

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีน
มหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย
Marketing Mix Factors Affecting Chinese Students' Decisions to Study at
Universities in The Kingdom of Thailand

ชุตินา สุดจรรยา
Chutima Sudjanya

Received: January 8, 2023; Revised: September 11, 2023; Accepted: September 18, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนต่อการตัดสินใจเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนในการเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ภาษาไทย เป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .877 และทำการแจกแบบสอบถามตามความสะดวกกับนักศึกษาชาวจีนที่มีความต้องการเดินทางมาเรียนในมหาวิทยาลัยในประเทศไทย และมีความสามารถในการอ่าน และเข้าใจภาษาไทยในระดับที่ดี โดยการใช้เทคนิค snow ball ตัดแบบสอบถามที่ไม่ตรงตามเกณฑ์คือ เป็นแบบสอบถามที่ได้รับข้อมูลที่ผิดพลาดและข้อมูลสอบถามที่ข้อมูลสูญหายทำให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 51 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดในมุมมองผู้บริโภค 7Cs ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนเพื่อเรียนในมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 5.00$) ได้แก่ 1. นักศึกษาชาวจีนมีความต้องการให้มหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยมีระบบที่ทำให้นักศึกษาสามารถลงทะเบียนผ่านทางเว็บไซต์ได้ 2. มหาวิทยาลัยควรมีบุคลากรที่มีความเป็นมิตร และ มีความเข้าใจในวัฒนธรรมจีน 3. นักศึกษาชาวจีนต้องการช่องทางอำนวยความสะดวกในการติดต่อ สอบถาม ทั้งช่องทางออนไลน์การเดินทางมาติดต่อด้วยตัวเอง และโดยสามารถเดินทางมาติดต่อที่สำนักงานของมหาวิทยาลัยได้สะดวก มีหน่วยงานรับผิดชอบชัดเจน โดยได้รับการบริการที่ดี และเป็นมิตร 4. นักศึกษาชาวจีนให้ความสำคัญที่ราคาค่าใช้จ่ายในการเรียนไม่สูงนักเมื่อเทียบกับที่สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งผู้ปกครองรู้สึกว่ามีค่าในการลงทุนให้เรียน และการมีระบบการชำระเงินที่ไม่ซับซ้อน และมีเอกสารรับรองการชำระเงินที่ชัดเจน รองลงมาคือ ด้านที่มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.94$) คือ 1. นักศึกษาชาวจีนต้องการหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของนักศึกษา 2. นักศึกษาชาวจีนต้องการให้มหาวิทยาลัยมีคำอธิบายภาษาจีนที่อธิบายขั้นตอนเกี่ยวกับการลงทะเบียนอย่างชัดเจน และต่ำที่สุด คือ ด้านที่มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 1.35$) คือ นักศึกษาชาวจีนมีความต้องการให้มหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยมีบริการรถรับ-ส่งไปดำเนินการทำ VISA

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, นักศึกษาชาวจีน

ABSTRACT

This research topic is Marketing mix factors affecting Chinese students' decisions to study at universities in the Kingdom of Thailand. The purpose of this study was to study the marketing mix factors from the perspective of consumers that affect the decision of Chinese students to study at universities in the Kingdom of Thailand by used a Thai-language online survey through the use of Cronbach's alpha coefficient, a 5-level estimation questionnaire has been validated and its content validity (IOC) evaluated. There was an average level of .877 confidence and distributed surveys at their leisure to Chinese students interested in studying at Thai universities and be able to read and understand Thai at a good level by use the snowball method to reject surveys that do not fulfill the requirements. It was a questionnaire that received both anomalous and missing data, yielding 51 full questionnaires. The collected information was used for basic data analysis with descriptive statistics. The information is displayed as a frequency, mean, percentage, and standard deviation. According to the findings, respondents had thoughts about the marketing aspects of the 7Cs consumer viewpoint that influenced Chinese students' decisions to enroll at universities in the Kingdom of Thailand. It was at the highest level overall ($\bar{X} = 4.51$). When each aspect was taken into account, it was discovered that the aspect with the highest mean ($\bar{X} = 5.00$) was as follows: 1. Chinese students are requesting that institutions in the Kingdom of Thailand implement a system that allows students to register online. 2. The university should employ people who are courteous and understand Chinese culture. 3. Chinese students require easy ways to connect and inquire, both online and in person, and may simply travel to the university office. There is an obvious accountable agency with good and friendly service. 4. Chinese students appreciate that the cost of education is reasonable when compared to studying in China. This encourages their parents to invest in their education and have a straightforward payment with clear payment certification documentation. The thoughts on each of the four points described above are at the highest level. Follow along with the typical mean ($\bar{X} = 1.35$) were 1. Chinese students want courses that are relevant to their needs and 2. Chinese students want the University to give them all the registration related paperwork in Chinese with detailed descriptions of the producers. And the lowest is the side with mean ($\bar{X} = 1.35$) is Chinese students want shuttle service available for their visa applications.

Keywords: marketing mix factors, Chinese students

บทนำ

การระบาดของ COVID-19 ซึ่งเริ่มขึ้นในต้นปี 2563 ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อกิจกรรมที่มีอยู่ทั่วโลกไม่เพียงแต่เป็นกิจกรรมของสถานศึกษาเท่านั้น กระทั่งโลกธุรกิจ โลกท่องเที่ยว และสุขภาพได้รับผลกระทบ รัฐบาลส่วนใหญ่ทั่วโลกได้ปิดสถาบันการศึกษาชั่วคราวเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของการแพร่ระบาดของโควิด-19 และสหรัฐอเมริกาประเทศที่ได้รับการยืนยันการติดเชื้อ COVID-19 สูงสุด ทำให้ประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกาได้ดำเนินการออกคำสั่งเป็นครั้งแรกในรอบร้อยปี นับตั้งแต่การระบาดของไข้หวัดใหญ่ในปี พ.ศ. 2461 ประชากรสหรัฐได้รับคำสั่งให้อาศัยอยู่ในพื้นที่ของตนและหลีกเลี่ยงการสัมผัสในที่สาธารณะ เป็นผลให้สถานที่สาธารณะและบริการส่วนใหญ่หยุดดำเนินการ ภายหลังจากปิดมหาวิทยาลัยวอชิงตัน เมื่อวันที่ 7 มี.ค. ต่อไปวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยกว่าพันแห่งในสหรัฐอเมริกายกเลิกชั้นเรียนและกิจกรรมต่าง ๆ ตามวิทยาเขตโดยตรงซึ่งส่งผลกระทบต่อนักเรียนหลายล้านคน (Billy, 2020) ทำให้ส่งผลกระทบต่อพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษาในด้านต่าง ๆ รวมถึงการเปลี่ยนจากการสอนแบบตัวต่อตัวไปสู่การเรียนการสอนแบบออนไลน์ การยกเลิกกิจกรรมและกิจกรรมทางกายภาพ และการก่อตัวของ 'ความปกติใหม่' ในการศึกษาในระดับอุดมศึกษา (Tesar, 2020) ซึ่งการใช้ชีวิตแบบความปกติใหม่นั้นส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นวงกว้างในชีวิตประจำวัน เช่น การสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา เพื่อป้องกันโรค การเว้นระยะห่างสำหรับบุคคล การทำงานเหลื่อมเวลา การทำงานที่บ้าน การทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ตลอดจนการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งสถานการณ์เหล่านี้เป็นสถานการณ์ที่ทำให้นักศึกษาชาวต่างชาติของทุกมหาวิทยาลัยประสบกับความเปลี่ยนแปลงที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่กล่าวว่าประสบการณ์ของนักศึกษาต่างชาติในการศึกษาต่อต่างประเทศนั้นเต็มไปด้วยความไม่แน่นอน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อตัดสินใจว่าจะไปศึกษาต่อต่างประเทศก็จะมีเรื่องของข้อพิจารณาทางกฎหมาย เช่น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการทางกฎหมาย การขอวีซ่า การเตรียมเอกสารที่เหมาะสม เป็นต้น เข้ามาเป็นปัจจัยกดดัน ชักนำให้เกิดความไม่แน่นอน ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงโครงสร้างที่นักศึกษาต่างชาติต้องเผชิญมากที่สุด (Bista, 2016; Eder et al., 2010) จากงานวิจัยเกี่ยวกับประสบการณ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid 19) ทั่วโลกนี้ งานวิจัยของ Cohen et al. (2020) กล่าวว่านักเรียนส่วนใหญ่มองว่าโรคระบาดจะส่งผลกระทบต่อแผนการศึกษา/อาชีพ เศรษฐกิจ และสุขภาพของสมาชิกในครอบครัวและสังคมอย่างไร อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงความไม่แน่นอนที่นักศึกษาต่างชาติต้องเผชิญตลอดช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid 19) นั้นมีความโดดเด่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพิจารณาจากแรงกดดันที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid 19) ร่วมกับสถานะทางกฎหมายที่ไม่เหมือนใครในขณะนี้นักศึกษาชาวต่างชาติต้องพักอาศัยแยกจากครอบครัวทำให้การระบาดใหญ่ไม่เพียงแต่ให้การเคลื่อนย้ายของนักศึกษาต่างชาติลดลงอย่างมากเท่านั้น แต่ยังทำให้การเคลื่อนย้ายของนักศึกษาต่างชาติเปลี่ยนไปด้วย เนื่องจากข้อจำกัดด้านการเดินทางและการปิดวิทยาเขต นักศึกษาจำนวนมากจึงเปลี่ยนหรือยกเลิกแผนการศึกษาต่อในต่างประเทศ การศึกษาล่าสุดที่เผยแพร่โดย British Council ซึ่งเป็นแหล่งนักเรียนต่างชาติที่ใหญ่ที่สุดในสหราชอาณาจักร ในเดือนเมษายน 2020 แสดงให้เห็นว่า 39 % ของนักศึกษาชาวจีน ยังมีความไม่แน่ใจเกี่ยวกับการยกเลิกแผนการเรียน (Durnin, 2020) การระบาดของ COVID-19 ได้นำความท้าทายมากมายมาสู่การศึกษาระดับอุดมศึกษาทั้งในด้านการเรียนการสอน การเรียนรู้ ความร่วมมือด้านการวิจัย และธรรมาภิบาลของสถาบัน แม้จะมีการถกเถียงกันทั่วโลกว่าการระบาดของ COVID-19 จะทำให้การอุดมศึกษาในระดับสากลยุติลงหรือไม่ แต่เห็นได้ชัดว่าการแพร่ระบาดมีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งต่อการศึกษาระดับอุดมศึกษาทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายของนักศึกษาต่างชาติ การแพร่ระบาดจะทำให้การเดินทางของนักศึกษาต่างชาติลดลงอย่างมากเนื่องจากข้อจำกัดด้านการเดินทาง การปิดวิทยาเขต และการคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของนักศึกษาและครอบครัว

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนในการเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยเนื่องจากปัจจุบันนี้จำนวนนักศึกษาชาวต่างชาติในมหาวิทยาลัยในประเทศไทยมีจำนวนลดลงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลจาก ศูนย์สารสนเทศอุดมศึกษา (2562) ที่พบว่า ชาวจีนนิยมเข้ามาศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทยมากที่สุด โดยระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 47.31 ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 50.62 และระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 46.70 รองลงมาคือ ประเทศในอาเซียน ได้แก่ พม่า กัมพูชา ลาว และเวียดนาม จากผลกระทบต่อผลกระทบกระจายของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid 19) ทำให้มีรัฐบาลไทยมีนโยบายในการกักตัวผู้เดินทางเข้าประเทศไทย เป็นเวลา 14 วัน (State quarantine หรือ Alternative state quarantine) ที่เข้มงวดขึ้น และขั้นตอนการขอวีซ่าเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีความซับซ้อนยุ่งยากมากขึ้น พร้อมทั้งค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเพิ่มขึ้นจากสถานการณ์ปกติจำนวนมาก ประกอบกับนโยบายที่เข้มงวดของรัฐบาลจีนในการปิดประเทศ ตามนโยบาย Dynamic Covid Zero ที่ทำให้นักศึกษาชาวจีนไม่สามารถเดินทางออกนอกประเทศจีนได้ ทำให้นักศึกษาชาวจีนเข้ามาศึกษาต่อในประเทศไทยลดจำนวนลงอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งการลดจำนวนลงของนักศึกษาชาวจีน ได้ส่งผลกระทบต่อการจัดการเรียนการสอนและรายได้ของมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของนักศึกษาชาวจีนที่ทำให้ตัดสินใจเลือกเข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย ผลการวิจัยที่ค้นพบนี้จะทำให้เห็นแนวทางการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีน และทำให้เห็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนและระบบการให้บริการของมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยเพื่อให้เกิดจุดเด่น หรือ จุดขายที่สามารถดึงดูดความสนใจต่อนักศึกษาชาวจีนให้เข้ามาศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย รวมทั้งยังสามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาดำเนินการวางแผนปรับปรุงการดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานวิเทศสัมพันธ์ ในส่วนงานระเบียบและพิธีการตรวจคนเข้าเมือง งานเกี่ยวกับนักศึกษาชาวต่างชาติและการประสานงานด้านเอกสารการเข้าประเทศไทยของกองวิเทศสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองต่อนโยบายความเป็นนานาชาติและการเข้าสู่การจัดอันดับมหาวิทยาลัยโลกของมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนเพื่อเรียนในมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาชาวจีนที่มีความรู้ ความสามารถในการอ่านภาษาไทยได้ระดับดี และมีความประสงค์ที่จะสมัครเรียนและเดินทางมาเรียนที่มหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย

กลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาชาวจีนที่มีความรู้ ความสามารถในการอ่านภาษาไทยได้ระดับดี และมีความประสงค์ที่จะสมัครเรียนและเดินทางมาเรียนที่มหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย จำนวน 51 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้เทคนิค snow ball

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) โดยแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามภาษาไทยโดยเป็นแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) โดยมีเกณฑ์การประเมินของแบบสอบถามดังนี้ ระดับคะแนน 1 คะแนน หมายถึง น้อยที่สุด ระดับ

คะแนน 2 คะแนน หมายถึง น้อย ระดับคะแนน 3 คะแนน หมายถึง ปานกลาง ระดับคะแนน 4 คะแนน หมายถึง มาก และระดับคะแนน 5 คะแนน หมายถึง มากที่สุด ซึ่งผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและพิจารณาให้ข้อเสนอแนะ และตรวจพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของคำถามแต่ละข้อโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (Index of Item objective congruence: IOC) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 จากนั้นนำแบบสอบถามภาษาไทยไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง โดยเป็นนักศึกษาชาวจีนที่ยังคงอยู่ในราชอาณาจักรไทยจำนวน 30 คน และนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยวิธีหาสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าเฉลี่ยความเชื่อมั่นเท่ากับ .877

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการแจกแบบสอบถามตามความสะดวก (Convenience Sampling) กับนักศึกษาชาวจีนที่มีความต้องการเดินทางมาเรียนในมหาวิทยาลัยในประเทศไทย และมีความสามารถในการอ่าน และเข้าใจภาษาไทยในระดับที่ดี โดยการใช้เทคนิค snow ball โดยให้นักศึกษาชาวจีนที่มีความรู้และความสามารถในการอ่าน และเข้าใจภาษาไทย และเคยเรียนภาษาไทยในสถาบันการศึกษาของสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นผู้ส่งแบบสอบถามไปยังนักศึกษาชาวจีนที่มีความรู้และความสามารถในการอ่านและเข้าใจภาษาไทย ที่มีความประสงค์จะเดินทางเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยรายอื่นๆ ผ่านการตอบแบบสอบถามทางออนไลน์ (Google Form) โดยให้กลุ่มเป้าหมายทำแบบสอบถามด้วยตัวเอง ซึ่งผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 100 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้ข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมด 80 ชุด ผู้วิจัยได้ตัดแบบสอบถามที่ไม่ตรงตามเกณฑ์คือ เป็นแบบสอบถามที่ได้รับข้อมูลที่ผิดปกติ (Outliner Case) และข้อมูลสอบถามที่ข้อมูลสูญหาย (Missing Data) ทำให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 51 ชุด โดยเป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์นั้นมีคุณสมบัติครบ คือ เป็นนักศึกษาชาวจีนที่มีความรู้ความสามารถและเข้าใจภาษาไทยในระดับดี และเป็นผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบันการศึกษาที่สาธารณรัฐประชาชนจีนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และตัดสินใจที่จะสมัครเข้าเรียนและเดินทางเข้ามาเรียนที่มหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย นำมาวิเคราะห์ข้อมูลนำแบบสอบถามจำนวน 51 ชุด มาตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์เรียบร้อย แล้วลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูล และวิเคราะห์โนโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้ระยะเวลาการเก็บสอบถาม ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2564 จนถึง วันที่ 30 มิถุนายน 2565 ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถาม 1 ปี

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์โนโปรแกรมสำเร็จรูป การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	28	54.9
หญิง	23	45.1
รวม	51	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 45.1

ตารางที่ 2 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	6	11.8
18 – 20	45	88.2
รวม	51	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 – 20 ปี จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.2 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.8

ตารางที่ 3 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
จบมัธยมศึกษาตอนปลายกำลังเรียนอยู่มหาวิทยาลัย	15	29.4
ปีที่ 1 ถึง ปีที่ 4 ที่สาธารณรัฐประชาชนจีน	36	70.6
รวม	51	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่กำลังเรียนอยู่มหาวิทยาลัยปีที่ 1 ถึง ปีที่ 4 จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.6 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ ผู้จบชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.4

ตารางที่ 4 รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม (หมายถึงรายได้ที่นักศึกษาได้รับเงินจากผู้ปกครองหรือ ผู้สนับสนุนทางการเงินให้กับนักศึกษาเอาไว้ใช้จ่ายในแต่ละเดือน)

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
15,000 – 20,000 บาทต่อเดือน	7	13.7
20,000 บาทขึ้นไป	44	86.3
รวม	51	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ เป็นผู้ที่มีรายได้อยู่ที่มากกว่า 15,000 บาทต่อเดือนแต่ไม่ถึง 20,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.7 หมายถึง เป็นเงินรายได้ที่นักศึกษาได้รับเงินจากผู้ปกครองหรือ ผู้สนับสนุนทางการเงินให้กับนักศึกษาเอาไว้ใช้จ่ายในแต่ละเดือน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของนักศึกษาชาวจีน 7Cs ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยในประเทศไทย

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของนักศึกษาชาวจีน 7Cs

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค 7Cs	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. สิ่งที่นักศึกษาชาวจีนต้องการ (Customer)			
1.1 เป็นหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของนักศึกษา	4.94	0.42	มากที่สุด
1.2 หลักสูตรและรายวิชาได้มาตรฐานสากล	4.86	0.57	มากที่สุด
1.3 เป็นหลักสูตรที่สามารถเทียบโอนหน่วยกิต กลับมาเรียนที่ประเทศจีน หรือต่างประเทศได้	4.82	0.62	มากที่สุด
2. ความสบาย (Comfort)			
2.1 มหาวิทยาลัยมีหอพักให้	4.69	0.81	มากที่สุด
2.2 มหาวิทยาลัยมีบริการจัดหาที่พักให้	2.98	0.14	น้อย
2.3 นักศึกษาจัดหาที่พักเอง	3.25	0.72	ปานกลาง
3. การสื่อสาร (Communication)			
3.1 มหาวิทยาลัยมีการดำเนินการเรื่อง VISA อย่างรวดเร็ว	4.90	0.50	มากที่สุด
3.2 มหาวิทยาลัยมีบริการรถรับ-ส่งไปดำเนินการทำ VISA	1.35	0.87	น้อยที่สุด
3.3 มหาวิทยาลัยมีศูนย์ให้คำปรึกษาเรื่อง ระเบียบ และพิธีการตรวจคนเข้าเมือง และเอกสารการเข้าศึกษาต่อที่มีข้อมูลครบถ้วน และดำเนินการรวดเร็ว	4.88	0.59	มากที่สุด
4. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion)			
4.1 มหาวิทยาลัยลดขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนให้มีความรวดเร็วยิ่งขึ้น	3.84	1.46	ปานกลาง
4.2 มหาวิทยาลัยมีคำอธิบายภาษาจีนที่อธิบายขั้นตอนเกี่ยวกับการลงทะเบียนอย่างชัดเจน	4.94	0.42	มาก
4.3 มหาวิทยาลัยมีระบบที่ทำให้นักศึกษาสามารถลงทะเบียนผ่านทาง website ได้	5.00	0.00	มากที่สุด
5. การดูแลเอาใจใส่ (Caring)			
5.1 บุคลากรมีความสามารถสื่อสารภาษาจีนได้	4.25	1.15	มาก
5.2 บุคลากรมีความเป็นมิตร	5.00	0.00	มากที่สุด
5.3 บุคลากรมีความเข้าใจในวัฒนธรรมจีน	5.00	0.00	มากที่สุด
6. ความสะดวก (Convenience)			
6.1 มีความสะดวกในการติดต่อ สอบถาม ทั้งช่องทาง Online และการเดินเข้ามาติดต่อด้วยตัวเอง	5.00	0.00	มากที่สุด
6.2 สามารถเดินทางมาติดต่อที่สำนักงานของมหาวิทยาลัยได้สะดวก มีหน่วยงานรับผิดชอบชัดเจน	5.00	0.00	มากที่สุด
6.3 ได้รับการบริการที่ดี และเป็นมิตร	5.00	0.00	มากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค 7Cs	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
7. ต้นทุน (Cost)			
7.1 ราคาค่าใช้จ่ายในการเรียนไม่สูงนักเมื่อเทียบกับที่ประเทศจีน	5.00	0.00	มากที่สุด
7.2 ผู้ปกครองรู้สึกว่ามีค่าคุ้มค่าในการลงทุนให้เรียน	5.00	0.00	มากที่สุด
7.3 มีระบบการชำระเงินที่ไม่ซับซ้อน และมีเอกสารรับรอง การชำระเงินที่ชัดเจน	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.51	0.39	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดในมุมมองผู้บริโภค 7Cs ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนที่เลือกเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัยในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 5.00$) ได้แก่ ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) มหาวิทยาลัยมีระบบที่ทำให้นักศึกษาสามารถลงทะเบียนผ่านทาง website ได้ การดูแลเอาใจใส่ (Caring) บุคลากรมีความเป็นมิตร และ บุคลากรมีความเข้าใจในวัฒนธรรมจีน ความสะดวก (Convenience) มีความสะดวกในการติดต่อ สอบถาม ทั้งช่องทาง Online และ การเดินเข้ามาติดต่อด้วยตัวเอง สามารถเดินทางมาติดต่อที่สำนักงานของมหาวิทยาลัยได้สะดวก มีหน่วยงานรับผิดชอบชัดเจน และ ได้รับการบริการที่ดี และเป็นมิตร ต้นทุน (Cost) ราคาค่าใช้จ่ายในการเรียนไม่สูงนักเมื่อเทียบกับที่ประเทศจีน ผู้ปกครองรู้สึกว่ามีค่าคุ้มค่าในการลงทุนให้เรียน และมีระบบการชำระเงินที่ไม่ซับซ้อน และมีเอกสารรับรองการชำระเงินที่ชัดเจน ซึ่งมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านที่มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.94$) สิ่งที่นักศึกษาชาวจีนต้องการ (Customer) เป็นหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของนักศึกษา ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) มหาวิทยาลัยมีคำอธิบายภาษาจีนที่อธิบายขั้นตอนเกี่ยวกับการลงทะเบียนอย่างชัดเจน มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด เช่นกัน และต่ำที่สุด คือ ด้านที่มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 1.35$) การสื่อสาร (Communication) มหาวิทยาลัยมีบริการรถรับ-ส่งไปดำเนินการทำ VISA มีความคิดเห็นในระดับน้อย ตามลำดับ

สรุปผลและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยในครั้งนี้โดยสรุปจากข้อมูลส่วนทั่วไปนั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 86.3 เป็นผู้ที่มีพื้นฐานรายได้ต่อเดือน 20,000 บาท ซึ่งเป็นเงินรายได้ที่นักศึกษาได้รับเงินจากผู้ปกครองหรือ ผู้สนับสนุนทางการเงินให้กับนักศึกษาเอาไว้อใช้จ่ายในแต่ละเดือน คิดเป็นร้อยละ 88.2 และเป็นผู้ที่กำลังเรียนอยู่ในมหาวิทยาลัยชั้นปีที่ 1 ถึง ชั้นปีที่ 4 และเป็นผู้ที่มีอายุประมาณ 18 – 20 ปี ร้อยละ 88.2 โดยเป็นเพศชาย ร้อยละ 54.9

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดในมุมมองผู้บริโภค 7Cs ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาชาวจีนเพื่อเรียนในมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 5.00$) ได้แก่ 1.ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ โดยเน้นไปที่ความต้องการให้มหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยมีระบบที่ทำให้นักศึกษาสามารถลงทะเบียนผ่านทางเว็บไซต์ได้ 2. ด้านการดูแลเอาใจใส่ โดยเน้นไปที่บุคลากรมีความเป็นมิตร และ มีความเข้าใจในวัฒนธรรมจีน 3. ด้านความสะดวก โดยเน้นไปที่การที่นักศึกษาชาวจีนมีความสะดวกในการติดต่อ สอบถาม ทั้งช่องทางออนไลน์การเดินทางเข้ามาติดต่อด้วยตัวเอง และสามารถเดินทางมาติดต่อที่สำนักงานของมหาวิทยาลัยได้สะดวก มีหน่วยงานรับผิดชอบชัดเจน โดยได้รับการบริการที่ดี และเป็นมิตร 4. ต้นทุน นักศึกษา

ชาวจีนให้ความสำคัญที่ราคาค่าใช้จ่ายในการเรียนไม่สูงนักเมื่อเทียบกับที่ประเทศจีน ซึ่งผู้ปกครองรู้สึกว่ามีคุณค่าในการลงทุนให้เรียน และการมีระบบการชำระเงินที่ไม่ซับซ้อน และมีเอกสารรับรองการชำระเงินที่ชัดเจน ซึ่งมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านที่มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.94$) คือ 1. ด้านสิ่งที่นักศึกษาชาวจีนต้องการ นักศึกษาชาวจีนต้องการหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของนักศึกษา 2. ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ นักศึกษาชาวจีนต้องการให้มหาวิทยาลัยมีคำอธิบายภาษาจีนที่อธิบายขั้นตอนเกี่ยวกับการลงทะเบียนอย่างชัดเจน และต่ำที่สุด คือ ด้านที่มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 1.35$) คือ ด้านการสื่อสาร โดยนักศึกษาชาวจีนมีความต้องการให้มหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยมีบริการรับ-ส่งไปดำเนินการทำ VISA ตามลำดับ

จากผลการวิจัยพบว่า เหตุผลสำคัญที่สุดที่ส่งผลให้นักศึกษาชาวจีนตัดสินใจเลือกเรียนกับมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย คือ การมีหลักสูตรที่ตรงตามความต้องการของนักศึกษาและมีค่าใช้จ่ายที่ผู้ปกครองของนักศึกษาชาวจีนรู้สึกว่าคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับการเรียนในมหาวิทยาลัยที่สาธารณรัฐประชาชนจีน มีบุคลากรที่เป็นมิตรพร้อมจะให้คำปรึกษาและให้ความช่วยเหลือตลอดเวลา มีการคมนาคมที่สะดวก แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid 19) ทำให้มีการจำกัดเที่ยวบินที่เดินทางเข้าราชอาณาจักรไทย ขั้นตอนการขอวีซ่าเข้าราชอาณาจักรไทยมีความซับซ้อนยุ่งยากมากขึ้น มาตรการการกักตัวผู้เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรไทยเป็นระยะเวลา 14 วัน (State quarantine หรือ Alternative state quarantine) ที่เข้มงวด และความไม่แน่นอนของสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid 19) ทำให้นักศึกษาชาวจีนเดินทางเข้ามาศึกษาในราชอาณาจักรไทยลดลง เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรไทยเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับ งานวิจัย Zhou L, Nie K, Zhao HT, Zhao X, Ye BX, Wang J, et al (2021) กล่าวว่า รัฐบาลสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ใช้นโยบายที่เรียกว่า Dynamic Covid Zero ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2564 เป็นต้นมา เพื่อใช้เป็นนโยบายในการควบคุมการแพร่กระจายเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid 19) ให้ลดน้อยลงมากที่สุดในเมืองต่าง ๆ ในสาธารณรัฐประชาชนจีน พร้อมทั้งดำเนินนโยบายปิดประเทศอย่างเข้มงวด ทำให้นักศึกษาชาวจีนไม่สามารถเดินทางออกนอกสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ ในขณะเดียวกันชาวต่างชาติก็ไม่สามารถเดินทางเข้าสาธารณรัฐประชาชนจีนได้เช่นกัน นโยบายนี้ยังคงดำเนินอยู่อย่างเข้มงวดจนกระทั่งปัจจุบันนี้ทำให้หลายมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย ประสบกับปัญหาเรื่องการจัดการเรียนการสอน และรายได้ที่เคยได้รับจากการที่มีนักศึกษาชาวจีนมาลงทะเบียนเรียนเป็นอย่างมาก ทำให้นักศึกษาชาวจีนในราชอาณาจักรไทยมีการปรับเปลี่ยนการจัดการเรียนการสอนเป็นรูปแบบออนไลน์ โดยรับสมัครนักศึกษาชาวจีนผ่านทางเครือข่ายจัดหานักศึกษาชาวจีนในรูปแบบออนไลน์ตั้งแต่การเริ่มต้นสมัครเรียนจนกระทั่งเข้าเรียนกับมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย เนื่องจากนักศึกษาชาวจีนมีแรงจูงใจในการเข้ามาศึกษาในราชอาณาจักรไทยอันเป็นผลมาจากปัจจัยผลักดัน (Push Factor) ที่เห็นได้ชัดคือ การแข่งขันเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในสาธารณรัฐประชาชนจีนอยู่ในระดับสูงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง ทำให้แต่ละปีมีนักศึกษาชาวจีนจำนวนมากที่ไม่สามารถสอบเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ ซึ่งนักศึกษาเหล่านี้เลือกที่จะออกไปศึกษาต่อในต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น นอกจากนี้ นโยบาย Go-West ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายหนึ่งแถบ หนึ่งเส้นทาง (One Belt, One Road) ของสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีการส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ในเขตภาคตะวันตกเพื่อให้เป็นพื้นที่รองรับการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมจากทางภาคตะวันออก ส่งผลให้นักศึกษาชาวจีนที่มีภูมิลำเนาในบริเวณนั้น ต่างออกมาหาความรู้ที่เป็นวิวัฒนาการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อกลับไปประกอบอาชีพในบ้านเกิดของตนเอง ในขณะเดียวกัน ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ที่ทำให้นักศึกษาชาวจีนเลือกที่จะเข้ามาเรียนต่อในราชอาณาจักรไทยมีหลายประการ จากงานวิจัยของ จิตรภณ ภูมิธัญมิ่งมล และ อติลล่ำ พงศ์ยี่หล้า (2559) กล่าวว่า ปัจจัยเรื่องที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เป็นเหตุผลสำคัญที่สุดที่นักศึกษาชาวจีนตัดสินใจเลือกมาศึกษาต่อที่ราชอาณาจักรไทย เนื่องจากราชอาณาจักรไทยอยู่ไม่ไกลจากสาธารณรัฐประชาชนจีน และ

สภาพภูมิอากาศบางมหาวิทยาลัยคล้ายกับสาธารณรัฐประชาชนจีน เช่น มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในขณะที่เดียวกันนโยบายของรัฐบาลไทย และรัฐบาลจีนให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านการศึกษา มีโครงการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ มีโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาไทย – จีนอยู่เป็นประจำ ทำให้เป็นโอกาสอันดีที่นักศึกษาชาวจีนได้ทำความรู้จักมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยผ่านโครงการต่าง ๆ เหล่านี้ และทำให้ตัดสินใจเดินทางมาศึกษาต่อที่ราชอาณาจักรไทย ดังนั้นจึงสามารถคาดหวังได้ว่า เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid 19) เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น และรัฐบาลจีนมีการผ่อนปรนนโยบาย Dynamic Covid Zero ลง นักศึกษาชาวจีนจะเดินทางกลับเข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid 19) ทำให้นักศึกษาชาวจีนจำนวนมากยังไม่สามารถเดินทางเข้ามาเรียนในประเทศไทยได้ ดังนั้น ข้อเสนอแนะจากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการตลาดของมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย 7Ps โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังต่อไปนี้

1. ด้านกระบวนการ (Process)

นักศึกษาชาวจีนให้ความสนใจกับขั้นตอนการลงทะเบียนผ่านทาง Website ($\bar{X} = 5.00$) ดังนั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครควรพัฒนาระบบการลงทะเบียนผ่านทาง Website ที่มีขั้นตอนการลงทะเบียนเรียนอย่างชัดเจนเป็นรูปภาพ และมีควรมีคำอธิบายเป็นภาษาจีน เพื่ออำนวยความสะดวกในการลงทะเบียนเรียนให้กับนักศึกษาชาวจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาปิดประเทศที่นักศึกษาไม่สามารถเดินทางเข้ามาเรียนในประเทศไทยได้ ในกระบวนการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์เอง นักศึกษาชาวจีนเองก็ประสบกับปัญหาความไม่เสถียรของระบบอินเทอร์เน็ต และการปิดกั้นเว็บไซต์บางเว็บไซต์ของรัฐบาลจีน ทำให้ต้องมีการทำความเข้าใจกันระหว่างผู้เรียน กับ ผู้ทำการสอน ถึงเว็บไซต์ที่รัฐบาลจีนอนุญาตให้ใช้ได้ เพื่อดำเนินการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์ได้ตามตารางเรียนของหลักสูตร และการบริหารจัดการเวลาให้ตรงกันระหว่างเวลาในประเทศไทย และเวลาในประเทศจีน ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่มหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยต้องทำความเข้าใจด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธารินี พัทธเจริญพงศ์ (2554) ศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา หลักสูตรนานาชาติของนักศึกษาชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับการมีเว็บไซต์แจ้งข่าวสารการรับสมัคร หลักสูตรที่เปิดสอนและค่าใช้จ่าย การประชาสัมพันธ์ข่าวสารการรับสมัครไปยังสถานศึกษาในต่างประเทศ เช่น จดหมายข่าว โบชัวร์ มีศูนย์แนะแนวการศึกษาต่อในต่างประเทศ และมหาวิทยาลัยมีกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคม

2. ด้านบุคลากร (People)

นักศึกษาชาวจีนให้ความสำคัญกับบุคลากรที่มีความเป็นมิตรและ มีความเข้าใจในวัฒนธรรมจีนเป็นอย่างมาก โดยให้ความสำคัญกับความสามารถในการสื่อสารภาษาจีนรองลงมา เนื่องจากในสถานการณ์ที่นักศึกษาชาวจีนไม่สามารถเดินทางเข้ามาเรียนในราชอาณาจักรไทยได้ ทำให้การติดต่อสื่อสารทำได้เพียงระบบออนไลน์เท่านั้น ดังนั้น ความเป็นมิตร และความใส่ใจของบุคลากรที่มีการตอบคำถามกลับอย่างรวดเร็ว หรือ ติดตามสอบถามนักศึกษาชาวจีนอยู่เป็นประจำนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างมากที่จะทำให้นักศึกษาชาวจีนตัดสินใจเลือกเรียนกับมหาวิทยาลัยนั้น ๆ ดังนั้นมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยทุกแห่งที่มีการเปิดรับนักศึกษาชาวจีนมาเรียนควรมีการคัดเลือกบุคลากรทั้งสายสนับสนุนและสายวิชาการที่มีความรู้ความสามารถที่นอกเหนือจากทางด้านวิชาการแล้ว ควรมีความสามารถในการสื่อสารภาษาจีน และเข้าใจการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อที่จะสามารถให้คำปรึกษา แนะนำ และทำให้เกิดบรรยากาศที่เป็นมิตรต่อการเรียนการสอนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งควรมีจำนวนผู้สอนที่เพียงพอต่อปริมาณของนักศึกษาอย่างเหมาะสม

3. ด้านสถานที่ (Place)

นักศึกษาชาวจีนให้ความสำคัญในเรื่องของความสะดวกในการติดต่อ สอบถาม ทั้งช่องทาง Online และการมีหน่วยงานรับผิดชอบชัดเจนได้รับการบริการที่ดี และมีความเป็นมิตร ดังนั้นมหาวิทยาลัยควรมีระบบการคัดเลือกบุคลากรที่เข้ามาทำหน้าที่ในการดูแลและให้คำปรึกษานักศึกษาชาวจีนโดยคำนึงถึงทัศนคติในการทำงานในสังคมพหุวัฒนธรรมมีความเข้าใจ และถ้าหากมีความสามารถด้านการพูด ฟัง อ่าน และเขียนภาษาจีนได้จะดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิลาวัลย์ เปลี่ยนสะอาด (2551) ที่ศึกษาถึงแรงจูงใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี หลักสูตรนานาชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ซึ่งผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจสูงสุดของนักศึกษาในการเข้ามาศึกษาต่อระดับปริญญาตรี หลักสูตรนานาชาติ คือ ทัศนคติ คือ ต้องการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ด้านสถานที่ คือ ความสะดวกในการหาที่พักอาศัย ส่วนด้านการศึกษา คือ สาขาวิชาที่เปิดสอนตรงตามความต้องการของนักศึกษาและค่าใช้จ่ายในการศึกษาที่เหมาะสม

4. ด้านราคา (Price)

เนื่องจากการตัดสินใจเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยของนักศึกษาชาวจีนส่วนใหญ่ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ปกครอง ดังนั้น นักศึกษาชาวจีนจะต้องนำเอารายการค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนไปปรึกษากับผู้ปกครอง ทำให้มีการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการเรียนระหว่างการเรียนกับมหาวิทยาลัยในสาธารณรัฐประชาชนจีนกับค่าใช้จ่ายในการเรียนกับมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อีกทั้งนักศึกษาชาวจีนยังให้ความสำคัญกับเอกสารและหลักฐานการชำระเงินที่มหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยต้องออกให้หลังจากที่นักศึกษาชาวจีนได้ชำระเงินค่าลงทะเบียนเรียนเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ นักศึกษาชาวจีนต้องการนำหลักฐานนั้นไปแสดงต่อผู้ปกครองให้รับทราบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธาณี พัชรเจริญพงศ์ (2554) ศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา หลักสูตรนานาชาติของนักศึกษาชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา อยู่ในระดับมาก นักศึกษาชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายที่มีความเหมาะสมกับหลักสูตร มีระบบการผ่อนชำระค่าเรียนสำหรับนักศึกษาชาวต่างชาติ และมีทุนการศึกษาให้กับนักศึกษาชาวต่างชาติ ดังนั้นมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย ควรมีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมในการเรียนแต่ละหลักสูตรในอัตราที่เหมาะสมและชัดเจน โดยมีรายละเอียดในการชำระค่าธรรมเนียมในแต่ละภาคเรียนอธิบายเอาไว้ และให้ความสำคัญต่อช่องทางการชำระเงินที่จะทำให้ทางผู้ปกครองและนักศึกษาชาวจีนสามารถชำระเงินค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เกี่ยวกับการเรียนได้จากสาธารณรัฐประชาชนจีน เช่น WeChat หรือ Alipay เป็นต้น และมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยควรมีระบบการจัดเก็บเงินที่รวดเร็วและมีการออกเอกสารรับเงินที่รวดเร็วถูกต้อง เพื่อให้ให้นักศึกษาชาวจีนสามารถนำไปแสดงต่อผู้ปกครองได้

5. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

เป็นหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของนักศึกษา และเป็นหลักสูตรและรายวิชาได้มาตรฐานสากล รวมทั้งต้องเป็นหลักสูตรที่สามารถเทียบโอนหน่วยกิตกลับมาเรียนที่สาธารณรัฐประชาชนจีนหรือต่างประเทศได้ เนื่องจากนักศึกษาชาวจีนมีความกังวลใจว่าหากในอนาคตมีเหตุการณ์ฉุกเฉินที่ทำให้เกิดการปิดประเทศ ห้ามเดินทางเข้าและออกนอกประเทศ เช่นเดียวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid 19) เกิดขึ้นอีก ทำให้นักศึกษาชาวจีนไม่สามารถเรียนจบหลักสูตรในราชอาณาจักรไทยได้ จะสามารถนำเอารายวิชาที่เรียนไปเทียบโอนและลงทะเบียนเรียนต่อเนื่องจากมหาวิทยาลัยในสาธารณรัฐประชาชนจีน หรือ ในต่างประเทศได้ ดังนั้นมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยควรมีการปรับปรุงหลักสูตร และรายวิชาเรียนให้สอดคล้องกับหลักสูตรและรายวิชาของมหาวิทยาลัยในต่างประเทศด้วย และมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยควรมีคำอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับรายวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเป็นภาษาจีนและภาษาอังกฤษ เพื่ออำนวยความสะดวกในการลงทะเบียนเรียนและการนำเอาไปใช้เทียบโอนให้กับนักศึกษาชาวจีนด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ

ศิริวรรณ ชำศิริพงษ์ (2551) ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจและความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของผู้สนใจศึกษาต่อหลักสูตรการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ผลการวิจัยพบว่า บุคคลทั่วไปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี มีวุฒิบริหารธุรกิจบัณฑิต ประกอบอาชีพเป็นพนักงานองค์กรธุรกิจ มีประสบการณ์ทำงาน 10 ปีขึ้นไป สนใจที่จะศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รูปแบบของหลักสูตรที่ให้ความสนใจ คือ Executive-MBA มีความต้องการรูปแบบการสอนที่เน้นกิจกรรมและปฏิบัติ

6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence)

นักศึกษาชาวจีนให้ความสำคัญกับการมหาวิทยาลัยมีหอพักนักศึกษาให้เป็นอย่างมาก เนื่องจากการเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรไทยครั้งแรก ย่อมจะเป็นการสะดวกมากหากพบว่า สามารถพักอาศัยอยู่ในหอพักของมหาวิทยาลัยได้ในช่วงปีแรกของการเดินทางเข้ามา ดังนั้น มหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยควรจัดพื้นที่ส่วนหนึ่งให้เป็นที่พักนักศึกษาใหม่ในช่วงที่เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรไทยเพื่อให้เวลานักศึกษาได้ค้นหาข้อมูลที่พักอาศัย และเตรียมตัวสำหรับการลงทะเบียน

7. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

นักศึกษาชาวจีนให้ความสำคัญกับการที่ มหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยมีการดำเนินการเรื่อง VISA อย่างรวดเร็ว และมีหน่วยงานที่ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการดำเนินการระเบียบและพิธีการตรวจคนเข้าเมือง และเอกสารเกี่ยวกับการเข้าเรียนเป็นอย่างมาก เนื่องจากนโยบายการดำเนินการของประเทศจีนมีความเข้มงวดเป็นอย่างมาก และการที่นักศึกษาชาวจีนจะเดินทางออกนอกสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นไปได้ยากมาก หากเอกสารมีข้อผิดพลาดหรือไม่ครบตามที่หน่วยงานของประเทศจีนต้องการจะทำให้เกิดความล่าช้าเป็นอย่างมาก ดังนั้น มหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยควรจัดให้มีหน่วยงานที่ดำเนินการประสานงานในเรื่องเอกสารการเข้าเรียนและเรื่องการจัดทำวีซ่านักศึกษาให้กับนักศึกษาจีนเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัยได้สะดวกยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้หรือข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ด้านกระบวนการ (Process) ควรมีการให้บริการเกี่ยวกับการติดต่อขอเอกสารวีซ่า (Visa) ที่มีความสะดวกและรวดเร็ว และมหาวิทยาลัยควรคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบ พิธีการตรวจคนเข้าเมือง ที่พร้อมให้ความช่วยเหลือในเรื่องเอกสารการยื่นขอวีซ่า (Visa) และการเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรไทยของนักศึกษาชาวจีน และมีหน่วยงานที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ชีวิตในราชอาณาจักรไทยกับนักศึกษาชาวจีนโดยเฉพาะ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก การเดินทาง และการลงทะเบียนเรียน เป็นต้น

2. ด้านบุคลากร (People) ควรมีการคัดเลือกบุคลากรทั้งสายสนับสนุนและสายวิชาการที่มีความรู้ความสามารถที่นอกเหนือจากทางด้านวิชาการแล้ว ควรมีความสามารถในการสื่อสารภาษาจีน และเข้าใจการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เพื่อที่จะสามารถให้คำปรึกษา แนะนำ และทำให้เกิดบรรยากาศที่เป็นมิตรต่อการเรียนการสอนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งควรมีจำนวนผู้สอนที่เพียงพอต่อปริมาณของนักศึกษาอย่างเหมาะสม

3. ด้านสถานที่ (Place) ควรมีอาคาร สถานที่ และห้องเรียนที่สะอาด มีความปลอดภัยและมีบรรยากาศที่สงบเหมาะสมต่อการเรียนการสอน และการทำกิจกรรมสำหรับนักศึกษาชาวจีนในมหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยควรจัดให้มีหอพักนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัยเพื่อความสะดวกต่อนักศึกษาชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเรียนในราชอาณาจักรไทยในระยะแรก

4. ด้านราคา (Price) ควรมีกำหนดราคาในแต่ละหลักสูตรที่เหมาะสม และให้ความสำคัญกับช่องทางการชำระเงิน ค่าธรรมเนียมการศึกษา และค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ที่มหาวิทยาลัยเรียกเก็บจากนักศึกษาชาวจีนที่สะดวกรวดเร็ว และนักศึกษา

ชาวจีนสามารถชำระได้จากสาธารณรัฐประชาชนจีน เช่น WeChat หรือ Alipay เป็นต้น นอกจากนี้ควรมีรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่ชัดเจนเพื่อให้นักศึกษาชาวจีนสามารถประมาณการค่าใช้จ่ายได้ล่วงหน้า

5. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาวิชาในหลักสูตรที่มีความทันสมัย นำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในโลกปัจจุบัน และต้องเป็นหลักสูตรที่ได้รับการรับรองจากสาธารณรัฐประชาชนจีนด้วย และใช้เวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตรควรมีความเหมาะสม ในขณะเดียวกันควรจัดให้กิจกรรมที่สอดคล้องกับเนื้อหาวิชา เช่น การเรียนวัฒนธรรมไทย การเข้าร่วมเทศกาลหรือวันสำคัญทางประเพณีไทย หรือ การทัศนศึกษาดูงาน เป็นต้น

6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence) ควรมีอาคาร และสถานที่ที่สะอาด ปลอดภัย และมีอุปกรณ์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ที่สะดวกทันสมัย เช่น ห้องสมุด เครื่องปรับอากาศ โรงอาหาร ระบบเสียง แสงสว่าง สนามกีฬา อุปกรณ์กีฬา และพื้นที่สีเขียวที่ให้นักศึกษาได้พักผ่อนระหว่างที่เข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัย รวมทั้งมีป้ายต่าง ๆ เป็นภาษาจีน

7. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ควรมีการประชาสัมพันธ์ใน Website ของสาธารณรัฐประชาชนจีน และช่องทางต่าง ๆ ที่เข้าถึงนักศึกษาชาวจีนได้ง่ายและรวดเร็ว อย่างเช่น WeChat เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพเชิงลึกเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักศึกษาชาวจีนในการตัดสินใจมาเรียนที่มหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทย เพื่อจะได้ทราบเหตุผลเชิงลึกของแต่ละคนซึ่งสามารถนำมาวางแผนเป็นนโยบายเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในด้านการตลาดและการให้บริการแก่นักศึกษาชาวจีนให้ดียิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเรียนของนักศึกษาชาวจีนระหว่างมหาวิทยาลัยในราชอาณาจักรไทยด้วยตนเอง

เอกสารอ้างอิง

- จิตรภณ ภูมิฉัตรมงคล และ อติลล่ำ พงศ์ยี่หล้า. (2559). พฤติกรรมการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของนักศึกษาชาวจีน. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย*, 5(1), 38-49.
- ธารินี พัทธเจริญพงศ์. (2554). ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาหลักสูตรนานาชาติของนักศึกษาชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- วิลาวัลย์ เปลี่ยนสะอาด. (2551). แรงจูงใจของนักศึกษาต่อการเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีหลักสูตรนานาชาติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ศูนย์สารสนเทศอุดมศึกษา. (2562). *นักศึกษารวม 2562 ภาคเรียนที่ 1 ใน สถาบันอุดมศึกษาทั้งหมดจำแนกตามสถาบัน/กลุ่มสถาบัน/เพศ/ระดับการศึกษา/ชื่อหลักสูตร/(นักศึกษาต่างชาติ)*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.info.mua.go.th/info/>.
- ศิริวรรณ ชำศิริพงษ์. (2551). ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจและความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA). (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- Bista, K. (2016). Examining the research on international students: Where are we today? *Journal of International Students*, 6(2). I-X.
- Cohen. A. K., Hoyt, L. T., & Dull, B. (2020). A descriptive study of COVID-19-related experiences and perspectives of a national sample of college students in Spring 2020. *The Journal of Adolescent Health*, 67(3). 369 – 375.

- Eder, J., Smith, W., & Pitts, R. (2010). Exploring factors influencing student study abroad destination choice. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 10(3). 232 – 250.
- M. Billy, (2020). *The Influence of Dynamic Organizations and the Application of Digital Innovations to Educational Institutions in the World during the COVID-19 Pandemic (April 8, 2020)*. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3588233>
- M. Durnin. (2020). *Covid-19 update: China survey results*. British Council, London
- M. Tesar. (2020). *Towards a post-Covid-19 “New Normality?” Physical and social distancing, the move to online and higher education*. *Policy Future in Education*, 18 (5) (2020), pp. 556-559
- Zhou L, Nie K, Zhao HT, Zhao X, Ye BX, Wang J, et al. (2021) *Eleven COVID-19 outbreaks with local transmissions caused by the imported SARS-CoV-2 delta VOC — China, July–August, 2021*. *China CDC Wkly* 2021;3(41):863 – 8.