด้าน ใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) (กฤษณีรัตน์, 2549: 122) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับคะแนน		ระดับความพึงพอใจ
1	หมายถึง	น้อยที่สุด
2	หมายถึง	น้อย
3	หมายถึง	ปานกลาง
4	หมายถึง	มาก
5	หมายถึง	มากที่สุด

### เกณฑ์ในการแปลผล

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยการแปลความหมายซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย		แปลผล
1.00 – 1.49	หมายถึง	พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด
1.50 – 2.49	หมายถึง	พึงพอใจในระดับน้อย
2.50 – 3.49	หมายถึง	พึงพอใจในระดับปานกลาง
3.50 – 4.49	หมายถึง	พึงพอใจในระดับมาก
4.50 – 5.00	หมายถึง	พึงพอใจในระดับมากที่สุด

ทั้งนี้การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ในส่วนประสมการตลาดโดยใช้มาตรวัด Rating Scale แบ่งการประเมินค่าเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีการกำหนดคะแนน และการแปลผลจากค่าเฉลี่ยดังนี้

ระดับคะแนน		ระดับความสำคัญ
1	หมายถึง	น้อยที่สุด
2	หมายถึง	น้อย
3	หมายถึง	ปานกลาง
4	หมายถึง	มาก
5	หมายถึง	มากที่สุด

### เกณฑ์ในการแปลผล

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยการแปลความหมายซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1.00 – 1.49	หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด
1.50 – 2.49	หมายถึง มีความสำคัญน้อย
2.50 – 3.49	หมายถึง มีความสำคัญปานกลาง
3.50 – 4.49	หมายถึง มีความสำคัญมาก
4.50 – 5.00	หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด

ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ (Importance Performance Analysis : IPA) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

Quadrants	ความหมาย	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ
A	คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้า และไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ	สูง	ต่ำ
B	ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดี ในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก	สูง	สูง
C	ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่ำ หรือมีการบริการต่ำ ในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้า ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน	ต่ำ	ต่ำ
D	ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนเกิดความจำเป็น ในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า	ต่ำ	สูง

### 3.5 ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาทั้งหมด 9 เดือน ตั้งแต่ เดือนเมษายน พ.ศ. 2557 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2557

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการให้บริการโครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 187 ชุด ซึ่งสอบถามจากนักศึกษาจากที่เคยเข้าร่วมโครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ โดยนำข้อมูลที่ได้มาทำการศึกษา ซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลจากข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานที่ศึกษาระดับการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ขณะเข้าร่วมโครงการ คณะ วุฒิการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือนของครอบครัว ประเภทงานที่ทำในต่างประเทศ ชื่อสถานที่ทำงานในต่างประเทศ และเหตุผลจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อโครงการเวิร์คแอนด์แทรเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อโครงการเวิร์คแอนด์แทรเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความพึงพอใจและระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อโครงการเวิร์คแอนด์แทรเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าร่วมโครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด สาขาเชียงใหม่

#### 4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	60	32.09
หญิง	127	67.91
<b>รวม</b>	<b>187</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.91 รองลงมาคือเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 32.09

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุต่ำกว่า 20 ปี	9	4.81
อายุ 20-30 ปี	178	95.19
<b>รวม</b>	<b>187</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 95.19 รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.81

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



**ตารางที่ 4.3** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ศึกษา

สถานที่ศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	145	77.54
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง	22	11.77
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	5	2.67
มหาวิทยาลัยพะเยา	4	2.14
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา	3	1.60
อื่นๆ	8	4.28
<b>รวม</b>	<b>187</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ อื่น ได้แก่ มหาวิทยาลัยพายัพ 2 คน มหาวิทยาลัยนเรศวร 2 คน มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 2 คน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์ 1 คน และมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง 1 คน

จากตารางที่ 4.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.54 รองมาคือมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง คิดเป็นร้อยละ 11.77 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6.95 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับวุฒิการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ขณะเข้าร่วมโครงการ

วุฒิการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี	183	97.86
ปริญญาโท	4	2.14
<b>รวม</b>	<b>187</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับวุฒิการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ขณะเข้าร่วมโครงการคือระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.86 รองลงมาคือระดับปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 2.14

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคณะ

คณะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิทยาลัย ศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี	14	7.49
รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์	9	4.81
บริหารธุรกิจ	25	13.36
วิศวกรรมศาสตร์	17	9.09
มนุษยศาสตร์	32	17.12
เทคนิคการแพทย์	5	2.67
ทันตแพทยศาสตร์	2	1.07
เศรษฐศาสตร์	17	9.09
วิทยาศาสตร์	6	3.21
เภสัชศาสตร์	6	3.21
ครุศาสตร์	2	1.07
การจัดการธุรกิจการบิน	5	2.67
สถาปัตยกรรมศาสตร์	4	2.14
อุตสาหกรรมเกษตร	6	3.21
นิติศาสตร์	12	6.42
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร	1	0.53
พยาบาลศาสตร์	3	1.60
เกษตรศาสตร์	4	2.14
สังคมศาสตร์	2	1.07
นิเทศศาสตร์	5	2.67
จิตรศิลป์	2	1.07
แพทยศาสตร์	6	3.21
ศึกษาศาสตร์	2	1.07
<b>รวม</b>	<b>187</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาอยู่คณะมนุษยศาสตร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.12 รองลงมาคือคณะบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 13.36 และคณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 9.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี	186	99.47
ปริญญาโท	1	0.53
<b>รวม</b>	<b>187</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุด คือระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 99.47 รองลงมาคือปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 0.53

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	2	1.07
25,001-45,000 บาท	16	8.56
45,001-65,000 บาท	95	50.80
65,001-85,000 บาท	56	29.95
85,001-100,000 บาท	17	9.09
มากกว่า 100,000 บาท	1	0.53
<b>รวม</b>	<b>187</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว อยู่ที่ 45,001-65,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.80 รองลงมาคือ 65,001-85,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 29.95 และ 85,001-100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทงานที่ทำในต่างประเทศ

ประเภทงานที่ทำในต่างประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สวนสนุก	107	57.22
ภัตตาคาร/ร้านอาหาร/ร้านอาหาร จานด่วน	18	9.63
วนอุทยาน	4	2.14
โรงแรม/รีสอร์ท	36	19.25
ร้านค้า/ร้านขายของ/ร้านสะดวกซื้อ	22	11.76
<b>รวม</b>	<b>187</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.8 ประเภทงานที่ทำในต่างประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกทำมากที่สุดคือ สวนสนุก คิดเป็นร้อยละ 57.22 รองลงมาคือ โรงแรม/รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 19.25 และร้านค้า/ร้านขายของ/ร้านสะดวกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 11.76 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อสถานที่ทำงานในต่างประเทศ

ชื่อสถานที่ทำงานในต่างประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Busch Garden Williamsburg	76	40.64
Holiday Inn Galveston	1	0.53
Bacara Resort and Spa	3	1.60
Vali Keystone, Colorado	9	4.81
Morey's Piers	12	6.42
McDonald	8	4.28
Key Stone Resort	2	1.07
Busch Garden Tempa	18	9.63
Holiday Inn North Padre	1	0.53

ตารางที่ 4.9 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชื่อสถานที่ทำงานในต่างประเทศ

ชื่อสถานที่ทำงานในต่างประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
CIEE , Maine	1	0.53
HMS Host Walt Whitman	5	2.67
Xanterra Grand Canyon South Rim	4	2.14
Host Oakmont Travel Plaza	2	1.07
Brett Robinson	6	3.21
Xanterra Kingsmill Resort, VA	3	1.60
M&J Management	8	4.28
Hampton Inn and Suites Fairbanks	2	1.07
Crown Plaza	1	0.53
Sea World Florida	1	0.53
Big Sky Resort	5	2.67
Zion National park Lodge	1	0.53
HMS Bluestone Travel Plaza	1	0.53
HMS Host James Cooper Travel Plaza	3	1.60
HMS Host Ulster Travel Plaza	3	1.60
Theodore Roosevelt Medoral Foundation	1	0.53
Cherry LakeII	1	0.53
HMS Host Beckly Travel Plaza	4	2.14
HMS Host Kennebunk South	3	1.60
Big pecker	1	0.53
Texas Roadhouse	1	0.53
<b>รวม</b>	<b>187</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.9 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกทำงานที่ Busch Garden Williamsburg มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.64 รองลงมาคือ Busch Garden Tempa คิดเป็นร้อยละ 9.63 และ Morey's Piers คิดเป็นร้อยละ 6.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของเหตุผลจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ

เหตุผลจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ต้องการหาประสบการณ์การทำงานในต่างประเทศ	94 (50.27)	81 (43.32)	11 (5.88)	0 (0.00)	1 (0.53)	4.43 (มาก)
ต้องการพัฒนาภาษาอังกฤษ	61 (32.62)	102 (54.55)	23 (12.30)	0 (0.00)	1 (0.53)	4.19 (มาก)
ต้องการท่องเที่ยวในต่างประเทศ	131 (70.05)	51 (27.27)	4 (2.14)	0 (0.00)	1 (0.53)	4.66 (มากที่สุด)
ต้องการหารายได้พิเศษตอนปิดภาคเรียนฤดูร้อน	17 (9.09)	90 (48.13)	72 (38.50)	6 (3.21)	2 (1.07)	3.61 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)						4.22 (มาก)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ต้องการท่องเที่ยวในต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมาที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ต้องการหาประสบการณ์การทำงานในต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.43) ต้องการพัฒนาภาษาอังกฤษ (ค่าเฉลี่ย 4.19) และต้องการหารายได้พิเศษตอนปิดภาคเรียนฤดูร้อน (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อโครงการเวิร์คแอนด์แทรเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ	37 (19.79)	92 (49.20)	56 (29.95)	2 (1.07)	0 (0.00)	3.88 (มาก)
มีประเภทนายจ้าง/ตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย	36 (19.25)	92 (49.20)	55 (29.41)	4 (2.14)	0 (0.00)	3.86 (มาก)
มีอัตราการจ่ายค่าตอบแทนจากการทำงานที่น่าสนใจ	35 (18.72)	94 (50.27)	56 (29.95)	1 (0.53)	1 (0.53)	3.86 (มาก)
สถานที่ตั้งของที่ทำงานอยู่ในรัฐที่น่าสนใจ	23 (12.30)	110 (58.82)	53 (28.34)	1 (0.53)	0 (0.00)	3.83 (มาก)
มีการให้ข้อมูลสถานที่ทำงาน/ นายจ้างก่อนการสัมภาษณ์งาน หรือก่อนการชำระเงินค่าโครงการ	33 (17.65)	112 (59.89)	40 (21.39)	2 (1.07)	0 (0.00)	3.94 (มาก)
มีการให้ข้อมูลทั่วไป รวมถึงการตอบคำถามเกี่ยวกับโครงการก่อนการสมัคร	34 (18.18)	112 (59.89)	39 (20.86)	2 (1.07)	0 (0.00)	3.95 (มาก)
มีการทำประกันอุบัติเหตุและประกันสุขภาพให้กับผู้เข้า ร่วมโครงการตลอดระยะเวลาในการเข้าร่วม	27 (14.44)	59 (31.55)	97 (51.87)	4 (2.14)	0 (0.00)	3.58 (มาก)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการจัดหาที่พักที่สะดวก ต่อการทำงานให้ในขณะที่ เข้าร่วม โครงการใน ต่างประเทศ	41 (21.93)	115 (61.50)	28 (14.97)	3 (1.60)	0 (0.00)	4.04 (มาก)
มีการจัดหาเที่ยวบินในการ เดินทางให้	24 (12.83)	98 (52.41)	60 (32.09)	4 (2.14)	1 (0.53)	3.75 (มาก)
มีพนักงานของบริษัทพาไป ส่งถึงสถานที่ทำงาน ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา	19 (10.16)	47 (25.13)	103 (55.08)	15 (8.02)	3 (1.60)	3.34 (ปาน กลาง)
มีการจัดเตรียมอุปกรณ์และ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ จำเป็นให้ในระหว่างพัก อาศัย ณ ต่างประเทศ เช่น ผ้าห่ม หมอน ฯลฯ	20 (10.70)	57 (30.48)	80 (42.78)	28 (14.97)	2 (1.07)	3.35 (ปาน กลาง)
มีการให้คำแนะนำเรื่อง การศึกษาต่อต่างประเทศ	15 (8.02)	44 (13.53)	97 (51.87)	25 (13.37)	6 (3.21)	3.20 (ปาน กลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.72 (มาก)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับ มาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องมีการจัดหาที่พักที่สะดวกต่อการทำงานให้ในขณะที่เข้าร่วมโครงการใน ต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือ เรื่องมีการให้ข้อมูลทั่วไป รวมถึงการตอบคำถามเกี่ยวกับ



โครงการก่อนการสมัคร (ค่าเฉลี่ย 3.95) และเรื่องมีการให้ข้อมูลสถานที่ทำงาน/ นายจ้างก่อนการสัมภาษณ์งาน หรือก่อนการชำระเงินค่าโครงการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ของนักศึกษา มหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขา เชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด	36 (19.25)	98 (52.41)	53 (28.34)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.91 (มาก)
ได้รับคำตอบแทนที่ดีเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	37 (19.79)	90 (48.13)	53 (28.34)	7 (3.74)	0 (0.00)	3.84 (มาก)
มีระบบชำระเงินที่สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดได้	15 (8.02)	60 (32.09)	88 (47.06)	22 (11.76)	2 (1.07)	3.34 (ปานกลาง)
ค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมโครงการมีความเหมาะสม	25 (13.37)	119 (63.64)	41 (21.93)	2 (1.07)	0 (0.00)	3.89 (มาก)
ราคาตัวเครื่องบินที่บริษัทจัดหาให้มีความเหมาะสม	22 (11.76)	95 (50.80)	68 (36.36)	1 (0.53)	1 (0.53)	3.73 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						3.74 (มาก)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับ

มาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องมีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมาคือ เรื่องค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมโครงการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.89) และเรื่องได้รับคำตอบแทนที่ดีเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กู๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สถานที่ตั้งของบริษัทมีความสะดวกต่อการเดินทาง	26 (13.90)	61 (32.62)	87 (46.52)	13 (06.95)	0 (0.00)	3.53 (มาก)
มีช่องทางที่สามารถให้ผู้เข้าร่วมโครงการหรือสนใจติดต่อบริษัทได้สะดวก	27 (14.44)	99 (52.94)	58 (31.02)	3 (1.60)	0 (0.00)	3.80 (มาก)
ระยะเวลาการเปิดปิดของบริษัทมีความสะดวกต่อการเข้ามาติดต่อ	23 (12.30)	51 (27.27)	109 (58.29)	4 (2.14)	0 (0.00)	3.50 (มาก)
ที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ	31 (16.58)	48 (25.67)	97 (51.87)	10 (5.35)	1 (0.53)	3.52 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						3.59 (มาก)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้

ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องมีช่องทางที่สามารถให้ผู้เข้าร่วมโครงการหรือสนใจติดต่อบริษัทได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาคือ เรื่องสถานที่ตั้งของบริษัทมีความสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.53) และเรื่องที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.14** แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการออกบูธโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามมหาวิทยาลัยต่าง ๆ	14 (7.49)	46 (24.60)	110 (58.82)	17 (9.09)	0 (0.00)	3.30 (ปานกลาง)
มี website ของบริษัทให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์สามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/email ได้	30 (16.04)	106 (56.68)	49 (26.20)	2 (1.07)	0 (0.00)	3.88 (มาก)
มีการโฆษณาตามสื่อวิทยุโทรทัศน์ของท้องถิ่น	5 (2.67)	24 (12.83)	100 (53.48)	53 (28.34)	5 (2.67)	2.84 (ปานกลาง)
มีการแจกแผ่นพับ ใบปลิวหรือติดป้ายตามมหาวิทยาลัยต่าง ๆ	7 (3.74)	44 (23.53)	87 (46.52)	49 (26.20)	0 (0.00)	3.05 (ปานกลาง)
มีการแจกแผ่นพับ ใบปลิวหรือติดป้ายตามแหล่งชุมชน	3 (1.60)	25 (13.37)	88 (47.06)	66 (35.29)	5 (2.67)	2.76 (ปานกลาง)
มีการส่งการ์ดอวยพรวันเกิดให้ผู้เข้าร่วมโครงการ	4 (2.14)	23 (12.30)	75 (40.11)	70 (37.43)	15 (8.02)	2.63 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการแจกของสมนาคุณแก่ผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น เสื้อ สมุด ปากกา เป็นต้น	11 (5.88)	33 (17.65)	117 (62.57)	24 (12.83)	2 (1.07)	3.14 (ปานกลาง)
มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น การจัดงานปาร์ตี้ เป็นต้น	6 (3.21)	52 (27.81)	91 (48.66)	34 (18.18)	4 (2.14)	3.12 (ปานกลาง)
มีการให้ส่วนลด Gift Voucher หรือ โปรโมชั่น ต่าง ๆ	31 (16.58)	69 (36.90)	82 (43.85)	3 (1.60)	2 (1.07)	3.66 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						3.15 (ปานกลาง)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องมี website ของบริษัทให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ สามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/email ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมาคือ เรื่องมีการให้ส่วนลด Gift Voucher หรือ โปรโมชั่นต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และเรื่องมีการออกนุชโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามมหาวิทยาลัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรของนักศึกษา มหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขา เชียงใหม่

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความ สุภาพ อ่อนโยนในการ ให้บริการ	29 (15.51)	57 (30.34)	96 (51.34)	5 (2.67)	0 (0.00)	3.59 (มาก)
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีการ แต่งกายที่สุภาพ น่าเชื่อถือ	24 (12.83)	45 (24.06)	100 (53.48)	18 (9.63)	0 (0.00)	3.40 (ปานกลาง)
เจ้าหน้าที่ให้บริการมี ความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลโครงการที่ เข้าใจได้ง่ายและชัดเจน	48 (25.67)	99 (52.94)	39 (20.86)	1 (0.53)	0 (0.00)	4.04 (มาก)
เจ้าหน้าที่ให้บริการสามารถ ให้ข้อมูลต่างๆที่ผู้เข้าร่วม โครงการต้องการได้อย่าง ครบถ้วนและถูกต้อง	47 (25.13)	102 (54.55)	38 (20.32)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.05 (มาก)
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความ พร้อมให้บริการแก่ ผู้เข้าร่วม โครงการ	38 (20.32)	100 (53.48)	49 (26.20)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.94 (มาก)
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความ เป็นกันเองกับผู้เข้ามาติดต่อ	30 (16.04)	85 (45.45)	67 (35.83)	5 (2.67)	0 (0.00)	3.75 (มาก)

ตารางที่ 4.15 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรของ นักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีเจ้าหน้าที่คอยประสานงาน และให้ความช่วยเหลือ ระหว่างทำงานในต่างประเทศ	44 (23.53)	91 (48.66)	51 (27.27)	1 (0.53)	0 (0.00)	3.95 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						3.82 (มาก)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับ มาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการสามารถให้ข้อมูลต่างๆที่ผู้เข้าร่วมโครงการต้องการ ได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือ เรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลโครงการที่เข้าใจได้ง่ายและชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.04) และเรื่องมีเจ้าหน้าที่ คอยประสานงานและให้ความช่วยเหลือระหว่างทำงานในต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

สงวนลิขสิทธิ์โดย เชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อบัณฑิตด้านกระบวนการของนักศึกษา มหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขา เชียงใหม่

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ขั้นตอนการสมัครมีความรวดเร็วไม่ยุ่งยากซับซ้อน	27 (14.44)	77 (41.18)	82 (43.85)	1 (0.53)	0 (0.00)	3.70 (มาก)
ใบสมัครมีความชัดเจนง่ายต่อการกรอกข้อมูล	33 (17.65)	74 (39.57)	78 (41.71)	2 (1.07)	0 (0.00)	3.74 (มาก)
มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ	28 (14.97)	66 (35.29)	74 (39.57)	19 (10.16)	0 (0.00)	3.55 (มาก)
การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการขอวีซ่าประเทศสหรัฐอเมริกา	34 (18.18)	109 (58.29)	44 (23.53)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.95 (มาก)
การให้ความรู้ที่จำเป็นเพื่อการเตรียมตัว รวมถึงการปฐมนิเทศก่อนการเดินทาง	38 (20.32)	100 (53.48)	49 (26.20)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.94 (มาก)
การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือหากประสบกับปัญหาระหว่างการเข้าร่วมโครงการในประเทศสหรัฐอเมริกา	32 (17.11)	99 (52.94)	55 (29.41)	1 (0.53)	0 (0.00)	3.87 (มาก)
การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการจอง/ซื้อตั๋วเครื่องบิน	25 (13.37)	75 (40.11)	85 (45.45)	2 (1.07)	0 (0.00)	3.66 (มาก)

ตารางที่ 4.16 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการของ นักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือหลังเสร็จสิ้นโครงการ เช่น การรายงานตัวต่อสถานทูตสหรัฐอเมริกา การจองตั๋ว เป็นต้น	29 (15.51)	85 (45.45)	65 (34.76)	7 (3.74)	1 (0.53)	3.72 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.77 (มาก)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องการให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการขอวีซ่าประเทศสหรัฐอเมริกา (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมาคือ เรื่องการให้ความรู้ที่จำเป็นเพื่อการเตรียมตัว รวมถึงการปฐมนิเทศก่อนการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.94) และเรื่องการให้คำแนะนำและความช่วยเหลือหากประสบกับปัญหาระหว่างการเข้าร่วมโครงการในประเทศสหรัฐอเมริกา (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของ นักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สภาพของบริษัทที่มีความ สะอาด เหมาะแก่การเข้ามา ติดต่อ	24 (12.83)	38 (20.32)	113 (60.43)	12 (6.42)	0 (0.00)	3.40 (ปาน กลาง)
บริษัทที่มีจุดครดสะดวกและ เพียงพอแก่ความต้องการ	14 (7.49)	35 (18.72)	120 (64.17)	17 (9.09)	1 (0.53)	3.24 (ปาน กลาง)
บริษัทที่มีการตกแต่งที่ทันสมัย แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ อาชีพมีความเชี่ยวชาญสูง	13 (6.95)	28 (14.97)	120 (64.17)	25 (13.37)	1 (0.53)	3.14 (ปาน กลาง)
มีการแสดงภาพประกอบ ของสถานที่ทำงาน/นายจ้าง ที่นักศึกษาจะไปทำงานด้วย	28 (14.97)	87 (46.52)	69 (36.90)	2 (1.07)	1 (0.53)	3.74 (มาก)
อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงานที่ ทันสมัย	13 (6.95)	30 (16.04)	106 (56.68)	38 (20.32)	0 (0.00)	3.10 (ปาน กลาง)
มีเอกสารรับรองการเป็น องค์กรแลกเปลี่ยนระหว่าง ประเทศ Work and Travel Agency ในประเทศไทย	34 (18.18)	82 (43.85)	65 (34.76)	6 (3.21)	0 (0.00)	3.77 (มาก)

ตารางที่ 4.17 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สถานที่ให้บริการ สะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม เป็นต้น	19 (10.16)	44 (23.53)	91 (48.66)	31 (16.58)	2 (1.07)	3.25 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						3.38 (ปานกลาง)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องมีเอกสารรับรองการเป็นองค์กรแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ Work and Travel Agency ในประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมาคือ เรื่องมีการแสดงภาพประกอบของสถานที่ทำงาน/นายจ้างที่นักศึกษาจะไปทำงานด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.74) และเรื่องสภาพของบริษัทมีความสะอาด เหมาะแก่การเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.40) ตามลำดับ

สงวนลิขสิทธิ์โดย เชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

4.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ	29 (15.51)	143 (76.47)	15 (8.02)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.07 (มาก)
มีประเภทยานายจ้าง/ ตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย	17 (9.09)	113 (60.43)	55 (29.41)	2 (1.07)	0 (0.00)	3.78 (มาก)
มีอัตราการจ่ายค่าตอบแทนจากการทำงานที่น่าสนใจ	7 (3.74)	61 (32.62)	112 (59.89)	5 (2.67)	2 (1.07)	3.35 (ปานกลาง)
สถานที่ตั้งของที่ทำงานอยู่ในรัฐที่น่าสนใจ	13 (6.95)	126 (67.38)	45 (24.06)	3 (1.60)	0 (0.00)	3.80 (มาก)
มีการให้ข้อมูลสถานที่ทำงาน/ นายจ้างก่อนการสัมภาษณ์งานหรือก่อนการชำระเงินค่าโครงการ	30 (16.04)	137 (73.26)	19 (10.16)	1 (0.53)	0 (0.00)	4.05 (มาก)
มีการให้ข้อมูลทั่วไป รวมถึงการตอบคำถามเกี่ยวกับโครงการก่อนการสมัคร	27 (14.44)	140 (74.87)	20 (10.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.04 (มาก)
มีการทำประกันอุบัติเหตุ และประกันสุขภาพให้กับผู้เข้าร่วมโครงการตลอดระยะเวลาในการเข้าร่วม	23 (12.30)	25 (13.37)	139 (74.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.38 (ปานกลาง)
มีการจัดหาที่พักที่สะดวกต่อการทำงานให้ในขณะที่เข้าร่วมโครงการในต่างประเทศ	32 (17.11)	102 (54.55)	46 (24.60)	5 (2.67)	2 (1.07)	3.84 (มาก)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการจัดหาเที่ยวบินในการเดินทางให้	26 (13.90)	94 (50.27)	62 (33.16)	5 (2.67)	0 (0.00)	3.75 (มาก)
มีพนักงานของบริษัทพาไปส่งถึงสถานที่ทำงาน ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา	16 (8.56)	105 (56.15)	56 (29.95)	9 (4.81)	1 (0.53)	3.67 (มาก)
มีการจัดเตรียมอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้ในระหว่างพักอาศัย ณ ต่างประเทศ เช่น ผ้าห่ม หมอน ฯลฯ	24 (12.83)	79 (42.25)	71 (37.97)	11 (5.88)	2 (1.07)	3.60 (มาก)
มีการให้คำแนะนำเรื่องการศึกษาต่อต่างประเทศ	7 (3.74)	37 (19.79)	116 (62.03)	26 (13.90)	1 (0.53)	3.12 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						3.70 (มาก)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมาคือ เรื่องมีการให้ข้อมูลสถานที่ทำงาน/ นายจ้างก่อนการสัมภาษณ์งาน หรือก่อนการชำระเงินค่าโครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และเรื่องมีการให้ข้อมูลทั่วไป รวมถึงการตอบคำถามเกี่ยวกับโครงการก่อนการสมัคร (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของนักศึกษา มหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขา เชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด	15 (8.02)	138 (73.80)	32 (17.11)	2 (1.07)	0 (0.00)	3.89 (มาก)
ได้รับคำตอบแทนที่ดีเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	2 (1.07)	32 (17.11)	112 (59.89)	40 (21.39)	1 (0.53)	2.97 (ปานกลาง)
มีระบบชำระเงินที่สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดได้	11 (5.88)	96 (51.34)	78 (41.71)	2 (1.07)	0 (0.00)	3.62 (มาก)
ค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมโครงการมีความเหมาะสม	10 (5.35)	110 (58.82)	66 (35.29)	1 (0.53)	0 (0.00)	3.69 (มาก)
ราคาตัวเครื่องบินที่บริษัทจัดหาให้มีความเหมาะสม	14 (7.49)	67 (35.83)	100 (53.48)	6 (3.21)	0 (0.00)	3.48 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.53 (มาก)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องมีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือ เรื่องค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมโครงการมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.69) และเรื่องมีระบบชำระเงินที่สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดได้ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรู๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สถานที่ตั้งของบริษัทมีความสะดวกต่อการเดินทาง	58 (31.02)	83 (44.39)	29 (15.51)	16 (8.56)	1 (0.53)	3.97 (มาก)
มีช่องทางที่สามารถให้ผู้เข้าร่วมโครงการหรือสนใจติดต่อบริษัทได้สะดวก	28 (14.97)	120 (64.17)	37 (19.97)	2 (1.07)	0 (0.00)	3.93 (มาก)
ระยะเวลาการเปิดปิดของบริษัทมีความสะดวกต่อการเข้ามาติดต่อ	22 (11.76)	83 (44.39)	74 (39.57)	8 (4.28)	0 (0.00)	3.64 (มาก)
ที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ	93 (49.73)	52 (27.81)	19 (10.16)	15 (8.02)	8 (4.28)	4.11 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						3.91 (มาก)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาคือ เรื่องสถานที่ตั้งของบริษัทมีความสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.97) และเรื่องมีช่องทางที่สามารถให้ผู้เข้าร่วมโครงการหรือสนใจติดต่อบริษัทได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ดกรุป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการออกบูชโฆษณา ประชาสัมพันธ์ตาม มหาวิทยาลัยต่าง ๆ	4 (2.14)	73 (39.04)	107 (57.22)	3 (1.60)	0 (0.00)	3.42 (ปานกลาง)
มี website ของบริษัทให้ ข้อมูลครบถ้วนและเป็น ประโยชน์สามารถติดต่อ สื่อสารผ่านทาง website/ email ได้	24 (12.83)	128 (68.45)	33 (17.65)	2 (1.07)	0 (0.00)	3.93 (มาก)
มีการโฆษณาตามสื่อวิทยุ โทรทัศน์ของท้องถิ่น	4 (2.14)	54 (28.88)	102 (54.55)	27 (14.44)	0 (0.00)	3.19 (ปานกลาง)
มีการแจกแผ่นพับ ใบปลิว หรือคิดป้ายตาม มหาวิทยาลัยต่าง ๆ	5 (2.67)	38 (20.32)	114 (60.96)	30 (16.04)	0 (0.00)	3.10 (ปานกลาง)
มีการแจกแผ่นพับ ใบปลิว หรือคิดป้ายตาม แหล่ง ชุมชน	1 (0.53)	19 (10.16)	111 (59.36)	55 (29.41)	1 (0.53)	2.81 (ปานกลาง)
มีการส่งการ์ดอวยพรวันเกิดให้ผู้เข้าร่วมโครงการ	3 (1.60)	22 (11.76)	130 (69.52)	27 (14.44)	5 (2.67)	2.95 (ปานกลาง)
มีการแจกของสมนาคุณ แก่ผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น เสื้อ สมุด ปากกา	6 (3.21)	32 (17.11)	135 (72.19)	14 (7.49)	0 (0.00)	3.16 (ปานกลาง)
มีการจัดกิจกรรมต่างๆให้ กับผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น การจัดงานปาร์ตี้ เป็นต้น	2 (1.07)	10 (5.35)	106 (56.68)	64 (34.22)	5 (2.67)	2.68 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.21 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาดของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการให้ส่วนลด Gift Voucher หรือ โปรโมชั่น ต่าง ๆ	7 (3.74)	34 (18.18)	94 (50.27)	49 (26.20)	3 (1.06)	2.96 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						3.13 (ปานกลาง)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องมี website ของบริษัทให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ สามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/email ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมาคือ เรื่องมีการออกบูธ โฆษณาประชาสัมพันธ์ตามมหาวิทยาลัยต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.42) และเรื่องมีการโฆษณาตามสื่อวิทยุ โทรทัศน์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.19) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านบุคลากรของนักศึกษา มหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์กแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขา เชียงใหม่

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลค่า)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความ สุภาพ อ่อนโยนในการให้ บริการ	48 (25.67)	102 (54.55)	36 (19.25)	1 (0.53)	0 (0.00)	4.05 (มาก)
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีการ แต่งกายที่สุภาพ น่าเชื่อถือ	31 (16.58)	109 (58.29)	46 (24.60)	1 (0.53)	0 (0.00)	3.91 (มาก)
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการให้ ข้อมูลโครงการที่เข้าใจได้ ง่ายและชัดเจน	55 (29.41)	122 (65.24)	9 (4.81)	1 (0.53)	0 (0.00)	4.24 (มาก)
เจ้าหน้าที่ให้บริการสามารถ ให้ข้อมูลต่างๆที่ผู้เข้าร่วม โครงการต้องการได้อย่าง ครบถ้วนและถูกต้อง	42 (22.46)	132 (70.59)	12 (6.42)	1 (0.53)	0 (0.00)	4.15 (มาก)
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความ พร้อมให้บริการแก่ผู้เข้าร่วม โครงการ	54 (28.88)	123 (65.78)	9 (4.81)	1 (0.53)	0 (0.00)	4.23 (มาก)
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความ เป็นกันเองกับผู้เข้ามาติดต่อ	69 (36.90)	112 (59.89)	5 (2.67)	1 (0.53)	0 (0.00)	4.33 (มาก)

ตารางที่ 4.22 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านบุคลากรของ นักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลค่า)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีเจ้าหน้าที่คอย ประสานงานและให้ความ ช่วยเหลือระหว่างทำงานใน ต่างประเทศ	37 (19.79)	103 (55.08)	43 (22.99)	4 (2.14)	0 (0.00)	3.93 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						4.12 (มาก)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านบุคลากร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเป็นกันเองกับผู้เข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาคือ เรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลโครงการที่เข้าใจได้ง่ายและชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.24) และเรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความพร้อมให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมโครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านกระบวนการของ นักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ขั้นตอนการสมัครมีความรวดเร็วไม่ยุ่งยากซับซ้อน	29 (15.51)	83 (44.39)	75 (40.11)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.75 (มาก)
ใบสมัครมีความชัดเจนง่ายต่อการกรอกข้อมูล	29 (15.51)	95 (50.80)	63 (33.69)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.82 (มาก)
มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ	33 (17.65)	70 (37.43)	80 (42.78)	4 (2.14)	0 (0.00)	3.71 (มาก)
การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการขอวีซ่าประเทศสหรัฐอเมริกา	44 (23.53)	118 (63.10)	25 (13.37)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.10 (มาก)
การให้ความรู้ที่จำเป็นเพื่อการเตรียมตัว รวมถึงการปฐมนิเทศก่อนการเดินทาง	53 (28.34)	103 (55.08)	28 (14.97)	3 (1.60)	0 (0.00)	4.10 (มาก)
การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือหากประสบกับปัญหาระหว่างการเข้าร่วมโครงการในประเทศสหรัฐอเมริกา	40 (21.39)	100 (53.48)	46 (24.60)	1 (0.53)	0 (0.00)	3.96 (มาก)
การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการจอง/ซื้อตั๋วเครื่องบิน	39 (20.86)	92 (49.20)	49 (26.20)	6 (3.21)	1 (0.53)	3.87 (มาก)

ตารางที่ 4.23 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการของ นักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือหลังเสร็จสิ้นโครงการ เช่น การรายงานตัวต่อสถานทูตสหรัฐอเมริกา การจองตั๋ว เป็นต้น	28 (14.97)	108 (57.75)	46 (24.60)	4 (2.14)	1 (0.53)	3.84 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						3.89 (มาก)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องการให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการขอวีซ่าประเทศสหรัฐอเมริกา และเรื่องการให้ความรู้ที่จำเป็นเพื่อการเตรียมตัว รวมถึงการปฐมนิเทศก่อนการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาคือ เรื่องการให้คำแนะนำและความช่วยเหลือหากประสบกับปัญหาระหว่างการเข้าร่วมโครงการในประเทศสหรัฐอเมริกา (ค่าเฉลี่ย 3.96) และเรื่องการให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการจอง/ซื้อตั๋วเครื่องบิน (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านลักษณะทางกายภาพ  
ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด  
กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สภาพของบริษัทที่มีความ สะอาด เหมาะแก่การเข้ามา ติดต่อ	21 (11.23)	129 (68.98)	37 (19.97)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.91 (มาก)
บริษัทที่มีจอครดสะดวกและ เพียงพอแก่ความต้องการ	6 (3.21)	50 (26.74)	98 (52.41)	32 (17.11)	1 (0.53)	3.15 (ปานกลาง)
บริษัทที่มีการตกแต่งที่ทันสมัย แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ อาชีพมีความเชี่ยวชาญสูง	12 (6.42)	79 (42.25)	96 (51.34)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.55 (มาก)
มีการแสดงภาพประกอบ ของสถานที่ทำงาน/นายจ้าง ที่นักศึกษาจะไปทำงานด้วย	27 (14.44)	130 (69.52)	23 (12.30)	7 (3.74)	0 (0.00)	3.95 (มาก)
อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงานที่ ทันสมัย	13 (6.95)	72 (38.50)	101 (54.01)	1 (0.53)	0 (0.00)	3.52 (มาก)
มีเอกสารรับรองการเป็น องค์กรแลกเปลี่ยนระหว่าง ประเทศ Work and Travel Agency ในประเทศไทย	35 (18.72)	121 (64.71)	31 (16.58)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.02 (มาก)

ตารางที่ 4.24 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม เป็นต้น	18 (9.63)	86 (45.99)	83 (44.39)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.65 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)</b>						3.68 (มาก)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เรื่องมีเอกสารรับรองการเป็นองค์กรแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ Work and Travel Agency ในประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาคือ เรื่องมีการแสดงภาพประกอบของสถานที่ทำงาน/นายจ้างที่นักศึกษาจะไปทำงานด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.95) และเรื่องสภาพของบริษัทมีความสะอาด เหมาะแก่การเข้ามาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

สงวนลิขสิทธิ์โดย เชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจต่อบัณฑิต  
ส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อโครงการเวิร์คแอนด์ทรานเวล ใน  
ประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

จากการศึกษาระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตส่วนประสม  
การตลาดบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ต่อโครงการเวิร์คแอนด์ทรานเวล ในประเทศ  
สหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่ พบว่าค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ที่  
3.59 ในขณะที่ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจอยู่ที่ 3.69 ดังนั้น จึงทำให้เกิดจุดตัดแกน  $X=3.69$  (ระดับ  
ความพึงพอใจ) และจุดตัดแกน  $Y=3.59$  (ระดับความสำคัญ) และสร้างเป็น Quadrants ได้ดังตารางที่  
4.25 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.25 ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ (Importance  
Performance Analysis : IPA) สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

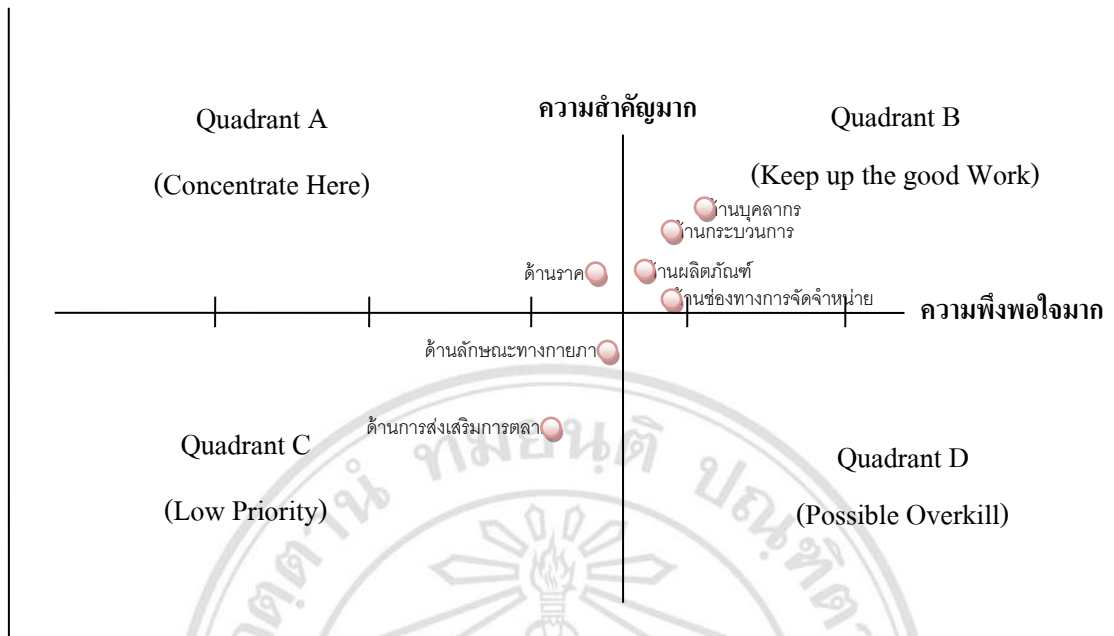
Quadrants	ความหมาย	ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญ	ค่าเฉลี่ยระดับ ความพึงพอใจ
A	คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้า และ ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ	3.59-5.00	1.00-3.69
B	ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดี ในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก	3.59-5.00	3.69-5.00
C	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำ หรือมีการบริการต่ำ ในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้า ผู้ ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไป ก่อน	1.00-3.59	1.00-3.69
D	ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปเกินความ จำเป็น ในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อ การตัดสินใจของลูกค้า	1.00-3.59	3.69-5.00

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrants
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.72	3.70	B
ปัจจัยด้านราคา (Price)	3.74	3.53	A
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.59	3.91	B
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.15	3.13	C
ปัจจัยด้านบุคลากร (People)	3.82	4.12	B
ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)	3.77	3.89	B
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	3.38	3.68	C
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.59</b>	<b>3.69</b>	

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่มีปัจจัยใดตกอยู่ใน Quadrant D ซึ่งเป็น Quadrant ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ตกอยู่ใน Quadrant A คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ตกอยู่ใน Quadrant B คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ตกอยู่ใน Quadrant C คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ





ภาพที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่ ตามแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA)

จากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B ซึ่งหมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่ สามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดี ในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก และพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็น Quadrant ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะทำกรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C ซึ่งเป็น Quadrant ที่ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อลูกค้า คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนใน Quadrant D ซึ่งเป็น Quadrant ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็น ในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า พบว่าไม่มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใดตกอยู่ใน Quadrant นี้

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrants
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
มีพนักงานของบริษัทพาไปส่งถึงสถานที่ทำงาน ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา	3.34	3.67	C
มีการจัดเตรียมอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นไว้ในระหว่างพักอาศัย ณ ต่างประเทศ เช่น ผ้าห่ม หมอน ฯลฯ	3.35	3.60	C
มีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ	3.88	4.07	B
มีการให้ข้อมูลสถานที่ทำงาน/ นายจ้างก่อนการสัมภาษณ์งาน หรือก่อนการชำระเงินค่าโครงการ	3.94	4.05	B
มีการให้ข้อมูลทั่วไป รวมถึงการตอบคำถามเกี่ยวกับโครงการก่อนการสมัคร	3.95	4.04	B
มีการจัดหาเที่ยวบินในการเดินทางให้	3.75	3.75	B
สถานที่ตั้งของที่ทำงานอยู่ในรัฐที่น่าสนใจ	3.83	3.80	B
มีประเภทนายจ้าง/ ตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย	3.86	3.78	B
มีการให้คำแนะนำเรื่องการศึกษาต่อต่างประเทศ	3.2	3.12	C
มีการทำประกันอุบัติเหตุและประกันสุขภาพให้กับผู้เข้าร่วมโครงการตลอดระยะเวลาในการเข้าร่วมโครงการฯ	3.58	3.38	C
มีการจัดหาที่พักที่สะดวกต่อการทำงานให้ในขณะที่เข้าร่วมโครงการในต่างประเทศ	4.04	3.84	B
มีอัตราการจ่ายค่าตอบแทนจากการทำงานที่น่าสนใจ	3.86	3.35	A

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็น Quadrant ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องมีอัตราการจ่ายค่าตอบแทนจากการทำงานที่น่าสนใจ

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ดกรุป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrants
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
มีระบบชำระเงินที่สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดได้	3.34	3.62	C
มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วม โครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่าง ละเอียด	3.91	3.89	B
ค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมโครงการมีความเหมาะสม	3.89	3.69	B
ราคาตั๋วเครื่องบินที่บริษัทจัดหาให้มีความเหมาะสม	3.73	3.48	A
ได้รับค่าตอบแทนที่ดีเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	3.84	2.97	A

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็น Quadrant ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะทำกรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องราคาตั๋วเครื่องบินที่บริษัทจัดหาให้มีความเหมาะสม และปัจจัยย่อยเรื่องได้รับค่าตอบแทนที่ดีเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

บัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrants
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ	3.52	4.11	D
สถานที่ตั้งของบริษัทมีความสะดวกต่อการเดินทาง	3.53	3.97	D
ระยะเวลาการเปิดปิดของบริษัทมีความสะดวกต่อการเข้ามาติดต่อ	3.50	3.64	C
มีช่องทางที่สามารถให้ผู้เข้าร่วมโครงการหรือสนใจติดต่อกับบริษัทได้สะดวก	3.80	3.93	B

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ไม่มีบัณฑิตย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็น Quadrant ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ส่วนใน Quadrant C ซึ่งเป็น Quadrant ที่ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากบัณฑิตย่อยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อลูกค้าได้แก่ บัณฑิตย่อยเรื่องระยะเวลาการเปิดปิดของบริษัทมีความสะดวกต่อการเข้ามาติดต่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์แทรเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrants
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
มีการโฆษณาตามสื่อวิทยุ โทรทัศน์ของท้องถิ่น	2.84	3.19	C
มีการส่งการ์ดอวยพรวันเกิดให้ผู้เข้าร่วมโครงการ	2.63	2.95	C
มีการออกบูธโฆษณา ประชาสัมพันธ์ตามมหาวิทยาลัย ต่าง ๆ	3.3	3.42	C
มี website ของบริษัทให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ สามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/email ได้	3.88	3.93	B
มีการแจกแผ่นพับ โบปลิว หรือติดป้ายตามมหาวิทยาลัย ต่าง ๆ	3.05	3.1	C
มีการแจกแผ่นพับ โบปลิว หรือติดป้ายตาม แหล่งชุมชน	2.76	2.81	C
มีการแจกของสมนาคุณแก่ผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น เสื้อ สมุด ปากกา เป็นต้น	3.14	3.16	C
มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น การจัด งานปาร์ตี้ เป็นต้น	3.12	2.68	C
มีการให้ส่วนลด Gift Voucher หรือ โปรโมชันต่าง ๆ	3.66	2.96	A

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็น Quadrant ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะทำกรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องมีการให้ส่วนลด Gift Voucher หรือ โปรโมชันต่าง ๆ

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตานบุคลากรของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่

บัณฑิตานบุคลากร	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrants
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเป็นกันเองกับลูกค้าติดต่อ	3.75	4.33	B
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีการแต่งกายที่สุภาพ น่าเชื่อถือ	3.4	3.91	D
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความสุภาพ อ่อนโยนในการให้บริการ	3.59	4.05	B
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความพร้อมให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมโครงการ	3.94	4.23	B
เจ้าหน้าที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลโครงการที่เข้าใจได้ง่ายและชัดเจน	4.04	4.24	B
เจ้าหน้าที่ให้บริการสามารถให้ข้อมูลต่างๆที่ผู้เข้าร่วมโครงการต้องการ ได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง	4.05	4.15	B
มีเจ้าหน้าที่คอยประสานงานและให้ความช่วยเหลือระหว่างทำงานในต่างประเทศ	3.95	3.93	B

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ไม่มีบัณฑิตานย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็น Quadrant ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะมีการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยบัณฑิตานย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ยกเว้นบัณฑิตานย่อยเรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการมีการแต่งกายที่สุภาพ น่าเชื่อถือ อยู่ใน Quadrant D หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrants
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการจอง/ซื้อตั๋วเครื่องบิน	3.66	3.87	B
มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ	3.55	3.71	D
การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการขอวีซ่าประเทศสหรัฐอเมริกา	3.95	4.1	B
การให้ความรู้ที่จำเป็นเพื่อการเตรียมตัว รวมถึงการปฐมนิเทศก่อนการเดินทาง	3.94	4.1	B
การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือหลังเสร็จสิ้นโครงการ เช่น การรายงานตัวต่อสถานทูตสหรัฐอเมริกา การจองตั๋ว เป็นต้น	3.72	3.84	B
การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือหากประสบกับปัญหา ระหว่างการเข้าร่วมโครงการในประเทศสหรัฐอเมริกา	3.87	3.96	B
ใบสมัครมีความชัดเจนง่ายต่อการกรอกข้อมูล	3.74	3.82	B
ขั้นตอนการสมัครมีความรวดเร็วไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.7	3.75	B

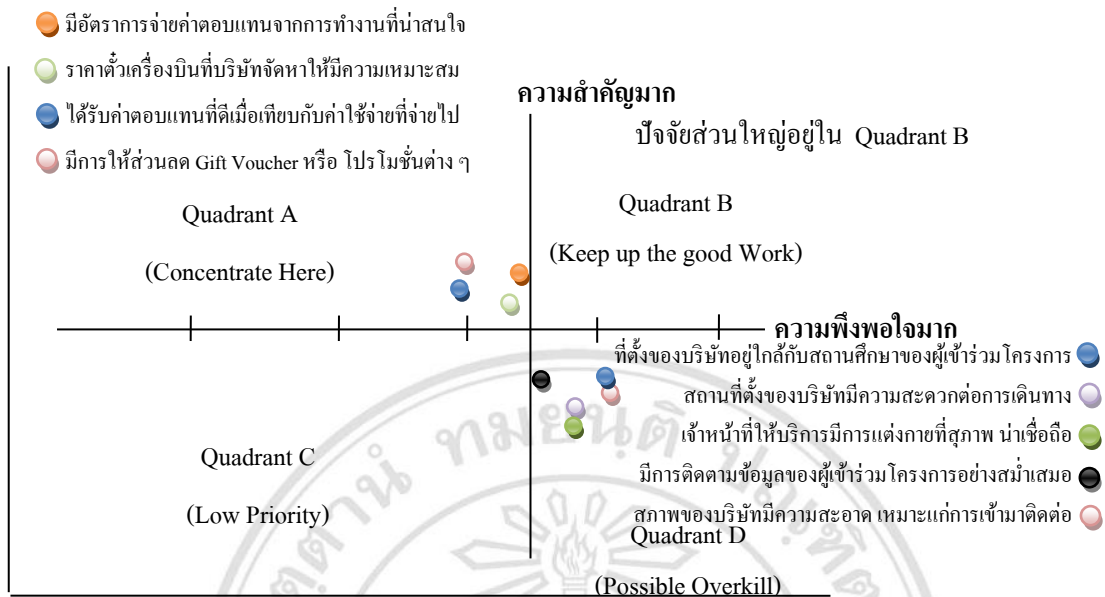
จากตารางที่ 4.32 พบว่า ไม่มีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็น Quadrant ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องมีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ อยู่ใน Quadrant D หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทรานเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrants
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
สภาพของบริษัทที่มีความสะอาด เหมาะแก่การเข้ามาติดต่อ	3.4	3.91	D
อุปกรณ์สำนักงาน เช่นคอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงานที่ทันสมัย	3.1	3.52	C
บริษัทมีการตกแต่งที่ทันสมัย แสดงถึงความเป็นมืออาชีพมีความเชี่ยวชาญสูง	3.14	3.55	C
สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม เป็นต้น	3.25	3.65	C
มีเอกสารรับรองการเป็นองค์กรแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ Work and Travel Agency ในประเทศไทย	3.77	4.02	B
มีการแสดงภาพประกอบของสถานที่ทำงาน/นายจ้างที่นักศึกษาจะไปทำงานด้วย	3.74	3.95	B
บริษัทมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอแก่ความต้องการ	3.24	3.15	C

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ไม่มีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็น Quadrant ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ส่วนใน Quadrant C ซึ่งเป็น Quadrant ที่ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อลูกค้าได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องอุปกรณ์สำนักงาน เช่นคอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงานที่ทันสมัย เรื่องบริษัทมีการตกแต่งที่ทันสมัย แสดงถึงความเป็นมืออาชีพมีความเชี่ยวชาญสูง เรื่องสถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม เป็นต้น และเรื่องบริษัทมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอแก่ความต้องการ





ภาพที่ 4.2 แสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ ตามแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) เชียงใหม่ ตามแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA)

จากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B ซึ่งหมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ สามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดี ในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก แต่ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องมีอัตราการจ่ายค่าตอบแทนจากการทำงานที่น่าสนใจ เรื่องราคาตัวเครื่องบินที่บริษัทจัดหาให้มีความเหมาะสม เรื่องได้รับค่าตอบแทนที่ดีเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป และเรื่องมีการให้ส่วนลด Gift Voucher หรือ โปรโมชันต่าง ๆ อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็น Quadrant ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษ และควรจะมีการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้า แต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C ซึ่งเป็น Quadrant ที่ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อลูกค้า ได้แก่ เรื่องมีพนักงานของบริษัทพาไปส่งถึงสถานที่ทำงาน ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา เรื่องมีการจัดเตรียมอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้ในระหว่างพักอาศัย ณ ต่างประเทศ เช่น ผ้าห่ม หมอน ฯลฯ เรื่องมีการให้คำแนะนำเรื่องการศึกษาต่อต่างประเทศ เรื่องมีการทำประกันอุบัติเหตุและประกันสุขภาพให้กับผู้เข้าร่วมโครงการตลอดระยะเวลาในการเข้าร่วมโครงการฯ เรื่องมีระบบชำระเงินที่สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดได้ เรื่องระยะเวลาการเปิดปิดของบริษัทมีความสะดวกต่อการเข้ามาติดต่อ เรื่องมีการโฆษณาตามสื่อวิทยุ โทรทัศน์ของท้องถิ่น เรื่องมีการส่งการ์ดอวยพรวันเกิดให้ผู้เข้าร่วมโครงการ เรื่องมีการออกบูธโฆษณา ประชาสัมพันธ์ตามมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เรื่องมีการแจกแผ่นพับ ใบปลิว หรือติดป้ายตามมหาวิทยาลัยต่างๆ เรื่องมีการแจกของสมนาคุณแก่ผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น เสื้อ สมุด ปากกา เป็นต้น เรื่องมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น การจัดงานปาร์ตี้ เป็นต้น เรื่องอุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงานที่ทันสมัย เรื่องบริษัทมีการตกแต่งที่ทันสมัย แสดงถึงความ เป็นมืออาชีพมีความเชี่ยวชาญสูง เรื่องสถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม เป็นต้น และ เรื่องบริษัทที่จืดจางและเพียงพอแก่ความต้องการ

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D ซึ่งเป็น Quadrant ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไป ความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า ได้แก่ เรื่องที่ตั้งของบริษัท อยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วมโครงการ เรื่องสถานที่ตั้งของบริษัทมีความสะดวกต่อการเดินทาง เรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการมีการแต่งกายที่สุภาพ น่าเชื่อถือ เรื่องมีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ และเรื่องสภาพของบริษัทมีความสะอาด เหมาะแก่การเข้ามาติดต่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

#### 4.5 ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าร่วมโครงการ เวิร์คแอนด์ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่

1. ได้ชั่วโมงการทำงานน้อยกว่าที่ตกลงไว้มาก จึงทำให้ได้ค่าตอบแทนน้อย ส่งผลให้ไม่เพียงพอสำหรับค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายประจำวันอื่นๆ
2. สถานที่ทำงาน(สวนสนุก) ปิดบ่อยเกินไป เนื่องจากบางวัน ไม่มีผู้มาใช้บริการ ทำให้รายได้ไม่เป็นไปตามที่คิดไว้ ดังนั้นควรมีการหางานสำรองให้ทำ
3. ควรมีข้อตกลงที่แน่นอน ชัดเจน ระหว่างบริษัทฯ และสถานที่ทำงาน ให้ได้ทำงานตรงตามชั่วโมงที่กำหนดไว้ และเฉลี่ยชั่วโมงการทำงานให้เท่าเทียมกัน
4. เรื่องตำแหน่งงาน ไม่ตรงกับที่ระบุไว้ตั้งแต่แรก น่าจะมีการยืนยันตำแหน่งงานให้ชัดเจนก่อนเดินทาง (นายจ้างให้ระบุตำแหน่งงานที่ต้องการทำมากที่สุดเรียงลำดับเป็นหมายเลข)
5. จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการมีมากเกินไป ส่งผลถึงชั่วโมงการทำงานที่ได้น้อย
6. ควรมีสถานที่ทำงาน และตำแหน่งงานให้เลือกมากกว่านี้
7. ที่พักอาศัยดี มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน แต่อยู่ห่างไกลห่างสรรพสินค้า และไม่ค่อยมีรถประจำทางผ่าน ทำให้การเดินทางไม่ค่อยสะดวก
8. เนื่องจากสภาพอากาศที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดการเจ็บป่วยได้ง่าย ควรให้คำแนะนำเรื่องการรักษาพยาบาลเบื้องต้น และการติดต่อกับสถานพยาบาลต่างๆ
9. ควรให้นักศึกษาไทยพักอยู่ร่วมกันกับนักศึกษาจากต่างประเทศ เนื่องจากจะมีโอกาสในการพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างเต็มที่
10. หากมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของตัวเดินทาง ควรมีการแจ้งให้ทราบหลายๆช่องทาง นอกจากทางอีเมลแล้ว ควรโทร.แจ้ง หรือติดต่อที่บ้านพัก เป็นต้น
11. การดำเนินการเรื่องการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน ค่อนข้างล่าช้า
12. เที่ยวบินที่จองไว้ตกหล่น ทำให้ไม่สามารถเดินทางกลับพร้อมกับเพื่อนๆ ได้
13. ราคาตั๋วเครื่องบินที่แนะนำให้ราคาค่อนข้างแพง ควรแนะนำทุกสายการบิน ไม่ใช่เฉพาะสายการบินที่ติดต่อกันไว้
14. การเดินทางมีปัญหาติดขัดบ้างเล็กน้อย เนื่องจากเป็นการเดินทางครั้งแรก แต่บริษัทฯ คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่ดี
15. น่าจะทำอัตราความน่าจะเป็นของการคืนทุนสำหรับการทำงานแต่ละที่ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโครงการเวิร์คแอนด์ทรานเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาปัญหาที่พบของลูกค้านักศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการของโครงการเวิร์คแอนด์ทรานเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะจากการศึกษาได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.91 มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 95.19 ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 77.54 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 97.86 ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่คณะมนุษยศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 17.12 มีวุฒิการศึกษาสูงสุด คือระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 99.47 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวอยู่ที่ 45,001-65,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.80 ประเภทงานที่ทำในต่างประเทศที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกทำมากที่สุดคือ สวนสนุก คิดเป็นร้อยละ 57.22 โดยเลือกทำงานที่ Busch Garden Williamsburg มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.64 เหตุผลสนใจในการเข้าร่วมโครงการ คือ ต้องการท่องเที่ยวในต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.66)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อโครงการเวิร์คแอนด์ทรานเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกาของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่

##### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ มีการจัดหาที่พักที่สะดวกต่อการทำงานให้ในขณะที่เข้าร่วมโครงการในต่างประเทศ

### **ปัจจัยด้านราคา**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด

### **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งหมดในระดับมาก โดยปัจจัยที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องมีช่องทางที่สามารถให้ผู้เข้าร่วมโครงการหรือสนใจติดต่อกับบริษัทได้

### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทั้งหมดในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องมี website ของบริษัทให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ สามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/email

### **ปัจจัยด้านบุคลากร**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการสามารถให้ข้อมูลต่างๆที่ผู้เข้าร่วมโครงการต้องการได้อย่างครบถ้วนและ

### **ปัจจัยด้านกระบวนการ**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการทั้งหมดในระดับมาก โดยปัจจัยที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องการให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการขอวีซ่าประเทศ

### **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่ให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องมีเอกสารรับรองการเป็นองค์กรแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ Work and Travel Agency ในประเทศ

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่**

#### **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ มีการให้คำแนะนำเรื่อง การศึกษาต่อต่างประเทศ

#### **ปัจจัยด้านราคา**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านราคาทั้งหมดในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ได้รับคำตอบแทนที่ดีเมื่อเทียบกับ ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป

#### **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งหมดในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ระยะเวลาการเปิดปิด ของบริษัทมีความสะดวกต่อการเข้ามาติดต่อ

#### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ มีการจัด กิจกรรมต่างๆให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น การจัดงานปาร์ตี้ เป็นต้น

#### **ปัจจัยด้านบุคลากร**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรทั้งหมดในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการมีการ แต่งกายที่ สุภาพ น่าเชื่อถือ

#### **ปัจจัยด้านกระบวนการ**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการทั้งหมดในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ มีการติดตามข้อมูลของ ผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ

### **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ บริษัทที่มีจอรถสะดวกและเพียงพอแก่ความต้องการ

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัย ต่อโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่**

เมื่อทำการวิเคราะห์ความสำคัญและความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการตามจุดตัดแกน  $X = 3.69$  (ความพึงพอใจ) และจุดตัดแกน  $Y = 3.59$  (ระดับความสำคัญ) พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ อยู่ใน Quadrants B ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ใน Quadrants C

ในขณะที่ปัจจัยด้านราคาอยู่ใน Quadrants A ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าวมีคุณลักษณะที่สำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ดังนั้นบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่ ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน

#### **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่อยู่ใน Quadrants A ซึ่งเป็น Quadrants ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะมีการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องมีอัตราการจ่ายค่าตอบแทนจากการทำงานที่น่าสนใจ

#### **ปัจจัยด้านราคา**

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่อยู่ใน Quadrants A ซึ่งเป็น Quadrants ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะมีการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องราคาตัวเครื่องบินที่บริษัทจัดหาให้มีความเหมาะสม และปัจจัยย่อยเรื่องได้รับค่าตอบแทนที่ดีเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป

#### **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

ไม่มีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants A ซึ่งเป็น Quadrants ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะมีการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ส่วนใน Quadrants C ซึ่งเป็น Quadrants ที่ผู้ให้บริการ

สามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อลูกค้าได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องระยะเวลาการเปิดปิดของบริษัทที่มีความสะดวกต่อการเข้ามาติดต่อ

#### **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ใน Quadrants A ซึ่งเป็น Quadrants ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องมีการให้ส่วนลด Gift Voucher หรือ โปรโมชันต่าง ๆ

#### **ปัจจัยด้านบุคลากร**

ไม่มีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants A ซึ่งเป็น Quadrants ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrants B หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการมีการแต่งกายที่สุภาพ น่าเชื่อถือ อยู่ใน Quadrants D หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า

#### **ปัจจัยด้านกระบวนการ**

ไม่มีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants A ซึ่งเป็น Quadrants ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrants B หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องมีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ อยู่ใน Quadrants D หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า

#### **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ**

ไม่มีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants A ซึ่งเป็น Quadrants ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ส่วนใน Quadrants C ซึ่งเป็น Quadrants ที่ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อลูกค้าได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องอุปกรณ์สำนักงาน เช่นคอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงานที่ทันสมัย เรื่องบริษัทมีการตกแต่งที่ทันสมัย แสดงถึงความเป็นมืออาชีพมีความเชี่ยวชาญสูง เรื่องสถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม เป็นต้น และเรื่องบริษัทมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอแก่ความต้องการ

## **5.2 อภิปรายผลการศึกษา**



จากการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการของโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กู๊ป สาขาเชียงใหม่ สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

**ส่วนข้อมูลทั่วไป** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ขณะเข้าร่วมโครงการคือระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ศึกษา อยู่คณะมนุษยศาสตร์ และเหตุผลจูงใจในการเข้าร่วมโครงการคือต้องการท่องเที่ยวในต่างประเทศซึ่ง ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนวการศึกษาและฝึกงานในต่างประเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น กรณีศึกษาโครงการ WORK AND TRAVEL USA. พบว่านักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง และนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ และไม่สอดคล้อง กับผลการศึกษาของสมร วงศ์ลือเกียรติ (2552) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการประเมินโครงการ Work and Travel in USA กรณีศึกษา: ผู้เข้าร่วมโครงการมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีผลดึงดูดให้กลุ่ม นักศึกษาและบัณฑิตเข้าร่วมโครงการมากที่สุดคือ ความต้องการในการหาประสบการณ์

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในอันดับแรก ได้แก่ เรื่องมีการ จัดหาที่พักที่สะดวกต่อการทำงานให้ในขณะที่เข้าร่วมโครงการในต่างประเทศ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผล การศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนว การศึกษาและฝึกงานในต่างประเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น กรณีศึกษาโครงการ WORK AND TRAVEL USA. พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์คือ ได้รับ ประสบการณ์ทำงานในต่างประเทศ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุภกร พรหมวิจิตร (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่เคยเข้าร่วมโครงการ พบว่าปัจจัยที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับ 1 คือเอเจนซี่มีงานให้นักศึกษาเลือกเพียงพอ

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านราคา ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในอันดับแรก ได้แก่ เรื่องมีการแจ้งอัตราค่า เข้าร่วมโครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนวการศึกษาและฝึกงานใน ต่างประเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น กรณีศึกษาโครงการ WORK AND TRAVEL USA. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากด้านราคาคือ ได้รับคำตอบแทนที่ดีเมื่อเทียบกับ ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุภกร พรหมวิจิตร (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัย

ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่เคยเข้าร่วมโครงการ พบว่าปัจจัยที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับ 1 คือ เอเจนซี่มีค่าโครงการที่มีราคาถูกกว่าเอเจนซี่อื่น

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในอันดับแรก ได้แก่ เรื่องมีช่องทางที่สามารถให้ผู้เข้าร่วมโครงการหรือสนใจติดต่อกับบริษัทได้สะดวก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนวการศึกษาและฝึกงานในต่างประเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น กรณีศึกษาโครงการ WORK AND TRAVEL USA. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือ มีศูนย์บริการตามจังหวัดต่างๆ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศุภกร พรหมวิจิตร (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่เคยเข้าร่วมโครงการ พบว่าปัจจัยที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับ 1 คือ เอเจนซี่มีสาขาในจังหวัดที่นักศึกษาเรียนอยู่

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในอันดับแรก ได้แก่ เรื่องมี website ของบริษัทให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ สามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/email ได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนวการศึกษาและฝึกงานในต่างประเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น กรณีศึกษาโครงการ WORK AND TRAVEL USA. พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรื่องการให้ส่วนลดค่าบริการ เช่น ค่าจัดสอบ แต่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศุภกร พรหมวิจิตร (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่เคยเข้าร่วมโครงการ พบว่าปัจจัยที่ได้ค่าเฉลี่ยอันดับ 1 คือ เอเจนซี่มีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต

**ด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในอันดับแรก ได้แก่ เรื่องเจ้าหน้าที่ให้บริการสามารถให้ข้อมูลต่างๆที่ผู้เข้าร่วมโครงการต้องการได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนวการศึกษาและฝึกงานในต่างประเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น กรณีศึกษาโครงการ WORK AND TRAVEL USA. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากด้านบุคลากร คือบุคลากรมีความกระตือรือร้น สุภาพอ่อนโยน ใส่ใจลูกค้า

**ด้านกระบวนการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านกระบวนการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในอันดับแรก ได้แก่ เรื่องการให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการขอวีซ่าประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนวการศึกษาและฝึกงานในต่างประเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น กรณีศึกษาโครงการ WORK AND TRAVEL USA. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากด้านกระบวนการให้บริการ คือรวดเร็ว และสะดวกในการใช้บริการ

**ด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในอันดับแรก ได้แก่ เรื่องมีเอกสารรับรองการเป็นองค์กรแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ Work and Travel Agency ในประเทศไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พัชรา เริกเขียว (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนวการศึกษาและฝึกงานในต่างประเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น กรณีศึกษาโครงการ WORK AND TRAVEL USA. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากด้านลักษณะทางกายภาพ คือความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่

### 5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ดกรุป สาขาเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

1. สถานที่ทำงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุดคือ สวนสนุก
2. ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants A และควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน ได้แก่

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก
มีอัตราค่าตอบแทนจากการทำงานที่น่าสนใจ	ด้านผลิตภัณฑ์
ราคาตัวเครื่องบินที่บริษัทจัดหาให้มีความเหมาะสม	ด้านราคา
ได้รับค่าตอบแทนที่ดีเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	ด้านราคา
มีการให้ส่วนลด Gift Voucher หรือ โปรโมชันต่าง ๆ	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโครงการเวิร์คแอนด์ทราเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุป สาขาเชียงใหม่ สามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นประโยชน์ และเสนอแนะแนวทางให้กับผู้ประกอบการ ในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้เป็นประโยชน์เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

##### ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่มีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants A คือ อัตราการจ่ายค่าตอบแทนจากการทำงานที่น่าสนใจ ที่บริษัทฯต้องรีบแก้ไขโดยคัดสรรงานที่ให้ค่าตอบแทนจากการทำงานในอัตราที่สูงมาเป็นตัวเลือกให้นักศึกษาเพิ่มมากขึ้น เช่นงานประเภทที่ได้ทิป หรืองานที่สามารถทำเวลาและได้ค่าตอบแทนที่เพิ่มมากขึ้น

##### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจภาพรวมในเรื่องปัจจัยด้านราคา แต่มีสองปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants A คือ เรื่องได้รับค่าตอบแทนที่ดีเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป และราคาตัวเครื่องบินที่บริษัทจัดหาให้มีความเหมาะสม ซึ่งต้องรีบแก้ไขเร่งด่วน จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกไปทำงานที่สวนสนุก ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุว่าสวนสนุกปิดให้บริการบ่อยและจำนวนนักศึกษาที่ไปทำงานมีจำนวนมากส่งผลถึงชั่วโมงการทำงานที่ได้น้อย ดังนั้นบริษัทฯ จึงควรชี้แจงข้อมูลเรื่องค่าตอบแทนจำนวนชั่วโมงการทำงานและสาเหตุที่จะทำให้ได้ชั่วโมงการทำงานน้อยให้นักศึกษาทราบก่อน เพื่อประกอบการตัดสินใจก่อนสมัคร หรือทำข้อตกลงกับนายจ้างกรณีไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาได้จะมีวิธีการแก้ไขให้นักศึกษาอย่างไร เช่น หางานสำรองหรือทดแทนให้กรณีนักศึกษาไม่มีงานทำ หรือลดค่าใช้จ่ายส่วนอื่นให้นักศึกษา เช่น ค่าที่พัก เป็นต้น

##### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด แต่มีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants A คือการให้ส่วนลด Gift Voucher หรือโปรโมชั่นต่างๆ ที่ต้องรีบแก้ไข โดยบริษัทฯ ควรมีการแจกส่วนลดค่าโครงการ หรือจัดโปรโมชั่นส่วนลดอื่นๆ เช่น การชวนเพื่อนมาสมัครและจะได้รับส่วนลด หรือรีบมาสมัครเร็วยิ่งมีส่วนลดมากขึ้น และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดคือมีการจัดกิจกรรมต่างๆให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ บริษัทควรจัดการงานปาร์ตี้ หรือจัดกิจกรรมให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้รู้จักโครงการและนักศึกษาท่านอื่นมากขึ้น รวมไปถึงการจัดปาร์ตี้ welcome

home เมื่อสิ้นสุดโครงการ เพื่อนักศึกษาจะได้รู้สึกประทับใจมากขึ้น อีกทั้งบริษัทฯจะได้ประโยชน์จากการจัดปาร์ตี้คือสามารถสอบถามถึงปัญหา ข้อเสนอแนะ และประสบการณ์ที่ได้รับ

### **ด้านบุคลากร**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากในด้านบุคลากร และส่วนใหญ่ของปัจจัยย่อยจะอยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็น Quadrants ที่บริษัทฯสามารถตอบสนองปัจจัยย่อยต่างๆที่นักศึกษาให้ความสำคัญได้ดีแล้ว แต่บริษัทฯก็ไม่ควรละเลยการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เรื่องการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ หรือการตอบคำถาม ช่วยเหลือนักศึกษาขณะอาศัยอยู่ในต่างประเทศ เพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ทันที

### **ด้านกระบวนการ**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากในด้านกระบวนการ และส่วนใหญ่ของปัจจัยย่อยจะอยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็น Quadrants ที่บริษัทฯสามารถตอบสนองปัจจัยย่อยต่างๆที่นักศึกษาให้ความสำคัญได้ดีแล้ว

### **ด้านลักษณะทางกายภาพ**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากในด้านลักษณะทางกายภาพของบริษัทฯ มีปัจจัยย่อยที่อยู่ในส่วน Quadrants C ซึ่งเป็น Quadrants ที่ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อลูกค้าได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องอุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงานที่ทันสมัย เรื่องบริษัทมีการตกแต่งที่ทันสมัย แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง เรื่องสถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม เป็นต้น และเรื่องบริษัทมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอแก่ความต้องการ ถึงแม้ว่าปัจจัยที่กล่าวมาจะสามารถเลื่อนการปรับปรุงไปก่อนได้ แต่จะพบว่าปัจจัยย่อยหนึ่งปัจจัยที่นักศึกษามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำกว่าค่าเฉลี่ยความสำคัญคือเรื่องบริษัทมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอแก่ความต้องการ ถ้าบริษัทฯได้แก้ไขปัจจัยที่อยู่ใน Quadrants A ได้อย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลให้จำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น อาจจะส่งผลต่อยังเรื่องที่จอดรถได้ ดังนั้นควรหาแนวทางแก้ไขปัญหาล่วงหน้า เช่น การจัดรถรับ-ส่งนักศึกษาเป็นรอบจากมหาวิทยาลัยฯ หรือประชาสัมพันธ์ให้นักศึกษาทราบเกี่ยวกับข้อจำกัดของที่จอดรถ เมื่อมาติดต่อบริษัทฯ ควรจะใช้ยานพาหนะคันเดียวและมาพร้อมกันกับเพื่อน

## บรรณานุกรม

- กฤษณี เวชสาร. 2546. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย  
กองบรรณาธิการ EXIT BOOK. 2551. ไปนอกครั้งเดียว ได้เรียน ได้เที่ยว ได้ตั้งค์. กรุงเทพฯ: บริษัท  
วิญญะ คลาสสิกฟายด์ส จำกัด.
- คลองยุทธ อิมเอมทรัพย์. 2554. ผู้จัดการบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่ .สัมภาษณ์. (20  
สิงหาคม 2554)
- บริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป . 2553. “**Summer Work and Travel USA. Overseas Ed**”. [ระบบ  
ออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.oeg.co.th/v2/about\\_us/about\\_us.php](http://www.oeg.co.th/v2/about_us/about_us.php) (5 มีนาคม 2553)
- บริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่. 2554. โครงการ Work and Travel 2010. [แฟ้มข้อมูล].  
บริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่: แผนกบัญชี.
- พัชรา เริกเขียว. 2550. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนวการศึกษาและฝึกงานใน  
ต่างประเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น กรณีศึกษา โครงการ **WORK AND  
TRAVEL USA**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เรียนรอบโลก. 2552. “CIEE เปิดยุทธศาสตร์ ขยายโครงการ Work&Travel U.S.A.”. [ระบบ  
ออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.elearneasy.com/shows\\_news\\_eaw.php?news\\_id=264](http://www.elearneasy.com/shows_news_eaw.php?news_id=264) (10  
กุมภาพันธ์ 2553)
- วรมดี อินตะแสน. 2547. ความพึงพอใจของนักเรียนต่อบริการของโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ  
กรณีศึกษา: ออสเตรเลียเซ็นเตอร์ เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอกรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย. 2552. “ข้อมูลจังหวัด เชียงใหม่”.  
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.chiangmai.go.th/meet\\_file/intro3.pdf](http://www.chiangmai.go.th/meet_file/intro3.pdf) (2 มกราคม  
2553)
- ศุภกร พรหมวิจิตร. 2549. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ **Work&Travel in USA**  
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์บัณฑิต  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ. เพชรจรัสแสงแห่งโลก  
ธุรกิจ

- สมร วงศ์ลือเกียรติ. 2552. การประเมินโครงการ “Work&Travel USA”: กรณีศึกษาผู้เข้าร่วมโครงการมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุลและคณะ. 2545. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- กนกพร คำหมื่นยอง. 2557. ความพึงพอใจของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของอีมอลล์ของบริษัทตลาดดอกท้อคอม จำกัด. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Kotler Philip. **Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control.** 8<sup>th</sup> edition., New Jersey: Prentice Hall Inc, 1997.
- Martilla, J.A. and James, J.C. (1977) :77-79. **Importance-Performance Analysis.** Journal of Marketing.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



**แบบสอบถาม**

**เรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อโครงการเวิร์คแอนด์ทราวเวล  
ในประเทศสหรัฐอเมริกาของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่**

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยต่อการใช้บริการ โครงการเวิร์คแอนด์ทราวเวลของบริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่ โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. อายุ

- ( ) 1. อายุต่ำกว่า 20 ปี ( ) 2. อายุ 20-30 ปี

3. สถานที่ศึกษา

- ( ) 1. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ( ) 2. มหาวิทยาลัยพายัพ  
( ) 3. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ( ) 4. มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น  
( ) 5. มหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่ ( ) 6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ระดับวุฒิการศึกษาที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ขณะเข้าร่วมโครงการ

- ( ) 1. ปริญญาตรี ( ) 2. ปริญญาโท

5. คณะ.....

6. ท่านจบการศึกษาสูงสุดระดับใด

- ( ) 1. ปริญญาตรี ( ) 2. ปริญญาโท  
 ( ) 3. ปริญญาเอก ( ) 4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว

- ( ) 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท ( ) 2. 25,001-45,000 บาท  
 ( ) 3. 45,001-65,000 บาท ( ) 4. 65,001-85,000 บาท  
 ( ) 5. 85,001-100,000 บาท ( ) 6. มากกว่า 100,000 บาท

8. ประเภทงานที่ทำในต่างประเทศ

- ( ) 1. สวนสนุก ( ) 2. กักตักการ/ ร้านอาหาร/ ร้านอาหารจานด่วน  
 ( ) 3. วนอุทยาน ( ) 4. โรงแรม/ รีสอร์ท  
 ( ) 5. ร้านค้า/ ร้านขายของ/ ร้านสะดวกซื้อ

9. ชื่อสถานที่ทำงานในต่างประเทศ.....

10. ความสำคัญของเหตุผลจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ  
 คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อมูลต่อไปนี้และทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

เหตุผลจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ	ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
1. เหตุผลจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ					
1.1 ต้องการหาประสบการณ์การทำงานในต่างประเทศ					
1.2 ต้องการพัฒนาภาษาอังกฤษ					
1.3 ต้องการท่องเที่ยวในต่างประเทศ					
1.4 ต้องการหารายได้พิเศษตอนปิดภาคเรียนฤดูร้อน					
1.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....					

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป และระดับความพึงพอใจของนักศึกษาจากที่เคยเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของบริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรุ๊ป สาขาเชียงใหม่ คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อมูลต่อไปนี้และทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ					ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
<b>1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>										
1.1 มีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ										
1.2 มีประเภทนายจ้าง/ ตำแหน่งงานให้เลือกหลากหลาย										
1.3 มีอัตราค่าตอบแทนจากการทำงานที่น่าพอใจ										
1.4 สถานที่ตั้งของที่ทำงานอยู่ในรัฐที่น่าสนใจ										
1.5 มีการให้ข้อมูลสถานที่ทำงาน/ นายจ้างก่อนการสัมภาษณ์งาน หรือก่อนการชำระเงินค่าโครงการ										
1.6 มีการให้ข้อมูลทั่วไป รวมถึงการตอบคำถามเกี่ยวกับโครงการ ก่อนการสมัคร										

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ					ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.7 มีการทำประกันอุบัติเหตุและประกันสุขภาพให้กับผู้เข้าร่วมโครงการตลอดระยะเวลาในการเข้าร่วมโครงการฯ										
1.8 มีการจัดหาที่พักที่สะดวกต่อการทำงานให้ในขณะที่เข้าร่วมโครงการในต่างประเทศ										
1.9 มีการจัดหาเที่ยวบินในการเดินทางให้										
1.10 มีพนักงานของบริษัทพาไปส่งถึงสถานที่ทำงาน ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา										
1.11 มีการจัดเตรียมอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้ในระหว่างพักอาศัย ณ ต่างประเทศ เช่น ผ้าห่ม หมอน ฯลฯ										
1.12 มีการให้คำแนะนำเรื่องการศึกษาต่อต่างประเทศ										
1.13 อื่น ๆ (ระบุ).....										

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ					ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
<b>2. ปัจจัยด้านราคา</b>										
2.1 มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วม โครงการและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่าง ละเอียด										
2.2 ได้รับค่าตอบแทนที่ดีเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป										
2.3 มีระบบชำระเงินที่สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดได้										
2.4 ค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วม โครงการมีความเหมาะสม										
2.5 ราคาตัวเครื่องบินที่บริษัทจัดหาให้มีความเหมาะสม										
2.6 อื่น ๆ (ระบุ).....										
<b>3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>										
3.1 สถานที่ตั้งของบริษัทมีความสะดวกต่อการเดินทาง										
3.2 มีช่องทางที่สามารถให้ผู้เข้าร่วม โครงการหรือสนใจติดต่อกับ บริษัทได้สะดวก										
3.3 ระยะเวลาการเปิดปิดของบริษัทมีความสะดวกต่อการเข้ามา ติดต่อ										
3.4 ที่ตั้งของบริษัทอยู่ใกล้กับสถานศึกษาของผู้เข้าร่วม โครงการ										
3.5 อื่น ๆ (ระบุ).....										

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ					ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</b>										
4.1 มีการออกบุรุษโฆษณา ประชาสัมพันธ์ตามมหาวิทยาลัยต่าง ๆ										
4.2 มี website ของบริษัทให้ข้อมูลครบถ้วนและเป็นประโยชน์ สามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง website/email ได้										
4.3 มีการโฆษณาตามสื่อวิทยุ โทรทัศน์ของท้องถิ่น										
4.4 มีการแจกแผ่นพับ ใบปลิว หรือติดป้ายตามมหาวิทยาลัยต่าง ๆ										
4.5 มีการแจกแผ่นพับ ใบปลิว หรือติดป้ายตามแหล่งชุมชน										
4.6 มีการส่งการ์ดอวยพรวันเกิดให้ผู้เข้าร่วมโครงการ										
4.7 มีการแจกของสมนาคุณแก่ผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น เสื้อ สมุด ปากกา เป็นต้น										
4.8 มีการจัดกิจกรรมต่างๆให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ เช่น การจัดงานปาร์ตี้ เป็นต้น										
4.9 มีการให้ส่วนลด Gift Voucher หรือ โปรโมชั่นต่าง ๆ										
4.10 อื่น ๆ (ระบุ).....										



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ					ระดับความพึงพอใจ				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>6. ปัจจัยด้านกระบวนการ</b>										
6.1 ขั้นตอนการสมัครมีความรวดเร็วไม่ยุ่งยากซับซ้อน										
6.2 ใบสมัครมีความชัดเจนง่ายต่อการกรอกข้อมูล										
6.3 มีการติดตามข้อมูลของผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ										
6.4 การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการขอวีซ่าประเทศสหรัฐอเมริกา										
6.5 การให้ความรู้ที่จำเป็นเพื่อการเตรียมตัว รวมถึงการปฐมนิเทศก่อนการเดินทาง										
6.6 การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือหากประสบกับปัญหาระหว่างการเข้าร่วมโครงการในประเทศสหรัฐอเมริกา										
6.7 การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการจอง/ซื้อตั๋วเครื่องบิน										



ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับความสำคัญ					ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
6.8 การให้คำแนะนำและความช่วยเหลือหลังเสร็จสิ้นโครงการ เช่น การรายงานตัวต่อสถานทูตสหรัฐอเมริกา การจองตั๋ว เป็นต้น										
6.9 อื่น ๆ (ระบุ).....										
<b>7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ</b>										
7.1 สภาพของบริษัทที่มีความสะอาด เหมาะแก่การเข้ามาติดต่อ										
7.2 บริษัทที่มีจุดรถสะดวกและเพียงพอแก่ความต้องการ										
7.3 บริษัทมีการตกแต่งที่ทันสมัย แสดงถึงความเป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญสูง										
7.4 มีการแสดงภาพประกอบของสถานที่ทำงาน/นายจ้างที่นักศึกษา จะไปทำงานด้วย										
7.5 อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะทำงานที่ทันสมัย										
7.6 มีเอกสารรับรองการเป็นองค์กรแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ Work and Travel Agency ในประเทศไทย										
7.7 สถานที่ให้บริการสะอาด เช่น ห้องน้ำ ห้องประชุม เป็นต้น										
7.8 อื่น ๆ (ระบุ).....										

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของท่านที่เคยเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของ  
บริษัทโอเวอร์ซีส์ เอ็ด สาขาเชียงใหม่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่ง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นาย จักรินทร์ ตันตะวิริยะ
วัน เดือน ปีเกิด	18 ธันวาคม 2525
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2544 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนจักรคำคณาทร จังหวัดลำพูน ปีการศึกษา 2549 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยพายัพ
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2549 – 2553 เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำด้านการศึกษา บริษัท โอเวอร์ซีส์ เอ็ด กรู๊ป สาขาเชียงใหม่ พ.ศ. 2553 – 2554 เจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พ.ศ. 2555 – ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่จัดหาผลประโยชน์ บริษัท ไนซ์ โฮเต็ล จำกัด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
right © by Chiang Mai University  
rights reserved