

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ

ผู้เขียน นางสาวพีรดา ฤกษ์บุตร

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.วรัท วนิจ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศจำนวน 12 แห่ง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 ราย โดยวิธีโควตา (Quota Sampling) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 23–29 ปี มีสถานะโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเรียนและนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท วัตถุประสงค์ในการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ คือ ต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับหลักสูตรและสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศ คือ ได้ฝึกทักษะด้านภาษาต่างประเทศ และได้รับข้อมูลข่าวสารของศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศผ่านทางเว็บไซต์

ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ทั้งนี้ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการเลือกศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ 1. มีบริการเตรียมเอกสารสมัครเรียน และพนักงานมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะนำด้านการศึกษาได้เป็นอย่างดี 2. มีบริการให้ข้อมูลขั้นตอนการขอวีซ่าและช่วยเหลือในการขอวีซ่า 3. มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเอกสารการสมัครเรียน 4. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและพนักงานพูดจาสุภาพ มีความเป็นมิตร อธิบายดี 5. มีการแจ้งค่าการศึกษาและค่าใช้จ่ายอื่นๆอย่างละเอียด 6. ศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ 7. มีความรวดเร็วในการทำเอกสารและติดต่อกับสถาบันการศึกษาในต่างประเทศและความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน 8. พนักงานมีการกล่าวทักทายต้อนรับ และให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าและขั้นตอนการสมัครเรียนไม่ยุ่งยากซับซ้อน 9. เป็นตัวแทนของสถาบันการศึกษาที่ได้รับแต่งตั้งจากสถาบันการศึกษาในต่างประเทศโดยตรง 10. มีสถาบันการศึกษาในต่างประเทศให้เลือกได้หลายสถาบัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Services Marketing Mix Affecting Customers in Mueang Chiang Mai District Towards Selecting Overseas Education Consultant Centers
Author	Miss Peerata Roeksbutr
Degree	Master of Business Administration (Marketing)
Advisor	Lecturer Dr. Warat Winit

ABSTRACT

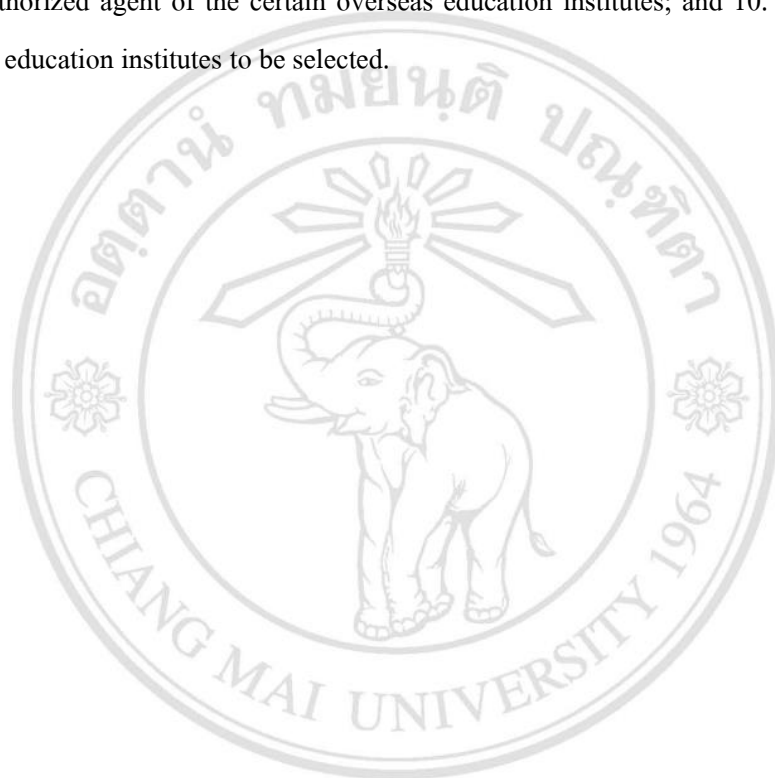
This independent study aimed to explore services marketing mix affecting customers in Mueang Chiang Mai district towards selecting overseas education consultant centers. Samples of the study consisted of 250 customers of 12 overseas education consultant centers in Mueang Chiang Mai district. Quota sampling method was applied in data collection. Data analysis was conducted by descriptive statistics, consisting of frequency, percentage and mean.

The findings revealed that most respondents were single female in the age of 23-29 years old with Bachelor's degree. They were students whose monthly allowance was 10,001-15,000 Baht. Their purpose of selecting overseas education consultant centers was mentioned to the need of consultation on programs and educational institutes in overseas, while their purpose of extending their study in overseas was mentioned to the possibility to practice foreign language skills. They learned information of the overseas education consultant centers from websites.

Services marketing mix affecting customers in Mueang Chiang Mai district towards selecting overseas education consultant centers at the highest level was found in process factor; followed by people, product, price, place, physical evidence, and promotion factors, respectively.

Hereafter were shown the top ten elements of services marketing mix affecting customers in Mueang Chiang Mai district towards selecting overseas education consultant centers: 1. providing application documents' preparation service and having skillful and proficient staff who could give well advices on education; 2. acknowledging customers on how to apply visa and

assisting them to get the visa; 3. informing customers about application process and documents required; 4. having enthusiastic staff to offer services with polite address and friendly courtesy; 5. informing customers about tuition fee and other fees in details; 6. being considered as the reliable overseas education consultant center; 7. being able to work on paperwork and coordinate with overseas education institutes rapidly and accurately; 8. Having staff who welcome customers with warm greetings as well as serving them with acquaintance, and having simple application procedure; 9. Being the authorized agent of the certain overseas education institutes; and 10. offering several lists of overseas education institutes to be selected.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved