

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล
ในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรี
ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

**FACTORS AFFECTING THE DECISION TO WORK AND TRAVEL
IN USA OF STUDENT ON BACHELORS DEGREE IN
PHATHUMTHANI**

สุจิรา เทพยา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ
คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล
ในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรี
ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี



สุจิรา เทพยา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์
ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
Factors Affecting the Decision to Work and Travel in USA of
Student on Bachelors Degree in Phatumthani

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวสุจิตรา เทพยา

วิชาเอก

ธุรกิจระหว่างประเทศ

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์อุมาวดี ศรีบุญลือ, D.B.A.

ปีการศึกษา

2555

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ

(อาจารย์ฉายวี อนามัยรัช, Ph.D.)

กรรมการ

(อาจารย์นพวรรณ พงษ์พิศุทธิพงษ์, Ph.D.)

กรรมการ

(อาจารย์อุมาวดี ศรีบุญลือ, D.B.A.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(รองศาสตราจารย์ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร, D.B.A.)

วันที่ 10 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2556

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรี ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
ชื่อ - นามสกุล	นางสาวสุจิรา เทพยา
วิชาเอก	ธุรกิจระหว่างประเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อุมาวดี ศรีบุญลือ, D.B.A.
ปีการศึกษา	2555

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่ปทุมธานี ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและกำหนดสัดส่วนประชากรในแต่ละมหาวิทยาลัย ได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบค่าไคสแควร์ (Chi-square test)

จากการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ทราเวลในด้านจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ จำนวนเงินที่ได้รับกลับมาพบว่า รายได้ของครอบครัว และชั้นปีของนักศึกษา พบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ทราเวลทุกด้าน ส่วนเพศมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการและผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลพบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ทราเวลในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง ระยะเวลา จำนวนเงินที่ใช้ และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา ด้านราคามีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง ระยะเวลา เหตุผล ผู้ที่มีอิทธิพล และจำนวนเงินที่ใช้ ด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง ระยะเวลา เหตุผล ผู้ที่มีอิทธิพล และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา ด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง เหตุผล ผู้ที่มีอิทธิพล และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา และด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้ง ระยะเวลา เหตุผลที่เข้าร่วม ผู้ที่มีอิทธิพล และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล การตัดสินใจ พฤติกรรม

Independent Study Title	Factors Affecting the Decision toward Participation in Work and Travel USA Program of Undergraduate Students in Pathum Thani
Name-Surname	Miss Sujira Thappaya
Major Subject	International Business
Independent Study Advisor	Miss Umawasee Sriboonlue, D.B.A.
Academic Year	2012

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study the demographic factors and the marketing mix factors affecting the decision toward participation in Work and Travel USA of undergraduate students in Pathum Thani. The sampling method of the research was purposive and quota sampling, and the samples were 400 participants. Data collection was done by using the questionnaire as an instrument. Descriptive statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation whereas Chi-square Test was used to analyze the relationships.

According to the hypothesis testing, the relationships between the demographic factors and behaviors toward participation in Work and Travel Program in terms of number of participation, duration, reasons, influencing people toward participation decision, the amount of money used for and received from joining the program were investigated. The results revealed that the household income and the class levels were related to behaviors toward participation in Work and Travel in every aspect. In addition, gender was related to reasons for joining Work and Travel Program and influencing people toward participation decision at significance level of 0.05

Regarding the hypothesis testing between the marketing mix factors and behaviors toward participation in Work and Travel Program, the result showed that the aspects of place, promotion, physical evidence, and programming were significantly related to behaviors toward participation in Work and Travel Program at significance level of 0.05. The aspect of product was related to number of participation, duration, the amount of money used for and received from joining the program. Due to the price aspect, it was related to number of participation, duration, reasons, influencing people, and the amount of money used. Similarly, the aspect of people was related to number of participation, duration, reasons, influencing people, and the amount of money received in return. Moreover, the aspect of process was related to number of participation, reasons, influencing people, and the amount of money received in return. Finally, the aspect of participant was related to number of participation, duration, reasons, influencing people, and the amount of money received in return at significance level of 0.05.

Keywords: Work and Travel Program, Decision making, Behaviors

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระ สำเร็จ ได้ด้วยดีด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดีจากคณาจารย์ ผู้ที่เกี่ยวข้องหลายท่าน โดยเฉพาะ ดร.อุมาวดี ศรีบุญลือ ที่ได้ให้คำปรึกษา ชี้แนะ ตลอดจนตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการทำการค้นคว้าอิสระนี้มาโดยตลอด ซึ่งผู้ศึกษาซาบซึ้งในความกรุณา ขอรกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ได้กรุณาสละเวลาเพื่อให้ข้อมูลตามความเป็นจริง รวมทั้งเพื่อนนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ ที่ได้ให้คำปรึกษาและคำแนะนำช่วยเหลือให้กำลังใจ ให้ความเอื้อเฟื้อในทุก ๆ ด้าน ตลอดระยะเวลาที่เรียนและทำการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา อันเป็นที่รัก ที่ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือที่ดีมาตลอด จนเค้าโครงการทำค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จ ตลอดจนขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำ ค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ที่ให้ความร่วมมือที่ดีมาตลอด

สุจิรา เทพยา



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	๗
บทที่	
1. บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย	5
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล.....	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	12
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ.....	15
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ.....	19
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
3. วิธีดำเนินการวิจัย	23
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	23
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	24
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	26

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	28
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	29
4.2 ผลการวิเคราะห์	29
5. สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	96
5.1 สรุปผลการวิจัย	96
5.2 การอภิปรายผลผลการวิจัย	101
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	103
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต	105
บรรณานุกรม	106
ภาคผนวก	109
ประวัติผู้เขียน	116



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงคำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	13
3.1 จำนวนนักศึกษา ที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานีและ การเก็บข้อมูลตัวอย่าง.....	24
4.1 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	29
4.2 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของนักศึกษา ปริญญาตรีที่เคยเข้าร่วมโครงการ.....	30
4.3 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านผลิตภัณฑ์.....	33
4.4 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านราคา.....	33
4.5 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	34
4.6 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	35
4.7 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านบุคลากร.....	36
4.8 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านกระบวนการให้บริการ.....	37
4.9 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ.....	38
4.10 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษ.....	39
4.11 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรม.....	39
4.12 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วม โครงการ.....	41
4.13 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ.....	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ.....	42
4.15 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม.....	42
4.16 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ.....	43
4.17 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา.....	44
4.18 การทดสอบความสัมพันธ์ของชั้นปีกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ.....	45
4.19 การทดสอบความสัมพันธ์ของชั้นปีกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ.....	45
4.20 การทดสอบความสัมพันธ์ของชั้นปีกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ.....	46
4.21 การทดสอบความสัมพันธ์ของชั้นปีกับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม.....	46
4.22 การทดสอบความสัมพันธ์ของชั้นปีกับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ.....	47
4.23 การทดสอบความสัมพันธ์ของชั้นปีกับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา.....	47
4.24 การทดสอบความสัมพันธ์ของรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ.....	48
4.25 การทดสอบความสัมพันธ์ของรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ.....	49
4.26 การทดสอบความสัมพันธ์ของรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ.....	49
4.27 การทดสอบความสัมพันธ์ของรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนกับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม.....	50
4.28 การทดสอบความสัมพันธ์ของรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ.....	51
4.29 การทดสอบความสัมพันธ์ของรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา.....	51
4.30 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ.....	52
4.31 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์กับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ.....	53
4.32 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์กับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ.....	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.33 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์กับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม.....	55
4.34 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ.....	56
4.35 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์กับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา.....	56
4.36 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านราคากับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ.....	57
4.37 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านราคากับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ.....	58
4.38 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านราคากับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ.....	59
4.39 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านราคากับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม.....	59
4.40 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านราคากับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ.....	60
4.41 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านราคากับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา.....	61
4.42 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ.....	62
4.43 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ.....	62
4.44 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ.....	63
4.45 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม.....	64
4.46 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ.....	64
4.47 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา.....	65
4.48 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ.....	66
4.49 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ.....	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.50 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดกับเหตุผล ที่เข้าร่วมโครงการ.....	68
4.51 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดกับผู้มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเข้าร่วม.....	68
4.52 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดกับจำนวนเงิน ที่ใช้ในโครงการ.....	69
4.53 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดกับจำนวนเงินที่ ได้รับกลับมา.....	70
4.54 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านบุคลากรกับจำนวนครั้ง ที่เคยเข้าร่วมโครงการ.....	71
4.55 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านบุคลากรกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ.....	72
4.56 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านบุคลากรกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ.....	72
4.57 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านบุคลากรกับผู้มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเข้าร่วม.....	73
4.58 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านบุคลากรกับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ.....	74
4.59 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านบุคลากรกับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา.....	74
4.60 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการกับจำนวนครั้ง ที่เคยเข้าร่วมโครงการ.....	75
4.61 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการกับระยะเวลา ที่เข้าร่วมโครงการ.....	76
4.62 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการกับเหตุผล ที่เข้าร่วมโครงการ.....	77
4.63 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการกับผู้มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเข้าร่วม.....	78
4.64 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการกับจำนวนเงิน ที่ใช้ในโครงการ.....	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.65 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการกับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา.....	79
4.66 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ.....	80
4.67 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ.....	81
4.68 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ.....	82
4.69 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม.....	82
4.70 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ.....	83
4.71 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา.....	84
4.72 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ.....	85
4.73 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ.....	85
4.74 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ.....	86
4.75 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษกับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม.....	87
4.76 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษกับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ.....	87
4.77 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษกับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา.....	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.78 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับจำนวนครั้งที่ เคยเข้าร่วมโครงการ	89
4.79 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับระยะเวลา ที่เข้าร่วมโครงการ	90
4.80 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับเหตุผล ที่เข้าร่วมโครงการ	90
4.81 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับผู้ที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเข้าร่วม	91
4.82 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับจำนวนเงิน ที่ใช้ในโครงการ	92
4.83 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับจำนวนเงิน ที่ได้รับกลับมา	92
4.84 การรวมข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5	93
4.85 ตารางสรุปสมมติฐานที่ 1	95
4.86 ตารางสรุปสมมติฐานที่ 2	95

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาการศึกษาของประเทศไทย นับได้ว่าเป็นนโยบายของรัฐบาลในทุกสมัย ทั้งนี้เพื่อให้ก้าวสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งนโยบายของรัฐบาลต่าง ๆ ได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง และปฏิรูปการศึกษามากหลายครั้ง แต่สิ่งที่สำคัญที่เป็นหัวใจหลัก นั่นคือ การมุ่งพัฒนาเยาวชนของชาติให้เป็นคนที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์ผลงาน ให้สามารถดำรงอยู่และแข่งขันกับต่างประเทศได้ซึ่งสังคมปัจจุบันนับได้ว่าการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ประกอบกับการเปิดการค้าเสรีอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 การพัฒนาทางการศึกษาให้กับเยาวชน นักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่เป็นมันสมองของชาติจึงเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง อนึ่ง การให้เยาวชนได้เข้าไปมีส่วนร่วมในโครงการ กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมในการสร้างโลกทัศน์แห่งความเป็นสากล และให้รู้จักตนเอง รู้จักผู้อื่น ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญในโลกปัจจุบัน (สำนักส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพนักศึกษา, 2554)

การสนับสนุนที่ต่อเนื่องของรัฐบาล ประกอบกับค่านิยมทางการศึกษาในปัจจุบัน ที่มีความสนใจที่จะไปศึกษาต่อยังต่างประเทศ ผ่านความร่วมมือของหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์การระหว่างประเทศ เพื่อจัดสรร เตรียมความพร้อม ให้กับนักเรียน นิสิต นักศึกษาที่มีความพร้อม และมีความสนใจที่จะไปศึกษาต่อยังต่างประเทศ เพื่อได้เรียนรู้ทั้งในด้านวิชาการ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยมต่าง ๆ ในต่างประเทศ ทำให้ในปัจจุบันมีการจัดทำโครงการในลักษณะดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ทั้งในการไปศึกษาต่อต่างประเทศเพียงอย่างเดียว การไปศึกษาและไปปฏิบัติงาน การไปศึกษาและการทำงาน รวมไปถึงการเดินทางเพื่อไปศึกษา ทำงาน และท่องเที่ยว (บัญชา วิเทศชน, 2552)

โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล (Work and travel) เป็นโครงการหนึ่ง ซึ่งเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2512 โดยหน่วยงานที่เริ่มดำเนินการคือ CIEE (Council on International Education Exchange) (สมพร ขจรสุวรรณ, 2550 : 12) ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของรัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้จัดโครงการดังกล่าวขึ้นมา โดยมุ่งเน้นที่จะทำการอบรม และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังต้องการให้นักศึกษาได้มีโอกาสใช้ชีวิตในสังคมอเมริกัน เข้าใจวัฒนธรรมการทำงานของชาวอเมริกัน

และได้รู้จักกับเพื่อนต่างประเทศทั่วโลก โดยโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลได้เริ่มดำเนินการในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลากว่า 13 ปี ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักคือ

1. ส่งเสริมให้นักศึกษาได้เรียนรู้วัฒนธรรมการทำงานในระบบอเมริกัน จากประสบการณ์ในการทำงานจริง

2. ส่งเสริมให้นักศึกษาได้เรียนรู้ประสบการณ์จริงในการดำเนินชีวิตนอกเหนือจากการเรียนในมหาวิทยาลัย ในระหว่างที่พำนักและท่องเที่ยวในประเทศสหรัฐอเมริกา เช่น เรียนรู้ในการปรับตัวอยู่ร่วมกันในสังคมกับผู้อื่น ที่มีสัญชาติต่าง ๆ มาจากทั่วโลก เรียนรู้ที่จะรับผิดชอบต่อตนเอง เรียนรู้ที่จะแก้ปัญหาและพัฒนาตนเอง

2.1 ส่งเสริมให้นักศึกษารู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ในช่วงปิดภาคเรียน

2.2 ส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีโอกาสฝึกฝนและพัฒนาทักษะทางด้านภาษา ทั้งในการฟัง พูด อ่าน และเขียน ในสภาพแวดล้อมจริง ในสถานที่ทำงานจริง ในระหว่างการเข้าร่วมกิจกรรม

ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีระบบการศึกษาที่พัฒนา มีผู้คนจำนวนมากเดินทางเพื่อไปศึกษาที่ประเทศสหรัฐอเมริกาเพราะมากมาตรฐานการศึกษาที่สูง รวมถึงโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ก็เป็นโครงการที่เป็นที่นิยมของนักเรียน นักศึกษาในประเทศไทยด้วยเช่นกัน

มหาวิทยาลัยในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงซึ่งมีนักศึกษาที่ในมหาวิทยาลัยจำนวนมากที่มีความต้องการที่ได้รับประสบการณ์ใหม่จากการเดินทางไปต่างประเทศในช่วงปิดเทอมฤดูร้อน เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ด้านภาษาและวัฒนธรรม และการดำรงชีวิตยังต่างประเทศ เพื่อให้นักศึกษาสามารถพัฒนาตัวเองให้มีความสามารถในการแข่งขันในระดับสากลซึ่งควรให้ความสำคัญและให้ความสนใจกับโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล (Work and travel) เป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มของการเข้าร่วมโครงการเพิ่มสูงขึ้นในทุก ๆ ปี

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี” ทั้งนี้เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาและหาแนวทางสานต่อโครงการดังกล่าว ทั้งในส่วนของเตรียมตัว เตรียมความพร้อม และให้ข้อมูลก่อนที่จะเข้าร่วมโครงการและเดินทางไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และในส่วนของหลังจากเสร็จสิ้นโครงการ เพื่อให้นักศึกษาได้มี

การพัฒนาทั้งในส่วนของความรู้ ประสบการณ์ ที่ได้จากโครงการอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำสิ่งที่ดีและมีประโยชน์มาร่วมมือช่วยกันในการพัฒนาประเทศต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ประเทศสหรัฐอเมริกามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ชั้นปีการศึกษา รายได้ของครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา
2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี” ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตในการวิจัยดังนี้

1. เนื้อหาของงานวิจัย (Research Content) ประกอบด้วย ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ความรู้ความเข้าใจที่มีโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

2. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556

3. พื้นที่ศึกษามหาวิทยาลัยในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

4. ประชากร (Population) คือนักศึกษาปริญญาตรีที่เคยเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกาในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี

5. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จำนวนทั้งสิ้น 129,434 บาท ในเขตจังหวัดปทุมธานี จึงคำนวณหาขนาดตัวอย่างจากสูตรของทาโร่ ยามานะ (Yamane, 1971 : 580-581) ซึ่งคำนวณได้เท่ากับ 399 คน ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างถึงเท่ากับ 400 คน

6. การสุ่มตัวอย่าง (Sampling Method)

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดมหาวิทยาลัยในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี 5 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างโดยการกำหนดสัดส่วนประชากร โดยคำนวณหาจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูล โดยกำหนดสัดส่วนในแต่ละมหาวิทยาลัย

7. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ชั้นปีการศึกษาค่าใช้จ่ายที่ได้รับต่อเดือน รายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะที่พักอาศัย และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี โดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (9 P's) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการให้บริการ (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากรผู้ให้บริการ (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) กระบวนการในการให้บริการ (Process) รูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษ (Programming) และผู้เข้าร่วมกิจกรรม (Participant)

ตัวแปรตาม (Dependent) คือพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการและจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกาหมายถึง การที่นักศึกษาปริญญาตรี ได้มีโอกาสเดินทางไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเพื่อฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษในประเทศเจ้าของภาษาอย่างมีประสิทธิภาพนอกห้องเรียนและการดำเนินชีวิตในประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างที่เข้าร่วมโครงการ พร้อมได้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับเพื่อนชาวต่างประเทศรวมทั้งเพิ่มพูนประสบการณ์ใช้ชีวิตในต่างแดน เพื่อพัฒนาโลกทัศน์ให้กว้างไกลเป็นผู้กล้าคิดกล้าแสดงออก เรียนรู้ในการช่วยเหลือตัวเอง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้แก่

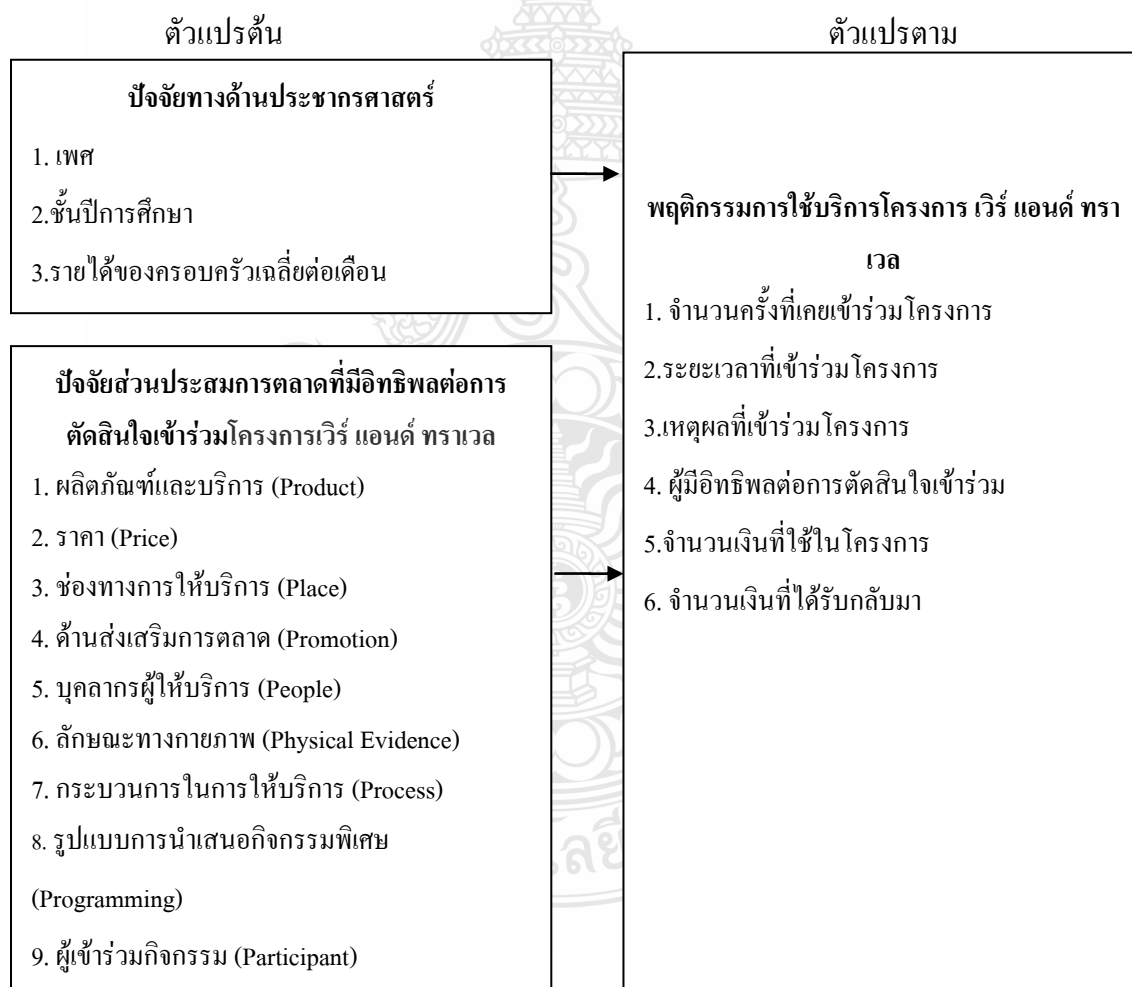
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ หมายถึง การให้บริการของโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกาที่สอดคล้องกับความต้องการและทำให้เกิดความพึงพอใจ
2. ด้านราคา หมายถึง จำนวนเงินที่นักศึกษาใช้ในการเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกาประกอบด้วย ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมโครงการ ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการเข้าร่วมโครงการ และการบริการทางการเงินด้วยบัตรเครดิต
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ความสะดวกในคมนาคม ที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว หรือแหล่งธุรกิจได้ง่าย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับนักศึกษาเพื่อเข้าร่วมโครงการ โดยการทำผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายการแจ้งข่าวสารรวมถึง การให้บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการแลกเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา
5. ด้านบุคลากร หมายถึง พนักงานมีความรู้ความสามารถ โดยผ่านการฝึกอบรมจนมีความชำนาญในการทำงาน การแต่งกายสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ และจำนวนพนักงานที่เพียงพอในการให้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา
6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง สถานที่กว้างขวางสะอาดสะดวกสบายอุปกรณ์ที่ทันสมัย การตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม พร้อมทั้งมีห้องรับรอง มีเครื่องคั้นไวคอยรับรองนักศึกษา
7. ด้านกระบวนการให้บริการ หมายถึง การเตรียมความพร้อมในการให้บริการและการปรับปรุงบริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ประกอบด้วย การจัดระบบของการยื่นเอกสารและการรอผลการตอบรับการเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา

8. ด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษ หมายถึง รูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษของโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ที่แตกต่างไปจากผู้อื่น

9. ด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรม หมายถึง เจ้าของโครงการ ผู้เข้าชมและแขกที่เข้าชมกิจกรรมของโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล

พฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกาหมายถึง การแสดงออกของนักศึกษาในการเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้แก่ จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทรavel ใน ประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี มีประโยชน์เพื่อใช้เป็นในการศึกษาถึงพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทรavel ความรู้ ความเข้าใจ และปัจจัยที่ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทรavel เพื่อนำปัจจัยที่ศึกษามาพัฒนาการ ปรับปรุง และกำหนดกลยุทธ์ในโครงการเวิร์ค แอนด์ ทรavel เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจของนักศึกษาในการเข้าร่วมโครงการ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศไทยของนักศึกษา มหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี” ในครั้งนี้ ผู้ทำการศึกษาได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล

โครงการแลกเปลี่ยนระดับอุดมศึกษา Internship (โครงการฝึกงานในต่างประเทศ) และเวิร์ค แอนด์ ทราเวลเป็นโครงการที่ได้รับความนิยมจากนักศึกษานานาชาติโดยเฉพาะจากประเทศในยุโรปมานานแล้วแต่ไม่เป็นที่รู้จักในประเทศไทยในอดีตโครงการนี้นักศึกษาไทยไม่ได้รับอนุญาตจากรัฐบาลอเมริกาให้เข้าร่วมมาก่อนจนกระทั่งในปี 2540 เกิดวิกฤตเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียรัฐบาลประเทศสหรัฐอเมริกาจึงเปิดโอกาสให้นักศึกษาจากประเทศในแถบเอเชียเข้าร่วมโครงการได้เป็นครั้งแรกและทันทีที่รัฐบาลอนุญาตบริษัทโอเวอร์ซีส์เอดดูเคชั่นนอลกรุ๊ป จำกัด (Overseas Educational Group) ได้ติดต่อประสานงานกับองค์กรแลกเปลี่ยนทันทีเนื่องจากพิจารณาเห็นว่าโครงการนี้เป็นโครงการที่เป็นประโยชน์สำหรับนักศึกษาไทยอย่างมากจึงนำโครงการนี้เข้ามาในประเทศไทยเป็นครั้งแรกในปี 2541 โดยเริ่มจากโครงการ Internship ก่อนแต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากเป็นโครงการใหม่และมีขั้นตอนขบวนการที่ยุ่งยากและซับซ้อนอีกทั้งนักศึกษาไทยยังขาดทักษะในการหาและสมัครงานแตกต่างจากนักศึกษาในยุโรปที่มีประสบการณ์มานานหลายสิบปีแล้ว (ที่มา : โครงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระดับอุดมศึกษา)

ในปีต่อมา (2542) ทางศูนย์ฯจึงเปลี่ยนแนวทางโดยหันมาดำเนินโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ขึ้นมาแทนซึ่งขณะนั้นทั้งองค์กรแลกเปลี่ยนและรัฐบาลอเมริกาก็ยังยึดถือแนวปฏิบัติที่ทำกันมานานคือเปิดรับนักศึกษาเข้าร่วมโครงการในช่วงภาคฤดูร้อนของประเทศสหรัฐอเมริกา คือเดือน

มิถุนายนถึง 19 ตุลาคมซึ่งส่งผลให้ทางโอเวอร์ซีส์เอ็ดยังคงไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินโครงการนี้เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วสถาบันอุดมศึกษาของไทยปิดเทอมในเดือนมีนาคมและเปิดเทอมในเดือนมิถุนายนนักศึกษาไทยจึงไม่สามารถเข้าร่วมโครงการในช่วงเวลาดังกล่าวได้ทางโอเวอร์ซีส์เอ็ดฯจึงได้ประสานไปยังองค์กรแลกเปลี่ยนซึ่งทำงานร่วมกันคือองค์กร Council on International Educational Exchange หรือ CIEE ให้ขออนุญาตจากรัฐบาลอเมริกันในการให้นักศึกษาไทยเข้าร่วมโครงการในช่วงปิดภาคฤดูร้อนตั้งแต่กลางมีนาคมเป็นต้นไปทางโอเวอร์ซีส์เอ็ดฯได้ทำเอกสารเพิ่มเติมพร้อมส่งจดหมายจากทางราชการยื่นขออนุญาตให้นักศึกษาไทยไปให้ทางรัฐบาลอเมริกันและต้นเดือนมกราคม 2543 ทางโอเวอร์ซีส์เอ็ดฯได้รับแจ้งจากองค์กรว่าทางรัฐบาลอนุญาตให้ดำเนินการได้ตามที่สอบถามไป

ในปี 2543 โดยการดำเนินงานของโอเวอร์ซีส์เอ็ดฯ มีนักศึกษาที่สนใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลเพียง 17 คนแต่ต่อมาโครงการได้รับความนิยมในหมู่นักศึกษามากขึ้นจึงมีการขยายการรับสมัครนักศึกษาเพื่อเข้าร่วมโครงการไปทั่วทั้งประเทศขณะเดียวกันบริษัทที่เปิดขึ้นมาใหม่เพื่อดำเนินโครงการในลักษณะนี้ก็มีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จนปัจจุบันคาดว่าบริษัทที่เปิดกิจการเพื่อดำเนินโครงการนี้แล้วกว่า 44 บริษัทใหญ่ทั่วประเทศและน่าจะมีบริษัทลูกอื่น ๆ อีกหลายแห่งด้วยกัน โดยในปี 2550 มีนักศึกษาเข้าร่วมโครงการนี้มากกว่า 9,000 ประจําคน (ที่มา : โครงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระดับอุดมศึกษา)

ปัจจัยที่ทำให้โครงการนี้เป็นที่นิยมของนักศึกษา

จากตัวเลขที่เพิ่มขึ้นมากแสดงให้เห็นว่านักศึกษาไทยตอบรับโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลเป็นอย่างดีซึ่งปัจจัยที่ทำให้โครงการนี้เป็นที่นิยมประกอบด้วยหลาย ๆ ปัจจัยดังนี้

1. นักศึกษาส่วนใหญ่ว่างจากการเรียนการสอนในช่วงปิดเทอมการได้ลองไปทำงานในช่วงปิดเทอมจึงเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ที่สำคัญประเทศไทยไม่มีการจัดการหรือการสนับสนุนให้นักศึกษาไทยหันมาทำงานภาคฤดูร้อนในประเทศสำหรับนักศึกษาไทยการทำงานภาคฤดูร้อนในประเทศที่หาได้บ้างก็ไม่ได้ตอบสนองความต้องการของนักศึกษาทั่วโลกต่าง ๆ ไม่ได้สนับสนุนให้นักศึกษาทำงานภาคฤดูร้อนในประเทศไทยเลย

2. นักศึกษาอยู่ในวัยเรียนรู้และต้องการเห็นโลกกว้างต้องการสร้างเสริมประสบการณ์ให้กับตนเอง

3. นักศึกษามีอิสระมากกว่าการไปโครงการภาคฤดูร้อนแบบดั้งเดิมเพราะนักศึกษาอาจมีรายได้มีเงินช่วยเหลือค่าใช้จ่ายในการเดินทางด้วยนักศึกษาที่ขยันทำงานก็จะมีรายได้กลับมาเป็นทุนการศึกษาของตัวเองทำให้นักศึกษาเองทำให้เป็นตัวของตัวเองมากขึ้น

4. สหรัฐอเมริกายังเป็นประเทศที่นักศึกษานิยมไปอยู่มาก
5. นักศึกษาจำนวนมากได้ยินได้ฟังมาจากเพื่อนและเกิดความต้องการไปบ้าง
6. นักศึกษาต้องการไปลองทำงานก่อน ได้ทำงานจริงเมื่อจบการศึกษาเพื่อจะได้ใช้ประสบการณ์ดังกล่าวเป็นฐานในการสมัครเข้าทำงานต่อไป

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นเหตุผลเฉพาะบุคคลเช่นนักศึกษาบางคนต้องการไปทำงานเพื่อเก็บเงินมารักษาพ่อแม่ที่ป่วยนักศึกษาบางคนต้องการไปทดลองอยู่ในเมืองที่ต้องการจะไปก่อนตัดสินใจเข้าไปเรียนต่ออเมริกาในอนาคตบางคนต้องการไปหาญาติหรือ host family เดิมโดยต้องการนำรายได้จากการทำงานในโครงการเป็นการช่วยค่าใช้จ่ายในการกินอยู่และการเดินทาง เป็นต้น

การดำเนินการของโครงการ

ลักษณะการดำเนินการของโครงการนี้ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบสำคัญคือนายจ้างของสถานที่ทำงานต่าง ๆ ในสหรัฐองค์กรแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ Work and Travel Agency ในประเทศไทยและผู้เข้าร่วมโครงการซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการคร่าว ๆ ดังต่อไปนี้

1. นายจ้างของสถานที่ทำงานต่าง ๆ ในสหรัฐนายจ้างของสถานที่ทำงานต่าง ๆ จะยื่นความจำนงต่อองค์กรแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศในการรับนักศึกษาต่างชาติเข้าทำงานกับหน่วยงานของตน รวมทั้งมีการระบุคุณสมบัติของผู้เข้าร่วมโครงการลักษณะงานค่าจ้างและรายละเอียดที่พึงเก้อองค์กรแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ

2. องค์กรแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศจะทำการตรวจสอบคุณสมบัติของนายจ้างนั้น ๆ ว่ามีความเหมาะสมและมีมาตรฐานตามที่องค์กรแลกเปลี่ยนได้กำหนดเงื่อนไขไว้หรือไม่ในการรับนักศึกษาต่างชาติเข้าทำงาน

3. องค์กรแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศจะประสานงานกับ Work and Travel Agency (WAT Agency) ในประเทศไทยโดย WAT Agency จะเป็นผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการประกาศรับสมัครรวมถึงการคัดเลือกนักศึกษาที่ต้องการเข้าร่วมโครงการขึ้นต้นตามเกณฑ์ของแต่ละ Agency ได้กำหนดไว้เมื่อนักศึกษาสามารถผ่านการทดสอบและได้รับการตอบรับเข้าร่วมโครงการรวมถึงการตอบรับการจ้างงานจากนายจ้างแล้วจะเป็นขั้นตอนในการดำเนินการเอกสารต่าง ๆ เพื่อขอวีซ่าในการเข้าประเทศสหรัฐอย่างถูกต้องตามกฎหมายต่อไป

4. เมื่อนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการเดินทางถึงประเทศสหรัฐนายจ้างที่ตกลงรับนักศึกษาเข้าทำงานจะมีหน้าที่ในการดูแลและรับผิดชอบนักศึกษาโดยตรงในทุก ๆ เรื่องขณะเดียวกันองค์กรแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศที่ได้ออกเอกสารรับรองให้แก่นักศึกษาในการขอวีซ่าและประสานงานโดยตรงกับนายจ้างก็มีหน้าที่ในการดูแลรับผิดชอบนักศึกษาด้วย เช่นเดียวกับนายจ้าง

สำหรับรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานของแต่ละบริษัทอาจแตกต่างกันไปบ้างแต่ที่มีมาตรฐานควรต้องมีการรับสมัครการตรวจสอบคุณสมบัติขั้นต้นการสอบคัดเลือกการให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานที่มีอยู่การให้นักศึกษาได้หาข้อมูลและเลือกสิ่งที่เหมาะสมกับตนเองเมื่อเลือกงานแล้วต้องผ่านกระบวนการสัมภาษณ์หลังจากผ่านการสัมภาษณ์และตอบรับแล้วนักศึกษาต้องส่งเอกสารเพื่อดำเนินการขอเอกสารสำหรับมาขอวีซ่าเมื่อได้รับการยื่นขอวีซ่าของตัวจึงสามารถเดินทางได้

ค่าใช้จ่ายและรายได้ในการเข้าร่วมโครงการ

ด้านค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมโครงการของแต่ละบริษัทฯ อาจมีบริการและค่าใช้จ่ายโครงการแตกต่างกันไปบ้างเล็กน้อยแต่โดยทั่วไปจะมีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมโครงการประมาณ 1,000 เหรียญ (บวกค่าไม่เกินร้อยละ 10) ซึ่งเป็นค่าธรรมเนียมสำหรับองค์กรแลกเปลี่ยนธรรมเนียมนี้รวมค่าประกันสุขภาพและอุบัติเหตุระหว่างการเข้าร่วมโครงการและค่าธรรมเนียมของระบบฐานข้อมูลของนักเรียนต่างชาติ (SEVIS) นอกจากนี้ก็มีค่าใช้จ่ายในการขอวีซ่าจำนวน 131 เหรียญ

นอกจากค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมโครงการแล้วผู้เข้าร่วมโครงการจะต้องเตรียมค่าใช้จ่ายในการเดินทางค่าที่พักและค่าใช้จ่ายส่วนตัวดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

2. ค่าที่พักซึ่งมีความหลากหลายแตกต่างกันไปลักษณะคล้ายกับเวลาต้องไปทำงานในต่างจังหวัดสักระยะอาจอยู่ที่พักที่เป็น โรงแรมห้องเช่าอพาร์ทเมนต์หรือแม้แต่กับครอบครัวแต่การอยู่กับครอบครัวนั้นทำได้ยากเพราะนักศึกษาต้องทำงานตารางงานไม่แน่นอนเหมือนนักเรียนอีกประการนักศึกษามักเดินทางท่องเที่ยวเมื่อไม่มีตารางงานทำให้ไม่มีเวลาได้แลกเปลี่ยนกับครอบครัวต่างจากนักศึกษาที่มาเรียนหนังสืออย่างเดียวทำให้ไม่ค่อยมีครอบครัวรับนักศึกษาที่ทำงานนอกจากนี้ในส่วนที่พักเนื่องจากนักศึกษาไทยไประยะสั้นเช่าอพาร์ทเมนต์อาจทำได้ยากเพราะส่วนใหญ่การเช่าที่พักในอเมริกาต้องเซ็นสัญญาหนึ่งปีหรืออย่างน้อย 6 เดือนดังนั้นบางนายจ้างจึงหาที่พักที่มีความยืดหยุ่นในด้านระยะเวลาการพักอาศัยให้แก่ศึกษาก่อนการเดินทางโดยการทำสัญญาล่วงหน้าหรือบางนายจ้างจะมีที่พักซึ่งเป็นของสถานที่ทำงานลักษณะคล้ายกับหอพักจัดเตรียมไว้ให้แก่ศึกษาเลย

3. ค่าใช้จ่ายส่วนตัว สำหรับรายได้ของผู้เข้าร่วมโครงการได้แก่ค่าแรงซึ่งจะมีอัตราที่แตกต่างกันไปแต่จะไม่น้อยกว่าค่าแรงขั้นต่ำตามกฎหมายของสหรัฐอเมริกาคำหนดไว้ส่วนใหญ่ค่าแรงจะมากกว่าเล็กน้อยอัตราค่าแรงอยู่ระหว่าง 6.5- 8.9 เหรียญต่อชั่วโมงแล้วแต่หน้าที่และความรับผิดชอบที่ทำให้โครงสร้างการจ่ายเงินค่าจ้างขององค์กรที่เป็นนายจ้างและค่าครองชีพของเมืองนั้นๆแต่อาจมีที่ได้มากกว่า 10 เหรียญแต่ส่วนใหญ่จะเป็นงานที่ใช้แรงงานมาก ๆ นอกจากนั้นถ้าเป็นงานที่ได้รับทิปเช่นพนักงานเสิร์ฟกฎหมายอนุญาตให้จ่ายชั่วโมงละ 2.5 เหรียญได้

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Need) มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการได้รับและการได้ใช้บริการและสินค้า โดยรวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่และมีส่วนร่วมในการกำหนดให้เกิดการกระทำดังกล่าว (Engel; Blackwell; & Miniard. 1968 : 5 อ้างถึงในธีรวัฒน์ บุตตะโยธิน, 2551 : 12)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2541: 124) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา

จากความหมายดังกล่าว สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การแสดงออกถึงการกระทำของบุคคลโดยบุคคลหนึ่งในการที่จะให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของบุคคลนั้น โดยมีกระบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจตั้งแต่การค้นหาคำซื้อ การใช้ การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการ

Kotler, Phillip (1997 : 175 อ้างถึงใน ศรัณยู จันทร์แสงเพชร, 2553 : 21) กระบวนการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคเริ่มจากปัจจัยกระตุ้นภายนอกได้แก่ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analysis Consumer Behavior)

ธงชัย สันติวงษ์ (2525 : 17) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึง สาเหตุทั้งปวงที่มีอิทธิพลเหนือและทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งโดยการเข้าใจถึงสาเหตุต่าง ๆ ที่มีผลจงใจหรือกำกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนี้เองที่จะทำให้ นักการตลาดสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้สำเร็จผลด้วยการสามารถชักนำ และหว่านล้อมให้ลูกค้าซื้อสินค้าและมีความจงรักภักดีที่จะซื้อซ้ำครั้งต่อเนื่องเรื่อยไป

ดังนั้น การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นเรื่องของการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าเกิดจากปัจจัยอิทธิพลอะไรเป็นตัวกำหนด หรือที่เป็นตัวสาเหตุที่ทำให้มีการตัดสินใจซื้อดังกล่าว ตามความหมายข้างต้นนี้ พฤติกรรมในขณะที่ทำการซื้อ (ที่เราได้เห็นเป็นการกระทำโดยทั่ว ๆ ไปของลูกค้านั้น) จึงเป็นเพียงขั้นตอนสุดท้ายหรือปลายเหตุ ของกระบวนการพิจารณาการตัดสินใจซื้อ และในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือพฤติกรรมผู้บริโภคที่แท้จริง จะประกอบด้วย

อิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ เช่น ความต้องการเรียนรู้ ความนึกชอบพอทัศนคติ ความเข้าใจ จากกลุ่มทางสังคม ตลอดจนวัฒนธรรมปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ได้มีอยู่ในความนึกคิดและจิตใจของทุกคน ซึ่งต่างก็ได้มีการสร้างสมและขัดเกลามาตามกระบวนการตามความนึกคิดและจิตวิทยาของตนเองตามสังคมและวัฒนธรรมแวดล้อมที่แตกต่างกัน จากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งทำให้คุณลักษณะที่แท้จริงภายในของผู้บริโภคแตกต่างกันไปด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 125-126) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการหาถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาว่าอะไรคือการเกิดพฤติกรรมนั้น ได้แก่ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO?, WHAT?, Why?, WHEN?, WHERE? และ How? และมีการหาคำตอบการบริโภคของผู้บริโภค 7 ประการหรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย OCCUPANTS, OBJECTS, OBJECTIVES, ORGANIZATIONS, OCCASION, OUTLETS และ OPERATIONS มีตารางคำถาม และคำตอบของคำถามทั้ง 7 ของพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงคำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน - ประชากรศาสตร์ - ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์	การตลาดที่เกี่ยวข้องได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) หมายถึงผู้บริโภคซื้อสินค้าอะไรที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง คุณสมบัติของสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการ(Product component)และผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่แตกต่างจากยี่ห้ออื่นอย่างไร (Competitive differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปแบบของผลิตภัณฑ์ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ รูปลักษณ์ ยี่ห้อ คุณภาพ ผลิตภัณฑ์ควบ 3. ความคาดหวังของผลิตภัณฑ์ 4. ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างจากการแข่งขัน (Competitive differentiation) ได้แก่ ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงานและภาพลักษณ์

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคมีการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการทั้งทางด้านลักษณะภายนอกและด้านลักษณะภายในซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อคือ 1. ปัจจัยทางจิตวิทยา 2. ด้านสังคมและวัฒนธรรม 3. ปัจจัยของแต่ละบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) 2. การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ 3. ด้านราคา (Price strategies) 4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) บุคคลกลุ่มใดที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่ 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้คือ การโฆษณาและ (หรือ) การส่งเสริมการตลาด (Advertising and promotion strategies) โดยใช้กลุ่มผู้มีอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ในช่วงระยะเวลาที่สำคัญของผู้บริโภค งานเทศกาล วันสำคัญทางศาสนา วันสำคัญของคน ร่วม โอกาสสำคัญเช่นการรับปริญญา งานวันเกิดของบุคคลในครอบครัว	กลยุทธ์ที่ใช้คือ การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) เช่น การส่งเสริมการตลาดในช่วงระยะเวลาเทศกาล ด้วยระยะเวลาสำคัญของผู้บริโภค เช่น งานปีใหม่ งานรับปริญญา

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	สถานที่หรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อเช่น ห้างสรรพสินค้า มินิมาร์ท ร้านขายของชำ ศูนย์การค้า ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies) บริษัทนำสินค้าสู่สถานที่หรือแหล่งที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการซื้อ (Operation) ประกอบด้วย 1. รู้ปัญหา 2. หาข้อมูล 3. ประเมินผลทางเลือก 4. ตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้คือ การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ได้แก่ การโฆษณา การใช้พนักงานขาย ลด แลก แจก แถม ผู้บริหารให้ข่าว การแถลงข่าว ประชาสัมพันธ์การกำหนด วัตถุประสงค์ของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2541) การบริหารการตลาดยุคใหม่ หน้า 126

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ

Kotler, (2000 : 16 อ้างถึงในศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546 : 53) ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่นักการตลาดที่สามารถคุณสมบัติในการตลาดได้ เช่น คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ซึ่งถ้าควบคุมได้จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้

ผลิตภัณฑ์ คือ ตัวแปรที่เสนอแก่ผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น ถ้าสินค้ามีคุณสมบัติที่น่าสนใจ ตรงตามความต้องการของลูกค้า มากเท่าไร ผู้บริโภคก็จะเกิดการตอบรับมากขึ้นเท่านั้น

ลักษณะทางกายภาพ ผู้ซื้อพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณประโยชน์จากสิ่งที่จะได้รับ เพื่อให้การซื้อนั้นได้รับประโยชน์และเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค ในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็น

หลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น เครื่องมืออุปกรณ์ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 11) ได้ให้ความหมายว่าการมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค โดยที่ผู้บริโภคมีกำลังสามารถซื้อได้ มีช่องทางในการซื้อที่สามารถหาซื้อได้ง่าย ซึ่งมีสินค้ากระจายอยู่ทั่วไป ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคด้วยการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2546 : 53) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถกำหนดได้เอง ซึ่งผู้ประกอบการสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความพอใจแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ผู้ประกอบการผลิตออกมาเพื่อขายกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสินค้านั้นเพื่อสนองความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งสิ่งที่เสนอแก่ผู้บริโภคอาจเป็นสินค้าหรือบริการ ซึ่งได้แก่ สินค้า บริการ สถานที่ ความคิด บุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า (Value) ในความคิดของผู้บริโภค จึงส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง (Product differentiation)

1.2 คุณสมบัติหลัก องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ (Product component) เช่น คุณประโยชน์ ประสิทธิภาพ ราคาสินค้า

1.3 ตำแหน่งสินค้า (Product positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่กำหนดตำแหน่งของสินค้า ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเพิ่มมากขึ้น มีคุณลักษณะใหม่ที่แตกต่างจากเดิม ซึ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนผสมผลิตภัณฑ์ (Product mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product line)

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของสินค้าที่แสดงด้วยตัวเงิน ซึ่งตัวเงินที่ผู้บริโภคนำมาจ่ายเป็นการเปรียบเทียบระหว่างราคากับสิ่งที่ได้รับจากสินค้าที่ลูกค้าซื้อไป เช่น กองทุนรวมให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้เขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ราคาต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

2.1 การยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ว่าสูงกว่าผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนผลิตภัณฑ์และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่น ๆ

3. การส่งเสริมตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้นและรวดเร็วขึ้น ซึ่งอาจพนักงานขาย (personal selling) และการใช้สื่อ (Non-personal selling) เครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งอาจเลือกใช้เครื่องมือหนึ่ง หรือหลายเครื่องมือก็ได้ดังต่อไปนี้

3.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการสื่อสารเพื่อเสนอข่าวสารของผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ที่เสนอแก่ลูกค้า ทั้งสินค้าและบริการที่ผู้ประกอบการจ่ายให้แก่ผู้ผลิตภัณฑ์รายการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ กลยุทธ์การสร้างสรรค์โฆษณา (Creative strategy) และกลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

3.2 การขายโดยพนักงานขาย (Personal selling) เป็นการใช้บุคคลแจ้งข่าวสารและสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้า

3.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หมายถึง การสร้างเครื่องมือที่สามารถกระตุ้นความสนใจในการทดลองใช้หรือเกิดความต้องการซื้อ ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อในขั้นตอนสุดท้าย การส่งเสริมการตลาดมี 3 รูปแบบ คือ (1) การกระตุ้นลูกค้า เรียกว่าการส่งเสริมการตลาดที่ทำให้เกิดการซื้อสินค้า (Consumer promotion) (2) การกระตุ้นคนกลาง (Trade promotion) (3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force promotion)

3.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอ แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนประชาสัมพันธ์ หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างสิ่งที่ดีที่ลูกค้าคิดกับองค์กร การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

3.5 การตลาดของทางตรง (Direct marketing) เป็นการติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิด การสนองตอบโดยตรง หรือการส่งเสริมการตลาดโดยตรงกับกลุ่มผู้ซึ่งและให้ตอบสนองความต้องการทันที

4. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) หมายถึงการสร้างช่องทาง ซึ่งทำให้สินค้าและบริการมีการย้ายจากผู้ประกอบการไปยังผู้บริโภค ได้แก่ ขนส่ง คลังสินค้า และการบริการสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่าย ประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Chanel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ/หรือกรรมสิทธิ์ที่มีในผลิตภัณฑ์ได้ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาดในระบบช่องทางจัดจำหน่ายให้แก่ผู้ประกอบการ ตัวกลาง ลูกค้า และผู้ใช้

4.2 การกระจายตัวสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด หมายถึง กิจกรรมที่มีความข้องเกี่ยวกับการย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการไปยังลูกค้า การกระจายตัวสินค้าที่สำคัญ คือ การขนส่ง (Transportation) การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ (Storage) การคลังสินค้า (Warehousing)

5. บุคลากร (People) หมายถึง พนักงานต้องมีส่วนร่วมในการผลิตและส่งมอบบริการพร้อมกัน จึงทุ่มเทงบประมาณไปกับการให้รวบรวมพนักงานบริการ และคัดเลือกพนักงานที่มีคุณภาพมีพฤติกรรมทำให้บริการสม่ำเสมอการดูแลความสะอาดของเคาน์เตอร์พนักงานมีความสุขเรียบร้อย เป็นกันเอง พนักงานมีจิตสำนึกการบริการ (Service mind) ทักทายลูกค้า กล่าวคำขอบคุณบริการด้วยท่าทีเต็มใจ และพนักงานมีอำนาจอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า กล่าวคำขอบคุณบริการด้วยท่าทีเต็มใจ และพนักงานมีอำนาจอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า บุคลากร เป็นงานที่มีความสำคัญมาก ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการนั้นจะเกิดความพึงพอใจมากขึ้นเพียงใดเนื่องจากเมื่อลูกค้ามาซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กรธุรกิจจะได้พบเจอกับบุคลากรที่หลากหลาย ตั้งแต่พนักงานรักษาความปลอดภัยจนถึงระดับผู้จัดการ ถ้าบุคลากรเหล่านี้ให้บริการเป็นอย่างดีแล้ว จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โอกาสที่ลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กร

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือองค์ประกอบด้านสถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ การแต่งกายของพนักงาน เครื่องหมายการค้า สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ จะต้องมีคุณภาพดูแล้วเหมาะสมกลมกลืนกับภาพที่ลูกค้าคาดหวังไว้

7. กระบวนการให้บริการ (Process) เป็นกระบวนการออกแบบการส่งมอบบริการให้ลูกค้า ถ้าการออกแบบทำได้ดีการส่งมอบบริการก็จะมีประสิทธิภาพถูกต้องตรงเวลามีคุณภาพสม่ำเสมอเป็นกิจกรรมการส่งมอบการให้บริการแก่ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการของธุรกิจ สิ่งที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจก็คือธุรกิจจะต้องออกแบบกระบวนการที่เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าหรือบริการให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบายในการซื้อมากที่สุด ซึ่งปัจจุบันกระบวนการบริการที่ดีนั้นจะต้องอาศัยระบบสารสนเทศ (Information system) เข้ามาช่วยในการบริการลูกค้า เกิดความสะดวกสบายและความรวดเร็วในใช้บริการ ดังนั้นการนำระบบ ระบบสารสนเทศมาใช้ในกระบวนการให้บริการไม่เพียงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจแล้วยังสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอีกด้วย

8. รูปแบบการนำเสนอกิจกรรม (Programming) โปรแกรมรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษที่แตกต่างไปจากผู้อื่นเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าสนใจในการทำซื้อสินค้า (Hoyle, 2002, pp. 6-8)

9. ผู้เข้าร่วมกิจกรรม (Participant's) คือการมีนักแสดงผู้ชมเจ้าของงานและแขก ที่เข้าชมกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อให้ลูกค้าสนใจเข้าร่วมกิจกรรมและนำมาซื้อสินค้าและบริการ (Hoyle, 2002: pp. 6-8)

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

อคุลย์ จาตุรงกกุล (2543 : 160-166) กระบวนการในการตัดสินใจซื้อ (Buying decision process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need recognition) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem recognition) การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตน ซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายในและภายนอก บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต เพื่อให้รู้ว่าจะตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นอย่างไร

2. การค้นหาข้อมูล (Information search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ และสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องมากขึ้น แต่ในบางครั้งความต้องการที่เกิดขึ้นไม่สามารถได้รับการตอบสนองได้ทันที ความต้องการจะถูกจดจำไว้ เพื่อหาทางสนองความต้องการในภายหลัง เมื่อความต้องการถูกกระตุ้นได้ถูกสะสมไว้มาก จะทำให้เกิดการปฏิบัติในภาวะอย่างหนึ่ง คือ ความตั้งใจให้ได้รับการตอบสนองความต้องการ โดยจะพยายามค้นหาข้อมูลให้มากขึ้น ปริมาณข้อมูลที่ค้นหาขึ้นกับว่าบุคคลเผชิญกับการแก้ปัญหาามากหรือน้อย ข้อมูลที่ผู้บริโภคต้องการถือเป็นข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

แหล่งที่มาข้อมูลของผู้บริโภค ประกอบด้วย

- 2.1 แหล่งบุคคล (Personal sources)
- 2.2 แหล่งการค้า (Commercial sources)
- 2.3 แหล่งประสบการณ์ (Experiential sources)
- 2.4 แหล่งชุมชน (Public sources)
- 2.5 แหล่งทดลอง (Experimental sources)

อิทธิพลของแหล่งข้อมูลจะแตกต่างกันตามชนิดของผลิตภัณฑ์ และลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค โดยทั่วไปผู้บริโภคได้รับข้อมูลต่าง ๆ จากแหล่งการค้า ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่นักการตลาดสามารถควบคุมการให้ข้อมูลได้ และแหล่งข้อมูลแต่ละแหล่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่

แตกต่างกัน แหล่งข้อมูลที่มีสัมฤทธิ์ผลมากที่สุดจะมาจากแหล่งบุคคล โดยปกติข้อมูลจากแหล่งการค้า จะให้ข้อมูลทั่วไปแก่ผู้ซื้อ แต่ข้อมูลจากแหล่งบุคคลจะช่วยประเมินผลผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ซื้อ

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้วจาก แหล่งข้อมูล ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ กระบวนการประเมินผลมีดังนี้

3.1 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product attributes) จะต้องมีพื้นฐาน ดังนี้ ตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภคได้ มีคุณค่าในความรู้สึกและคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับในสินค้านั้น สินค้าที่แสวงหาจะมีคุณภาพสูงแต่ราคาต่ำ

3.2 ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

3.3 ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้า

3.4 ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้า

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) เกิดขึ้นหลังจากการประเมินผลทางเลือกโดย ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุด ปัจจัยที่เกิดขึ้นระหว่างความตั้งใจซื้อ (Purchase intention) และการตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) มี 3 ปัจจัย ดังนี้

4.1 ทัศนคติของบุคคลอื่น (Attitudes of others) แบ่งเป็นทัศนคติด้านบวกและด้านลบ ซึ่งต่างก็มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

4.2 ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้ (Anticipated situational factors)

4.3 ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ (unanticipated situational factors) การตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละบุคคลสามารถมีการปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงได้

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase behavior) หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีผลกระทบต่อความชอบและความภักดีต่อตราสินค้า

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตรลดา ปิติมล (2548) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel Program in USA กรณีศึกษานักศึกษาปริญญาตรีคณะเศรษฐศาสตร์โดยศึกษาจากการเก็บแบบสอบถามจากนักศึกษาปริญญาตรีคณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่จำนวน 160 รายใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ความถี่ค่าร้อยละพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 58.8 มีผลการศึกษเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.51-3.00 มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-30,000 บาทโดยคิดเป็นร้อยละ 26.9 สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการมากที่สุดคืออิทธิพลจากครอบครัว

และคนรอบข้างปัจจัยที่มีผลรองลงมาคืออิทธิพลจากฐานะทางครอบครัว, อิทธิพลจากความน่าเชื่อถือของบริษัทเอเจนซีโครงการและอิทธิพลจากค่าตอบแทนจากการทำงานระหว่างเข้าร่วมโครงการทั้งสามปัจจัยมีระดับอิทธิพลมากและสำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับปานกลางคืออิทธิพลจากการปรับตัวในสังคมและอิทธิพลจากการเรียนกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 95.6 จากจำนวนทั้งหมด 160 ตัวอย่างรู้จักโครงการ Work and Travel Program in USA ทักษะคดีที่มีต่อโครงการกลุ่มตัวอย่างคาดว่าจะได้รับประโยชน์ในหลายๆด้านจากโครงการได้แก่ พัฒนาทักษะด้านภาษาเป็นแนวทางในการศึกษาต่อต่างประเทศเป็นการหารายได้พิเศษทางหนึ่งเปิดโอกาสได้เดินทางท่องเที่ยวและได้เรียนรู้ความเป็นอยู่ของสังคมอเมริกัน

พัชรา เริกเขียว (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนวการศึกษาและฝึกงานในต่างประเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นกรณีศึกษาโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล โดยศึกษาจากการเก็บแบบสอบถามจากนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สนใจหรือเคยเข้าร่วมโครงการจำนวน 323 รายใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติเชิงอนุมานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 และมีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 40,000 บาทโดยเหตุผลจูงใจที่เข้าร่วมโครงการคือการได้ฝึกทักษะด้านภาษาอังกฤษและผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคือตัวท่านเองส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการทุกด้านในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ด้านบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.74) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านบริการคือในได้รับประสบการณ์ทำงานในประเทศผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากด้านราคาคือได้รับค่าตอบแทนที่ดีเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปด้านการจัดจำหน่ายคือมีศูนย์บริการตามจังหวัดต่าง ๆ ด้านการส่งเสริมการตลาดคือให้ส่วนลดค่าบริการเช่นค่าจัดส่งด้านบุคลากรคือบุคลากรมีความกระตือรือร้นสุภาพอ่อนโยนใส่ใจลูกค้าและด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพคือความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ในขณะที่ด้านกระบวนการให้บริการคือรวดเร็วและสะดวกในการใช้บริการปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศชั้นปีการศึกษารายได้ของครอบครัวต่อเดือนพฤติกรรมด้านเหตุผลในการเข้าร่วมโครงการและผู้ที่มีส่วนร่วมตัดสินใจในการเข้าร่วมโครงการที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนวการศึกษาและฝึกงานในต่างประเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นกรณีศึกษาโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในด้านบริการด้านราคาด้านช่อง

ทางการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรผู้ให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการ

ศุภกร พรหมวิจิตร (2549) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work & Travel in USA ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่โดยศึกษาจากการเก็บแบบสอบถามจากนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่เคยเข้าร่วมโครงการจำนวน 50 รายโดยวิธีสุ่มโดยบังเอิญใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยพบว่าปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือผลิตภัณฑ์คือในเรื่องเอเจนซี่มีงานให้นักศึกษาเลือกเพียงพอรองลงมาคือปัจจัยทางการส่งเสริมการขายคือในเรื่องมีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตจัดอยู่ในระดับเป็นปัจจัยที่มีผลมากและปัจจัยทางด้านช่องทางทางการจัดจำหน่ายคือในเรื่องที่เอเจนซี่มีสาขาในจังหวัดที่นักศึกษาอาศัยอยู่เป็นปัจจัยที่อยู่ในระดับที่มีผลมากเช่นกันส่วนปัจจัยที่มีผลปานกลางคือปัจจัยทางด้านราคาในเรื่องเอเจนซี่มีค่าโครงการที่มีราคาถูกกว่าเอเจนซี่อื่นกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมโครงการกับเอเจนซี่ ISTC มากที่สุดร้อยละ 48 รองลงมาคือเอเจนซี่ Oversea ร้อยละ 32 และเอเจนซี่ GlobalX ร้อยละ 14 ตามลำดับรัฐในสหรัฐอเมริกาที่ผู้ร่วมโครงการไปมากที่สุดคือรัฐ Florida ร้อยละ 34 สำหรับผู้ร่วมโครงการที่ร่วมโครงการแล้วพบปัญหาในการดำเนินชีวิตมีร้อยละ 58 เอเจนซี่ที่ทำการช่วยเหลือผ่านทางโทรศัพท์ด้วยโทรศัพท์รองลงมาคือเอเจนซี่ส่งตัวแทนมาช่วยเหลือ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาปริญญาตรีที่เคยเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกาในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักศึกษาปริญญาตรีที่เคยเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกาในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 113,338 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างด้วยการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ยามานะ (Yamane, 1970 : 580-581) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากรจำนวน 113,338 ราย

E = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ กำหนดให้มีค่าเท่ากับร้อยละ 5

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{113,338}{1 + (113,338)(0.05)^2}$$

$$n = 399$$

เมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมาแล้ว จำนวน 399 คน ทำการสำรวจจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 1 รวมจำนวนทั้งหมด 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง (Sampling Method)

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดมหาวิทยาลัยในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี 5 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยสุ่มแบบมีสัดส่วนประชากร

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างโดยการกำหนดสัดส่วนประชากร โดยคำนวณหาจำนวนตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลโดยกำหนดสัดส่วนในแต่ละมหาวิทยาลัย ดังนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนนักศึกษา ที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานีและการเก็บข้อมูลตัวอย่าง (ที่มา : <http://www.mua.go.th>)

มหาวิทยาลัย	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	25,370	90
กรุงเทพ	28,598	100
ธรรมศาสตร์	33,930	120
รังสิต	15,807	56
ราชภัฏวไลยอลงกรณ์	9,683	34
รวม	113,338	400

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ประกอบด้วยคำถามปลายเปิดและปลายปิดที่กำหนดเนื้อหาในแบบสอบถามให้ครอบคลุมเรื่องที่จะศึกษาเป็นเครื่องมือในการหาข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ซึ่งการสร้างเครื่องมือมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรี เพื่อเป็นแนวในการกำหนดกรอบแนวคิด และสร้างแบบสอบถาม โดยพิจารณาถึงรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

2. สร้างแบบสอบถามขึ้นให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยแบ่งออกได้เป็น 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะทั้งเป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) และคำถามที่ให้เติมคำตอบเป็นตัวเลข รวม 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของนักศึกษาปริญญาตรีที่เคยเข้าร่วมโครงการจำนวน 6 ข้อ เป็นคำถามที่ถามถึงพฤติกรรม

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นคำถามที่ถามถึงระดับอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดใน 9 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านรูปแบบการจัดกิจกรรมพิเศษ ด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale)

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มประชากรมาพิจารณาความถี่ ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์เฉลี่ยอภิปรายผลคำนวณ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2542 : 29) โดยคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การประเมินผลแบบสอบถามเกี่ยวกับ ความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่ใช้ประกอบการตัดสินใจใช้บริการร้านระดับขนต้นในเขตจังหวัดปทุมธานีแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละตัวแปร ดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีอิทธิพลมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีอิทธิพลมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีอิทธิพลปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีอิทธิพลน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีอิทธิพลน้อยที่สุด

จากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุดเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) โดยวิธีการคำนวณของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549 : 34-35) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูงได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาดังนี้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาปริญญาตรีที่เคยเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลเพื่อใช้ประกอบในการศึกษาวิจัยได้ค้นคว้าตำราเรียนที่เกี่ยวข้องบทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ และเอกสารงานวิจัยเชิงวิชาการต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยในครั้งนี้

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษารวบรวมข้อมูลได้ จากการใช้แบบสอบถามมาตรฐานตรวจสอบข้อมูลลกรหัสและประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ดังนี้

1.1 ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ศึกษายข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีการศึกษา และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน นำมาวิเคราะห์ความถี่และนำเสนอค่าร้อยละ

1.2 ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการ โครงการ เวิร์ค แอนด์ ทราเวลนำมาวิเคราะห์ความถี่และนำเสนอค่าร้อยละ

1.3 ข้อมูลในแบบสอบถามส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) มีรายละเอียดดังนี้

2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ชั้นปีการศึกษา ค่าใช้จ่ายที่ได้รับต่อเดือน รายได้ของครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

เมื่อข้อมูลของตัวแปรอิสระอยู่ในรูปของข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) หรือข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) และตัวแปรตามอยู่ในรูปข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) หรือข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) เช่นเดียวกัน การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ข้อมูลอยู่ในรูปความถี่ เช่น χ^2 -test เป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในกรณีที่ตัวแปรอิสระอยู่ในรูปของข้อมูลประเภทอัตราภาค (Interval scale) จะต้องแปลงข้อมูลให้เป็นข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) หรือข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ก่อนแล้วใช้ χ^2 -test เป็นสถิติทดสอบ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทรavel ในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี เป็นการศึกษาเชิงปริมาณด้วยการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์และดำเนินการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งได้ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนของผู้บริ โภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
χ^2	แทน	ค่าเพียร์สัน-ไคสแควร์
Prob., p	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ
Sig.	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ศึกษาใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์และดำเนินการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 5 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทรavel ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เคยเข้าร่วมโครงการ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทรavel ในประเทศสหรัฐอเมริกา

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

4.2 ผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ชั้นปี รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการตอบแบบสอบถาม นำเสนอรายละเอียดของการวิเคราะห์ด้วยตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	136	34.00
หญิง	264	66.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน สามารถจำแนกได้ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00

ชั้นปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ชั้นปี 3 จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมาคือศึกษาชั้นปี 4 จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 ศึกษาชั้นปี 2 จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 และศึกษาชั้นปี 1 จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 50,001 - 75,000 บาท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 รองลงมารายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 50,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 75,001 บาทขึ้นไป จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล
ของนักศึกษาปริญญาตรีที่เคยเข้าร่วมโครงการ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของ
นักศึกษาปริญญาตรีที่เคยเข้าร่วม โครงการของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการตอบแบบสอบถาม แสดงใน
ตารางดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของนักศึกษา
ปริญญาตรีที่เคยเข้าร่วมโครงการ

พฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ		
1 ครั้ง	260	65.0
2 ครั้ง	115	28.75
3 ครั้ง	25	6.25
รวม	400	100.00
ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ		
2 เดือน	23	5.75
3 เดือน	126	31.50
4 เดือน	134	33.50
5 เดือน	117	29.25
รวม	400	100.00
เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ		
หาประสบการณ์	111	27.75
ฝึกฝนภาษา	126	31.50
รายได้พิเศษ	88	22.00
ท่องเที่ยว	75	18.75
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม		
เพื่อนนักศึกษา	122	30.50
ญาติ/พี่น้อง	27	6.75
พ่อ/แม่	87	21.75
ตนเอง	164	41.00
รวม	400	100.00
จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	68	17.00
60,001 - 80,000 บาท	46	11.50
80,001 - 100,000 บาท	259	64.75
100,001 บาทขึ้นไป	27	6.75
รวม	400	100.00
จำนวนเงินที่ได้รับกลับมา		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	204	51.00
60,001 - 80,000 บาท	94	23.50
80,001 - 100,000 บาท	82	20.50
100,00 - 120,000 บาท	20	5.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของนักศึกษาปริญญาตรีที่เคยเข้าร่วมโครงการของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน สามารถจำแนกได้ดังนี้

จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งในการเข้าร่วมโครงการ 1 ครั้ง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาเป็นที่ 2 จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 และเป็นครั้งที่ 3 จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเข้าร่วมโครงการ 4 เดือน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมาเข้าร่วมโครงการ 3 เดือน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 เข้าร่วมโครงการ 5 เดือน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 และเข้าร่วมโครงการ 2 เดือนจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70 ตามลำดับ

เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าร่วมโครงการเพื่อฝึกฝนภาษา จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาเข้าร่วมโครงการเพื่อหาประสบการณ์ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 เข้าร่วมโครงการเพื่อหารายได้พิเศษ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และเข้าร่วมโครงการเพื่อท่องเที่ยว จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 ตามลำดับ

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการด้วยตนเอง จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจากเพื่อน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจากพ่อ/แม่ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 และตัดสินใจเข้าร่วมโครงการจากญาติ/พี่น้อง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ในโครงการ 80,001 - 100,000 บาท จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.75 รองลงมาใช้เงินต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ใช้เงิน 60,001 - 80,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และใช้เงิน 100,001 บาทขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

จำนวนเงินที่ได้รับกลับมาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับเงินในโครงการต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาได้รับเงิน 60,001 - 80,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ได้รับเงิน 80,001 - 100,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 และได้รับเงิน 100,001 - 120,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศไทยสหรัฐอเมริกา

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศไทยสหรัฐอเมริกา ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการตอบแบบสอบถาม แสดงในตารางดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านผลิตภัณฑ์

อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์	ระดับอิทธิพล		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. มีตำแหน่งงานหลากหลายให้นักศึกษาเลือกทำงาน	4.22	0.763	มากที่สุด
2. อัตราค่าตอบแทนจากการทำงานสูง	4.13	0.858	มาก
3. มีพนักงานคอยให้คำแนะนำเฉพาะเพื่อต่อความต้องการของนักศึกษา	4.10	0.884	มาก
4. มีการทำประกันอุบัติเหตุและประกันสุขภาพให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการทุกคน	4.00	0.969	มาก
รวม	4.11	0.776	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ มีตำแหน่งงานหลากหลายให้นักศึกษาเลือกทำงาน มีระดับอิทธิพลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมาคืออัตราค่าตอบแทนจากการทำงานสูง มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 มีพนักงานคอยให้คำแนะนำเฉพาะเพื่อต่อความต้องการของนักศึกษามีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ มีการทำประกันอุบัติเหตุและประกันสุขภาพให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการทุกคน มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านราคา

อิทธิพลด้านราคา	ระดับอิทธิพล		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. มีอัตราการเข้าร่วมโครงการต่ำ	3.68	0.766	มาก
2. มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการอย่างละเอียด	3.84	0.706	มาก
3. มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดได้	3.92	0.812	มาก
4. มีการชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง	3.88	0.746	มาก
รวม	3.83	0.570	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านราคาโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดได้ มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองลงมาได้มีการชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วม โครงการอย่างละเอียดมีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ มีอัตราการเข้าร่วม โครงการต่ำ มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

อิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับอิทธิพล		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ที่ตั้งของตัวแทนจำหน่ายเดินทางสะดวก	3.93	0.749	มาก
2. สถานที่ที่มีที่จอดรถเพียงพอ	3.80	0.678	มาก
3. มีเว็บไซต์ของตัวแทนที่ให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการ	4.23	0.776	มากที่สุด
4. มีสาขาให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมโครงการเพียงพอ	3.90	0.670	มาก
รวม	3.96	0.572	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ มีเว็บไซต์ของตัวแทนที่ให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการ มีระดับอิทธิพลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาที่ตั้งของตัวแทนจำหน่ายเดินทางสะดวก มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 มีสาขาให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมโครงการเพียงพอมีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ สถานที่ที่มีที่จอดรถเพียงพอ มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล
ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านการส่งเสริมการตลาด

อิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับอิทธิพล		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นป้าย โฆษณาแผ่นพับโบชัวร์	3.96	0.946	มาก
2. มีการมอบของที่ระลึกเช่นเสื้อ โครงการกระเป๋า โครงการ	3.81	0.746	มาก
3. มีส่วนในการสนับสนุนกิจกรรมของลูกค้า	3.93	0.774	มาก
4. มีการให้ส่วนลดกับผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการแล้ว	3.89	0.663	มาก
5. มีการให้ส่วนลดแก่ผู้เข้าร่วมโครงการที่มาเป็นกลุ่ม	4.01	0.741	มาก
รวม	3.92	0.581	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ มีการให้ส่วนลดแก่ผู้เข้าร่วมโครงการที่มาเป็นกลุ่ม มีระดับอิทธิพลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นป้ายโฆษณาแผ่นพับโบชัวร์ มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 มีส่วนในการสนับสนุนกิจกรรมของลูกค้า มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 มีการให้ส่วนลดกับผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการแล้วมีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ มีการมอบของที่ระลึกเช่น เสื้อ โครงการกระเป๋าโครงการ มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล
ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านบุคลากร

อิทธิพลด้านบุคลากร	ระดับอิทธิพล		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. พนักงานมีความรู้สามารถให้ข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมโครงการได้เป็นอย่างดี	3.82	0.662	มาก
2. พนักงานมีความสุขภาพเป็นมิตรอัธยาศัยดี	4.01	0.566	มาก
3. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.83	0.681	มาก
4. พนักงานให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมโครงการได้อย่างถูกต้องทุกขั้นตอนในการเข้าร่วมโครงการ	3.96	0.626	มาก
5. มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	3.88	0.708	มาก
รวม	3.90	0.513	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านบุคลากรโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุขภาพเป็นมิตรอัธยาศัยดี มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมาพนักงานให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมโครงการได้อย่างถูกต้องทุกขั้นตอนในการเข้าร่วมโครงการ มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการมีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการมีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ พนักงานมีความรู้สามารถให้ข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมโครงการได้เป็นอย่างดี มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล
ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านกระบวนการให้บริการ

อิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับอิทธิพล		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. เวลาเปิด-ปิดร้านสะดวกในการเข้ามาใช้บริการ	3.83	0.648	มาก
2. มีการติดตามให้ข้อมูลผู้เข้าร่วมโครงการอย่าง สม่ำเสมอ	4.04	0.589	มาก
3. ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อและประสิทธิภาพ ในการติดตามผล	3.92	0.643	มาก
4. ขั้นตอนในการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.69	0.649	มาก
5. มีการส่งพนักงานออกไปให้บริการตามมหาวิทยาลัย	4.00	0.729	มาก
รวม	3.89	0.477	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ มีการติดตามให้ข้อมูลผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 รองลงมา มีการส่งพนักงานออกไปให้บริการตามมหาวิทยาลัย มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อและประสิทธิภาพในการติดตามผลมีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เวลาเปิด-ปิดร้านสะดวกในการเข้ามาใช้บริการมีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ ขั้นตอนในการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ระดับอิทธิพล		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. การตกแต่งสำนักงานมีความเป็นมืออาชีพ	3.79	0.633	มาก
2. มีการฉายวิดีโอของผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการให้แก่ผู้สมัครได้ดู	4.00	0.666	มาก
3. อุปกรณ์สำนักงานเช่นคอมพิวเตอร์โต๊ะเก้าอี้ที่เพียงพอและทันสมัย	3.99	0.762	มาก
4. สำนักงานมีความสะอาดเป็นระเบียบ	3.91	0.600	มาก
5. มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมโครงการเพียงพอ	3.90	0.659	มาก
รวม	3.92	0.503	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ มีการฉายวิดีโอของผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการให้แก่ผู้สมัครได้ดู มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมาอุปกรณ์สำนักงานเช่นคอมพิวเตอร์โต๊ะเก้าอี้ที่เพียงพอและทันสมัย มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 สำนักงานมีความสะอาดเป็นระเบียบมีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมโครงการเพียงพอมีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ การตกแต่งสำนักงานมีความเป็นมืออาชีพ มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษ

อิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษ	ระดับอิทธิพล		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. มีการนำเสนอกิจกรรมพิเศษเพิ่มเติมจากกิจกรรมปกติ	3.79	0.660	มาก
2. กิจกรรมพิเศษที่เพิ่มเติมขึ้นมาใน โปรแกรม มีความน่าตื่นเต้น	3.84	0.598	มาก
3. กิจกรรมพิเศษที่เพิ่มเติมขึ้นมา มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	3.98	0.625	มาก
รวม	3.87	0.525	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ กิจกรรมพิเศษที่เพิ่มเติมขึ้นมา มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รองลงมา กิจกรรมพิเศษที่เพิ่มเติมขึ้นมาใน โปรแกรม มีความน่าตื่นเต้น มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ มีการนำเสนอกิจกรรมพิเศษเพิ่มเติมจากกิจกรรมปกติ มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรม

อิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรม	ระดับอิทธิพล		
	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีมีหลากหลายคณะ	3.82	0.622	มาก
2. บุคลากรที่จัดกิจกรรมสร้างความประทับใจให้กับผู้ที่สนใจ	3.92	0.669	มาก
3. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมบอกต่อถึงความน่าสนใจของกิจกรรม	3.94	0.612	มาก
รวม	3.89	0.575	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมบอกต่อถึงความน่าสนใจของกิจกรรม มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมาบุคลากรที่จัดกิจกรรมสร้างความประทับใจให้กับผู้ที่สนใจ มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีมีหลากหลายคณะ มีระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ชั้นปีการศึกษา รายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_0 : เพศของนักศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_1 : เพศของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (χ^2 - test) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.12 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ

จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
1 ครั้ง	99	161	260
2 ครั้ง	29	86	115
3 ครั้ง	8	17	25
รวม	136	264	400

$$\chi^2 = 5.923 \quad \text{Sig.} = 0.052$$

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.052 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.13 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ

ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
2 เดือน	8	15	23
3 เดือน	37	89	126
4 เดือน	55	79	134
5 เดือน	36	81	117
รวม	136	264	400

$$\chi^2 = 4.720 \quad \text{Sig.} = 0.193$$

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.193 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติ

ฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.14 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ

เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
หาประสบการณ์	39	72	111
ฝึกฝนภาษา	9	117	126
รายได้พิเศษ	37	51	88
ท่องเที่ยว	51	24	75
รวม	136	264	400

$$\chi^2 = 81.740^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.15 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
เพื่อนนักศึกษา	52	70	122
พ่อแม่/ญาติพี่น้อง	7	107	114
ตนเอง	77	87	164
รวม	136	264	400

$$\chi^2 = 55.732^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทรานเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.16 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ

จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	21	47	68
60,001 - 80,000 บาท	24	22	46
80,001 - 100,000 บาท	82	177	259
100,001 บาทขึ้นไป	9	18	27
รวม	136	264	400

$$\chi^2 = 7.702 \quad \text{Sig.} = 0.053$$

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทรานเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.053 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 การทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา

จำนวนเงินที่ได้รับกลับมา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	65	139	204
60,001 - 80,000 บาท	34	60	94
80,001 - 100,000 บาท	27	55	82
100,001 - 120,000 บาท	10	10	20
รวม	136	264	400

$$\chi^2 = 2.936 \quad \text{Sig.} = 0.402$$

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.402 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ชั้นปีของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_0 : ชั้นปีของนักศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_1 : ชั้นปีของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (χ^2 -test) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.18 การทดสอบความสัมพันธ์ของชั้นปีกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ

จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วม โครงการ	ชั้นปี				รวม
	ชั้นปี 1	ชั้นปี 2	ชั้นปี 3	ชั้นปี 4	
1 ครั้ง	21	28	122	89	260
2 ครั้ง/3 ครั้ง	5	63	39	33	140
รวม	26	91	161	122	400

$$\chi^2 = 61.320^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ชั้นปีมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความสัมพันธ์ของชั้นปีกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ

ระยะเวลาที่เข้าร่วม โครงการ	ชั้นปี				รวม
	ชั้นปี 1	ชั้นปี 2	ชั้นปี 3	ชั้นปี 4	
2 เดือน/3 เดือน	7	82	35	25	149
4เดือน/5เดือน	19	9	126	97	251
รวม	26	91	161	122	400

$$\chi^2 = 141.197^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ชั้นปีมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความสัมพันธ์ของชั้นปีกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ

เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ	ชั้นปี				รวม
	ชั้นปี 1/ชั้นปี 2	ชั้นปี 3	ชั้นปี 4		
หาประสบการณ์	33	51	27	111	
ฝึกฝนภาษา	20	72	34	126	
รายได้พิเศษ	42	28	18	88	
ท่องเที่ยว	22	10	43	75	
รวม	117	161	122	400	

$$\chi^2 = 65.387^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ชั้นปีมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 การทดสอบความสัมพันธ์ของชั้นปีกับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม	ชั้นปี				รวม
	ชั้นปี 1/ชั้นปี 2	ชั้นปี 3	ชั้นปี 4		
เพื่อนนักศึกษา	64	32	26	122	
พ่อแม่/ญาติพี่น้อง	25	54	35	114	
ตนเอง	28	75	61	164	
รวม	117	161	122	400	

$$\chi^2 = 47.276^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติ

ฐานรอง (H_1) หมายความว่า ชั้นปีมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 การทดสอบความสัมพันธ์ของชั้นปีกับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ

จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ	ชั้นปี			
	ชั้นปี 1/ชั้นปี 2	ชั้นปี 3	ชั้นปี 4	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 80,000 บาท	76	14	24	114
80,001 บาทขึ้นไป	41	147	98	286
รวม	117	161	122	400

$$\chi^2 = 111.968^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ชั้นปีมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.23 การทดสอบความสัมพันธ์ของชั้นปีกับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา

จำนวนเงินที่ได้รับกลับมา	ชั้นปี			
	ชั้นปี 1/ชั้นปี 2	ชั้นปี 3	ชั้นปี 4	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	35	97	72	204
60,001 บาทขึ้นไป	82	64	50	196
รวม	117	161	122	400

$$\chi^2 = 29.463^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ชั้นปีมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.3 รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_0 : รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_1 : รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (χ^2 - test) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.24 การทดสอบความสัมพันธ์ของรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ

จำนวนครั้งที่ เคยเข้าร่วม โครงการ	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน		รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	25,001 บาทขึ้นไป	
1 ครั้ง	5	255	260
2 ครั้ง/3 ครั้ง	63	77	115
รวม	68	99	400

$$\chi^2 = 119.675^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.25 การทดสอบความสัมพันธ์ของรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ

ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป	รวม
2 เดือน/3 เดือน	133	20	153
4 เดือน/5 เดือน	34	213	247
รวม	167	233	400

$$\chi^2 = 220.405^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 การทดสอบความสัมพันธ์ของรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ

เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	25,001 - 50,000 บาท	50,001 - 75,000 บาท	75,001 บาทขึ้นไป	รวม
หาประสบการณ์	5	17	71	18	111
ฝึกฝนภาษา	5	41	35	45	126
รายได้พิเศษ	43	27	9	9	88
ท่องเที่ยว	15	14	26	20	75
รวม	68	99	141	92	400

$$\chi^2 = 146.543^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทรานเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 การทดสอบความสัมพันธ์ของรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนกับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท	50,001 - 75,000 บาท	75,001 บาท ขึ้นไป	
เพื่อนนักศึกษา	57	24	41	122
พ่อ แม่/ญาติ พี่น้อง	34	56	24	114
ตนเอง	76	61	27	164
รวม	167	141	92	400

$$\chi^2 = 29.434^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทรานเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.28 การทดสอบความสัมพันธ์ของรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ

จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 80,000 บาท	106	8	114
80,001 บาทขึ้นไป	61	225	286
รวม	167	233	400

$$\chi^2 = 172.083^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.29 การทดสอบความสัมพันธ์ของรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนกับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา

จำนวนเงินที่ได้รับกลับมา	รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน		
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท	50,001 บาทขึ้นไป	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	32	172	204
60,001 บาทขึ้นไป	135	61	196
รวม	167	233	400

$$\chi^2 = 116.293^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

จากตารางที่ 4.29 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติ

ฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

สมมติฐานข้อที่ 2.1 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านผลิตภัณฑ์ของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_0 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านผลิตภัณฑ์ของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_1 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านผลิตภัณฑ์ของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (χ^2 - test) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.30 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วม

โครงการ จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วม	อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์		
	น้อย	มาก	รวม
โครงการ 1 ครั้ง	20	240	260
2 ครั้ง/3 ครั้ง	78	62	150
รวม	86	314	400

$$\chi^2 = 149.390^*$$

$$\text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูล โดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกิน ร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.30 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับ จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.31 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์กับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ

ระยะเวลาที่เข้าร่วม โครงการ	อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์		
	น้อย	มาก	รวม
2-3เดือน	60	89	149
4-5 เดือน	26	225	251
รวม	86	314	400

$$\chi^2 = 49.559^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูล โดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกิน ร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.31 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับ ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.32 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์กับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ

เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์		
	น้อย	มาก	รวม
หาประสบการณ์	22	89	111
ฝึกฝนภาษา	25	101	126
รายได้พิเศษ/ท่องเที่ยว	39	124	163
รวม	86	314	400

$$\chi^2 = 0.960$$

$$\text{Sig.} = 0.619$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.32 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.619 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.33 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม	อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์		
	น้อย	มาก	รวม
เพื่อนนักศึกษา	32	90	122
พ่อ/แม่/ญาติ/พี่น้อง	28	86	114
ตนเอง	26	138	164
รวม	86	314	400

$$\chi^2 = 5.348^* \quad \text{Sig.} = 0.069$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.33 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.069 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ

จำนวนเงินที่ใช้ใน โครงการ	อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 80,000 บาท	43	71	114
80,001 บาทขึ้นไป	43	243	286
รวม	86	314	400

$$\chi^2 = 24.852^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุด โดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.34 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.35 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์กับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา

จำนวนเงินที่ได้รับ กลับมา	อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	14	190	204
60,001 บาทขึ้นไป	72	124	196
รวม	86	314	400

$$\chi^2 = 52.850^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อยและเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามากเพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.35 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์คแอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ได้รับกลับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.2 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์คแอนด์ ทราเวลด้านราคาของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_0 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์คแอนด์ ทราเวลด้านราคาของนักศึกษา มีความไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_1 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์คแอนด์ ทราเวลด้านราคาของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์คแอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (χ^2 -Test) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.36 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านราคากับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ

จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านราคา		รวม
	น้อย	มาก	
1 ครั้ง	161	99	260
2 ครั้ง/3 ครั้ง	124	16	140
รวม	285	115	400

$$\chi^2 = 31.547^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อยและเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.36 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านราคามีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.37 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านราคากับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ

ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านราคา		
	น้อย	มาก	รวม
2-3เดือน	125	24	149
4-5เดือน	160	91	251
รวม	285	115	400

$$\chi^2 = 18.528^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุด โดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.37 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านราคามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.38 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านราคากับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ

เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านราคา		
	น้อย	มาก	รวม
หาประสบการณ์	66	45	111
ฝึกฝนภาษา	110	16	126
รายได้พิเศษ/ท่องเที่ยว	285	54	163
รวม	285	115	400

$$\chi^2 = 24.907^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุด โดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.38 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านราคามีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.39 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านราคากับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม	อิทธิพลด้านราคา		
	น้อย	มาก	รวม
เพื่อนนักศึกษา	97	25	122
พ่อแม่/ญาติ/พี่น้อง	75	39	114
ตนเอง	113	51	164
รวม	285	115	400

$$\chi^2 = 6.162^* \quad \text{Sig.} = 0.042$$

การรวมข้อมูล โดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.39 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.042 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านราคามีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.40 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านราคากับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ

จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ	อิทธิพลด้านราคา		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 80,000 บาท	90	24	114
80,001 บาทขึ้นไป	195	91	286
รวม	285	115	400

$$\chi^2 = 4.612^* \quad \text{Sig.} = 0.032$$

การรวมข้อมูล โดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.40 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.032 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านราคามีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.41 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านราคากับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา

จำนวนเงินที่ได้รับกลับมา	อิทธิพลด้านราคา		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	139	65	204
60,001 บาทขึ้นไป	146	50	196
รวม	285	115	400

$$\chi^2 = 1.969 \quad \text{Sig.} = 0.161$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.41 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.161 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.3 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_0 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของนักศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_1 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (χ^2 - test) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.42 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ

จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
	น้อย	มาก	รวม
1 ครั้ง	109	151	260
2 ครั้ง/3 ครั้ง	108	32	140
รวม	217	183	400

$$\chi^2 = 45.480^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.42 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.43 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ

ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
	น้อย	มาก	รวม
2-3เดือน	102	47	149
4-3เดือน	115	136	251
รวม	217	183	400

$$\chi^2 = 19.308^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.43 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.44 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ

เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
	น้อย	มาก	รวม
หาประสบการณ์	67	44	111
ฝึกฝนภาษา	48	78	126
รายได้พิเศษ/ท่องเที่ยว	102	61	163
รวม	217	183	400

$$\chi^2 = 19.472^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.44 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.45 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม	อิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
	น้อย	มาก	รวม
เพื่อนนักศึกษา	77	45	122
พ่อ/แม่/ญาติ/พี่น้อง	44	70	114
ตนเอง	96	68	164
รวม	217	183	400

$$\chi^2 = 16.332^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อยและเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.45 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.46 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับจำนวนเงินที่ใช้ใน

โครงการ	อิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
	น้อย	มาก	รวม
จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ			
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 80,000 บาท	75	39	114
80,001 บาทขึ้นไป	142	144	286
รวม	217	183	400

$$\chi^2 = 8.554^* \quad \text{Sig.} = 0.003$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกิน ร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.46 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.47 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับจำนวนเงินที่ได้รับ กลับมา

จำนวนเงินที่ได้รับกลับมา	อิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	86	118	204
60,001 บาทขึ้นไป	131	65	196
รวม	217	183	400

$$\chi^2 = 24.531^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกิน ร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.47 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.4 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านการส่งเสริมการตลาดของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_0 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านการส่งเสริมการตลาดของนักศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_1 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านการส่งเสริมการตลาดของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (χ^2 - test) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า .05

ตารางที่ 4.48 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ

จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาด		
	น้อย	มาก	รวม
1 ครั้ง	28	232	260
2 ครั้ง/3 ครั้ง	78	62	140
รวม	106	294	400

$$\chi^2 = 94.378^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูล โดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุด โดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.48 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ

สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.49 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ

ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาด		
	น้อย	มาก	รวม
2-3 เดือน	88	61	149
4-5 เดือน	18	233	251
รวม	106	294	400

$$\chi^2 = 129.247^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.49 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.50 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ

เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาด		
	น้อย	มาก	รวม
หาประสบการณ์	14	97	111
ฝึกฝนภาษา	17	109	126
รายได้พิเศษ/ท่องเที่ยว	75	88	163
รวม	106	294	400

$$\chi^2 = 53.799^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.50 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.51 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดกับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม	อิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาด		
	น้อย	มาก	รวม
เพื่อนนักศึกษา	38	84	122
พ่อ/แม่/ญาติ/พี่น้อง	7	107	114
ตนเอง	61	103	164
รวม	106	294	400

$$\chi^2 = 35.245^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกิน ร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.51 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.52 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดกับจำนวนเงินที่ใช้ใน โครงการ

จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ	อิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาด		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	53	61	114
80,001 บาทขึ้นไป	53	233	286
รวม	106	294	400

$$\chi^2 = 32.715^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกิน ร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.52 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติ- ฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดมี ความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.53 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดกับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา

จำนวนเงินที่ได้รับกลับมา	อิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาด		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	36	168	204
60,001 บาทขึ้นไป	70	126	196
รวม	106	294	400

$$\chi^2 = 16.752^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.53 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.5 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านบุคลากรของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_0 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านบุคลากรของนักศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_1 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านบุคลากรของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไควสแควร์ (χ^2 - test) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.54 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านบุคลากรกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ

จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านบุคลากร		
	น้อย	มาก	รวม
1 ครั้ง	28	232	260
2 ครั้ง/3 ครั้ง	80	60	140
รวม	108	292	400

$$\chi^2 = 99.288^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.54 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไควสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.55 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านบุคลากรกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ

ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านบุคลากร		
	น้อย	มาก	รวม
2-3 เดือน	73	76	149
4-5 เดือน	35	216	251
รวม	108	292	400

$$\chi^2 = 58.273^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.55 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.56 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านบุคลากรกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ

เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านบุคลากร		
	น้อย	มาก	รวม
หาประสบการณ์	22	89	111
ฝึกฝนภาษา	17	109	126
รายได้พิเศษ/ท่องเที่ยว	69	94	163
รวม	108	292	400

$$\chi^2 = 34.006^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.56 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.57 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านบุคลากรกับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม	อิทธิพลด้านบุคลากร		
	น้อย	มาก	รวม
เพื่อนนักศึกษา	25	97	122
พ่อ/แม่/ญาติ/พี่น้อง	22	92	114
ตนเอง	61	103	164
รวม	108	292	400

$$\chi^2 = 14.701^* \quad \text{Sig.} = 0.001$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้คำจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุด โดยใช้คำจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.57 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.58 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านบุคลากรกับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ

จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ	อิทธิพลด้านบุคลากร		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 80,000 บาท	38	76	114
80,001 บาทขึ้นไป	70	216	286
รวม	108	292	400

$$\chi^2 = 3.245^* \quad \text{Sig.} = 0.072$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.58 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.072 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านบุคลากรไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.59 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านบุคลากรกับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา

จำนวนเงินที่ได้รับกลับมา	อิทธิพลด้านบุคลากร		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	36	168	204
60,001 บาทขึ้นไป	72	124	196
รวม	108	292	400

$$\chi^2 = 18.478^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.59 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.6 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านกระบวนการให้บริการของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_0 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านกระบวนการให้บริการของนักศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_1 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านกระบวนการให้บริการของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (χ^2 - test) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.60 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ

จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการ		
	น้อย	มาก	รวม
1 ครั้ง	27	233	260
2 ครั้ง/ 3 ครั้ง	65	75	140
รวม	92	308	400

$$\chi^2 = 66.756^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกิน ร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.60 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านกระบวนการ ให้บริการมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.61 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการกับระยะเวลาที่เข้าร่วม โครงการ

ระยะเวลาที่เข้าร่วม โครงการ	อิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการ		
	น้อย	มาก	รวม
2-3เดือน	31	118	149
4-5เดือน	61	190	251
รวม	92	308	400

$$\chi^2 = 0.646 \quad \text{Sig.} = 0.422$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกิน ร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.61 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.422 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านกระบวนการ ให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.62 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ

เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการ		
	น้อย	มาก	รวม
หาประสบการณ์	32	79	111
ฝึกฝนภาษา	17	109	126
รายได้พิเศษ/ท่องเที่ยว	43	120	163
รวม	92	308	400

$$\chi^2 = 9.613^* \quad \text{Sig.} = 0.008$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.62 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.63 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการกับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม	อิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการ		
	น้อย	มาก	รวม
เพื่อนนักศึกษา	5	117	122
พ่อ/แม่/ญาติ/พี่น้อง	17	97	114
ตนเอง	70	94	164
รวม	92	308	400

$$\chi^2 = 64.690^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อยและเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.63 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไควสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.64 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการกับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ

จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ	อิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการ		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 80,000 บาท	21	93	114
80,001 บาทขึ้นไป	71	215	286
รวม	92	308	400

$$\chi^2 = 1.888 \quad \text{Sig.} = 0.169$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกิน ร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.64 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.169 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับ สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านกระบวนการ ให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.65 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการกับจำนวนเงินที่ได้รับ กลับมา

จำนวนเงินที่ได้รับกลับมา	อิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการ		
	น้อย	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	36	168	204
60,001 บาทขึ้นไป	56	140	196
รวม	92	308	400

$$\chi^2 = 6.736^* \quad \text{Sig.} = 0.009$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์น้อยกับเซลล์ปานกลางเข้าด้วยกันแล้วใช้ค่าจำกัดความว่าน้อย และเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกิน ร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.65 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านกระบวนการ ให้บริการมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.7 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_0 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของนักศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_1 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (χ^2 - test) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.66 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ

จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
1 ครั้ง	16	180	64	260
2 ครั้ง/3 ครั้ง	61	70	9	140
รวม	77	250	73	400

$$\chi^2 = 88.063^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูล โดยรวมเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.66 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ

สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.67 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ

ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
2-3เดือน	52	80	17	149
4-5เดือน	25	170	56	251
รวม	77	250	73	400

$$\chi^2 = 39.245^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.67 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.68 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ

เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
หาประสบการณ์	16	94	17	111
ฝึกฝนภาษา	29	79	18	126
รายได้พิเศษ/ท่องเที่ยว	32	77	38	163
รวม	77	250	73	400

$$\chi^2 = 49.815^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.68 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.69 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม	อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
เพื่อนนักศึกษา	9	79	34	122
พ่อ/แม่/ญาติ/พี่น้อง	18	83	13	114
ตนเอง	50	88	26	164
รวม	77	250	73	400

$$\chi^2 = 34.120^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกว่าเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.69 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.70 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ

จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ	อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 80,000 บาท	43	63	8	114
80,001 บาทขึ้นไป	34	187	65	286
รวม	77	250	73	400

$$\chi^2 = 40.612^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกว่าเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.70 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.71 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพกับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา

จำนวนเงินที่ได้รับกลับมา	อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	9	148	47	204
60,001 บาทขึ้นไป	68	102	26	196
รวม	77	250	73	400

$$\chi^2 = 59.577^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูล โดยรวมเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.71 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.8 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_0 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษของนักศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_1 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (χ^2 - test) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.72 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ

จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษ			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
1 ครั้ง	51	109	89	249
2 ครั้ง/3 ครั้ง	46	72	22	140
รวม	97	181	111	400

$$\chi^2 = 19.230^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.72 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.73 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ

ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษ			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
2-3เดือน	45	74	30	149
4-5เดือน	52	107	81	240
รวม	97	181	111	400

$$\chi^2 = 9.168^* \quad \text{Sig.} = 0.010$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.73 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.74 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษกับเหตุผลเข้าร่วมโครงการ

เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษ			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
หาประสบการณ์	31	27	53	111
ฝึกฝนภาษา	33	66	27	126
รายได้พิเศษ/ท่องเที่ยว	33	88	31	152
รวม	97	181	111	400

$$\chi^2 = 38.1402^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุด โดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.74 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.75 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษกับผู้มี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม

ผู้มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเข้าร่วม	อิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษ			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
เพื่อนนักศึกษา	5	61	47	113
พ่อ/แม่/ญาติ/พี่น้อง	34	40	38	112
ตนเอง	58	80	27	165
รวม	97	181	112	400

$$\chi^2 = 49.020^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.75 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.76 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษกับจำนวน
เงินที่ใช้ในโครงการ

จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ	อิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษ			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 80,000 บาท	37	56	21	114
80,001 บาทขึ้นไป	60	125	90	275
รวม	97	181	111	400

$$\chi^2 = 9.671^* \quad \text{Sig.} = 0.008$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกว่าเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.76 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.77 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษกับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา

จำนวนเงินที่ได้รับกลับมา	อิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษ			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	27	94	72	193
60,001 บาทขึ้นไป	70	87	39	196
รวม	97	181	111	400

$$\chi^2 = 29.122^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกว่าเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.77 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.9 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

H_0 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรม ของนักศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศ สหรัฐอเมริกา

H_1 : อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรม ของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศ สหรัฐอเมริกา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (χ^2 - test) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ดังนั้นจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อ 2-tailed Prob.(p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 4.78 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วม โครงการ

จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วม โครงการ	อิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรม			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
1 ครั้ง	42	145	73	260
2 ครั้ง/3 ครั้ง	64	51	25	140
รวม	106	196	98	400

$$\chi^2 = 40.833^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.78 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมมี ความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.79 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ

ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรม			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
2-3เดือน	54	62	33	149
4-5เดือน	52	134	65	251
รวม	106	196	98	400

$$\chi^2 = 11.686^* \quad \text{Sig.} = 0.003$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.79 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.80 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ

เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ	อิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรม			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
หาประสบการณ์	31	36	44	111
ฝึกฝนภาษา	33	84	9	126
รายได้พิเศษ/ท่องเที่ยว	42	76	45	163
รวม	106	196	98	400

$$\chi^2 = 41.075^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.80 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.81 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม	อิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรม			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
เพื่อนนักศึกษา	5	71	46	122
พ่อแม่/ญาติพี่น้อง	25	63	26	114
ตนเอง	76	62	26	164
รวม	106	196	98	400

$$\chi^2 = 69.399^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.81 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.82 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับจำนวนเงินที่ใช้ใน

โครงการ	อิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรม			
	จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ	น้อย	ปานกลาง	มาก
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 80,000 บาท	37	53	24	114
80,001 บาทขึ้นไป	69	143	74	286
รวม	106	196	98	400

$$\chi^2 = 3.113 \quad \text{Sig.} = 0.211$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.82 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัด ปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.211 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.83 การทดสอบความสัมพันธ์ของอิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมกับจำนวนเงินที่ได้รับ

จำนวนเงินที่ได้รับกลับมา	อิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรม			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท	27	121	56	204
60,001 บาทขึ้นไป	79	75	46	196
รวม	106	196	98	400

$$\chi^2 = 38.161^* \quad \text{Sig.} = 0.000$$

การรวมข้อมูลโดยรวมเซลล์มากกับเซลล์มากที่สุดโดยใช้ค่าจำกัดความว่ามาก เพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

จากตารางที่ 4.83 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี กับพฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยวิธีการวิเคราะห์ไคสแควร์ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปรวมกลุ่มข้อมูล

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติไคสแควร์ มีข้อกำหนดว่า จำนวนความถี่ในตารางไขว้จะต้องมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 5 ไม่เกินร้อยละ 20 ของข้อมูลทั้งหมดในตาราง การเกินกว่าที่กำหนดจำเป็นต้องรวมกลุ่มข้อมูลเข้าด้วยกันเพื่อให้ข้อมูลมีค่าเกินร้อยละ 5 ดังแสดงในตารางดังนี้

ตารางที่ 4.84 การรวมข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลในตารางไขว้มีค่าความถี่เกินร้อยละ 5

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชั้นปี		29.25
ชั้นปี 1/ชั้นปี 2	117	40.25
ชั้นปี 3	161	30.50
ชั้นปี 4	122	100.00
รวม	400	
ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน	167	41.75
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท	233	58.25
50,001 บาทขึ้นไป	400	100.00
รวม		
ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ		
2 - 3 เดือน	149	37.25
4 - 5 เดือน	251	62.75
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.84 (ต่อ)

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดเข้าร่วม		
เพื่อนนักศึกษา	122	30.50
พ่อ แม่/ญาติ พี่น้อง	114	28.50
ตนเอง	164	41.00
รวม	400	100.00
จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 80,000 บาท	114	28.50
80,001 บาทขึ้นไป	286	71.5
รวม	400	100.00
จำนวนเงินที่ได้รับกลับมา		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,001 บาท	204	51.00
60,001 บาทขึ้นไป	196	49.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.85 ตารางสรุปสมมติฐานที่ 1

ข้อมูลส่วนบุคคล	พฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล					
	จำนวนครั้งที่ เคยเข้าร่วม โครงการ	ระยะเวลาที่เข้า ร่วมโครงการ	เหตุผลที่เข้าร่วม โครงการ	ผู้มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจ	จำนวนเงินที่ ใช้ใน โครงการ	จำนวนเงินที่ ได้รับกลับมา
เพศ	-	-	/	/	-	-
ชั้นปี	/	/	/	/	/	/
รายได้ของ ครอบครัวเฉลี่ยต่อ เดือน	/	/	/	/	/	/

หมายเหตุ : / = มีความสัมพันธ์ - = ไม่มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.86 ตารางสรุปสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	พฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล					
	จำนวนครั้งที่ เคยเข้าร่วม โครงการ	ระยะเวลาที่ เข้าร่วม โครงการ	เหตุผลที่เข้า ร่วมโครงการ	ผู้มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจ	จำนวนเงิน ที่ใช้ใน โครงการ	จำนวนเงินที่ ได้รับกลับมา
ผลิตภัณฑ์	/	/	-	-	/	/
ราคา	/	/	/	/	/	-
ช่องทางการจัดจำหน่าย	/	/	/	/	/	/
การส่งเสริมการตลาด	/	/	/	/	/	/
บุคลากร	/	/	/	/	-	/
กระบวนการให้บริการ	/	-	/	/	-	/
สภาพแวดล้อมทาง กายภาพ	/	/	/	/	/	/
รูปแบบการนำเสนอ กิจกรรมพิเศษ	/	/	/	/	/	/
ผู้เข้าร่วมกิจกรรม	/	/	/	/	-	/

หมายเหตุ : / = มีความสัมพันธ์ - = ไม่มีความสัมพันธ์

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลใน ประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศ สหรัฐอเมริกาจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล

5.1 สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการเก็บแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาอยู่ชั้นปี 3 มีรายได้ของ ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 50,001 - 75,000 บาท

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เคยเข้าร่วมโครงการ

นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งในการเข้าร่วม โครงการ 1 ครั้ง มีระยะเวลาในการเข้าร่วมโครงการ 4 เดือน ส่วนใหญ่เข้าร่วมโครงการเพื่อฝึกฝนภาษา ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการด้วยตนเอง ส่วนใหญ่ใช้ในโครงการ 80,001 - 100,000 บาท ได้รับเงินในโครงการต่ำกว่า หรือเท่ากับ 60,000 บาท

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการ เวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

ด้านผลิตภัณฑ์ สรุปว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ มีตำแหน่งงานหลากหลายให้นักศึกษาเลือกทำงาน มีระดับอิทธิพลมาก

ที่สุด รองลงมา มีอัตราค่าตอบแทนจากการทำงานสูง มีระดับอิทธิพลมาก มีพนักงานคอยให้คำแนะนำดูแลเพียงพอต่อความต้องการของนักศึกษา มีระดับอิทธิพลมาก และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ มีการทำประกันอุบัติเหตุและประกันสุขภาพให้แก่ผู้เข้าร่วม โครงการทุกคน มีระดับอิทธิพลมาก ตามลำดับ

ด้านราคา สรุปว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลใน ประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านราคาโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดได้ มีระดับอิทธิพลมาก รองลงมา มีการชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง มีระดับอิทธิพลมาก มีการแจ้งอัตราค่าเข้าร่วม โครงการอย่างละเอียด มีระดับอิทธิพลมาก และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ มีอัตราการเข้าร่วม โครงการต่ำ มีระดับอิทธิพลมาก ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สรุปว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลใน ประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ มีเว็บไซต์ของตัวแทนที่ให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วม โครงการ มีระดับอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาที่ตั้งของตัวแทนหาง่ายเดินทางสะดวก มีระดับอิทธิพลมาก มีสาขาให้บริการแก่ผู้เข้าร่วม โครงการเพียงพอ มีระดับอิทธิพลมาก และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ สถานที่ที่มีที่จอดรถเพียงพอ มีระดับอิทธิพลมากตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด สรุปว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลใน ประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ มีการให้ส่วนลดแก่ผู้เข้าร่วม โครงการที่มาเป็นกลุ่ม มีระดับอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ โบชัวร์ มีระดับอิทธิพลมาก มีส่วนในการสนับสนุนกิจกรรมของลูกค้า มีระดับอิทธิพลมาก มีการให้ส่วนลดกับผู้ที่เคยเข้าร่วม โครงการแล้ว มีระดับอิทธิพลมาก และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ มีการมอบของที่ระลึกเช่น เสื้อ โครงการกระเป๋า โครงการ มีระดับอิทธิพลมาก ตามลำดับ

ด้านบุคลากร สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลใน ประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านบุคลากรโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความสุขภาพเป็นมิตรอัธยาศัยดี มีระดับอิทธิพลมาก รองลงมา พนักงานให้บริการแก่ผู้เข้าร่วม โครงการ ได้อย่างถูกต้องทุกขั้นตอนในการเข้าร่วม โครงการ มีระดับอิทธิพลมาก มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ มีระดับอิทธิพลมาก พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีระดับอิทธิพลมาก และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ พนักงานมีความรู้สามารถให้ข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วม โครงการได้เป็นอย่างดี มีระดับอิทธิพลมากตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการ เวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม มีระดับอิทธิพล มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ มีการติดตามให้ข้อมูลผู้เข้าร่วมโครงการอย่าง สม่าเสมอ มีระดับอิทธิพลมาก รองลงมาเป็นการส่งพนักงานออกไปให้บริการตามมหาวิทยาลัย มีระดับ อิทธิพลมาก ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อและประสิทธิภาพในการติดตามผลมีระดับอิทธิพล มาก เวลาเปิด-ปิดร้านสะดวกในการเข้ามาใช้บริการมีระดับอิทธิพลมาก และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ ขั้นตอนในการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีระดับอิทธิพลมาก ตามลำดับ

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการ เวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ มีการฉายวิดีโอของผู้ที่เคยเข้า ร่วมโครงการให้แก่ผู้สมัครได้ดู มีระดับอิทธิพลมาก รองลงมาอุปกรณ์สำนักงานเช่นคอมพิวเตอร์โต๊ะ เก้าอี้ที่เพียงพอและทันสมัย มีระดับอิทธิพลมาก สำนักงานมีความสะอาดเป็นระเบียบมีระดับอิทธิพล มาก มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมโครงการเพียงพอมีระดับอิทธิพลมาก และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ การตกแต่งสำนักงานมีความเป็นมืออาชีพ มีระดับอิทธิพลมาก ตามลำดับ

ด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษ สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้า ร่วมโครงการ เวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษ โดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ กิจกรรมพิเศษที่ เพิ่มเติมขึ้นมา มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป มีระดับอิทธิพลมาก รองลงมากิจกรรมพิเศษที่ เพิ่มเติมขึ้นมาในโปรแกรม มีความน่าตื่นเต้น มีระดับอิทธิพลมาก และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ มีการ นำเสนอกิจกรรมพิเศษเพิ่มเติมจากกิจกรรมปกติ มีระดับอิทธิพลมาก ตามลำดับ

ด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรม สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการ เวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในลำดับแรก ได้แก่ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมบอกต่อถึงความน่าสนใจของ กิจกรรม มีระดับอิทธิพลมาก รองลงมาบุคลากรที่จัดกิจกรรมสร้างความประทับใจให้กับผู้ที่สนใจ มีระดับอิทธิพลมาก และในลำดับสุดท้าย ได้แก่ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีหลากหลายคณะ มีระดับอิทธิพล มาก ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ชั้นปีการศึกษา รายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

เพศมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เข้าร่วม โครงการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพศไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วม โครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วม โครงการ จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ชั้นปีของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

ชั้นปีมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วม โครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วม โครงการ เหตุผลที่เข้าร่วม โครงการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ จำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.3 รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วม โครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วม โครงการ เหตุผลที่เข้าร่วม โครงการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

สมมติฐานข้อที่ 2.1 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านผลิตภัณฑ์ของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วม โครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่เข้าร่วม โครงการผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.2 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านราคาของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

อิทธิพลด้านราคามีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วม โครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม และจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อิทธิพลด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.3 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

อิทธิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.4 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านการส่งเสริมการตลาดของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

อิทธิพลด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.5 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านบุคลากรของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

อิทธิพลด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อิทธิพลด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.6 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านกระบวนการให้บริการของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

อิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วม โครงการ เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อิทธิพลด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ และจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.7 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

อิทธิพลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.8 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

อิทธิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2.9 อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา

อิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อิทธิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลใน ประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตพื้นที่ปทุมธานี มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมา อภิปรายผลดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก ทั้งนี้เนื่องจาก การเข้าร่วมโครงการมีตำแหน่งงานหลากหลายให้นักศึกษาเลือกทำงาน มีอัตราค่าตอบแทนจากการทำงานสูง นักศึกษาจึงสนใจเข้าร่วมโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2546 : 53) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ผู้ประกอบการผลิตออกมาเพื่อขายกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสินค้านั้นเพื่อสนองความพึงพอใจของลูกค้า

ด้านราคา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านราคาโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก ทั้งนี้เนื่องจาก การเข้าร่วมโครงการมีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดได้ มีการชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง จึงทำให้นักศึกษาสนใจในการเข้าร่วมโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2546 : 53) ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของสินค้าที่แสดงด้วยตัวเงิน ซึ่งตัวเงินที่ผู้บริโภคจ่ายเป็นการเปรียบเทียบระหว่างราคากับสิ่งที่ได้รับจากสินค้าที่ลูกค้าซื้อไป

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก ทั้งนี้เนื่องจากมีเว็บไซต์ของตัวแทนที่ให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการที่ตั้งของตัวแทนทาง่ายเดินทางสะดวก มีสาขาให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมโครงการเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2546 : 53) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึงการก่อสร้างช่องทาง ซึ่งทำให้สินค้าและบริการมีการย้ายจากผู้ประกอบการไปยังผู้บริโภค

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก ทั้งนี้เนื่องจากการให้ส่วนลดแก่ผู้เข้าร่วมโครงการที่มาเป็นกลุ่ม มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นป้ายโฆษณาแผ่นพับโบชัวร์ มีส่วนในการสนับสนุนกิจกรรมของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับศิริวรรณ

เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2546 : 53) การส่งเสริมตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้นและรวดเร็วขึ้น

ด้านบุคลากรพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านบุคลากรโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก ทั้งนี้เนื่องจาก พนักงานมีความสุภาพเป็นมิตรอัธยาศัยดี ให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมโครงการได้อย่างถูกต้องทุกขั้นตอนในการเข้าร่วมโครงการ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2546 : 53) บุคลากร (People) หมายถึง พนักงานต้องมีส่วนร่วมในการผลิตและส่งมอบบริการพร้อมกัน จึงทุ่มเทงบประมาณไปกับทำให้รวบรวมพนักงานบริการ และคัดเลือกพนักงานที่มีคุณภาพมีพฤติกรรมกรให้บริการสม่ำเสมอ

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านกระบวนการให้บริการโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก ทั้งนี้เนื่องจากการติดตามให้ข้อมูลผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ มีการส่งพนักงานออกไปให้บริการตามมหาวิทยาลัย ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อและประสิทธิภาพในการติดตามผล ซึ่งสอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2546 : 53) กระบวนการให้บริการ (Process) เป็นกระบวนการออกแบบการส่งมอบบริการให้ลูกค้า ถ้าการออกแบบทำได้ดีการส่งมอบบริการก็จะมีประสิทธิภาพถูกต้องตรงเวลามีคุณภาพสม่ำเสมอเป็นกิจกรรมการส่งมอบการให้บริการแก่ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการของธุรกิจ สิ่งที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยรวม มีระดับอิทธิพลมาก ทั้งนี้เนื่องจากการฉายวิถีโอของผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการให้แก่ผู้สมัครได้ดู อุปกรณ์สำนักงานเช่นคอมพิวเตอร์โต๊ะเก้าอี้ที่เพียงพอและทันสมัย สำนักงานมีความสะอาดเป็นระเบียบ ซึ่งสอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2546 : 53) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ องค์ประกอบด้านสถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ การแต่งกายของพนักงาน เครื่องหมายการค้า สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ จะต้องมีคุณภาพดูแล้วเหมาะสม กลมกลืนกับภาพที่ลูกค้าคาดหวังไว้

รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการยังไม่มีรายได้เป็นของตัวเอง รายได้จากผู้ปกครองจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการเข้าร่วมโครงการจึงทำให้ ซึ่งสอดคล้องกับจิตรลดา ปิติมล (2548) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ

ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work and Travel Program in USA กรณีศึกษานักศึกษาปริญญาตรีคณะเศรษฐศาสตร์ พบว่า สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ คืออิทธิพลจากฐานะทางครอบครัว

อิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลมีตำแหน่งงานหลากหลายให้นักศึกษาเลือกทำงาน อัตราค่าตอบแทนจากการทำงานสูง มีพนักงานคอยให้คำแนะนำ ดูแล เพียงพอต่อความต้องการของนักศึกษา มีการทำประกันอุบัติเหตุและประกันสุขภาพให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการทุกคน ทำให้มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ และจำนวนเงินที่ได้รับกลับมา ซึ่งสอดคล้องกับอคุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 : 160 - 166) กระบวนการในการตัดสินใจซื้อ (Buying decision process) คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product attributes) จะต้องมีพื้นฐานดังนี้ ตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภคได้ มีคุณค่าในความรู้สึกและคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับในสินค้านั้น ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

อิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลด้านการส่งเสริมการตลาดของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจาก มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ โบชัวร์ มีการมอบของที่ระลึก เช่น เสื้อโครงการ กระเป๋าโครงการ มีส่วนในการสนับสนุนกิจกรรมของลูกค้า มีการให้ส่วนลดกับผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการแล้ว มีการให้ส่วนลดแก่ผู้เข้าร่วมโครงการที่มาเป็นกลุ่ม ซึ่งดึงดูดใจให้นักศึกษาเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลซึ่งสอดคล้องกับกับศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2546 : 53) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้นและรวดเร็วขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับข้อดีของการมีอาชีพให้เลือกทำที่หลากหลายแก่ผู้เข้าร่วมโครงการทุกคน เพื่อเพิ่มอิทธิพลด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ

2. ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับมีอัตราค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมโครงการต่ำ แต่ยังคงมีการให้บริการที่ดีเลิศอยู่ เพื่อเพิ่มอรรถิพลด้านราคาในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ

3. ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับมีสาขาให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมโครงการเพียงพอ ต้องมีการประชาสัมพันธ์สาขาต่าง ๆ ของโครงการเพื่อให้นักศึกษาเดินทางได้สะดวก เพื่อเพิ่มอรรถิพลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ

4. ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับมีการมอบของที่ระลึก เช่น เสื้อโครงการ กระเป๋าโครงการ ซึ่งจะช่วยในการสร้างตราสินค้าของโครงการ เพื่อเพิ่มอรรถิพลด้านการส่งเสริมการตลาดในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ

5. ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการให้ความรู้แก่พนักงาน ให้มีความรู้สามารถให้ข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมโครงการได้เป็นอย่างดี เพื่อเพิ่มอรรถิพลด้านบุคลากรในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ

6. ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับขั้นตอนในการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีขั้นตอนน้อย รู้ผลเร็ว เพื่อเพิ่มอรรถิพลด้านกระบวนการให้บริการในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ

7. ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการตกแต่งพนักงาน มีความเป็นมืออาชีพ ให้สื่อสารต่อนักศึกษาว่าเป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงในการจัดโครงการ เพื่อเพิ่มอรรถิพลด้านสภาพแวดล้อมทางการยกภาพเพื่อเพิ่มการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ

8. ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับมีการนำเสนอกิจกรรมพิเศษเพิ่มเติมจากกิจกรรมปกติ เพื่อสร้างความแปลกใหม่ในการจัดกิจกรรม ไม่ให้มีการซ้ำจากการจัดแบบเดิม เพื่อเพิ่มอรรถิพลด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษเพื่อเพิ่มการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ

9. ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมโดยมีผู้เข้าร่วมรับข้อมูลที่หลากหลายคณะ ชั้นปี เพื่อเพิ่มอรรถิพลด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรมในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. คว้าศีกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลใน ประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำ ข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงการจัด โครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลต่อไป

2. คว้าศีกษา การเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี เพื่อให้ทราบถึงสื่อและความรู้ที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล

3. คว้าศีกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล กรณีศึกษาประเทศอื่น ๆ เช่น อังกฤษ ออสเตรเลีย เพื่อให้เข้าใจภาพรวมของการเข้าร่วมโครงการ



บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546. การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2548. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- _____. 2549. สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตรลดา ปีติมล. 2548. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ **Work and Travel Program in USA** กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะเศรษฐศาสตร์. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชนิดา สมวานิช. 2549. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้ **บริการสถาบันสอนภาษาญี่ปุ่นในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิต. วิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2525. การตลาดสำหรับนักบริหาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช
- ธีรวัฒน์ บุตตะโยธี. 2551. ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองโบราณ. สารนิพนธ์ บธ.ม. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จังหวัดสมุทรปราการ.
- นราศรี ไวนิชกุล; และ ชุศศักดิ์ อุดมศรี. 2549. ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2542. เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : B&B Publishing.
- บัญชา วิเทศชน. 2552. การศึกษาความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของเยาวชน. สารนิพนธ์สังคมศึกษาระดับศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชรา เริกเขียว. 2550. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทแนะแนวการศึกษาและฝึกงานในต่างประเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นกรณีศึกษาโครงการ **WORK AND TRAVEL USA**. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศุภกร พรหมวิจิตร. 2549. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ **Work&Travel in USA** ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, ศุภกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. 2541. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเทกซ์.
- _____. 2546. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.
- ศรัณญา จันทร์แสงเพ็ชร. 2553. **ทัศนคติ และพฤติกรรมการดื่มน้ำสมุนไพร (แก้หวัด น้ำกระเจี๊ยบ-น้ำมะตูม) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ บช.ม. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สถานกงสุลใหญ่สหรัฐอเมริกาประจำจังหวัดเชียงใหม่. 2550. **สรุปข้อมูลการขอวีซ่า J-1 ปี 2007-2008**. (เอกสารที่ยังไม่เคยตีพิมพ์).
- สมพร ขจรสุวรรณ. 2550. **โครงการ Work & Travel ปิดเทอมไปทำงานยังเที่ยวได้**. กรุงเทพฯ: สายธาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. **กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. **พฤติกรรมผู้บริโภค = Consumer behavior**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Engel, J.F., Kollat, DT.& Black well, R.D. 1968. **Consumer Behavior**. New York : Holt, Rienhart and Winston.
- Hoyle H. Leonard. 2002. **Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Convention, And Expositions**. John Wiley & Sons, Inc., New York.
- Kotler, Philip. 1997. **Market Management: analysis, planning, Implementation and control**. 9th ed. New Jersey: Asimon & Schuster.
- _____. 2000. **Marketing Management**. The Millennium Edition. New Jersey: PrenticeHall.
- Taro Yamane. 1970. **Statistics - An Introductory Analysis**. Tokyo : John Weatherhill, Inc.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- _____2555. “โครงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระดับอุดมศึกษา,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<http://www.aanddintereducation.com/work-and-travel>, [สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2555]
- _____2554. “สำนักส่งเสริมและพัฒนาศกยภาพนักศึกษา,” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<http://www.mua.go.th>, [สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2555]





ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรียน : ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้าพเจ้ากำลังศึกษาเรื่อง“ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศไทยของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี” คำตอบของท่านจะมีคุณค่าสำหรับงานวิจัยของข้าพเจ้า ซึ่งในกรณีนี้ไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด เราเพียงสนใจแต่ความคิดเห็นของท่าน และต้องการคำตอบที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านเท่านั้น ทุกคำตอบของท่านจะถูกเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับโดยใช้ข้อมูลนำเสนอให้เห็นเป็นภาพรวมเท่านั้น ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาและความพยายามของท่านในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ท่านต้องการเลือก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ : 1. ชาย 2. หญิง
2. ชั้นปี : 1. ชั้นปี 1 2. ชั้นปี 2
 3. ชั้นปี 3 4. ชั้นปี 4
3. รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน :
 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท 2. 25,001 - 50,000 บาท
 3. 50,001 - 75,000 บาท 4. 75,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลของนักศึกษาปริญญาตรีที่เคยเข้าร่วมโครงการ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องคะแนนที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

4. จำนวนครั้งที่เคยเข้าร่วมโครงการ

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 1 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 2. 2 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 3. 3 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 4. 4 ครั้ง |

5. ระยะเวลาที่เข้าร่วมโครงการ

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 2 เดือน | <input type="checkbox"/> 2. 3 เดือน |
| <input type="checkbox"/> 3. 4 เดือน | <input type="checkbox"/> 4. 5 เดือน |

6. เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. หาประสบการณ์ | <input type="checkbox"/> 2. ฝึกฝนภาษา |
| <input type="checkbox"/> 3. รายได้พิเศษ | <input type="checkbox"/> 4. ท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

7. ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. แฟน | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อนนักศึกษา |
| <input type="checkbox"/> 3.ญาติ/พี่น้อง | <input type="checkbox"/> 4. พ่อ/แม่ |
| <input type="checkbox"/> 5. ตนเอง | <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ โปรดระบุ..... |

8. จำนวนเงินที่ใช้ในโครงการ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 60,001 - 80,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 80,001 - 100,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 100,001 บาทขึ้นไป |

9. จำนวนเงินที่ได้รับกลับมา

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 60,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 60,001 - 80,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 80,001 - 100,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 100,001 - 120,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. 120,001 บาทขึ้นไป | |

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องคะแนนที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวลในประเทศไทย
สหรัฐอเมริกา

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับอิทธิพล				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านผลิตภัณฑ์					
10. มีตำแหน่งงานหลากหลายให้นักศึกษา เลือกทำงาน					
11. อัตราค่าตอบแทนจากการทำงานสูง					
12. มีพนักงานคอยให้คำแนะนำ ดูแล เพียงพอต่อ ความต้องการของนักศึกษา					
13. มีการทำประกันอุบัติเหตุและประกัน สุขภาพให้แก่ผู้เข้าร่วม โครงการทุกคน					
ด้านราคา					
14. มีอัตราค่าเข้าร่วมโครงการต่ำ					
15. มีการแข่งอัตราค่าเข้าร่วมโครงการอย่าง ละเอียด					
16. มีการแบ่งชำระเงินเป็นงวดได้					
17. มีการชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
18. ที่ตั้งของตัวแทน หาง่าย เดินทางสะดวก					
19. สถานที่ที่มีที่จอดรถเพียงพอ					
20. มีเว็บไซต์ของตัวแทนที่ให้ความรู้แก่ ผู้เข้าร่วมโครงการ					
21. มีสาขาให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมโครงการ เพียงพอ					

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับอิทธิพล				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
22. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ โบชัวร์					
23. มีการมอบของที่ระลึก เช่น เสื้อโครงการ กระเป๋าโครงการ					
24. มีส่วนในการสนับสนุนกิจกรรมของลูกค้า					
25. มีการให้ส่วนลดกับผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการแล้ว					
26. มีการให้ส่วนลดแก่ผู้เข้าร่วมโครงการที่มาเป็นกลุ่ม					
ด้านบุคลากร					
27. พนักงานมีความรู้ สามารถให้ข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมโครงการได้เป็นอย่างดี					
28. พนักงานมีความสุข เป็นมิตร อธิษาศัยดี					
29. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
30. พนักงานให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมโครงการได้อย่างถูกต้องทุกขั้นตอนในการเข้าร่วมโครงการ					
31. มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ					
ด้านกระบวนการให้บริการ					
32. เวลาเปิด-ปิดร้าน สะดวกในการเข้ามาใช้บริการ					
33. มีการติดตามให้ข้อมูลผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ					

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับอิทธิพล				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
34. ความรวดเร็วของกระบวนการติดต่อ และประสิทธิภาพในการติดตามผล					
35. ขั้นตอนในการสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
36. มีการส่งพนักงานออกไปให้บริการตามมหาวิทยาลัย					
ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ					
37. การตกแต่งสำนักงานมีความเป็นมืออาชีพ					
38. มีการฉายวิดีโอของผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการให้แก่ผู้สมัครได้ดู					
39. อุปกรณ์สำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ โต๊ะเก้าอี้ ที่เพียงพอและทันสมัย					
40. สำนักงานมีความสะอาด เป็นระเบียบ					
41. มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมโครงการเพียงพอ					
ด้านรูปแบบการนำเสนอกิจกรรมพิเศษ					
42. มีการนำเสนอกิจกรรมพิเศษเพิ่มเติมจากกิจกรรมปกติ					
43. กิจกรรมพิเศษที่เพิ่มเติมขึ้นมาในโปรแกรมมีความน่าสนใจ					
44. กิจกรรมพิเศษที่เพิ่มเติมขึ้นมา มีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป					

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับอิทธิพล				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านผู้เข้าร่วมกิจกรรม					
45. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีหลากหลายคณะ					
46. บุคลากรที่จัดกิจกรรมสร้างความประทับใจให้กับผู้สนใจ					
47. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมบอกต่อถึงความน่าสนใจของกิจกรรม					

*** ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม***



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวสุจิรา เทพยา
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2531
สถานที่เกิด	จังหวัดนครศรีธรรมราช
ที่อยู่	58 ม. 3 ต.ทุ่งใหญ่ อ.ทุ่งใหญ่ จ. นครศรีธรรมราช
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี เอกการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ หลักสูตร International Business Administration.

