

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	ความพร้อมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการให้บริการ นักศึกษาต่างชาติ
ผู้เขียน	นายสุรชัย ตั้งธีระบัณฑิตกุล
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)
คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร. โกสุมภ์ สายจันทร์ ประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์ เสกสิน ศรีวัฒนานุกุลกิจ กรรมการ รองศาสตราจารย์ กาญจนา โชคถาวร กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักศึกษาต่างชาติต่อสภาพปัจจุบัน และเพื่อศึกษาศักยภาพของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการให้บริการด้านต่างๆ แก่นักศึกษาต่างชาติ เพื่อทราบปัญหาและความต้องการด้านต่างๆ ต่อการเข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 4 ด้าน คือ ด้านกระบวนการรับสมัคร ด้านหลักสูตรและกระบวนการถ่ายทอดความรู้ ด้านการได้รับการบริการ และด้านค่าใช้จ่ายเพื่อรับบริการของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามปลายเปิดจากนักศึกษาต่างชาติที่มาศึกษาในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 1 ปี ขึ้นไป และคณาจารย์ บุคลากร เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการให้บริการนักศึกษาต่างชาติในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีความพร้อมโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน

เมื่อพิจารณารายละเอียดความพร้อมแต่ละด้าน พบว่า ด้านการให้บริการทางกระบวนการรับสมัครมีความพร้อมในเรื่องความรวดเร็วในการบริการรับสมัครมากที่สุด ด้านหลักสูตรและกระบวนการถ่ายทอดความรู้พบว่ามีความพร้อมของผู้สอน โดยเฉพาะความรู้ความสามารถของผู้สอนมากที่สุด ด้านการได้รับการบริการ โดยภาพรวมนพว่านักศึกษาต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องความเหมาะสมของห้องเรียน ด้านค่าใช้จ่ายในการบริการของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าอาหาร ค่าเล่าเรียน และค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ ส่วนใหญ่ไม่เป็นปัญหาและมีความเหมาะสมดี

การศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เพื่อวัดความพร้อมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ตามทัศนคติของนักศึกษาต่างชาติมองว่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่มี

ความพร้อมด้านคุณภาพของหลักสูตร การเรียนรู้และการถ่ายทอดความรู้ และความรู้ของผู้สอน
สูงสุด ขณะที่ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพร้อมน้อยที่สุด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Readiness of Chiang Mai University in Rendering Services to Foreign Students

Author Mr. Surachai Tungteerabunditkul

Degree Master of Arts (Political Economy)

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Dr. Kosum Saichan Chairperson

Associate Professor Seksin Srivatananukulkit Member

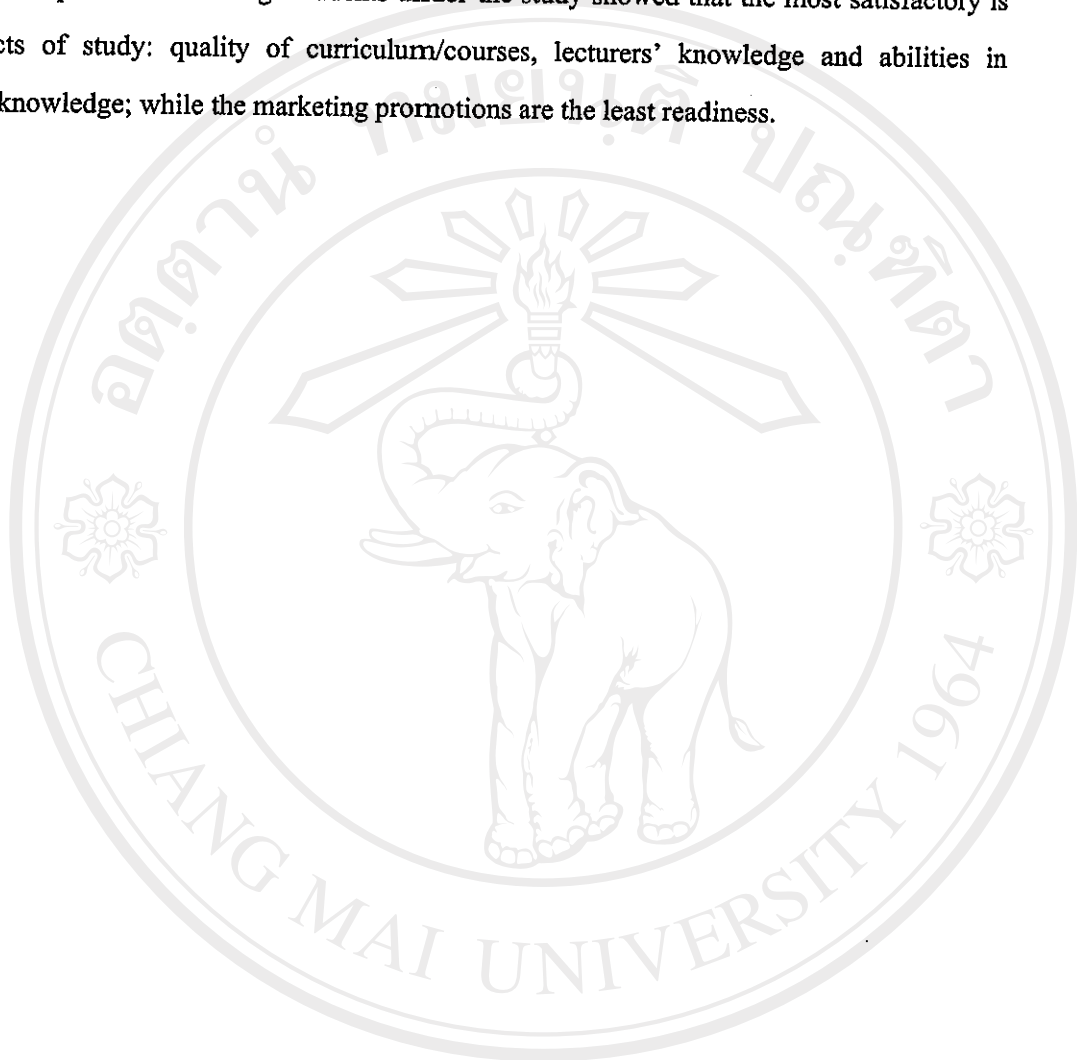
Associate Professor Kanchana Chokthawon Member

ABSTRACT

This research aims to study the attitudes of foreign students studying at Chiang Mai University (CMU) towards the present situations, and to study the potential of CMU in rendering services to foreign students in order to understand the problems and demands in four aspects: admission process service, curriculum and delivering knowledge process, services and whose expenditure. The data were obtained from the structured questionnaire and the interview with the foreign students studying in CMU longer than one year, and with the lecturers as well as the supporting staff whose work are related to the foreign students. The study results reveal that the attitudes of the foreign students towards readiness of CMU in rendering services in four aspects are all found at good level.

In terms of specific attributes of each aspect, it is found that the aspect of admission process services has the most readiness in the speed of services. The attitudes of the foreign students towards the study curriculum and delivering knowledge process are generally considered satisfactory. They found that the lecturers in CMU are the most ready, especially knowledgeable for the courses they are responsible for. As for the readiness in CMU services, the foreign students are satisfied with it very much, especially in terms of the appropriateness of classrooms. For the expenses in CMU services, it is found that food and beverage prices, tuition fees and other expenses are reasonable and appropriate.

In the study of marketing mix factors for service business to evaluate readiness of CMU, the viewpoint of the foreign students under the study showed that the most satisfactory is the products of study: quality of curriculum/courses, lecturers' knowledge and abilities in delivering knowledge; while the marketing promotions are the least readiness.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved