

ธุรกิจบริการการศึกษานานาชาติ

โครงสร้าง / ภาพรวมธุรกิจ แนวโน้มความตระหนักถึงความสำคัญของทักษะภาษาอังกฤษ ควบคู่กับค่านิยมในหลักสูตรการเรียนการสอนต่างประเทศของผู้ปกครองในระยะเวลาที่ผ่านมา เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดให้ธุรกิจให้บริการด้านการศึกษามีการพัฒนาหลักสูตรนานาชาติและปรับปรุงการเรียนการสอนให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การศึกษาหลักสูตรนานาชาติในประเทศไทย เป็นที่ยอมรับทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ ปัจจุบันประเทศไทยมีโรงเรียนนานาชาติทั้งหมด 175 โรงเรียน และเป็นสมาชิกของสมาคมโรงเรียนนานาชาติแห่งประเทศไทยทั้งหมด 127 โรงเรียน (อ้างอิงจากสมาคมโรงเรียนนานาชาติแห่งประเทศไทย) จำนวนนักเรียนในโรงเรียนนานาชาติในประเทศไทยจะยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยประมาณการว่า จะมีจำนวนนักเรียนในโรงเรียนนานาชาติ 57,410 คน ในปี 2558 เติบโตร้อยละ 10 ต่อปี โดยเป็นการเติบโตมาจากทั้งในส่วนของนักเรียนไทยและนักเรียนต่างชาติ โดยมีโรงเรียนนานาชาติในกรุงเทพมหานครจำนวน 97 แห่ง และในต่างจังหวัดจำนวน 53 แห่ง ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง • ธุรกิจสิ่งพิมพ์ • ธุรกิจท่องเที่ยว คู่แข่งที่สำคัญ • มาเลเซีย • สิงคโปร์ • แคนาดา • นิวซีแลนด์ • ออสเตรเลีย การวิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจ	
จุดแข็ง • การมีสถานศึกษาที่เป็นทางเลือกมากมายและมีหลักสูตรการเรียนการสอนหลากหลาย • ความพร้อมของบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกในมหาวิทยาลัยไทยที่สามารถรองรับนักศึกษาต่างชาติได้อย่างเพียงพอ • ค่าใช้จ่ายทั้งในส่วนของการค่าเทอมและค่าครองชีพในประเทศไทยที่ยังอยู่ในระดับไม่สูงนัก ในขณะที่คุณภาพของการเรียนการสอนที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล • บรรยากาศทั้งในส่วนของการทำเลที่ตั้ง สภาพภูมิอากาศ และอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นที่ชื่นชอบของชาวต่างชาติ • คุณภาพการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติในประเทศไทยมีมาตรฐานสูง	จุดอ่อน • มีความร่วมมือทางวิชาการกับมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ (MOU) น้อย • นักเรียนและนิสิตที่รับเข้ามีความรู้ความสามารถภาษาอังกฤษที่แตกต่างกันและจำนวนมากมีทักษะภาษาอังกฤษต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ใช้ในการศึกษาด้วยภาษาอังกฤษ • ปฏิทินการศึกษาของสถานศึกษาไทยทั่วไป ไม่สอดคล้องกับปฏิทินการศึกษาของสถานศึกษาในต่างประเทศ
โอกาส • การสร้างสถานศึกษาใกล้กับที่อยู่ของนักเรียน นิสิตและผู้ปกครอง เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง หรือการสร้างใกล้กับสนามกีฬาต่างๆ เช่น สนามกอล์ฟ เพื่อใช้เป็นแหล่งการเรียนการสอนวิชากอล์ฟ เป็นต้น • ภาษาอังกฤษเป็นปัจจัยสำคัญในการติดต่อสื่อสารเพื่อดำเนินธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต • ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญจึงทำให้ผู้คนอยากย้ายถิ่นฐานเข้ามา • โรงเรียนนานาชาติเริ่มมีการลงทุนเพื่อพัฒนา Boarding Facility จึงส่งผลให้ภาคธุรกิจมีการเติบโตเพิ่มขึ้น • ประเทศไทยมีที่ตั้งเป็นศูนย์กลางของอาเซียน จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจการศึกษานานาชาติ	อุปสรรค • มีการแข่งขันในตลาดวิทยาลันานาชาติทั้งในประเทศและต่างประเทศที่สูงขึ้น • เกณฑ์การรับสมัครบุคลากรทางการศึกษาในสถานศึกษานานาชาตินั้นค่อนข้างสูง • ค่าเทอมของสถานศึกษาในระดับนานาชาตินั้นค่อนข้างแพง ทำให้ประชากรที่มีรายได้ต่ำไม่สามารถเข้าถึงหลักสูตรนานาชาติได้ • การปรับนโยบายเศรษฐกิจของนานาชาติ มีผลให้ชาวต่างชาติเดินทางมาทำงานในประเทศไทยน้อยลง • กฎระเบียบบางข้อ ไม่ส่งเสริมการบริหารจัดการโรงเรียนนานาชาติ
มูลค่าการค้า / การลงทุน โรงเรียนนานาชาติมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 12% (ย้อนหลัง 8 ปี) ในปี 2560 มีจำนวนโรงเรียนนานาชาติเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ย 18-20% ต่อปี และมีการขยายตัวแบบก้าวกระโดด มีตัวเลขตลาดรวมของธุรกิจ 60,500 ล้านบาท/ปี รายได้ธุรกิจของไทยแบ่งเป็นตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยมีมูลค่าตลาดรวมทางตรง 26,000 ล้านบาท/ปี (มูลค่าตลาดทางอ้อม 28,000 ล้านบาท/ปี และครู 7,200 คน เท่ากับ 6,500 ล้านบาท/ปี) (อ้างอิงจากสมาคมโรงเรียนนานาชาติแห่งประเทศไทย)	
แนวโน้ม / ประเด็นทางธุรกิจ สถานศึกษานานาชาติมีแนวโน้มที่จะขยายไปยังจังหวัดที่มีชาวต่างชาติเข้ามาทำงานหรือประกอบธุรกิจอยู่เป็นจำนวนมาก โดยพบว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น จังหวัดอุดรธานี และอุบลราชธานี เป็นทำเลที่มีศักยภาพที่ผู้ประกอบการสถานศึกษานานาชาติจะสามารถขยายฐานลูกค้าไปสู่ชาวลาว และกัมพูชา นอกจากนี้ ในบางจังหวัดที่มีโรงเรียนนานาชาติอยู่แล้ว ก็แนวโน้มที่จะมีสถานศึกษานานาชาติเพิ่มขึ้น เช่น จังหวัดสุราษฎร์ธานี และขอนแก่น เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจและมีชาวต่างชาติเข้ามาทำงานหรือประกอบธุรกิจอยู่เป็นจำนวนมาก โดยสัญชาติที่เข้ามาศึกษามากที่สุด ได้แก่ นักศึกษาจีน คิดเป็นร้อยละ 44 ของนักศึกษาต่างชาติทั้งหมด รองลงมาเป็นนักศึกษาพม่า เกาหลีใต้ และเวียดนาม ทั้งนี้ สาขาวิชาที่นักศึกษาต่างชาติให้ความสนใจเลือกศึกษาในระดับปริญญาตรี ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาศาสตร์ นิเทศศาสตร์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ วิทยาการจัดการ และศิลปศาสตร์	
แนวทางการส่งเสริมที่ภาคเอกชนต้องการจากภาครัฐ การจัดงานแสดงศักยภาพของการศึกษาหลักสูตรนานาชาติของไทย ให้เป็นที่รู้จักกับชาวต่างชาติและให้ความสนับสนุนการศึกษาของกลุ่มนักเรียนนักศึกษาชาวต่างชาติที่เข้ามาศึกษาในประเทศไทยอย่างเท่าเทียมกับนักเรียนไทย	
ยุทธศาสตร์ • สร้างหลักประกันคุณภาพการจัดการศึกษาและคุณภาพของทั้งนักเรียนและนิสิต • สร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย เสริมสร้างความเข้มแข็ง ในการจัดการศึกษาที่เป็นนานาชาติ	
กลยุทธ์ • ส่งเสริมให้ชาวต่างชาติเข้ามาศึกษาหลักสูตรนานาชาติ โดยเน้นที่หลักสูตรระยะสั้นหรือหลักสูตรที่สอนวิชาชีพในประเทศไทย • ส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือด้านการศึกษานานาชาติของไทยทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ • สร้างความเชื่อมั่นในควมมีมาตรฐานของการศึกษานานาชาติของไทยทั้งในประเทศ และต่างประเทศ	
ผู้ประกอบการไทยที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ ในปัจจุบัน มีสถานศึกษาหลักสูตรนานาชาติในประเทศไทย 128 สถานศึกษา (อ้างอิงข้อมูลจาก สมาคมโรงเรียนนานาชาติแห่งประเทศไทย : International Schools Association of Thailand ISAT)	
หน่วยงาน / สมาคมที่เกี่ยวข้อง 1.สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา 2.สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน 3.สมาคมโรงเรียนนานาชาติแห่งประเทศไทย 4.สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย	