

การรับรู้ของนักศึกษาจีน เรื่องการจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 และส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย

Perception of Chinese Students towards Safety Management during COVID-19 Situation and Service Marketing Mix in Selecting Study at Thai Universities

Ding Jia Li¹, สุรวี สุณาลัย²

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต¹, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต²

Ding Jia Li¹, Suravee Sunalai²

Dhurakij Pundit University¹, Dhurakij Pundit University²

E-mail: ¹ djl960930@yahoo.com

E-mail: ² suravee.sui@dpu.ac.th

Received: January 14, 2021; Revised: May 5, 2021; Accepted: May 7, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือเพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้ของนักศึกษาจีนเรื่องการจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 2) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกเรียนของนักศึกษาจีนที่มหาวิทยาลัยไทย และ 3) วิเคราะห์การรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 และส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเรียนของนักศึกษาจีนที่มหาวิทยาลัยไทย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากนักศึกษาจีน จำนวน 400 คน ที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยไทย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) การวิจัยพบว่า การรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 และส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลต่อนักศึกษาจีนที่ตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: การจัดการความปลอดภัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการ โควิด-19

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study the perception towards safety management during COVID-19 situation of Chinese students; 2) to study service marketing mix in selecting study at Thai universities of Chinese students; and 3) to analyze the effect of

the perception towards safety management during COVID-19 situation and service marketing mix on selecting study at Thai universities of Chinese students. This study was a survey research. Data were collected through the online questionnaire from the sample of 400 Chinese students who study in Thai universities. Data were analyzed using percentage, mean, and standard deviation. The hypothesis was tested by using Multiple Linear Regression Analysis. The results of this study found that both perception towards safety management during COVID-19 situation and service marketing mix were at the high level in overall. The results of hypothesis testing showed that the perception towards safety management during COVID-19 situation and service marketing mix affected the decision in selecting study at Thai universities of Chinese students at statistically significant level of 0.01.

KEYWORDS: Safety Management, Service Marketing Mix, COVID-19

บทนำ

ประเทศไทยมีความร่วมมือด้านการศึกษาในระดับประเทศมายาวนาน และได้ขยายความร่วมมือในระดับสถาบันการศึกษาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การที่นักศึกษาจีนเข้ามาศึกษาในประเทศไทย มีผลกระทบเชิงบวกต่อการพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างประเทศและความก้าวหน้าของการศึกษาของไทย โดยส่งเสริมให้สถาบันอุดมศึกษาพัฒนาคุณภาพการศึกษา และทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาในภูมิภาคต่อไป (สุขตา เกิดภู, 2561)

จำนวนนักศึกษาต่างชาติโดยเฉพาะนักศึกษาจีนที่เข้ามาศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างมาก จากปี 2558 มีนักศึกษาจีนมาเรียนในมหาวิทยาลัยไทย 8,255 คน และเพิ่มเป็น 17,055 คน ในปี 2560 คิดเป็นร้อยละ 35.4 ของจำนวนนักศึกษาต่างชาติในประเทศไทย ส่วนประเทศที่มีจำนวนนักศึกษามาเรียนในมหาวิทยาลัยในประเทศไทยรองลงมา ได้แก่ เมียนมาร์ ลาว เวียดนาม และกัมพูชา โดยจำนวนนักศึกษาจากทั้ง 5 ประเทศรวมกันคิดเป็นร้อยละ 62.5 ของนักศึกษาต่างชาติทั้งหมด (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2563)

ปัจจัยหลักที่ทำให้นักศึกษาจากประเทศจีนมาศึกษาในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย คือ

อัตราการแข่งขันที่สูงในการศึกษาต่อในประเทศจีน และความต้องการเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพในอนาคต จำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาของประเทศจีนปี 2556 เท่ากับ 9.12 ล้านคน ในจำนวนนี้มีร้อยละ 87 ที่สามารถเข้าเรียนในระดับอุดมศึกษาในประเทศจีนได้ (Rujirada Nakrung, 2019 นักศึกษาจีนจำนวนหนึ่งจึงมาศึกษาในประเทศไทย ด้วยเหตุผลว่า ประเทศไทยมีระบบการศึกษาและโครงสร้างพื้นฐานด้านการศึกษาที่มีคุณภาพ มีค่าใช้จ่ายถูก ประกอบกับมีโอกาสประกอบอาชีพหรือทำความร่วมมือทางธุรกิจในอนาคต (จิตรภณ ภูมิฉัตรมงคล, 2559; ปริญญา อินทเวา, 2556) ดังนั้น ประเทศไทยจึงกลายเป็นประเทศหลักที่นักเรียนจีนเลือกมาศึกษาต่อ

อย่างไรก็ตาม การเคลื่อนย้ายของนักศึกษาต่างชาติไปศึกษาในประเทศต่างๆ เกิดภาวะชะงักงันเมื่อต้นปี 2563 สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้เป็นอุปสรรคในการเดินทางไปเรียนต่อในต่างประเทศ (Mok, Xiong, Ke, and Cheung, 2020) มหาวิทยาลัยที่มีศึกษาต่างชาติจำนวนมากจึงได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจ ตัวอย่างเช่น สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย โดยศึกษาชาวจีนสร้างรายได้ให้สหรัฐอเมริกา 14,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และออสเตรเลีย 2,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเกิดการแพร่ระบาดของ

COVID-19 จึงมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของทั้งสองประเทศ เนื่องจากมาตรการจำกัดการเดินทาง ส่งผลให้นักศึกษาจากจีน 360,000 คน ไปสหรัฐอเมริกาไม่ได้ และ 106,000 คน ไปออสเตรเลีย (ประชาชาติธุรกิจ, 2563)

สำหรับประเทศไทย ในปี 2563 ประเทศไทยมีนักศึกษาจีนเกือบ 13,000 คน มาเรียนในมหาวิทยาลัยของรัฐมากกว่า 5,000 คน และในมหาวิทยาลัยเอกชนมากกว่า 7,500 คน (ฐานเศรษฐกิจ, 2563) ช่วงก่อนสถานการณ์ COVID-19 ระบาด มีแนวโน้มว่าจะมีนักศึกษาจีนที่สมัครเรียนต่อเพิ่มมากขึ้น แต่เมื่อมีสถานการณ์ COVID-19 แพร่ระบาด นักศึกษาจีนได้รับผลกระทบจากมาตรการควบคุมการเดินทาง ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในประเทศไทย ดังนั้น มหาวิทยาลัยไทยจึงให้ความสำคัญแก่การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 โดยกำหนดมาตรการต่างๆ ทั้งการจัดการเรียนการสอน และการดูแลสุขภาพของนักศึกษา เป็นต้น เพื่อให้ นักศึกษาจีนเกิดความเชื่อมั่นว่าจะปลอดภัยเมื่อมาศึกษาในประเทศไทย ความเชื่อเรื่องความปลอดภัยนี้มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาจีนในมหาวิทยาลัยต่างประเทศ (Lu, Le, & Fan, 2012)

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการรับรู้เรื่องจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 และส่วนประสมทางการตลาดบริการในการที่ นักศึกษาจีนเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย การวิจัยนี้จะทำให้สถาบันอุดมศึกษามีข้อมูลประกอบการวางแผน และพัฒนาการจัดการศึกษาในสถานการณ์ COVID-19 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ นักศึกษาจีนที่กำลังศึกษา หรือที่จะตัดสินใจมาศึกษาในมหาวิทยาลัยไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรับรู้เรื่องการจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 ของนักศึกษาจีน

2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการในการที่ นักศึกษาจีนจะเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย

3. เพื่อวิเคราะห์การรับรู้เรื่องการจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 และส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการที่ นักศึกษาจีนจะเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย

ประโยชน์ที่ได้รับ

สถาบันอุดมศึกษามีข้อมูลประกอบการวางแผน และพัฒนาการจัดการศึกษาในสถานการณ์ COVID-19 ให้แก่นักศึกษาจีน

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การจัดการความปลอดภัย

Waring (1995) ให้ความหมายของการจัดการความปลอดภัยว่า คือระบบการจัดการที่ระบุงหาสิ่งอันตรายและวิเคราะห์ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ในขณะที่ยังคงรักษาความเชื่อมั่นได้ว่าการควบคุมความเสี่ยงเหล่านี้ยังมีประสิทธิภาพเพียงพอต่อประสิทธิผลองค์กร มีองค์ประกอบ 4 ด้านดังนี้ 1) นโยบายด้านความปลอดภัย (Safety Policy) เป็นการกำหนดนโยบายขั้นต้นอันวิธิตำเนินการ รวมถึงโครงสร้างภายในองค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

2) การจัดการความเสี่ยง (Safety Risk Management) เป็นการระบุงหาความเสี่ยง มีการป้องกันและการเฝ้าระวัง โดยสามารถควบคุมความเสี่ยงและจัดการกับความเสี่ยงนั้นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

3) การรับประกันความปลอดภัย (Safety Assurance) เป็นการสร้างระบบเพื่อควบคุมความเสี่ยง และมีความมั่นใจว่าจะระบบนั้นมีความต่อเนื่องที่จะสามารถป้องกันความเสี่ยงด้านใหม่ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้

4) การส่งเสริมด้านความปลอดภัย (Safety Promotion) เป็นการสร้างวัฒนธรรมและบรรทัดฐานความปลอดภัย เพื่อยกระดับความ

ปลอดภัยในองค์กรให้สูงขึ้น และลดความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายต่อตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ

งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาการรับรู้การจัดการความปลอดภัยจากองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ นโยบายด้านความปลอดภัย การจัดการความเสี่ยง และการส่งเสริมด้านความปลอดภัย เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามไม่อาจรับรู้ข้อมูลการรับประกันความปลอดภัยที่ต้องใช้ระยะเวลาต่อเนื่องในการจัดการได้

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

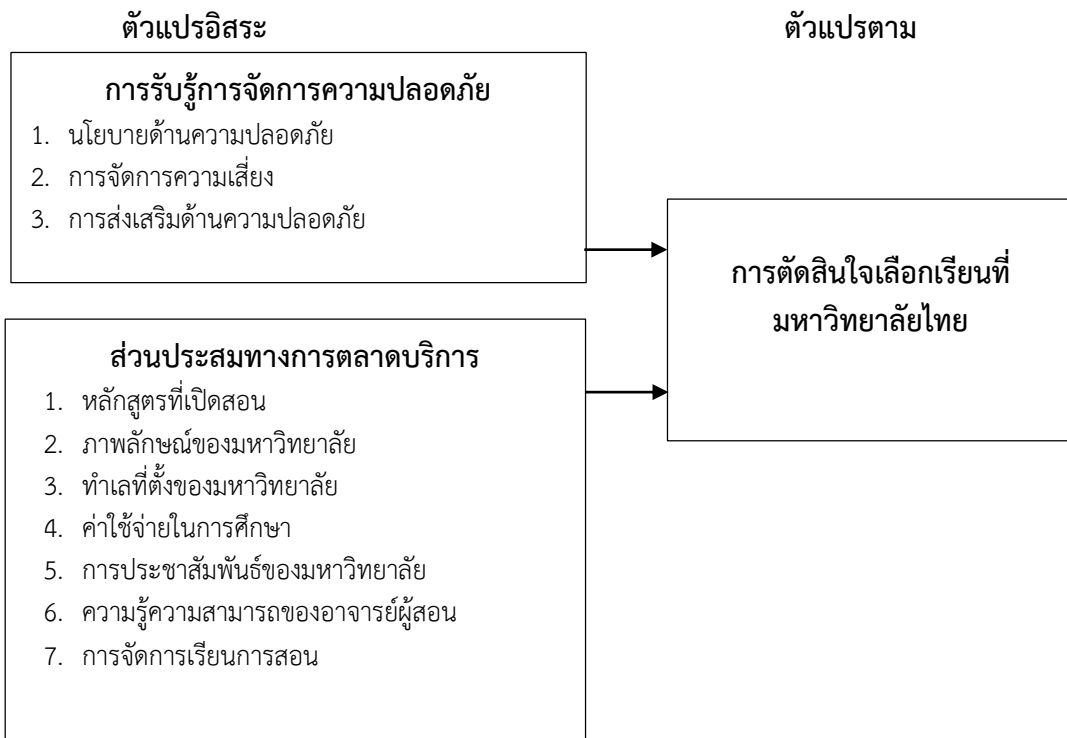
Kotler and Keller (2012) ให้แนวคิดที่ว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการซึ่งแตกต่างจากสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จึงต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์

(Product) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) การจัดจำหน่าย (Place) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) และกระบวนการ (Process)

สำหรับการวิจัยนี้ ส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกเรียนต่อ หมายถึง สิ่งที่ส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อในด้านส่วนประสมทางการตลาด (Ling Yun Yang และกมลทิพย์ คำใจ, 2560) ได้แก่ Product: หลักสูตรที่เปิดสอน; Physical Evidence and Presentation: ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย; Place: ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย; Price: ค่าใช้จ่ายในการศึกษา; Promotion: การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย; People: ความรู้ความสามารถของอาจารย์ผู้สอน; และ Process: การจัดการเรียนการสอน

วิธีดำเนินการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาจีนที่กำลังศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน ระหว่างเดือนมกราคม – ตุลาคม 2563 ผู้วิจัยกำหนดขนาดของตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้เทคนิคสโนว์บอล

เครื่องมือในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามด้านปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 คำถามด้านการรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 มีจำนวน 9 คำถาม ประยุกต์จากแนวคิดของ (Waring, 1995) เป็นมาตรประมาณค่า (Rating Scale) มีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha ระหว่าง 0.882-0.897

ส่วนที่ 3 คำถามด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีจำนวน 21 คำถาม ประยุกต์จากแนวคิด Kotler and Keller (2012) และเครื่องมือของ Ling Yun Yang และกมลทิพย์ คำใจ (2560) เป็นมาตรประมาณค่า (Rating Scale) มีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha ระหว่าง 0.969-0.970

ส่วนที่ 4 คำถามด้านการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย มีจำนวน 2 คำถาม ประยุกต์จากแนวคิดของ Kotler and Keller (2012) เป็นมาตรประมาณค่า (Rating Scale) มีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.741-0.753

การวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19

การรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
---	------	------	----------------

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

เกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ประกอบด้วย คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึงระดับมากที่สุด; คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึงระดับมาก; คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึงระดับปานกลาง; คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึงระดับน้อย; และคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึงระดับน้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาจีนจำนวน 400 คน จำแนกตาม เพศ อายุ และระดับการศึกษา ดังนี้ เป็นเพศชาย จำนวน 201 คน (ร้อยละ 50.25) มีอายุ 20-25 ปี จำนวน 260 คน คิดเป็น (ร้อยละ 65.00) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 264 คน (ร้อยละ 66.00)

การรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแก่การรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาารายด้าน ด้านที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย นโยบายด้านความปลอดภัย และการส่งเสริมด้านความปลอดภัย ด้านที่มีความสำคัญในระดับมาก ประกอบด้วย การจัดการความเสี่ยง

การรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
นโยบายด้านความปลอดภัย	4.21	0.82	มากที่สุด
การส่งเสริมด้านความปลอดภัย	4.21	0.83	มากที่สุด
การจัดการความเสี่ยง	4.16	0.89	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.19	0.85	มาก

ผลวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาจีนให้ความสำคัญแก่การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 ทั้ง 3 ด้านเป็นอย่างมาก นักศึกษาจีนต้องการให้มหาวิทยาลัยของไทยมีนโยบายด้านความปลอดภัย โดยจัดมาตรการป้องกันความปลอดภัยได้อย่างทันทั่วถึง ตลอดจนมีความร่วมมือกับภาครัฐในการกำหนดมาตรการดูแลนักศึกษาต่างชาติ อันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักศึกษา (Lu, Le, & Fan, 2012) ที่มีต่อมหาวิทยาลัยและประเทศไทยในการจัดการสถานการณ์ COVID-19 ส่วนด้านการจัดการความเสี่ยง นักศึกษาจีนต้องการให้มีหน่วยงานหรือศูนย์ของมหาวิทยาลัยเพื่อบริหารจัดการสถานการณ์ COVID-19 ที่ดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อช่วยให้นักศึกษาเข้าถึงข้อมูล และขอความช่วยเหลือต่างๆ ได้อย่างสะดวก และในด้านการส่งเสริมความปลอดภัย นักศึกษาจีนต้องการให้มีระบบการเรียนการสอนออนไลน์ที่รองรับการเรียนรู้จากพื้นที่ต่างๆ โดยเฉพาะจากสาธารณรัฐประชาชนจีนในกรณี ที่ นักศึกษา ไม่ได้ อยู่ใน ประเทศไทย

(มี application ที่นักศึกษาจีนสามารถใช้เรียนรู้ได้อย่างสะดวก) และมีแนวทางช่วยเหลือนักศึกษาทั้งด้านสุขภาพกาย และสุขภาพจิต โดยเฉพาะภาวะความเครียด และโรคมึนเศร้าจากความกลัวโรคภัย ตลอดจนภาวะความห่างไกลจากครอบครัว เรื่องนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhai and Du (2020) และ Mok, Xiong, Ke, and Cheung (2020)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

จากตารางที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแก่ส่วนประสมทางการตลาดบริการภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้าน ด้านที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ประกอบด้วย หลักสูตรที่เปิดสอน ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย ความรู้ความสามารถของอาจารย์ผู้สอน ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และการจัดการเรียนการสอน ด้านที่มีความสำคัญในระดับมาก ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย และค่าใช้จ่ายในการศึกษา

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
หลักสูตรที่เปิดสอน	4.33	0.73	มากที่สุด
ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย	4.26	0.80	มากที่สุด
ความรู้ความสามารถของอาจารย์ผู้สอน	4.25	0.81	มากที่สุด
ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	4.23	0.77	มากที่สุด
การจัดการเรียนการสอน	4.22	0.86	มากที่สุด
การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย	4.19	0.85	มาก
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	4.18	0.86	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18	0.53	มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของมหาวิทยาลัยไทยทั้ง 7 ด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Ling Yun Yang (2560), Dai Linhuan (2560) และจิตรภณ ภูมิฉัตรมงคล (2559) ที่ศึกษาการตัดสินใจของนักศึกษาจีนในการมาศึกษาในมหาวิทยาลัยไทย

ผลวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาจีนให้ความสำคัญมากแก่หลักสูตรที่เปิดสอน นักศึกษามีความคาดหวังต่อหลักสูตรที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานการศึกษา (เช่น กระทรวงศึกษาธิการ) ของประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาชนจีน บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาได้รับการจ้างงานในสถานประกอบการ หรือประกอบธุรกิจส่วนตัว หรืออาชีพอิสระได้ รวมทั้งบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาสามารถเข้าศึกษาต่อในระดับการศึกษาที่สูงขึ้นไปได้ ในด้านทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย นักศึกษาจีนต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย สะอาด สวยงาม และการคมนาคมสะดวก ด้านความรู้ความสามารถของอาจารย์ผู้สอน นักศึกษาจีนยังคำนึงถึงความหลากหลายของสัญชาติของผู้สอน ทั้งชาวไทย ชาวจีน หรือชาติอื่นๆ และสำเร็จ

การศึกษาจากสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง นอกเหนือการเอาใจใส่ในการดูแลนักศึกษาของผู้นสอน ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย นักศึกษาจีนพิจารณาชื่อเสียงและการรับรองมาตรฐานการศึกษา รวมทั้งสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัยที่เหมาะสมสำหรับการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา ด้านการจัดการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยควรมีเทคโนโลยีการเรียนการสอนที่ช่วยให้เรียนได้ทุกที่ ทุกเวลา หรือ Any Place and Any Time (วิเชียร พันธุ์เครือบุตร, 2562) และมีกิจกรรมพิเศษให้ที่นักศึกษาจีนได้ทำกิจกรรมร่วมกับนักศึกษาไทย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ และเรียนรู้วัฒนธรรมระหว่างประเทศ ด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย นักศึกษาจีนให้ความสำคัญแก่การมีศูนย์แนะแนวการศึกษาที่อยู่ในสาธารณรัฐประชาชนจีน และมหาวิทยาลัยควรเผยแพร่ข้อมูลของมหาวิทยาลัยในโซเชียลมีเดียของจีนด้วย และสุดท้ายด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ต้องเหมาะสมกับบริการต่างๆ ที่นักศึกษาจีนได้รับ

ผลการวิเคราะห์การรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และองค์ประกอบการขยายความแปรปรวนระหว่างการจัดการรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 และการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	นโยบายด้านความปลอดภัย	การส่งเสริมด้านความปลอดภัย	การจัดการความเสี่ยง	การตัดสินใจเลือกเรียน	Statistic VIF
นโยบายด้านความปลอดภัย	1.00	0.602	0.662	0.591	1.861
การส่งเสริมด้านความปลอดภัย		1.00	0.754	0.629	2.425
การจัดการความเสี่ยง			1.00	0.689	2.751

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 ไม่พบขนาดความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีค่าสูงกว่า 0.80 และไม่พบค่าองค์ประกอบการขยายความแปรปรวน (Variation Inflation Factor: VIF) ที่มีค่าสูงกว่า 5.0 จึงไม่มี

ปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ (Multicollinearity) ดังนั้น จึงวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ด้วยวิธี Enter ดังนี้

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของการรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย

ตัวแปรที่ผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย	B	SE.	BETA	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	0.319	0.192		1.663	0.000**
นโยบายด้านความปลอดภัย (X _{a1})	0.245	0.056	0.208	4.378	0.000**
การส่งเสริมด้านความปลอดภัย (X _{a2})	0.227	0.058	0.213	3.928	0.000**
การจัดการความเสี่ยง (X _{a3})	0.447	0.067	0.386	6.689	0.000**

R = 0.722, R² = 0.521, SEE = 0.559, F = 143.397, Sig = 0.01

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยการรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย นโยบายด้านความปลอดภัย การส่งเสริมด้านความปลอดภัย และการจัดการความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ปัจจัยการรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 ทั้ง 3 ด้านสามารถอธิบายการผันแปรของการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย ได้ ร้อยละ 52.10 เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการทำนายการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทยเรียงตามลำดับ ได้แก่ การจัดการความเสี่ยง ($\beta = 0.386$) การส่งเสริมด้านความปลอดภัย ($\beta = 0.213$) และนโยบายด้านความปลอดภัย ($\beta = 0.208$) สมการวิเคราะห์การถดถอย คือ $\hat{y} = 0.319 + 0.386 (X_{a3}) + 0.213 (X_{a2}) + 0.208 (X_{a1})$

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยวัฒน์ อุทัยแสน (2555) ที่ศึกษาองค์ประกอบกลยุทธ์การบริหารความปลอดภัยสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา และกำหนดว่ากลยุทธ์การบริหารความปลอดภัย ผลการวิเคราะห์การรับรู้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียน

สถานศึกษา ควรประกอบด้วย 1) การกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อความปลอดภัย 2) การบริหารความเสี่ยง 3) การกำหนดแผนและมาตรฐานความปลอดภัย 4) การประเมินความปลอดภัย 5) นโยบายด้านความปลอดภัย และ 6) การป้องกันความเสียหาย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang, Cheng, Yue, and McAleer (2020) ที่ศึกษาการจัดการความเสี่ยงของมหาวิทยาลัยในภาวะ COVID-19 ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ว่า มหาวิทยาลัยต้องดำเนินการทั้งป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรค และดำเนินจัดการให้มหาวิทยาลัยยังคงดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยครอบคลุมการจัดการความปลอดภัยด้านสุขภาพของบุคลากรและนักศึกษา การสื่อสารทางบวก และการจัดการเรียนการสอนแบบ Information-Based Teaching

จึงกล่าวได้ว่า ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเรียนต่อสำหรับนักศึกษาจีนคือ การรับรู้การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 ดังนั้นมหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญแก่การจัดการความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 และสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการรับสมัครนักศึกษาได้

ที่มหาวิทยาลัยไทย

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และองค์ประกอบของการขยายความแปรปรวนระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	Product	Place	People	Physical Evidence	Process	Promotion	Price	Decision	Statistic VIF
Product	1.00	0.784	0.762	0.700	0.677	0.728	0.728	0.679	3.150
Place		1.00	0.606	0.733	0.735	0.786	0.765	0.766	4.141
People			1.00	0.761	0.733	0.757	0.760	0.783	3.849
Physical Evidence				1.00	0.606	0.774	0.603	0.759	3.925
Process					1.00	0.601	0.603	0.765	3.941
Promotion						1.00	0.646	0.784	4.707
Price							1.00	0.687	4.822

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

หมายเหตุ

Product: หลักสูตรที่เปิดสอน; Place: ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย; People: ความรู้ความสามารถของอาจารย์ผู้สอน; Physical Evidence: ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย; Process: การจัดการเรียนการสอน; Promotion: การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย; Price: ค่าใช้จ่ายในการศึกษา; และ Decision: การตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย

จากตารางที่ 5 ไม่พบขนาดความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีค่าสูงกว่า 0.80 และไม่พบค่าองค์ประกอบของการขยายความแปรปรวน (Variation Inflation Factor: VIF) ที่มีค่าสูงกว่า 5.0 จึงไม่มี

ปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ (Multicollinearity) ดังนั้นจึงวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ด้วยวิธี Enter ได้ดังนี้

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย

ตัวแปรที่ผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย	B	SE.	BETA	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	0.275	0.121		2.276	0.023*
หลักสูตรที่เปิดสอน (X _{b1})	0.122	0.047	0.099	2.620	.009*
ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย (X _{b2})	0.155	0.050	0.134	3.097	.002*
ความรู้ความสามารถของอาจารย์ผู้สอน (X _{b3})	0.257	0.048	0.223	5.333	.000**
ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (X _{b4})	0.005	0.046	0.004	0.106	0.916
การจัดการเรียนการสอน (X _{b5})	0.063	0.047	0.056	1.334	0.183
การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย (X _{b6})	-0.025	0.054	-0.022	-0.466	0.641
ค่าใช้จ่ายในการศึกษา (X _{b7})	0.728	0.052	0.656	14.008	0.000**

R = 0.907, R² = 0.822, SEE = 0.343, F = 258.158, Sig = 0.01

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัย ส่วน ประสมทางการตลาดบริการ 4 ด้าน ประกอบด้วย หลักสูตรที่เปิดสอน ทำเลที่ตั้งของ มหาวิทยาลัย ความรู้ความสามารถของอาจารย์ผู้สอน และค่าใช้จ่ายในการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกรเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.01

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 4 ด้าน จากทั้งหมด 7 ด้าน สามารถอธิบายการผันแปร ของการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทยได้ ร้อย ละ 82.20 เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการ ทำนายการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทยเรียง ตามลำดับ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ($\beta = 0.656$) ความรู้ความสามารถของอาจารย์ผู้สอน ($\beta = 0.223$) ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย ($\beta = 0.134$) และหลักสูตร ที่เปิดสอน ($\beta = 0.099$) สมการวิเคราะห์การถดถอย คือ $\hat{y} = 0.275 + 0.656 (X_{b7}) + 0.223 (X_{b3}) + 0.134 (X_{b2}) + 0.099 (X_{b1})$

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Songsathaphorn, Chen, and Ruangkanjanases (2014) ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาจีนที่มีต่อ การเรียนในต่างประเทศ และฉัฐฉี วิกิติภูมิประเทศ (2558) ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาจีนที่มีต่อ การเรียนในประเทศไทย พบว่า มีตัวแปรเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักศึกษาจีนที่มีต่อการเรียน 12 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านหลักสูตร (ความรู้ที่ได้รับ และเนื้อหาของวิชาที่มีความทันสมัย) 2) ด้านกิจกรรม การเรียนการสอนและความสามารถในการถ่ายทอด เนื้อหาของอาจารย์ 3) ด้านเอกสารประกอบการสอน 4) ด้านความช่วยเหลือหรือคำแนะนำของอาจารย์ 5) ด้านความช่วยเหลือหรือคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัย 6) ด้านกฎระเบียบข้อบังคับของ มหาวิทยาลัย 7) ด้านเทคโนโลยีของมหาวิทยาลัย และการบริการของหอสมุด เพื่อการค้นคว้า/เรียนรู้ ด้วยตนเอง 8) ด้านการจัดกิจกรรมทางสังคมและ วัฒนธรรม 9) ด้านความปลอดภัยในชีวิต 10) ด้าน

หอพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก 11) ด้าน สิ่งแวดล้อมทางกายภาพภายในมหาวิทยาลัย และ 12) ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนและการใช้ชีวิต

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย พบว่า การรับรู้การจัดการ ความปลอดภัยในสถานการณ์ COVID-19 และส่วน ประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ของนักศึกษาจีนในการเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทย ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1) ด้านการจัดการเรื่องความปลอดภัย

1.1) นักศึกษาจีนให้ความสำคัญแก่การ กำหนดนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดการ สถานการณ์ COVID-19 ดังนั้นมหาวิทยาลัยควร สื่อสารถึงมาตรการของมหาวิทยาลัยต่อการจัดการ สถานการณ์ COVID-19 อย่างเปิดเผย รวดเร็ว และ ต่อเนื่อง เพื่อลดความวิตกกังวลของนักศึกษา และ สร้างความเชื่อมั่นของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการ สถานการณ์ COVID-19 ของมหาวิทยาลัย

1.2) ในการบริหารความเสี่ยง มหาวิทยาลัย ควรมีหน่วยงานหรือศูนย์ของมหาวิทยาลัยเพื่อบริหาร จัดการสถานการณ์ COVID-19 ตลอดจนอำนวยความสะดวกให้นักศึกษาจีนที่เดินทางมาประเทศไทย และมี ประกันสุขภาพที่ครอบคลุมถึงการเจ็บป่วยจาก COVID-19 ให้นักศึกษาในช่วงที่มีการแพร่ระบาด

1.3) นักศึกษาจีนให้ความสำคัญแก่การ ส่งเสริมด้านความปลอดภัย ดังนั้นมหาวิทยาลัยควร จัดบริการการให้คำปรึกษาด้านจิตใจแก่นักศึกษา ภายใต้อาการ COVID-19 ที่เกิดจากภาวะ ซึมเศร้า และความกลัวการแพร่ระบาดของโรค เพื่อ ช่วยเหลือนักศึกษาจีนที่ประสบปัญหาทางจิตใจ นอกเหนือจากการดูแลด้านสุขภาพร่างกาย

2) ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ

2.1) มหาวิทยาลัยควรมีหลักสูตรที่ หลากหลายให้นักศึกษาเลือกสาขาวิชาที่ต้องการเรียน

และมีใบรับรองการศึกษาที่ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานกำกับการศึกษาของทั้งสองประเทศเพื่อนำไปใช้ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนได้

2.2) มหาวิทยาลัยควรมีบริการการคมนาคมภายในมหาวิทยาลัย และสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะสำหรับนักศึกษา

2.3) นักศึกษาต้องการเรียนกับอาจารย์ที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงในประเทศต่างๆ และมีประสบการณ์การสอนมหาวิทยาลัยจึงควรสรรหาอาจารย์ที่สำเร็จการศึกษาจากประเทศต่างๆ มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ

2.4) ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสะท้อนจากการที่ผู้สำเร็จการศึกษาได้รับการยอมรับจากสถานประกอบการและสังคม ดังนั้น มหาวิทยาลัยควรจัดให้นักศึกษาจีนได้ฝึกงาน

2.5) นอกจากการจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียน นักศึกษาจีนยังต้องการให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเรียนรู้อะหว่างนักศึกษาไทยและนักศึกษาจีนด้วย ดังนั้นมหาวิทยาลัยควรจัดกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมจีน-ไทยให้มากขึ้น เพื่อให้ นักศึกษาจีนเข้าใจวัฒนธรรมไทย และนักศึกษาไทยเข้าใจวัฒนธรรมจีนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จิตรภณ ภูมิฉัตรมงคล. (2559). พฤติกรรมการศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของนักศึกษาจีน. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- ชัยวัฒน์ อุทัยแสน. (2555). กลยุทธ์การบริหารความปลอดภัยสถานศึกษา. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ดุสิตบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ฐานเศรษฐกิจ. (2563). อว.ถดวณมาตรการดูแล 1.2 หมื่นนักศึกษาจีนในไทย. สืบค้น 1 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.thansettakij.com/content/419896>
- ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ. (2558). ความพึงพอใจของนักศึกษาจีนที่มีต่อการเรียนในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, 32(3): 32-41.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2563). มหา'ลัย “สหรัฐ-ออสซี่” เอฟเฟกต์ พิชโควิด-19 สูญรายได้ “นักศึกษาจีน” สืบค้น 1 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.prachachat.net/world-news/news-423463>
- ปริยานุช อินทเวา. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโทในต่างประเทศ. วารสารการตลาดและการสื่อสาร, 1(2): 265-281.

2.6) มหาวิทยาลัยควรเผยแพร่โปรไฟล์ของมหาวิทยาลัยบนโซเชียลมีเดียของจีน และเพิ่มกิจกรรมของสมาคมศิษย์เก่าให้มากขึ้น เพื่อให้ศิษย์เก่าที่มีชื่อเสียงสามารถประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยได้มากขึ้น

2.7) นักศึกษามีมุมมองของค่าเล่าเรียนต่อการบริการที่นักศึกษาได้รับจากมหาวิทยาลัย ดังนั้นมหาวิทยาลัยควรจัดสภาพแวดล้อมและทรัพยากรการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับสิ่งที่นักศึกษาจีนควรได้รับ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยให้ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1) การรับรู้การจัดการความปลอดภัยและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยไทยในสถานการณ์ COVID-19 การวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับ เป็นข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับการวางแผนและพัฒนา กลยุทธ์การจัดการเรียนการสอนในสถานการณ์ COVID-19

2) เพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสังเกต การสัมภาษณ์แบบมีส่วนร่วม เพื่อให้มีข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

- วิเชียร พันธุ์เครือบุตร. (2562). การปรับรับรื้ออุดมศึกษาไทย. *วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 25(1): 94-113.
- สุขตา เกิดภู. (2561). การเตรียมความพร้อมด้านการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทยเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 24(2): 94-113.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2563). *นักศึกษาต่างชาติที่ศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ปีการศึกษา 2560*. กรุงเทพฯ: สำนักยุทธศาสตร์อุดมศึกษาต่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- Dai Linhuan. (2560). *การศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจที่ศึกษาต่อในประเทศไทยของคนจีน*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- Ling Yun Yang และกมลทิพย์ คำใจ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาจีนในการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. *วารสาร มจร นครน่านปริทรรศน์*, 1(2): 73-89.
- Rujirada Nakrung. (2019). นักศึกษาจีน โอกาสใหม่ของ (ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยไทย? สืบค้น 1 สิงหาคม 2563, จาก <https://hip-th.me/news-update/523/>
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3d ed). New York: John Wiley & Sons.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management: The millennium* (14th ed.). New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Lu, J., Le, T. & Fan, W. (2012). The Challenges Chinese Students Face in Australia. *International Journal of Innovation Interdisciplinary Research*, 1(3): 1-9.
- Mok, K. H., Xiong, W., Ke, G., & Cheung, J. O. W. (2020). Impact of COVID-19 Pandemic on International Higher Education and Student Mobility: Student Perspectives from Mainland China and Hong Kong. *International Journal of Educational Research*, 101718. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2020.101718>
- Songsathaphorn, P., Chen, C. & Ruangkanjanases, A. (2014). A Study of Factors Influencing Chinese Students' Satisfaction toward Thai Universities. *Journal of Economics, Business and Management*, 2(2): 105-111.
- Wang, C., Cheng, Z., Yue, X.G., & McAleer, M. (2020). Risk Management of COVID-19 by Universities in China. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(2): 1-6.
- Wang, Q., Taplin, R. & Brown, A. M. (2011). Chinese Students' Satisfaction of the Study Abroad Experience. *International Journal of Educational Management*, 25(3): 265-277.
- Waring, A. (1995). *Safety Management Systems*. Cengage Learning Emea.
- Zhai, Y., & Du, X. (2020). Mental Health Care for International Chinese Students Affected by the COVID-19 Outbreak. *The Lancet Psychiatry*, 7(4): 22.