

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย

Influencing Factors for Chinese Students to Choose Private Universities in
Bangkok and Its Surrounding Areas for Undergraduate Study



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย

Influencing Factors for Chinese Students to Choose Private Universities
in Bangkok and Its Surrounding Areas for Undergraduate Study



**BANGKOK
UNIVERSITY**

Yang Xiaofeng

THE CREATIVE UNIVERSITY

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2565

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย

ผู้วิจัย Yang Xiaofeng



ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.สุมนา ธีรกิตติกุล

ผู้เชี่ยวชาญ

ดร.รพีสร เพ็องเกษม

BANGKOK
UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY

Yang Xiaofeng. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กรกฎาคม 2566, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย (49 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.สุมนา ธีรภักดีกุล

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาจีน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย และปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทยของนักศึกษาจีนที่มาจาก ต่างมณฑล เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างได้จากวิธีการสุ่มตัวอย่าง ตามสะดวก จำนวน 373 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และทำการเก็บข้อมูลส่วนเสริมจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 4 คน ตำแหน่ง อาจารย์ผู้สอน 1 ท่าน และเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกนักศึกษาจีน 3 ท่าน จากวิทยาลัยนานาชาติ ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สำเร็จการศึกษาก่อนศึกษาระดับ มหาวิทยาลัยในสาขาวิชาศิลปศาสตร์ ส่วนใหญ่มาจากมณฑลกว่างสี อาศัยอยู่ในประเทศไทยนานกว่า มากกว่า 4 ปี เกือบทั้งหมดมีแหล่งทุนการศึกษาเป็นทุนส่วนตัว และส่วนใหญ่มีรายได้ที่รับต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกศึกษาต่อ พบว่า มีความสำคัญมากทุกปัจจัย โดย ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญในภาพรวมสูงสุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร นักศึกษาจีนจากซานตงให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย/ทำเลที่ตั้งด้านการส่งเสริมการตลาด/การประชาสัมพันธ์ นักศึกษาจีนจากปักกิ่งให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจด้วย ปัจจัยด้านราคา/ค่าใช้จ่าย นักศึกษาจีนจากปักกิ่งให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจด้วยปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และนักศึกษาจีนจากกวางตุ้งให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจด้วย ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ

คำสำคัญ: นักศึกษาจีน, การเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเอกชน, กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Yang, X. Master of Business Administration, July 2023, Graduate School,
Bangkok University.

Influencing Factors for Chinese Students to Choose Private Universities in Bangkok
and Its Surrounding Areas for Undergraduate Study (49 pp.)

Advisor: Sumana Theerakittikul, Ph.D.

ABSTRACT

The purpose of this study is to take Chinese international students as a research sample to explore the influencing factors that influence Chinese students to choose private universities in Bangkok and its surrounding areas to study for bachelor's degree programs. In this study, the questionnaire was used as a tool for data collection. In terms of selecting research samples, the author adopted a random sampling method, selected a total of 373 questionnaires as samples, and Descriptive statistics such as mean and standard deviation were performed on the data. There are additional data collected through interviews with 4 key informants, 1 faculty member, and 3 departmental assistants from the International Faculty.

The results of the study showed that most of the samples were female. They all completed pre-university studies in the liberal arts before coming to Thailand for undergraduate studies. Most of them are from Guangxi and have lived in Thailand for more than 4 years. The source of tuition fees is almost all personal assets, and most of them earn more than 15,000 baht per month. All factors that influence the choice of study are very important. Overall the highest influencing factor is the personal factor. Chinese students from Shandong attach importance to publicity factors, including publicity channel factors, publicity promotion locations, and public relations. Chinese students from Beijing value the price factor, not only that, they also prioritize their ideas and the process of choosing a school. As for students from Guangdong, they value their ideas and other people's suggestions.

*Keywords: Chinese Students Studying Abroad, Choosing to Study in Private Universities,
Bangkok and Its Surrounding Areas*

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.สุมนา อีริกิตติกุล อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งได้ให้ความรู้การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัย งานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดีรวมถึงอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้และสามารถนำวิชาการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมาไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณอาจารย์วิภาพร เลิศสุขสถาพร ที่สนับสนุนการเขียนรายงานการค้นคว้าอิสระของดิฉันและให้คำแนะนำอย่างไม่เหน็ดเหนื่อย

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัย วิทยาลัย และ International Affairs Office ผู้บริหาร ครูอาจารย์ และเจ้าหน้าที่สำหรับความช่วยเหลือตลอดระยะเวลาการศึกษา ซึ่งทำให้การเรียนและชีวิตในระดับปริญญาโทของดิฉันราบรื่นและตอบสนอง

ขอขอบคุณขอบคุณบิดา มารดา น้องชาย และคุณ Wang Yue สำหรับการสนับสนุน และให้ความเข้าใจในการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของข้าพเจ้า

ขอขอบคุณเพื่อน อาจารย์ลลิตา รักวิจัย น.ส.รติกา ทัดจันทร์, น.ส.บุณทริกา พึ่งเศรษฐ์ดี และ น.ส.นาถดา จินณาภรณ์ ขอขอบคุณที่ให้สัมภาษณ์ ให้กำลังใจ และให้คำแนะนำ

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ รอบตัวทุก ๆ คนที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจ

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่สละเวลา และขอบคุณสำหรับข้อเสนอแนะของทุกท่านซึ่งเป็นส่วนสำคัญของความสำเร็จในการจัดทำ การค้นคว้าอิสระครั้งนี้

Yang Xiaofeng

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ	2
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.5 ระเบียบวิธีวิจัย	3
1.6 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 บริบทในการจัดการศึกษาสำหรับนักศึกษาชาวจีนของมหาวิทยาลัยเอกชน	4
2.2 แนวคิดส่วนผสมการตลาด 7P's	5
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.4 กรอบแนวคิด	9
บทที่ 3 วิธีดำเนินการ	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	10
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	11
3.3 วิธีการสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	12
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	12
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	14
4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย	17
4.3 ผลการสัมภาษณ์	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	27
5.2 อภิปรายผล	29
5.3 ข้อเสนอแนะ	30
บรรณานุกรม	32
ภาคผนวก	34
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	35
ภาคผนวก ข คุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	44
ภาคผนวก ค รูปภาพการสัมภาษณ์	46
ประวัติผู้เขียน	49

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 4.1:	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกเพศ	14
ตารางที่ 4.2:	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกอายุ	14
ตารางที่ 4.3:	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาก่อนศึกษา ระดับมหาวิทยาลัย	15
ตารางที่ 4.4:	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกภูมิลำเนาของนักศึกษาชาวจีนระบุตาม มณฑล	15
ตารางที่ 4.5:	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย	16
ตารางที่ 4.6:	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกแหล่งเงินทุนในการศึกษาของนักศึกษา	16
ตารางที่ 4.7:	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกรายได้ที่ได้รับต่อเดือน	17
ตารางที่ 4.8:	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อ ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล ประเทศไทย ด้านผลิตภัณฑ์	17
ตารางที่ 4.9:	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อ ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านราคา/ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	19
ตารางที่ 4.10:	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อ ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล ประเทศไทย ด้านช่องทางจัดจำหน่าย/ทำเลที่ตั้งของ มหาวิทยาลัย	19
ตารางที่ 4.11:	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อ ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านการส่งเสริมการตลาด/การประชาสัมพันธ์ของ มหาวิทยาลัย	20
ตารางที่ 4.12:	ระดับความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อ ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล ประเทศไทย ด้านบุคลากร	21

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.13: ระดับความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านกระบวนการ	22
ตารางที่ 4.14: ระดับความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านกายภาพและการนำเสนอ	23



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

สารบัญภาพ

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

หน้า

9



**BANGKOK
UNIVERSITY**

THE CREATIVE UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ความเป็นสากล (Internationalization) เป็นเป้าหมายที่ก้าวหน้าของมหาวิทยาลัยในประเทศไทย โดยการพัฒนาการสอนและการเรียนรู้ในโปรแกรมปริญญาตรีให้เป็นโปรแกรมนานาชาติ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานที่ต้องการบุคลากรที่มีความรู้ ปรับปรุงความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ มหาวิทยาลัยที่เสนอโปรแกรมนานาชาติจึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับนักศึกษา และช่วยขยายขนาดตลาดให้กับนักศึกษานานาชาติที่ต้องการศึกษาในประเทศไทย โดยเฉพาะนักศึกษาจีนที่มาเรียนปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย

ประเทศจีนได้เปิดประเทศในปี ค.ศ. 1978 หรือ พ.ศ. 2521 กว่าสองทศวรรษที่ผ่านมา และนำมากำหนดเป็นนโยบายการปฏิรูปเศรษฐกิจตามนโยบายสี่ประการของเติ้งเสี่ยวผิง โดยมีการปรับปรุงทางการเงินของประเทศและสร้างเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ทำให้การพัฒนาทั่วไปในจีนเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ผลให้คุณภาพชีวิตของคนจีนดีขึ้น ครอบครัวชาวจีนรุ่นใหม่ที่มีลูกเดียวเพิ่มรายได้และทรัพย์สิน ทำให้คนจีนใช้เงินเพิ่มขึ้นเพื่อการดำเนินชีวิตที่ดีกว่าก่อน ในขณะที่จีนยังไม่มีสถาบันการศึกษาเพียงพอตอบสนองความต้องการของนักเรียนและผู้ปกครอง จึงเป็นโอกาสให้นักศึกษาจีนเข้าร่วมศึกษาต่อสถาบันการศึกษาในประเทศไทย (พิชญ เหยียญมหาสาร, 2546)

มหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทยเป็นเป้าหมายการศึกษาของนักศึกษาจีน เนื่องจากมีหลักสูตรที่สอนทั้งภาษาจีน ภาษาอังกฤษ และภาษาไทย และมีหลายสาขาให้เลือกเรียนในราคาไม่สูงมากนัก นอกจากนี้ การปรับวัฒนธรรมก็ไม่จำเป็นต้องปรับตัวมาก เนื่องจากมีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมจีนไทย ข้อมูลจากรายงานการศึกษาวิจัยเบื้องต้นเกี่ยวกับนักศึกษาจีนในประเทศไทย โดย กุลนรี นุกิจรังสรรค์ และกรองจันทน์ จันทรพาหา (2564) พบว่า นักศึกษาชาวจีนในไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดในทุกปี ข้อมูลจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมประจำปี 2563 ระบุว่า มีนักศึกษาจีน 14,423 คน กำลังศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย ส่วนสถานเอกอัครราชทูตจีนประจำประเทศไทยคาดการณ์ว่าอาจมีนักศึกษาจีนทุกระดับชั้นในประเทศไทยมากถึง 50,000 คน โดยนักศึกษาจีนในประเทศไทยส่วนใหญ่มาจากเขตปกครองตนเองกว่างซี และภูมิภาคยูนนาน นักศึกษาจีนมักเลือกเรียนภาษาไทยและบริหารธุรกิจ เพราะมีความสามารถพื้นฐานด้านภาษาไทย และความรู้ด้านการค้า จะสร้างโอกาสให้นักศึกษาเมื่อสำเร็จการศึกษาเข้าสู่ตลาดงานในบ้านเกิด (เพ็ญพิชชา มุ่งงาม, 2566)

การกระจายเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาจีนไปที่มหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทยมีอยู่ในมากกว่า 20 สถานที่ในกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยจำนวนนักศึกษาจีนมีมากกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนนักศึกษาจีนทั้งหมดจากทุกมหาวิทยาลัยที่รับนักศึกษาจีน (กุลนรี นุกิจรังสรรค์ และกรองจันทน์ จันทรพาทา, 2564, หน้า 83-84) แสดงให้เห็นว่ากรุงเทพฯและปริมณฑลเป็นที่หนึ่งในปลายทางสำคัญสำหรับนักศึกษาจีนที่พิจารณา เรียนต่อ จากทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางประเทศที่สะดวกสบายในการดำเนินชีวิตและมีการศึกษาที่เชื่อถือได้มากมาย ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนของนักศึกษาจีนในมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพฯและปริมณฑล เพื่อเป็นข้อมูลเพื่อแนะนำสำหรับมหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทยที่ต้องพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อนักศึกษาจีนในการเลือกเรียนต่อให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาจีนที่มาเรียนในประเทศไทย และเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 ศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาชาวจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย

1.2.2 ศึกษาองค์ประกอบของส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.3.1 มหาวิทยาลัยเอกชนสามารถนำข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยไปพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับนักศึกษาชาวจีน

1.3.2 มหาวิทยาลัยเอกชนสามารถนำข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยไปปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักศึกษาชาวจีนมากยิ่งขึ้น

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ นักศึกษาชาวจีนที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.4.2 ขอบเขตด้านเวลา กำหนดระยะเวลาการวิจัยในเดือนพฤศจิกายน 2565- พฤษภาคม 2566

1.4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย แนวคิดส่วนผสมการตลาด 7P's โดยประยุกต์ให้เหมาะสมกับการดำเนินการของมหาวิทยาลัยเอกชน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และการนำเสนอทางกายภาพ

1.5 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) สุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ในกลุ่มชุมชนชาวจีนที่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.6 นิยามศัพท์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกศึกษาต่อ หมายถึง การดำเนินการของสถานศึกษาในการจัดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่ออำนวยความสะดวกและจูงใจในการเข้าศึกษาต่อ ได้แก่ สถาบัน และหลักสูตร (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากรในองค์กร (People) กระบวนการดำเนินงาน (Process) และการนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)

นักศึกษาชาวจีน หมายถึง นักศึกษาชาวจีนในระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

มหาวิทยาลัยเอกชน หมายถึง สถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ให้การศึกษาระดับปริญญาแก่บุคคลตั้งแต่หนึ่งคนขึ้นไป โดยมีลักษณะเป็นสถานศึกษาและวิจัย มีวัตถุประสงค์ในการให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง ทำการสอน ทำการวิจัย ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม และทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ ในการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในกรุงเทพและปริมณฑล

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัย อันเป็นแนวทางในการศึกษา ได้แก่

2.1 บริบทในการจัดการศึกษาสำหรับนักศึกษาชาวจีนของมหาวิทยาลัยเอกชน

2.2 แนวคิดส่วนผสมการตลาด 7P's

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4 กรอบแนวคิด

2.1 บริบทในการจัดการศึกษาสำหรับนักศึกษาชาวจีนของมหาวิทยาลัยเอกชน

นักศึกษาชาวจีนเป็นนักศึกษาต่างชาติที่มีจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย และมีการเคลื่อนไหวที่โดดเด่นในสังคม และพบว่าศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากที่สุด โดยพบนักศึกษาชาวจีน จำนวน 5,355 คน ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยเอกชน 20 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 80 ของจำนวนนักศึกษาชาวจีนจากมหาวิทยาลัยทุกสังกัดรวมกัน (มหาวิทยาลัยรัฐ ในกำกับ มหาวิทยาลัยรัฐไม่กำกับ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มหาวิทยาลัยเอกชน วิทยาลัยเอกชน สถาบันเอกชน และสถานศึกษานอกสังกัดฯ) (กุลนรี นุกิจรังสรรค์ และกรองจันทร์ จันทรพาหา, 2564, หน้า 83-84)

จำนวนนักศึกษาชาวจีนที่พบว่ามีการเพิ่มจำนวนขึ้น และกรองจันทร์ จันทรพาหา (2564) สรุปปัจจัยการเพิ่มขึ้นของนักศึกษาชาวจีนในไทยจากสาเหตุ ดังนี้

1) มหาวิทยาลัยของจีนมีข้อจำกัดในการรองรับนักศึกษา การสอบเข้ามหาวิทยาลัยในระบบของประเทศจีนเป็นการแข่งขันที่สูงมาก โดยใช้ระบบ “Gaokao” ที่สอบเพียงปีละครั้ง โดยเฉลี่ยต่อปี จะมีผู้สอบเข้ามหาวิทยาลัยไม่เกิน 3 ล้านคน จึงยังมีผู้ต้องการเข้าเรียนอีกจำนวนมากที่ไม่ได้เข้าเรียน

2) ค่าใช้จ่ายในการศึกษาต่อในไทย ประมาณปีละ 30,000 หยวน ขึ้นไป คนชั้นกลางในประเทศจีนจึงสามารถจ่ายได้

3) หลักสูตรมีให้เลือกเรียนหลากหลายด้าน โดยมีให้เลือกหลายภาษา เช่น จีน ไทย อังกฤษ และมีหลายสาขา หลายหลักสูตร

4) ประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยว สังคมวัฒนธรรม อาหาร หรือแม้แต่ดารา ภาพยนตร์ ตลอดจนละครโทรทัศน์ของไทยที่ชาวจีนนิยมมาก เป็นแรงจูงใจให้นักศึกษาอยากมาเรียนในไทย

5) ประเทศไทยมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัย การจัดการศึกษามีคุณภาพ และไทย-จีน มีความสัมพันธ์ยาวนาน ทำให้ผู้ปกครองของนักศึกษาชาวจีนส่วนใหญ่สนับสนุนให้นักศึกษาจีนมาเรียนต่อในประเทศไทย

6) กฎระเบียบการทำวีซ่าของไทย ยังไม่เข้มงวดมากจนเกินไป

7) โอกาสของนักศึกษาชาวจีนในการประกอบอาชีพ อันเกิดจากความร่วมมือไทย-จีนภายใต้
ข้อริเริ่มหนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง (Belt and Road Initiative: BRI)

มหาวิทยาลัยเอกชนให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษาสำหรับนักศึกษาชาวจีน เช่น
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตศึกษาระดับมหาวิทยาลัยมุ่งสู่การท่องเที่ยวเชิงการศึกษา (Educational
Tourism) จากการศึกษาในประเทศไทยมีศักยภาพ มีค่าครองชีพถูก สถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม และ
การศึกษาที่มีคุณภาพ ฯลฯ นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยกรีกยังร่วมกับทุนจีนเปิดวิทยาลัยนานาชาติ
โดยมีหลักสูตรรองรับถึง 10 หลักสูตร โดยปัจจุบันมีมหาวิทยาลัย 3 แห่ง ที่เปลี่ยนแปลงโครงสร้างให้มี
ผู้ถือหุ้นต่างชาติโดยมีผู้บริหารและกรรมการสภามหาวิทยาลัยที่เป็นชาวจีน คือ 1) มหาวิทยาลัย
กรีก 2) มหาวิทยาลัยเมธาร์ธ และ 3) มหาวิทยาลัยรังสิต ด้วยการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือทาง
วิชาการ และความร่วมมือด้านต่าง ๆ (“มหาวิทยาลัยไทยชิง”, 2566)

2.2 แนวคิดส่วนผสมการตลาด 7P's

ส่วนผสมการตลาด 7Ps ที่ใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจเกี่ยวกับการบริการ เพื่อพัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้น
และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยกลยุทธ์การตลาด ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552)
กล่าวถึงส่วนผสมการตลาด 7Ps ที่ใช้สำหรับบริหารจัดการธุรกิจเกี่ยวกับการบริการ มีงานบริการเกี่ยวข้องใน
กระบวนการดำเนินงาน ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นการนำเสนอบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น การ
จัดหลักสูตรมหาวิทยาลัยให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาชาวจีน
- 2) ราคา (Price) เป็นการกำหนดราคาให้เหมาะสม โดยคำนึงถึงมูลค่าที่จัดหา ความต้องการของ
ตลาด การแข่งขัน และต้นทุนในการให้บริการ
- 3) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึง
ตลาดเป้าหมายได้ดีที่สุด เช่น ท่าเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย
- 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสร้างการรับรู้และสื่อสารคุณค่าของบริการ
โดยใช้เครื่องมือต่าง ๆ เช่น โฆษณา ประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด
- 5) บุคลากร (People) คือ พนักงานหรือผู้ให้บริการที่มีความรู้ ทักษะ และแนวทางการบริการ
ลูกค้า เป็นส่วนสำคัญในการมอบประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า
- 6) กระบวนการ (Process) เป็นการออกแบบกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อจัดการกับการ
ส่งมอบบริการอย่างราบรื่น เช่น กระบวนการในการลงทะเบียนรับนักศึกษาชาวจีน

7) การนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) วิธีที่ธุรกิจบริการนำเสนอตัวเองในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น การจัดวาง การออกแบบ ความสะอาด และบรรยากาศทั้งภายในและภายนอกของพื้นที่

เมื่อปรับปรุงและให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดเหล่านี้อย่างเหมาะสม มหาวิทยาลัยจะสามารถวางตำแหน่งและดึงดูดลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าได้

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Lingyun Yamg (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนในการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาชาวจีนที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 100 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย สถิติทดสอบที (t-test) การทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient: r)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักศึกษาชาวจีนที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี อาศัยอยู่ในประเทศไทยระหว่าง 1-2 ปี พักอาศัยอยู่หอพักของมหาวิทยาลัย มีภูมิลำเนาเดิมที่มณฑลกวางสี กำลังศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจนานาชาติ และใช้ทุนส่วนตัวในการศึกษาปัจจัยความต้องการส่วนบุคคลของนักศึกษาชาวจีนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักศึกษาชาวจีนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่าง เพศ อายุ หลักสูตรที่ศึกษา และแหล่งเงินทุนในการศึกษาของนักศึกษาชาวจีนกับปัจจัยความต้องการส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนในการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยความต้องการส่วนบุคคล ทุกด้านไม่แตกต่างกัน และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความต้องการส่วนบุคคลกับส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวก

Dai Linhuan (2560) ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจที่ศึกษาต่อในประเทศไทยของคนจีน เพื่อศึกษาปัจจัยภาพลักษณ์ของประเทศไทย ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายของคนจีนที่มาเรียนต่อในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือคนจีนที่มาศึกษา

ต่อในประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ช่วงอายุระหว่าง 20-24 ปี ระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี หลักสูตรที่เรียนเป็นภาษาอังกฤษ เรียนที่คณะบริหารธุรกิจ/พาณิชยศาสตร์และการบัญชีกับเรียนที่คณะนิเทศ ศาสตร์ ส่วนใหญ่ไม่มีทุนการศึกษา และมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในไทยอยู่ที่ช่วง 10,000-20,000 บาท สาเหตุที่เข้ามาศึกษาในประเทศไทย คือ ชอบประเทศไทย ปัจจุบันภาพลักษณ์ของประเทศไทย ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยการรับรู้ถึงความง่าย โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก แล้วผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์ ของประเทศไทย ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของคนจีนที่ศึกษาต่อในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

บุบผา ฐานุตตมานนท์ (2561) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีของนักศึกษาชาวจีน โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 110 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามลักษณะเป็นมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีของนักศึกษาชาวจีน พบว่า ด้านบุคคลเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีน คือ คณาจารย์มีคุณวุฒิ และมีความรู้ความเชี่ยวชาญ และมีความเอาใจใส่ของอาจารย์ที่มีต่อนักศึกษา โดยด้านการโฆษณาสำคัญอยู่ในลำดับสุดท้าย นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยอีกด้วย

Zhou Hao (2562) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดต่อการศึกษาในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตของนักศึกษาชาวจีนระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนานาชาติจีน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาชาวจีนระดับปริญญาตรีวิทยาลัยนานาชาติจีน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำนวน 342 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ t-test และ ANOVA

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการศึกษาในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความสำคัญมากเรียงลำดับ ดังนี้ ด้านกระบวนการรองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านบุคคล ส่วนด้านที่มีความ

สำคัญระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ผลทดสอบสมมติฐาน พบว่า ชั้นปีที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำคัญด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และหลักสูตรที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

วัชรวิภา บุญมา (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยในประเทศไทยของนักศึกษาชาวจีน กลุ่มตัวอย่าง 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และสถิติ One-way ANOVA: F-test และวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วย LSD และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

จากผลการทดสอบสมมติฐานเพศต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยในประเทศไทยของนักศึกษาชาวจีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนอายุ รายได้ จากครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และหลักสูตรที่กำลังศึกษาต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยในประเทศไทยของนักศึกษาชาวจีนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในส่วนของผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านสถาบันการศึกษากับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยในประเทศไทย พบว่า มีความสัมพันธ์กันทุกด้านในระดับค่อนข้างสูง โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กันในทางบวก โดยมีค่าความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.749-0.805 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จิตติมา วงศ์ราชชนันท์ (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) ในประเทศไทยของนักศึกษาชาวจีน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 177 คน ใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า 1) ปัจจัยทางด้านเหตุผลส่วนตัว ได้แก่ ความสนใจในสาขาวิชาที่มหาวิทยาลัยเปิดสอนมีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) ในประเทศไทยของนักศึกษาชาวจีนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 2) ปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์ของสถาบัน ได้แก่ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษากับต่างประเทศ และเมื่อจบการศึกษาแล้ว จะได้รับการยอมรับจากตลาดแรงงาน มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) ในประเทศไทยของนักศึกษาชาวจีนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 3) ปัจจัยทางด้านหลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรที่เปิดสอนมีคุณภาพ และคณาจารย์มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) ในประเทศไทยของนักศึกษาชาวจีนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Ding Jia Li และสุรวี ศุนาลัย (2565) ศึกษาการรับรู้ของนักศึกษาชาวจีน เรื่องการจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 และส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทยจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยไทย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 และส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนที่ตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.4 กรอบแนวคิด

การศึกษาครั้งนี้ ได้นำแนวคิดส่วนผสมการตลาด มาใช้ในการวิเคราะห์ถึงการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ ของนักศึกษาชาวจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ดังนี้

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3 วิธีดำเนินการ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวิธีดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- 3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรกลุ่มหลักในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มคนหลัก ๆ ที่ศึกษา คือ นักศึกษาจีนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีประมาณ 5,355 คน (กุลนรี นุกิจรังสรรค์ และ กรองจันทน์ จันทรพาทา, 2564, หน้า 83-84)

การกำหนดขนาดตัวอย่าง คำนวณด้วยสูตร Yamane (1973 อ้างใน ภัทรานิษฐ์ เหมาะะทอง, วนิตา ทองโคตร และสุพรรณณี อึ้งปัญญาตวงศ์, 2560) ดังนี้

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

โดยที่	n	จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ
	N	จำนวนประชากร
	e	เป็นค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้ (Maximum Allowable Error) กำหนดให้เท่ากับ 0.05

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{5,355}{1 + 5,355(0.05)^2} = 372.20$$

สรุปได้ว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม คือ จำนวน 373 คน โดยผู้ศึกษาเก็บข้อมูลด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ในกลุ่มชุมชนชาวจีนที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

3.1.2 ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลส่วนเสริม

ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลส่วนเสริมในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากร เจ้าหน้าที่ และอาจารย์ประจำหลักสูตรสำหรับนักศึกษาชาวจีนในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 4 คน ตำแหน่งอาจารย์ผู้สอน 1 ท่าน และเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกนักศึกษาชาวจีน 3 ท่าน จากวิทยานานาชาติ มหาวิทยาลัยเกริก โดยคัดเลือกจากคุณสมบัติ คือ เป็นผู้มีความประสงค์ในการดูแลนักศึกษาชาวจีนในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน เป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 1 ปี

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

3.2.1 แบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มหลัก ผู้ศึกษาพัฒนาขึ้นตามกรอบแนวคิดส่วนผสมการตลาด 7P's โดยประยุกต์ให้เหมาะสมกับการดำเนินการของมหาวิทยาลัยเอกชน แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้ (ภาคผนวก ข)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ มณฑลที่เป็นภูมิลำเนาในประเทศจีน รายได้ต่อเดือน แหล่งที่มาของเงินที่ใช้ในการศึกษา เป็นต้น เป็นแบบสอบถามปลายปิด

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านสถาบันและหลักสูตร, ด้านราคา, ด้านการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคลากรในองค์กร, ด้านกระบวนการ และด้านการนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ กำหนดระดับความสำคัญของปัจจัย ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก

คะแนน 3 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

3.2.2 แบบสัมภาษณ์มีโครงสร้างที่ผู้ศึกษาใช้สำหรับเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลส่วนเสริม โดยมีข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนในการเลือก ศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ในมุมมองของผู้มีส่วนในการดูแลนักศึกษาชาวจีน (ภาคผนวก ข)

3.3 วิธีการสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมี ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพ ดังนี้

3.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา

3.2 สร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การศึกษา และหาคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิง เนื้อหา (Content Validity) โดยนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจพิจารณา

3.3 เตรียมแบบสัมภาษณ์ที่แก้ไขแล้วไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป

3.3 สำหรับแบบสอบถามที่แก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระแนะนำ ผู้ศึกษา นำไปทดลองใช้กับนักศึกษาชาวจีนที่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่า สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค 0.985 หมายถึง แบบสอบถามมีความเชื่อมั่น สามารถนำไปใช้เก็บ ข้อมูลจริงได้

3.4 นำแบบสอบถามที่มีคุณภาพไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาชาวจีนที่ศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ตามจำนวนที่คำนวณขนาดตัวอย่างได้ 373 คน เพื่อเตรียมนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา เป็นการเก็บจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary Data) โดยจัดเก็บจากการสำรวจในกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบด้วยตัวเอง ผู้ศึกษาจัดเก็บในกลุ่มชุมชนชาวจีนที่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลทั้งแบบออนไลน์ เช่น ธุรกิจ เอเจนซีด้านการศึกษาต่อการนำเข้านักศึกษาชาวจีนสู่การศึกษาต่อในไทย และจัดเก็บออนไลน์ผ่านทาง We Chat

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จากแบบสอบถาม ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และวัดระดับความสำคัญของปัจจัยด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้ (สุชีรา ภัทรายุตวรรัตน, 2556, หน้า 47)

ช่วงค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 ระดับความสำคัญมากที่สุด

ช่วงค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 ระดับความสำคัญมาก

ช่วงค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 ระดับความสำคัญปานกลาง

ช่วงค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 ระดับความสำคัญน้อย

ช่วงค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

3.5.2 การวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์ สรุปผลการสัมภาษณ์ นำเสนอประกอบการบรรยาย



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

บทที่ 4 ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย แสดงผลการศึกษาลำดับดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย

4.3 ผลการสัมภาษณ์

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1: ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	141	37.80
หญิง	232	62.20
รวม	373	100.00

ตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกเพศ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.20 นอกนั้นเป็นชาย ร้อยละ 37.90

ตารางที่ 4.2: ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุไม่เกิน 20 ปี	24	6.43
อายุ 21-25 ปี	178	47.72
อายุ 26 ปีขึ้นไป	171	45.84
รวม	373	100.00

ตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกอายุ 21-25 ปี ร้อยละ 47.72, อายุ 26 ปีขึ้นไป ร้อยละ 45.84 และอายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 6.43

ตารางที่ 4.3: ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาก่อนศึกษาระดับมหาวิทยาลัย

สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์	127	34.05
สาขาวิชาศิลปศาสตร์	246	65.95
รวม	373	100.00

ตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกสาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาก่อนศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในสาขาวิชาศิลปศาสตร์ ร้อยละ 65.95 นอกนั้นสำเร็จการศึกษาจากสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 34.05

ตารางที่ 4.4: ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกภูมิลำเนาของนักศึกษาชาวจีนระบุตามมณฑล

ภูมิลำเนาของนักศึกษาชาวจีนระบุตามมณฑล	จำนวน	ร้อยละ
กวางสี	108	28.95
กวางตุ้ง	52	13.94
ยูนนาน	43	11.53
เสฉวน	39	10.46
ชานตง	66	17.69
ปักกิ่ง	44	11.80
อานฮุย	21	5.63
รวม	373	100.00

ตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกภูมิลำเนาของนักศึกษาชาวจีนระบุตามมณฑล มาจากมณฑลกวางสี ร้อยละ 28.95, รองลงมาเป็นมณฑลชานตง ร้อยละ 17.69, มณฑลกวางตุ้ง ร้อยละ 13.94, มณฑลปักกิ่ง ร้อยละ 11.80, มณฑลยูนนาน ร้อยละ 11.53, มณฑลเสฉวน ร้อยละ 10.46 และมณฑลอานฮุย ร้อยละ 5.63

ตารางที่ 4.5: ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
0-1 ปี	32	8.58
1-2 ปี	92	24.66
2-4 ปี	74	19.84
มากกว่า 4 ปี	175	46.92
รวม	373	100.00

ตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย มีระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย มากกว่า 4 ปี ร้อยละ 46.92, รองลงมาเป็นช่วง 1-2 ปี ร้อยละ 24.66, ช่วง 2-4 ปี ร้อยละ 19.84 และ 0-1 ปี ร้อยละ 8.58

ตารางที่ 4.6: ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกแหล่งเงินทุนในการศึกษาของนักศึกษา

แหล่งเงินทุนในการศึกษาของนักศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ทุนรัฐบาลและทุนสมาคม	10	2.68
ทุนส่วนตัว	335	89.81
ทุนจากพ่อแม่และครอบครัว	28	7.51
รวม	373	100.00

ตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกแหล่งเงินทุนในการศึกษาของนักศึกษา เป็นทุนส่วนตัว ร้อยละ 89.81 นอกนั้นเป็นทุนจากพ่อแม่และครอบครัว ร้อยละ 7.51 และทุนรัฐบาล ทุนสมาคม ร้อยละ 2.68

ตารางที่ 4.7: ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกรายได้ที่ได้รับต่อเดือน

รายได้ที่ได้รับต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท	32	8.58
รายได้ 5,001-10,000 บาท	92	24.66
รายได้ 10,001-15,000 บาท	74	19.84
รายได้มากกว่า 15,000 บาท	175	46.92
รวม	373	100.00

ตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกรายได้ที่ได้รับต่อเดือน มีรายได้ที่ได้รับต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 46.92, รายได้ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 24.66, รายได้ 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 19.84 และรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 8.58

4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย

ตารางที่ 4.8: ระดับความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านผลิตภัณฑ์

รายการ	\bar{x}	S.D.	ระดับความสำคัญ	อันดับ
1. มหาวิทยาลัยมีภาพลักษณ์ชื่อเสียงและได้รับการยอมรับที่สูง	3.97	1.13	มาก	4
2. ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยมีความน่าเชื่อถือจากการทำ MOU กับสถาบันนานาชาติในต่างประเทศ	3.89	1.16	มาก	6
3. มหาวิทยาลัยเป็นผู้นำด้านการศึกษามีคุณภาพ เช่น ได้รับการรับรองมาตรฐานจาก สกอ.	3.90	1.09	มาก	8
4. บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาสามารถเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยชั้นนำในต่างประเทศ	3.78	1.13	มาก	5

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): ระดับความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านผลิตภัณฑ์

รายการ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
5. หลักสูตรที่เปิดสอนมีหลักการและวัตถุประสงค์ชัดเจนและสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน	4.02	1.04	มาก	2
6. หลักสูตร/สาขาวิชาที่เปิดสอนเข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันและความทันสมัย	4.06	1.04	มาก	1
7. หลักสูตรที่เปิดสอนสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน	4.00	1.05	มาก	3
8. หลักสูตรโอนหน่วยกิตไปยังมหาวิทยาลัยในต่างประเทศได้	3.89	1.09	มาก	7
รวม	3.94	0.94	มาก	-

ตารางที่ 4.8 พบว่า การตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.94) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงอันดับจากค่าเฉลี่ยสูงไปต่ำ ได้แก่ หลักสูตร/สาขาวิชาที่เปิดสอนมีความทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย = 4.06) หลักสูตรที่เปิดสอนมีหลักการและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและตรงกับความต้องการของผู้เรียน (ค่าเฉลี่ย = 4.02) หลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.00) ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงได้รับการยอมรับ (ค่าเฉลี่ย = 3.97) ภาพลักษณ์ของเป็นผู้นำด้านการศึกษาในระดับที่มีคุณภาพ เช่น ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา หรือ สกอ. (ค่าเฉลี่ย = 3.90) ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมีความน่าเชื่อถือจากการทำ MOU กับสถาบันนานาชาติในต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย = 3.89) หลักสูตรที่เปิดสอนสามารถโอนหน่วยกิตไปยังมหาวิทยาลัยในต่างประเทศได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.89) และบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาสามารถเข้าศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นในมหาวิทยาลัยชั้นนำในต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย = 3.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: ระดับความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านราคา/ค่าใช้จ่ายในการศึกษา

รายการ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
1. ตลอดหลักสูตรมีค่าใช้จ่ายเหมาะสม	3.82	1.16	มาก	1
2. มีทุนการศึกษาสำหรับนักศึกษาชาวต่างชาติ	3.43	1.38	ปานกลาง	3
3. นักศึกษาต่างชาติสามารถผ่อนชำระค่าเรียนได้	3.52	1.30	มาก	2
รวม	3.59	1.09	มาก	-

ตารางที่ 4.9 พบว่า การตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านราคา/ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.59) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 3.82) และมีระบบการผ่อนชำระค่าเรียนสำหรับนักศึกษาต่างชาติ (ค่าเฉลี่ย = 3.52) อยู่ในระดับมาก ส่วนเรื่องการมีทุนการศึกษาให้นักศึกษาชาวต่างชาติ (ค่าเฉลี่ย = 3.43) อยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

ตารางที่ 4.10: ระดับความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านช่องทางจัดจำหน่าย/ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย

รายการ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
1. สถานที่ตั้งอยู่ในเมืองมีความสะดวกสบาย เช่น อยู่ในแหล่งชุมชน หอพัก รถไฟฟ้า ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ธนาคาร เป็นต้น	4.01	1.09	มาก	1
2. การคมนาคมไปมาสะดวกด้วยบริการรถสาธารณะ	3.95	1.16	มาก	2
รวม	3.98	1.08	มาก	-

ตารางที่ 4.10 พบว่า การตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านช่องทางจัดจำหน่าย/ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.98) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยเรื่องสถานที่ตั้งอยู่ในเมืองมีความสะดวกสบาย เช่น อยู่ในแหล่งชุมชน หอพัก รถไฟฟ้า ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ธนาคาร (ค่าเฉลี่ย = 4.01) มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าการคมนาคมไปมาสะดวกด้วยบริการรถสาธารณะ (ค่าเฉลี่ย = 3.95)

ตารางที่ 4.11: ระดับความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านการส่งเสริมการตลาด/การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

รายการ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
1. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารการรับสมัครไปยังสถานศึกษา ในต่างประเทศ ผ่านจดหมายข่าวและโบรชัวร์	3.86	1.07	มาก	3
2. มีเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับข่าวสารการรับสมัคร หลักสูตรที่เปิดสอน และค่าใช้จ่าย	3.91	1.11	มาก	2
3. มีศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อในต่างประเทศเพื่อสนับสนุน นักศึกษา	3.91	1.08	มาก	2
4. มหาวิทยาลัยมีกิจกรรมที่ช่วยเหลือและสร้างประโยชน์ ให้กับสังคม	3.92	1.06	มาก	1
รวม	3.90	1.00	มาก	-

ตารางที่ 4.11 พบว่า การตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านการส่งเสริมการตลาด/การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.90) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงอันดับจากค่าเฉลี่ยสูงไปต่ำ ได้แก่ มหาวิทยาลัยมีกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม (ค่าเฉลี่ย = 3.92) มีเว็บไซต์แจ้งข่าวสารการรับสมัคร/หลักสูตรที่เปิดสอน/ค่าใช้จ่าย และมีศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อในต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย = 3.91) เท่ากัน และ

ประชาสัมพันธ์ชาวสารการรับสมัครไปยังสถานศึกษาในต่างประเทศ เช่น จดหมายข่าว, โบรชัวร์ (ค่าเฉลี่ย = 3.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12: ระดับความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านบุคลากร

รายการ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
1. อาจารย์ผู้สอนมีความหลากหลายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง	4.05	1.10	มาก	2
2. อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความชำนาญและเชี่ยวชาญในวิชาชีพที่สอน	4.01	1.08	มาก	4
3. อาจารย์มีความสามารถในการประยุกต์เทคโนโลยีในการสอน	4.01	1.05	มาก	5
5. อาจารย์ผู้สอนมีเทคนิคและวิธีการสอนที่เข้าใจง่าย	4.09	1.09	มาก	1
6. เจ้าหน้าที่มีการให้บริการครอบคลุมทุกขั้นตอนอย่างเพียงพอ	4.04	1.03	มาก	3
7. เจ้าหน้าที่มีการให้บริการอย่างเพียงพอ	3.90	1.08	มาก	7
8. เจ้าหน้าที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหาให้นักศึกษาได้	3.97	1.09	มาก	6
รวม	4.01	0.96	มาก	-

ตารางที่ 4.12 พบว่า การตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านบุคลากรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.01) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงอันดับจากค่าเฉลี่ยสูงไปต่ำ ได้แก่ อาจารย์ผู้สอนมีเทคนิคและวิธีการสอนที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย = 4.09) อาจารย์ผู้สอนมีทั้งอาจารย์ชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย = 4.05) มีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการครบถ้วนทุกขั้นตอน (ค่าเฉลี่ย = 4.04) อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความชำนาญและเชี่ยวชาญในวิชาชีพและอาจารย์มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการสอน (ค่าเฉลี่ย = 4.01) เท่ากัน เจ้าหน้าที่สามารถช่วยแก้ปัญหาให้นักศึกษาได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.97) มีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย = 3.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13: ระดับความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้าน กระบวนการ

รายการ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
1. ความทันสมัยของอุปกรณ์การเรียนการสอน	3.96	1.07	มาก	4
2. โครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัย ทั้งในและต่างประเทศ	3.92	1.14	มาก	6
3. โครงการศึกษาดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ	3.88	1.07	มาก	7
4. ความเป็นมาตรฐานสากลของระบบการศึกษา	3.93	1.08	มาก	5
5. การจัดห้องเรียนที่มีบรรยากาศนักศึกษาเชิงวิชาการ	3.98	1.03	มาก	3
6. การให้บริการสนับสนุนมีการชี้แจงกระบวนการต่าง ๆ ที่นักศึกษาทราบอย่างชัดเจน	3.98	1.02	มาก	3
7. การให้บริการสนับสนุนมีการชี้แจงกระบวนการต่าง ๆ ที่นักศึกษาทราบอย่างรวดเร็วและมีการแจ้งเตือน	3.99	1.01	มาก	2
8. การให้บริการสนับสนุนมีความรวดเร็ว เช่น การลงทะเบียนเรียน	4.00	1.04	มาก	1
รวม	3.96	0.95	มาก	-

ตารางที่ 4.13 พบว่า การตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.96) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงอันดับ จากค่าเฉลี่ยสูงไปต่ำ ได้แก่ การให้บริการสนับสนุนมีความรวดเร็ว เช่น การลงทะเบียนเรียน (ค่าเฉลี่ย = 4.00) การให้บริการสนับสนุนมีการชี้แจงกระบวนการต่าง ๆ ที่นักศึกษาทราบอย่างรวดเร็วและมีการแจ้งเตือน (ค่าเฉลี่ย = 3.99) มีการจัดห้องเรียนที่มีบรรยากาศนักศึกษาเชิงวิชาการและการให้บริการสนับสนุนมีการชี้แจงกระบวนการต่าง ๆ ที่นักศึกษาทราบอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย = 3.98) เท่ากัน มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย = 3.96) มีระบบการศึกษา ที่เป็นมาตรฐานสากล (ค่าเฉลี่ย = 3.93) มีโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัยในประเทศและต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย = 3.92) และมีโครงการศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย = 3.88) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14: ระดับความสำคัญในการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านกายภาพ และการนำเสนอ

รายการ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
1. มีสภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยที่สวยงาม บรรยากาศร่มรื่น	3.94	1.11	มาก	5
2. การวางผังอาคารเรียนที่สะดวกต่อการศึกษา มีระเบียบเรียบร้อย	3.96	1.07	มาก	4
3. มีการจัดสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เหมาะสมพอเพียงต่อจำนวนผู้เรียน	3.97	1.07	มาก	3
4. มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ทันสมัย เช่น Wi-Fi ห้องพักผ่อน ห้องประชุม ห้องสมุด ห้องคอมพิวเตอร์	4.04	1.04	มาก	2
5. ระบบการรักษาความปลอดภัยของมหาวิทยาลัยได้มาตรฐาน	4.06	1.03	มาก	1
รวม	3.99	0.99	มาก	-

ตารางที่ 4.14 พบว่า การตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ด้านกายภาพและการนำเสนอในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.99) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงอันดับจากค่าเฉลี่ยสูงไปต่ำ ได้แก่ มหาวิทยาลัยมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี (ค่าเฉลี่ย = 4.06) มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ทันสมัย เช่น Wi-Fi ห้องพักผ่อน ห้องประชุม ห้องสมุด ห้องคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย = 4.04) มีการจัดสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เหมาะสมพอเพียงต่อจำนวนผู้เรียน (ค่าเฉลี่ย = 3.97) การวางผังอาคารเรียนที่สะดวกต่อการศึกษา มีระเบียบเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย = 3.96) และมีสภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยที่สวยงาม บรรยากาศร่มรื่น (ค่าเฉลี่ย = 3.94) ตามลำดับ

4.3 ผลการสัมภาษณ์

ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล 4 ท่าน ทุกท่านเป็นหญิง อายุอยู่ระหว่าง 19-30 ปี เป็นอาจารย์ 1 ท่าน และเจ้าหน้าที่สนับสนุน 3 ท่าน จากวิทยานานาชาติ มหาวิทยาลัยเกริก ทุกท่านมีประสบการณ์ 1 ปี เจ้าหน้าที่สนับสนุนมีหน้าที่ช่วยลงทะเบียน ออกหนังสือรับรอง และการประสานงานต่าง ๆ สำหรับอำนวยความสะดวกให้นักศึกษาชาวจีนโดยเฉพาะ และอาจารย์ 1 ท่านทำหน้าที่ด้านการสอนและงานวิชาการ รวมทั้งดูแลกิจกรรมเสริมหลักสูตรสำหรับนักศึกษาชาวจีน ผลการสัมภาษณ์แสดงดังนี้

1) จากการที่ท่านมีส่วนในการดูแลนักศึกษาชาวจีนที่มาศึกษาระดับปริญญาตรี ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนที่นักศึกษาชาวจีนชื่นชอบ และต้องการเลือกศึกษาต่อควรมีลักษณะภาพลักษณ์อย่างไรบ้าง

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่น่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงด้านวิชาการ ได้รับการจัดลำดับในระดับต้น ๆ มีนักศึกษาชาวจีนรุ่นพี่มาเรียนก่อน มีหลักสูตรน่าสนใจ สภาพแวดล้อมสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ในทำเลใกล้ชุมชน เดินทางสะดวก และมีความปลอดภัย และกิจกรรมสร้างโอกาสเรียนรู้และแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม เป็นภาพลักษณ์ที่สามารถดึงดูดนักศึกษาชาวจีนให้มาศึกษาต่อได้

2) หลักสูตรที่เปิดสอนควรมีหลักสูตรใดบ้าง เพื่อให้ให้นักศึกษาชาวจีนเลือกศึกษาต่อ

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าหลักสูตรพื้นฐานยอดนิยมทั่วไป เช่น ศึกษาศาสตร์ บริหารธุรกิจ หรือวิศวกรรม ยังควรมีเป็นพื้นฐานให้นักศึกษาได้เลือกเรียน และอาจเพิ่มควรหลากหลายให้ตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน เช่น หลักสูตรการบริการท่องเที่ยว หลักสูตรเน้นทักษะที่จำเป็นในอนาคต เช่น หลักสูตรเกี่ยวกับนวัตกรรม เทคโนโลยีเอนไทม์เองจึงจะทำให้ที่น่าสนใจยิ่งขึ้น และควรมีหลักสูตรภาษาจีน ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย ให้นักศึกษาเลือกเรียนอย่างหลากหลาย

3) ท่านเห็นว่าค่าใช้จ่ายในการศึกษาของนักศึกษาชาวจีนที่ใช้ในการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ปัจจุบันเหมาะสมกับคุณภาพบริการที่ นักศึกษาชาวจีนได้รับจากมหาวิทยาลัยหรือไม่ อย่างไร

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าค่าใช้จ่ายในการศึกษาของนักศึกษาชาวจีนที่ใช้ในการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความเหมาะสมกับคุณภาพบริการ เนื่องจากมหาวิทยาลัยเอกชนแต่ละแห่งคิดค่าใช้จ่ายโดยคำนึงถึงสิ่งที่นักศึกษาชาวจีนจะได้รับ เช่น ค่าใช้จ่ายสมเหตุสมผล ค่าที่พัก ในประเทศไทยมีความสะดวกสบาย ค่าครองชีพไม่แพง การจัดการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพด้านวิชาการ เป็นที่ยอมรับจากนานาชาติ และมีสวัสดิการต่าง ๆ จึงจะมีความเหมาะสมกับค่าใช้จ่าย

4) มหาวิทยาลัยเอกชนควรปรับปรุงคุณภาพบริการที่นักศึกษาชาวจีนได้รับอย่างไร จึงจะทำให้ให้นักศึกษาชาวจีนรู้สึกถึงความคุ้มค่า

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าควรปรับปรุงการให้บริการต่าง ๆ ให้มีความรวดเร็ว ไม่รอนาน มีทรัพยากรการจัดการเรียนการสอนที่เพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์เทคโนโลยีต่าง ๆ มีสวัสดิการเสริม เช่น จัดให้มีหอพัก ให้มีการเดินทางสะดวก ให้อำนวยความสะดวกต่อการเรียนและใช้ชีวิต จึงจะทำให้ให้นักศึกษาชาวจีนรู้สึกถึงความคุ้มค่าจากการได้รับบริการที่ดี อีกทั้งยังต้องสร้างความแตกต่างจากการเรียนในมหาวิทยาลัยในจีน เช่น การทำคะแนนศึกษา เรียนรู้วัฒนธรรม เพิ่มช่องทางเข้าถึงแหล่งข้อมูลทางวิชาการอย่างทั่วถึงและหลากหลาย

5) ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยมีผลต่อการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาชาวจีนหรือไม่ อย่างไร

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยมีผลต่อการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาชาวจีนอย่างยิ่ง มหาวิทยาลัยควรตั้งในชุมชนเมือง เดินทางสะดวก การคมนาคมสำคัญอย่างมาก ควรใกล้สถานีรถไฟฟ้า BTS ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร โรงพยาบาล เป็นต้น ซึ่งมีความสำคัญว่ามหาวิทยาลัยที่มีพื้นที่กว้าง แต่อยู่ห่างไกลความเจริญ

6) ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยที่นักศึกษาชาวจีนชื่นชอบ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกใดบ้าง

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่านักศึกษาชาวจีนชื่นชอบสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ หอพัก ห้องสมุด และพื้นที่พักผ่อนและใช้ชีวิต เข้าถึงความสะดวกสบาย นักเรียนจีนชอบสังสรรค์ ออกไปเที่ยวเล่น จึงควรเดินทางได้สะดวก

7) มหาวิทยาลัย ควรจัดกิจกรรมทางการตลาดในลักษณะใดบ้างที่จะช่วยให้นักศึกษาตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ เช่น การส่งทีมแนะนำไปสถานศึกษาของเด็กนักเรียนในประเทศจีน การใช้สื่อออนไลน์ในประเทศจีนช่วยในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าควรทำการตลาดทั้งแบบส่งทีมแนะนำไปทำการตลาดแบบเผชิญหน้า โดยสร้างความร่วมมือกับสถานศึกษา อย่างไรก็ตามการตลาดออนไลน์ น่าจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพมากกว่า โดยจัดทำเป็นคลิปวิดีโอที่น่าสนใจ เนื้อหากระชับ ให้ข้อมูลการใช้ชีวิตการเป็นนักศึกษาในประเทศไทย ให้ประสบการณ์ดี ๆ และมีโอกาสทางอาชีพอย่างไรบ้าง เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ โดยใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ ในประเทศจีนเป็นเครื่องมือ เช่น WeChat TikTok Weibo เป็นต้น

8) ข้อมูลใดบ้างที่นักศึกษาและผู้ปกครองในประเทศจีนต้องการได้รับเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเพื่อศึกษาต่อ

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าข้อมูลที่นักศึกษาและผู้ปกครองในประเทศจีนต้องการได้รับเพื่อประกอบการตัดสินใจ ได้แก่ เงื่อนไขการสมัคร ค่าเทอม ที่อยู่อาศัย สิ่งต่าง ๆ ที่ได้รับจากในห้องเรียน นอกห้องเรียน ค่าครองชีพ ค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน แพลตฟอร์มเป็นหยวนให้

เข้าใจง่าย ตลอดจนความสะดวกสบาย ความปลอดภัยของมหาวิทยาลัย เพื่อให้ผู้ปกครองสบายใจที่ส่งลูกมาเรียน และช่องทางในการทำงานหรือการศึกษาต่อ

9) อาจารย์ผู้สอนและเจ้าหน้าที่ผู้บริการ ควรมีคุณสมบัติและบุคลิกภาพอย่างไร เพื่อทำหน้าที่ดูแลนักศึกษาชาวจีนที่ใช้ในการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าบุคลากรทั้งสายวิชาการและการปฏิบัติสนับสนุนควรมีความสามารถในการสื่อสารภาษาจีนได้ โดยครูอาจารย์นั้น ควรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ด้านวิชาการ มีผลงานทางวิชาการเป็นที่ประจักษ์ และเจ้าหน้าที่ควรมีบุคลิกยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมบริการสามารถแก้ไขปัญหาให้นักศึกษาได้ ตอบคำถามและให้ความช่วยเหลือนักศึกษาได้ ให้บริการด้วยความสุภาพ มีบุคลิกประนีประนอม มีความเข้าใจลักษณะนิสัยและวัฒนธรรมของคนจีน เพื่อลดความขัดแย้งในการสื่อสาร

10) มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ควรการจัดการเรียนการสอน และมีการให้บริการสนับสนุนการศึกษาของนักศึกษาชาวจีนอย่างไรบ้าง

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่ามหาวิทยาลัยควรจัดการเรียนการสอนให้หลากหลายมากขึ้นทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ มีกิจกรรมให้เข้าร่วม จัดกิจกรรมหรือแพลตฟอร์มให้เรียนรู้วัฒนธรรมไทยได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เปิดโอกาสให้นักศึกษาชาวจีนได้ร่วมกิจกรรมกับนักศึกษาไทยและนักศึกษานานาชาติ จัดกิจกรรมทัศนศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมไทย เข้าใจประเทศไทยมากขึ้น และควรมีกระบวนการอำนวยความสะดวกตั้งแต่การรับสมัครด้วยการอำนวยความสะดวกด้านวิชา เอกสารการเดินทาง มีแหล่งข้อมูลทางวิชาการและพื้นที่ ทรัพยากรให้เพียงพอ

11) มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย ควรจัดสภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัย และจัดสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างไรบ้าง เพื่อเป็นการดึงดูดนักศึกษาชาวจีน

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันว่าห้องสมุดสำคัญมาก นักเรียนจีนชอบอ่านหนังสือ มหาวิทยาลัยควรจัดห้องสมุดให้นักศึกษาชาวจีนได้ค้นคว้าอย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ มีพนักงานคอยตอบคำถาม จัดสถานที่ให้สวยงาม เข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อน และมีความปลอดภัย สะอาด Wi-Fi มีความเร็วเพียงพอ สภาพแวดล้อมมีความร่มรื่น มีต้นไม้ และคนจีนชอบออกกำลังกาย ชอบทำกิจกรรมกลางแจ้งร่วมกัน ควรจัดพื้นที่ตรงนี้ไว้รองรับ จัดร้านอาหารให้หลากหลาย มอบประสบการณ์และกิจกรรมที่แตกต่างจากที่อื่น เช่น กิจกรรมแลกเปลี่ยนกับนักศึกษาไทย หรือนักศึกษานานาชาติ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม มีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชาวจีนที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 373 คน สามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สำเร็จการศึกษาก่อนศึกษาระดับมหาวิทยาลัย ในสาขาวิชาศิลปศาสตร์ ส่วนใหญ่มาจากมณฑลกวางสี รองลงมาเป็นมณฑลชานตง กวางตุ้ง ปักกิ่ง ยูนนาน เสฉวน และมณฑลอานฮุย ตามลำดับมีระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยนานกว่ามากกว่า 4 ปี มากที่สุด เกือบทั้งหมดมีแหล่งทุนการศึกษาเป็นทุนส่วนตัว และส่วนใหญ่มีรายได้ที่ได้รับต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย พบว่า สำคัญในระดับมากที่สุดปัจจัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา/ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ช่องทางจำหน่าย/ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย ด้านการส่งเสริมการตลาด/การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ตลอดจนด้านกายภาพและการนำเสนอ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญในภาพรวมมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร

ความสำคัญของแต่ละปัจจัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา/ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ช่องทางจำหน่าย/ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย ด้านการส่งเสริมการตลาด/การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพและการนำเสนอ ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในอันดับต้น พบว่า

1) ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญอันดับแรก คือ หลักสูตร/สาขาวิชาที่เปิดสอนมีความทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน รองลงมา คือ หลักสูตรที่เปิดสอนมีหลักการและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและตรงกับความต้องการของผู้เรียน และหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน

- 2) ด้านราคา/ค่าใช้จ่ายในการศึกษา พบว่า ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรมีความเหมาะสม มีความสำคัญอันดับแรก รองลงมาเป็นเรื่องมีระบบการผ่อนชำระค่าเรียนสำหรับนักศึกษาต่างชาติ ส่วนเรื่องการมีทุนการศึกษาให้นักศึกษาชาวต่างชาติสำคัญอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น
- 3) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย/ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย เรื่องสถานที่ตั้งอยู่ในเมืองมีความสะดวกสบาย เช่น อยู่ในแหล่งชุมชน หอพัก รถไฟฟ้า ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ธนาคาร มีความสำคัญอันดับแรก
- 4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย พบว่า มหาวิทยาลัย มีกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม มีความสำคัญอันดับแรกที่จะทำให้มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจ
- 5) ด้านบุคลากรเกี่ยวกับอาจารย์ผู้สอนมีเทคนิคและวิธีการสอนที่เข้าใจง่าย มีทั้งอาจารย์ชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง ตลอดจนมหาวิทยาลัยมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการทุกขั้นตอน เป็นประเด็นที่นักศึกษาชาวจีนให้ความสำคัญอย่างยิ่งเช่นกัน
- 6) ด้านกระบวนการนักศึกษาชาวจีนให้ความสำคัญอันดับต้น ๆ กับการให้บริการสนับสนุน มีการดำเนินการด้วยความรวดเร็ว และมีการชี้แจงกระบวนการต่าง ๆ ที่นักศึกษาทราบโดยมีการแจ้งเตือน
- 7) ด้านกายภาพและการนำเสนอ พบว่า นักศึกษาชาวจีนให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี และมีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ทันสมัย เช่น Wi-Fi ห้องพักผ่อน ห้องประชุม ห้องสมุด ห้องคอมพิวเตอร์
- ข้อมูลเสริมจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นอาจารย์ เจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ดูแลนักศึกษาชาวจีน พบว่า เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยที่ประเด็นที่น่าสนใจ คือ การสร้างความแตกต่างให้นักศึกษาชาวจีนรับรู้ถึงการใช้ชีวิตและการศึกษาในประเทศไทยมีความคุ้มค่า ให้ประสบการณ์ที่ดี สร้างโอกาสทางอาชีพที่ต้องการของสังคม และโอกาสในการศึกษาต่อ มีหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพและหลากหลาย คณาจารย์มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญทางวิชาการ มีการบริการและการอำนวยความสะดวกด้วยความเข้าใจ และจริงใจ รวดเร็ว สามารถแก้ไขปัญหาให้นักศึกษาชาวจีนได้ สื่อสารภาษาจีนได้ มหาวิทยาลัยตั้งอยู่ในทำเลใกล้เมือง มีความสะดวกสบายในการเดินทางและใช้ชีวิต สภาพแวดล้อมน่าอยู่อาศัย มีหอพัก ห้องสมุด และเทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนการสอนที่ทันสมัย และมีความปลอดภัย

5.2 อภิปรายผล

ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า นักศึกษาชาวจีนให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมากทุกปัจจัย เช่น “การตัดสินใจเรียนต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ (Lingyun Yamg, 2560) และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (Zhou Hao, 2562) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญประกอบไปด้วย การเลือกวิชาชีพที่มีอนาคตและการเงินที่มั่นคง” การเลือกสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงและคุณภาพสูง รวมถึงความสะดวกในการเดินทาง สำหรับนักศึกษาชาวจีนที่ต้องการเรียนต่อในประเทศไทย (Dai Linhuan, 2560) ดังนั้น การบริหารจัดการส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการศึกษามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลต่อการดึงดูดนักศึกษาชาวจีนมาศึกษาต่อในประเทศไทยในอนาคตอย่างมากขึ้น สถาบัน การศึกษาควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการส่วนประสมทางการตลาดเพื่อดึงดูดนักศึกษาชาวจีนมาศึกษาต่อในประเทศไทยอย่างมากยิ่งขึ้นในอนาคต

สอดคล้องกับการศึกษาของ Ding Jia Li และสุรวี ศุนาลัย (2565) เกี่ยวกับ “การรับรู้ของนักศึกษาชาวจีนในการจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19” พบว่า “มีการรับรู้และการจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์นี้อยู่ในระดับมาก นักศึกษาชาวจีนมีความตั้งใจที่จะปกป้องตนเองและผู้อื่นจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 โดยมีการใช้มาตรการป้องกันและแนะนำให้ผู้อื่นทำเช่นเดียวกัน” นอกจากนี้ ในการศึกษาเรื่อง “การเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก นักศึกษาชาวจีนมีการให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ เช่น คุณภาพการศึกษา ค่าเทอม สิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียนการสอน และอื่น ๆ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดบริการนี้มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนที่ตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทยอย่างมีนัยสำคัญตามผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับ 0.01” ดังนั้น การจัดการส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มหาวิทยาลัยไทยมีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนในการตัดสินใจเลือกเรียนและอยู่ในระดับสูง ซึ่งจะช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับนักศึกษาชาวจีนในการเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทยได้มากขึ้น

นอกจากนี้ ยังพบว่าในภาพรวมนักศึกษาชาวจีนให้ความสำคัญสูงสุดต่อปัจจัยด้านบุคลากร สอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุษพา ฐานุตตมานนท์ (2561) ศึกษา “ปัจจัยความสำเร็จที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีของนักศึกษาชาวจีน” พบว่า “กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยในลำดับหนึ่ง คือ ด้านบุคคล คือ คณาจารย์มีคุณวุฒิ และมีความรู้ความเชี่ยวชาญ และมีความเอาใจใส่ของอาจารย์ที่มีต่อนักศึกษา” และจิตติมา วงศ์ราชนันท์ (2564) ศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) ในประเทศไทยของนักศึกษาชาวจีน” พบว่า “คณาจารย์มีผลต่อการ

ตัดสินใจศึกษาต่อปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) ในประเทศไทยของนักศึกษาชาวจีนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05”

นอกจากนี้ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนของนักศึกษาชาวจีนได้ในด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญสูงสุดสำหรับนักศึกษาชาวจีน โดยเฉพาะความสำคัญของคุณภาพและความเชี่ยวชาญของคณาจารย์ และความเอาใจใส่ของอาจารย์ที่มีต่อนักศึกษา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิตติมา วงศ์ราชนันท์ (2564) ได้พบว่า “ความสำเร็จของการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนในการศึกษาต่อปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน) ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของคณาจารย์” ดังนั้น สำหรับนักศึกษาชาวจีน ความสำเร็จของการศึกษาต่อขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นในความเชี่ยวชาญและคุณภาพของคณาจารย์ที่สอนเป็นสำคัญอย่างมาก ซึ่งสามารถเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้นักศึกษาชาวจีนตัดสินใจเรียนต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพฯ และปริมาณผลได้โดยง่ายและมั่นใจมากยิ่งขึ้นในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองในที่สุด

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

มหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครและปริมาณผลที่เปิดหลักสูตรปริญญาตรีสำหรับนักศึกษาชาวจีน ควรให้ความสำคัญในการบริหารจัดการด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับการให้ความสำคัญของนักศึกษาชาวจีนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

- 1) ด้านบุคลากร นักศึกษาชาวจีนให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้มากที่สุด โดยเน้นถึงความสามารถของอาจารย์ผู้สอนในการใช้เทคนิคและวิธีการสอนที่นักศึกษาสามารถเข้าใจได้ง่าย และการเตรียมตัวด้วยอาจารย์ชาวไทยและต่างชาติที่มีคุณภาพ
- 2) ด้านผลิตภัณฑ์ มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญกับหลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน
- 3) ด้านราคา ความเหมาะสมของราคาและค่าใช้จ่ายในการศึกษาเป็นปัจจัยที่ควรพิจารณาในการตั้งราคาอย่างสอดคล้องกับการบริหารต้นทุนและคำนึงถึงการแข่งขันได้ทางการตลาด
- 4) ด้านช่องทางจัดจำหน่ายหรือทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย ควรคำนึงถึงความสะดวกสบายของสถานที่และการตั้งอยู่ในสถานที่ที่มีบริการสำคัญ เช่น การเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะ สถานีรถไฟฟ้า และสถานที่บริการอื่น ๆ
- 5) ด้านการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ควรมีกิจกรรมที่ช่วยเหลือสังคมและสร้างความรู้จักให้กับมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาที่มีคุณค่าเพื่อการศึกษาและชีวิตในประเทศไทย

6) ด้านกระบวนการ ควรมีระบบการสนับสนุนที่รวดเร็วและมีการแจ้งเตือนและชี้แจงให้นักศึกษาทราบล่วงหน้า

7) ด้านกายภาพและการนำเสนอ ควรจัดระบบการรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือและมีสิ่งสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ ตัวอย่างเช่น Wi-Fi ห้องพักผ่อน ห้องประชุม ห้องสมุด และห้องคอมพิวเตอร์

5.3.2 ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนในการเลือกที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีและระดับอื่น ๆ ในมหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย โดยคำแนะนำเหล่านี้จะช่วยให้นักศึกษาสามารถปรับกลยุทธ์การตลาดและการบริหารจัดการให้เข้ากับความต้องการและความสนใจของนักศึกษาชาวจีนได้อย่างเหมาะสมในการศึกษาครั้งต่อไป ดังนี้

1) การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยประเภทอื่น และในพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่นักศึกษาชาวจีนหรือชาวจีนนิยมเข้ามาพักอาศัยในประเทศไทยในภูมิภาคอื่น ๆ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ต และเมืองสำคัญ ๆ เช่น พัทยาจังหวัดชลบุรี หัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น

2) การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักเรียนจีนในระดับอื่น เช่น ในโรงเรียนเอกชนนานาชาติ ตั้งแต่ระดับ Elementary School Middle School และ High School เพื่อวางแผนเกี่ยวกับการจัดการศึกษาให้ตอบโจทย์ความต้องการ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการบริหารจัดการ ควบคุม ดูแล ให้อยู่ภายใต้กฎหมาย กฎระเบียบ ประเพณี วัฒนธรรม เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขในสังคมต่อไป

3) การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักเรียนจีนที่มาจากแต่ละมณฑล เช่น มณฑลยูนนานและเขตปกครองตนเองกว่างซีที่มีนักศึกษาชาวจีนให้ความสนใจเข้ามาศึกษาต่อในประเทศไทยมากกว่ามณฑลอื่น เพื่อนำไปพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับการให้ความสำคัญของนักศึกษาชาวจีนต่อไป

บรรณานุกรม

- กุลนรี นุกิจรังสรรค์ และกรองจันทน์ จันทรพาทา. (2564). การศึกษาเบื้องต้นว่าด้วยนักศึกษาชาวจีนในไทย. รายงานวิจัยภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม แผนงานคนไทย 4.0. สืบค้นจาก https://www.khonthai4-0.net/system/resource/file/kpfgo_content_attach_file_313_1.pdf?date=2022-02-22%2016:43:25.1.
- จิตติมา วงศ์ราชนนท์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจ (หลักสูตร ภาษาจีน) ในประเทศไทยของนักศึกษาชาวจีน. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- นักศึกษาชาวจีนอยู่ที่ไหนในมหาวิทยาลัยทั่วประเทศไทย. (2566). ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/education/news-1227523>.
- บุบผา ฐานุตตมานนท์. (2561). ปัจจัยความสำเร็จที่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนในมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีของนักศึกษาชาวจีน. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พิชญ เจริญมหาสาร. (2546). จีนหันส่วนใหญ่มาไทยมั่งคั่ง. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- เพ็ญพิชชา มุ่งงาม. (2566). อุดมศึกษาไทยในวันที่มีมหาวิทยาลัยอยู่ในเงาทุนจีน. สืบค้นจาก <https://www.the101.world/thai-higher-education-and-china-investment/>.
- ภัทรานิษฐ์ เหมาะะทอง, วนิดา ทองโคตร และสุพรรณิ อึ้งปัญญาตวงศ์. (2560). การกำหนดขนาด ตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane. สืบค้นจาก http://sc2.kku.ac.th/stat/statweb/images/Eventpic/60/Seminar/01_9_Yamane.pdf.
- มหาวิทยาลัยไทยชิง "ตลาดนักศึกษาชาวจีน" เพิ่มรายได้ "ธุรกิจการศึกษา". (2566). กรุงเทพธุรกิจ. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/health/education/1050285>.
- วัชรวิญา บุญมา. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยในประเทศไทย ของนักศึกษาชาวจีน. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สุชีรา ภัทรายุตวรรตน์. (2556). คู่มือการวัดทางจิตวิทยา (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ตรีเทพ.
- Dai Linhuan. (2560). การศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจที่ศึกษาต่อในประเทศไทยของคนจีน. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- Ding Jia Li และสุรวี คุนาลัย. (2565). การรับรู้ของนักศึกษาชาวจีน เรื่องการจัดการความปลอดภัย ในสถานการณ์ COVID-19 และส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกเรียนที่ มหาวิทยาลัยไทย. *Apheit Journal*, 27(1), 1-12.
- Zhou Hao. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดต่อการศึกษาในมหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตยของนักศึกษาชาวจีนระดับปริญญาตรี วิทยาลัยนานาชาติจีน. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY



ภาคผนวก

**BANGKOK
UNIVERSITY**

THE CREATIVE UNIVERSITY



ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

BANGKOK
UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี

มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย

关于中国学生选择泰国曼谷及其周边地区私立大学就读本科的影响因素的调查问卷

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ใช้เพื่อประกอบการค้นคว้าอิสระของ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ขอความร่วมมือทุกท่านตอบแบบสอบถาม เพื่อประโยชน์ทาง
การศึกษาและการพัฒนามหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทยใน
การรับนักศึกษาชาวจีนเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาตรีต่อไป

陈述：

本调查问卷将用于曼谷大学工商管理专业学生的独立研究报告中的一部分。
本次研究目的是研究泰国曼谷及周边地区私立大学接受中国学生继续攻读
学士学位的行为因素，也希望此类现象能发展的更好。

因此，作者恳请您在百忙之中抽出时间参与调查，感谢您的支持与配合！
本次调查采取不记名方式，会严格保护您的个人隐私，希望您根据实际情况填
写，感谢您的参与！

THE CREATIVE UNIVERSITY

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล 第一部分，个人信息

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อความที่ท่านเลือกและเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้

提示：在您选择的选项前打勾“✓”，或者在所划横线处填写内容。

1. เพศ 性别

 ชาย 男 หญิง 女

2. อายุ 年龄

 อายุไม่เกิน 20 ปี 20 及 20 岁以下 อายุ 21-25 ปี 21-25 岁 อายุ 26 ปีขึ้นไป 26 岁及以上

3. สาขาวิชาที่สำเร็จการศึกษาก่อนศึกษาระดับมหาวิทยาลัย **上大学前就读的是**

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ **理科**

สาขาวิชาศิลปศาสตร์ **文科**

4. ภูมิภาคของนักศึกษาชาวจีนระบุตามมณฑล **您在中国所处的省会**

กวางสี **广西壮族自治区**

กวางตุ้ง **广东省**

ยูนนาน **云南省**

เสฉวน **四川省**

อื่น ๆ **其他**

5. ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย **在泰国的生活时长**

0-1 ปี **0-1 年**

1-2 ปี **1-2 年**

2-4 ปี **2-4 年**

มากกว่า 4 ปี **4 年以上**

6. แหล่งเงินทุนในการศึกษาของนักศึกษา **您的学费来源**

ทุนรัฐบาล **政府奖学金**

ทุนส่วนตัว **个人资金**

อื่น ๆ (โปรดระบุ) **其他 (请说明)**

7. รายได้ที่ได้รับต่อเดือน **月生活费**

รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท

5000 **泰铢 (约 1000 人民币)**

รายได้ 5,001-10,000 บาท

5001-10000 **泰铢 (约 1000-2000 人民币)**

รายได้ 10,001-15,000 บาท

10001-15000 **泰铢 (约 2000-3000 人民币)**

รายได้มากกว่า 15,000 บาท

15000 **泰铢以上 (3000 人民币以上)**

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาชาวจีนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย
เอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทย

第三部分，影响中国留学生选择泰国曼谷及其周边地区私立大学进行本科阶段学习的因素

- | | |
|------------------------------------|-----------|
| 5 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด | 5—重要程度 最高 |
| 4 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก | 4—重要程度 很高 |
| 3 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง | 3—重要程度 一般 |
| 2 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย | 2—重要程度 小 |
| 1 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด | 1—重要程度 最小 |

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความสำคัญของท่านที่ใช้ในการตัดสินใจ
เลือกศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเทศไทยมากที่สุด

提示：请在以下影响您选择泰国曼谷及其周边地区私立大学就读本科的影响因素
里您认为的重要程度选项打勾“✓”。

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 营销组合因素	ระดับความสำคัญ 重要程度				
	มากที่สุด 最高	มาก 很高	ปานกลาง 一般	น้อย 小	น้อยที่สุด 最小
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. ด้านผลิตภัณฑ์ 产品方面					
1.1 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย 大学特色					
- มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงได้รับการยอมรับ 大学声誉在外，获得认可					
- มหาวิทยาลัยมีความน่าเชื่อถือจากการทำ MOU กับ สถาบันนานาชาติในต่างประเทศ 大学与国际机构签订合作备忘录，值得信赖					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 营销组合因素	ระดับความสำคัญ 重要程度				
	มากที่สุด 最高	มาก 很高	ปานกลาง 一般	น้อย 小	น้อยที่สุด 最小
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
- เป็นผู้นำด้านการศึกษาในระดับที่มีคุณภาพ เช่น ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา หรือ สกอ. 是高质量教育的领军人，比如获得高教委办公室的认证					
- บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาสามารถเข้าศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นในมหาวิทยาลัยชั้นนำในต่างประเทศ 毕业生能够进入国外一流大学学习					
1.2 หลักสูตรที่เปิดสอน 开设专业					
- หลักการและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรมีความชัดเจน และตรงกับความต้องการของผู้เรียน 专业的原则和目标明确并且能满足学习者的需要					
- หลักสูตร/สาขาวิชาที่เปิดสอนมีความทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน 开设的专业/学科是紧跟时代需求，符合当下社会情况					
- หลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน 满足劳动力市场需求的专业					
- สามารถโอนหน่วยกิตไปมหาวิทยาลัยในต่างประเทศได้ 能够将所修学分对接到国外的大学					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 营销组合因素	ระดับความสำคัญ 重要程度				
	มากที่สุด 最高	มาก 很高	ปานกลาง 一般	น้อย 小	น้อยที่สุด 最小
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
2. ด้านราคา/ค่าใช้จ่ายในการศึกษา 学习中涉及学费及其他杂费方面					
- ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรมีความเหมาะสม 学制全程的花费合理					
- มีทุนการศึกษาให้นักศึกษาชาวต่างชาติ 外国学生有奖学金提供					
- มีระบบการผ่อนชำระค่าเรียนสำหรับนักศึกษาต่างชาติ 外国学生可以学杂费分期付款					
3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย/ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย 学校地理位置方面					
- สถานที่ตั้งอยู่ในเมืองมีความสะดวกสบาย เช่น อยู่ในแหล่งชุมชน หอพัก รถไฟฟ้า ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ธนาคาร เป็นต้น 校区地理位置优越便利·周边基础设施健全。例如社区、宿舍、轻轨、百货公司、便利店、银行等等					
- การคมนาคมไปมาสะดวกด้วยบริการรถสาธารณะ 公共交通便利					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด/การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย 大学的市场推广/公共关系方面					
- ประชาสัมพันธ์ข่าวสารการรับสมัครไปยังสถานศึกษาในต่างประเทศ เช่น จดหมายข่าว, โบรชัวร์ 大学向国外的教育机构发招生宣传手册等招生信息					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 营销组合因素	ระดับความสำคัญ 重要程度				
	มากที่สุด 最高	มาก 很高	ปานกลาง 一般	น้อย 小	น้อยที่สุด 最小
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
- มีเว็บไซต์แจ้งข่าวสารการรับสมัคร/หลักสูตรที่เปิดสอน/ ค่าใช้จ่าย 大学有关于招生/开设专业/学杂费详细信息的网站					
- มีศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อในต่างประเทศ 大学在国外设有自己的留学指导中心					
- มหาวิทยาลัยมีกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม 大学会举办社会服务活动					
5. ด้านบุคลากร 教职员方面					
5.1 อาจารย์ผู้สอน 授课教师					
- อาจารย์ผู้สอนมีทั้งอาจารย์ชาวไทยและชาวต่างชาติที่มา จากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง 授课教师有来自国内外著名大学或教育机构的泰籍和外籍教师					
- อาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความชำนาญและเชี่ยวชาญใน วิชาชีพ 授课教师专业知识储备丰厚					
- อาจารย์มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีมา ประยุกต์ใช้ในการสอน 教师能够熟练的在授课过程中使用科技					
- อาจารย์ผู้สอนมีเทคนิคและวิธีการสอนที่เข้าใจง่าย 授课教师拥有能够让所授知识通俗易懂的方法和技巧					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 营销组合因素	ระดับความสำคัญ 重要程度				
	มากที่สุด 最高	มาก 很高	ปานกลาง 一般	น้อย 小	น้อยที่สุด 最小
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
5.2 เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ 其他行政人员					
- มีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการครบถ้วนทุกขั้นตอน 每个环节阶段都有专门负责的行政人员					
- มีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการอย่างเพียงพอ 行政人员人数充足					
- เจ้าหน้าที่สามารถช่วยแก้ปัญหาให้นักศึกษาได้ 行政人员能够为学生解决问题					
6. ด้านกระบวนการ 程序流程方面					
6.1 การจัดการเรียนการสอน 教学安排					
- มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย 拥有现代化的教学设备					
- มีโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัยในประเทศและต่างประเทศ 与国内和国际的大学之间有留学生交换项目					
- มีโครงการศึกษาดูงานในประเทศและต่างประเทศ 有国内外的游学项目活动					
- มีระบบการศึกษาที่เป็นมาตรฐานสากล 有符合国际标准的教育体系					
- มีการจัดห้องเรียนที่มีบรรยากาศนักศึกษาเชิงวิชาการ 为学生营造拥有学术氛围的教室					
6.2 การให้บริการสนับสนุน 其他服务支持方面					
- ชี้แจงกระบวนการต่าง ๆ ที่นักศึกษาทราบอย่างชัดเจน 明确向学生交代大学各程序流程					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 营销组合因素	ระดับความสำคัญ 重要程度				
	มากที่สุด 最高	มาก 很高	ปานกลาง 一般	น้อย 小	น้อยที่สุด 最小
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
- ชี้แจงกระบวนการต่าง ๆ ที่นักศึกษาทราบอย่างรวดเร็ว และมีการแจ้งเตือน 迅速、及时的向学生通知各程序流程					
- กระบวนการให้บริการรวดเร็ว เช่น การลงทะเบียนเรียน 大学工作流程高效，例如课程注册					
7. ด้านกายภาพและการนำเสนอ 软硬件支持方面					
- มีสภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยที่สวยงาม บรรยากาศ ร่มรื่น 校园环境优美、明亮					
- การวางผังอาคารเรียนที่สะดวกต่อการศึกษา มีระเบียบ เรียบร้อย 教学楼布局井井有条， 便利学习					
- มีการจัดสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เหมาะสมพอเพียงต่อ จำนวนผู้เรียน 有对于学生来说适合且足量的学习 支持设施					
- มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ทันสมัย เช่น Wi-Fi ห้องพักผ่อน ห้องประชุม ห้องสมุด ห้องคอมพิวเตอร์ 有现代化的学习支持设施，例如无线网络 (Wi-Fi)、休息室、会议室、图书馆、电脑 室					
- มหาวิทยาลัยมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี 大学有良好的安全保护体系					



ภาคผนวก ข

คุณภาพด้านความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

**BANGKOK
UNIVERSITY**

THE CREATIVE UNIVERSITY

Relyability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.985	37

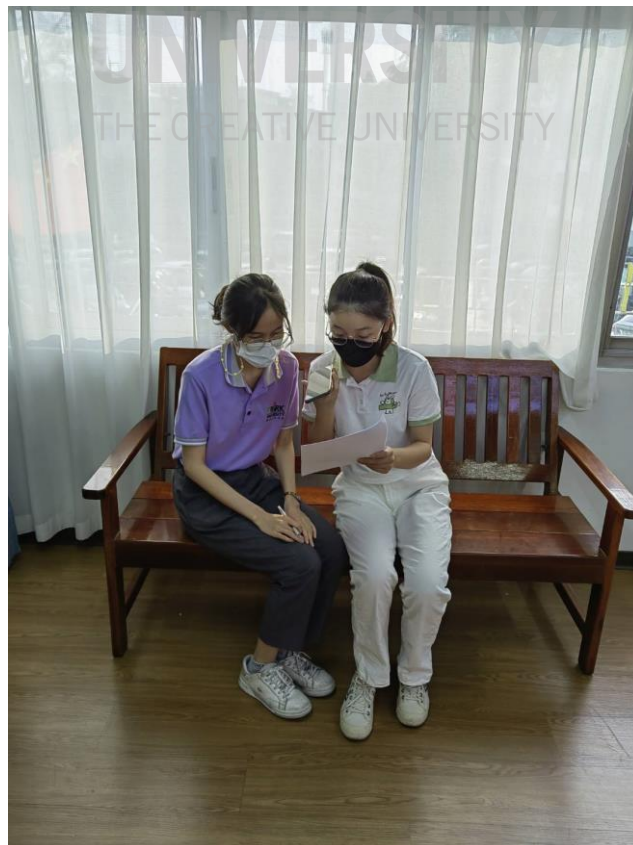
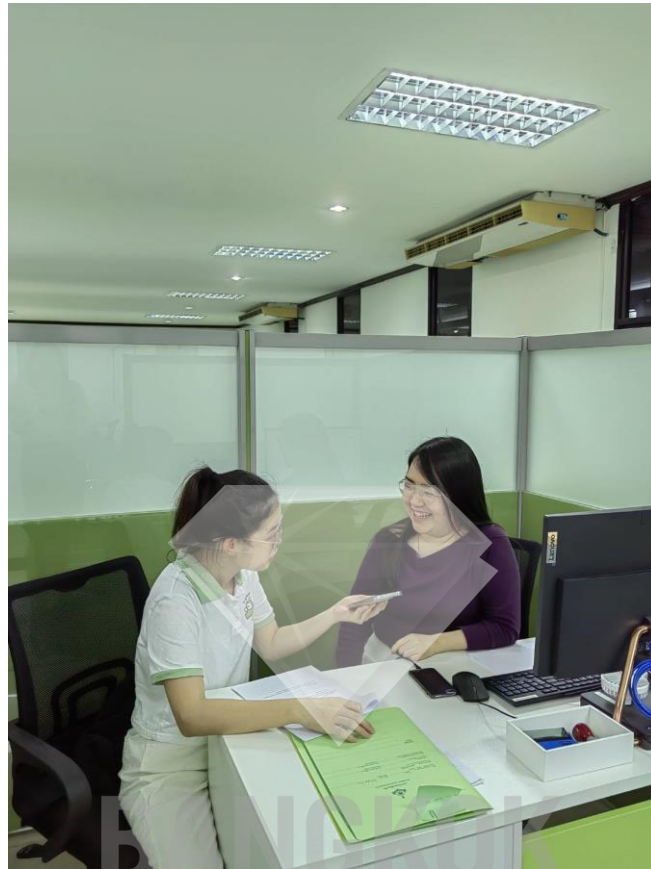


ภาคผนวก ค
รูปภาพการสัมภาษณ์

BANGKOK
UNIVERSITY

THE CREATIVE UNIVERSITY





ประวัติผู้เขียน**ชื่อ-นามสกุล**

Yang Xiaofeng

อีเมล

xixi9832@gmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2559-2562

ปริญญาตรี ปีที่ 1-3 มหาวิทยาลัยภาษาต่างประเทศกวังสี

พ.ศ. 2562-2563

ปริญญาตรี ปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกริก

ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2559-2562

รับงานแปลด้วยปากกา

จำหน่ายยาสีฟันและซอสถั่วเหลืองที่ซูเปอร์มาร์เก็ต

พ.ศ. 2563

ฝึกงานที่งานรับสมัครของมหาวิทยาลัยเกริก



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY