



250707

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการเรียนภาษาจีนกลาง
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

อุบลวรรณ อธิธิเสรีกุล

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เมษายน 2555



ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการเรียนภาษาจีนกลาง
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

อุบลวรรณ อธิธิเสรีกุล



การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
เมษายน 2555

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการเรียนภาษาจีนกลาง
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

อุบลวรรณ อธิธิเสรีกุล

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

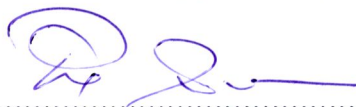
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ


.....ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร. นิตยา เจริญประเสริฐ


.....
อาจารย์ ดร. ศรีัญญา กันตะบุตร


.....กรรมการ
อาจารย์ ดร. ศรีัญญา กันตะบุตร


.....กรรมการ
อาจารย์นิตยา วัฒนคุณ

25 เมษายน 2555

©ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ทศนคติของผู้บริโภคต่อการเรียนภาษาจีนกลาง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก

อาจารย์ ดร. ศรีัญญา กันตะบุตร อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร. นิตยา เจริญประเสริฐ และอาจารย์นิตยา วัฒนคุณ กรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไข จนกระทั่งการค้นคว้าแบบอิสระสำเร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และอาจารย์พิเศษทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ต่างๆ ตลอดระยะเวลาการศึกษา จนสามารถนำมาใช้ในประกอบการค้นคว้าแบบอิสระจนสำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่โครงการ MBA และเจ้าหน้าที่ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่านที่อำนวยความสะดวกในการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ ครอบครัว และเพื่อนที่คอยเป็นกำลังใจและสนับสนุนผู้ศึกษาด้วยดีตลอดมา

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลและสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้สามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนและถูกต้อง

ท้ายที่สุดนี้ผู้ศึกษาหวังอย่างยิ่งว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจในการศึกษาต่อไป หากมีความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องประการใดในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว และขออภัยมา ณ โอกาสนี้

อุบลวรรณ อธิธิเสรีกุล

ผู้เขียน นางสาวอุบลวรรณ อิทธิเสรีกุล

ปริญญาด้านบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ ดร.ศรัณญา กันตะบุตร

บทคัดย่อ

250707

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคต่อการเรียนภาษาจีนกลาง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะคิดของผู้บริโภคต่อการเรียนภาษาจีนกลาง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย แบ่งเป็นผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง และผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง จำนวน 100 รายเท่ากัน และนำข้อมูลมาประมวลผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (t - test)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 11 – 20 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทมากที่สุด

ผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องภาษาจีนกลางมีประโยชน์ในอนาคต ด้านราคา ในเรื่องประโยชน์ในการเรียนภาษาจีนกลางคุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องสถานที่เรียนภาษาจีนกลางควรมีช่องทางติดต่อที่สะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องควรมีทุนการศึกษาสนับสนุนให้เรียนต่อประเทศจีน ด้านบุคลากร ในเรื่องอาจารย์ผู้สอนควรมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ได้เป็นอย่างดี ด้านกระบวนการ ในเรื่องสื่อการสอนจะทำให้การเรียนภาษาจีนกลางได้ง่ายขึ้น ด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องสถานที่เรียนควรมีที่จอดรถเพียงพอ

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม ผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง มีแนวโน้มที่จะเรียนภาษาจีนกลางต่อในอนาคตแน่นอน และมีแนวโน้มอาจจะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกเรียนภาษาจีนกลาง โดยเคยเรียนภาษาจีนกลางอย่างน้อย 1 ครั้ง ระยะเวลาใช้ในการเรียนแต่ละครั้งประมาณ 4 เดือน มักจะเรียนที่โรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย เหตุผลที่เลือกเรียนคือ เพื่อเพิ่มทักษะภาษาจีนกลาง ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเรียนภาษาจีนกลางคือ ตัวเอง ครอบครัว และอาจารย์ผู้สอน ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ความยากของทักษะฟัง พูด อ่าน เขียน และไวยากรณ์

ผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง มีค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องภาษาจีนกลางมีประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร ด้านราคา ในเรื่องประโยชน์ในการเรียนภาษาจีนกลางคุ้มค่างบค่าใช้จ่ายสูงสุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องสถานที่เรียนภาษาจีนกลางควรมีช่องทางติดต่อที่สะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องควรมีการแนะนำการเรียนภาษาจีนจากผู้เชี่ยวชาญ ด้านบุคลากร ในเรื่องอาจารย์ผู้สอนควรตอบคำถามและข้อสงสัยของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี ด้านกระบวนการ ในเรื่องสื่อการสอนจะทำให้การเรียนภาษาจีนกลางได้ง่ายขึ้น ด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องสถานที่เรียนควรมีบรรยากาศดี

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม ผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง ไม่แน่ใจที่จะเรียนภาษาจีนกลางในอนาคต แต่มีแนวโน้มที่อาจจะแนะนำให้ผู้อื่นเลือกเรียนภาษาจีนกลาง ซึ่งเหตุผลที่ไม่เลือกเรียนภาษาจีนกลางคือ ไม่มีเวลาเรียน ความยากของภาษาจีนกลาง และมีค่าใช้จ่ายสูง ตามลำดับ

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง และผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นแตกต่างกับผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ภาษาจีนกลางเป็นภาษาที่น่าสนใจ หลักสูตรภาษาจีนควรมีความหลากหลาย ภาษาจีนกลางมีประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารและมีประโยชน์อื่นในอนาคต ด้านราคา ได้แก่ ประโยชน์ในการเรียนภาษาจีนกลางคุ้มค่างบค่าใช้จ่าย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่เรียนภาษาจีนกลางควรมีจำนวนมาก มีช่องทางการติดต่อที่สะดวก และมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ควรมีการลดราคาค่าสมัครเรียนภาษาจีนกลาง ควรมีการเพิ่มโปรแกรมการไปทัศนศึกษา และควรมีทุนการศึกษาสนับสนุนให้เรียนต่อประเทศจีน และด้านกระบวนการ ได้แก่ การเรียนโดยใช้อักษรภาษาอังกฤษ (พินอิน) และภาษาไทยทับศัพท์จะช่วยให้เรียนง่ายขึ้น ส่วนปัจจัยด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่ม มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

Independent Study Title	Consumer Attitude Towards Studying Standard Mandarin in Mueang Chiang Mai District
Author	Miss Ubonwan Ittisareekul
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Dr. Saranya Kantabutra

ABSTRACT

250707

The purpose of this independent study is to study consumer attitude towards studying Standard Mandarin in Mueang Chiang Mai district. The samples consisted of 200 as 100 person who have studied or studying Standard Mandarin and 100 person who have never studied Standard Mandarin. The data collected from questionnaires were analyzed by descriptive statistics including frequency, percentage and mean, as well as inferential statistics as t-test

The samples consist of female consumers aged 11 – 20 years old, and with bachelor degree. Most respondents were students and with monthly income of below 5,000 Baht.

Those individual who have studied or are studying Standard Mandarin had the knowledge at the moderate level. The opinion towards services marketing mix elements (7Ps) of studying Standard Mandarin are as follows: the consumers have the average level of agreement in Standard Mandarin on the product aspects useful of learning. On the price aspect, reasonable price setting is preferred. On the place aspects availability contracts. On the promotion aspect the schools should provide scholarships to China. On the people aspects the teachers should be excellent in transfer of knowledge. On the process aspects good instruction. And, on the physical evidence aspects enough car parking.

The consumption behavior of those who have studied or are studying, point to a certainly to follow study in the future and likely recommend others to do the same. They usually

study at school or university for least once and each time for about 4 months. The reasons to study were to increase Chinese skill, for further study, for the purpose of work and their interest in Standard Mandarin. The influential people were themselves, their family and their teacher. The important obstacles to learning difficulty of listening, speaking, reading, writing and grammar skill, not understanding the teacher and conditions of learning boring.

As for those who have never studied, they had the knowledge at low level. For opinion toward the service marketing mix elements (7Ps) of studying Standard Mandarin they are as follows: the consumers have the average level of agreement in Standard Mandarin on the product aspect communication courses. On the price aspects, reasonable price setting is preferred. On the place aspects availability contracts. On the promotion aspects guidance from expert. the people aspects ability answer question as well, on the process aspects good instruction. And on physical evidence aspects good conditions.

The consumption behavior of those who have never studied were not sure about studying in the future but they are likely to recommend to others to do the same. The reasons no studies were to timeless, difficulty of Standard Mandarin and with the high cost.

To compare the difference between those who have studied or are studying Mandarin Chinese with those who have never studied Mandarin Chinese, they study found that individuals who have studied or are studying Mandarin Chinese differ in their opinion towards services marketing mix factors to other ones. Concerning product aspects, Mandarin Chinese is the language of interest, courses should be more diversity and Mandarin Chinese is useful in communicating and the other benefits. Concerning price aspects, reasonable price setting is preferred. Concerning place aspects as to have many the channel is available and the signs are clear. Concerning promotion aspect as a reduction in the price added to the program of study and encourages students to study in China. And concerning process aspect as the study process by Pinyin or Thai transliteration will allow students easier. The two groups do not differ in the people aspect and physical evidence aspect.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	๓
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎี	4
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	4
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ	6
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	10
การเก็บรวบรวมข้อมูล	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูล	12
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	14
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ทักษะของผู้บริโภคต่อการเรียนภาษาจีนกลาง	21
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียน ภาษาจีนกลาง และผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง	46
ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการ เรียนภาษาจีนกลาง	53
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	55
อภิปรายผลการศึกษา	64
ข้อค้นพบ	69
ข้อเสนอแนะ	71
บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	79
ภาคผนวก ข เฉลยคำตอบที่ถูกต้องของการวัดความรู้ความเข้าใจต่อการเรียน ภาษาจีนกลาง	86
ประวัติผู้เขียน	87

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง และไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง จำแนกตามเพศ	16
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง และไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง จำแนกตามอายุ	16
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง และไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง จำแนกตามระดับการศึกษา	17
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง และไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง จำแนกตามอาชีพ	18
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง และไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง จำแนกตามรายได้	19
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง จำแนกตามผลการวัดความรู้ความเข้าใจที่มีต่อการเรียนภาษาจีนกลาง	21
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง จำแนกตามผลการวัดความรู้ความเข้าใจที่มีต่อการเรียนภาษาจีนกลาง	22
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลางและผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง จำแนกตามจำนวนคำตอบที่ถูก	23
9	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง และผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง จำแนกตามระดับความรู้ความเข้าใจต่อการเรียนภาษาจีนกลาง	24
10	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการเรียนภาษาจีนกลางของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง ด้านผลิตภัณฑ์	25
11	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการเรียนภาษาจีนกลางของผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง ด้านผลิตภัณฑ์	26
12	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการเรียนภาษาจีนกลางของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง ด้านราคา	27

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
13	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการเรียนภาษาจีนกลางของผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง ด้านราคา	28
14	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการเรียนภาษาจีนกลางของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	29
15	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการเรียนภาษาจีนกลางของผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	30
16	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการเรียนภาษาจีนกลางของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด	31
17	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการเรียนภาษาจีนกลางของผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด	32
18	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการเรียนภาษาจีนกลางของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง ด้านบุคลากร	33
19	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการเรียนภาษาจีนกลางของผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง ด้านบุคลากร	34
20	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการเรียนภาษาจีนกลางของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง ด้านกระบวนการ	35
21	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการเรียนภาษาจีนกลางของผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง ด้านกระบวนการ	36
22	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการเรียนภาษาจีนกลางของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง ด้านลักษณะทางกายภาพ	37
23	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อการเรียนภาษาจีนกลางของผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง ด้านลักษณะทางกายภาพ	38
24	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเลือกเรียนภาษาจีนกลางในอนาคต จำแนกตามผู้ที่เรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีน และผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีน	39
25	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่เคยเรียนภาษาจีนกลางของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
26	แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการเรียนภาษาจีนกลางในแต่ละครั้งของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง	40
27	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง จำแนกตามสถานที่ที่เคยเรียนภาษาจีนกลาง	41
28	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง จำแนกตามเหตุผลในการเลือกเรียนภาษาจีนกลาง	42
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง จำแนกตามเหตุผลในการไม่เลือกเรียนภาษาจีนกลาง	43
30	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ที่เคยเรียนหรือเคยเรียนภาษาจีนกลาง จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการเลือกเรียนภาษาจีนกลาง	44
31	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการแนะนำให้ผู้อื่นเลือกเรียนภาษาจีนกลาง จำแนกตามผู้ที่เรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีน และผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีน	44
32	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง และผู้ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง	46
33	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา จำแนกตามผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง และผู้ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง	47
34	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง และผู้ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง	48
35	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง และผู้ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
36	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร จำแนกตามผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียน ภาษาจีนกลาง และผู้ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง	50 —
37	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ จำแนกตามผู้ที่เคยเรียนหรือกำลัง เรียนภาษาจีนกลาง และผู้ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง	51
38	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อการเรียน ภาษาจีนกลางด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียน ภาษาจีนกลาง และผู้ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง	52
39	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง จำแนก ตามปัญหาที่พบเกี่ยวกับการเรียนภาษาจีนกลางคือ	53
40	สรุปค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยทั้งหมดของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียน ภาษาจีนกลาง เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย	56
41	สรุปค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยทั้งหมดของผู้ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย	58
42	สรุปการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการของผู้ที่เคยเรียนหรือกำลังเรียนภาษาจีนกลาง และผู้ ที่ไม่เคยเรียนภาษาจีนกลาง	61

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	แสดงองค์ประกอบของทัศนคติ	5