

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น
ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล:
กรณีศึกษาสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเกริก

FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO ENROLL IN SHORT-TERM
CHINESE LANGUAGE PROGRAMS AMONG WORKING ADULTS IN BANGKOK
AND THE METROPOLITAN AREA: A CASE STUDY OF THE LANGUAGE
INSTITUTE, KRIRK UNIVERSITY

รุจิรา เสถียรดำเนิน^{1*}, หลี่ เสวียจื่อ¹, และวิเชียร จันทะเนตร²
Rujira Sathiamdamnoen^{1*}, Li Xuezhijiao¹, and Wichian Chanthanet²

Received : 17-10-2025

Revised : 08-01-2026

Accepted : 15-01-2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจ และ 3) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้กรณีศึกษาสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเกริก ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลจากผู้เรียน 140 คน จากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.89 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-25 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 10,000-20,000 บาท และพำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ พบว่า ภาพรวมปัจจัยทุกด้านมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M = 4.30$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ ($M = 4.29$) ปัจจัยด้านสถานศึกษา ($M = 4.25$) และปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคล ($M = 4.02$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้านร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของ

¹ วิทยาลัยนานาชาติภาษาและวัฒนธรรมจีน มหาวิทยาลัยเกริก

² ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

¹ China International Language and Culture College, Krirk University

² Faculty of Arts, Krirk University

* Corresponding Author's E-mail: rujirasat.edu@gmail.com

การตัดสินใจเข้าศึกษาได้ร้อยละ 36.8 (Adjusted $R^2 = .368$, $p < .001$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ ($\beta = .268$, $p = .032$) และปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน ($\beta = .235$, $p = .040$) ในขณะที่ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ผลการศึกษาเพิ่มเติมพบว่า แรงจูงใจสำคัญที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายสนใจเรียนคือ ความต้องการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวจีน (ร้อยละ 53.57) และการติดตามข้อมูลข่าวสารจากประเทศจีน (ร้อยละ 21.43) สรุปได้ว่า คุณภาพของอาจารย์และโอกาสทางการแข่งขันทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยหลักในการดึงดูดผู้เรียน สถาบันจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพผู้สอนและการออกแบบหลักสูตรที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน

คำสำคัญ: ปัจจัยต่อการตัดสินใจ / หลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น / วัยทำงาน / ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน / ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ / การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ABSTRACT

The purposes of this study were: 1) to examine the level of importance of factors influencing decision-making, 2) to compare personal factors with decision-making, and 3) to analyze factors affecting the decision to enroll in short-term Chinese language courses among working-age individuals in Bangkok and its metropolitan areas, using the Language Institute of Krirk University as a case study. A survey research design was employed. Data were collected from 140 learners through multi-stage sampling using an online questionnaire with a reliability coefficient of 0.89. Descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, were used to analyze demographic characteristics and levels of influencing factors. Inferential statistics, namely t-tests, one-way analysis of variance (ANOVA), and multiple regression analysis, were applied to test the research hypotheses.

The results indicated that most respondents were female, aged between 20 and 25 years, held a bachelor's degree, were employed in the private sector, earned a monthly income of 10,000–20,000 baht, and resided in Bangkok. Overall, all influencing factors were rated at a high level. Instructor-related factors recorded the highest mean score ($M = 4.30$), followed by social and economic factors ($M = 4.29$), institutional factors ($M = 4.25$), and personal needs factors ($M = 4.02$), respectively.

The multiple regression analysis revealed that the four factors jointly explained 36.8% of the variance in the decision to enroll in short-term Chinese language courses (Adjusted $R^2 = .368$, $p < .001$). Social and economic factors ($\beta = .268$, $p = .032$) and instructor-related factors ($\beta = .235$, $p = .040$) were found to have a statistically significant influence on enrollment decisions, whereas demographic factors

showed no significant effect. In addition, the main motivations for enrolling were the desire to communicate with Chinese tourists (53.57%) and to follow news and information related to China (21.43%). The findings suggest that instructor quality and economic competitiveness opportunities are key determinants in attracting working-age learners. Therefore, language institutions should prioritize the development of instructor competencies and the design of curricula that respond to current labor market demands.

Keywords: Decision-making factors / Short-term Chinese language courses / Working-age adults / Instructor-related factors / Socio-economic factors / Multiple regression analysis

บทนำ

ท่ามกลางพลวัตในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว การพัฒนาทักษะด้านภาษาได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและความก้าวหน้าในอาชีพ โดยเฉพาะการเรียนรู้ภาษาที่สองหรือภาษาที่สามซึ่งมีบทบาทต่อโอกาสทางเศรษฐกิจและการทำงานในระดับนานาชาติ บุคคลที่มีความสามารถด้านภาษาหลากหลายมักมีโอกาสนในการพัฒนาตนเองและการประกอบอาชีพมากกว่าบุคคลทั่วไป (ภาณุเดช จริยฐิตินันท์, 2562) ภายใต้บริบทดังกล่าว ภาษาจีนได้ก้าวขึ้นมาเป็นภาษาต่างประเทศที่มีอิทธิพลสำคัญในด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนในระดับโลก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Crystal (2003) ที่ชี้ให้เห็นว่าความแพร่หลายของภาษาที่มีความสัมพันธ์กับอำนาจทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศเจ้าของภาษา ส่งผลให้ความต้องการเรียนภาษาจีนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องรวมถึงในประเทศไทย ซึ่งให้ความสำคัญกับการเรียนภาษาจีนมากขึ้นทั้งในระบบการศึกษาและนอกระบบและในกลุ่มคนวัยทำงาน โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากเป็นแหล่งรวมแรงงานวัยทำงานมากกว่าหนึ่งในสามของแรงงานทั้งหมดของประเทศ และมีสัดส่วนแรงงานที่ทำงานในภาคบริการ การท่องเที่ยว และธุรกิจระหว่างประเทศในระดับสูง ซึ่งทุกภาคส่วนล้วนต้องใช้ทักษะภาษาจีนในการสื่อสาร สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2566) สถิติจาก กองบรรณาธิการ (2567) เผยให้เห็นแนวโน้มความนิยมของการศึกษาภาษาจีนในไทยที่เติบโตขึ้นถึงร้อยละ 146 ซึ่งถือเป็นการขยายตัวที่รวดเร็วที่สุดเมื่อเทียบกับหลักสูตรอื่น ปรากฏการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการพัฒนาทักษะภาษาจีนที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นจึงก้าวเข้ามาเป็นทางเลือกสำคัญที่ตอบโจทย์กลุ่มวัยทำงานที่มีเงื่อนไขด้านเวลาจำกัดและภาระหน้าที่ในการทำงาน แต่ยังคงต้องการพัฒนาศักยภาพตนเองให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงาน

สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเกริก ซึ่งตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่เปิดดำเนินการหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นสำหรับบุคคลวัยทำงานอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีผู้ลงทะเบียนเรียนตั้งแต่วันที่ 1-6 รวมทั้งสิ้น 745 คน และมีผู้เรียนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเข้าศึกษาเป็นจำนวนมาก โดยมีรูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับบริบท

การทำงานจริง ทั้งด้านเวลา รูปแบบการเรียนการสอน และค่าใช้จ่าย อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของกลุ่มคนวัยทำงานอาจได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย เช่น คุณภาพและความเชี่ยวชาญของอาจารย์ผู้สอน ความน่าเชื่อถือของสถาบัน โอกาสทางเศรษฐกิจและตลาดแรงงาน รวมถึงความต้องการและแรงจูงใจส่วนบุคคล (Schiffman & Kanuk, 2010; Maslow, 1954) จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาการเรียนภาษาจีนในกลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษาในระบบการศึกษา ขณะที่การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนของกลุ่มคนวัยทำงานยังมีอยู่อย่างจำกัด

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยกำหนดให้สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเกริก เป็นกรณีศึกษา ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนและการสื่อสารการตลาดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบธุรกิจด้านภาษาจีนในการวางแผนกลยุทธ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้เรียนในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น โดยกำหนดตัวแปรจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ภาพที่ 1) ดังนี้

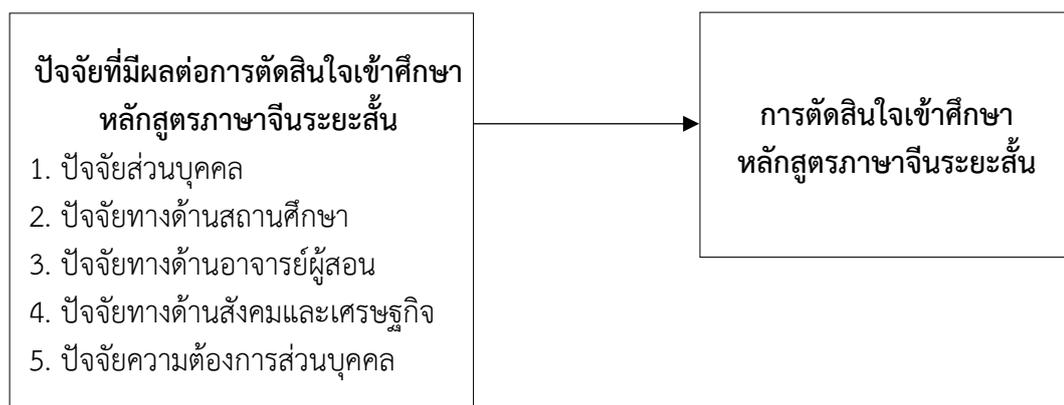
1. ปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค สอดคล้องกับ Kotler & Keller (2016) ที่ระบุว่า ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคโดยเฉพาะอายุ อาชีพ และระดับการศึกษา Schiffman & Wisenblit (2015) ยังอธิบายว่าตัวแปรทางประชากรศาสตร์เป็นเครื่องมือในการแบ่งกลุ่มตลาดที่มีประสิทธิภาพในภาคการศึกษา
2. ปัจจัยด้านสถานศึกษา (Institutional Factors) ภาพลักษณ์สถาบัน ทำเลที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และการรับรองมาตรฐานเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกหลักสูตร Hemsley-Brown & Oplatka (2016) พบว่า ชื่อเสียงสถาบัน คุณภาพการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการเลือกสถานศึกษา Pampaloni (2010) ระบุว่า ทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมมีผลต่อการตัดสินใจ ส่วน Ivy (2008) อธิบายถึงความสำคัญของภาพลักษณ์องค์กรและการรับรองมาตรฐานต่อการรับรู้คุณค่าของสถาบัน

3. ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน คุณภาพอาจารย์ผู้สอนส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ Hativa, Barak & Simhi (2001) พบว่า คุณลักษณะของอาจารย์ เช่น ความรู้ในเนื้อหา ทักษะการสอน และความกระตือรือร้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน Young & Shaw (1999) ระบุว่าความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของผู้สอนเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ ส่วน Marsh & Roche (1997) พบว่า ประสิทธิภาพของอาจารย์ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพหลักสูตร

4. ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจสะท้อนบริบทภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ Bolton & Dewatripont (2005) อธิบายว่า ปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคและความต้องการทักษะในตลาดแรงงานส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในการศึกษา Bearden & Etzel (1982) พบว่า กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริการทางการศึกษา ส่วน Cubillo, Sánchez & Cerviño (2006) ระบุว่า ปัจจัยทางสังคม-วัฒนธรรมและเครือข่ายส่วนตัวมีผลต่อการเลือกหลักสูตร

5. ปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคล แรงจูงใจและความต้องการส่วนบุคคลเป็นตัวขับเคลื่อนภายในที่สำคัญต่อการตัดสินใจ Deci & Ryan (2000) ในทฤษฎีแรงจูงใจด้วยตนเอง อธิบายว่า แรงจูงใจภายในส่งผลต่อความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ Mazzarol & Soutar (2002) พบว่า ความต้องการพัฒนาทักษะและเพิ่มโอกาสทางอาชีพเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกหลักสูตร ส่วน McClelland (1987) ในทฤษฎีความต้องการความสำเร็จ อธิบายว่า ความต้องการพัฒนาตนเองส่งผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาการศึกษา

6. การตัดสินใจเข้าศึกษาเป็นผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมินปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคของ Engel, Blackwell & Miniard (1995) ที่อธิบายขั้นตอนตั้งแต่การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก จนถึงการตัดสินใจ Vrontis, Thrassou & Melanthiou (2007) พบว่า การตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายด้าน การศึกษาปัจจัยเหล่านี้จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการจัดการหลักสูตร



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยเพื่อการเปรียบเทียบความแตกต่าง

H1: ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจังหวัดที่พักอาศัยที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของกลุ่มคนวัยทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานการวิจัยเพื่อการศึกษาอิทธิพลของตัวแปร

H2: ปัจจัยด้านสถานศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของกลุ่มคนวัยทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

H3: ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของกลุ่มคนวัยทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

H4: ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของกลุ่มคนวัยทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

H5: ปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของกลุ่มคนวัยทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดคำถามปลายเปิดเพิ่มเติมเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพที่เสริมและอธิบายข้อมูลเชิงปริมาณได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น โดยสอดคล้องกับ Creswell & Plano Clark (2018) ที่ระบุว่า การผสมผสานข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพช่วยให้เข้าใจปัจจัยได้ครอบคลุมมากขึ้น โดย Patton (2015) อธิบายว่า คำถามปลายเปิดช่วยค้นพบประเด็นใหม่และเข้าใจบริบทเฉพาะของกลุ่มตัวอย่าง ส่วน Kvale & Brinkmann (2015) ระบุว่า การเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอิสระช่วยเพิ่มความลึกซึ้งของข้อมูล โดยที่คำถามปลายเปิดครอบคลุม แรงจูงใจหลักในการเลือกเรียนภาษาจีน ความคาดหวังจากการเรียนรู้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด อุปสรรคหรือข้อกั่วงวลในการตัดสินใจ ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาหลักสูตร และประสบการณ์เพิ่มเติมที่ผู้ตอบต้องการแบ่งปัน ข้อมูลเหล่านี้จะวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา และการวิเคราะห์เชิงประเด็น ตาม Braun & Clarke (2006) จากนั้นนำมาเปรียบเทียบกับผลเชิงปริมาณเพื่อตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ตาม Denzin (2017) ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้เรียนหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น ณ สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเกริก รุ่นที่ 1-6 จำนวนทั้งสิ้น 745 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้ข้อตกลงเบื้องต้นของ Hair, Black, Babin & Anderson (2010) ที่กล่าวว่า ขนาดตัวอย่างควรมีไม่น้อยกว่า 20 หน่วยต่อ 1 ตัวแปร เนื่องจากงานวิจัยนี้ ประกอบด้วย 7 ตัวแปร ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 140 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เริ่มด้วยเทคนิคแบบแบ่งชั้น จำแนกออกตามรุ่นที่ 1-6 จากนั้นทำการสุ่มอย่างง่าย ด้วยการจับฉลากตามรายชื่อผู้เรียนจากแต่ละรุ่น ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ รุ่นละ 23-24 คน เมื่อได้รายชื่อ

กลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยได้จัดส่งลิงก์แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form เฉพาะแก่ผู้ที่ถูกสุ่มเลือกเป็นรายบุคคล พร้อมทั้งมีการติดตามและยืนยันการตอบแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนที่กำหนด ทั้งนี้ การกำหนดประชากรในสภาพแวดล้อมแบบปิดเป็นแนวทางที่ยอมรับได้ในการวิจัยเชิงพฤติกรรมในสถาบันการศึกษา (Hair et al., 2010)

การศึกษานี้กำหนดตัวแปรไว้ 2 กลุ่ม คือ ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยด้าน (1) ส่วนบุคคล (2) สถานศึกษา (3) อาจารย์ผู้สอน (4) สังคมและเศรษฐกิจ และ (5) ความต้องการส่วนบุคคล ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น การวิจัยนี้ตั้งสมมติฐานว่าปัจจัยด้านส่วนบุคคล (เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา และจังหวัดที่อยู่อาศัย) ปัจจัยทางด้านสถานศึกษา ปัจจัยทางด้านอาจารย์ผู้สอน ปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของบุคคลวัยทำงาน นอกจากนี้ยังกำหนดนิยามศัพท์เฉพาะว่า หลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น หมายถึง หลักสูตรเรียนที่มีระยะเวลาสั้น ๆ ประมาณ 1-2 เดือน (หลักสูตรละ 20 ชั่วโมง) สำหรับผู้ที่ต้องการพัฒนาทักษะภาษาจีน เพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและการทำงาน และบุคคลวัยทำงาน หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปประกอบอาชีพหรือกำลังมองหางาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และจังหวัดที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้กรณีศึกษาสถาบันภาษามหาวิทยาลัยเกริก ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ปัจจัยทางด้านสถานศึกษา จำนวน 6 ข้อ ปัจจัยทางด้านอาจารย์ผู้สอน จำนวน 3 ข้อ ปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ จำนวน 4 ข้อ และปัจจัยความต้องการส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ รวมทั้งสิ้น 19 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่าตามแบบของ Likert scale (Likert, 1961) เป็นมาตราวัดที่เลือกคำตอบ 5 ระดับ คือ ระดับความสำคัญมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น เป็นการเลือกมาตราวัดที่เลือกคำตอบ 5 ระดับ คือ ระดับความสำคัญมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจ

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

1. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยนำแบบสอบถามไปเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง และขอคำแนะนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องสอดคล้องกับการวิจัย

2. ทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ดำเนินการโดยนำแบบสอบถามเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญที่สอดคล้องกับเนื้อหาการวิจัย ได้แก่ (1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศ 1 ท่าน (2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย

ทางการศึกษาและการพัฒนาเครื่องมือวิจัย 1 ท่าน และ (3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการจัดการ การศึกษา 1 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้อง และความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ การวิจัย ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหาและเหมาะสมสำหรับนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) หรือความสอดคล้องด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1970) กับเจ้าหน้าที่ในมหาวิทยาลัยเกริก ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ซึ่งเป็น บุคคลวัยทำงานที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย ผลการวิเคราะห์พบว่า แบบสอบถาม ทั้งฉบับและแยกตามรายด้านทั้ง 4 ด้าน มีค่าความเชื่อมั่นดังนี้ ปัจจัยด้านสถานศึกษา มีค่าเท่ากับ 0.84 ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน มีค่าเท่ากับ 0.81 ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ มีค่าเท่ากับ 0.86 และปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคล มีค่าเท่ากับ 0.82 โดยแบบสอบถามทั้งฉบับที่มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.89 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวิจัยมีความเชื่อมั่นสูง และสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้จริง

4. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ และนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ที่กำหนด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์จากศูนย์ภาษา มหาวิทยาลัยเกริก เพื่อขอความร่วมมือ ในการแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้เรียนที่ลงทะเบียนในหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น
2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้เรียนที่ลงทะเบียนเรียน ในหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของศูนย์ภาษา มหาวิทยาลัยเกริก
3. ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 140 ชุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อคำนวณค่าทางสถิติ ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 140 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติที่เหมาะสมตามวัตถุประสงค์การวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และแนวโน้มของข้อมูล
2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที ใช้สำหรับทดสอบความแตกต่าง ของตัวแปรเพศ ขณะที่การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ใช้สำหรับทดสอบความแตกต่างของ ตัวแปรอายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา และจังหวัดที่อยู่อาศัย

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ก่อนดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติ พยากรณ์ โดยเฉพาะการตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ด้วยการพิจารณาค่า

Tolerance และ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ผลการตรวจสอบพบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ด้าน มีค่า Tolerance มากกว่า 0.10 และค่า VIF ต่ำกว่า 10 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระมีความเป็นอิสระต่อกันในระดับที่เหมาะสม และสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้อย่างน่าเชื่อถือ

การทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ (Post-hoc Comparison)

ในกรณีที่ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ (Post-hoc Comparison) เพื่อระบุว่ากลุ่มย่อยใดของตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ เช่น ช่วงอายุหรืออาชีพ มีระดับการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นแตกต่างกันอย่างแท้จริง โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Tukey's Honestly Significant Difference (HSD) ซึ่งสามารถควบคุมความคลาดเคลื่อนจากการทดสอบซ้ำ และช่วยให้การแปลความหมายผลการวิเคราะห์มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือทางสถิติ

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้กรณีศึกษาสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเกริก ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 140 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปพบว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.4) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 43.6) เล็กน้อย โดยอยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 20-25 ปี (ร้อยละ 44.3) และอายุต่ำกว่า 20 ปี (ร้อยละ 30.0) ขณะที่ผู้มีอายุมากกว่า 30 ปีมีจำนวนน้อย ด้านรายได้ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท (ร้อยละ 57.9) รองลงมาคือ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 22.9) ส่วนอาชีพพบว่าพนักงานบริษัทเป็นกลุ่มหลัก (ร้อยละ 40.7) รองลงมาคือ รับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 19.3) และธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 15.0) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบปริญญาตรี (ร้อยละ 82.1) และที่เหลือเป็นต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ตามลำดับ ผู้เรียนส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 75.0) รองลงมาคือ สมุทรปราการ (ร้อยละ 12.9) และจังหวัดใกล้เคียงอื่นๆ โดยสรุป ผู้เรียนหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นที่มหาวิทยาลัยเกริก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง วัยหนุ่มสาวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ปานกลาง ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการเรียนภาษาจีนเพื่อพัฒนาศักยภาพและเพิ่มโอกาสทางอาชีพ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น

การวิเคราะห์แบบสอบถามจากผู้ตอบจำนวน 140 คน พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยทั้งหมดเท่ากับ 4.19 ($SD = 0.906$) อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า

ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนได้รับความสำคัญสูงสุดด้วยค่าเฉลี่ยรวม 4.30 ($SD = 0.749$) อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยผู้เรียนให้ความสำคัญสูงสุดกับการเรียนการสอนโดยอาจารย์คนไทย

ที่จับเอกภาษาจีนและมีประสบการณ์สอน ($M = 4.36$) รองลงมาคือ การสอนโดยอาจารย์เจ้าของภาษา ($M = 4.30$) และความเชี่ยวชาญของอาจารย์ผู้สอนในการถ่ายทอดความรู้ ($M = 4.23$)

ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจได้รับความสำคัญรองลงมาด้วยค่าเฉลี่ยรวม 4.29 ($SD = 0.707$) อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยสำคัญที่สุดคือโอกาสในการนำภาษาจีนไปประกอบอาชีพหรือต่อยอด ($M = 4.35$) รองลงมาคือความต้องการของตลาดแรงงานสำหรับผู้ที่มีทักษะภาษาจีน ($M = 4.31$) กระแสความนิยมการเรียนภาษาจีน ($M = 4.29$) และสายงานที่ทำมีส่วนเกี่ยวข้องกับภาษาจีน ($M = 4.22$)

ปัจจัยด้านสถานศึกษามีค่าเฉลี่ยรวม 4.25 ($SD = 0.75$) อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยสำคัญคือการได้รับใบประกาศนียบัตรเมื่อเรียนจบหลักสูตร ($M = 4.31$) รองลงมาคือความสะดวกในการเดินทาง ($M = 4.28$) ความเหมาะสมของจำนวนชั่วโมงเรียนต่อคาบ ($M = 4.28$) การประชาสัมพันธ์ของสถาบัน ($M = 4.27$) ราคาของหลักสูตรเรียนที่เหมาะสม ($M = 4.24$) และชื่อเสียงของสถาบัน ($M = 4.14$)

ปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคลมีค่าเฉลี่ยรวม 4.02 ($SD = 0.638$) อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับการเรียนภาษาจีนเพื่อเพิ่มรายได้ ($M = 4.50$) รองลงมาคือการพัฒนาความรู้ของตนเอง ($M = 4.29$) การติดตามสื่อบันเทิงจีน ($M = 4.29$) และความสนใจในภาษาจีน ($M = 4.25$) ขณะที่การเรียนเพื่อเดินทางไปทำงาน ท่องเที่ยว หรือเรียนต่อในประเทศจีน ($M = 3.45$) และเพื่อสื่อสารกับเพื่อนหรือหาแฟนคนจีน ($M = 3.32$)

โดยสรุป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาจีนระยะสั้นอยู่ในระดับความสำคัญมากทุกด้าน โดยเฉพาะปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนและปัจจัยด้านสังคมเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นแรงจูงใจสำคัญในการเลือกเรียนหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

3.1 ปัจจัยส่วนบุคคล (สมมติฐานที่ 1) ผลการทดสอบด้วยสถิติเชิงเปรียบเทียบ (t-test, F-test) พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น โดยเพศ มีค่า Sig. เท่ากับ .189 ด้านอายุมีค่า Sig. เท่ากับ .110 ด้านรายได้มีค่า Sig. เท่ากับ .434 ด้านอาชีพมีค่า Sig. เท่ากับ .400 ด้านระดับการศึกษามีค่า Sig. เท่ากับ .107 และด้านจังหวัดที่อาศัยอยู่มีค่า Sig. เท่ากับ .602 ซึ่งทั้งหมดมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่าความต้องการเรียนภาษาจีนเป็นความต้องการ ที่กว้างขวาง ไม่จำกัดด้วยเพศ วัย หรือสถานะทางสังคม

3.2 ปัจจัยด้านสถานศึกษา อาจารย์ผู้สอน สังคมและเศรษฐกิจ และความต้องการส่วนบุคคล (สมมติฐานที่ 2-5) ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นได้ร้อยละ 36.8 ($Adjusted R^2 = .368$) โดยโมเดลการวิเคราะห์ถดถอยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($F = 21.691$, $p < .001$) แสดงว่าปัจจัยทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	SEE	R	R ²	Adj.R ²	Sig.
Regression	15.234	4	3.809	21.691***	.419	.621	.386	.368	.000
Residual	23.712	135	.176						
Total	38.946	139							

หมายเหตุ: *** p < .001

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละปัจจัย พบว่า ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน ($\beta = .268$, p = .032) มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน ($\beta = .235$, p = .040) ซึ่งทั้งสองปัจจัยมีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่ามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น ในขณะที่ปัจจัยด้านสถานศึกษา (Sig. = .167) และปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคล (Sig. = .325) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจเป็นเพราะในยุคปัจจุบันสถาบันส่วนใหญ่มีมาตรฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใกล้เคียงกัน และความต้องการส่วนบุคคลมีความหลากหลายจนไม่สามารถสรุปเป็นรูปแบบเดียวได้

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Coefficients)

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta (β)	t	Sig.	VIF	ผลการทดสอบ
(Constant)	1.234	.425	-	2.903**	.004	-	-
ปัจจัยด้านสถานศึกษา	.142	.103	.125	1.384	.167	2.31	ไม่มีนัยสำคัญ
ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน	.286	.139	.235	2.067*	.040	2.14	มีนัยสำคัญ
ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ	.312	.145	.268	2.158*	.032	1.98	มีนัยสำคัญ
ปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคล	.089	.090	.078	.988	.325	1.87	ไม่มีนัยสำคัญ

หมายเหตุ: * p < .05 (มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05), ** p < .01 (มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01), VIF < 10 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity, สมการถดถอยพหุคูณที่ได้คือ $Y = 1.234 + 0.286X_2 + 0.312X_3 + e$ โดยเมื่อ Y = การตัดสินใจเลือกเข้าหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น, X_2 = ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน, X_3 = ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ, e = ค่าความคลาดเคลื่อน

4. ปัจจัยเพิ่มเติมจากคำถามปลายเปิด

จากคำถามปลายเปิดที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม พบว่ามีผู้ตอบคำถามปลายเปิด จำนวน 56 คน (คิดเป็นร้อยละ 40.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) พบปัจจัยเพิ่มเติมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น สามารถจำแนกได้เป็น 3 ปัจจัยหลัก

ปัจจัยสำคัญที่สุดคือความต้องการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยมีผู้กล่าวถึงจำนวน 30 คน (ร้อยละ 53.57) ผู้เรียนให้เหตุผลว่า “ทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ต้องการสื่อสารกับลูกค้าชาวจีน” “ทำงานร้านอาหาร มีลูกค้าจีนมาก” และ “อยากช่วยนักท่องเที่ยวที่หลงทาง” ปัจจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวจีนในประเทศไทยซึ่งเป็นหนึ่งในตลาดท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุด ทำให้ผู้ประกอบการและพนักงานในอุตสาหกรรมบริการต้องการพัฒนาทักษะภาษาจีนเพื่อรองรับลูกค้า

รองลงมาคือ ความสนใจติดตามข่าวสารของประเทศจีน โดยมีผู้กล่าวถึงจำนวน 12 คน (ร้อยละ 21.43) ผู้เรียนระบุว่า “อยากเข้าใจข่าวสารและสื่อจีนโดยตรง” “สนใจเศรษฐกิจและการเมืองจีน” และ “อยากอ่านหนังสือพิมพ์จีนได้” แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนบางกลุ่มมีความสนใจในมิติทางวัฒนธรรมและสังคมของจีน ไม่เพียงแค่งานเพื่อการทำงานเท่านั้น ส่วนการพัฒนาทักษะสำหรับผู้มีพื้นฐานภาษาจีนมีจำนวนน้อย โดยมีผู้กล่าวถึงเพียง 2 คน (ร้อยละ 3.57) ที่ระบุว่า “เคยเรียนมาแล้ว แต่ต้องการพัฒนาให้คล่องขึ้น” และ “ต้องการฝึกพูดและเขียนเพิ่มเติม” และมีผู้กล่าวถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ระบุเฉพาะเจาะจง จำนวน 12 คน (ร้อยละ 21.43) เช่น “สนใจวัฒนธรรมจีน” “เพิ่มโอกาสในการทำงาน” และ “อยากไปเที่ยวจีนด้วยตัวเอง”

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า นอกจากปัจจัยหลักที่ศึกษาแล้ว ปัจจัยเชิงสถานการณ์ โดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทยมีอิทธิพลสำคัญต่อความสนใจในการเรียนภาษาจีนของกลุ่มวัยทำงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้เรียนมีความต้องการหลายมิติ ทั้งด้านอาชีพ สังคม วัฒนธรรม และการสื่อสารในชีวิตประจำวัน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประเด็นที่น่าสนใจหลายประการ ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ลักษณะของผู้เรียนหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น จากการศึกษผู้เรียน 140 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงวัย 20-25 ปี มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ากลุ่มวัยทำงานรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะเพื่อเสริมศักยภาพในการประกอบอาชีพและเข้าสังคม โดยเฉพาะภาษาจีนซึ่งเป็น “ภาษาที่สาม” รองจากภาษาอังกฤษ ลักษณะดังกล่าวสะท้อนถึงความตระหนักของกลุ่มวัยทำงานว่าการมีทักษะภาษาจีนจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดแรงงานและเปิดโอกาสทางอาชีพที่กว้างขวางมากขึ้น

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น ผลการวิเคราะห์ภาพรวมพบว่าปัจจัยทั้งหมดอยู่ในระดับความสำคัญมาก ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M = 4.30$) แสดงให้เห็นว่าอาจารย์ที่มีคุณวุฒิและประสบการณ์ส่งผลต่อแรงบันดาลใจและความเข้าใจของผู้เรียนอย่างชัดเจน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรัชยา ประทีปโชติพร และรัชนิวรรณ ปัญญามณี (2564) ที่พบว่าคุณภาพของอาจารย์ผู้สอนเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาจีน โดยผู้เรียนให้ความสำคัญกับอาจารย์คนไทยที่จบเอกภาษาจีนและมีประสบการณ์การสอนมากที่สุด เนื่องจากสามารถอธิบายโครงสร้างภาษาและวัฒนธรรมได้อย่างเข้าใจง่าย รองลงมาคือ อาจารย์เจ้าของภาษาที่ช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกการออกเสียงและการใช้ภาษาในบริบทจริง ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจได้รับความสำคัญรองลงมา ($M = 4.29$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความต้องการใช้ภาษาจีนในสายอาชีพและโอกาสทางเศรษฐกิจเป็นแรงผลักดันสำคัญ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับบริบททางสังคมที่ประเทศจีนมีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจโลกและมีความสัมพันธ์ทางการค้ากับประเทศไทยอย่างใกล้ชิด ทำให้ความต้องการแรงงานที่มีทักษะภาษาจีนเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในธุรกิจท่องเที่ยว การค้าระหว่างประเทศ และบริการ การที่ผู้เรียนมองเห็นโอกาสทางเศรษฐกิจและความต้องการของตลาดแรงงานอย่างชัดเจนจึงเป็นแรงจูงใจสำคัญ ในการตัดสินใจเรียนภาษาจีน ปัจจัยด้านสถานศึกษาอยู่ในระดับความสำคัญมากเช่นกัน ($M = 4.25$) โดยทำเลที่ตั้งที่สะดวก ตารางเรียนที่ยืดหยุ่น และการได้รับประกาศนียบัตรหลังเรียนจบล้วนเอื้อต่อการตัดสินใจ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Chen (2022) ที่ระบุว่าความยืดหยุ่นของรูปแบบการเรียนการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกมีผลต่อการตัดสินใจของผู้เรียน โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานที่มีข้อจำกัดด้านเวลาและต้องการความสะดวกในการเข้าถึงการศึกษา การที่สถาบันสามารถจัดตารางเรียนที่ยืดหยุ่นและอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้เรียนวัยทำงาน ปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคลแม้จะมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าปัจจัยอื่น ($M = 4.02$) แต่ก็ยังอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยแรงจูงใจด้านอาชีพ การพัฒนาตนเอง และความสนใจในวัฒนธรรมจีนมีส่วนสำคัญ โดยเฉพาะความต้องการเพิ่มรายได้จากการมีทักษะภาษาจีน ($M = 4.50$) ซึ่งอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนมองเห็นมูลค่าทางเศรษฐกิจของทักษะภาษาจีนอย่างชัดเจนและตระหนักว่าการมีทักษะภาษาจีนจะช่วยเพิ่มโอกาสในการได้รับค่าตอบแทนที่สูงขึ้นหรือเปิดโอกาสทางอาชีพใหม่ ๆ แต่อย่างไรก็ตามตัวแปรตัดสินใจ (Deciding Factor) ที่ดีกว่าคือความเชื่อมั่นในตัวอาจารย์และการมองเห็นตลาดแรงงานที่รองรับ

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านข้อมูลทั่วไปพบผลที่น่าสนใจว่า เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา และจังหวัดที่อยู่อาศัย ล้วนไม่มีผลทางสถิติที่มีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจเรียนหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทนงค์ดี มิตรพร (2565) ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเรียนภาษาจีนอย่างมีนัยสำคัญ ข้อค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจเรียนภาษาจีนเป็นความต้องการที่กว้างขวางและเป็นสากล ไม่จำกัดด้วยเพศ วัย หรือสถานะทางสังคม สะท้อนถึงความสำคัญและความจำเป็นของภาษาจีนในยุคปัจจุบันที่มีผลกระทบต่อทุกกลุ่มของสังคม

4. ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ ($\beta = .268$, $p = .032$) และปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอน ($\beta = .235$, $p = .040$) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา

หลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจมีอิทธิพลสูงสุด ขณะที่ปัจจัยด้านสถานศึกษาและปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคลไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ แบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจได้ร้อยละ 36.8 (Adjusted $R^2 = .368$) ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้สำหรับการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ แม้ว่าปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนจะมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด แต่เมื่อพิจารณาอิทธิพลเชิงพยากรณ์จากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานกลับพบว่าปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจมีอิทธิพลสูงกว่าผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยเป็นตัวชี้วัดการรับรู้ความสำคัญของผู้เรียนต่อปัจจัยแต่ละด้าน ขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์ Beta แสดงอำนาจในการพยากรณ์การตัดสินใจเมื่อพิจารณาปัจจัยทั้งหมดร่วมกันในบริบทของกลุ่มคนวัยทำงาน ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนอาจถูกมองเป็นเงื่อนไขพื้นฐานที่สถาบันการศึกษามีในระดับใกล้เคียงกัน จึงไม่สามารถสร้างความแตกต่างเชิงพยากรณ์ได้มากนัก ในขณะที่ปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ เช่น โอกาสทางอาชีพ รายได้ และความต้องการของตลาดแรงงาน เป็นปัจจัยเชิงสถานการณ์ที่ส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจ สะท้อนพฤติกรรมผู้เรียนวัยทำงานที่มุ่งเน้นผลลัพธ์และประโยชน์เชิงปฏิบัติอย่างชัดเจน

5. ปัจจัยเพิ่มเติมจากคำถามปลายเปิด แม้ว่าแบบจำลองการถดถอยพหุคูณจะสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจเข้าศึกษาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นได้ในระดับปานกลาง (Adjusted $R^2 = .368$) แต่ยังคงมีความแปรปรวนบางส่วนที่ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยปัจจัยเชิงปริมาณที่นำมาศึกษา ดังนั้นผลการวิเคราะห์คำถามปลายเปิดจึงช่วยเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยพบว่าปัจจัยเชิงสถานการณ์มีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะความต้องการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งมีสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 53.57) สะท้อนอิทธิพลของตลาดท่องเที่ยวจีนต่ออุตสาหกรรมบริการในประเทศไทย รองลงมาคือ ความสนใจในการติดตามข่าวสารและสื่อจีน (ร้อยละ 21.43) ซึ่งบ่งชี้แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและสังคม ขณะที่ผู้เรียนที่มีพื้นฐานภาษาจีนและต้องการพัฒนาทักษะให้คล่องขึ้นมีสัดส่วนค่อนข้างน้อย (ร้อยละ 3.57) แต่เป็นกลุ่มที่มีเป้าหมายชัดเจน ผลการอภิปรายดังกล่าวสอดคล้องกับ Zhang & Li (2022) ที่ชี้ให้เห็นว่าบริบททางสังคมและสถานการณ์ปัจจุบันมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเรียนภาษา และสะท้อนว่าปัจจัยเชิงสถานการณ์และลักษณะงานจริงของผู้เรียนวัยทำงานเป็นองค์ประกอบสำคัญที่โมเดลเชิงปริมาณไม่สามารถอธิบายได้อย่างครบถ้วน

ข้อจำกัดของการวิจัย

1. ขนาดกลุ่มตัวอย่างและความสามารถในการทดสอบสถิติ การวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 140 คน ซึ่งแม้จะเพียงพอต่อการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2010) แต่อาจมีข้อจำกัดต่อการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้วยสถิติ t-test และ One-way ANOVA โดยเฉพาะในกรณีที่กลุ่มย่อยมีขนาดเล็ก การที่ผลการวิจัยไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ อาจเกิดจากความคลาดเคลื่อนประเภทที่สอง (Type II Error) คือ การไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลักเมื่อสมมติฐานหลักเป็นเท็จ ซึ่งมักเกิดจากขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เพียงพอในบางกลุ่มย่อย ดังนั้นผู้อ่านควรตีความผลการวิจัยด้วยความระมัดระวัง และควรมีการวิจัยเพิ่มเติมด้วยขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใหญ่ขึ้นเพื่อยืนยันผลการวิจัย

2. ขอบเขตการศึกษา การวิจัยนี้เป็นกรณีศึกษาเฉพาะสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเกริก ผลการวิจัยจึงอาจมีข้อจำกัดในการนำไปใช้ทั่วไป (Generalization) กับสถาบันอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. สำหรับสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเกริก ด้านอาจารย์ผู้สอน ผลการวิจัยพบว่า ผู้เรียนให้ความสำคัญสูงสุดกับอาจารย์ผู้สอนชาวไทยที่มีความเข้าใจโครงสร้างภาษาจีนอย่างเป็นระบบ ($M = 4.36$) รองลงมาคือ อาจารย์เจ้าของภาษา ดังนั้น สถาบันควรพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบการสอนร่วม ระหว่างอาจารย์ไทยและอาจารย์เจ้าของภาษา หรือกำหนดระบบการรับรองคุณภาพอาจารย์ไทยที่สำเร็จการศึกษาด้านภาษาจีนโดยตรง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้เรียนว่าจะได้รับทั้งความถูกต้องด้านหลักภาษาและการออกเสียงที่ได้มาตรฐาน อันเป็นจุดเด่นที่สามารถนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ด้านการพัฒนาหลักสูตร จากผลการวิจัยพบว่าผู้เรียนให้ความสำคัญสูงสุดกับการเรียนภาษาจีนเพื่อเพิ่มรายได้ ($M = 4.50$) สถาบันจึงควรพัฒนาหลักสูตรที่มุ่งเน้นการใช้ภาษาจีนในบริบทการทำงานจริง เช่น ภาษาจีนเพื่อธุรกิจ การบริการ และการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้และต่อยอดทางอาชีพได้อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ ควรจัดหลักสูตรให้ครอบคลุมตั้งแต่ระดับพื้นฐานถึงระดับสูง เพื่อรองรับผู้เรียนที่มีพื้นฐานแตกต่างกัน รวมทั้งเพิ่มเนื้อหาด้านการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวจีนและการติดตามข่าวสารจีนตามความต้องการของผู้เรียน และออกแบบตารางเรียนที่มีความยืดหยุ่น เช่น หลักสูตรวันหยุด หลักสูตรช่วงเย็น หรือหลักสูตรออนไลน์ เพื่อรองรับผู้เรียนที่มีข้อจำกัดด้านเวลา

3. ด้านการประชาสัมพันธ์ สถาบันควรเน้นประชาสัมพันธ์จุดเด่นด้านคุณภาพอาจารย์ผู้สอนและโอกาสทางอาชีพที่ได้จากการเรียนภาษาจีน ควรใช้ตัวอย่างความสำเร็จของนักเรียนเก่าในการสร้างแรงบันดาลใจ และควรสร้างเนื้อหาทางการตลาดที่เชื่อมโยงกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น การเติบโตของนักท่องเที่ยวจีนหรือโอกาสการค้ากับจีน

4. สำหรับผู้บริหารสถาบันสอนภาษาอื่น ๆ ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปปรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้นของสถาบันอื่น ๆ โดยเน้นที่การพัฒนาคุณภาพอาจารย์และการเชื่อมโยงหลักสูตรกับโอกาสทางอาชีพ ผู้บริหารควรทำการสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะของแต่ละสถาบัน เนื่องจากบริบทและสถานที่อาจส่งผลกระทบต่อความต้องการที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และทรัพยากร เช่น อาจารย์ผู้สอนหรือสื่อการสอน

5. สำหรับผู้เรียนและผู้สนใจเรียนภาษาจีนควรพิจารณาเลือกสถาบันที่มีอาจารย์ผู้สอนที่มีคุณภาพและประสบการณ์ เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ควรกำหนดเป้าหมายการเรียนให้ชัดเจน เช่น เพื่อใช้ในการทำงาน การท่องเที่ยว หรือการติดตามสื่อเพื่อเลือกหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการและควรใช้โอกาสในการฝึกภาษาจีนในชีวิตประจำวัน เช่น การสนทนากับนักท่องเที่ยวจีน การดูสื่อจีน หรือการเข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ด้านขอบเขตการวิจัย การวิจัยในอนาคตควรขยายการศึกษาไปยังสถาบันสอนภาษาอื่น ๆ ในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างและสร้างความสามารถในการนำผลไปใช้ทั่วไป (Generalization) ควรเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างให้ใกล้เคียงหรือเท่ากับที่คำนวณไว้ (261 คน) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยและควรทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างหลักสูตรออนไลน์และหลักสูตรในห้องเรียน เนื่องจากรูปแบบการเรียนการสอนมีการเปลี่ยนแปลงไปมากหลังสถานการณ์ COVID-19

2. ด้านตัวแปรและวิธีการวิจัย การวิจัยควรศึกษาปัจจัยเพิ่มเติม เช่น นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐ การตลาดของสถาบันคู่แข่ง เทคโนโลยีและสื่อการสอน แรงสนับสนุนจากครอบครัวและเพื่อนร่วมงานและประสบการณ์การเรียนภาษาอื่น ๆ มาก่อน ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อทำความเข้าใจแรงจูงใจและประสบการณ์ของผู้เรียนอย่างละเอียด ควรทำการศึกษาติดตามผล (Longitudinal Study) เพื่อดูการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยและพฤติกรรมการตัดสินใจตามช่วงเวลา และควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเรียนกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เพื่อดูว่าปัจจัยใดส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการเรียนจริง

3. ด้านเนื้อหาการวิจัย การวิจัยควรศึกษาความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้เรียนหลักสูตรภาษาจีนระยะสั้น เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตร ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเรียนต่อ หรือการหยุดเรียนระหว่างหลักสูตร ควรศึกษาประสิทธิผลของวิธีการสอนและเทคนิคต่าง ๆ ที่ใช้ในหลักสูตรระยะสั้น และควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจเรียนภาษาจีนกับภาษาต่างประเทศอื่น ๆ เช่น ภาษาญี่ปุ่นหรือภาษาเกาหลี เพื่อทำความเข้าใจความแตกต่างในแรงจูงใจและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

4. ด้านการประยุกต์ใช้ การวิจัยควรพัฒนาโมเดลการทำนายความต้องการเรียนภาษาจีนในอนาคต โดยใช้ข้อมูลจากการวิจัยนี้ร่วมกับข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคม ควรพัฒนาแนวทางการประเมินคุณภาพของสถาบันสอนภาษาจีนระยะสั้น โดยอิงจากปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้เรียน และควรศึกษาแนวทางการสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับภาคธุรกิจเพื่อพัฒนาหลักสูตรที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดแรงงานอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- กองบรรณาธิการ. (2567). คนไทยเรียนภาษาจีนพุ่ง Duolingo เผยเป็นคอร์สที่โตไวสุด เตรียมเพิ่มฟีเจอร์ใช้ AI ช่วยเพิ่มทักษะพูด. (2567, 25 กันยายน). *Thairath Money*. [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก: https://www.thairath.co.th/money/tech_innovation/tech_companies/2816351 (2568, 5 สิงหาคม).
- จิรัชยา ประทีปโชติพร, และรัชณีวรรณ ปัญญามณี. (2564). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสาขาภาษาจีนของนักศึกษาในสถาบันระดับอุดมศึกษา. *วารสารวิชาการด้านการสอนภาษาจีนนานาชาติ*. 1(1), 72-85.

- ทวงศ์ศักดิ์ มิตรพร. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเรียนภาษาจีนที่โรงเรียนพระหฤทัย จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารนิสิตวัง*. 25(1), 112-117.
- ภาณุเดช จริยฐิตินันท์ (2562). *สภาพการเรียนรู้การสอนภาษาจีนในประเทศไทย*.
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.brmpeo.moe.go.th/schoolmapping/data/file/pdf/teaching%20chinese%20in%20thailand.pdf>. (2568, 1 สิงหาคม).
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). *การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร พ.ศ. 2566*.
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.nso.go.th> (2568, 1 พฤศจิกายน).
- Bearden, W. O., & Etzel, M. J. (1982). Reference group influence on product and brand purchase decisions. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 183-194.
- Bolton, P., & Dewatripont, M. (2005). *Contract theory*. MIT Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Chen, C. (2022). Factors Affecting Online Chinese as a Foreign Language Learning Stickiness: A Study on International Students in China. *Frontiers in Psychology*. 8(3), 1-15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.803669>
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological testing*. Harper & Row.
- Crystal, D. (2003). *English as a global language* (2nd ed.). Cambridge University Press.
[Online], Available:
https://culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/nation_branding/English_As_A_Global_Language_-_David_Crystal.pdf. (2025, 15 August).
- Cubillo, J. M., Sánchez, J., & Cerviño, J. (2006). International students' decision-making process. *International Journal of Educational Management*, 20(2), 101-115.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- Denzin, N. K. (2017). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods* (4th ed.). Routledge.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hativa, N., Barak, R., & Simhi, E. (2001). Exemplary university teachers: Knowledge and beliefs regarding effective teaching dimensions. *The Journal of Higher Education*, 72(6), 699-729.

- Hemsley-Brown, J., & Oplatka, I. (2016). *Higher education consumer choice*. Palgrave Macmillan.
- Ivy, J. (2008). A new higher education marketing mix. *International Journal of Educational Management*, 22(4), 288-299.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Likert, R. (1961). *New Patterns of Management*. McGraw-Hill.
- Marsh, H. W., & Roche, L. A. (1997). Making students' evaluations of teaching effectiveness effective. *American Psychologist*, 52(11), 1187-1197.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. Harper & Row.
- Mazzarol, T., & Soutar, G. N. (2002). "Push-pull" factors influencing international student destination choice. *International Journal of Educational Management*, 16(2), 82-90.
- McClelland, D. C. (1987). *Human motivation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pampaloni, A. M. (2010). The influence of organizational image on college selection. *Journal of Marketing for Higher Education*, 20(1), 19-48.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research and evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Vrontis, D., Thrassou, A., & Melanthiou, Y. (2007). A contemporary higher education student-choice model. *Journal of Business Research*, 60(9), 979-989.
- Young, S., & Shaw, D. G. (1999). Profiles of effective college and university teachers. *The Journal of Higher Education*, 70(6), 670-686.
- Zhang, H., & Li, M. (2022). Factors Affecting Chinese Short-Term International Students' Cross-Cultural Adaptation in Psychology, Learning, and Life. *Discrete Dynamics in Nature and Society*. 2022(5977713): 1-10.
<https://doi.org/10.1155/2022/5977713>