

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษาไทย Factors Affecting to Thai Students Decision Making to Join Work and Travel Program in USA

♦ ธนัตถ์ฉัตร เมลล์สกุล

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

Tanatchat Maeluskul

MBA Student of Hotel and Tourism Management, Stamford International University,

E-mail: nu_kay_@hotmail.com

Abstract

This research aimed to study the main factors which effect to the decision making of Thai students on Work and Travel in USA program. This study used questionnaire to collect data from 400 students who join the program by contact with the agencies.

The research shows that most of students are woman who are 20-30 years old, studying in Government's University as year 2. They have their pocket money between 10,001-15,000 THB/month and it was their first time to join the program. The external factor to affect their decision making is society effect, they believe that Work and Travel Program might help them to develop their English skill. Moreover, the Marketing Mix, Place, of the agents also affect their decision the hypothesis in term of demography are not the main reason to affect decision making to join the program. By the way, the external factors and Marketing Mix of agents are the main reason to affect decision making to join Work and Travel program in USA.

Keywords: Work and travel program, Thai students, Agency

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษาไทย โดยการเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการผ่านการติดต่อกับบริษัทตัวแทน จำนวน 400 คน

ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาไทยที่เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 – 30 ปี กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยของรัฐ มีรายได้จากผู้ปกครอง 10,001 – 15,000 บาท/เดือน และเป็นการเข้าร่วมโครงการครั้งแรก ปัจจัยภายนอกที่มีความสำคัญต่อการเข้าร่วมโครงการมากที่สุดคือ ภาวะทางสังคม ที่

นักศึกษาคิดว่าเป็นการฝึกทักษะทางภาษา และนักศึกษายังให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทตัวแทนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การจัดบูธ ประชาสัมพันธ์ในที่ต่าง ๆ และจากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยภายนอกและส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทตัวแทนส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ มีเพียงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เท่านั้น ที่ไม่ได้ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการที่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : โครงการ Work and Travel in USA นักศึกษาไทย บริษัทตัวแทน

บทนำ

โลกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงและเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้ทุกคนต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันของโลกให้ได้ การพัฒนาความรู้ของตนจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ที่จะจำกัดขอบเขตการเรียนรู้ไว้แค่สิ่งที่ตนเองเคยรู้เคยเห็นไม่ได้อีกต่อไปแล้ว ภาษาอังกฤษ ก็ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยของการปรับตัวและการพัฒนาตนเอง นักศึกษาระดับอุดมศึกษาที่โตพอที่จะดูแลตัวเองได้แล้วนั้น จึงเริ่มเห็นความสำคัญของการใช้ชีวิตในต่างประเทศ ที่นับเป็นทางเลือกที่จะได้ฝึกฝน และพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษของตนเอง ปัจจัยดังกล่าวทำให้มีโครงการต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย เพื่อเป็นสื่อกลางในการตอบสนองความต้องการของนักศึกษาเหล่านั้น รวมทั้งโครงการ Work and Travel in USA

Work and Travel in USA เป็นโครงการแลกเปลี่ยนที่ดำเนินการภายใต้กฎบัญญัติความร่วมมือทางการศึกษาปี 1961 (ฉบับแก้ไขแล้ว) หรือ Mutual Educational and Cultural Exchange Act of 1961 โดยมีจุดประสงค์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจต่อกันระหว่างประชาชนในประเทศสหรัฐอเมริกาและประชาชนจากประเทศอื่น ๆ โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ใช้เวลาช่วงปิดภาคเรียนฤดูร้อนทำงานอย่างถูกต้องตามกฎหมายในประเทศสหรัฐอเมริกา อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ดำรงชีวิตในสังคมอเมริกันด้วยตนเอง ได้เรียนรู้ชีวิตความเป็นอยู่และวิถีชีวิตการทำงานจริงในวัฒนธรรมอเมริกันและนานาชาติ ผู้สมัครเข้าร่วมโครงการฯ จะต้องมีสถานภาพเป็นนักศึกษาและต้องผ่านการคัดเลือกแล้วเท่านั้น โดยจะต้องขอวีซ่าประเภทนักเรียนแลกเปลี่ยน (J – 1 Visa) เพื่อเข้าร่วมโครงการได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย อนุญาตให้นักศึกษาทำงานได้เป็นระยะเวลานานที่สุดถึง 4 เดือน แต่ต้องอยู่ภายในช่วงเวลาปิดภาคเรียนเท่านั้น และหลังจากสิ้นสุดการทำงานแล้วนักศึกษาสามารถเดินทางท่องเที่ยวในประเทศสหรัฐอเมริกาได้อีก 30 วัน (Overseas Education Group, 2551: ออนไลน์)

นับตั้งแต่มีการดำเนินโครงการนี้ในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2543 (สมร วงศ์ลือเกียรติ, 2552) พบว่าโครงการได้รับความนิยมในหมู่นักศึกษาเพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยจากสถิติผู้เข้าร่วมโครงการในปี พ.ศ. 2548 มีนักศึกษาเข้าร่วมโครงการนี้มากกว่า 10,000 คน (ธัญญาภรณ์ จันทระเวช, 2549) และในปี พ.ศ. 2549 แนวโน้มที่นักศึกษาจะเข้าร่วมโครงการนี้ก็เพิ่มมากขึ้น เมื่อทางโครงการอนุญาตให้นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีสุดท้ายสามารถเข้าร่วมโครงการนี้ได้ (Overseas Education Group, 2551: ออนไลน์) โดยจากผลสำรวจของสถานกงสุลสหรัฐอเมริกาประจำจังหวัดเชียงใหม่ (2550) พบว่า มีผู้เข้าร่วมโครงการ 10,000 คน/ปี

เนื่องจากโครงการ Work and Travel in USA เป็นโครงการที่มีประโยชน์ที่ได้รับความสนใจจากนักศึกษาไทยเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการโดยจำกัดกลุ่มตัวอย่างไว้ที่นักศึกษาที่ติดต่อเข้าร่วมโครงการกับบริษัทตัวแทน คือ CCUSA, American Learning, Global Education X, Oversea Education Group, YESC Thailand เพื่อนำข้อมูลทั้งปัจจัยสำคัญและพฤติกรรมการเดินทาง มาเป็นแนวทาง หรือข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจของทั้งผู้ประกอบการที่กำลังจะลงทุนทำธุรกิจประเภทนี้และนักศึกษาไทยที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษาไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทตัวแทนที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมโครงการของนักศึกษา

ทบทวนวรรณกรรมและแนวคิด

1. **ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค** หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาและการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมเพื่อให้กิจกรรมนั้นลุล่วง (นพพล ปานธานี, 2552) โดยอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคมาจากทั้งปัจจัยภายใน เช่น ความต้องการส่วนตัว แรงจูงใจ หรือทัศนคติส่วนตัว และปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ทางสังคมแล้วปัจจัยทางเทคโนโลยี การเมือง และเศรษฐกิจก็ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคทั้งสิ้น (อรจนา จันทระประยูร, 2555)

2. **แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด** ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2537) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาดบริการ ที่ต้องอาศัยการผสมผสานร่วมกับแนวทางการวางกลยุทธ์ที่เหมาะสมจากผู้บริหาร เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและได้รับความพึงพอใจสูงสุด ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ที่ต้องมีทั้งอรรถประโยชน์ (Utility) และคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า 2) ราคา (Price) หมายถึง ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายส่วนที่ลูกค้าต้องจ่าย เพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ 3) การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการกระจายไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าหรือบริการตามความต้องการ 4) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) คือ กิจกรรมสนับสนุนกระบวนการสื่อสารทางการตลาดเพื่อให้แน่ใจว่าตลาดและผู้บริโภคเข้าใจและเห็นคุณค่าในสิ่งที่ผู้ขายต้องการนำเสนอ 5) กระบวนการบริการ (Process) คือ การวางระบบและออกแบบขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้ บริการมากที่สุด 6) บุคลากร (People) หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการที่ได้จากการคัดเลือก การฝึกอบรม และแรงจูงใจพนักงาน ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการบริการมากขึ้น 7) ลักษณะทางกายภาพ (Physical) หมายถึง ส่วนประกอบที่เป็นลักษณะทาง

กายภาพที่ปรากฏมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็น การตกแต่งบรรยากาศ สีสนิ รูปแบบร้ำนที่บริการ เสี่ยง เป็นต้น

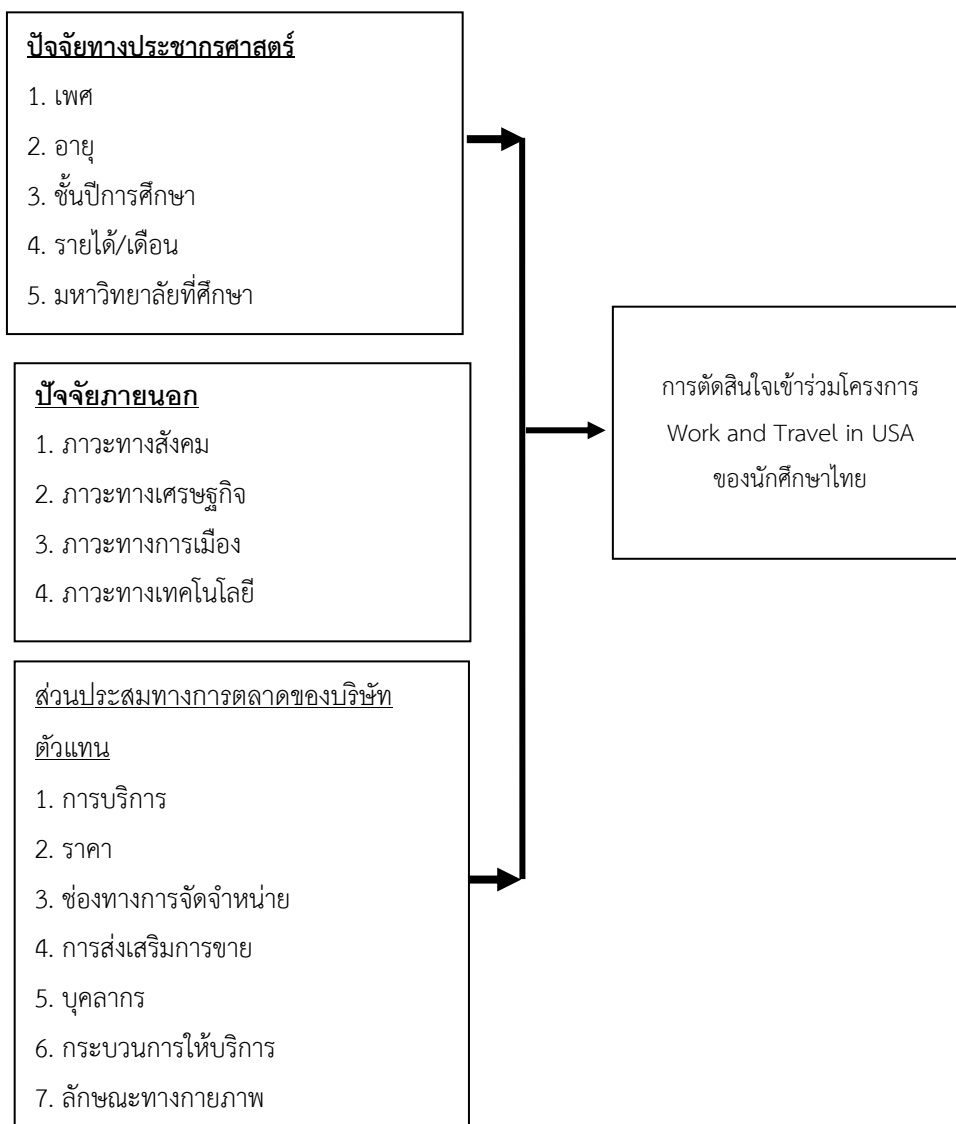
3. แนวคิดอุปทานแรงงานในฐานะปัจจัยเจกชน นรพล ปานธานี (2552) ให้คำจำกัดความอุปทานแรงงานว่า คือ จำนวนแรงงานหรือชั่วโมงที่กำลังแรงงานประสงค์จะทำงาน เพื่อแลกเปลี่ยนกับค่าจ้าง โดยปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปทานแรงงาน คือ 1) อัตราค่าจ้าง เมื่ออัตราค่าจ้างเพิ่มสูงขึ้น แรงงานจะนำเสนอตัวเองในการทำงานมากขึ้น 2) ชั่วโมงการทำงาน มีความสัมพันธ์กับอัตราค่าจ้าง โดยจะเห็นได้ว่าเมื่อค่าจ้างอยู่ในระดับต่ำ การเพิ่มขึ้นของค่าแรงจะดึงดูดให้แรงงานเพิ่มชั่วโมงการทำงานของตนเองขึ้น ทำให้การพักผ่อนน้อยลง แต่ถ้าค่าแรงยังเพิ่มขึ้นอีก แรงงานบางคนอาจจะไม่เพิ่มชั่วโมงการทำงานของตนเองเพื่อจะได้มีเวลาพักผ่อนมากขึ้น 3) สภาวะแวดล้อม มีผลต่อปริมาณเสนอขายแรงงาน เพราะถ้าสภาวะแวดล้อมเกิดการเปลี่ยนแปลง จะมีผลต่อการตัดสินใจเข้าทำงานของแรงงาน 4) โครงสร้างของระบบเศรษฐกิจ มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานของแรงงาน เพราะถ้าระบบเศรษฐกิจของประเทศมีความมั่นคง ก็จะแสดงระดับรายได้ต่อหัวของประชากรสูง ทำให้แรงงานตัดสินใจเข้ามาทำงานมากขึ้น

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จิตรลดา ปิติมล (2548) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel Program in USA กรณีศึกษา นักศึกษาปริญญาตรี คณะเศรษฐศาสตร์พบว่า สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการมากที่สุด คือ อิทธิพลจากครอบครัวและคนรอบข้าง รองลงมา คือ อิทธิพลจากฐานะทางครอบครัว อิทธิพลจากความน่าเชื่อถือของบริษัทเอเจนซี่โครงการ และอิทธิพลจากค่าตอบแทนจากการทำงานระหว่างการเข้าร่วมโครงการตามลำดับ

ศุภกร พรหมวิจิตร (2549) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work & Travel in USA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ ผลัดภณัต์ อันได้แก่ บริษัทเอเจนซี่ที่มีตำแหน่งงานให้นักศึกษาได้เลือกอย่างเพียงพอ รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือ เอเจนซี่ที่มีสาขาอยู่ในจังหวัดที่นักศึกษาอาศัยอยู่ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอยู่ในระดับมากเช่นกัน

นรพล ปานธานี (2552) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการ Work & Travel ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย คณะเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ และคณะเภสัชศาสตร์ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมโครงการมากที่สุดคือ ภาษา รองลงมาคือ รายได้จากการทำงาน ความสนุกสนานเพลิดเพลิน และการลอกเลียนแบบผู้อื่น ส่วนปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านผลัดภณัต์ มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมโครงการมากที่สุดรองลงมาคือ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย

กรอบแนวคิดของงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

สมมติฐานของงานวิจัย

H1: ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ที่แตกต่างกัน

H2: ปัจจัยภายนอกส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษาไทย

H3: ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลให้เกิดการเข้าร่วมโครงการ Work and Travel ของนักศึกษาไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. **ประชากร (Population)** ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากสถิติของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2555) มีจำนวนนิสิต นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งจากมหาวิทยาลัยของรัฐ (812,738 คน) และเอกชน (167,609 คน)ทั้งสิ้น 980,347 คน
2. **กลุ่มตัวอย่าง (Sample)** จากจำนวนประชากรนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยให้เป็นนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยเข้าร่วม และตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA โดยใช้สูตรคำนวณของทาโร่ ยามาเน่ เท่ากับ 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะนักศึกษาที่ติดต่อเข้าร่วมโครงการผ่านบริษัทตัวแทน คือ CCUSA, American Learning, Global Education X, Oversea Education Group, YESC Thailand โดยกลุ่มตัวอย่างที่จะนำมาศึกษาครั้งนี้จะดำเนินการอ้างอิงไปยังประชากร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ทั้งลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ
2. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ นักศึกษาไทยที่ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ โดยจะทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มนักศึกษาที่ติดต่อเข้าร่วมโครงการกับบริษัทตัวแทน คือ CCUSA, American Learning, Global Education X, Oversea Education Group, YESC Thailand
3. ขอบเขตระยะเวลา เก็บข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่เดือน เมษายน – มิถุนายน 2557

นิยามศัพท์เฉพาะ

โครงการ Work and Travel in USA หมายถึง โครงการที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้มีโอกาสเดินทางไปทำงานและท่องเที่ยวในประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงเวลาปิดภาคเรียน โดยมีระยะเวลาในการเข้าร่วมโครงการประมาณ 3-4 เดือน

นักศึกษาไทย หมายถึง นักศึกษาระดับอุดมศึกษาทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน ที่ตัดสินใจเดินทางเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA โดยทำการติดต่อผ่านบริษัทตัวแทนที่เปิดให้บริการอยู่ในประเทศไทย

บริษัทตัวแทน หมายถึง CCUSA, American Learning, Global Education X, Oversea Education Group, YESC Thailand ซึ่งเป็นเอเจนต์ที่เป็นสื่อกลางในการติดต่อขอเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ระหว่างนักศึกษาไทยและองค์กรในสหรัฐอเมริกา ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ทำงาน และที่พัก รวมทั้งดูแลการเดินทางของนักศึกษาทั้งระหว่างการเดินทาง การไปใช้ชีวิตอยู่ที่สหรัฐอเมริกา จนกระทั่งกลับมาประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยฉบับนี้ จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ชั้นปีการศึกษา รายได้ต่อเดือน มหาวิทยาลัยที่ศึกษา และประสบการณ์การเข้าร่วมโครงการ ซึ่งเป็นรูปแบบคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Question)

ส่วนที่ 2 : ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ได้แก่ ภาวะทางสังคม ภาวะทางเศรษฐกิจ ภาวะทางการเมือง และภาวะทางเทคโนโลยี ซึ่งเป็นรูปแบบคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 : ส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทตัวแทน ได้แก่ การบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ ซึ่งเป็นรูปแบบคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. สร้างแบบสอบถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย กรอบแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ
2. ทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการนำแบบสอบถามไปขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน แล้วจึงหาค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถาม IOC (Index of Item Objective Congruence) ซึ่งค่า IOC ของแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ที่ 0.66 - 1.00
3. ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ
4. ทดสอบ (Pre-test) กับนักศึกษาที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ก่อนนำผลมาทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 16.0 เพื่อวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α) ด้วยวิธีของ Cronbach ได้ค่า α ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.78
5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นแล้วมาใช้เก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการสำรวจ (Survey Method) จากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษา 400 คน ที่ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงจากบริษัทตัวแทน 5 บริษัท ใช้เวลาในการสำรวจประมาณ 2 เดือน คือ เดือน เมษายน-มิถุนายน 2557 โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ทำการแบ่งลักษณะของการเก็บข้อมูลทำการศึกษาออกเป็น 3 ลักษณะคือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษาไทย ทั้งที่เป็นทฤษฎี แนวคิด นโยบาย และงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบการศึกษางานวิจัย
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัย

ภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ World and Travel in USA และส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทตัวแทน

3. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยในอดีตตำราที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยวิทยานิพนธ์และเอกสารต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำงานวิจัยครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าทางสถิติดังนี้

1. สถิติข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม คือนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครทั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ และกำลังจะเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ในรูปของตาราง และข้อความ ด้วยการแจกแจงความถี่เป็นร้อยละ (%) การหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. สถิติอ้างอิง (Inference Statistic) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ 1) สถิติทดสอบแบบ t-test เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 2) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance or ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และ 3) วิธีการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และ 3

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษาไทยที่ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA

จากการวิจัยปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีการศึกษา รายได้/เดือน มหาวิทยาลัยที่ศึกษา และประสบการณ์การเข้าร่วมโครงการ พบว่านักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการเป็นเพศชายจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 เป็นเพศหญิง 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 อายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 2 จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมาคือปี 1 จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 รายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครองส่วนใหญ่อยู่ที่ 10,001-15,000 บาท จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือต่ำกว่า 10,000 บาท 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยของรัฐจำนวน 202 คน และศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยเอกชนจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 และ 49.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นการเข้าร่วมโครงการครั้งแรก จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.2 เข้าร่วมโครงการเป็นครั้งที่ 2 จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และเข้าร่วมโครงการเป็นครั้งที่ 3 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

2. ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษาไทย

จากการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ได้แก่ ภาวะทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยี พบว่า ภาวะทาง

สังคมมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 โดยนักศึกษาส่วนใหญ่คิดว่าการเข้าร่วมโครงการเป็นการฝึกทักษะทางภาษา มีค่าเฉลี่ย 4.58 รองลงมาคือ การเข้าร่วมโครงการเป็นการหารายได้พิเศษในช่วงปิดภาคเรียน มีค่าเฉลี่ย 4.42 และปัจจัยด้านการได้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมมีความสำคัญต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดของภาวะทางสังคม โดยมีค่าเฉลี่ย 3.72

ด้านภาวะทางเศรษฐกิจ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 โดยนักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการได้รับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายจากพ่อแม่หรือผู้ปกครอง มีค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมาคือ การที่อัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทแข็งตัวขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.42 และให้ความสำคัญกับการใช้เงินเก็บของตนเองทั้งหมดในการเดินทางน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.84

ภาวะทางการเมือง มีความสำคัญมากต่อการเข้าร่วมโครงการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 โดยนักศึกษาไทยส่วนใหญ่คิดว่าภาวะทางการเมืองของประเทศอเมริกามีความสงบ ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 และเหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศไทย เป็นอุปสรรคต่อการฝึกงาน/หารายได้พิเศษ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56

ส่วนปัจจัยทางเทคโนโลยี มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ อยู่ในระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 นักศึกษาไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับอุปกรณ์การสื่อสารที่สามารถติดต่อกลับผู้ปกครอง หรือเพื่อน ๆ ได้อย่างสะดวก มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมาคือต้องการที่จะไปซื้ออุปกรณ์ด้านเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ย 4.11 และให้ความสำคัญต่อความทันสมัยของเทคโนโลยีที่สะดวกต่อการหาข้อมูลประกอบการพิจารณาเข้าร่วมโครงการน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97

สรุปได้ว่า ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมโครงการของนักศึกษาไทยมากที่สุด คือ ภาวะทางสังคม รองลงมาคือภาวะทางเทคโนโลยี ภาวะทางการเมือง และภาวะทางเศรษฐกิจตามลำดับ

3. ส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทตัวแทนโครงการ Work and Travel in USA

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ มีค่าเฉลี่ย 4.07 โดยการที่บริษัทตัวแทนมีงานให้เลือกหลากหลายทั้งประเภทงาน และรัฐ มีระดับความสำคัญมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมาคือบริษัทตัวแทนมีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.34 และบริษัทตัวแทนมีบริการแนะนำงานที่ 2 (2nd job) มีความสำคัญน้อยที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.25

ปัจจัยด้านราคา (Price) มีความสำคัญมากต่อการเข้าร่วมโครงการ มีค่าเฉลี่ย 3.93 โดยการที่ค่าธรรมเนียมและค่าบริการของบริษัทตัวแทนถูกกว่าติดต่อก่อน มีระดับความสำคัญมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือลดราคาให้กับสมาชิกเก่า มีค่าเฉลี่ย 4.05 และการที่สามารถชำระค่าใช้จ่ายเป็นงวดได้มีความสำคัญน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.66

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.33 โดยการที่บริษัทตัวแทนมีการจัดบูธประชาสัมพันธ์ในที่ต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัย ห้างสรรพสินค้า มีระดับความสำคัญมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมาคือบริษัทตัวแทนบริษัทตัวแทนมีเว็บไซต์ที่สามารถเข้าไปศึกษาข้อมูล หรือติดต่อ หรือสมัครเข้าร่วมโครงการได้อย่างสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.32 และที่ตั้งของบริษัทตัวแทนสะดวกในการติดต่อมีความสำคัญน้อยที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.25

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 โดยการที่บริษัทตัวแทนมีโปรโมชั่นลดราคา รวมทั้งแจกของที่ระลึกให้ มีระดับความสำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือบริษัทตัวแทนมีโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.88 และการที่บริษัทตัวแทนมีโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ที่เป็นที่รู้จักมีความสำคัญน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86

ด้านกระบวนการบริการ (Process) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 โดยการที่บริษัทตัวแทนมีบริการข้อมูลอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตในสหรัฐอเมริกา มีระดับความสำคัญมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือ มีบริการจัดหาตั๋วเครื่องบินราคาถูก หรือตั๋วเครื่องบินของสายการบินต่าง ๆ ตามที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ย 4.16 และการมีพนักงานของบริษัทตัวแทนไปส่งถึงสหรัฐอเมริกา มีความสำคัญน้อยที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 3.68

ด้านบุคลากร (People) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.25 โดยการที่บริษัทตัวแทนมีพนักงานที่มีความรู้เกี่ยวกับการเดินทาง การใช้ชีวิต และการทำงานในสหรัฐอเมริกาเป็นอย่างดี มีระดับความสำคัญมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมาคือพนักงานมีการติดตามความเคลื่อนไหวของนักศึกษาอยู่ตลอดเวลาในขณะที่อาศัยอยู่ที่สหรัฐอเมริกา มีค่าเฉลี่ย 4.16 และการมีจำนวนพนักงานผู้ให้บริการอย่างเพียงพอ มีความสำคัญน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.83

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) มีความสำคัญต่อการเข้าร่วมโครงการ มีค่าเฉลี่ย 3.85 โดยการที่บริษัทตัวแทนบรรยากาศของบริษัททัวร์ แสดงถึงความน่าเชื่อถือ มีรางวัลหรือมาตรฐานต่าง ๆ รับรอง มีระดับความสำคัญมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมาคือมีอินเทอร์เน็ต หรืออุปกรณ์ทางเทคโนโลยีบริการขณะเข้าไปทำการติดต่อ มีค่าเฉลี่ย 3.70 และการมีบริการเสริมพิเศษ เช่น บริการอาหารว่างหรือข้อมูลเพิ่มเติม ขณะเข้าไปทำการติดต่อ สำคัญน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.62 สามารถสรุปปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทตัวแทนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการได้ว่า นักศึกษาไทยให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากร กระบวนการบริการผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และลักษณะทางกายภาพตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษาไทยที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ที่แตกต่างกัน ใช้วิธีการทดสอบด้วยการแจกแจงแบบ t-test สำหรับปัจจัยทางด้านเพศ และอายุ และใช้การวิเคราะห์แบบ ANOVA สำหรับปัจจัยด้านสถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ .05 ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	t	Sig.	ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษาไทยที่ต่างกัน ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ที่แตกต่างกัน	ยอมรับ	ปฏิเสธ
เพศ: ชาย	148	.021	.085			✓
หญิง	252					✓
อายุ: น้อยกว่า 20 ปี	130	.287	.592			✓
20 – 30 ปี	270					✓

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 อธิบายได้ว่า เพศและอายุของนักศึกษาไทยที่ต่างกัน ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ที่ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	F	Sig.	ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษาไทยที่ต่างกัน ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ที่แตกต่างกัน	ยอมรับ	ปฏิเสธ
ชั้นปีการศึกษา: ปี 1	130	.571	.634			✓
ปี 2	141					✓
ปี 3	76					✓
ปี 4	53					✓
รายได้: ต่ำกว่า10,000	62	.360	.698			✓
10,001 – 15,000	192					✓
15,001 – 20,000	146					✓
มากกว่า 20,001	0					✓
มหาวิทยาลัยที่ศึกษา: ของรัฐ	202	1907	.168			✓
เอกชน	198					✓
ประสบการณ์การเข้าร่วมโครงการ:						
ครั้งแรก	313	.204	.815			✓
ครั้งที่ 2	80					✓
ครั้งที่ 3	7					✓
มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	0					✓

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษาไทยที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นชั้นปี การศึกษา รายได้/เดือน มหาวิทยาลัยที่ศึกษา และประสบการณ์การเข้าร่วมโครงการ Work and Travel ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ที่ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายนอกส่งผลให้เกิดการเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษาไทย ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยภายนอก	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (Sig.)	ปัจจัยภายนอกส่งผลให้เกิดการเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษาไทย	
			ยอมรับ	ปฏิเสธ
ภาวะทางสังคม	.599	.000	✓	
ภาวะทางเศรษฐกิจ	.584	.000	✓	
ภาวะทางการเมือง	.396	.000	✓	
ภาวะทางเทคโนโลยี	.397	.000	✓	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ได้ว่า ปัจจัยภายนอกทุกด้านทั้งภาวะทางสังคม ภาวะทางเศรษฐกิจ ภาวะทางการเมือง ภาวะทางเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษาไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ .05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทตัวแทนส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษาไทย ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (Sig.)	ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทตัวแทนส่งผลให้เกิดการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษาไทย	
			ยอมรับ	ปฏิเสธ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	.394	.000	✓	
ปัจจัยด้านราคา	.243	.000	✓	
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.269	.000	✓	
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	.251	.000	✓	
ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ	.151	.000	✓	
ปัจจัยด้านบุคลากร	.255	.000	✓	
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	.236	.000	✓	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 อธิบายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทตัวแทนทุกด้านไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการบริการ บุคลากร และลักษณะทางกายภาพ ส่งผลให้เกิดการเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญที่ .05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษาไทย นอกจากปัจจัยทางประชากรศาสตร์แล้ว ทั้งปัจจัยภายนอก และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญ ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษาไทยทั้งสิ้น
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทตัวแทนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ของนักศึกษาไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ และสามารถอภิปรายผลวิจัยตามปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์

การที่นักศึกษาไทยที่ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 2 อายุระหว่าง 20-30 ปี ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องปัจจัยภายในหรือลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคของฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548) ที่ว่ากระบวนการรับรู้และความเข้าใจของผู้บริโภคนั้น นอกจากจะมาจากปัจจัยภายนอกแล้ว ยังขึ้นอยู่กับทั้งปัจจัยภายในที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อ ประสพการณ์ อารมณ์ ฯลฯ โดยผ่านกระบวนการเลือกเปิดรับข้อมูลการเลือกสนใจข้อมูลการเลือกตีความข้อมูลการเลือกที่จะจดจำและนำไปสู่การตัดสินใจบริโภคสินค้าหรือการเข้าร่วมโครงการในที่สุด ทั้งนี้การที่โครงการ Work and Travel เป็นที่รู้จักและนิยมกันในกลุ่มนักศึกษา สอดคล้องกับแนวคิดด้านรสนิยมผู้บริโภคของรัตน สายคณิต และชลลดา จามรกุล (2537) ที่ว่า รสนิยมเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดอุปสงค์ หรือความต้องการซื้อ โดยรสนิยมของบุคคลทั่วไปจะมีลักษณะแตกต่างกันตามอายุ อาชีพ ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นต้น

นอกจากนี้ รายได้ของนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ Work and Travel ที่ส่วนใหญ่มีรายได้ซึ่งได้รับจากผู้ปกครองอยู่ที่ 10,001- 15,000 บาทต่อเดือน สอดคล้องกับแนวคิดอุปสงค์ของรัตน สายคณิต และชลลดา จามรกุล (2537) ที่ว่า ความต้องการซื้อนั้น ผู้บริโภคจะต้องมีอำนาจซื้อด้วย หมายถึง ผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้น

2. ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel ของนักศึกษาไทย สอดคล้องกับแนวคิดของอรจนา จันทประยูร (2555) ที่ว่า นอกจากปัจจัยภายในแล้ว ปัจจัยภายนอกก็ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคทั้งสิ้น โดยเฉพาะอย่าง

ยิ่งนักศึกษาที่จะเลือกเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA เพราะผู้บริโภคมักไม่นิยมที่จะเดินทางไป ในสถานที่ที่เกิดปัญหาทางการเมือง หรือมีเหตุการณ์ความไม่สงบ เพราะเสี่ยงต่อความปลอดภัย และความ สะดวกในการเดินทาง รวมทั้งการลดลงของค่าเงินบาท หรือการยอมรับได้ในค่าเงินดอลลาร์ ก็ล้วนแล้วแต่เป็น ปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ หรือการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel ของนักศึกษาไทย ทั้งสิ้น

การให้ความสำคัญกับครอบครัว เพื่อน ปัจจัยภายนอก และบริษัทตัวแทนของนักศึกษาไทย ยัง สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel Program in USA กรณีศึกษา นักศึกษาปริญญาตรี คณะเศรษฐศาสตร์” ของจิตรลดา ปิติมล (2548) ที่ว่า สิ่งที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการของนักศึกษาไทยมากที่สุด คือ อิทธิพลจากครอบครัวและคนรอบข้าง รองลงมา คือ อิทธิพลจากฐานะทางครอบครัว อิทธิพลจากความน่าเชื่อถือของบริษัทเอเจนซี่โครงการ และ อิทธิพลจากคำตอบแทนจากการทำงานระหว่างการเข้าร่วมโครงการ โดยกลุ่มตัวอย่างจากงานวิจัยดังกล่าวถึง ร้อยละ 95.6 รู้จักโครงการ Work and Travel โดยมีทัศนคติว่าจะได้รับประโยชน์ในหลายด้าน ๆ จาก โครงการ นอกจากนี้การเข้าร่วมโครงการ Work and Travel ของนักศึกษา ยังสอดคล้องกับแนวคิดอุปทาน แรงงานในฐานะปัจเจกชน หรือจำนวนแรงงานหรือชั่วโมงที่กำลังแรงงานประสงค์จะทำงาน เพื่อแลกเปลี่ยน กับค่าจ้างของนพล ปานธานี (2552) ที่ว่า ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปทานแรงงาน คือ อัตราค่าจ้าง เพราะเมื่อ อัตราค่าจ้างเพิ่มสูงขึ้น แรงงานจะนำเสนอตัวเองในการทำงานมากขึ้น แต่เมื่อถึงจุด ๆ หนึ่ง แรงงานจะเสนอตัว ในการทำงานลดลงและต้องการพักผ่อนเพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้ว่า เงินค่าจ้างจากการทำงานที่สหรัฐอเมริกา ค่อนข้างสูงกว่าทำงานที่ไทยมาก นักศึกษาหลายคนจึงตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel ที่ นอกจากจะเป็นการหารายได้ระหว่างเรียนแล้ว ยังเป็นการพักผ่อนท่องเที่ยวไปด้วยในตัว

3. ส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทตัวแทน

ในส่วนของบริษัทตัวแทนที่นักศึกษาไทย ให้ความไว้วางใจติดต่อเพื่อเข้าร่วมโครงการ Work and Travel นั้น สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2537) ที่ว่า บริษัทผู้ให้บริการต้องสามารถอธิบายคำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าได้ ไม่ว่าจะเป็น 1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ซึ่งในที่นี้คือกลุ่มนักศึกษาไทย ที่มีความพร้อมในการเดินทางไป ต่างประเทศ ทั้งด้านร่างกาย ความรู้ความสามารถ และการเงิน 2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึง ซื้อ (Why) เพื่อทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคซื้อ (Objects) ซึ่งในที่นี้หมายถึงผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการจากการ เข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA ที่แตกต่างกันออกไปแล้วแต่บุคคล อาจจะเป็นการได้ ประสบการณ์การใช้ชีวิตในต่างประเทศ การท่องเที่ยวและพักผ่อนในสหรัฐอเมริกา การเรียนรู้วัฒนธรรมวิถี ชีวิตที่แตกต่างจากที่เป็นอยู่ หรือการหารายได้ในช่วงปิดภาคเรียน 3) ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who) เพื่อ ทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA เช่น พ่อแม่ เพื่อน พี่น้อง โดยเฉพาะเพื่อนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่อนักศึกษาค่อนข้างมาก ด้วยการมอบสิทธิพิเศษให้กับนักศึกษาที่แนะนำเพื่อนมาเข้าร่วมโครงการ หรือการมอบส่วนลดให้แก่สมาชิก

เก่า เพื่อรักษารฐานลูกค้าเอาไว้ 4) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) เพื่อทราบถึงสถานที่ที่นักศึกษาสามารถเข้าร่วมโครงการได้ เกิดเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม ซึ่งอาจเป็นการประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัย ห้างร้านที่เป็นแหล่งรวมตัวของนักศึกษา หรือการสร้างเพจ สร้างเว็บไซต์ ที่สามารถให้นักศึกษาได้เข้ามาเช็คข้อมูลได้อย่างสะดวก รวมไปถึงการเลือกที่ตั้งของบริษัทตัวแทน ให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย

กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดของบริษัทตัวแทน สอดคล้องกับแนวคิดของวงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552) ที่ว่า กลยุทธ์เหล่านั้นเป็นเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ โดยการจูงใจให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ นั้นอาจใช้ทั้งพนักงานขาย หรือเครื่องมืออื่น ๆ ตามความเหมาะสม นอกจากนี้ แนวคิดเรื่องกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจบริการประสบผลสำเร็จของพิชญ จงสถิตวัฒนา (2544) ยังสอดคล้องกับการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนของนักศึกษาไทย ที่ว่า การเสนอบริการที่แตกต่าง ความรวดเร็วในการให้บริการ ความสะดวกสบายในการได้รับบริการ การสร้างความน่าเชื่อถือ และการสื่อสารกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่จะช่วยดึงดูดลูกค้าหรือกลุ่มนักศึกษาไทย ให้ยังคงใช้บริการกับบริษัทตัวแทนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับบริษัทตัวแทน

จากงานวิจัย นักศึกษาไทยให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นวัยรุ่นจึงควรมีความสะดวกสบาย หลากหลาย แต่ได้รับความนิยม เช่น การจัดบูธประชาสัมพันธ์ในแหล่งที่กลุ่มนักศึกษารวมตัวกันอยู่เยอะ ๆ ไม่ว่าจะเป็นมหาวิทยาลัย หรือห้างร้านต่าง ๆ และนอกจากเว็บไซต์หลักของบริษัทตัวแทนที่ต้องมีเพื่อสะดวกในการติดต่อ หรือการหาข้อมูลเพิ่มแล้ว การสร้างแบนเนอร์ เพจ บล็อก ตามสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ควรมีการกระจายให้ทั่วถึง

ภาวะทางเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญรองลงมา บริษัทตัวแทน จึงอาจนำสินค้าที่เอื้ออำนวยต่อการติดต่อสื่อสารมานำเสนอให้แก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็น แอปพลิเคชันทางไกลออนไลน์ การเปิดใช้สัญญาณโรมมิ่ง หรือการใช้สัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สาย (wifi) เป็นต้น ซึ่งเทคโนโลยีต่าง ๆ เหล่านี้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว บริษัทตัวแทนจึงควรคัดเลือกพนักงาน หรือฝึกอบรมพนักงานให้มีความสามารถทางด้านเทคโนโลยี สามารถนำเสนอขายสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า รวมทั้งสามารถให้คำแนะนำหรือตอบคำถามแก่ผู้ปกครอง ที่ต้องการจะติดต่อบุตรหลานในขณะที่อาศัยอยู่ที่อเมริกาได้ และเพราะผู้ใช้บริการบริษัทตัวแทนส่วนใหญ่คือกลุ่มวัยรุ่น ที่เป็นนักศึกษา มีรายได้จากผู้ปกครองเป็นหลัก บริษัทตัวแทนจึงสามารถวางแผนกลุ่มเป้าหมายได้ค่อนข้างชัดเจนอยู่แล้ว แต่ควรกำหนดกลยุทธ์ในการขายสินค้า ให้เหมาะสมกับวัยของผู้ใช้บริการ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ประกอบกับผู้ใช้บริการยังอยู่ในวัยที่มีผู้ปกครองคอยดูแล นอกจากการให้บริการ การให้ข้อมูลแก่นักศึกษาซึ่งเป็นลูกค้าโดยตรงแล้ว บริษัทตัวแทนยังอาจจะต้องให้บริการแก่กลุ่มผู้ปกครองดังกล่าว การศึกษาข้อมูลจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบริษัทตัวแทน เพราะเนื่องจากอัตราการแข่งขันมีอยู่สูง หากบริษัทขาดข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ลูกค้าหรือกลุ่มผู้ปกครองอาจปฏิเสธไม่ใช้บริการได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้ เป็นการวิเคราะห์ผลจากกลุ่มนักศึกษาที่ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel ผ่านบริษัทตัวแทน งานวิจัยครั้งต่อไป จึงอาจเป็นการวิเคราะห์ผลจากบริษัทตัวแทน ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่จะทำให้บริษัทได้รับความเชื่อถือจากลูกค้า และแนวโน้มในการดำเนินธุรกิจในอนาคตที่มีคู่แข่ง หรือปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการศึกษาที่ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel ของนักศึกษาไทยต่อไป หรือสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาไทยหลังจากเข้าร่วมโครงการ Work and Travel แล้ว ว่ามีแนวโน้มไปในทิศทางใด เพื่อนำผลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจบริษัทตัวแทนในประเทศไทยต่อไป

รายการอ้างอิง

- จิตรลดา ปิติมล. (2548). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel Program in USA กรณีศึกษานักศึกษาปริญญาตรี คณะเศรษฐศาสตร์. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.*
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*
- ธัญญาภรณ์ จันทระเวช. (2549). *ชีวิตข้ามแดนกับโครงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมโลกาภิวัตน์ในประสบการณ์ของเยาวชน. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยามหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยา คณะรัฐศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- นธพล ปานธานี. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work & Travel ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. รายงานการวิจัยกระบวนวิชา 751409 คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2558). *วิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- พิษณุ จงสถิตวัฒนา. (2544). *การบริหารการตลาด การวิเคราะห์ กลยุทธ์ และการตัดสินใจ (ฉบับปรับปรุง). พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- รัตนา สายคณิต และชลลดา จามรกุล. (2537). *หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เียร์บุคพับลิเคชัน.*
- วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. (2552). *กลยุทธ์การจัดการตลาดบริการ. มหาสารคาม: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.*
- ศุภกร พรหมวิจิตร. (2549). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work & Travel in USA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2537). *การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : เอส เอ็ม.เชอคส์ เพรส.*

สมร วงศ์ลือเกียรติ. (2552). การประเมินโครงการ “Work and Travel USA” กรณีศึกษาผู้เข้าร่วมโครงการมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (Evaluation of “Work and Travel USA” Program: A Case Study of Participants from Chiang Mai University). การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรจนา จัทรประยูร. ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

www.onjanachantraprayoon.files.wordpress.com/2012/06/e0b884e0b8a7e0b8b2e0b8a1e0b981e0b895e0b881e0b895e0b988e0b8b2e0b887e0b8a3e0b8b0e0b8abe0b8a7e0b988e0b8b2e0b887e0b89ee0b8a4e0b895e0b8b4.pdf. วันที่เข้าถึง: 29 กันยายน 2556.

Overseas Educational Group. ข้อมูลโครงการ Work & Travel in USA. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: www.overseas.com. วันที่เข้าถึง: 29 กันยายน 2556



Tanatchat Maeluskul, MBA Student of Hotel and Tourism Management, Stamford International University.