

การศึกษาพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนภาษา และวัฒนธรรม เอวายซี ประเทศไทย

THE STUDY OF BEHAVIOR TOWARD PARTICIPATION AYC INTERCULTURAL PROGRAMS THAILAND

ศิวพร เขมะรางกุล¹

พนิต กุลศิริ²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรม เอวายซี ประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เข้าร่วมโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยน เอวายซี ประเทศไทย อายุ 15-27 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าสถิติ ไคร์สแควร์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. พฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ ด้านประโยชน์ที่ได้หลังการเข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และความรู้ทางด้านภาษาก่อนเข้าร่วมโครงการ
2. พฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ ด้านการแนะนำบุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์กับ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ความรู้ทางด้านภาษาก่อนเข้าร่วมโครงการ คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่นต่อการให้บริการ และความเอาใจใส่ต่อลูกค้า
3. พฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ ด้านการกลับมาใช้บริการโครงการอื่น ๆ ของเอวายซี ประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับ อาชีพของบิดา รายได้ของครอบครัวต่อเดือน กลุ่มทวีปที่เลือก คุณภาพการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อลูกค้า และความเชื่อมั่นต่อการให้บริการ

คำสำคัญ: โครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมเอวายซี ประเทศไทย
นักเรียนแลกเปลี่ยน พฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ

Abstract

This research aims to study behavior toward participation in AYC Intercultural Programs Thailand. The sample is 400 participants in the student exchange programs of

¹ สาขาการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

² ภาควิชาบริหารธุรกิจ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

AYC Intercultural Programs Thailand. Questionnaires were used in the data collection. That was used for data analysis including percentage, mean, standard deviation and Chi-square.

Results of the hypotheses testing are as follows:

1. Participant's behavior in terms of the benefits after joining program has relationship with gender, age, education level and knowledge of the language before joining the program.

2. Participant's behavior in terms of AYC's service recommendation have relationship with age, education level, family monthly income, knowledge of the language before joining the program, service quality in terms of reliability, assurance and empathy.

3. Participant's behavior in terms of re-participating in other AYC's programs have relationship with occupation of father, family monthly income, continental selection, service quality in terms of tangible, reliability, responsiveness and assurance.

Keywords: AYC Intercultural Programs Thailand, Exchange student, Participant behavior

บทนำ

ในยุคที่ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ "ประชาคมอาเซียน" (ASEAN Community) ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของประเทศสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ ภายในปี 2558 (ค.ศ. 2015) โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการรวมตัวกัน เพื่อส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าในหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม วิชาการ วิทยาศาสตร์ การบริหาร การฝึกอบรม การวิจัย อุตสาหกรรม การค้า การคมนาคม การสื่อสาร ซึ่งในด้านการศึกษาดูว่ามีบทบาทและมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อเตรียมพร้อมบุคลากรให้ก้าวทันกับความเปลี่ยนแปลงนี้ เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษานานาชาติ (International language) และถือเป็นภาษาสากล (Global language) ในการติดต่อสื่อสารของคนในโลก ส่งผลให้มีผู้ให้ความสนใจเรียนภาษาอังกฤษจำนวนมาก เพื่อที่จะสามารถติดต่อสื่อสารได้เป็นอย่างดี โดยข้อมูลจาก วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2553) ระบุว่า มีคนจำนวน 360 ล้านคน พูดภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่หนึ่ง มีคนจำนวน 375 ล้านคน พูดภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง และมีคนพูดภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองหรือภาษาต่างประเทศ จำนวนถึง 750 ล้านคน

ในประเทศไทย ซึ่งไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาพูดที่หนึ่งหรือเป็นภาษาที่สองนั้น ส่งผลให้นักเรียนไทยมีปัญหาในด้านการใช้ภาษาอังกฤษในการเรียน การทำงาน การติดต่อสื่อสาร การค้า รวมทั้งการไปศึกษาต่อต่างประเทศ จึงเป็นสาเหตุให้ผู้ปกครองและนักเรียนเห็นความสำคัญของการศึกษาภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการส่งนักเรียนไปเรียนภาษาอังกฤษในต่างประเทศ เพื่อช่วยพัฒนาศักยภาพด้านภาษาอังกฤษของนักเรียนให้มากยิ่งขึ้น จึงทำให้เกิดองค์กรต่างๆ ที่ให้คำแนะนำและคำปรึกษากับผู้ปกครองรวมทั้งนักเรียนที่มีความต้องการจะเดินทางไปศึกษาในต่างประเทศ ซึ่งในแต่ละปีจะมีนักเรียนและนักศึกษาไทยที่

เดินทางไปเรียนต่อต่างประเทศจำนวนมาก แยกเป็นโครงการระยะสั้น 6,927 คน และโครงการระยะยาว 7,463 คน (TIECA, 2555)

โครงการแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมไทย-นานาชาติ เอวายซี ประเทศไทย ภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาลได้ดำเนินการร่วมกับมูลนิธิทางการศึกษา American Institute For Foreign Study (AIFS) มูลนิธิ International Student Exchange (ISE) มูลนิธิ New Zealand Institute of International Understanding (NZIU) ประเทศนิวซีแลนด์ และมูลนิธิของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งมีประเทศสมาชิกรวมกันกว่า 50 ประเทศทั่วโลก เพื่อพัฒนาศักยภาพทางด้านภาษา และวิสัยทัศน์ของเยาวชนให้สามารถเติบโตขึ้นเป็นผู้นำระดับนานาชาติได้ ผ่านกระบวนการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรม ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า โครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรม เอวายซี ประเทศไทย ซึ่งเป็นองค์กรหนึ่งจัดโครงการเรียนรู้ด้านภาษาและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นองค์กรที่บริหารงานโดยคนไทยมาเป็นเวลา 13 ปี และเป็นองค์กรที่มีความชำนาญและสามารถส่งนักเรียนแลกเปลี่ยนต่อปีได้เป็นจำนวนมาก ทั้งในทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย รวมทั้งแอฟริกาใต้อีกด้วย (บริษัท เอวายซี ประเทศไทย จำกัด, 2555) จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและการเข้าร่วมโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรม เอวายซี ประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพของบิดาและมารดา รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ประเทศที่เลือกในโครงการ และความสามารถทางด้านภาษา ก่อนเข้าโครงการกับพฤติกรรม การเข้าร่วมโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรม เอวายซี ประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การเข้าร่วมโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรม เอวายซี ประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อประเทศในโครงการกับพฤติกรรม การเข้าร่วมโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรม เอวายซี ประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพของบิดาอาชีพของมารดา รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ประเทศที่เลือกในโครงการ และความสามารถทางด้านภาษา ก่อนเข้าโครงการ
- คุณภาพการบริการ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อลูกค้า ความเชื่อมั่นต่อการให้บริการ และความเอาใจใส่ต่อลูกค้า
- ทัศนคติที่มีต่อประเทศในโครงการ ได้แก่ ความรู้จักและความชอบ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรม เอวายซี ประเทศไทย

สมมติฐานในการวิจัย มีดังนี้

1. เพศมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ
2. อายุมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ
3. ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ
4. อาชีพของบิดามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ
5. อาชีพของมารดามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ
6. รายได้ของครอบครัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ
7. ประเทศที่เลือกมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ
8. ความสามารถทางด้านภาษาก่อนเข้าโครงการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ
9. คุณภาพการบริการด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ
10. คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ
11. คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ
12. คุณภาพการบริการด้านความเชื่อมั่นต่อการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ
13. คุณภาพการบริการด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ
14. ทักษะด้านความรู้จักประเทศในโครงการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ
15. ทักษะด้านความชอบประเทศในโครงการมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ชิฟแมนและคานุก (Schiffman, & Kanuk., 2007, p. 3-4) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นคว้า (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) ประเมินผล (Evaluating) และการทิ้ง (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการโดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การตัดสินใจของแต่ละคนในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ เช่น เงิน เวลา และความพยายามในการบริโภคสินค้า และ

ยังรวมถึงลักษณะของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคในแง่ต่างๆ ต่อไปนี้คือ ชื่ออะไร ชื่อทำไม ชื่อเมื่อไหร่ ชื่อบ่อยแค่ไหน และใช้สินค้าบ่อยแค่ไหน

กระบวนการตัดสินใจในการซื้อ

ปัจจัยภายในและภายนอกมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer decision –marketing process) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ (Kotler, 2000, pp. 179)

1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need recognition) กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเริ่มขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความต้องการ ซึ่งอาจเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นภายใน เช่น ความหิว หรืออาจเป็นความต้องการที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายนอก เช่น ได้เห็นโฆษณา หรือเห็นตัวสินค้า แล้วเกิดความต้องการขึ้น

2. การค้นหาข้อมูล (Search) คือ (1) จำนวนของข้อมูลที่จะหาได้ (2) ความพอใจที่ได้รับจากการค้นหาข้อมูล (3) ผลที่เกิดขึ้นในภายหลัง เช่น รุ่น ราคา คุณภาพ ความคงทน และบริการหลังการขาย จากแหล่งต่างๆ เช่น เพื่อน บริษัท ตัวแทนจำหน่าย หรือพนักงานขาย ตามนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ที่ลงโฆษณาไว้ เป็นต้น

3. การประเมินผลทางเลือกต่างๆ (Evaluation of alternatives) ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาเป็นเรื่องของเหตุผลที่มองเห็น เช่น ราคา ความคงทน หรือคุณสมบัติของสินค้า เป็นต้น หรือเป็นเรื่องราวของความพอใจส่วนบุคคล เช่น ชื่อเสียงของตราสินค้า แบบหรือสี เป็นต้น

4. การซื้อ (Purchase) มาถึงขั้นที่จะต้องตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ ถ้าการประเมินผลทางเลือกเป็นที่พอใจ การซื้อก็จะเกิดขึ้น ในการตัดสินใจซื้อก็ต้องพิจารณาต่อไปถึงเรื่องตรา ยี่ห้อ ร้านที่จะซื้อ ราคา สีสนั เป็นต้น

5. การประเมินผลหลังการซื้อ (Post purchase evaluation) เมื่อมีการซื้อและใช้สินค้าแล้ว การประเมินผลที่ได้รับจากการซื้อและใช้สินค้าก็จะเกิดขึ้น ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า เพราะว่ามันมีผลต่อการซื้อซ้ำในครั้งต่อไป และมีผลต่อการแนะนำเพื่อนฝูงด้วย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

พาราซูรามัน, ซีทฮอล์ม และแบร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, pp. 42) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ คือ การรับรู้ของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะทำการประเมินคุณภาพบริการ โดยทำการเปรียบเทียบความต้องการหรือความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง และการที่องค์กรจะได้รับชื่อเสียงจากคุณภาพบริการต้องมีบริการอย่างคงที่อยู่ในระดับของการรับรู้ของลูกค้า หรือ มากกว่าความคาดหวังของลูกค้า และยังได้กล่าวถึงการประเมินคุณภาพบริการว่า “การประเมินคุณภาพการบริการของลูกค้านั้นยากกว่าการประเมินคุณภาพสินค้า” การรับรู้คุณภาพบริการเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบของความคาดหวังของลูกค้ากับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งคุณภาพที่ถูกประเมินไม่ได้เป็นการประเมินเฉพาะผลจากการบริการเท่านั้น แต่เป็นการประเมินที่รวมไปถึงกระบวนการของการบริการที่ได้รับ

เกณฑ์การพิจารณาคูณภาพการบริการของผู้รับบริการ

พาราซูรามัน, ซีทฮอล์ม และแบรี่ (Parasuraman, Zeithami, & Berry, 1990, pp. 25) ได้พัฒนาและสร้างเครื่องมือแบบประเมินคุณภาพการบริการที่เรียกว่า “SERVQUAL” (Service quality) ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์และหาความสัมพันธ์โดยสรุปมิติคุณภาพรวมจาก 10 ด้าน เหลือเพียง 5 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) คือ การบริการที่สามารถนำเสนอออกมาเป็นลักษณะทางกายภาพ เป็นสิ่งที่จับต้องได้ ปรากฏให้เห็นสิ่งที่อำนวยความสะดวก ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้อย่างชัดเจนและง่าย สามารถสัมผัสได้ เช่น อาคาร สถานที่ อุปกรณ์ เครื่องมือ เทคโนโลยีที่ทันสมัย ระบบการติดต่อสื่อสาร

2. ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) คือ ผู้รับบริการมีความเชื่อมั่นว่าการบริการที่ได้รับมีความถูกต้องแม่นยำเหมาะสม มีความสม่ำเสมอทุกครั้งที่มารับบริการ

3. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) คือ ผู้ให้บริการพร้อมและเต็มใจจะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการได้ทันท่วงที ผู้รับบริการได้รับความสะดวก และความรวดเร็ว

4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ ผู้ให้บริการมีความเอาใจใส่ มีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความมั่นใจในการรับบริการ มีความเชื่อถือ รู้สึกปลอดภัย ไร้กังวลใจได้ ไร้มีความเสี่ยง

5. การเอาใจใส่ (Empathy) คือ ผู้ให้บริการเข้าถึงการบริการ มีความเข้าใจเห็นอกเห็นใจ เอาใจใส่ต่อความต้องการของผู้รับบริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรารู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง แต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร (Schiffman, & Kanuk, 1994, pp. 657)

โมเดลโครงสร้างทัศนคติ

โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent attitudes model) หมายถึง โมเดลทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน (Schiffman, & Kanuk, 1994, pp. 657-658) คือ

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งแสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อ (Beliefs) ซึ่งผู้บริโภคมีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective component) หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งสะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือ ความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3. ส่วนของพฤติกรรม (Conative component หรือ Behavior หรือ Doing) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อ (Intention to buy)

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เข้าร่วมโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรม เอวายซี ประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2555 ซึ่งมีทั้งหมดจำนวน 1,817 คน (ที่มา: ข้อมูลโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรม เอวายซี ประเทศไทย. 2555) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite population) ใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973, pp. 125) กำหนดให้มีความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% โดยมีขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

ขั้นที่ 1 กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 400 คน (Stratified sampling) จากผู้เข้าร่วมโครงการ จำนวน 11 รุ่น การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite population) ใช้สูตรทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane. 1973, pp. 125) แทนค่าโดยการนำจำนวนนักเรียนแลกเปลี่ยนทั้งหมดหารด้วยจำนวนที่สุ่ม ทั้งหมดจำแนกได้ดังนี้

รุ่นที่	จำนวนนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด(คน)	จำนวนที่สุ่ม(คน)
1-3	100	22
4-6	479	106
7-9	610	134
10-11	628	138
รวม	1,817	400

ขั้นที่ 2 เลือกตัวอย่างแบบสะดวก (sampling) โดยพิจารณาจากความสมัครใจและความเต็มใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ประเทศที่เลือกในโครงการ และความสามารถทางด้านภาษา ก่อนเข้าโครงการ โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิด มีแบบ 2 ตัวเลือก (Dichotomous question) และแบบหลายตัวเลือก (Multichotomous question) โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของโครงการ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อลูกค้า ความเชื่อมั่นต่อการให้บริการ และความเอาใจใส่ต่อลูกค้า โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ต (Likert scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อประเทศในโครงการ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ความรู้จักและความชอบ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคอร์ต (Likert scale)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ แบ่งออกเป็น 3 ข้อ ได้แก่

1. ประโยชน์ที่ได้หลังจากการเข้าร่วมโครงการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) มีลักษณะเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice questions)
2. การแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) มีลักษณะเป็นคำถามที่มีคำตอบให้ 2 ตัวเลือก (Dichotomous questions)
3. การกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของเอเวียซี ประเทศไทย เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) มีลักษณะเป็นคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous questions)

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ดังนี้

คุณภาพของการบริการ	Cronbach's Alpha
ด้านลักษณะทางกายภาพ	.743
ด้านความน่าเชื่อถือ	.857
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	.822
ด้านความเชื่อมั่นต่อการให้บริการ	.892
ด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า	.799
ทัศนคติ	Cronbach's Alpha
ด้านความรู้จักประเทศในโครงการ	.827
ด้านความชอบประเทศในโครงการ	.805

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของค่าสถิติ Chi-square (χ^2) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ของข้อมูลที่มีลักษณะเป็นความถี่ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2539: 182) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.91 – 1.00 หมายความว่า มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.71 – 0.90 หมายความว่า มีความสัมพันธ์ระดับสูง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.31 – 0.70 หมายความว่า มีความสัมพันธ์ระดับปาน

กลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.01 – 0.30 หมายความว่า มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.00 หมายความว่า ไม่มีความสัมพันธ์

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 และเพศหญิง จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า อาชีพของบิดาและมารดาของผู้เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่ คือข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ครอบครัวมีรายได้ 60,001-70,000 บาทต่อเดือน ประเทศที่เลือก ส่วนใหญ่ คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษระดับปานกลาง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ พบว่า

ลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ สถานที่ตั้งมีความสะอาด เรียบร้อย สถานที่ตั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เครื่องดื่ม สถานที่ตั้งมีความสะดวกสบายในการเดินทาง ความน่าเชื่อถือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ มีการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ มีมาตรฐานในการให้บริการ และมีชื่อเสียง การตอบสนองต่อลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมที่จะให้คำแนะนำ เจ้าหน้าที่ดูแลและให้บริการอย่างต่อเนืองทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ และเจ้าหน้าที่มีขั้นตอนให้บริการอย่างคล่องแคล่วรวดเร็ว ความเชื่อมั่นต่อการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่มีความรู้และทักษะที่ดีในการให้บริการ เจ้าหน้าที่สามารถบอกรายละเอียดต่างๆ ของโครงการได้ และเจ้าหน้าที่มีความชำนาญเกี่ยวกับโครงการทั้งหมด ความเอาใจใส่ที่มีต่อลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ เจ้าหน้าที่ที่มีมารยาทพูดจาสุภาพอ่อนโยน เจ้าหน้าที่ที่มีความเข้าใจต่อนักเรียน และเจ้าหน้าที่ที่มีความเอาใจใส่ต่อนักเรียนทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติด้านความรู้จักและความชอบ พบว่า

ด้านความรู้จักต่อประเทศในโครงการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่พบว่า ระบบการศึกษาของประเทศนั้น และ วิธีการดำเนินชีวิตของประเทศนั้น อยู่ในระดับมาก ส่วนระดับทัศนคติด้านความรู้จักประเทศในโครงการ คือ ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยในประเทศนั้น ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของประเทศนั้น และจำนวนมหาวิทยาลัยที่อยู่ในประเทศนั้น อยู่ใน

ระดับปานกลาง ด้านความชอบต่อประเทศในโครงการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่พบว่า วิธีการดำเนินชีวิตของประชาชน ประเพณีปฏิบัติ และวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ส่วนระดับทัศนคติด้านความชอบในประเทศคือ อาหารท้องถิ่น และบุคคลที่มีชื่อเสียง อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมโครงการ พบว่า

ประโยชน์ที่ได้หลังจากการเข้าร่วมโครงการ มีทักษะในการใช้ภาษาได้ดีขึ้นร้อยละ 76 มีความกล้าแสดงออกคิดเป็นร้อยละ 14 และได้รับการยอมรับจากสังคมมากขึ้นร้อยละ 10 ผู้เข้าร่วมโครงการจะแนะนำโครงการให้กับผู้อื่นร้อยละ 90.50 และผู้เข้าร่วมโครงการจะกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของเอวายซี ประเทศไทย อาทิ Work & Travel, Aupair, Internships ร้อยละ 87.25

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-square มีรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 เพศกับพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมโครงการ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากเข้าร่วมโครงการ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ และการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของเอวายซี ประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 2 อายุกับพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมโครงการ พบว่า กลุ่มอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านประโยชน์ที่ได้และการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของเอวายซี ประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 3 กลุ่มระดับการศึกษากับพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมโครงการ พบว่า กลุ่มระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากเข้าร่วมโครงการ และการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่กลุ่มระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของเอวายซี ประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 4 กลุ่มอาชีพของบิดากับพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมโครงการ พบว่า กลุ่มอาชีพของบิดามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของเอวายซี ประเทศไทย เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่กลุ่มอาชีพของบิดาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากเข้าร่วมโครงการและการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของเอวายซี ประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 5 กลุ่มอาชีพของมารดา กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ พบว่า กลุ่มอาชีพของมารดาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากเข้าร่วมโครงการ การแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ และการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของเอวายซี ประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 6 กลุ่มรายได้ของครอบครัวต่อเดือนกับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ พบว่า กลุ่มรายได้ของครอบครัวต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ และการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของ เอวายซี ประเทศไทย เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่กลุ่มรายได้ของครอบครัวต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากเข้าร่วมโครงการ

สมมติฐานข้อที่ 7 กลุ่มทวีปที่เลือกในโครงการกับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ พบว่า กลุ่มทวีปที่เลือกในโครงการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของ เอวายซี ประเทศไทย เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่กลุ่มประเทศที่เลือกในโครงการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากเข้าร่วมโครงการ และการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ

สมมติฐานข้อที่ 8 ความสามารถทางด้านภาษาก่อนเข้าร่วมโครงการกับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ พบว่า ความสามารถทางด้านภาษาก่อนเข้าร่วมโครงการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากเข้าร่วมโครงการ เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่ความสามารถทางด้านภาษาก่อนเข้าร่วมโครงการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ และการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของเอวายซี ประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 9 คุณภาพบริการด้านลักษณะทางกายภาพกับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ โดยคุณภาพบริการได้ปรับแบบสอบถามเป็น Ordinal Scale พบว่า คุณภาพบริการด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของเอวายซี ประเทศไทย เมื่อทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่คุณภาพบริการด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากเข้าร่วมโครงการ และการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ

สมมติฐานข้อที่ 10 คุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือกับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ โดยคุณภาพบริการได้ปรับแบบสอบถามเป็น Ordinal Scale พบว่า คุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ และการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของ เอวายซี ประเทศไทย เมื่อทดสอบ

ต่อด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่คุณภาพบริการด้านลักษณะความน่าเชื่อถือไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากการเข้าร่วมโครงการ และการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของเอเวายซี ประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 11 คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้ากับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ โดยคุณภาพบริการได้ปรับแบบสอบถามเป็น Ordinal Scale พบว่า คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของ เอเวายซี ประเทศไทย เมื่อทดสอบต่อด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากการเข้าร่วมโครงการ และการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ

สมมติฐานข้อที่ 12 คุณภาพบริการด้านความเชื่อมั่นต่อการให้บริการกับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ โดยคุณภาพบริการได้ปรับแบบสอบถามเป็น Ordinal Scale พบว่า คุณภาพบริการด้านความเชื่อมั่นต่อการให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการและการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของ เอเวายซี ประเทศไทย เมื่อทดสอบต่อด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่คุณภาพบริการด้านความเชื่อมั่นต่อการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากการเข้าร่วมโครงการ

สมมติฐานข้อที่ 13 คุณภาพบริการด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้ากับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ โดยคุณภาพบริการได้ปรับแบบสอบถามเป็น Ordinal Scale พบว่า คุณภาพบริการด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ เมื่อทดสอบต่อด้วยวิธีสัมประสิทธิ์ Cramer's V พบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่คุณภาพบริการด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากการเข้าร่วมโครงการ และการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของ เอเวายซี ประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 14 ทศนคติด้านความรู้จักประเทศในโครงการกับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ โดยแบบสอบถามของทัศนคติได้ปรับเป็น Ordinal Scale พบว่า ทศนคติด้านความรู้จักประเทศในโครงการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากการเข้าร่วมโครงการ การแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ และการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของ เอเวายซี ประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 15 ทศนคติด้านความชอบประเทศในโครงการกับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ โดยแบบสอบถามของทัศนคติได้ปรับเป็น Ordinal Scale พบว่า ทศนคติด้านความชอบประเทศในโครงการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านประโยชน์

ที่ได้หลังจากการเข้าร่วมโครงการ การแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ และการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของ เอวายซี ประเทศไทย

สรุปและอภิปรายผล

เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากการเข้าร่วมโครงการ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะเพศหญิงสามารถประยุกต์ใช้ข้อมูลได้ดีกว่าเพศชาย เพศหญิงจึงสามารถนำความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมโครงการมาใช้ประโยชน์ได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Kotler, & Keller (2009, pp. 257) กล่าวว่า เพศชายและเพศหญิงมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับการจัดเรียงพันธุกรรมและปฏิสัมพันธ์ต่างๆ ทางสังคม

อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากการเข้าร่วมโครงการและการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่มีอายุ 15-18 ปี จึงเป็นกลุ่มที่ชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Kotler, & Keller (2009, pp. 197-200) ที่กล่าวว่า อายุของแต่ละบุคคล จะมีความสัมพันธ์กับความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น

ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากเข้าร่วมโครงการ และการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา เพื่อนำความรู้จากการเข้าร่วมโครงการมาใช้ในชีวิตประจำวันหรือเพื่อเรียนในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น จึงสามารถใช้ประโยชน์ที่ได้หลังจากเข้าร่วมโครงการ และการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Kotler, & Keller (2009, pp. 197-200) ที่กล่าวว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่า

อาชีพของบิดา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของเอวายซี ประเทศไทย ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่าอาชีพของบิดาส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จึงทำให้นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการกลับมาใช้บริการโครงการอื่นๆ ของเอวายซี ประเทศไทย เนื่องจากผู้ปกครองมีอาชีพที่มั่นคงและมีความพร้อมที่จะส่งนักเรียนเข้าร่วมโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Kotler, & Keller (2009, pp. 197-200) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคแต่ละอาชีพจะต้องการผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกัน เช่น นักธุรกิจ ต้องการสินค้าที่หรูหรา เพื่อเสริมภาพลักษณ์ เช่น นาฬิกา Rolex แต่สำหรับกรรมกรจะต้องการเพียงแค่นาฬิกาที่สามารถบอกเวลาได้เท่านั้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิกานต์ เพียรธัญญกรณ์ (2539) ได้ศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรที่มีผลต่อสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น สังกัดกรมสามัญศึกษากทม. พบว่าฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของบิดามารดา มีผลโดยอ้อมต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษ

รายได้ของครอบครัวต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ และการกลับมาใช้บริการโครงการอื่น ๆ ของ เวย์ซี ประเทศไทย กล่าวได้ว่า รายได้ของแต่ละกลุ่ม จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ และการกลับมาใช้บริการโครงการอื่น ๆ ของ เวย์ซี ประเทศไทย โดยกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท จะมีการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ และการกลับมาใช้บริการโครงการอื่น ๆ ของ เวย์ซี ประเทศไทยมากที่สุด ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะการเข้าร่วมโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนมีค่าใช้จ่ายที่สูง จึงทำให้กลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 60,000 บาท เข้าร่วมโครงการเป็นส่วนใหญ่และแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ รวมถึงมีโอกาสที่จะกลับมาใช้บริการโครงการอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ ดิสภาณุรัตน์ (2552) พบว่า รายได้ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการกลับมาซื้อกรรมธรรม์ประกันภัยความเสี่ยงภัยแตกต่างกัน กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงจะมีพฤติกรรมในการกลับมาซื้อมากกว่ากลุ่มอื่น

กลุ่มทวีปที่เลือก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านการกลับมาใช้บริการโครงการอื่น ๆ ของเวย์ซี ประเทศไทย ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่เลือกกลุ่มประเทศอเมริกา ซึ่งมีความเจริญทางด้านการศึกษาและวิวัฒนาการใหม่ ๆ จึงเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับนักเรียนเข้าร่วมโครงการและทำให้กลับมาใช้บริการโครงการอื่น ๆ ของเวย์ซี ประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา พิษัยยงค์วงศ์ดี (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษและพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบระหว่างสถาบันสอนภาษา เอ.ยู.เอ กับสถาบันสอนภาษา บริติช เคานซิล ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า การเลือกสถาบันของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากคือ เนื้อหาของหลักสูตร ด้านสถานที่ ด้านความน่าเชื่อถือของสถาบัน ด้านความน่าเชื่อถือของอาจารย์ แรงจูงใจฝ่ายสัมฤทธิ์ แรงจูงใจฝ่ายสัมพันธ์ และสื่อที่มีอิทธิพลในการเรียน คือ สื่ออินเตอร์เน็ต และเพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน และข้อมูลข้างต้นนั้นมีผลต่อการบอกต่อความน่าเชื่อถือไปยังผู้อื่น สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีแรงจูงใจส่วนบุคคลด้านการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เพื่อหาโอกาสในการเปลี่ยนงาน พัฒนาด้านภาษา

ความสามารถทางด้านภาษาก่อนเข้าร่วมโครงการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการด้านประโยชน์ที่ได้หลังจากการเข้าร่วมโครงการ ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่มีความสามารถทางด้านภาษาก่อนเข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับน้อย เมื่อนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการมีทักษะในการใช้ภาษาได้ดีขึ้น จึงสามารถใช้ประโยชน์ที่ได้หลังจากการเข้าร่วมโครงการได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ McDavid, & Harari (1963, pp. 210-212) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพื้นฐานบางประการในการเลือก วิชาซีฟโดยสุ่มจากนักเรียนเกรด 4 ถึงเกรด 12 จากโรงเรียน 2 แบบ พบว่าแนวทางในการเลือกอาชีพของนักเรียนชายและหญิงเปลี่ยนแปลงไปตามอายุ และพบว่าการเลือกอาชีพจะเลือกโดยดูสภาพทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญเกณฑ์การเลือกอาชีพนั้นนักเรียนจะถือคุณภาพและรายได้ของอาชีพนั้น ๆ เป็นสำคัญ

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

1. **ลักษณะทางกายภาพ** พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านการกลับมาใช้บริการโครงการอื่น ๆ ของ เยาวชน ประเทศไทย

2. **ความน่าเชื่อถือ** พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ และด้านการกลับมาใช้บริการโครงการอื่น ๆ ของ เยาวชน ประเทศไทย

3. **การตอบสนองต่อลูกค้า** พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านการกลับมาใช้บริการโครงการอื่น ๆ ของ เยาวชน ประเทศไทย

4. **ความเชื่อมั่นต่อการให้บริการ** พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อมั่นต่อการให้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ และด้านการกลับมาใช้บริการโครงการอื่น ๆ ของ เยาวชน ประเทศไทย

5. **ความเอาใจใส่ต่อลูกค้า** พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการในด้านการแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมโครงการ

จากผลการวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการ จะเป็นไปในลักษณะใดนั้น ขึ้นอยู่กับคุณภาพการให้บริการที่ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับในทุก ๆ ด้าน อาจกล่าวได้ว่า การบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการ ส่งผลให้สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนการบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือความคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่พิเศษมากประทับใจ คู่ค้าแก่การตัดสินใจรวมทั้งคู่ค้าเงิน กล่าวคือ หากคุณภาพการให้บริการในด้านต่าง ๆ ที่ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับมีคุณภาพสูง จะส่งผลให้ผู้เข้าร่วมโครงการ มีความต้องการกลับมาใช้บริการอีก รวมถึงมีทัศนคติและความรู้สึกที่ดีภายหลังการให้บริการอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ พาราซูรามัน, ซีทฮอล์ม และแบรี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, pp. 57) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นข้อวินิจฉัยเกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อสินค้าหรือบริการ โดยขึ้นอยู่กับเหตุผล คุณลักษณะในการประเมิน ความเชื่อและทัศนคติของผู้ประเมิน นอกจากนี้ แบลคเวลล์ และคนอื่นๆ (Blackwell, et al., 2006, pp. 735) ยังได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล (Evaluating) การได้รับ (Obtaining) การใช้ (Using) และการดำเนินการภายหลังการบริโภค (Disposing) สินค้าและบริการ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาโครงการบริการอื่น ๆ ของเยาวชน ประเทศไทย อาทิ Work & Travel, Aupair และ Internships เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของการเข้าร่วมโครงการ Work

&Travel, Aupair และ Internships ซึ่งเป็นนักเรียนในระดับมหาวิทยาลัยว่ามีพฤติกรรมร่วมโครงการเป็นอย่างไร

2. ควรทำการศึกษาการวิจัยโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนของบริษัทอื่น ๆ ในประเทศไทย อาทิ AFS, YES, YFU, และ ISE เป็นต้น เพื่อให้ครอบคลุมนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในประเทศไทยมากกว่านี้

3. ควรศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การเข้าร่วมโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงในการเข้ามหาวิทยาลัยในประเทศไทย ว่าส่งผลกระทบต่ออะไรบ้าง

4. ควรศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การเข้าร่วมโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยนที่ส่งผลกระทบต่อ การเข้าทำงาน ว่าการตัดสินใจไปเป็นนักเรียนแลกเปลี่ยนยังประเทศต่าง ๆ มีข้อได้เปรียบกับ การทำงานในด้านใด

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาความช่วยเหลือและการวางแผนเป็นอย่างดีจากอาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าเป็นอย่างมากในการให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการจัดทำการวิจัยนี้ทุกขั้นตอนจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2553). *ภาษาอังกฤษ*. ค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2556 จาก

<http://th.wikipedia.org/wiki/>

%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%A9%E0%B8%B2%E0%B8%AD%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%A4%E0%B8%A9

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2539). *หลักสถิติ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บริษัท เอวายซี ประเทศไทย จำกัด. (2555). *ประวัติโครงการแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรม*

เอวายซีประเทศไทย. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2555, จาก <http://www.aycthailand.com/page.php?a=1&n=19>

พรทิพย์ ดิสภาณุรัตน์. (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อกรมธรรม์ประกันภัย ความเสี่ยงภัยทุกชนิดของทรัพย์สินของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิกานต์ เพียรธัญญกรณ์. (2539). *การศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรที่มีผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น สังกัดกรมสามัญศึกษากรุงเทพมหานคร*. ปริญญานิพนธ์ การศึกษาดุษฎีบัณฑิต (บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- สุกัญญา พิชัยวงศ์วงศ์ดี. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนภาษาอังกฤษและพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบระหว่างสถาบันสอนภาษาเอ.ยู.เอ. กับ สถาบันสอนภาษาบริติชเคานซิล ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินูญานินพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W, & Engel, James F. (2006). *Consumer behavior*. (10th ed.). Mason, OH: Thomson/ South-Western.
- TIECA. (2555). จำนวนนักเรียนนักศึกษาไทยที่เดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศ. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2555, จาก http://www.matichon.co.th/news_detail.php?
- Kotler, Philip; & Armstrong, Gary. (2000). *Principle of marketing* (9th ed). USA: Prentice Hall.
- _____, & Keller, K. L. (2009). *Marketing management*. Pearson Education International.
- McDavid, John W., & Harari, H. (1963). *The achievement motive*. New York: Appleton Century Grofts, Inc.
- Parasuraman, A, Zeithaml, Valarie A, & Berry, Leonard L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, Spring, 12-40.
- _____. (1988). *Delivering quaiaty service banlancing customer preoception and expectations*. New York. Adivision of Macmilan.
- _____. (1990). *Delivery quality service: balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free Press.
- Schiffman, Leon G., & Kanuk, Lestie Lazar. (1994). *Consumer Behavior*. London: Prentice-Hall.
- Schiffman, Leon G., & Kanuk, Lestie Lazar. (2007). *Consumer Behavior* (7th ed.) Eaglewood Cliffs. New Jerse: Prentice-Hall.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis* (2nd ed). New York: Harper and Row.