

องค์ประกอบของการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์

Elements of Selection Criteria to Education Abroad Agency in Singapore

กฤติยา ศุภวัชรวิรุจ (kittiya Supakwruha)^{*}

ธีระวัฒน์ จันทิก (Thirawat Chuntuk)^{**}

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิจัยเอกสารสำหรับจัดทำประเด็นของเกณฑ์การตัดสินใจเลือกใช้บริการตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ และประยุกต์เทคนิคการวิจัยอนาคต EDFR สำหรับพัฒนาเกณฑ์การตัดสินใจใช้บริการตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงจำนวน 17 คน ใช้แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (EDFR รอบที่1) และแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (EDFR รอบที่ 2) เป็นเครื่องมือในการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ แบ่งออกเป็น 9 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 ด้านผู้ที่ให้บริการ 1) เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการในบริษัทตัวแทนควรมีควรเป็นผู้มีบุคลิกภาพที่ดี 2) เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เพียงพอต่อการให้บริการ 3) เจ้าหน้าที่ที่อึดอัดดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ยินดีให้บริการ 4) เจ้าหน้าที่พูดจาสุภาพ ไพเราะ ด้านที่ 2 ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 1) เรียกเก็บค่าใช้บริการที่เป็นธรรมเหมาะสม 2) บริษัทตัวแทนไม่ควรเรียกเก็บค่าใช้บริการ 3) มีวิธีชำระค่าบริการหลายแบบ ด้านที่ 3 ด้านสถานที่ตั้งของบริษัทตัวแทน 1) บริษัทตัวแทนควรตั้งอยู่ในบริเวณที่สามารถเดินทางติดต่อได้สะดวก 2) บริษัทตัวแทนควรมีที่จอดรถให้บริการ ด้านที่ 4 ด้านบรรยากาศของบริษัทตัวแทน 1) ภายในตกแต่งสวยงาม น่าประทับใจ 2) สะอาด น่าเข้าใช้บริการ 3) มีมุมบริการต่างๆเป็นสัดส่วน ด้านที่ 5 ด้านช่องทางการให้บริการ 1) การเดินทางมาด้วยตนเองของลูกค้า 2) การให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต 3) การให้บริการผ่านโทรศัพท์ ด้านที่ 6 ด้านการให้บริการ 1) ผู้ใช้บริการควรได้รับการบริการที่ดี 2) ผู้ใช้บริการได้รับคำแนะนำอย่างจริงใจ ถูกต้อง 3) สามารถทำให้ผู้ใช้บริการได้ศึกษาต่อตรงตามความต้องการ 4) ผู้ใช้บริการได้รับการบริการอย่างรวดเร็ว ด้านที่ 7 ด้านการส่งเสริมการให้บริการ 1) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ 2) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านงานประชุมวิชาการ 3) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดงานสัมมนา ด้านที่ 8 ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทตัวแทน 1) บริษัทตัวแทนควรมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับจากคนทั่วไปหรือได้รับรางวัลการันตีจากหน่วยงานต่างๆ 2) มีผู้เคยไปศึกษาต่อผ่านบริษัทตัวแทน ด้านที่ 9 ด้านการประสบความสำเร็จของศิษย์เก่า 1) บริษัทตัวแทนควรมีข้อมูลของผู้ใช้บริการที่จบการศึกษาแล้ว 2) ติดตามผลความสำเร็จของนักศึกษาที่ไปศึกษาต่อที่ประเทศสิงคโปร์

คำสำคัญ : บริษัทตัวแทนศึกษาต่อต่างประเทศ, ศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์

^{*} นักศึกษาระดับปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

Student's Master of Business Administration Program, Faculty of Management Science, Silpakorn University. E-mail: kittiyasup@gmail.com

^{**} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Abstract

This research aimed to provide criteria for selecting education consultants for studying in Singapore, and applied Ethnographic Delphi Future Research technique (EDFR) in order to develop these criteria. Researcher used purposive sampling by selecting 17 specialists, and used specialist interview round 1 (EDFR1) and specialist interview round 2 (EDFR2) as tools for research.

The results from the specialist interviews showed that the criteria for selecting education consultants for studying in Singapore were divided into 9 aspects. The first aspect was service providers. 1) Staffs should have good personalities. 2) Staffs have sufficient information in order to give advices. 3) Staffs are friendly, cheerful, and willing to work. 4) Staffs are polite. The second aspect was service fees. 1) The fees are reasonable. 2) Agencies should not charge any free. 3) Agencies provide various payment methods. The third aspect was agency locations. 1) Agencies should be located in convenient places. 2) Agencies should provide parking spaces. The forth aspect was agency atmospheres. 1) The offices are well-decorated. 2) The offices are clean. 3) The offices are well-zoned. The fifth aspect was service channel. 1) Customers go to offices. 2) Communicate via Internet. 3) Communicate via telephone. The sixth aspect was service. 1) Customers should receive good service. 2) Customers receive sincerely and accurate advices. 3) Customers are able to study in suitable field as needed. 4) Customers receive service rapidly. The seventh aspect was service promotion. 1) Agencies advertise via website. 2) Agencies advertise via academic conference. 3) Agencies set up seminars to advertise. The eighth aspect was company reputation and trustworthy. 1) Agency should have good reputation or receive award from certain organization. 2) There are previous study abroad student who used the agency. The last aspect was Alumni success. 1) Agencies should provide information of alumni. 2) Agencies should follow up alumni success.

บทนำ

จากกระแสในโลกยุคโลกาภิวัตน์มีผลทำให้หลายสิ่งเปลี่ยนแปลงไป รวมไปถึงการศึกษาของประเทศไทยในรอบ 10 – 20 ปีที่ผ่านมา เป็นผลให้คุณภาพการศึกษาไทยปัจจุบันมีแนวโน้มต่ำลงเรื่อยๆและจะคงต่อเนื่องเช่นนี้ต่อไปในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการประเมินจากองค์กรใด ทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากหลักสูตรการเรียนการสอน ภาระงานของครูผู้สอนที่มากเกินไป หรือมีความรู้ความสามารถไม่ตรงกับสาขาที่สอนรวมไปถึงค่านิยมที่มุ่งประกาศนียบัตร หรือใบปริญญาในสาขาที่กำลังได้รับความนิยม ทำให้สถาบันอุดมศึกษาปิดหลักสูตรใหม่ๆขึ้นเพื่อตอบสนองผู้เรียน เน้นสร้างจำนวนบัณฑิตมากกว่าคุณภาพบัณฑิต ทำให้เกิดภาวะว่างงานมากขึ้น (ไพบุลย์ สีนลาร์ตัน และคณะ, 2556) เมื่อคุณภาพการศึกษาดกต่ำ ประชากรในประเทศมีศักยภาพด้อยลง แม้ว่าจะได้รับการศึกษามากขึ้นก็ตาม ส่งผลให้รัฐบาลต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการศึกษามากขึ้น ดังเช่นการวางแผนและพัฒนาประเทศแนวใหม่ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550 – 2554) การพัฒนาคุณภาพของคน และสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ว่าประเทศต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในหลายบริบททั้งที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดต่อการพัฒนาประเทศ จึงควรมีความพร้อมพร้อมของคนและระบบให้สามารถปรับตัว

พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และแสวงหาผลประโยชน์อย่างรู้เท่าทันโลกาภิวัตน์ และสร้างภูมิคุ้มกันให้ทุกภาคส่วนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นแนวปฏิบัติแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาคุณภาพประชากรให้เป็นบุคคลที่มีคุณภาพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554)

การพัฒนาการศึกษาของประเทศไทยนั้น นับว่าเป็นนโยบายของรัฐบาลทุกยุคทุกสมัย โดยได้มีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และปฏิรูปมาหลายครั้ง แต่สิ่งที่เป็นหัวใจหลักของการพัฒนาการศึกษานั้นคือการมุ่งพัฒนาเยาวชนของชาติให้เป็นคนดีมีคุณภาพ (สำนักส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพนักศึกษา, 2547) โดยรัฐบาลเองก็ได้ส่งเสริมให้คนไทยไปศึกษาต่อต่างประเทศเพื่อนำความรู้ความสามารถกลับมาพัฒนาประเทศไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้เริ่มมีการสอบแข่งขันเพื่อรับทุนเพื่อไปศึกษาต่อต่างประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2540) รวมถึงการเลือกที่จะไปศึกษาต่อต่างประเทศด้วยตนเองตามความสนใจและความถนัด ปัจจุบันนี้จะมีผู้ไปศึกษาต่อต่างประเทศเป็นจำนวนมากแต่หลายครอบครัวก็เลือกที่จะใช้ทุนส่วนตัวในการส่งบุตรหลานให้เดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศด้วยตนเอง เพราะครอบครัวมีฐานะทางการเงินพอที่จะส่งบุตรหลานไปศึกษาต่อด้วยตนเอง และตัดปัญหาความยุ่งยากที่จะเกิดขึ้นหลังจากข้อจำกัดของทุนการศึกษาเพื่อประสบการณ์ที่ดีและการศึกษาที่มีคุณภาพเช่นกัน การศึกษาต่างประเทศโดยใช้ทุนของตนเองนั้นก็ขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจของแต่ละครอบครัวที่มีมากน้อยต่างกันไป แต่หากพูดถึงประเทศเพื่อนบ้านในแถบเอเชีย เป็นประเทศเล็กๆที่มีคุณภาพทางการจัดระบบทางการศึกษามากที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชียและระดับโลก มีความทันสมัย มีระเบียบวินัย และมีความปลอดภัยสูง ทุกคนคงต้องนึกถึงประเทศสิงคโปร์ เพราะเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมในการศึกษาต่อเป็นอย่างมาก เป็นประเทศผู้นำทางการศึกษาที่มีคุณภาพอีกแห่งหนึ่งของโลกในปัจจุบัน ระบบการศึกษาของประเทศสิงคโปร์นับว่าเป็นระบบที่มีคุณภาพ ดูได้จากประชากรของสิงคโปร์ที่มีคุณภาพสามารถพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าได้เป็นอย่างดี (กองบรรณาธิการเอกสิทธิ์ บึก, 2550) มีมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง รวมถึงมหาวิทยาลัยแห่งชาติสิงคโปร์ (National University of Singapore) มหาวิทยาลัยอันดับที่ 28 จากการจัดอันดับมหาวิทยาลัยโลก และมหาวิทยาลัยนันทัง (Nanyang Technological of University) มหาวิทยาลัยอันดับที่ 58 อีกด้วย รวมถึงมหาวิทยาลัยเจมส์ คุก (James Cook University) ที่มีวิทยาเขตหลักอยู่ที่ประเทศออสเตรเลีย ก็ได้มาเปิดวิทยาเขตที่ประเทศสิงคโปร์ เพื่อขยายโอกาสทางการศึกษาให้นักศึกษาที่มีความสนใจโดยไม่ต้องเดินทางไปไกลถึงประเทศออสเตรเลีย (เฉลิมศักดิ์ อธิปัญญาสุทธิ, 2558) และด้วยภูมิประเทศที่เป็นระเบียบ สะอาด ปลอดภัย อยู่ใกล้ประเทศไทย รวมถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่สูง ประเทศสิงคโปร์จึงได้รับความนิยมจากนักศึกษาไทยในการไปศึกษาต่อต่างประเทศแบบที่คุ้มค่ามากกว่าค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายไปกับการศึกษาต่อต่างประเทศและค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิต

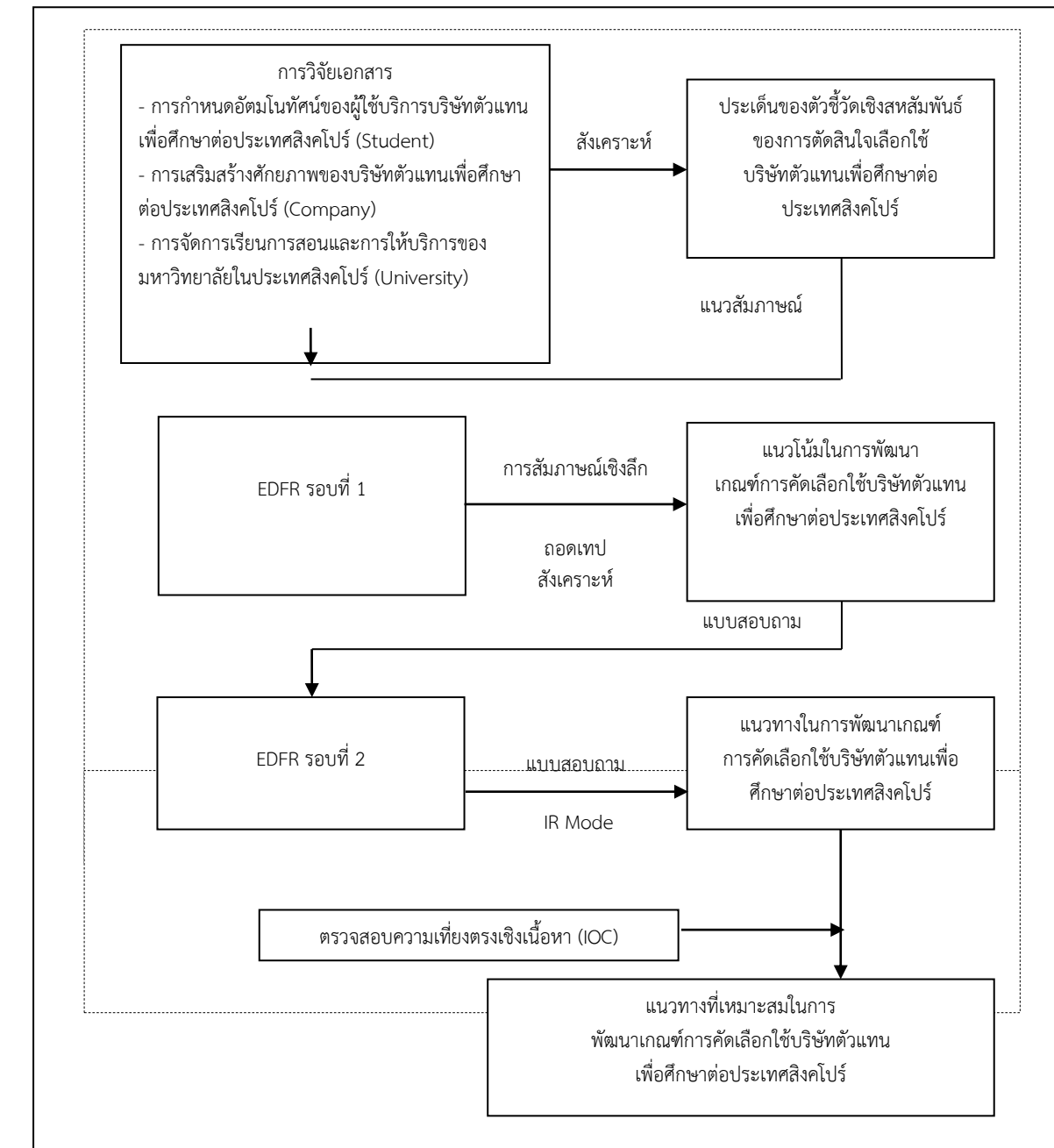
ด้วยเหตุผลเหล่านี้ทำให้ธุรกิจด้านการศึกษานานาชาติของไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 จนถึงปัจจุบัน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2552) มีบริษัทตัวแทนก่อตั้งขึ้นมากมายเพื่อให้ข้อมูลและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่สนใจจะไปศึกษาต่อที่ประเทศสิงคโปร์ ทั้งบริการจัดหาที่ศึกษาต่อสถานศึกษา การสมัครเรียน การหาที่พักอาศัยขณะศึกษาที่ประเทศสิงคโปร์ รวมไปถึงการจัดเตรียมเอกสารสำหรับขอวีซ่าเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่สนใจจะศึกษาต่อที่ประเทศสิงคโปร์ ตลอดจนให้คำแนะนำ ให้ข้อมูลแก่นักศึกษาและผู้ปกครอง เพื่อความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการของบริษัทตัวแทน (เฉลิมศักดิ์ อธิปัญญาสุทธิ, 2558) จึงส่งผลให้เกิดธุรกิจตัวแทนมีการแข่งขันสูงขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะการพัฒนาเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ เพื่อศึกษาแนวโน้มที่เป็นไปได้ทั้งที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และหาทางทำให้ แนวโน้มที่พึงประสงค์เกิดขึ้นและป้องกันแนวโน้มที่ไม่พึงประสงค์ให้หมดไป เพื่อสร้างเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ที่น่าสนใจ นำข้อมูลที่ได้ในการศึกษาค้นคว้าปรับปรุงคุณภาพให้ตรงตามความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค รวมไปถึงการพัฒนาธุรกิจบริษัทตัวแทนในการศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อวิจัยเอกสารสำหรับจัดทำประเด็นของเกณฑ์การตัดสินใจเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์

ประโยชน์ที่ได้รับ

ทราบเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ ที่ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาบริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ได้ดีขึ้น และมีประสิทธิภาพ เป็นที่ไว้วางใจของผู้ใช้บริการ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด ที่มา : จากการสรุปประเด็นของผู้วิจัย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางการศึกษา ดังต่อไปนี้

1.แนวคิดและกระบวนการจัดการศึกษาต่อที่ประเทศสิงคโปร์

สิงคโปร์มีระบบการศึกษาที่เป็นเลิศประเทศหนึ่งของโลก ทุกโรงเรียนควบคุมโดยกระทรวงศึกษาธิการโดยตรง ระบบการศึกษาของสิงคโปร์แบ่งเป็นชั้นประถมศึกษาใช้ระยะเวลา 6 ปี และมีมัธยมศึกษาใช้ระยะเวลา 4 ปี จากนั้น ต่อด้วยการเรียนในระดับสูงขึ้น เช่น โปลีเทคนิค จูเนียร์คอลเลจ และมหาวิทยาลัย และการที่จะได้คัดเลือกเข้าเรียนที่โรงเรียนสิงคโปร์นั้น นักเรียนจำเป็นจะต้องทำการสอบเพื่อประเมินผลโดยการสอบเข้าโรงเรียนนั้น นักเรียนจำเป็นต้องสอบภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ เป็นวิชาหลัก และอาจมีการทดสอบภาษาจีน ขึ้นอยู่กับโรงเรียนที่นักเรียนต้องการสอบเข้าประเทศสิงคโปร์มีค่าใช้จ่ายถูกกว่าประเทศที่มีความเจริญทางการศึกษาอื่นๆ เช่น ออสเตรเลีย อเมริกา อังกฤษทั้งด้านการเรียน และ ค่าที่อยู่อาศัย ค่าตัวเครื่องบิน และยังสะดวกในการเดินทางเนื่องจาก ประเทศสิงคโปร์อยู่ใกล้กับประเทศไทย โดยใช้ระยะเวลาการบินเพียง 2 ชั่วโมงเท่านั้น และนอกจากนี้ การที่ได้ไปศึกษาที่ประเทศสิงคโปร์ นักเรียนยังได้เรียนรู้ถึง 2 ภาษา ซึ่งมีภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลัก และสามารถเลือก ภาษาจีน,ภาษามาเลย์และทมิฬภาษาใดภาษาหนึ่งเป็นภาษารอง โดยประเทศสิงคโปร์มีมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง รวมถึงมหาวิทยาลัยแห่งชาติสิงคโปร์ (National University of Singapore) มหาวิทยาลัยอันดับที่ 28 จากการจัดอันดับมหาวิทยาลัยโลก และมหาวิทยาลัยนันทัง (Nanyang Technological of University)มหาวิทยาลัยอันดับที่ 58 รวมถึงมหาวิทยาลัยเจมส์ คุก (James Cook University) ที่มีวิทยาเขตหลักอยู่ที่ประเทศออสเตรเลีย ก็ได้มาเปิดวิทยาเขตที่ประเทศสิงคโปร์ เพื่อขยายโอกาสทางการศึกษาให้นักศึกษาที่มีความสนใจโดยไม่ต้องเดินทางไปไกลถึงประเทศออสเตรเลีย (เฉลิมศักดิ์ อธิปัญญาสุทธิ, 2558)

เมื่อเปรียบเทียบการศึกษาในระดับปริญญาตรีของประเทศไทยกับประเทศสิงคโปร์แล้วนั้น ย่อมเห็นได้อย่างชัดเจนว่าประเทศสิงคโปร์มีมาตรฐานการศึกษาที่สูงกว่าประเทศไทย มีหลักสูตรที่ได้รับความนิยมและมีคุณภาพมากกว่า นักศึกษาที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยในประเทศสิงคโปร์ได้รับการยอมรับจากสถาบันต่างๆ และหลักสูตรในมหาวิทยาลัยของประเทศสิงคโปร์นั้นใช้เวลาเพียง 2-3 ปี ก็สามารถสำเร็จการศึกษาได้แล้ว แต่ในประเทศไทยจะต้องใช้เวลาในการศึกษาตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป ทำให้นักศึกษาเลือกที่จะไปศึกษาต่อที่ประเทศสิงคโปร์มากกว่าจะศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในประเทศไทย

2. หลักการพัฒนาเกณฑ์

เกณฑ์หมายถึง หลักที่กำหนดไว้ เช่น อายุเข้าเกณฑ์ หลักวินิจัย เช่น ถือความรู้เป็นเกณฑ์ ส่วนการพัฒนา นั้น หมายถึง การทำให้เจริญ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546) ดังนั้นคำว่าเกณฑ์จึงหมายถึง การทำให้หลักที่กำหนดไว้เจริญก้าวหน้าขึ้น ในการสร้างหรือพัฒนาเกณฑ์ สามารถทำได้หลายลักษณะขึ้นอยู่กับว่าจะสร้างเกณฑ์ขึ้นมาเพื่อประเมินอะไร เกณฑ์ที่สร้างนั้นจะต้องสอดคล้องกับที่ตั้งใจจะประเมิน และวิธีการสร้างเกณฑ์ย่อมมีแตกต่างกันไปตามลักษณะที่ประเมินและวัตถุประสงค์การประเมิน (วิชัย บำรุงศรี, 2550) โดยเกณฑ์ที่ถูกสร้างขึ้นหรือพัฒนาขึ้นมาเหล่านี้เป็นระดับที่ใช้ตัดสินคุณภาพของการดำเนินงาน หรือผลประกอบการที่ได้ การกำหนดเกณฑ์จะต้องคำนึงถึงแนวคิด ค่านิยม หรือความคาดหวังเกี่ยวกับสิ่งที่ถูกประเมินจากบุคคล 4 กลุ่ม เพื่อเป็นการลดความขัดแย้งเกี่ยวกับการกำหนดเกณฑ์ ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงขององค์กร บุคคลภายนอกองค์กร เพื่อนร่วมงาน และองค์กรที่ถูกประเมิน (พยนต์ งามทอง, 2552)

และเมื่อสร้างเกณฑ์ขึ้นมาเพื่อประเมินแล้ว ก็ต้องสอดคล้องกับที่ตั้งใจจะประเมิน และวิธีการสร้างเกณฑ์ย่อมมีแตกต่างกันไปตามลักษณะที่ประเมินและวัตถุประสงค์การประเมินโดยเกณฑ์ที่ดีจะต้องมีลักษณะโดยจะต้องครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการประเมิน ระดับการยอมรับให้ชัดเจน มีความเที่ยงตรงและเป็นปรนัย มีความตรงทั้งภายในและภายนอก ทำทนายความสามารถให้ผู้ประเมินอยากที่จะประเมิน เหมาะกับความรู

ความสามารถของผู้ประเมิน มีความน่าเชื่อถือ มีอำนาจการทำนายพฤติกรรมสูง เป็นส่วนที่สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรม ค่านิยมของสังคม (วิชัย บำรุงศรี, 2550)

3. แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ

การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกปฏิบัติ หรือการเลือกทางดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดทางใดทางหนึ่ง จากทางเลือกหลายๆ ทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ (ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์, 2540) และเพื่อเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีหลายทางเป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การตัดสินใจนี้อาจเป็นการตัดสินใจที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งอย่าง เพื่อความสำเร็จตรงตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ในทางปฏิบัติการตัดสินใจมักเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ยุ่ยากสลับซับซ้อน และมีวิธีการแก้ไขปัญหามากกว่าหนึ่งทางเสมอ (สมคิด บางโม, 2545) การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการของการหาโอกาสที่จะตัดสินใจ การหาทางเลือกที่พอเป็นไปได้ และทางเลือกจากงานต่างๆ ที่มีอยู่เพื่อให้สำเร็จตรงตามเป้าหมายที่ต้องการ

กระบวนการตัดสินใจ หมายถึง การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย การตัดสินใจโดยมีลำดับขั้นของกระบวนการ ดังกล่าว เป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผล และมีกฎเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจโดยใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ ลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเป็น 7 ขั้นตอน โดยเริ่มจาก การระบุปัญหา ระบุข้อจำกัดของปัจจัย พัฒนาทางเลือก วิเคราะห์ทางเลือก เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ และสร้างระบบควบคุมและประเมินผล (กุลชลี ไชยนันทา, 2539)

ทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภค (decision making theory) มีตัวแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค (model of consumer decision making) เป็นการรวมความคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งมีส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ (Schiffman and Kanuk, 1994)

1.การนำเข้าข้อมูล (input) เป็นอิทธิพลภายนอกที่มีผลต่อค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งมาจากกิจกรรมส่วนประสมทางการตลาดที่พยายามสื่อสารไปยังผู้บริโภคที่มีศักยภาพ แบบ Marketing input คือ กิจกรรมทางการตลาดที่พยายามจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และแบบ Socioculture input คือกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวกับการค้า เช่น ความคิดเห็น วัฒนธรรม ชนชั้นทางสังคม ซึ่งเป็นอิทธิพลภายในของบุคคล ที่มีผลต่อการประเมินผลและการยอมรับหรือปฏิเสธผลิตภัณฑ์และบริการ

2.การบวนการ (process) คือขั้นตอน กระบวนการที่มีอิทธิพลทางจิตวิทยา ซึ่งเป็นอิทธิพลภายใน (แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้หรือทัศนคติ) ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยมีการรับรู้ความเสี่ยง (perceived risk) คือความไม่แน่นอนของผู้บริโภคเผชิญ ดังนั้น ผู้บริโภคมักซื้อสินค้าเดิมๆ เพื่อลดความเสี่ยง โดยเชื่อถือจากชื่อเสียงของร้านนั้นๆ และเลือกจากสินค้าราคาแพง เพื่อลดความเสี่ยงเพราะมีแนวคิดที่ว่าของแพงต้องเป็นของดี และกลุ่มที่ยอมรับได้ (evoked set) หมายถึง ตราสัญลักษณ์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ โดยเริ่มต้นจาก ขั้นรู้ความต้องการ (need recognition) ขั้นค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ (pre-purchase search) การประเมินทางเลือก (evaluation of alternative)

3.การแสดงผลหรือพฤติกรรมที่แสดงออก (out put) หรือพฤติกรรมการซื้อและการประเมินหลังการซื้อ วัตถุประสงค์ทั้งสองกิจกรรมนี้เพื่อเพิ่มความพอใจแก่ผู้บริโภคในการตัดสินใจของพวกเขา

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคแนวคิด

ผู้บริโภค คือการศึกษาข้อมูลบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่กลุ่มคนเหล่านี้ใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการ และผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีผลต่อผู้บริโภคและสังคม (Kuester Sabine, 2012)

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นผสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ ทั้งบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษา

ลักษณะเฉพาะศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภครายบุคคล อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคล เช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิงและสังคมแวดล้อมด้วยการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค มีรากฐานมาจากพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ ผู้ใช้ ผู้จ่าย และผู้ซื้อ ผลวิจัยได้แสดงว่าพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นยากที่จะพยากรณ์แม้กระทั่งโดยผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้นเอง (Armstrong, 1991) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขาหรือการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจ และการกระทำของคนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2545)

5. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจในบริษัทตัวแทน

ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่ริเริ่มและยินดีที่จะรับความเสี่ยงในการลงทุนประกอบกิจการโดยรวมผสมผสานปัจจัยการผลิตต่างๆเข้าด้วยกัน และนำสติปัญญา ความสามารถ ประสบการณ์ วิทยาการด้านการผลิต และการจัดการที่เหมาะสม เพื่อจัดการให้เกิดการผลิตสินค้า หรือการจำหน่าย หรือการให้บริการแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง (อาทิตย์ วุฒิศะโร, 2543) เป็นผู้ที่มีมองเห็นโอกาสและช่องทางต่างๆแล้วลงมือสร้างธุรกิจของตนเองขึ้นอย่างสร้างสรรค์ ด้วยการลงทุนและจัดทรัพยากรต่างๆ เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการสำเร็จรูปซึ่งอาจเป็นสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ออกสู่ท้องตลาด เพื่อสร้างรายได้แก่ตนเอง (วิฑูรย์ สิมะโชคดี, 2551)

ผู้ที่จะประกอบธุรกิจ ควรเป็นบุคคลที่ยอมรับความเสี่ยงตั้งองค์กรธุรกิจขึ้นมา เพื่อหวังจะได้ผลกำไร ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมคือผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจ ได้มองเห็นโอกาสที่จะทำกำไร โดยการผลิตสินค้าชนิดใหม่ขึ้นมาเสนอขายในตลาดด้วยการนำเอาขบวนการผลิตใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพ ดีกว่าเดิมเข้ามาใช้ หรือด้วยการปรับปรุงองค์กรผู้ประกอบการอุตสาหกรรม เป็นผู้แสวงหาเงินทุน รวบรวมปัจจัยในการผลิตและการจัดการบริหารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นในการสร้างแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการทำวิจัยเรื่องการพัฒนาเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์

6. ความเข้าใจพื้นฐานเพื่อการวิจัยอนาคตเทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR

การวิจัยอนาคตแบบ EDFR คือ การคาดการณ์หรือการพยากรณ์เหตุการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตว่ามีความน่าจะเป็นไปในทิศทางใด เพื่อการเตรียมความพร้อมและรับมือกับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างสมบูรณ์ (อัญชลี เพลินมาลัย, 2556) การวิจัยอนาคตอยู่ที่การสำรวจและศึกษาแนวโน้มที่มีความเป็นไปได้ หรือความน่าจะเป็นมากที่สุด เพื่อหาทางทำให้แนวโน้มที่พึงประสงค์เกิดขึ้น และหาทางป้องกันแนวโน้มที่ไม่พึงประสงค์ (ดวงนภา มกรานุรักษ์, 2554)

เทคนิคการวิจัยแบบ EDFR เป็นเทคนิคการวิจัยที่ได้รับความนิยมในการทำนายอนาคต เป็นเทคนิควิจัยที่พัฒนาขึ้นโดยผสมผสานเทคนิคการวิจัยแบบ EFR (Ethnographic Futures Research) กับเทคนิคการวิจัยแบบ Delphi โดยเริ่มจากการกำหนดและเตรียมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเป็นขั้นตอนที่หนึ่งจากนั้นสัมภาษณ์หรือ EDFR รอบที่ 1 สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เรากำหนดได้และเตรียมไว้เป็นขั้นตอนที่สอง ขั้นตอนที่สาม วิเคราะห์และสังเคราะห์ 1179 ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมารวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำมาสังเคราะห์เพื่อสร้างเป็นเครื่องมือสำหรับทำ Delphi ขั้นตอนที่สอง สร้างแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาทำแบบสอบถาม ขั้นตอนที่ทำ สัมภาษณ์หรือ EDFR รอบที่ 2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาสอบถามผู้เชี่ยวชาญเพื่อยืนยันคำตอบอีกครั้ง ขั้นตอนสุดท้าย เขียนภาพอนาคต (ดวงนภา มกรานุรักษ์, 2554)

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1

1.1 การวิจัยเอกสาร

ผู้วิจัยได้วิจัยเอกสาร (documentary research) โดยการทบทวนแนวความคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ประกอบด้วย การกำหนดอัตมโนทัศน์ของผู้ใช้บริการบริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ (Student) การเสริมสร้างศักยภาพของบริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ (Company) และการจัดการเรียนการสอนและการให้บริการของมหาวิทยาลัยในประเทศสิงคโปร์ (University)

1.2 การวิจัยอนาคต EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) โดยเริ่มจากการกำหนดและเตรียมผู้ให้ข้อมูลหลัก แล้วการสัมภาษณ์ หรือ EDFR รอบที่ 1 ขั้นตอนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล สร้างแบบสอบถาม และขั้นตอนการทำ EDFR รอบที่ 2

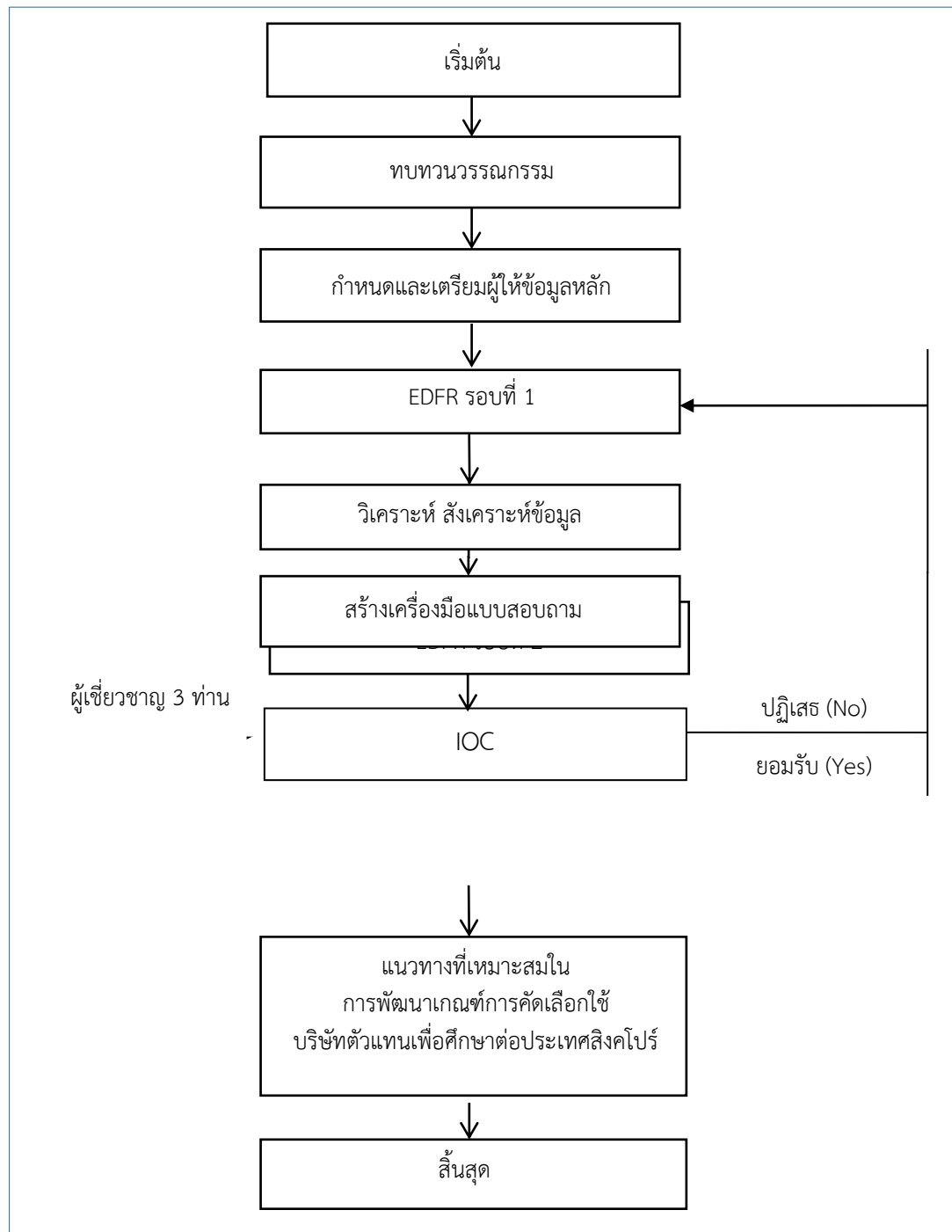
ขั้นตอนที่ 2

2.1 ขั้นตอนการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index Of Item Objective Congruence : IOC) เมื่อผู้วิจัยได้แนวทางการพัฒนาเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์มาจากกระบวนการ EDFR แล้วนั้น นำมาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยวิเคราะห์เนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ถ้าค่า IOC มีค่า 0.5 ขึ้นไป แสดงว่าแนวทางการพัฒนาเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์มีความเหมาะสม และหากได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาแนวทางนั้นใหม่ หรือคัดเลือกออกไป

2.2 ขั้นตอนการสังเคราะห์ขั้นรูปเป็นเกณฑ์

เมื่อผู้วิจัยได้แนวทางการพัฒนาเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์มาจากกระบวนการ EDFR และผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้ว ก็นำมาเรียบเรียงและสรุปเป็นอนาคตภาพแนวทางการพัฒนาเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์

ในการศึกษาเรื่องการพัฒนาเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ ผู้วิจัยได้มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ขั้นตอนในการวิจัย
ที่มา : จากการสรุปประเด็นของผู้วิจัย

สรุปผลการวิจัย

แนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ มีองค์ประกอบ ดังนี้

ด้านที่ 1 ผู้ให้บริการ

ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความเห็นว่าด้านผู้ให้บริการเป็นการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์จำแนกตามประเด็นย่อย คือ 1) เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการในบริษัทตัวแทนควรมีควรเป็นผู้มีบุคลิกภาพที่ดี เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของบริษัทตัวแทนควรมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับการให้บริการ มีความพร้อมที่จะให้บริการทางด้านร่างกายภายนอกที่ไม่เป็นอุปสรรคต่างๆต่อการให้บริการ แต่งกายสุภาพเหมาะสมกับงาน สะอาด ดูดี เป็นที่น่ามองของผู้ที่พบเห็น 2) เจ้าหน้าที่มีความรู้เพียงพอต่อการให้บริการ เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้เกี่ยวกับการให้บริการ และควรมีความรู้ในส่วนของคุณสมบัติที่จะให้ลูกค้า ทั้งในส่วนของการเป็นบริษัทตัวแทน การติดต่อกับมหาวิทยาลัยเพื่อศึกษาต่อ การทำวีซ่า การติดต่อห้องพัก ตลอดจนชีวิตความเป็นอยู่ในสิงคโปร์ที่มากเพียงพอที่จะถ่ายทอดให้กับลูกค้าได้ โดยต้องมีทักษะการถ่ายทอด และการใช้ภาษาอังกฤษที่ดีพอที่จะสื่อสารกับเจ้าหน้าที่จากทางสิงคโปร์ได้ 3) เจ้าหน้าที่อัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส ยินดีให้บริการ เจ้าหน้าที่ควรมีความพร้อมที่จะให้บริการทั้งร่างกายและจิตใจ ความอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าเลือกใช้บริการกับบริษัทตัวแทน 4) เจ้าหน้าที่พูดจาสุภาพ ไพเราะ เจ้าหน้าที่ควรยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาสุภาพ ไพเราะ อ่อนหวาน ให้ข้อมูลอย่างครบถ้วน ใจเย็น ไม่กระซอกโฮกฮาก หรือแสดงอาการรีบร้อน ไม่พอใจใส่ลูกค้า ยินดีรับฟังทุกข้อคำถามของลูกค้าและตอบคำถามจนคลายความสงสัยและความกังวล

ด้านที่ 2 ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความเห็นว่าด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ เป็นการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์จำแนกตามประเด็นย่อย 1) เรียกเก็บค่าใช้บริการที่เป็นธรรม เหมาะสม กับบริการที่ได้รับ 2) บริษัทตัวแทนไม่ควรเรียกเก็บค่าใช้บริการ บริษัทตัวแทนไม่ควรเก็บค่าใช้จ่ายอื่นๆเพิ่มเติมนอกเหนือจากรายจ่ายจริงที่ต้องจ่ายสำหรับการศึกษาต่อ (ไม่ต้องจ่ายค่าเชอร์วิสชาร์ตให้บริษัทตัวแทน) เพราะปัจจุบันบริษัทตัวแทนทั่วไปไม่เก็บค่าใช้จ่ายส่วนนี้แล้ว โดยบริษัทตัวแทนจะมีรายได้จากมหาวิทยาลัยหลังจากการส่งนักศึกษาไปศึกษาต่อแล้ว 3) มีวิธีชำระค่าบริการหลายแบบ เพราะลูกค้ามีความหลากหลาย ควรเพิ่มช่องทางการชำระเงินให้หลากหลายเช่นเดียวกัน เช่น จ่ายเงินสด จ่ายผ่านธนาคาร โอนเงิน หรือผ่านบัตรเครดิต เพื่อความสะดวกสบายของลูกค้าในการชำระค่าบริการ

ด้านที่ 3 สถานที่ตั้งของบริษัทตัวแทน

ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความเห็นว่าด้านสถานที่ตั้งบริษัทตัวแทน เป็นการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ 1) บริษัทตัวแทนควรตั้งอยู่ในบริเวณที่สามารถเดินทางติดต่อได้สะดวก บริษัทตัวแทนควรตั้งอยู่ในบริเวณที่พบเห็นได้ง่ายจากคนทั่วไป สามารถเดินทางไปมาได้อย่างสะดวก สามารถเดินทางผ่านรถไฟฟ้าได้ หรือหากเดินทางโดยรถส่วนตัวก็ควรจะสามารถเดินทางง่ายทั้งในกรุงเทพฯ และในเมืองใหญ่ เพราะหากลูกค้าต้องเดินทางไปติดต่อหลายครั้งก็จะเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น 2) บริษัทตัวแทนควรมีที่จอดรถให้บริการ เมื่อลูกค้าเดินทางมายังบริษัทตัวแทนด้วยรถส่วนตัว สถานที่ตั้งของบริษัทตัวแทนควรจอดรถได้ หรือมีบริเวณสำหรับจอดรถให้ลูกค้าเพื่อความสะดวกสบาย

ด้านที่ 4 บรรยากาศของบริษัทตัวแทน

ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความเห็นว่าด้านบรรยากาศของบริษัทตัวแทนเป็นการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ มีเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์จำแนกตาม

ประเด็นย่อย คือ 1) ภายในตกแต่งสวยงาม น่าประทับใจ บรรยากาศเป็นสิ่งที่ลูกค้าสัมผัสเมื่อเข้ามาในบริษัท ตัวแทน หากภายในบริษัทตัวแทนสวยงาม ทันสมัย ตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์เรียบๆ ที่เข้ากัน มีป้ายชื่อบริษัท ตัวแทน อุณหภูมิและแสงไฟพอเหมาะ ก็จะทำให้ลูกค้าประทับใจเป็นส่วนที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริษัทตัวแทน เพราะหากบริษัทตัวแทนโหมร เก่า ไม่เจริญตา ก็จะทำให้ความน่าเชื่อถือของบริษัทตัวแทนลดลง 2) สะอาด น่าเข้าใช้บริการ ความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญมากของสำนักงานทุกที่ รวมไปถึงบริษัทตัวแทนด้วย ไม่ควรมีขยะอยู่ในบริษัทนอกเหนือจากในถังขยะ และทำความสะอาดโต๊ะ เก้าอี้ และพื้นห้องเป็นประจำทุกวันเพื่อความสะอาด น่าใช้บริการ 3) มีมุมบริการต่างๆ เป็นสัดส่วน บริษัทตัวแทนควรมีมุมบริการต่างๆ แบ่งเป็นสัดส่วน เช่น ห้องทำงานพนักงาน ส่วนรับลูกค้า มุมวางเอกสารข้อมูลและเกียรติบัตรผลงาน ของบริษัทตัวแทน และมุมสำหรับสอบวัดผลภาษาอังกฤษ โดยควรจัดสัดส่วนให้สวยงาม เหมาะสมกับกิจกรรมนั้นๆ เพื่อความสะดวกในการให้บริการ

ด้านที่ 5 ช่องทางการให้บริการ

ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความเห็นว่าด้านช่องทางการให้บริการ เป็นการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ มีเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์จำแนกตามประเด็นย่อย คือ 1) การเดินทางมาด้วยตนเองของลูกค้า การเดินทางมาด้วยตนเองของลูกค้าเป็นช่องทางแรกที่ลูกค้าจะมาสามารถติดต่อกับบริษัทตัวแทนได้อย่างใกล้ชิด สามารถติดต่อสอบถามและได้รับบริการที่ดีอย่างใกล้ชิด ผู้ให้บริการสามารถสร้างความน่าเชื่อถือของบริษัทตัวแทนได้จากสถานที่ บรรยากาศ และบุคลากรที่ให้บริการแก่ลูกค้าจากช่องทางนี้เป็นอย่างมาก 2) การให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เป็นอีกช่องทางที่เข้าถึงได้ง่ายในยุคปัจจุบัน และเป็นที่ได้รับความนิยมจากวัยรุ่น ทั้งจากทางอีเมล ทางเว็บไซต์ที่มีกระดานข่าวให้โต้ตอบได้ และเฟสบุ๊คแฟนเพจ โดยบริษัทตัวแทนควรสร้างช่องทางการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตให้ทันสมัย และลงโฆษณาเพื่อให้ลูกค้าเห็นมากยิ่งขึ้น 3) การให้บริการผ่านโทรศัพท์ เป็นช่องทางที่สะดวก รวดเร็ว สามารถโต้ตอบกันได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยในอนาคตอาจเพิ่มช่องทางไลน์ต่อไป เพื่อความสะดวกในการติดต่อเพื่อช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริษัทตัวแทน

ด้านที่ 6 การให้บริการ

ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความเห็นว่าด้านการให้บริการ เป็นการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ มีเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์จำแนกตามประเด็นย่อย คือ 1) ผู้ใช้บริการควรได้รับการบริการที่ดี ลูกค้าควรได้รับการที่ดีจากพนักงานในทุกส่วนของการให้บริการไม่ว่าจะเป็นทางอินเทอร์เน็ต ทางโทรศัพท์ หรือทางสำนักงาน หากลูกค้ามาพบที่สำนักงานควรต้อนรับอย่างเต็มที่ เชิญให้นั่งและเสิร์ฟน้ำให้ลูกค้า 2) ผู้ใช้บริการได้รับคำแนะนำอย่างจริงใจ ถูกต้อง ไม่ว่าลูกค้าจะสอบถามอะไรเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่สิงคโปร์ เจ้าหน้าที่ควรให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง เต็มใจ ใจกว้างเพราะ อ่อนหวาน สุภาพกับลูกค้า 3) สามารถทำให้ผู้ใช้บริการได้ศึกษาต่อตรงตามความต้องการ เมื่อลูกค้าแลกเปลี่ยนข้อมูลกับบริษัทตัวแทนถึงความต้องการในการศึกษาต่อแล้ว บริษัทตัวแทนควรให้คำแนะนำและดำเนินการให้ลูกค้าได้เรียนในสาขาที่ต้องการ และมหาวิทยาลัยที่ลูกค้าต้องการ หรือหากมีความติดขัดใดๆ ก็ควรมีข้อแนะนำที่จะสามารถเป็นแนวทางที่จะทำให้ลูกค้าสามารถเรียนต่อในสาขาที่ต้องการหรือสาขาใกล้เคียงได้ 4) ผู้ใช้บริการได้รับการบริการอย่างรวดเร็ว ทั้งส่วนของการติดต่อสอบถาม การดำเนินการ และการติดตามผล ลูกค้าย่อมต้องการได้รับความรวดเร็ว

ด้านที่ 7 การส่งเสริมการให้บริการ

ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความเห็นว่าด้านการส่งเสริมการให้บริการ เป็นการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ มีเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์จำแนกตามประเด็นย่อย คือ 1) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ เป็นการส่งเสริมการให้บริการที่เป็นที่นิยมและได้ผลดีมาก

ในยุคปัจจุบัน ควรมีการโฆษณาบริษัทตัวแทนผ่านเว็บไซต์ 2) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านงานประชุมวิชาการ หรือ งานมหกรรมการศึกษาต่างๆ ที่เป็นการรวมตัวกันของเผยแพร่ข้อมูลในการศึกษาต่อ เพื่อให้ผู้ที่สนใจจะไปศึกษาต่อได้พบกับบริษัทตัวแทนเพื่อสอบถามข้อมูลและพิจารณาเปรียบเทียบก่อนตัดสินใจ หากบริษัทตัวแทนมาร่วมจัดแสดงในงานเหล่านี้ ก็จะทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น 3) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดงานสัมมนา บริษัทตัวแทนควรมีการจัดสัมมนาให้ผู้สนใจจะไปศึกษาต่อที่ประเทศสิงคโปร์เข้าร่วมโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นการให้ข้อมูลและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทตัวแทน

ด้านที่ 8 ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทตัวแทน

ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความเห็นว่าด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทตัวแทนเป็นการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ มีเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ จำแนกตามประเด็นย่อย คือ 1) บริษัทตัวแทนควรมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับจากคนทั่วไปหรือได้รับรางวัลการันตีจากหน่วยงานต่างๆ การทำธุรกิจตัวแทนนั้นต้องติดต่อประสานงานกับหลายหน่วยงาน หากบริษัทตัวแทนเป็นที่รู้จักและยอมรับจากหน่วยงานในประเทศไทยและในประเทศสิงคโปร์ก็จะทำให้มีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น เช่น ได้รับรางวัลจากมหาวิทยาลัยในประเทศสิงคโปร์ ได้รับเชิญไปเป็นวิทยากรในงานประชุมการศึกษา ฯลฯ และเมื่อได้รับรางวัลต่างๆ ก็ควรแสดงให้เห็นให้ผู้อื่นทราบ เช่น แสดงผลงานในบริษัทตัวแทน ประกาศลงในเว็บไซต์ของบริษัทตัวแทน ฯลฯ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทตัวแทนและผลักดันให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนยิ่งขึ้น 2) มีผู้เคยไปศึกษาต่อผ่านบริษัทตัวแทน ควรมีหลักฐานว่าเคยมีผู้ไปศึกษาต่อผ่านบริษัทตัวแทนมาแล้ว อาจจะเป็นรายชื่อ รูปภาพ หรือเป็นวิดีโอบอกเล่าเรื่องราวประสบการณ์ของผู้ที่เคยไปศึกษาต่อที่สิงคโปร์ผ่านบริษัทตัวแทน โดยแสดงให้เห็นให้ผู้อื่นทราบทางช่องทางต่างๆ เช่น ประกาศลงในเว็บไซต์ของบริษัทตัวแทน ฯลฯ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัทตัวแทนและผลักดันให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนยิ่งขึ้น

ด้านที่ 9 การประสบความสำเร็จของศิษย์เก่า

ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความเห็นว่าด้านการประสบความสำเร็จของศิษย์เก่า เป็นการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ มีเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์จำแนกตามประเด็นย่อย คือ 1) บริษัทตัวแทนควรมีข้อมูลของผู้ใช้บริการที่จบการศึกษาแล้ว โดยบันทึกไว้เป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับบริษัทตัวแทน และเพื่อติดตามผลขณะศึกษาต่อและจบการศึกษาไปแล้ว 2) ติดตามผลความสำเร็จของนักศึกษาที่ไปศึกษาต่อที่ประเทศสิงคโปร์ บริษัทตัวแทนควรติดตามผลนักศึกษาผู้ใช้บริการหลังจากสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีแล้วว่าทำงานหรือศึกษาต่อที่ใด เพื่อเป็นการตอกย้ำความสำเร็จของผู้ใช้บริการที่เลือกไปศึกษาต่อที่ประเทศสิงคโปร์ผ่านบริษัทตัวแทนและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าคนอื่นๆ ต่อไป

การอภิปรายผล

การวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการบริษัทตัวแทนมีความคาดหวังต่อบริษัทตัวแทนที่จะอำนวยความสะดวกในการศึกษาต่อที่ประเทศสิงคโปร์โดยพิจารณาเลือกจากหลายด้านเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งหากยึดเกณฑ์การคัดเลือกบริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์นี้ไปปรับปรุงและพัฒนาในทุกๆ ด้านแล้วก็จะสามารถสร้างประสิทธิภาพในการให้บริการของบริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อได้ดียิ่งขึ้น ผลการศึกษาและพัฒนาเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ สามารถสรุปเป็นแนวทางแต่ละด้านได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านผู้ที่ให้บริการ เป็นปัจจัยนำเข้า (input) ที่สำคัญอย่างหนึ่งในการประกอบการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ โดยหากเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี มีความรู้เพียงพอต่อ

การให้บริการ อรรถาจารย์ ยิ้มแย้มแจ่มใส ยินดีให้บริการ พุดจาสุภาพ ไพเราะ ยินดีรับฟังทุกข้อคำถามของลูกค้า และตอบคำถามจนคลายความสงสัยและความกังวล ก็จะสร้างความประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ กฤติกา ปวีณวิทย์โชติ (2554) ที่กล่าวว่า “นักศึกษาให้ความสำคัญสูงสุดด้านบริการ รองลงมาคือราคา”

2. ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ก็เป็นปัจจัยนำเข้า (input) ที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการบริษัท ตัวแทน โดยหากบริษัทตัวแทน เรียกเก็บค่าใช้บริการที่เป็นธรรม เหมาะสม กับบริการที่ได้รับ หรือไม่เรียกเก็บค่าใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของศุภกร พรหมวิจิตร (2549) ที่ว่า “ด้านปัจจัยทางด้านราคา (Price) เอะ เจนซีต้องมีค่าโครงการที่มีราคาถูกกว่าบริษัทอื่น เพราะค่าโครงการก็เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม ดังนั้นเอเจนซีควรจะให้ความสำคัญในเรื่องราคาค่าโครงการ เพราะนักศึกษาจะนำมาเปรียบเทียบกับว่าเอเจนซีใดมีค่าโครงการที่ถูกกว่ากันเพื่อที่จะได้มีต้นทุน” และ “ที่สำคัญคือเรื่องค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นประเด็นหลัก และเป็นปัญหาในหลายคนซึ่งปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจยังไม่สู้ดีนัก ผู้ปกครองบางท่านจึงไม่มั่นใจว่าเมื่อส่งบุตรหลาน ไปศึกษาต่อต่างประเทศได้หรือไม่” ลูกค้าหรือผู้ปกครองจึงให้ความสำคัญกับเรื่องค่าใช้จ่าย ตลอดจนมีวิธีชำระค่าบริการหลายแบบ เพื่อความสะดวกสบายแก่ลูกค้าก็จะทำให้ลูกค้าพร้อมที่จะจ่ายยิ่งขึ้นเพราะลูกค้าที่เลือกใช้บริการนั้นมีกำลังซื้อสูง และต้องการบริการที่ดีเพื่อแลกกับค่าใช้จ่ายที่เสียไปสอดคล้องกับความคิดเห็นของธนัช สัมฤทธิ์ และคณะ (2558) ที่ว่า “ความต้องการซื้อก็อาจขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภคและถ้าผู้บริโภคมีรายได้สูงขึ้นก็มีแนวโน้มที่จะบริโภคสินค้าราคาแพงมากขึ้น”

3. สถานที่ตั้งของบริษัทตัวแทน ถือเป็นปัจจัยนำเข้า (input) ที่ส่งผลต่อการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทน เพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ โดยหากบริษัทตัวแทนควรตั้งอยู่ในบริเวณที่สามารถเดินทางติดต่อได้สะดวก และมีที่จอดรถให้บริการ ก็จะทำให้ลูกค้าประทับใจในการเลือกใช้บริการยิ่งขึ้น เพราะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มคนที่ค่อนข้างมีฐานะ ซึ่งมักมีรถส่วนตัวในการเดินทางมาด้วยตนเอง

4. บรรยากาศของบริษัทตัวแทน เป็นปัจจัยนำเข้า (input) ในการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ โดยหากภายในบริษัทตัวแทนตกแต่งสวยงาม ก็จะสร้างความประทับใจให้ลูกค้า สะอาด น่าใช้บริการ และมีมุมบริการต่างๆเป็นสัดส่วน

5. ช่องทางการให้บริการ เป็นกระบวนการ (process) ของบริษัทตัวแทนในการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ของลูกค้า เพราะลูกค้าสามารถรับบริการจากการเดินทางมาด้วยตนเองของลูกค้า การให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และการให้บริการผ่านโทรศัพท์

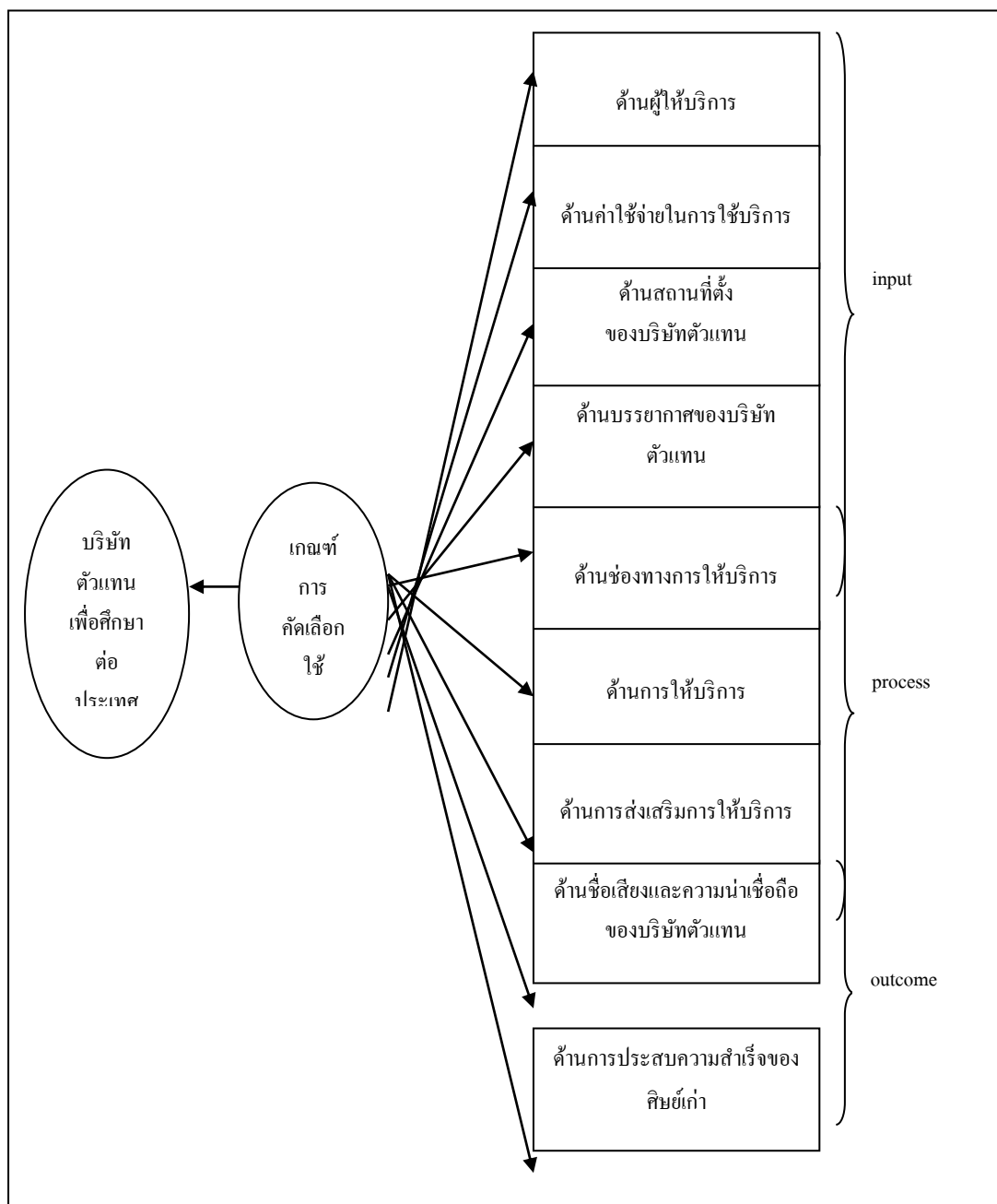
6. การให้บริการ เป็นกระบวนการ (process) ของบริษัทตัวแทนในการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ของลูกค้า เพราะการบริการที่ดี ให้คำแนะนำอย่างจริงจัง ถูกต้อง และสามารถทำให้ผู้ใช้บริการได้ศึกษาต่อตรงตามความต้องการ อย่างรวดเร็ว ย่อมทำให้ลูกค้าประทับใจและเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับ สุจิรา เทพยา (2555) ที่ว่า “ปัจจัยกระบวนการให้บริการมีระดับอิทธิพลมาก พบว่าควรมีการติดตามให้ข้อมูลผู้เข้าร่วมโครงการอย่างสม่ำเสมอ และมีความรวดเร็วในกระบวนการติดต่อและประสิทธิภาพในการติดตามผล”

7. การส่งเสริมการให้บริการ เป็นกระบวนการ (process) ของบริษัทตัวแทนในการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ของลูกค้า เพราะเป็นการทำให้ลูกค้ารู้จักและเลือกใช้บริการหากประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภกร พรหมวิจิตร (2549) ที่ว่า “ด้านปัจจัยทางการส่งเสริมการขาย (Promotion) เอะเจนซีต้องมีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต เพราะการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตจะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อต่างประเทศ เพราะอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่นักศึกษาใช้กันอย่างแพร่หลายและมีความสำคัญในปัจจุบัน” มีการส่งเสริมงานให้บริการโดยการไปเข้าร่วมงานประชุมวิชาการ หรืองานมหกรรมการศึกษาต่างๆ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดงานสัมมนา ก็จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท

ตัวแทนยิ่งขึ้น และภาพลักษณ์เหล่านี้ก็จะทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในบริษัทตัวแทนตามมา เกิดความน่าเชื่อถือ สร้างผลลัพธ์ (outcome) ที่ดีตามมา

8. ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทตัวแทน เป็นผลลัพธ์ (outcome) ที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ เมื่อบริษัทตัวแทนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับจากคนทั่วไปหรือได้รับรางวัลการันตีจากหน่วยงานต่างๆ ก็จะทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นและเลือกใช้บริการบริษัทตัวแทนมากยิ่งขึ้น หรือการที่มีผู้เคยไปศึกษาต่อผ่านบริษัทตัวแทน

9. ด้านการประสบความสำเร็จของศิษย์เก่า เป็นผลลัพธ์ (outcome) ที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ การที่บริษัทตัวแทนควรมีข้อมูลของผู้ใช้บริการที่จบการศึกษาแล้วและติดตามผลความสำเร็จของนักศึกษาที่ไปศึกษาต่อที่ประเทศสิงคโปร์ ก็ช่วยสร้างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทตัวแทน (ข้อ 8) เช่นเดียวกัน



ภาพที่ 3 สรุปเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์

ที่มา : จากการสรุปประเด็นของผู้วิจัย

จากภาพที่ 3 สามารถอธิบายได้ว่าการเลือกศึกษาต่อที่ประเทศสิงคโปร์นั้นสามารถพิจารณาได้จากเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ โดยพิจารณาจากทั้ง 9 ด้าน ซึ่งในส่วนของปัจจัยนำเข้า (input) นั้น ประกอบไปด้วย ด้านผู้ที่ให้บริการ ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ด้านสถานที่ตั้งของบริษัทตัวแทน และด้านบรรยากาศของบริษัทตัวแทน ในส่วนของกระบวนการ (process) นั้น ประกอบไปด้วย ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการให้บริการ และในส่วนของผลลัพธ์ (outcome) นั้น ประกอบไปด้วย ด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทตัวแทน และด้านการประสบความสำเร็จของศิษย์เก่า โดยทุกๆด้านนั้นล้วนมีความสำคัญและส่งผลต่อการคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ทั้งสิ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ผู้ประกอบการควรนำเกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาคุณภาพของบริษัทตัวแทน เนื่องจากลูกค้าให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของบริษัทตัวแทนเป็นหลัก พนักงานจึงควรมีความรู้และพร้อมให้บริการเต็มที่ มีการให้บริการที่ดีเลิศ ผู้ให้บริการควรมี **Service Mind** ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของงานบริการและควรสร้างความน่าเชื่อถือของบริษัททั้งบรรยากาศในสำนักงานที่ดี สามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ สถานที่ตั้งที่เดินทางสะดวก มีที่จอดรถ สามารถติดต่อได้หลายช่องทางทั้งการเดินทางมาเอง ทางอินเทอร์เน็ต และทางโทรศัพท์ มีตอบรับของลูกค้าที่เคยมาใช้บริการหรือข้อมูลที่แสดงว่าเคยมีผู้ไปศึกษาต่อต่างประเทศผ่านบริษัทตัวแทนแล้วประสบความสำเร็จอย่างไร ตลอดจนกำหนดค่าบริการอย่างเหมาะสม หากผู้ประกอบการธุรกิจบริษัทตัวแทนเลือกใช้เกณฑ์การคัดเลือกใช้บริษัทตัวแทนเพื่อศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจ ย่อมได้รับความสนใจจากลูกค้าและเพิ่มผลประกอบการที่ดีให้กับบริษัทตัวแทนอย่างแน่นอน

2. ผู้ประกอบการบริษัทตัวแทนควรคำนึงถึงศักยภาพของบริษัทตัวแทนของตนเองในการเลือกปรับปรุงบริษัทตัวแทนในการศึกษาต่อประเทศสิงคโปร์ เพราะแต่ละบริษัทตัวแทนมีข้อจำกัดที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยอาจศึกษาเกี่ยวกับบริษัทตัวแทนรวม หรือบริษัทตัวแทนของประเทศอื่นๆ

2. ผู้วิจัยควรศึกษาครอบคลุมถึงกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการบริษัทตัวแทน เพื่อศึกษาแนวคิดและค่านิยมของคนกลุ่มอื่นๆ เพื่อนำมาปรับปรุง พัฒนาบริษัทตัวแทน เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า ขยายตลาดไปในกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่

3. ผู้วิจัยควรขยายกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักไปศึกษาในระดับการศึกษาอื่นๆที่ไม่ใช่เพียงแต่ระดับอุดมศึกษาเท่านั้น อาจศึกษาตั้งแต่ระดับอนุบาล หรือประถมศึกษา ว่าผู้ปกครองสนใจส่งบุตรหลานไปศึกษาต่อที่ประเทศสิงคโปร์หรือไม่ เพราะเหตุใด

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กฤติกา ปวีณวิทย์โชติ. (2554). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาในการเลือกบริษัทเพื่อเข้าร่วมโครงการ Work and Travel in USA.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กุลชลี ไชยนันตา. (2539). **กระบวนการตัดสินใจ**. กรุงเทพฯ: ประยูรวงศ์.
- กองบรรณาธิการเอกสิทธิ์ บัศ. (2550). **รู้ไว้ก่อนไปเป็น“นักเรียนนอก”**. กรุงเทพฯ: เอกสิทธิ์บุศ.
- เฉลิมศักดิ์ อธิปัญญาสุชาติ. (2558). **มาตรฐานการศึกษาสิงคโปร์**. เข้าถึงเมื่อ 28 มกราคม. เข้าถึงได้จาก www.riansingapore.com
- ดวงนภา มกรานุรักษ์. (2554). “อนาคตภาพการอาชีวศึกษาไทยในทศวรรษหน้า (พุทธศักราช 2554-2564).” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ถนอมศักดิ์ จิรายุสสวัสดิ์. (2556). **สิงคโปร์ เสือธุรกิจแห่งอาเซียน**. กรุงเทพฯ: ปราณี.
- ธนัช สัมฤทธิ์ และคณะ. (2558). **การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้คอนแทคเลนส์ของนักเรียนพะเยาพิทยาคม**. เข้าถึงเมื่อ 29 มกราคม. เข้าถึงได้จาก [research contactlens.wordpress.com](http://research.contactlens.wordpress.com)
- ประสพชัย พสุน. (2555). **การวิจัยการตลาด**. กรุงเทพฯ : ท้อป.
- พยนต์ งามทอง. (2552). “การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการเรียนรู้แบบคลัสต์ของโรงเรียนขนาดเล็กสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสุพรรณบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประเมินการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ไพบุลย์ สีนารัตน์ และคณะ. (2556). **วิกฤติการศึกษา : ทางออกที่รอการแก้ไข**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์.
- วิชัย บำรุงศรี. (2550). “การพัฒนาเกณฑ์ประเมินหลักสูตรสถานศึกษา โรงเรียนจิระประวัตินวิทยาเขต นครสวรรค์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประเมินการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิฑูรย์ สิมะโชติ. (2542). **SMEs เสาหลักของอุตสาหกรรมกัญชา**. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี.ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศุภกร พรหมวิจิตร. (2549). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Work&Travel in USA ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุจิรา เทพยา. (2555). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเวิร์ค แอนด์ ทราเวล ในประเทศสหรัฐอเมริกาของนักศึกษามหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550 – 2554) การพัฒนาคุณภาพของคน และสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้**. เข้าถึงเมื่อ 22 มกราคม 2558. เข้าถึงได้จาก www.nesdb.go.th/

portals/o/news/plan/p10/book

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2540). **วิวัฒนาการของนักเรียนทุนเล่าเรียนหลวงและนักเรียน
ทุนรัฐบาล**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2552). **รายงานการวิจัยเรื่อง ภาพการศึกษาไทยในอนาคต 10-20 ปี**.
กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.

อัญชลี เพลินมาลัย. (2556). “การศึกษาแนวทางในการพัฒนาพิพิธภัณฑ์เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิต
กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์ประวัติการพยาบาลไทยคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.”

วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อาทิตย์ วุฒิเคโร. (2543). “อุดมศึกษากับการสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการ.” **จุฬาลงกรณ์ปริทัศน์** 12,
46 (มกราคม- มีนาคม): 39-48.

ภาษาต่างประเทศ

Armstrong, J. Scott (1991). “Prediction of consumer Behavior by Experts and Novices” **Journal
of Consumer Research (Journal of Consumer Research Inc.)** 18: 251-256.

Kuester Sabine. (2012). “MKT 301: Marketing & Marketing in Specific Industry Contexts.”
University of Mannheim.

Schiffman, L.G., and L.L. Kanuk. (1994). **Consumer behavior**. 5th ed. Englewood Cliffs, N. J. :
Prentice-Hall.