

เอกสารวิทยาเขตฯ
ห้ามนำออกจากห้องสมุด
ใช้เฉพาะ ชั้น 5 เท่านั้น



รายงานการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA)

Factors Influencing MBA Students to Make Decisions on Their Further
Studies in the MBA Programs

วรรณิ์ ชินสุภรัตน์

Wannee Sinsuparat

RMUTK-CARIT



3 2000 00095500 7

การวิจัยครั้งนี้ ได้รับงบประมาณผลประโยชน์ประจำปี 2549

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย



รายงานการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาต่อในหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA)

Factors Influencing MBA Students to Make Decisions on Their Further
Studies in the MBA Programs

วรรณิ์ สินศุภรัตน์
Wanee Sinsuparat

RMUTK - CARIT



การวิจัยครั้งนี้ได้รับงบประมาณผลประโยชน์ประจำปี 2549
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ บพิตรพิมุข มหาเมฆ

ชื่อโครงการวิจัย: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA)

๒58
๑145

ผู้วิจัย: วรณี สินศุภรัตน์

เลขที่ 0899
วัน เดือน ปี 15/11/53

ปีที่ทำการวิจัย: 2549 - 2550

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อ ศึกษาทัศนคติของผู้สำเร็จการศึกษาปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) และเพื่อศึกษาความสนใจในมาตรฐานคุณภาพของสถาบันการศึกษาในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มคือนักศึกษาที่กำลังศึกษาในหลักสูตร MBA จำนวน 250 ตัวอย่าง และผู้สำเร็จการศึกษา MBA ที่ทำงานอยู่ในภาคเอกชนและรัฐบาลจำนวน 250 ตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในหลักสูตร MBA มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด (ร้อยละ 40) ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโท (ร้อยละ 79.60) ด้วยเหตุผลที่ว่าต้องการพัฒนางานพัฒนานตนเองมากที่สุด (ร้อยละ 29.60) รองลงมาคือเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ส่วนผู้ที่คิดว่าไม่จำเป็นต้องศึกษาต่อปริญญาโทให้เหตุผลว่าประสบความสำเร็จด้วยประสบการณ์การทำงาน (ร้อยละ 33.50) หน้าที่การงานมีส่วนอย่างมากในการตัดสินใจเรียน MBA (ร้อยละ 45.20) ค่าใช้จ่ายในการศึกษาส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในช่วง 100,000 – 200,000 บาท (ร้อยละ 78.80) และคิดว่าค่าใช้จ่ายในการศึกษามีผลต่อการเลือกสถานศึกษา (ร้อยละ 78.00) โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาคือเรียนง่าย/จบง่ายมากที่สุด (ร้อยละ 32.20) อุปสรรคในการเรียน MBA คือ การใช้ภาษาอังกฤษมากที่สุด (ร้อยละ 22.00) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พอใจในมาตรฐานและคุณภาพของสถาบันการศึกษาที่กำลังเรียนอยู่ (ร้อยละ 90.40) คิดว่าหลักสูตรและคุณภาพทางวิชาการเป็นเครื่องชี้วัดมาตรฐานและคุณภาพของสถาบันการศึกษามากที่สุด (ร้อยละ 38.40) ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไประหว่างเรียนมีความคุ้มค่า (ร้อยละ 94.00) ความคาดหวังเมื่อจบการศึกษาคือมีความก้าวหน้าในอาชีพการงานได้เลื่อนขั้น/เลื่อนตำแหน่ง/เงินเดือนสูงขึ้น (ร้อยละ 50)

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษา MBA จำนวน 250 ตัวอย่างได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความสมบูรณ์มาวิเคราะห์ได้จำนวน 158 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 63.20 ผลการวิเคราะห์คือ ส่วนใหญ่สำเร็จ

การศึกษาจากสถาบันของรัฐ (ร้อยละ 91) มีเงินเดือนอยู่ในช่วง 25,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 30.40) สาเหตุที่สนใจศึกษาต่อปริญญา MBA คือจบแล้วมีโอกาสก้าวหน้าสูงมากที่สุด (ร้อยละ 29.10) เมื่อสำเร็จการศึกษา MBA แล้วมีการเปลี่ยนงานตำแหน่งเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.90) และได้ตำแหน่งงานที่สูงขึ้น (ร้อยละ 57.60) มีความคิดเห็นว่าการที่สถาบันการศึกษาเปิดสอนหลักสูตร MBA เป็นจำนวนมากว่าดีแล้ว (ร้อยละ 67.70) ด้วยเหตุผลที่ว่าทำให้ผู้เรียนมีโอกาสเลือกมากขึ้น มาตรฐานของสถานศึกษาได้จากชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุด (ร้อยละ 35.40) ส่วนใหญ่คิดว่าสถาบันการศึกษาของไทยและของต่างชาติมีมาตรฐานการสอนแตกต่างกัน (ร้อยละ 76.60) ข้อควรปรับปรุงของสถาบันที่เรียนจบคือหลักสูตรที่เปิดสอน (ร้อยละ 31.60) คิดว่าค่าใช้จ่ายในการเรียนที่เสียไปมีความคุ้มค่า (ร้อยละ 84.20) เมื่อจบหลักสูตรแล้วเป็นไปตามความคาดหวัง (ร้อยละ 93.70) ด้วยเหตุผลว่ามีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน (ร้อยละ 57)

การทดสอบสมมติฐานที่ว่าสาขาวิชาต่างกันมีเหตุผลในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA ต่างกันด้านความจำเป็นในการเรียนปริญญาโทแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีเหตุผลในการตัดสินใจเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รายได้ต่างกันตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาชีพต่างกันมีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษา MBA ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประเภทของสถาบันการศึกษา รายได้ ต่างกันมีทัศนคติต่อการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, การศึกษาต่อ

Research Title: Factors Influencing MBA Students to Make Decisions on Their Further Studies in the MBA Programs

Researchers: Wannee Sinsuparat

Research Year : 2006-2007

ABSTRACT

The purposes of this study were to investigate attitudes of MBA graduates in Bangkok , to find factors influencing them to decide to study in the MBA program and to investigate their interest in educational quality standards of educational institutes offering MBA program. A group of 250 MBA graduate students and another group of 250 MBA graduates working in the Private sector and the Government sector, were sample groups in this study

From the data analysis, it was revealed that most of the MBA graduate students (40% of this group) worked for private companies and most of the whole group (79.60%) felt that it was necessary for them to study further for a master's degree. The most frequent reason for their further study as expressed by 29.60% of this group was their preference to improve themselves. In working abilities, and the second most frequency 's reason was their preference to get progress and promotion in their careers . Any how the MBA graduate students who did not think that, It was necessary for them to study for a Master's degree expressed that their work experience could lead to their success in life. Moreover, it was found from 45.20% of this sample group that their duties at work played an important part in their decision making in studying in the MBA programs. As for the expenses in their MBA programs, it was revealed by 78.80% of this group that the expenditure was between 100,000 – 200,000 baht, and 78% of them felt that expenses for the MBA programs influenced their decisions in choosing the educational institutes. Another factor influencing their decisions in choosing the educational institutes was the lenient program to study and finish as expressed by 32.20% of the samples in this group. The most difficult obstacle in the MBA program was English Usage, as expressed by 22% of the samples. Most of the samples (90.40%) were satisfied with the standards and the qualities of the educational institutes where they were studying, and 38.40% of the sample group thought that curriculum and academic qualities were indicators for the standard and the qualities of the educational institutes. 94% of the samples in this group agreed

that the expenses for the MBA programs were worth paying. 50% of the samples expected to get progress, promotion, and better salaries after graduations.

As for the group of 250 MBA graduates. 158 completed questionnaires (63.20%) could be used for the data analysis. As a result, it was found that most of these samples (91%) graduated from state universities or educational institutes of the government 30.40% of the group had salaries of about 25,000 baht or higher. They were interested in studying for MBA because of the great opportunities in studying for MBA because of the great opportunities to get progress in their work (as expressed by 29.10%), the better opportunities to change jobs or positions (as expressed by 63.90 % of them) and the chance to be promoted to a higher position (as expressed by 57.60% of them) 67.70% of the samples in this group felt that it was good that a lot of educational institutes offered MBA programs because students had a variety of choices to : choose from the fame of the educational institutes. Most of samples in this group (76.60%) expressed that local educational institutes and foreign educational institutes were different in the aspect of teaching qualities. 31.60% of this sample groups thought that the educational institutes where they graduated should have revised the curriculum. 84.20% of the samples in this groups was worth paying the expenses for the MBA programs. Moreover, 93.70% of this sample groups agreed that their expectation could be reached after graduation, and 57% of the samples achieved progress in their work..

As for the testing , of the hypothesis, it was found that fields of study and reasons for making decisions to study in MBA programs were not significantly different of the level of .05, different incomes and decision makings to choose the educational institutes were significantly different of the level of.05, careers and expected MBA graduates were significantly different of the level of.05, Types of institutes, income and attitude in MBA programs were not significantly different of the level of.05.

Key words: MBA Programs, Education, Administration.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์และความร่วมมือเป็นอย่างดีจาก ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี และนักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการตลาดชั้นปีที่ 4 ที่ได้ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลให้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อุ๋นใจ ลิ้มตระกูล รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่ให้การสนับสนุนโดยอนุมัติให้ทุนในการทำวิจัย ครั้งนี้ และยังเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวัด

ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์สุดาตวง เรืองรุจิระ ที่ให้ความเมตตาแนะนำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวิจัยงานนี้ และให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน ทั้งการเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวัด ทั้งการเป็นผู้ให้คำแนะนำในการทำงานวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและฝึกอบรมของวิทยาเขตบพิตรพิมุข มหาเมฆ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรพร สุนทรวัฒน์ศิริ) ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเขียน Abstract และเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวัด งานวิจัยนี้สำเร็จเป็นรูปเล่มที่สมบูรณ์

วรรณิ์ สินศุภรัตน์

31 มีนาคม 2550

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญรูปภาพ	ท
 บทที่ 1 บทนำ	 1-5
ความเป็นมาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	3
สมมติฐานการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย	5
 บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	 6-24
ความเป็นมาและหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต	6
ทฤษฎีความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ	10
ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
 บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	 25-27
ตัวแบบการวิจัย	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
แหล่งที่มาของข้อมูล	26
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	26
การเก็บรวบรวม	27

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	27
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล	28-89
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1	29
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2	50
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 3 (การทดสอบสมมติฐาน)	66
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	90-102
สรุปผลการวิจัย	90
อภิปรายผล	99
ข้อเสนอแนะ	101
บรรณานุกรม	103-105
ภาคผนวก	106
- แบบสอบถามชุดที่ 1	
- แบบสอบถามชุดที่ 2	
- ประวัติผู้วิจัย	

สารบัญตาราง

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	29
ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	29
ตารางที่ 3 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคณะที่จบ	30
ตารางที่ 4 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาขาวิชาที่กำลังศึกษา	30
ตารางที่ 5 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	31
ตารางที่ 6 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	31
ตารางที่ 7 แสดง จำนวน ร้อยละของความคิดเห็นที่คิดว่าจำเป็นต้องเรียนปริญญาโท	32
ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นที่จำเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโท	32
ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นที่ไม่จำเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโท	33
ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เปลี่ยนมาเรียนสายบริหารธุรกิจ	34
ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นในการเรียนหลักสูตร MBA	34
ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นที่ใคร ๆ ก็สามารถเรียนหลักสูตร MBA ได้ จำแนกตามเหตุผล	35
ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นที่ใคร ๆ ก็ไม่สามารถเรียนหลักสูตร MBA ได้	36
ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA	36
ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความ คิดเห็น ในการเรียนหลักสูตร MBA	37
ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามหลักสูตร ที่กำลังเรียน	38
ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความ คิดเห็นเกี่ยวกับความแตกต่างของหลักสูตรภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ	38
ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความ คิดเห็นเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท (MBA)	39
ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการศึกษามีผลต่อการเลือกสถานศึกษา	39
ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม แหล่งที่มาของข้อมูลในการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตร MBA	40
ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความ คิดเห็นเกี่ยวกับสถาบันที่เรียนหลักสูตร MBA	41
ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยใน การตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษา	41
ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีที่เข้า ศึกษา	42
ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหา และอุปสรรคในการเรียนหลักสูตร MBA	42
ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความ ต้องการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง	43
ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่ ค้นคว้า	43
ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้ Text Book ในการศึกษา	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาใน การอ่านตำราภาษาอังกฤษ	44
ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการ ประเมินผลการเรียน	45
ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการ ประเมินผลสำเร็จการศึกษาทั้งหลักสูตร	45
ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความ คิดเห็นเกี่ยวกับการทำวิทยานิพนธ์และการสอบประมวลความรู้	46
ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความ พอใจในวิธีการประเมินผลของสถาบัน	46
ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความ พอใจในมาตรฐานและคุณภาพของสถาบันการศึกษาที่ท่านเรียนอยู่	47
ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความ คิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานและคุณภาพของสถาบันการศึกษา	47
ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องชี้วัด มาตรฐานและคุณภาพของสถาบันการศึกษา	48
ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่าย ในการเรียน	48
ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเมื่อจบ การศึกษา	49
ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ (ของ กลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาแล้ว)	50
ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	50
ตารางที่ 41 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถาบันที่จบ	51
ตารางที่ 42 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกสาขาวิชาที่จบ	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 43 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	52
ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความ คิดเห็นว่ามีผลจำเป็นหรือไม่ในการเรียนต่อปริญญาโท	53
ตารางที่ 45 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความ คิดเห็นที่มีหลักสูตร MBA จำนวนมาจากเหตุผลใด	53
ตารางที่ 46 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความ คิดเห็นที่มีสถาบันการศึกษาเปิดสอนหลักสูตร MBA จำนวนมาก	54
ตารางที่ 47 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความ คิดเห็น เกี่ยวกับการเรียนหลักสูตร MBA ต้องทำการศึกษาค้นคว้า ด้วยตนเอง	55
ตารางที่ 48 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่ ศึกษา	56
ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้ Text Book ในการเรียน	56
ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาใน การอ่านตำราภาษาอังกฤษ	57
ตารางที่ 51 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการ ประเมินผล	57
ตารางที่ 52 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการ ประเมินผลสำเร็จการศึกษา	58
ตารางที่ 53 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำ วิทยานิพนธ์และการสอบประมวลความรู้มีประโยชน์หรือไม่	58
ตารางที่ 54 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความเห็นของสถาบันการศึกษามีมาตรฐานไม่เท่ากัน	59
ตารางที่ 55 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม มาตรฐานและคุณภาพสถาบันการศึกษา	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 56 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาของต่างชาติกับของไทย	60
ตารางที่ 57 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อควรปรับปรุงของสถาบันที่เรียนจบ	61
ตารางที่ 58 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นด้านค่าใช้จ่ายในการเรียน	61
ตารางที่ 59 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคาดหวังเมื่อจบหลักสูตร	62
ตารางที่ 60 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นหลังจากเรียนจบหลักสูตร MBA	63
ตารางที่ 61 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นหลังเปลี่ยนหรือย้ายงานหลังจากเรียนจบหลักสูตร MBA	63
ตารางที่ 62 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปลี่ยนหรือย้ายงานหลังจากเรียนจบหลักสูตร MBA	64
ตารางที่ 63 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งและเงินเดือนที่ได้มาหลังจากจบหลักสูตร MBA	64
ตารางที่ 64 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นที่ว่าเมื่อจบหลักสูตร MBA มีสิทธิทำงานหรือไม่	65
ตารางที่ 65 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นว่าสถาบันที่จบหลักสูตร MBA สถาบันไหนก็เหมือนกัน	65
ตารางที่ 66 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ ของความคิดเห็นต่อความจำเป็นในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทจำแนกตามสาขาวิชา	66
ตารางที่ 67 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ ของเหตุผลในการตัดสินใจเรียน MBA จำแนกตามสาขาวิชา	67
ตารางที่ 68 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของการเลือกสถาบันการศึกษาจำแนกตามรายได้	69
ตารางที่ 69 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA จำแนกตามอาชีพ	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 70 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นต่อการที่มีผู้สนใจ ศึกษาในหลักสูตร MBA มาก จำแนกตามประเภทของ สถาบันการศึกษา	72
ตารางที่ 71 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นต่อมาตรฐานของแต่ ละสถาบันไม่เท่ากัน จำแนกตามประเภทของสถาบันการศึกษา	74
ตารางที่ 72 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผล ต่อมาตรฐานการศึกษาในหลักสูตร MBA จำแนกตามประเภทของ สถาบันการศึกษา	75
ตารางที่ 73 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นเมื่อจบการศึกษา MBA แล้วคุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย จำแนกตามประเภทของ สถาบันการศึกษา	77
ตารางที่ 74 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นต่อการที่มีผู้สนใจ ศึกษาในหลักสูตร MBA มาก จำแนกตามรายได้	78
ตารางที่ 75 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นต่อมาตรฐานของแต่ ละสถาบันไม่เท่ากัน จำแนกตามรายได้	80
ตารางที่ 76 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผล ต่อมาตรฐานการศึกษาในหลักสูตร MBA จำแนกตามรายได้	81
ตารางที่ 77 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นเมื่อจบการศึกษา MBA แล้วคุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย จำแนกตามรายได้	83
ตารางที่ 78 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นต่อมาตรฐานของแต่ ละสถาบันไม่เท่ากัน จำแนกตามอายุ	85
ตารางที่ 79 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผล ต่อมาตรฐานการศึกษาในหลักสูตร MBA จำแนกตามอายุ	86
ตารางที่ 80 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นว่ามาตรฐานการสอน ของสถาบันการศึกษาของต่างชาติกับสถาบันการศึกษาของไทยมี ความแตกต่างกัน จำแนกตามอายุ	88

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 1 แสดง Model พื้นฐานของพฤติกรรมและการตั้งใจ	12
รูปที่ 2 แสดงความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์	13

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

การศึกษาเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาและความเจริญก้าวหน้าของประเทศ ทุกประเทศต่างตระหนักถึงความสำคัญนี้และได้ทุ่มเททรัพยากรในการพัฒนาการศึกษาเพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของชาติให้มีคุณภาพ เช่นการให้ทุนการศึกษา การสร้างโรงเรียนเพิ่มมากขึ้น สำหรับประเทศไทยรัฐบาลไทยทุกยุคทุกสมัยต่างให้ความสำคัญต่อการศึกษานี้ของชาติ จะเห็นได้จากงบประมาณของรัฐที่จัดสรรให้กระทรวงศึกษาธิการมากถึง 300,000 ล้านบาท หรือหนึ่งในสี่ของงบประมาณบริหารประเทศ (สมหมาย ปาริจัตต์ : 2549) นอกจากนี้รัฐบาลยังให้ความสำคัญของการศึกษาด้วยการปฏิรูปการศึกษาแนวใหม่ ด้วยการจัดสรรให้กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา และพัฒนาขึ้นมาเป็นกองทุนกู้ยืมที่ผูกติดกับรายได้ในอนาคต (กรอ.) เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกคนในประเทศได้มีการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อันเนื่องจากการที่ประชากรมีการศึกษามากขึ้น

ในอดีตคนที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีน้อย แต่สังคมไทยในปัจจุบันประชากรมีการศึกษาสูงขึ้น สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากขึ้น จึงเกิดแรงผลักดันของการศึกษาต่อในระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี นั่นคือการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ซึ่งมีหลายหลักสูตรด้วยกัน ดังคำกล่าวที่ว่าการศึกษาต้องศึกษาตลอดชีวิต (Life long learning) ทำให้เกิดหลักสูตรที่อยู่ในความสนใจของผู้เรียนมากมายทั้งหลักสูตรระยะสั้น และหลักสูตรระยะยาว ในสถาบันการศึกษาต่าง ๆ มากมายทั้งในภาคเอกชนและภาครัฐบาล เช่น หลักสูตรภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน หลักสูตรมินิเอ็มบีเอ เป็นต้น ในบรรดาหลักสูตรต่าง ๆ ผู้เรียนให้ความสนใจและตัดสินใจศึกษาต่อมากที่สุดในขณะนี้คือ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ทั้งนี้เพื่อความก้าวหน้าในการทำงานภาคธุรกิจ โดยบัณฑิตจบใหม่มุ่งเน้นต่อยอดเพื่อเพิ่มความรู้ ขณะที่คนทำงานเร่งเรียนต่อเพิ่มศักยภาพหนีคนรุ่นใหม่

(<http://www.thannews.th.com>)

การแข่งขันอย่างรุนแรงขององค์กรธุรกิจในปัจจุบันส่งผลให้มีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ มาช่วยในการพัฒนาองค์กรหรือธุรกิจต่าง ๆ ให้อยู่รอดต่อไป ซึ่งปัจจัยในด้านบุคลากรหรือพนักงานภายในองค์กร (Man) นั้นเป็นส่วนสำคัญที่จะสามารถช่วยผลักดันให้องค์กรนั้นมีการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผล ได้รับผลตอบแทนด้านกำไรสูงสุด (รศ.ดร.สุชาติ

ธนาเสถียร: 2546) ดังนั้นภาคธุรกิจหรือองค์กรต่าง ๆ จึงมีความต้องการที่จะได้บุคลากรขององค์กรหรือต้องการที่จะรับพนักงานที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทเข้าทำงานเพราะมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของบุคคลที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทจะสามารถนำความรู้และประสบการณ์จากที่ได้ศึกษามาประยุกต์ใช้และช่วยพัฒนาให้องค์กรนั้น ๆ ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจได้ (MBA : February 2005)

การที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) เพื่อเพิ่มศักยภาพในด้านความรู้ความสามารถและทักษะต่าง ๆ ให้ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานหรือองค์กรธุรกิจต่าง ๆ นั้นขึ้นกับปัจจัยหลาย ๆ ด้านที่ผู้สนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ต้องพิจารณา เช่น

1. ด้านหลักสูตรการเรียน (Product) ในปัจจุบันสถาบันการศึกษาที่มีการเปิดสอนหลักสูตร MBA ได้พยายามหาทางเลือกและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่ม (Segment) เช่นหลักสูตรการจัดการกอล์ฟ ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง หลักสูตรสำหรับผู้บริหารรุ่นใหม่ หลักสูตรสำหรับผู้บริหาร ฯลฯ
2. ด้าน ราคา (Price) การที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มีความจำเป็นที่ต้องใช้ค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมากในการที่จะศึกษา
3. ด้านเวลา (Time) เป็นปัญหาที่สำคัญเพราะผู้ที่ศึกษาต่อในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) นั้นจะต้องใช้เวลาให้กับการเรียนให้เต็มที่เพราะเป็นการเรียนในระดับที่สูงขึ้น หลักสูตรและการเรียนการสอนนั้นก็จะเน้นไปในเชิงลึกมากขึ้นด้วย ทำให้ผู้ที่เรียนต่อปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) นั้นจะต้องสูญเสียเวลาและโอกาสจากการทำงานเป็นเวลา 2 ปี ทำให้ขาดประสบการณ์ในการทำงานและขาดรายได้ ทำให้เกิดการเรียนการสอน MBA ภาคนอกเวลาราชการสำหรับผู้ทำงานแล้ว เพื่อที่จะทำงานด้วยและเรียนไปด้วย
4. ด้านสถาบันการศึกษา (Place) ปัจจุบันมีสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) เป็นจำนวนมาก ทั้งสถาบันของรัฐและเอกชน และเพื่อให้ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนในใกล้ที่ทำงานก็ได้ หรือใกล้บ้านก็ได้ จึงเกิดศูนย์การเรียนในตัวเมือง หรือย่านชุมชนในศูนย์การค้าก็มี ทำให้ผู้ที่ต้องการศึกษาต่อในหลักสูตร MBA มีโอกาสเลือกมากขึ้น ซึ่งเหมือนการประกอบธุรกิจทั่ว ๆ ไปที่ต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทำให้มีผู้สำเร็จการศึกษาในหลักสูตรนี้มากขึ้น จึงทำให้ผู้ที่สนใจจะศึกษาต่อในระดับ

ปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) นั้น เกิดความไม่มั่นใจในคุณภาพและมาตรฐานการเรียน การสอนของสถาบันต่าง ๆ หากตนเลือกที่จะศึกษากับสถาบันนั้นแล้วเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้ว จะมีคุณภาพมาตรฐานดีจริงหรือไม่และจะสามารถเป็นที่ยอมรับขององค์กรในภาคธุรกิจหรือไม่ (MBA : January :2005)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA)” เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ที่สนใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) และเป็นประโยชน์แก่สถาบันการศึกษานำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนให้มีคุณภาพและมาตรฐานมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้สำเร็จการศึกษหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสนใจในมาตรฐานคุณภาพของสถาบันการศึกษาระดับ MBA ของผู้เรียนในหลักสูตร MBA

สมมติฐานการวิจัย

1. สาขาวิชาที่ต่างกันมีเหตุผลในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA ต่างกัน
2. รายได้ต่างกันตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาต่างกัน
3. อาชีพต่างกันมีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน
4. ประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน
5. รายได้ต่างกันมีทัศนคติต่อการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน
6. อายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานของสถาบันการศึกษาต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้มีดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ

1.1.1 นักศึกษาที่กำลังศึกษาต่อระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต(MBA) ในมหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตร MBA ทุกสาขาวิชาในเขต กรุงเทพมหานคร

1.1.2. ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาหลักสูตร MBA และกำลังทำงานอยู่ในหน่วยงาน

เอกชนที่อยู่ในเขตธุรกิจของกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจากเขตต่าง ๆ ได้แก่ เขตสีลม เขตสาทร เขตสุขุมวิท และเขตรัชดาภิเษก

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาต่อระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) จำนวน 250 ตัวอย่าง และผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ในมหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตร MBA ทุกสาขาวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 ตัวอย่าง

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

2.1 ตัวแปรอิสระ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) แบ่งเป็น

2.1.1. ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่

1 เพศ

2 อายุ

3 รายได้

2.1.2 ด้านส่วนประสมทางการตลาด

2.1.2.1 ผลិតภัณฑ์

- หลักสูตรของสถาบัน
- ประเภทของสถาบัน
- มาตรฐานการศึกษาของสถาบัน
- ชื่อเสียงของสถาบัน

2.1.2.2 ราคา

- ค่าเล่าเรียน / ค่าหน่วยกิต
- ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่สถาบันการศึกษาเรียกเก็บ
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

2.1.2.3 สถานที่

- ระยะทาง
- ท่าเลที่ตั้ง
- สภาพแวดล้อมของการเรียน

2.1.2.4 การส่งเสริมการตลาด

- การโฆษณา
- การประชาสัมพันธ์

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

1. การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA)
2. ทศนคติต่อการศึกษาต่อระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) หมายถึง ความต้องการศึกษาต่อในระดับที่สูงกว่าปริญญาตรีในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
2. MBA หมายถึง การศึกษาในระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
3. ทศนคติต่อการศึกษาต่อระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หมายถึง ความคิดเห็นที่มีต่อการศึกษาในระดับ MBA ในด้านการเรียน ความมีมาตรฐานและคุณภาพของการศึกษา รวมถึงความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้ว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในการพัฒนาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค
2. เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาต่อสำหรับผู้สนใจต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบความคิด สนับสนุนการวิจัย และการอภิปรายผลตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ความเป็นมาและหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA)
2. ทฤษฎีความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ
3. ส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความเป็นมาและหลักสูตรของ MBA

หลักสูตร MBA หรือ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม. : Master of Business Administration) ถือได้ว่าเป็นหลักสูตรปริญญาโทที่มีผู้กล่าวถึง และมีผู้สนใจใคร่เรียนมากที่สุดหลักสูตรหนึ่งของโลกในฐานะที่เป็นหลักสูตรสายวิชาชีพระดับสูง เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่บุคลากรให้สอดคล้องกับตำแหน่งการบริหารในอนาคต ซึ่งหลักสูตรดังกล่าวถูกจัดให้มีขึ้นในแทบทุกหนแห่งของโลก ภายใต้ความเชื่อถือว่า หลักสูตร MBA เป็นหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของระบบธุรกิจที่ต้องป้อนเฉพาะบุคลากรในตำแหน่งบริหารโดยไม่จำกัดว่าอุตสาหกรรมเหล่านั้นเป็นอย่างไรหรืออยู่ในภาคธุรกิจประเภทใด อีกทั้งยังไม่จำกัดว่าบริบทของเศรษฐกิจจะเป็นเช่นใด

อย่างไรก็ดี การใช้ชื่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หรือ MBA ดูจะเป็นการให้คำจำกัดความที่ไม่ค่อยเหมาะสมนักเพราะจะเป็นหลักสูตรที่เน้นการบริหารจัดการในภาคธุรกิจเป็นหลัก แต่คุณค่าที่มีต่อการบริหารจัดการในภาครัฐก็จะดูมีระดับไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากันมากนัก ทั้งนี้ ปริญญาที่มีชื่อว่า MBA เริ่มใช้กันอย่างแพร่หลายในสหรัฐอเมริกา ซึ่งถือว่าเป็นประเทศแรกที่พัฒนาหลักสูตรดังกล่าวขึ้นมานับตั้งแต่ช่วงต้นของคริสต์ศตวรรษที่ 20 ขณะที่ในหลายประเทศ เช่น ในอังกฤษ และประเทศภาคพื้นยุโรป หลักสูตรการศึกษาขั้นเกินกว่าปริญญาตรี (Post Graduate degree level) ในด้านการบริหารเพิ่งจะเริ่มพัฒนาในช่วงของต้นทศวรรษที่ 1960 เท่านั้น โดยปริญญาดังกล่าวก็มิได้มีชื่อเรียกว่า MBA แต่อย่างใด หากแต่สถาบันการศึกษาเหล่านั้นยังนิยมที่จะประสาทปริญญาโทด้านการบริหารภายใต้ ปริญญา

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (MSc : Master of Science) หรือ ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (MA : Master of Art) มากกว่า

ทั้งนี้นับตั้งแต่ช่วงทศวรรษที่ 1980 เป็นต้นมามหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรปริญญาโทด้านการบริหาร ได้ให้การยอมรับและปรับเปลี่ยนที่จะเรียกปริญญาโทด้านการบริหารของสถาบันเป็น MBA มากขึ้น กระนั้นก็ดียังมีหลักสูตรที่มีเนื้อหาใกล้เคียงกันบ้าง หลักสูตรความพึงพอใจที่จะประสาทปริญญาบัตรภายใต้ชื่อเรียกอื่น ๆ เช่น MBL (Master of Business Leadership) ซึ่งแพร่หลายมากในแอฟริกาใต้ MBS (Master of Business Studies) รวมทั้ง Msc และ MA ที่มีวิชาเอกพ่วงท้ายเพื่อให้เห็นถึงความชำนาญการพิเศษแต่ละด้าน หรือแยกให้เห็นอย่างชัดเจน เช่น ปริญญาโทด้านการเงิน (Master of Finance) ซึ่งทั้งหมดทั้งปวงก็เพียงพอให้เกิดความแตกต่างหลากหลาย และบ่งชี้ถึงความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับหลักสูตรของสถาบันอื่น ๆ

หลังจากที่ MBA ได้รับการพัฒนาขึ้นมารั้งแรกในสหรัฐอเมริกา เมื่อช่วงศตวรรษที่ 20 แล้วหลักสูตรดังกล่าวก็อยู่ในภาวะที่พัฒนาและเปลี่ยนแปลงมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อหลักสูตร MBA ขยายบทบาทและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในแทบทุกภูมิภาคของโลก ในระยะเริ่มแรกหลักสูตร MBA จะเป็นการเรียนการสอนแบบเต็มเวลา โดยมีระยะเวลาเรียนตลอดหลักสูตรประมาณ 2 ปี ภายใต้ความเชื่อที่ว่าระยะเวลาดังกล่าวเหมาะสมที่สุดสำหรับการศึกษาเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริหาร แต่ความคิดดังกล่าวก็มีผู้โต้แย้งว่าระยะเวลา 2 ปี เนิ่นนานเกินความจำเป็นเพราะผู้ที่เข้ามาเรียนในหลักสูตร MBA ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีตำแหน่งด้านการบริหารหรือมีประสบการณ์ด้านการบริหารมาแล้วทั้งสิ้น อีกทั้งทั้งด้านการศึกษาในระดับปริญญาตรีก็มีการสอนเรื่องราวบางส่วนเกี่ยวกับการบริหารไว้แล้ว ทำให้สถาบันการศึกษาในหลายประเทศปรับหลักสูตร MBA ให้มีช่วงระยะเวลาที่สั้นลงเหลือเพียง 1 ปี เช่น ในอังกฤษ ซึ่งหลักสูตร 1 ปี ถือเป็นหลักสูตรมาตรฐาน แต่หลักสูตร 2 ปี ก็ยังมีการเรียนการสอนอยู่สำหรับนักศึกษาบางประเภทที่อาจไม่มีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับระบบธุรกิจ และการบริหารจัดการมาก่อน

สำหรับในประเทศไทย หลักสูตรที่เรียกว่า MBA นั้น แต่เดิมแฝงอยู่ในคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีในฐานะที่เป็นสาขาวิชาแขนงหนึ่งๆ ของคณะ ภายใต้ปริญญาที่เรียกว่า พศ.ม. (พาณิชยศาสตรมหาบัณฑิต) กระทั่งในปี 2509 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA) ได้เปิดสอนหลักสูตรปริญญาโทด้านการบริหารธุรกิจ MBA ซึ่งนับเป็นสถาบัน

แห่งแรกในประเทศไทยที่เปิดสอนหลักสูตรดังกล่าว ก่อนที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยรวมทั้งมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในประเทศไทยจะเปิดสอนหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตอย่างเป็นเอกเทศในเวลาต่อมา

"ก่อนหน้านี้ จะมีก็แค่ พศ.ม. หรือ พบ.ม. เท่านั้น บริญญา บธ.ม. เพิ่งเกิดขึ้นและได้รับความนิยมนในช่วงประมาณ 10 ปี ที่ผ่านมาเท่านั้น แต่ได้กลายเป็นกระแสที่มีผู้คน ทั้งในแวดวง วิชาการและธุรกิจให้ความสนใจอย่างต่อเนื่อง" ดร.ผ่องใส ศุภจรรยาภิรักษ์ แห่งมหาวิทยาลัย หอการค้าไทย เล่าย้อนอดีตของ MBA ไทย

ความนิยมในหลักสูตร MBA ซึ่งเริ่มมีมากตามลำดับ โดยเฉพาะช่วง 10-15 ปีที่ผ่านมา ส่วนหนึ่งเป็นเพราะความสามารถทางเทคนิคหรือความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพ เฉพาะทาง ที่ส่งผลให้บุคคลได้รับตำแหน่งหรือความก้าวหน้าในอาชีพการงานในอดีตนั้นมีความสำคัญลดลง ขณะที่ความรู้ การจัดระบบงานให้องค์กรสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง มีความสำคัญมากขึ้น พฤติกรรมองค์กรที่เปลี่ยนไป ประกอบกับสภาพทางเศรษฐกิจ การเมือง การแข่งขัน ที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น ทำให้องค์กรต่างๆ พยายามคัดสรรบุคลากรที่มีทักษะในการจัดการเข้าสู่องค์กรมากขึ้น ซึ่งทำให้ผู้คนจำนวนมากหันมาให้ความสนใจในหลักสูตร MBA ด้วยหวังว่าจะทำให้มีโอกาสในอาชีพการงานเพิ่มมากขึ้น

หลักสูตร MBA ที่มีการเปิดสอนในประเทศไทยนั้น แม้ว่าจะมีให้เลือกหลายสถาบัน และมีการสอนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แต่เนื้อหาของหลักสูตรส่วนใหญ่จะไม่แตกต่างกันมากนัก ส่วนที่จะแตกต่างกันอย่างชัดเจนอยู่ที่เงื่อนไขคุณสมบัติของนักศึกษาในแต่ละหลักสูตร ซึ่งปัจจุบันมี 3 ประเภท ประกอบด้วย

1. MBA ภาคปกติ (Regular MBA Program) ส่วนใหญ่จะเป็นการเรียนการสอน ภาคกลางวัน สำหรับนักศึกษาที่มีเวลาและต้องการเรียนเต็มเวลา จะมีบ้างที่เป็นการเรียนการสอนในช่วงเย็นของวันธรรมดา ซึ่งนักศึกษาในกลุ่มนี้โดยทั่วไปจะเป็นนักศึกษาที่เพิ่งสำเร็จ การศึกษาระดับปริญญาตรี และต้องการศึกษาต่อเนื่องก่อนเข้าทำงาน โดยหวังว่าเมื่อสำเร็จ การศึกษาหลักสูตร MBA นี้แล้วจะสามารถก้าวเข้าสู่ระบบการจ้างงานด้วยโอกาสและ ตำแหน่งหน้าที่ที่ดีกว่าเดิม หลักสูตรภาคปกติจึงไม่เน้นการมีประสบการณ์ในการทำงาน

2. MBA สำหรับผู้บริหารระยะต้น (Young Executive MBA) เงื่อนไขและ คุณสมบัติของผู้ที่เข้าศึกษาในหลักสูตรนี้ โดยทั่วไปจะกำหนดให้เป็นผู้ที่สำเร็จการศึกษาใน ระดับปริญญาตรีและมีประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 2-3 ปีขึ้นไป มีการเรียนการสอนใน

ช่วงเวลาเย็นของวันธรรมดา และวันเสาร์ หรือบางแห่งอาจจะให้มีการเรียนการสอนเฉพาะในวันหยุดสุดสัปดาห์เท่านั้น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ที่ทำงานแล้ว

3. MBA สำหรับผู้บริหาร (Executive MBA) มักจะเน้นสำหรับผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 5-7 ปีขึ้นไป หรืออาจจะมีเงื่อนไขเกี่ยวกับตำแหน่งหน้าที่การงานของผู้ศึกษา มาเป็นข้อพิจารณาประกอบด้วย แต่ทั้งนี้จะต้องเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นไปตามกฎของทบวงมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา

ทั้งนี้หากพิจารณาแนวโน้มของ MBA ในรอบ 20 ปีที่ผ่านมาจะพบว่าการพัฒนาหลักสูตร MBA จะมีทิศทางหลักสามประการคือ

ประการแรก หลักสูตร MBA ที่เปิดสอนจะมีช่วงเวลาของหลักสูตรสั้นลง ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการแข่งขันของสถาบันการศึกษา ที่พยายามหาสิ่งกระตุ้นมาโน้มน้าวให้นักศึกษานิสัยสมัครเข้าเรียนในแต่ละหลักสูตรมากขึ้น อย่างไรก็ตามหลักสูตรที่สั้นและกระชับขึ้นนี้ อาจเป็นหลักสูตรเฉพาะสำหรับนักศึกษาบางกลุ่มเท่านั้น เช่น ต้องเป็นผู้บริหารระดับสูง หรือเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติอื่นตามที่มหาวิทยาลัยกำหนด ขณะเดียวกันบางมหาวิทยาลัยอาจปรับปรุงหลักสูตรให้สั้นลง ด้วยตระหนักว่าหลักสูตรที่มีช่วงระยะเวลายาวนานเป็นอุปสรรคอย่างสำคัญที่ทำให้ผู้สนใจเรียนลดลง เพราะนั่นหมายถึงค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นสำหรับผู้เรียน และอาจทำให้โครงการ MBA ของมหาวิทยาลัยนั้นๆ ประสบปัญหาไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้

ประการที่สอง หลักสูตร MBA จะมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น โดยจะลงลึกไปในรายละเอียดของศาสตร์แต่ละด้านอย่างเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น หลักสูตร MBA สาขาการบริหารข้อมูลสารสนเทศ, MBA สาขาE-commerce ฯลฯ รวมทั้งการปรับหลักสูตรในระดับโครงสร้างและวัตถุประสงค์ของหลักสูตร ซึ่งทั้งนี้จะเป็นไปเพื่อการสนองตอบต่อกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น และเป็นการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจที่แปรเปลี่ยนด้วยเช่นกัน

ประการสุดท้าย สถาบันการศึกษาต่างๆ ที่เปิดสอนหลักสูตร MBA พยายามที่จะนำเสนอความเป็นสากลซึ่งข้อบ่งชี้ที่ดีประการหนึ่งในเรื่องนี้คือความสัมพันธของระบบการค้าในปัจจุบันที่กระตุ้นให้ผู้บริหารจำนวนมากเล็งเห็นว่า การดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องมีเครือข่ายที่กว้างขวาง ความเป็นสากลของหลักสูตรจึงมีนัยมากกว่าการดำเนินการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ หากแต่หมายถึงความพยายามของสถาบันการศึกษาในการสร้างพันธมิตร

ในลักษณะของโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษา ซึ่งผู้ศึกษาสามารถนำข้อได้เปรียบดังกล่าว สำหรับสายสัมพันธ์ทางธุรกิจในระดับต่อไปด้วย

หากจะพิจารณาว่า อะไรคือ MBA ในปัจจุบัน ก็พบว่า สิ่งที่เรียกว่า MBA นั้นได้พัฒนาไปจากจุดเริ่มต้นไปไกลมากและได้ขยายขอบเขตครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางเกินกว่าจะบรรยายคงเหลือก็แต่เพียงหลักสูตรที่แตกต่างกันจำนวนมากมายให้ผู้ศึกษาได้ใช้วิจารณ์ญาณในการเลือกสรรสิ่งที่เหมาะสมแก่ความสนใจเท่านั้น (นิตยสารผู้จัดการ : 2543)

จะเห็นได้ว่าการศึกษาต่อในระดับ MBA ในปัจจุบันมีมากขึ้น เนื่องจากการขยายตัวของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาต่าง ๆ (การเกิดใหม่ของมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐ และเอกชน รวมถึงมหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาวิทยาลัยราชชมคลด้วย) เมื่อมีสถานที่ให้เรียนมากขึ้น (อุปทาน) ขณะที่อุปสงค์ยังไม่มากเท่าไร ทำให้สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ต้องนำศาสตร์ด้านการบริหารการตลาดมาใช้ในการบริหารหลักสูตร MBA นี้ด้วย จึงเกิดหลักสูตรการเรียน MBA ขึ้นมากในหลายสาขา ซึ่งบางหลักสูตรก็มุ่งเป้าหมายเฉพาะกลุ่มก็มี เช่น หลักสูตร MBA ในการบริหารจัดการองค์กร หลักสูตร MBA สำหรับผู้บริหารรุ่นใหม่ ฯลฯ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ซึ่งเป็นการตลาดที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ

ทฤษฎีความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ

สิริพร พวงมาลัย (2543 : 10-12) ได้รวมปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาต่อหรือไม่ศึกษาต่อของนักเรียนไว้ 4 ด้านด้วยกัน คือ

1. ปัจจัยด้านครอบครัว อิทธิพลของครอบครัวมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรม ทัศนคติ และความพร้อมทางจิตใจของเด็กอย่างมาก ครอบครัวบางครอบครัวมีปัญหาทางโครงสร้าง เช่น ขาดพ่อหรือแม่ในกรณีที่ย้ายไป แยกกันอยู่ หย่าร้าง หรืออยู่ด้วยกันแต่ไม่มีความสัมพันธ์กัน ลักษณะเหล่านี้ล้วนมีผลต่อตัวเด็ก
2. ปัจจัยด้านการศึกษา การศึกษาเป็นส่วนหนึ่งที่ได้รับการยอมรับในบรรดากลุ่มชั้นทั้งหลายตลอดจนกลุ่มคนที่ประสบความสำเร็จและประสบความสำเร็จจากระบบการศึกษาว่าเป็นของดีหรือสิ่งที่พึงประสงค์ การศึกษาสามารถเลื่อนชั้นทางสังคมและเศรษฐกิจได้ ด้วยเหตุนี้การศึกษาจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่บุคคลประสบความสำเร็จในอาชีพตามที่ตนปรารถนา ผลการเรียนของนักเรียนก็มีอิทธิพลต่อการเรียนต่อและไม่เรียนต่อ เพราะถ้าผลการเรียนดีทำให้ตั้งใจเรียนและไม่รู้สึกเบื่อหน่าย

3. **ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ** การศึกษามีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมปัจจุบันซึ่งเศรษฐกิจมีการขยายตัวอย่างมาก การศึกษาจึงจำเป็นต้องขยายออกไปทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ เพื่อสนองความต้องการทางเศรษฐกิจของประเทศที่มีพัฒนาระดับสูง ด้วยเหตุนี้ความคิดสมัยใหม่ถือว่าการศึกษาเป็นการลงทุนทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่ง การศึกษาเป็นการลงทุนเพราะค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ใช้ในการศึกษานั้นค่อนข้างสูงสำหรับบุคคลที่มีรายได้ต่ำ ค่าใช้จ่ายดังกล่าวประกอบด้วย ค่าหนังสือ เครื่องเขียน ค่าเดินทาง ตลอดจนค่าใช้จ่ายส่วนตัวในขณะที่ศึกษา ดังนั้นปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมมีบทบาทต่อการศึกษาหรือไม่ศึกษาต่อ จากการทบทวนทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทำให้ทราบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่จะนำมาศึกษามีดังนี้

- รายได้ ถ้าผู้ปกครองมีรายได้สูงบุตรก็จะได้รับการศึกษาสูงด้วย

- อาชีพบิดามารดา อาชีพของบิดามารดาเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการกำหนดอนาคตของบุตรในการศึกษาต่อหรือไม่ศึกษาต่อ โดยบิดามารดาส่วนใหญ่ต้องการให้บุตรประกอบอาชีพคล้ายๆ หรือใกล้เคียงกับตน โดยเฉพาะในชนบท ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำไร่ ทำนา และรับจ้างทำงานเบ็ดเตล็ด ซึ่งลักษณะการประกอบอาชีพส่งผลกระทบต่อการศึกษาของบุตร ส่วนใหญ่ต้องการให้บุตรได้รับการศึกษาเพียงแค่นั้นประถมศึกษา

- ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ระดับการศึกษาของผู้ปกครองเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเรียนต่อ จะเห็นได้จากการที่ผู้ปกครองที่ได้รับการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 เป็นต้นไป ส่วนใหญ่จะมีความมุ่งหวังให้บุตรได้รับการศึกษาในชั้นมัธยมศึกษาขึ้นไป ผู้ปกครองที่ได้รับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษาปีที่ 4 และไม่เคยได้รับการศึกษา ส่วนใหญ่จะให้บุตรได้รับการศึกษาเพียงแค่นั้นประถมศึกษา

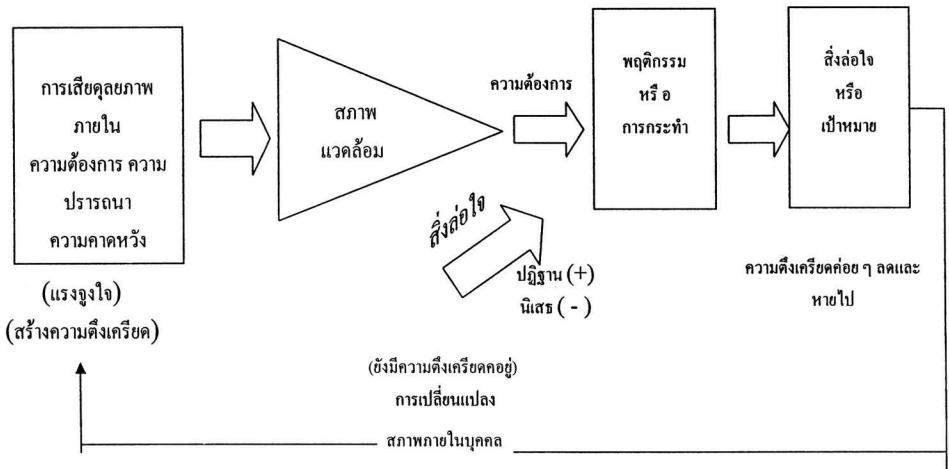
- การสนับสนุนด้านการศึกษาจากคนในครอบครัว การไม่ศึกษาต่อนอกจากขึ้นอยู่กับตัวผู้เรียนเองแล้ว ยังขึ้นอยู่กับ การสนับสนุนจากคนในครอบครัวด้วย ถ้าได้รับความเห็นชอบสนับสนุนและกำลังใจจากคนในครอบครัว ย่อมเป็นมูลเหตุจูงใจที่จะศึกษาต่อ

4. **ปัจจัยด้านชุมชนและสิ่งแวดล้อม** สภาพแวดล้อมมีอิทธิพลสูงต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบันเกือบทุกด้าน ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย มนุษย์เราไม่อาจแยกจากสิ่งแวดล้อมได้เลย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการศึกษาสิ่งแวดล้อมนับว่ามีบทบาทสูงมากในการศึกษาต่อหรือไม่ศึกษาต่อ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ การได้รับข่าวสารการศึกษา ความสะดวกในการเดินทางไปทางเรียน การแนะแนวของครู เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการจูงใจ

นอกจากความต้องการซึ่งเป็นต้นเหตุของพฤติกรรมและเป้าหมายหรือสิ่งจูงใจแล้ว ความแตกต่างของบุคคลไม่ว่าเป็นทางกายภาพ จิตภาพ รวมตลอดถึงสภาพแวดล้อมของบุคคลนั้น อาทิ กลุ่มและเทคโนโลยีต่างก็มีความสำคัญต่อการจูงใจของบุคคลนั้น ๆ

โครงสร้างทางสังคม (Social Structure) เป็นช่องทางหนึ่งที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการจูงใจ กระบวนการเรียนรู้ การศึกษา อบรม ฯลฯ ซึ่งขอรวมเรียกว่า การสังสมการเรียนรู้ หรือการขัดเกลาทางสังคม (Socialization)



รูปที่ 1 Model พื้นฐานของพฤติกรรมและการจูงใจ

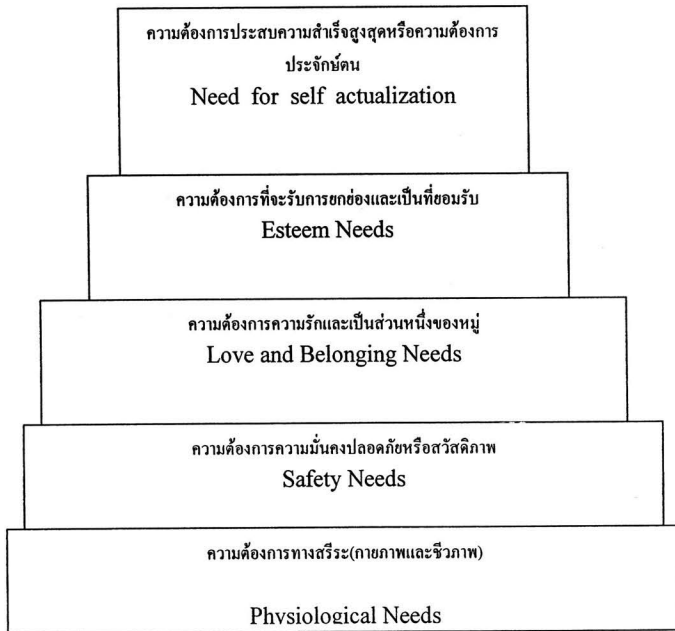
ที่มา : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.2546.ความต้องการและแรงจูงใจ.

ทฤษฎีของมาสโลว์

ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ตามลำดับขั้นของมาสโลว์ สามารถแบ่งได้เป็น

1. ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูงสุดหรือความต้องการประจักษ์ตน
2. ความต้องการที่จะได้รับความยกย่องและเป็นที่ยอมรับ
3. ความต้องการในทางสังคม ความรักใคร่ ความเป็นเจ้าของ

4. ความต้องการในความปลอดภัยและความมั่นคง
5. ความต้องการพื้นฐานทางด้านกายภาพและชีวภาพ



รูปที่ 2 แสดงความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์

(สุรางค์ โค้วตระกูล. 2541 : อ้างอิงมาจาก Maslow's Hierarchy of Needs. 1943 : ไม่ปรากฏเลขหน้า)

ความต้องการพื้นฐานด้านกายภาพและชีวภาพ (Physiological Needs)

หมายถึง ความต้องการพื้นฐานของร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย
ความต้องการทางเพศและการพักผ่อน เป็นต้น

ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยและความมั่นคง (Safety Needs)

หมายถึง ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ
เป็นอิสระจากความกลัว ขู่เข็ญ บังคับ จากผู้อื่นและสิ่งแวดล้อม และความต้องการที่จะมีงาน
ทำเป็นหลักแหล่ง

ความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่ (Love and Belonging Needs)

หมายถึง ความต้องการในทางสังคมเป็นที่ยอมรับโดยเฉพาะกับเพื่อนร่วมงานเป็นคนที่มีความสำคัญของกลุ่มที่เขาเป็นสมาชิกมนุษย์ทุกคนมีความปรารถนาจะให้เป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่ เพื่อให้ทุกคนยอมรับตนเป็นสมาชิก

ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องและเป็นที่ยอมรับ (Esteem Needs)

หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่จะมีคุณค่าในสายตาของคนอื่นดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความสามารถแท้จริง ความสำเร็จ และความเคารพที่ได้รับจากคนอื่น ความต้องการนี้ประกอบด้วยความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ มีความสามารถต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นว่าตนมีความสามารถ มีคุณค่าและมีเกียรติ ต้องการได้รับความยกย่องนับถือจากผู้อื่น

ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูงสุดหรือความต้องการประจักษ์ตน (Need of Self Actualization)

หมายถึง ความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริงของตน จะกล้าที่จะตัดสินใจเลือกทางเดินของชีวิต รู้จักค่านิยมของตนเอง ความจริงใจต่อตนเอง ปรารถนาที่จะเป็นคนที่ดีที่สุดเท่าที่จะมีความสามารถทำได้ ทั้งทางด้านสติปัญญา ทักษะ และอารมณ์ ความรู้สึกยอมรับตนเองทั้งส่วนดีส่วนเสียของตน เปิดโอกาสให้ตนเองเผชิญกับความจริงของชีวิต เผชิญกับสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ โดยคิดว่าเป็นสิ่งที่ "ท้าทาย" "น่าตื่นเต้น" และมีความหมาย

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอर्टเซอร์วิก เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจเป็นปัจจัยจูงใจ (motivators) ความก้าวหน้า (achievement) การได้รับความยอมรับ (recognition) ความก้าวหน้า (advancement) ทำงานเอง (work itself) ความเป็นไปได้ที่จะเจริญเติบโต (possibility of growth) และความรับผิดชอบ (responsibility)

ทฤษฎี อี อาร์ จี ของอัลเมอร์เฟอร์

- ความต้องการที่จะเจริญเติบโต (Growth Needs) ซึ่งความต้องการภายในของบุคคลทำให้เขามีการพัฒนาตนเอง

ทฤษฎี เอกซ แม็กเกรเกอร์ เน้นใช้ในสังคมที่มีระดับการพัฒนาสูงกว่าซึ่งบุคคลมักจะมีระดับการศึกษาดี มีมาตรฐานการครองชีพของขั้นที่สูง ในสังคมแบบนี้บุคคลจะมีโอกาสหางานได้ง่าย ทฤษฎีการมุ่งใจในความสำเร็จของแมคเคิลแลตล์ เป็นทฤษฎีการมุ่งใจในความสำเร็จหรือแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) ศึกษาความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นหรือแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

ความคาดหวังของผู้บริโภคจะมีผลต่อแรงจูงใจ (Consumer expectations affect motives)

การคาดหวังของผู้บริโภคอาจหมายถึง ความคิดเห็นส่วนบุคคลที่มีต่ออนาคตที่บุคคลปรารถนา การคาดหวังเป็นการคาดคะเนถึงโอกาสที่บุคคลจะได้รับความสำเร็จจากการทะเยอทะยานทางการตลาดของบุคคล การคาดหวังของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นจะได้รับอิทธิพลมาจากความรู้สึกหรือทัศนคติ หรือความเชื่อ หรือบุคลิกภาพ หรือกลุ่มอ้างอิง เช่นเดียวกันกับความรูสึกจากความพอใจหรือไม่พอใจที่เกิดขึ้นในขณะนั้น การคาดหวังเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ตัวกระตุ้นที่แตกต่างกันของบุคคล ตลอดจนวิธีการซื้อ นอกจากนี้การคาดหวังของบุคคลที่เกี่ยวกับสถานะทางการเงินของบุคคลและสภาพเศรษฐกิจโดยทั่วไปยังมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ แรงจูงใจในการซื้อ และความทะเยอทะยาน / ความปรารถนาในการซื้อด้วยการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการในปัจจุบันจะเป็นสิ่งที่เกิดจากการคาดคะเนสำหรับอนาคตของบุคคล ดังนั้นการมองสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคตในแง่ดีหรือร้ายของบุคคลจึงอาจเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อได้ การตัดสินใจซื้อได้ การตัดสินใจซื้อของบุคคลจะได้รับอิทธิพลมาจากการคาดคะเนถึงเงินได้ที่จะได้รับในอนาคตมากกว่าการมีเงินอยู่แล้วในปัจจุบัน

ธุรกิจให้ความสนใจต่อแรงจูงใจ (Business interest in motives)

ในบางกรณีผู้นำทางธุรกิจจะให้ความสนใจในแรงจูงใจของผู้บริโภคมากกว่าความต้องการของผู้บริโภค ความต้องการอาจมีความสำคัญสำหรับการพัฒนาและคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่แรงจูงใจจะเป็นตัวควบคุมการตัดสินใจประจำวันสำหรับผู้บริโภคโดยเฉลี่ย การกระทำของผู้บริโภคในลักษณะใดลักษณะหนึ่งโดยเฉพาะเป็นผลมาจากแรงจูงใจไม่ใช่เกิดจากความ

ต้องการดังนั้น การศึกษาถึงการจูงใจของผู้บริโภคจึงเป็นการศึกษาถึงผลของการจูงใจผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยทางตลาด เช่น (1) ความภักดีที่มีต่อร้านค้าและตราสินค้า (2) การซื้อแบบไม่ตั้งใจ (3) การเลือกซื้อที่เกี่ยวกับร้านค้าและตัวของผลิตภัณฑ์ และ (4) การสร้างแรงจูงใจโดยเฉพาะเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในรูปของการบรรจุกิจกรรม การตั้งชื่อตราสินค้า การโฆษณา การตั้งราคา และการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย เป็นต้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงแรงจูงใจในการซื้อของผู้บริโภค เพื่อที่จะได้นำมาเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการตลาดของกิจการในแง่ของผลิตภัณฑ์ที่ขาย หรือแม้แต่การสร้างสิ่งดึงดูดความสนใจให้มีคนเข้าร้านค้าได้ด้วย

ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

องค์ประกอบทั้ง 7 ของการบริหารแบบผสมผสาน (The Seven Components of Integrated Service Management)

เมื่อพิจารณากลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าที่ผลิตจากอุตสาหกรรม โดยปกติ นักการตลาดยึดถือองค์ประกอบของกลยุทธ์เบื้องต้น 4 ประการคือ Product (ผลิตภัณฑ์) Price (ราคา) Place (ช่องทางการจำหน่าย) Promotion (การส่งเสริมการตลาดหรือการสื่อสารการตลาด) กล่าวโดยรวมแล้วทั้ง 4 จำพวกหมายถึง 4Ps ของส่วนผสมการตลาด แต่อย่างไรก็ตามจากลักษณะเด่นพิเศษของการให้บริการ ทำให้ธุรกิจบริการจำเป็นต้องรวมองค์ประกอบด้านกลยุทธ์อื่น ๆ เข้าไว้ด้วยในกลยุทธ์การบริการ นั่นคือ มีการใช้ “7Ps” ในการบริหารบริการแบบผสมผสานหรือบูรณาการ ซึ่งอธิบายถึงตัวแปรในการตัดสินใจ 7 ประการที่ผู้บริหารองค์การที่จำหน่ายบริการต้องพิจารณา (ศิริวรรณ เสรวิรัตน์และคณะ.2546: 434)

1. **ผลิตภัณฑ์ (Product)** ผู้บริหารจะต้องพิจารณาผลิตภัณฑ์ทั้งผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) และองค์ประกอบเสริมในส่วนที่เป็นบริการควบคู่กับตัวผลิตภัณฑ์ โดยสิ่งที่ผู้บริหารต้องพิจารณา คือ ผลิตภัณฑ์ต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งทำได้มีอย่างน้อยเพียงใด

การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาไม่ใช่การศึกษามัคคบังคับ จึงจัดว่าเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่ง ฉะนั้นสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ต่างก็แข่งขันกันเปิดหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า (ผู้เรียน) ซึ่งบางสถาบันก็จะเน้นหลักสูตรเฉพาะด้าน สำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม โดยเฉพาะ

สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่เพิ่งเปิดสอนในระดับ MBA จะต้องพยายามสร้างความต่างจากสถาบันที่เปิดสอนอยู่แล้ว เพื่อแย่งผู้เรียนจากสถาบันที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว

2. ราคา (Price) องค์ประกอบนี้ชี้ให้เห็นถึงการบริหารค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง

เนื่องจากลูกค้าได้รับคุณประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ในรูปแบบบริการ ความรับผิดชอบไม่จำกัดอยู่กับการตั้งราคาเพื่อสร้างราคาขายแก่ลูกค้าเท่านั้น ซึ่งก็รวมถึงการตั้งกำไรจากการค้าและตั้งข้อตกลงเกี่ยวกับสินเชื่อด้วย นอกจากนั้นผู้จัดการบริการยังต้องตระหนักถึงการปฏิบัติเพื่อหาวิธีลดต้นทุนและสิ่งอื่นที่ลูกค้ารับภาระไว้ใน การซื้อ และส่งผลให้เกิดให้บริการให้น้อยลง ต้นทุนเหล่านี้รวมถึงค่าใช้จ่ายทางการเงิน เวลา ความพยายามในรูปวัตถุและจิตใจ รวมไปถึงประสิทธิภาพของลูกค้าในอดีตที่อาจจะเป็นลบหรือไม่พอใจต่อรูปแบบบริการก็ได้

สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) จึงต้องกำหนดราคาค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตรลงในใบสมัครด้วย ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะกำหนดให้ชำระด้วยการแบ่งจ่ายเป็นภาคการศึกษาไป (เป็นการผ่อนชำระกลาง ๆ หรือให้สินเชื่อแก่ผู้เรียนนั่นเอง) ยกเว้นการศึกษาในภาคปกติ เวลาเรียนเป็นเวลาราชการก็จะกำหนดค่าใช้จ่ายตามหน่วยกิตที่ลงทะเบียน

3. สถานที่ (Place) ไชเบอร์สเปซ (Cyberspace) และเวลา (Time) ในการ

ส่งมอบองค์ประกอบของสินค้าไปสู่ลูกค้านั้นต้องเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ทั้งในเรื่องเวลา และสถานที่ รวมไปถึงช่องทางการจำหน่าย ซึ่งเป็นได้ทั้งช่องทางทั่วไปและใช้อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบของผลิตภัณฑ์บริการที่ส่งมอบบริการส่งข้อความและอินเทอร์เน็ต ช่วยให้ข้อมูลผ่าน "ไชเบอร์สเปซ" ไปยังลูกค้าในเวลาที่ต้องการโดยผ่านโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ บริษัทอาจส่งมอบผลิตภัณฑ์บริการถึงลูกค้าโดยตรง หรือใช้ผ่านตัวการซึ่งเป็นองค์กรอื่นได้ เช่น ร้านค้าปลีกซึ่งเป็นของบริษัทอื่น โดยจะได้รับค่าธรรมเนียมหรือเปอร์เซ็นต์จากราคาขาย และการติดต่อกับลูกค้า สิ่งสำคัญที่ถือเป็นกลยุทธ์ในด้านบริการ ได้แก่ ความรวดเร็วและความสะดวก ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ

สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) พยายามให้ความสะดวกในด้านสถานที่นี้ด้วยการเปิดสอนนอกสถานที่ตามศูนย์การค้า หรือในสถาบันการศึกษาอื่น ๆ ที่อยู่ในย่านชุมชน โดยจัดในลักษณะของศูนย์การศึกษานอกสถาบัน

4. **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** ไม่มีโปรแกรมการตลาดใดจะสำเร็จได้โดยปราศจากโปรแกรมการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ องค์ประกอบนี้มีบทบาทสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ให้ข่าวสารและคำแนะนำที่จำเป็น จูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เห็นถึงความดีของผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมลูกค้าให้ก่อปฏิกิริยาเมื่อถึงเวลาอันสมควร ในการตลาดบริการ การสื่อสารส่วนมากมีลักษณะคล้ายกับการอบรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มลูกค้าใหม่ บริษัทอาจต้องให้ความรู้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของบริการ สถานที่และเวลาที่จะใช้บริการ รวมถึงวิธีการเข้าร่วมในกระบวนการส่งมอบอย่างได้ผล การสื่อสารอาจทำโดยตัวบุคคล เช่น พนักงาน ผู้ให้การฝึกอบรม หรือผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ และเว็บไซต์

สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ได้ใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ด้วยการใช้องค์ประกอบส่งเสริมการตลาดหลายวิธีร่วมกัน ทั้งการใช้สื่อ (Above the line) และการส่งเสริมการตลาดที่ไม่ใช้สื่อ (Below the line) เช่น การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ การจัดบูธในห้างสรรพสินค้า การจัดกิจกรรมภายนอกสถานศึกษาในภูมิภาคต่าง ๆ ฯลฯ

5. **บุคคล (People)** คือ ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริษัท (เช่น การตัดผมหรือทานอาหารในภัตตาคาร) สภาพของการปฏิบัติต่อกันสองฝ่ายมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้าในด้านคุณภาพของบริการเป็นอย่างมาก ลูกค้ามักตัดสินใจเกี่ยวกับคุณภาพของบริการที่เขาได้รับการประเมินบุคคลที่เป็นผู้ให้บริการบริษัทที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มักทุ่มเทความพยายามอย่างมากกับการรับและคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรม การจูงใจพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ทำหน้าที่ติดต่อโดยตรงกับลูกค้า

สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มักใช้ความมีชื่อเสียงของผู้สอน ภาพลักษณ์ของผู้บริหารและคณาจารย์ในคณะ เป็นจุดที่สร้างความสนใจให้ผู้เรียน

6. **กระบวนการ (Process)** ในการสร้างและส่งมอบสินค้าองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้าจำเป็นต้องมีการออกแบบและจัดการกระบวนการในเชิงปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพกระบวนการนั้นสามารถอธิบายได้ว่าเป็นวิธีการและลำดับขั้นตอนซึ่งระบบการบริการต้องดำเนินไป กระบวนการผลิตบริการที่ออกแบบมาไม่ดีมักจะสร้างความไม่พอใจให้ลูกค้า เนื่องจากอาจมีความล่าช้า มีขั้นตอนมาก และมีประสิทธิภาพในการบริการต่ำ ใน

ขณะเดียวกันกระบวนการผลิตบริการที่ไม่ดีก็ส่งผลกระทบต่อพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าใน
การทำงาน สิ่งเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลผลิตในการบริการและความล้มเหลวในการ
บริการในที่สุด

สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มัก
มีกระบวนการส่งมอบคุณค่าให้ผู้เรียนด้วยความสะดวก รวดเร็ว เช่นการลงทะเบียนผ่าน
เว็บไซต์ การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในกระบวนการเรียนการสอนมาเป็นจุดขาย

7. **ลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ (Physical and
Presentation)** โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม [Total Quality Management (TQM)]
ตัวอย่าง โรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่า
ให้กับลูกค้า (Customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็ว
หรือผลประโยชน์อื่น ๆ

สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ที่เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) จะ
เสนอลักษณะทางกายภาพด้วยอาคารเรียนที่โอ่ง ห้องเรียนที่ทันสมัย บรรยากาศในการ
เรียนที่ล้ำยุค มีความเป็นกันเอง มีอุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย ฯลฯ

การจัดการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ของ
สถาบันการศึกษาต่าง ๆ จัดเป็นธุรกิจบริการอย่างหนึ่ง ฉะนั้นสถาบันการศึกษาจึงต้องนำ
แนวคิดและกลยุทธ์ของธุรกิจบริการทั้ง 7P's มาปรับใช้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิริยา จงรัชชัตย์ (2537) ศึกษาความต้องการการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทคณะ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่:กรณีศึกษาอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ประชาชน
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีความต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ในคณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาต่างๆ แตกต่างกันตามอาชีพ โดยมีความต้องการศึกษาต่อใน
ระดับปริญญาโท ในสาขาบริหารธุรกิจมากกว่าสาขาอื่น สาขารองลงมาที่กลุ่มนักศึกษาปีที่
4 และกลุ่มข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจต้องการศึกษาได้แก่ สาขาพัฒนาสังคม แต่
สาขารองลงมาที่กลุ่มพนักงานเอกชนและกลุ่มเจ้าของกิจการต้องการศึกษาได้แก่ สาขา
เศรษฐศาสตร์ โดยมีเหตุผลในการศึกษาต่อเพื่อเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน เพื่อเพิ่มวุฒิ
การศึกษา และเพื่อจะได้รับการยอมรับจากสังคม ในด้านความรู้ความสามารถ

ชนิดา เพชรทองคำ (2542 : 104) ได้ศึกษาองค์ประกอบที่เป็นแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาศาสนาต่าง ๆ พบว่า แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง เป็นแรงจูงใจในการศึกษาอันดับแรก รองลงมาคือ แรงจูงใจด้านสังคม แรงจูงใจด้านอาชีพ แรงจูงใจด้านความต้องการของบุคคลที่เกี่ยวข้อง

เปรมจิตร ศิริสันธ์ (2542 : 72 – 86) ได้ศึกษาองค์ประกอบของแรงจูงใจในการศึกษาต่อของนักศึกษามหาบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่าแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองตามสิ่งแวดล้อมเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อที่มีน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรมากที่สุด ซึ่งมีกลุ่มตัวแปรที่บรรยายถึงลักษณะของการพัฒนาตนเองในการศึกษาต่อจากปัจจัยภายนอกรอบๆข้าง ได้แก่ นโยบายของหน่วยงานผู้บังคับบัญชา ญาติพี่น้อง ตำแหน่งหน้าที่การงาน และเพื่อน เป็นต้น ด้านการพัฒนางานในอาชีพที่ทำอยู่ พบว่าแรงจูงใจในการศึกษาต่อที่มีน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรลำดับรองลงมา ซึ่งมีกลุ่มตัวแปรที่บรรยายถึงลักษณะของการพัฒนางานในอาชีพที่ทำอยู่โดยการศึกษาต่อเพื่อเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน ซึ่งจะมีผลต่อความมั่นคงในการทำงาน อีกทั้งได้คุณสมบัติตรงกับงานที่ทำอยู่ อันเป็นการเสริมสร้างและพัฒนาความรู้ของตนเองให้ทันต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ด้วยความก้าวหน้าของชีวิต พบว่าแรงจูงใจในการศึกษาต่อลำดับที่ 4 มีกลุ่มตัวแปรที่บรรยายถึงความก้าวหน้าของชีวิต ได้แก่ เพื่อให้ได้วุฒิปริญญาโทไปสมัครงานในตำแหน่งสูงขึ้นหรือเปลี่ยนงานใหม่ อีกทั้งนำความรู้ไปประกอบอาชีพแข่งขันกับบุคคลอื่นได้ และอาจเป็นเพราะว่าตำแหน่งหน้าที่ระดับสูงส่วนมาก หรืองานบางตำแหน่งอาจจะกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเข้าดำรงตำแหน่งนั้น ๆ ต้องสำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาโท ดังนั้นเพื่อความก้าวหน้าของชีวิต นักศึกษามหาบัณฑิตศึกษาของ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจึงศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมด้านลักษณะเฉพาะของสถาบันที่เลือกอำนวยความสะดวกในการศึกษาพบว่า เป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อลำดับที่ 8 เป็นกลุ่มตัวแปรที่บรรยายถึงการอำนวยความสะดวกในการศึกษาของมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่เปิดสอนหลักสูตรปริญญาโทภาคพิเศษ คือกำหนดการเรียนการสอนนอกเวลาราชการ และค่าใช้จ่ายในการศึกษาไม่สูงเกินไป

จุฑามาศ แซ่เตีย (2544) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากกับทุกปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา

ตามลำดับ โดยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความสำคัญมากที่สุด กับปัจจัยด้านการมีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เพียงพอ (1 คน : 1 เครื่อง) และความทันสมัยของอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการเรียนการสอนตามลำดับ ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากกับปัจจัยด้านหลักสูตรที่เปิดสอน เช่น อินเทอร์เน็ต เอ็กเซล วิชวลเบสิก โฟโตชอป และเว็บเพจดีไซน์ ส่วนปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากกับปัจจัยด้านขายโดยใช้พนักงานขาย โดยให้ระดับความสำคัญมากที่สุด คือการที่พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า และความสามารถในการอธิบายรายละเอียดหลักสูตรตามลำดับ ปัจจัยสุดท้ายคือปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากกับราคาค่าเรียนต่อหลักสูตรที่ต่ำกว่าที่อื่น

ศรารัตน์ ศิริพันธุ์ (บทคัดย่อ : 2544) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาโทด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศของบัณฑิตด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในสังกัดทบวงมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งแบ่งปัจจัยออกเป็น 3 ด้าน คือด้านตัวนักศึกษา ด้านผู้ปกครอง และด้านสภาพแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาโทด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศของบัณฑิตด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในสังกัดทบวงมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ การมีสมาชิกในครอบครัวที่เคยศึกษาในระดับปริญญาโท ทศนคติต่อการศึกษาระดับปริญญาโท ความคาดหวังในการประกอบอาชีพของนักศึกษา ความต้องการของผู้ปกครองต่อการศึกษาต่อของนักศึกษา และปัจจัยที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รายได้ของผู้ปกครอง

นงคัลักษณ์ รุ่งวิทยาร และสุกัญญา สุขวุฒิ (2545: 91) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรปริญญาเอกทางด้านการบริหารการศึกษา ของมหابัณฑิตแขนงวิชาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช และผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา พบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวนร้อยละ 58.7 ต้องการการศึกษาต่อหลักสูตรปริญญาเอกทางด้านการบริหารการศึกษา เหตุผลที่ต้องการศึกษาต่อคือ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพตนเอง เพื่อนำความรู้ไปพัฒนาอาชีพและเพื่อเป็นบันไดสู่ความก้าวหน้าในอาชีพการงานตามลำดับ

ณัชชา ประกฤตพิทัง (2545 : 62) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความ ต้องการเรียนต่อภาษาญี่ปุ่นในระดับชั้นที่สูงขึ้น กรณีศึกษา ณ สถาบันศึกษา เขตกรุงเทพฯ พบว่า

- ระดับการศึกษาของบิดามารดาของผู้เรียนมีความสัมพันธ์กับความต้องการเรียน ต่อภาษาญี่ปุ่นในระดับชั้นที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- อาชีพของบิดามารดาของผู้เรียนไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการเรียนต่อ ภาษาญี่ปุ่นในระดับชั้นที่สูงขึ้น

- รายได้ที่คาดหวังของผู้เรียนไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการเรียนต่อภาษาญี่ปุ่น ในระดับชั้นที่สูงขึ้น

- ค่าเล่าเรียนภาษาญี่ปุ่นในหลักสูตรปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับความต้องการ เรียนต่อภาษาญี่ปุ่นในระดับชั้นที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สะท้อนให้ เห็นว่าการที่ค่าเล่าเรียนภาษาญี่ปุ่นมีอัตราค่าเล่าเรียนต่ำความต้องการเรียนต่อภาษาญี่ปุ่นก็ จะเพิ่มมากขึ้น ในทางกลับกันถ้าค่าเล่าเรียนภาษาญี่ปุ่นมีอัตราสูงขึ้นความต้องการเรียนต่อ ภาษาญี่ปุ่นก็จะลดลง

ยุพดี สันติคุณณ์ (บทคัดย่อ : 2546) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร มี วัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร วิธีการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่กำลังศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้ บริหาร จำนวน 201 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปของ ตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาของนักศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้ บริหาร ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านกระบวนการ และที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ ปัจจัยด้าน ผลិតภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

ภาคภูมิ อิงคปรัญญากุล (บทคัดย่อ : 2547) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นที่มีผลต่อ การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต : กรณีศึกษา นิสิตรปม. รุ่น 7-4 ความคิดเห็นที่ทำการศึกษามี 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านเนื้อหา

ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย และปัจจัยด้านโอกาสในการพัฒนานตนเอง พบว่า นิติส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ มีความเหมาะสม และมีข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้คือ ควรจัดทำเอกสารตำราเรียนเป็นรูปเล่มแจกให้นักศึกษาไปศึกษา ก่อนเข้าเรียน ควรปรับปรุงเก้าอี้ที่ใช้ในการสอบ ควรจัดไปดูลานในสถานที่ต่าง ๆ โดย นักศึกษาไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม

สิทธิ์ประกอบ วินยางคกุล (บทคัดย่อ : 2547) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อ แรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ปีการศึกษา 2544-2547 จำนวน 2 หลักสูตร ได้แก่หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A.) และหลักสูตรรัฐ ประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต (M.P.A) พบว่า ปัจจัยในการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของ นักศึกษาทั้ง 8 ด้าน คือ ด้านการพัฒนานตนเอง ด้านคุณภาพของอาจารย์ ด้านอาชีพ ด้านการ ปรับตัวให้เข้ากับสังคม ด้านความต้องการของบุคคลที่เกี่ยวข้อง ด้านสถาบัน ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจในการ เข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต วิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วรนิษฐา ชุ่มทองกลาง (บทคัดย่อ : 2548) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อ การตัดสินใจศึกษาระดับปริญญาโทในสถาบันราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจศึกษาระดับปริญญาโท ในสถาบันราชภัฏทุกปัจจัย มีปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบร่วมกัน 4 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้าน ภาพลักษณ์ของสถาบัน ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัย ด้านประชาสัมพันธ์

วาสนา ศิลปรุ่งธรรม (บทคัดย่อ : 2548) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต พบว่า เหตุผลที่นักศึกษาส่วนใหญ่เข้าศึกษาต่อในหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคือเพื่อเพิ่มเติมความรู้ และพิจารณาจากเนื้อหาหลักสูตรเป็นลำดับ แรก ส่วนเรื่องความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในด้าน หลักสูตร ด้านวิธีการเรียนการสอน ด้านผู้เรียน ด้านผู้สอน ด้านการวัดผลและประเมินผล ด้าน สื่อการเรียนการสอน และสิ่งอำนวยความสะดวก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วย และผล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของนักศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
จำแนกตามรายด้านพบว่าปัจจัยอายุ รายได้ และตำแหน่งงานไม่มีผลต่อความคิดเห็นด้าน
หลักสูตร ด้านวิธีการเรียนการสอน ด้านผู้เรียน ด้านผู้สอน ด้านการวัดผลและประเมินผล
ด้านสื่อการเรียนการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวก

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบสำรวจ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) โดยมีหัวข้อดำเนินการในการวิจัยดังนี้

1. ตัวแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. แหล่งข้อมูล
4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
5. การรวบรวมข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ตัวแบบการวิจัย

การวิจัยจะใช้ตัวแบบด้านคุณภาพ และตัวแบบเชิงปริมาณ เพราะการวิจัยจะมีทั้งการวัดผลออกมาเป็นตัวเลขทางสถิติ และมีการแปลจากตัวเลขข้อมูลเป็นด้านคุณภาพ ใช้ในการวิเคราะห์และอธิบายข้อมูลที่ได้จากการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นนักศึกษาระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานครและผู้สำเร็จการศึกษหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ที่ทำงานอยู่ในย่านธุรกิจการค้าของกรุงเทพฯ ได้แก่ เขตสีลม เขตสาทร เขตสุขุมวิท และเขตรัชดาภิเษก

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นนักศึกษาระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 คน และผู้สำเร็จการศึกษหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ที่ทำงานอยู่ในย่านธุรกิจการค้าของกรุงเทพฯ ได้แก่ เขตสีลม เขตสาทร เขตสุขุมวิท และเขตรัชดาภิเษก จำนวน 250 คน ในแต่ละกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก(Convenience Sampling)

แหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

- เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามอย่างไม่เป็นทางการของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 16 ตัวอย่าง

- เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาริทยาลักษณ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) และสอบถามจากผู้เรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) และผู้สำเร็จการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ที่ทำงานอยู่ในย่านธุรกิจการค้าของ กรุงเทพฯ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ

โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตจาก Website ต่าง ๆ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูล คือแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยมีผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวัดจำนวน 3 ท่าน แบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 2 ชุด ประกอบด้วย

- ชุดที่ 1 แบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในการศึกษาต่อของบัณฑิตในหลักสูตร MBA : ซึ่งเก็บกับผู้เรียนที่กำลังเรียนอยู่ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียนปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร

- ชุดที่ 2 แบบสอบถามเรื่องผลสัมฤทธิ์ในหลักสูตร MBA เป็นแบบสอบถามที่ใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาแล้ว และทำงานอยู่ในย่านธุรกิจของกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลการศึกษาระดับหลักสูตร MBA

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษา ได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ขอนหนังสือรับรองจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ วิทยาเขตบพิตรพิมุข มหาเมฆ เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ผู้วิจัยนำหนังสือไป ขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร และผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ที่ทำงานแล้วในย่านชุมชน
3. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้เวลา 4 สัปดาห์ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืนทั้งหมด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่
 - ค่าร้อยละ
2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
 - ค่า Chi – square

บทที่ 4

ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงสำรวจเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) นี้ได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับปริญญา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ในมหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตร MBA ทุกสาขาวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 ตัวอย่าง
2. ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาหลักสูตร MBA ซึ่งกำลังทำงานอยู่ในหน่วยงานเอกชนที่อยู่ในเขตธุรกิจของกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจากเขตต่าง ๆ ได้แก่ เขตสีลม เขตสาทร เขตสุขุมวิท และเขตรัชดาภิเษก จำนวน 250 ตัวอย่าง

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ของกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับปริญญา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางและความเรียง

ตอนที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในการเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ของกลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางและความเรียง

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางและความเรียง

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ของกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับปริญญา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ในมหาวิทยาลัยที่มีการเปิดสอนหลักสูตร MBA ทุกสาขาวิชาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 ตัวอย่าง สามารถเสนอผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	125	50.00
หญิง	125	50.00
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 125 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50 และเป็นเพศหญิงจำนวน 125 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 - 25 ปี	84	33.60
26 - 30 ปี	102	40.80
31 - 35 ปี	46	18.40
36 ปีขึ้นไป	18	7.20
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุอยู่ในช่วง 26 — 30 ปีมากที่สุด จำนวน 102 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 40.80 รองลงมาคือช่วงอายุ 20 — 25 ปี จำนวน 84 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 33.60 ช่วงอายุ 31 -35 ปี จำนวน 46 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.40 และช่วงอายุ 36 ปีขึ้นไปจำนวน 18 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.20

ตารางที่ 3 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคณะที่จบ

สาขาวิชา	สถาบันของรัฐ		สถาบันเอกชน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คณะวิทยาศาสตร์	15	9.32	4	4.49	19	7.60
คณะศิลปศาสตร์	4	2.48	8	8.98	12	4.80
คณะบริหารธุรกิจ	96	59.63	66	74.16	162	64.80
อื่น ๆ	46	28.57	11	12.37	57	22.80
รวม	161	100.00	89	100.00	250	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษาจากคณะบริหารธุรกิจมากที่สุดจำนวน 162 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 64.80 รองลงมาคืออื่น ๆ (ได้แก่ คณะวิศวกรรม คณะแพทยศาสตร์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คณะเภสัชศาสตร์ ฯลฯ) จำนวน 57 ตัวอย่าง (ร้อยละ 22.80) คณะวิทยาศาสตร์ จำนวน 19 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.60) และคณะศิลปศาสตร์ จำนวน 4 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.80) โดยสำเร็จการศึกษาจากสถาบันของรัฐมากกว่าสถาบันเอกชน

ตารางที่ 4 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาขาวิชาที่กำลังศึกษา

สาขาวิชา	จำนวน	ร้อยละ
การบัญชี	24	9.60
การตลาด	111	44.40
การจัดการ	52	20.80
อื่น ๆ	63	25.20
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 4 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกำลังศึกษาสาขาวิชาการตลาดมากที่สุดจำนวน 111 ตัวอย่าง (ร้อยละ 44.40) รองลงมาคือ อื่น ๆ (ได้แก่ สาขาวิชาบัญชี/การเงิน การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ฯลฯ) จำนวน 63 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.20) สาขาวิชาการจัดการจำนวน 52 ตัวอย่าง (ร้อยละ 20.80) และการบัญชีจำนวน 24 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.60)

ตารางที่ 5 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	91	36.40
ข้าราชการ	15	6.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	8.10
พนักงานบริษัทเอกชน	100	40.00
ธุรกิจส่วนตัว	24	9.50
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 5 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 100 ตัวอย่าง (ร้อยละ 40.00) รองลงมาคือ นักศึกษาจำนวน 91 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.40) ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 24 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.50) พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 20 (ร้อยละ 8.10) และข้าราชการจำนวน 15 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.00)

ตารางที่ 6 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 8,000 บาท	52	20.80
8,001 – 12,000 บาท	65	26.00
12,001 – 15,000 บาท	27	10.80
15,100 – 20,000 บาท	27	10.80
20,001 – 25,000 บาท	30	12.00
25,000 บาทขึ้นไป	49	19.60
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ในระดับ 8,001 – 12,000 บาท มากที่สุด จำนวน 65 ตัวอย่าง (ร้อยละ 26.00) รองลงมาคือ น้อยกว่า 8,000 บาทจำนวน 52 ตัวอย่าง (ร้อยละ 20.80) 25,000 บาทขึ้นไป จำนวน 49 ตัวอย่าง (ร้อยละ 19.60) 20,001 – 25,000 บาทจำนวน 30 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.00) 12,001 – 15,000 บาทและ 15,100 – 20,000 บาทจำนวนเท่ากันคือ 27 ตัวอย่าง (ร้อยละ 10.80)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA

ตารางที่ 7 แสดง จำนวน ร้อยละของความคิดเห็นที่คิดว่าจำเป็นต้องเรียนปริญญาโท

ต้องเรียนปริญญาโท	จำนวน	ร้อยละ
จำเป็น	199	79.60
ไม่จำเป็น	51	20.40
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 7 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโทเป็นสิ่งจำเป็น จำนวน 199 ตัวอย่าง (ร้อยละ 79.60) และไม่จำเป็นมีจำนวน 51 ตัวอย่าง (ร้อยละ 20.40)

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นที่จำเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโท

เหตุผลที่จำเป็นต้องศึกษาต่อปริญญาโท	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการพัฒนางานพัฒนาตนเอง (เพิ่มวุฒิ)	59	29.60
เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	56	28.30
เพื่อโอกาสที่ดีและความได้เปรียบ	26	13.05
หาความรู้เพิ่มเติมในการประกอบธุรกิจ	25	12.55
ได้เพื่อนในสังคมธุรกิจ / ได้มุมมองใหม่ ๆ	14	7.00
การทำงานบังคับให้ต้องเรียนต่อ	11	5.50
ถ้าไม่ได้ศึกษาต่อจะตามวิทยากรไม่ทัน	8	4.00
รวม	199	100.00

จากตารางที่ 8 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลที่จำเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโทจำนวน 199 ตัวอย่าง ว่าต้องการพัฒนางานพัฒนาตนเอง (เพิ่มวุฒิ) มากที่สุด จำนวน 59 ตัวอย่าง (ร้อยละ 29.60) รองลงมาคือ เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงานจำนวน 56 ตัวอย่าง (ร้อยละ 28.30) เพื่อโอกาสที่ดีและความได้เปรียบในหน้าที่การงานจำนวน 26 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.05) หาความรู้เพิ่มเติมในการประกอบธุรกิจจำนวน 25 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.55) ได้เพื่อนในสังคมธุรกิจ ได้มุมมองใหม่ ๆ จำนวน 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.00) หน้าที่การงานบังคับให้ต้องเรียนต่อ จำนวน 11 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.50) และถ้าไม่ได้ศึกษาต่อจะตามวิทยากรไม่ทัน จำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.00)

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นที่ไม่จำเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโท

เหตุผลที่ไม่จำเป็นต้องศึกษาต่อปริญญาโท	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ต้องจบโทก็ประสบความสำเร็จได้	12	23.50
ประสบความสำเร็จได้ด้วยประสบการณ์การทำงาน	17	33.50
ถ้าไม่พร้อมก็ไม่ควรเรียน	9	17.60
บางอาชีพก็ไม่ต้องใช้	5	9.90
ความรู้ความสามารถหาได้ทั่วไป	8	15.50
รวม	51	100.00

จากตารางที่ 9 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลที่ไม่จำเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโทจำนวน 51 ตัวอย่างว่าการที่จะประสบความสำเร็จได้เพราะประสบการณ์การทำงานมากที่สุด จำนวน 17 ตัวอย่าง (ร้อยละ 33.50) รองลงมาคือ ไม่ต้องจบโทก็ประสบความสำเร็จได้จำนวน 12 ตัวอย่าง (ร้อยละ 23.50) ถ้าไม่พร้อมก็ไม่ควรเรียนจำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 17.60) ความรู้ความสามารถหาได้ทั่วไปจำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.50) และบางอาชีพก็ไม่ต้องใช้ความรู้ระดับปริญญาโทจำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.90)

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เปลี่ยนมาเรียนสายบริหารธุรกิจ

เหตุผลที่เปลี่ยนสาขามาเรียนบริหารธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชอบสายที่เรียนมา/อยากเปลี่ยนงาน	11	14.10
ได้งานไม่ตรงกับสายที่เรียนจบเลยมาเรียนเพิ่ม	14	17.90
นำความรู้ไปบริหารธุรกิจส่วนตัว	28	35.90
เรียนบริหารกว้างกว่าสายอื่น	21	26.90
หน้าที่การงานบีบบังคับให้ต้องเรียนด้านบริหารต่อ	4	5.20
รวม	78	100.00

จากตารางที่ 10 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้สำเร็จการศึกษาในสายบริหารธุรกิจในระดับปริญญาตรีจำนวน 78 ตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลที่เปลี่ยนมาเรียนสายบริหารธุรกิจว่าต้องการนำความรู้ไปบริหารธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 28 ตัวอย่าง (ร้อยละ 35.90) รองลงมาคือ เรียนบริหารกว้างกว่าสายอื่นจำนวน 21 ตัวอย่าง (ร้อยละ 26.90) ได้งานไม่ตรงกับสายที่เรียนจบเลยมาเรียนเพิ่มจำนวน 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 17.90) ไม่ชอบสายที่เรียนมา/อยากเปลี่ยนงานจำนวน 11 ตัวอย่าง (ร้อยละ 14.10) และหน้าที่การงานบีบบังคับให้ต้องเรียนต่อด้านบริหารจำนวน 4 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.20)

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นในการเรียนหลักสูตร MBA

ใคร ๆ ก็สามารรถเรียนหลักสูตร MBA ได้	จำนวน	ร้อยละ
จริง	186	74.40
ไม่จริง	64	25.60
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 11 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่คิดว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) ใคร ๆ ก็เรียนได้จริง จำนวน 186 ตัวอย่าง (ร้อยละ 74.40) และไม่จริงมีจำนวน 64 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.60)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นที่ใคร ๆ ก็สามารถเรียนหลักสูตร MBA ได้ จำแนกตามเหตุผล

เหตุผลที่ใคร ๆ ก็สามารถเรียนหลักสูตร MBA ได้	จำนวน	ร้อยละ
บริหารเปิดกว้างกว่าสายวิชาอื่น/ไม่เจาะจง	45	24.20
เรียนง่ายกว่าสายอื่น/จบง่ายกว่า	14	7.50
มีสถาบันให้เลือกมากสะดวกกับการเรียน	8	4.30
มีเงิน มีเวลาก็สามารถเรียนได้	10	5.40
มีหลายสาขาให้เลือกตามสะดวก	18	9.60
สามารถนำไปใช้ได้ทุกสายอาชีพ	16	8.60
ถ้าสนใจและตั้งใจเรียนก็เรียนได้	75	40.40
รวม	186	100.00

จากตารางที่ 12 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลที่ใคร ๆ ก็สามารถเรียนหลักสูตร MBA ได้จำนวน 186 ตัวอย่างด้วยเหตุผลว่า ถ้าสนใจและตั้งใจเรียนก็เรียนได้มากที่สุด จำนวน 75 ตัวอย่าง (ร้อยละ 40.40) รองลงมาคือ บริหารเปิดกว้างกว่าสายวิชาอื่น/ไม่เจาะจงจำนวน 45 ตัวอย่าง (ร้อยละ 24.20) มีหลายสาขาให้เลือกตามสะดวกจำนวน 18 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.60) สามารถนำไปใช้ได้ทุกสายอาชีพจำนวน 16 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.60) เรียนง่ายกว่าสายอื่น/จบง่ายกว่าจำนวน 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.50) มีเงิน มีเวลาก็สามารถเรียนได้จำนวน 10 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.40) และมีสถาบันให้เลือกมากสะดวกกับการเรียนจำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.30)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นที่ใคร ๆ ก็ไม่สามารถเรียนหลักสูตร MBA ได้

เหตุผลที่ใคร ๆ ก็ไม่สามารถเรียนหลักสูตร MBA ได้	จำนวน	ร้อยละ
ต้องใช้เวลาเฉพาะด้าน	40	62.50
ต้องให้ประสบการณ์การทำงาน	9	14.00
ต้องมีสายงานที่เกี่ยวข้อง	11	17.50
ต้องพร้อมในเรื่องของเงินและเวลา	4	6.00
รวม	64	100.00

จากตารางที่ 13 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นที่ว่าใคร ๆ ก็ไม่สามารถเรียนหลักสูตร MBA ได้จำนวน 64 ตัวอย่าง ด้วยเหตุผลว่า ต้องใช้เวลาเฉพาะด้านมากที่สุดจำนวน 40 ตัวอย่าง (ร้อยละ 62.50) รองลงมาคือ ต้องมีสายงานที่เกี่ยวข้องจำนวน 11 ตัวอย่าง (ร้อยละ 17.50) ต้องให้ประสบการณ์การทำงานจำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 14.00) และต้องพร้อมในเรื่องของเงินและเวลา จำนวน 4 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.00)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA

เหตุผลในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการปรับวุฒิเพื่อเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง เงินเดือน	62	24.80
เพื่อความก้าวหน้าของอาชีพการงานในอนาคต	110	44.00
ไม่ชอบสายงานเดิม/อยากเปลี่ยนสายงานใหม่	19	7.60
อยากได้ความรู้นำไปประกอบธุรกิจส่วนตัว	59	23.60
รวม	186	100.00

จากตารางที่ 14 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA คือเพื่อความก้าวหน้าของอาชีพการงานในอนาคตมากที่สุด จำนวน 110 ตัวอย่าง (ร้อยละ 44.00) รองลงมาคือ ต้องการปรับปรุงฝีมือเพื่อเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง เงินเดือนจำนวน 62 ตัวอย่าง (ร้อยละ 24.80) อยากได้ความรู้นำไปประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 59 ตัวอย่าง (ร้อยละ 23.60) และไม่ชอบสายงานเดิม/อยากเปลี่ยนสายงานใหม่จำนวน 19 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.60)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็น ในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA

หน้าที่การงานของท่านมีส่วนในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA	จำนวน	ร้อยละ
มีมาก	113	45.20
มีแต่ไม่มาก	55	22.00
ไม่มี	82	32.80
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 15 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่าหน้าที่การงานมีส่วนอย่างมากในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA มากที่สุดจำนวน 113 ตัวอย่าง (ร้อยละ 45.20) รองลงมาคือ หน้าที่การงานไม่มีส่วนในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA จำนวน 82 ตัวอย่าง (ร้อยละ 32.80) และหน้าที่การงานมีส่วนในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA แต่ไม่มาก จำนวน 55 ตัวอย่าง (ร้อยละ 22.00)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็น ในการเรียนหลักสูตร MBA

สาขาวิชาในหลักสูตร MBA ที่กำลังศึกษาอยู่	จำนวน	ร้อยละ
ยาก	162	74.40
ไม่ยาก	88	25.60
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 16 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) เป็นการเรียนที่ยาก จำนวน 162 ตัวอย่าง (ร้อยละ 74.40) และไม่ยาก จำนวน 88 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.60)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามหลักสูตรที่กำลังเรียน

หลักสูตร	จำนวน	ร้อยละ
ภาษาไทยภาคปกติ	100	40.00
ภาษาไทยภาคพิเศษ	128	51.20
ภาษาอังกฤษภาคปกติ	17	6.80
ภาษาอังกฤษภาคพิเศษ	5	2.00
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 17 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่กำลังเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) ในหลักสูตรภาษาไทยภาคพิเศษ จำนวน 128 ตัวอย่าง (ร้อยละ 51.20) รองลงมาคือ หลักสูตรภาษาไทยภาคปกติ จำนวน 100 ตัวอย่าง (ร้อยละ 40.00) หลักสูตรภาษาอังกฤษภาคปกติจำนวน 17 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.80) และหลักสูตรภาษาอังกฤษภาคพิเศษ จำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.00)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความแตกต่างของหลักสูตรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

หลักสูตรภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ	จำนวน	ร้อยละ
แตกต่าง	199	79.60
ไม่แตกต่าง	51	20.40
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 18 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่คิดว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) เป็นหลักสูตรภาษาไทยกับหลักสูตรภาษาอังกฤษมีความแตกต่างกัน จำนวน 199 ตัวอย่าง (ร้อยละ 79.60) และไม่แตกต่าง จำนวน 51 ตัวอย่าง (ร้อยละ 20.40)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท (MBA)

ค่าใช้จ่ายในการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
100,000 - 200,000	197	78.80
200,001 - 300,000	24	9.60
300,001 - 400,000	15	6.00
400,001 - 500,000	14	5.60
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 19 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีค่าใช้จ่ายในการศึกษา 100,000 - 200,000 บาท จำนวน 197 ตัวอย่าง (ร้อยละ 78.80) รองลงมาคือ 200,001 - 300,000 บาท จำนวน 24 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.60) 300,001 - 400,000 บาท จำนวน 15 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.00) และ 400,001 - 500,000 บาท จำนวน 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.60)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการศึกษามีผลต่อการเลือกสถานศึกษา

การตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
มี	195	78.00
ไม่มี	55	22.00
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 20 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) นั้นค่าใช้จ่ายในการศึกษามีผลในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา จำนวน 195 ตัวอย่าง (ร้อยละ 78.00) และไม่มีผลในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา จำนวน 55 ตัวอย่าง (ร้อยละ 22.00)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูลในการตัดสินใจศึกษาในหลักสูตร MBA

แหล่งที่มา	จำนวน	ร้อยละ
ได้ข้อมูลจาก Internet โดยผ่านเว็บไซต์ของสถาบัน	111	44.40
ได้ข้อมูลจากเพื่อนๆ	63	25.20
ได้ข้อมูลจากสถาบันการศึกษานั้นโดยตรง	48	19.20
เป็นศิษย์เก่ามีข้อมูลอยู่แล้ว	17	6.80
ได้ข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	8	3.20
อื่นๆ	3	1.20
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 21 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของข้อมูลในการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท (MBA) จากการได้ข้อมูลจาก Internet โดยผ่านเว็บไซต์ของสถาบัน จำนวน 111 ตัวอย่าง (ร้อยละ 44.40) ได้ข้อมูลจากเพื่อนๆ จำนวน 63 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.20) ได้ข้อมูลจากสถาบันการศึกษานั้นโดยตรง จำนวน 48 ตัวอย่าง (ร้อยละ 19.20) เป็นศิษย์เก่ามีข้อมูลอยู่แล้ว จำนวน 17 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.80) ได้ข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ จำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.20) และอื่นๆ จำนวน 3 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.20)

**ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็น
เกี่ยวกับสถาบันที่เรียนหลักสูตร MBA**

การตัดสินใจเลือกสถานที่เรียน	จำนวน	ร้อยละ
จริง	73	29.20
ไม่จริง	177	70.80
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 22 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) หลักสูตร MBA เรียนที่ไหนก็เหมือนกันไม่จริง จำนวน 177 ตัวอย่าง (ร้อยละ 70.80) และเรียนที่ไหนก็เหมือนกันจริง จำนวน 73 ตัวอย่าง (ร้อยละ 29.20)

**ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยในการ
ตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษา**

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
สะดวกในการเดินทาง	44	5.80
สถาบันมีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือ และมีคุณภาพ	64	8.50
เพื่อน ครอบครัวแนะนำ/มีเพื่อนเรียนอยู่	190	25.20
เรียนง่าย/จบง่าย	242	32.20
เป็นศิษย์เก่า มีความคุ้นเคย	213	28.30
รวม	753*	100.00

* เป็นคำถามที่สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 23 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ามีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาในระดับปริญญาโท (MBA) คือต้องเป็นสถาบันที่สามารถเรียนง่าย/จบง่ายมากที่สุดจำนวน 242 ตัวอย่าง (ร้อยละ 32.20) รองลงมาคือเป็นศิษย์เก่า มีความคุ้นเคย จำนวน 213 ตัวอย่าง (ร้อยละ 28.30) เพื่อน ครอบครัวแนะนำ/มีเพื่อนเรียนอยู่จำนวน 190 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.20) เป็นสถาบันมีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือ และมีคุณภาพจำนวน 64 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.50) และความสะดวกในการเดินทาง จำนวน 44 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.80)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีที่เข้าศึกษา

วิธีเข้าศึกษาต่อ	จำนวน	ร้อยละ
สอบเข้า	242	96.80
สมัครเข้าเรียนได้เลย	7	2.80
อื่นๆ	1	0.40
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 24 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่สามารถเข้าเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) ด้วยวิธีการสอบเข้า จำนวน 242 ตัวอย่าง (ร้อยละ 96.80) สมัครเข้าเรียนได้เลยจำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.80) และอื่นๆ จำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 0.40)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาและอุปสรรคในการเรียนหลักสูตร MBA

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	56	22.40
ระยะทางในการมาเรียน	21	8.40
ไม่มีเวลาอ่านหนังสือสอบ	47	18.80
ขาดเรียนบ่อย	6	2.40
การใช้ภาษาอังกฤษ	55	22.00
เคลียร์งานไม่ทัน	22	8.80
เหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน	21	8.40
ไม่มีเวลาทำรายงาน	9	3.60
อ่าน Text book ไม่ได้	13	5.20
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 25 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีปัญหาและอุปสรรคจำนวน 194 ตัวอย่าง (ร้อยละ 77.60) และไม่มีปัญหาและอุปสรรคในการเรียน จำนวน 56 ตัวอย่าง (ร้อยละ 22.40)

สำหรับปัญหาและอุปสรรคจำนวน 194 ตัวอย่างนั้นคือ การใช้ภาษาอังกฤษมากที่สุด จำนวน 55 ตัวอย่าง (ร้อยละ 22.00) รองลงมาคือไม่มีเวลาอ่านหนังสือสอบ จำนวน 47 ตัวอย่าง (ร้อยละ 18.80) เคลียร์งานไม่ทัน จำนวน 22 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.80) ระยะเวลาในการมาเรียน และเห็นดเหนื่อยจากการทำงาน เท่ากันจำนวน 21 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.40) อ่าน Text book ไม่ได้ จำนวน 13 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.20) ไม่มีเวลาทำรายงาน จำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.60) และขาดเรียนบ่อย จำนวน 6 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.40)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	2	0.80
ทุกวิชา	97	38.80
บางวิชา	151	60.40
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 26 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองบางวิชา จำนวน 151 ตัวอย่าง (ร้อยละ 60.40) มีการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเองทุกวิชา จำนวน 97 ตัวอย่าง (ร้อยละ 38.80) และไม่มีการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 0.80)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่ค้นคว้า

เวลาที่ทำการค้นคว้า	จำนวน	ร้อยละ
มีเวลาเพียงพอ	132	52.80
ไม่เพียงพอ	118	47.20
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 27 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีเวลาเพียงพอที่จะศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง จำนวน 132 ตัวอย่าง (ร้อยละ 52.80) และมีเวลาค้นคว้าไม่เพียงพอ จำนวน 118 ตัวอย่าง (ร้อยละ 47.20)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้ Text Book ในการศึกษา

ภาษาที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
ภาษาไทยเป็นส่วนใหญ่	34	13.60
ภาษาอังกฤษเป็นส่วนใหญ่	144	57.60
ภาษาอังกฤษทั้งหมด	72	28.80
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 28 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่คิดว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) ผู้สอนใช้ Text book เป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 144 ตัวอย่าง (ร้อยละ 57.60) รองลงมาคือใช้ Text book เป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด จำนวน 72 ตัวอย่าง (ร้อยละ 28.80) และใช้ภาษาไทยเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 34 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.60)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาในการอ่านตำราภาษาอังกฤษ

ปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษ	จำนวน	ร้อยละ
มีวิธีแก้ไข	167	66.80
ไม่มี	83	33.20
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 29 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่คิดว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษในการเรียนและจำเป็นต้องมีวิธีแก้ไขการอ่านตำราภาษาอังกฤษ จำนวน 167 ตัวอย่าง (ร้อยละ 66.80) และไม่มีปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษ จำนวน 83 ตัวอย่าง (ร้อยละ 33.20)

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการประเมินผล การเรียน

การประเมินผลการเรียน	จำนวน	ร้อยละ
สอบอย่างเดียว	8	3.20
สอบและทำรายงาน	39	15.60
ทำรายงานส่งอย่างเดียว	5	2.00
สอบ ทำรายงานและนำเสนอหน้าชั้น	198	79.20
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 30 แสดงว่า การเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการประเมินผลการเรียนโดยวิธีสอบ ทำรายงานและนำเสนอหน้าชั้น จำนวน 198 ตัวอย่าง (ร้อยละ 79.20) รองลงมาคือสอบและทำรายงาน จำนวน 39 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.60) สอบอย่างเดียว จำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.20) และทำรายงานส่งอย่างเดียว จำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.00)

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการประเมินผล สำเร็จการศึกษาทั้งหลักสูตร

ประเมินผลสำเร็จการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ทำวิทยานิพนธ์	24	9.60
สอบประมวลความรู้	218	87.20
ไม่มีทั้งสองอย่าง สอบผ่านทุกวิชาก็ถือว่าจบ	8	3.20
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 31 แสดงว่า การเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีการประเมินผลการศึกษาด้วยวิธีสอบประมวลความรู้ จำนวน 218 ตัวอย่าง (ร้อยละ 87.20) รองลงมาคือการทำวิทยานิพนธ์ จำนวน 24 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.60) และ ไม่มีทั้งสองอย่าง สอบผ่านทุกวิชาก็ถือว่าจบ จำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.20)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็น
เกี่ยวกับการทำวิทยานิพนธ์และการสอบประมวลความรู้

ประโยชน์จากการทำวิทยานิพนธ์หรือการสอบ ประมวลความรู้	จำนวน	ร้อยละ
มีประโยชน์	239	95.60
ไม่มีประโยชน์	11	4.40
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 32 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) ที่มีการประเมินผลการสำเร็จการศึกษาโดยวิธี ทำวิทยานิพนธ์ และสอบประมวลความรู้มีประโยชน์ จำนวน 239 ตัวอย่าง (ร้อยละ 95.60) และ ไม่มีประโยชน์จำนวน 11 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.40)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพอใจใน
วิธีการประเมินผลของสถาบัน

ความพอใจในการประเมินผล	จำนวน	ร้อยละ
พอใจ	236	94.40
ไม่พอใจ	14	5.60
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 33 แสดงว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA)ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความพอใจในการประเมินผล จำนวน 236 ตัวอย่าง (ร้อยละ 94.40) และ ไม่พอใจจำนวน 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.60)

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพอใจใน
มาตรฐานและคุณภาพของสถาบันการศึกษาที่ท่านเรียนอยู่

มาตรฐานและคุณภาพ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจ	226	90.40
ไม่พอใจ	24	9.60
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 34 แสดงว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความพอใจในมาตรฐานและคุณภาพของสถาบันการศึกษาที่กำลังเรียนอยู่ จำนวน 226 ตัวอย่าง (ร้อยละ 90.40) และ ไม่พอใจในมาตรฐานและคุณภาพของสถาบันการศึกษาที่กำลังเรียนอยู่ จำนวน 24 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.60)

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็น
เกี่ยวกับมาตรฐานและคุณภาพของสถาบันการศึกษา

มาตรฐานและคุณภาพของสถาบันการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
แตกต่าง	205	82.00
ไม่แตกต่าง	45	18.00
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 35 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีความแตกต่างในมาตรฐานและคุณภาพของแต่ละสถาบัน จำนวน 205 ตัวอย่าง (ร้อยละ 82.00) และ ไม่มีความแตกต่างในมาตรฐานและคุณภาพของแต่ละสถาบัน จำนวน 45 ตัวอย่าง (ร้อยละ 18.00)

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องชี้วัด
มาตรฐานและคุณภาพของสถาบันการศึกษา

เครื่องชี้วัด	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพของตัวผู้เรียน	61	24.40
หลักสูตรและคุณภาพทางวิชาการ	96	38.40
วิธีการประเมินผลการเรียนการสอน	14	5.60
ชื่อเสียงของสถาบันและอาจารย์ผู้สอน	67	26.80
เทคโนโลยีและเทคนิคในการเรียนการสอน	12	4.80
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 36 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีเครื่องชี้วัดในมาตรฐานและคุณภาพ คือ หลักสูตรและคุณภาพทางวิชาการมากที่สุดจำนวน 96 ตัวอย่าง (ร้อยละ 38.40) รองลงมาคือชื่อเสียงของสถาบันและอาจารย์ผู้สอนจำนวน 67 ตัวอย่าง (ร้อยละ 26.80) คุณภาพของตัวผู้เรียน จำนวน 61 ตัวอย่าง (ร้อยละ 24.40) วิธีการประเมินผลการเรียนการสอน จำนวน 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.60) และ เทคโนโลยีและเทคนิคในการเรียนการสอน จำนวน 12 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.80)

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่าย
ในการเรียน

ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	จำนวน	ร้อยละ
คุ้มค่า	235	94.00
ไม่คุ้มค่า	15	6.00
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 37 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่คิดว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปแล้วคุ้มค่า จำนวน 235 ตัวอย่าง (ร้อยละ 94.00) และ ไม่คุ้มค่า จำนวน 15 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.00)

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเมื่อจบการศึกษา

ความคาดหวัง	จำนวน	ร้อยละ
●*มีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ได้เลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง เงินเดือนสูงขึ้น	125	50.00
●*ได้วุฒิที่สูงขึ้น	1	5.60
●*นำความรู้ไปประกอบธุรกิจ	69	27.60
●*มีความรู้เฉพาะทางเพื่อโอกาสและตัวเลือกที่ดีกว่า	30	12.00
●*ได้เพื่อนในสังคมธุรกิจ ได้มุมมองใหม่ๆ	10	4.00
●*อื่นๆ	2	0.80
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 38 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่คิดว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีความคาดหวังเมื่อจบการศึกษา คือ มีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ได้เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เงินเดือนสูงขึ้น จำนวน 125 ตัวอย่าง (ร้อยละ 50.00) ได้วุฒิที่สูงขึ้น จำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.60) นำความรู้ไปประกอบธุรกิจ จำนวน 69 ตัวอย่าง (ร้อยละ 27.60) มีความรู้เฉพาะทางเพื่อโอกาสและตัวเลือกที่ดีกว่า จำนวน 30 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.00) ได้เพื่อนในสังคมธุรกิจ ได้มุมมองใหม่ๆ จำนวน 10 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.00) และ อื่นๆ จำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 0.80)

ตอนที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในการเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ของกลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

กลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ที่ทำงานอยู่ในย่านธุรกิจของเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 ตัวอย่าง เก็บตัวอย่าง และนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์มาวิเคราะห์ได้จำนวน 158 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 63.20 ของกลุ่มตัวอย่าง และสามารถเสนอผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	106	67.10
หญิง	52	32.90
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 39 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งสิ้นจำนวน 158 คนส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 106 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 67.10 และเป็นเพศหญิงจำนวน 52 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 32.90

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21 - 25 ปี	14	8.90
26 - 30 ปี	51	32.30
31 - 35 ปี	44	27.80
36 ปีขึ้นไป	47	29.70
อื่นๆ	2	1.30
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 40 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุอยู่ในช่วง 26 – 30 ปีมากที่สุด จำนวน 51 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 32.30 รองลงมาคือช่วงอายุ 36 ปีขึ้นไป จำนวน 47 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 29.70 ช่วงอายุ 31 -35 ปี จำนวน 44 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 27.80 ช่วงอายุ 21 – 25 ปี จำนวน 14 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 8.90 และอื่น ๆ จำนวน 2 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.30

ตารางที่ 41 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถาบันที่จบ

สถาบันที่สำเร็จการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
สถาบันของรัฐ	91	57.60
สถาบันของเอกชน	67	42.40
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 41 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษาจากสถาบันของรัฐมากที่สุดจำนวน 91 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 57.60 และสถาบันของเอกชนจำนวน 67 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 42.40

ตารางที่ 42 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกสาขาวิชาที่จบ

สาขาวิชา	จำนวน	ร้อยละ
การตลาด	33	20.90
การจัดการ	24	15.20
การบัญชี	12	7.60
การโรงแรม	1	0.60
การเงิน	27	17.10
ไม่ตอบ	61	38.60
รวม	157	100.00

จากตารางที่ 42 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษาจากสาขาวิชาการตลาดมากที่สุดจำนวน 33 ตัวอย่าง (ร้อยละ 20.90) รองลงมาคือสาขาวิชาการเงินจำนวน 27 ตัวอย่าง (ร้อยละ 17.10) การจัดการจำนวน 24 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.20) การบัญชีจำนวน 12 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.60) และการโรงแรมน้อยที่สุดจำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 0.60) มีผู้ไม่ตอบจำนวน 61 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 38.60

ตารางที่ 43 แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	38	24.10
15,001 – 20,000 บาท	31	19.60
20,001 – 25,000 บาท	40	25.30
25,000 บาทขึ้นไป	48	30.40
ไม่ตอบ	1	0.60
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 43 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ในระดับ 25,000 บาทขึ้นไป มากที่สุดจำนวน 48 ตัวอย่าง (ร้อยละ 30.40) รองลงมาคือ 20,001 – 25,000 บาทจำนวน 40 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.30) น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 38 ตัวอย่าง (ร้อยละ 24.10) และ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 31 ตัวอย่าง (ร้อยละ 19.60) ไม่ตอบ จำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 0.50)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ในหลักสูตร MBA ของผู้สำเร็จการศึกษา MBA แล้ว ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นว่า มีความจำเป็นหรือไม่ในการเรียนต่อปริญญาโท

ต้องเรียนปริญญาโท	จำนวน	ร้อยละ
จำเป็น	131	82.90
ไม่จำเป็น	27	17.10
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 44 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 158 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนต่อในระดับปริญญาโทว่าเป็นสิ่งจำเป็น จำนวน 131 ตัวอย่าง (ร้อยละ 82.90) และไม่จำเป็นในการเรียนปริญญาโทจำนวน 27 ตัวอย่าง (ร้อยละ 17.10)

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นที่มีหลักสูตร MBA จำนวนมาจากเหตุผลใด

มีผู้สนใจเรียนหลักสูตร MBA มากมีสาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
จบสาขาไหนก็สามารถเรียนได้	43	27.20
จบแล้วมีโอกาสก้าวหน้าสูง	46	29.10
สามารถนำมาบริหารธุรกิจส่วนตัวได้	23	14.60
ต้องการเปลี่ยนสายงานที่ทำอยู่	6	3.80
ตอบสนองความต้องการของตลาด	22	13.90
จบสายบริหารธุรกิจมาก่อน	7	4.40
เรียนตามเพื่อน	6	3.80
อื่นๆ	5	3.20
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 45 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีคิดเห็นเกี่ยวกับการที่มีผู้ให้ความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตร MBA จำนวนมากกว่ามาจากเหตุผลที่ว่า จบแล้วมีโอกาสก้าวหน้าสูง มาก ที่สุด จำนวน 46 ตัวอย่าง (ร้อยละ 29.10) รองลงมาคือ จบสาขาไหนก็สามารถเรียนได้ จำนวน 43 ตัวอย่าง (ร้อยละ 27.20) สามารถนำมาบริหารธุรกิจส่วนตัวได้ จำนวน 23 ตัวอย่าง (ร้อยละ 14.60) ตอบสนองความต้องการของตลาด จำนวน 22 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.90) จบสายบริหารธุรกิจมาก่อน จำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.40) ต้องการเปลี่ยนสายงานที่ทำอยู่ จำนวน 6 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.80) เรียนตามเพื่อน จำนวน 6 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.80) และอื่นๆ จำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.20)

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นที่มีสถาบันการศึกษาเปิดสอนหลักสูตร MBA จำนวนมาก

ความเห็นที่มีสถาบันการศึกษาต่อMBAมีมากขึ้น	จำนวน	ร้อยละ
ดีแล้ว	107	67.70
☛ ทำให้ผู้เรียนมีทางเลือกในการเรียนมากขึ้น	56	35.40
☛ ธุรกิจต้องการผู้มีความรู้ทางด้านนี้โดยตรง	30	19.00
☛ เพื่อพัฒนาบุคลากรของประเทศด้านธุรกิจ	20	12.70
☛ อื่นๆ	1	0.60
มีมากเกินไป	51	32.30
☛ ทำให้กลายเป็นกระแสนิยมในสังคม	11	7.00
☛ มีผู้เรียนจบออกมาเป็นจำนวนมากทำให้ไม่มีงานรองรับ	6	3.80
☛ ทำให้มาตรฐานการศึกษาของสถาบันลดลง	26	16.50
☛ ทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างสถาบันเพื่อแย่งผู้เรียน	8	5.00
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 46 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่สถาบันการศึกษาจำนวนมากเปิดสอนหลักสูตร MBA เพิ่มมากขึ้นว่าดีแล้วจำนวน 107 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 67.70 ด้วยเหตุผลที่ว่า ทำให้ผู้เรียนมีทางเลือกในการเรียนมากที่สุด จำนวน 56 ตัวอย่าง (ร้อยละ 35.40) รองลงมาคือธุรกิจต้องการผู้มีความรู้ทางด้านนี้โดยตรง จำนวน 30 ตัวอย่าง (ร้อยละ 19.00) เพื่อพัฒนาบุคลากรของประเทศด้านธุรกิจ จำนวน 20 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.70) และอื่น ๆ จำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 0.60) และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่สถาบันการศึกษาจำนวนมากเปิดสอนหลักสูตร MBA เพิ่มมากขึ้นว่ามีมากเกินไปจำนวน 51 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 32.30 ด้วยเหตุผลที่ว่าทำให้มาตรฐานการศึกษาของสถาบันลดลง จำนวน 26 ตัวอย่าง (ร้อยละ 16.50) รองลงมาคือทำให้กลายเป็นกระแสนิยมในสังคม จำนวน 11 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.00) ทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างสถาบันเพื่อแย่งผู้เรียนจำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.00) และมีผู้เรียนจบออกมาเป็นจำนวนมากทำให้ไม่มีงานรองรับ จำนวน 6 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.80)

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนหลักสูตร MBA ต้องทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	9	5.70
ทุกวิชา	36	22.80
บางวิชา	113	71.50
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 47 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ส่วนใหญ่นั้นต้องทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองบางวิชามากที่สุด จำนวน 113 ตัวอย่าง (ร้อยละ 71.50) รองลงมาคือ ต้องศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองทุกวิชา จำนวน 36 ตัวอย่าง (ร้อยละ 22.80) และไม่มีการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.70)

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาที่ศึกษา

เวลาที่ทำการค้นคว้า	จำนวน	ร้อยละ
มีเวลาเพียงพอ	107	67.70
ไม่เพียงพอ	42	26.60
อื่นๆ	9	5.70
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 48 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ส่วนใหญ่มีเวลาศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองอย่างเพียงพอจำนวน 107 ตัวอย่าง (ร้อยละ 67.70) มีเวลาศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองไม่เพียงพอ จำนวน 42 ตัวอย่าง (ร้อยละ 26.60) และอื่นๆ จำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.70)

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้ Text Book ในการศึกษา

Text Bookที่ใช้ในการเรียนเป็นภาษา	จำนวน	ร้อยละ
ภาษาไทยเป็นส่วนใหญ่	13	8.20
ภาษาอังกฤษเป็นส่วนใหญ่	93	58.90
ภาษาอังกฤษทั้งหมด	43	27.20
อื่นๆ	9	5.70
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 49 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA โดยผู้สอนใช้ Text book เป็นภาษาอังกฤษเป็นส่วนใหญ่ มากที่สุดจำนวน 93 ตัวอย่าง (ร้อยละ 58.90) ภาษาอังกฤษทั้งหมด จำนวน 43 ตัวอย่าง (ร้อยละ 27.20) อื่นๆ จำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.70) และภาษาไทยเป็นส่วนใหญ่จำนวน 13 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.20)

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาในการอ่านตำราภาษาอังกฤษ

ปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษ	จำนวน	ร้อยละ
มีวิธีแก้ไข	86	54.40
ไม่มี	63	39.90
อื่นๆ	9	5.70
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 50 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ส่วนใหญ่มีปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษในการเรียน-การอ่านจำนวน 86 ตัวอย่าง (ร้อยละ 54.70)(แต่มีวิธีแก้ไขการอ่านตำราด้วยการอ่านบ่อย ๆ บ้าง เปิดดิชชั่นนารีบ้าง) รองลงมาคือไม่มีปัญหาจำนวน 63 ตัวอย่าง (ร้อยละ 39.90) และอื่นๆ จำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.70)

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการประเมินผล

ประเมินผลการเรียนโดยวิธี	จำนวน	ร้อยละ
สอบอย่างเดียว	1	0.60
ทำรายงานส่งอย่างเดียว	7	4.40
สอบและทำรายงาน	28	17.70
สอบ ทำรายงานและนำเสนอหน้าชั้น	113	71.50
อื่นๆ	9	5.70
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 51 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA มีการประเมินผลการเรียนโดยวิธีสอบ ทำรายงานและนำเสนอหน้าชั้น เป็นส่วนใหญ่จำนวน 113 ตัวอย่าง (ร้อยละ 71.50) รองลงมาคือสอบและทำรายงานจำนวน 28 ตัวอย่าง (ร้อยละ 17.70) ทำรายงานส่งอย่างเดียว จำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.40) สอบอย่างเดียวจำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 0.60) และอื่นๆ จำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.70)

ตารางที่ 52 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการประเมินผลสำเร็จการศึกษา

ประเมินผลสำเร็จการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ทำวิทยานิพนธ์	49	31.10
สอบประมวลความรู้	95	60.10
ไม่มีทั้งสองอย่าง สอบผ่านทุกวิชาก็ถือว่าจบ	5	3.20
อื่นๆ	9	5.70
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 52 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA มีการประเมินผลการสำเร็จการศึกษาโดยวิธีสอบประมวลความรู้ มากที่สุดจำนวน 95 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 60.10 รองลงมาคือ ทำวิทยานิพนธ์ จำนวน 49 ตัวอย่าง (ร้อยละ 31.10) อื่นๆ จำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.70) และ ไม่มีทั้งสองอย่าง สอบผ่านทุกวิชาก็ถือว่าจบ จำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.20)

ตารางที่ 53 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำวิทยานิพนธ์และการสอบประมวลความรู้มีประโยชน์หรือไม่

ประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ
มี	143	90.50
ไม่มี	6	3.80
ไม่ตอบ	9	5.70
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 53 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA มีการประเมินผลการสำเร็จการศึกษาโดยวิธี ทำวิทยานิพนธ์ และสอบประมวลความรู้มีประโยชน์ จำนวน 143 ตัวอย่าง (ร้อยละ 90.50) รองลงมาคือ ไม่ตอบจำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.70) และ ไม่มีประโยชน์จำนวน 6 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.80)

ตารางที่ 54 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเห็นของ
สถาบันการศึกษามีมาตรฐานไม่เท่ากัน

มาตรฐานและคุณภาพไม่เท่ากัน	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	130	82.30
ไม่เห็นด้วย	19	12.00
ไม่ตอบ	9	5.70
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 54 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA เห็น
ด้วยกับมาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่เท่ากัน จำนวน 130 ตัวอย่าง (ร้อยละ 82.30) ไม่
เห็นด้วย จำนวน 19 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.00) และไม่ตอบจำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.70)

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามมาตรฐานและ
คุณภาพสถาบันการศึกษา

มาตรฐานของสถาบันการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงของสถาบัน	56	35.40
จำนวนผู้สมัครเรียน	9	5.70
ระยะเวลาที่เปิดสอน	7	4.40
ความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้น	22	13.90
ชื่อเสียงของอาจารย์ที่สอน	13	8.20
การร่วมมือกับสถาบันต่างชาติ	2	1.30
หลักสูตรของสถาบันนั้น	41	25.90
อื่นๆ	8	5.10
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 55 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA คิดว่ามาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันดูได้จากชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุด จำนวน 56 ตัวอย่าง (ร้อยละ 35.40) รองลงมาคือ หลักสูตรของสถาบันนั้น จำนวน 41 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.90) ความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้นจำนวน 22 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.90) ชื่อเสียงของอาจารย์ที่สอนจำนวน 13 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.20) จำนวนผู้สมัครเรียน จำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.70) อื่นๆ จำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.10) ระยะเวลาที่เปิดสอนจำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.40) และการร่วมมือกับสถาบันต่างชาติ จำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.30)

ตารางที่ 56 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาของต่างชาติดีกกับของไทย

สถาบันต่างชาติดีกกับสถาบันของไทย	จำนวน	ร้อยละ
แตกต่าง	121	76.60
ไม่แตกต่าง	37	23.40
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 56 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA คิดว่าสถาบันการศึกษาของต่างชาติดีกกับสถาบันการศึกษาของไทยมีความแตกต่างกันในด้านมาตรฐานการสอนมากที่สุดจำนวน 121 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 76.60 และไม่แตกต่างจำนวน 37 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.40

ตารางที่ 57 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็น
เกี่ยวกับข้อควรปรับปรุงของสถาบันที่เรียนจบ

ควรปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
หลักสูตรที่เปิดสอน	50	31.60
มาตรฐานที่เปิดสอน	15	9.50
เกณฑ์การวัดผล	20	12.70
บรรยากาศในห้องเรียน	33	20.90
อาจารย์ผู้สอน	15	9.50
อื่นๆ	25	15.80
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 57 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จบหลักสูตร MBA มีความคิดเห็นว่าสิ่งที่
ควรปรับปรุงจากสถาบันที่จบการศึกษา คือหลักสูตรที่เปิดสอนมากที่สุดจำนวน 50 ตัวอย่าง
(ร้อยละ 31.60) รองลงมาคือบรรยากาศในห้องเรียนจำนวน 33 ตัวอย่าง (ร้อยละ 20.90) อื่นๆ
จำนวน 25 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.80) เกณฑ์การวัดผลจำนวน 20 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.70) และ
มาตรฐานที่เปิดสอนจำนวน 15 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.50) และอาจารย์ผู้สอน จำนวน 15 ตัวอย่าง
เท่ากัน (ร้อยละ 9.50)

ตารางที่ 58 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็น
ด้านค่าใช้จ่ายในการเรียน

ค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป	จำนวน	ร้อยละ
คุ้มค่า	133	84.20
ไม่คุ้มค่า	24	15.20
อื่นๆ	1	0.60
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 58 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA คิดว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปแล้วคุ้มค่า จำนวน 133 ตัวอย่าง (ร้อยละ 84.20) ไม่คุ้มค่า จำนวน 24 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.20) และอื่นๆ จำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 16.50)

ตารางที่ 59 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคาดหวัง เมื่อจบหลักสูตร

ความคาดหวัง	จำนวน	ร้อยละ
เป็นไปตามความคาดหวัง	148	93.70
●*มีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน	90	57.00
●*สามารถนำความรู้มาประกอบธุรกิจได้	29	18.40
●*ได้เพื่อนในสังคมธุรกิจเพิ่มมากขึ้น	27	17.10
●*อื่นๆ	2	1.30
ไม่เป็นไปตามความคาดหวัง	10	6.30
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 59 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA คิดว่าเป็นไปตามความคาดหวังไว้มากที่สุดจำนวน 148 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 93.70 ด้วยเหตุผลว่ามีความก้าวหน้าในอาชีพการงานจำนวน 90 ตัวอย่าง (ร้อยละ 57.00) สามารถนำความรู้มาประกอบธุรกิจได้จำนวน 29 ตัวอย่าง (ร้อยละ 18.40) ได้เพื่อนในสังคมธุรกิจเพิ่มมากขึ้นจำนวน 27 ตัวอย่าง (ร้อยละ 17.10) และอื่นๆ จำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.30) และไม่เป็นไปตามความคาดหวังจำนวน 10 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.30)

ตารางที่ 60 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็น
หลังจากเรียนจบหลักสูตร MBA

เปลี่ยนงานหรือตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
เปลี่ยน	101	63.90
ไม่เปลี่ยน	57	36.10
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 60 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ส่วนใหญ่ได้เปลี่ยนงานหรือตำแหน่งงาน จำนวน 101 ตัวอย่าง (ร้อยละ 63.90) และไม่เปลี่ยนงานหรือตำแหน่งงานจำนวน 57 ตัวอย่าง (ร้อยละ 36.10)

ตารางที่ 61 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็น
หลังเปลี่ยนหรือย้ายงานหลังจากเรียนจบหลักสูตร MBA

ตำแหน่งที่สูงขึ้น	จำนวน	ร้อยละ
ได้	91	57.60
ไม่ได้	41	25.90
อื่นๆ	26	16.50
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 61 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ที่ได้เปลี่ยนงานหรือตำแหน่งส่วนใหญ่ได้ตำแหน่งงานที่สูงขึ้น จำนวน 91 ตัวอย่าง (ร้อยละ 57.60) ไม่ได้ตำแหน่งงานที่สูงขึ้นจำนวน 41 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.90) และอื่นๆ จำนวน 26 ตัวอย่าง (ร้อยละ 16.50)

ตารางที่ 62 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปลี่ยน
หรือย้ายงานหลังจากเรียนจบหลักสูตร MBA

ตำแหน่งที่ต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
ได้	87	55.10
ไม่ได้	71	44.90
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 62 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ส่วนใหญ่เมื่อเปลี่ยนงานได้ตำแหน่งตามที่ต้องการจำนวน 87 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 55.10 และไม่ได้ตำแหน่งตามที่ต้องการจำนวน 71 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 44.90

ตารางที่ 63 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งและ
เงินเดือนที่ได้มาหลังจากจบหลักสูตร MBA

เงินเดือนที่ได้เพราะจบ MBA มา	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	85	53.80
ไม่ใช่	73	46.20
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 63 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ส่วนใหญ่เห็นว่าตำแหน่งและเงินเดือนที่ได้นั้นเป็นเพราะจบ MBA จำนวน 85 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 53.80 และไม่ใช่เป็นเพราะจบ MBA จำนวน 73 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 46.20

ตารางที่ 64 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็น
ที่ว่าเมื่อจบหลักสูตร MBA มีสิทธิติดงานหรือไม่

มีสิทธิติดงาน	จำนวน	ร้อยละ
มีสิทธิ	120	75.90
ไม่มีสิทธิ	38	24.10
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 64 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ส่วนใหญ่คิดว่าเมื่อจบหลักสูตร MBA มีสิทธิติดงาน จำนวน 120 ตัวอย่าง (ร้อยละ 75.90) และไม่มีสิทธิติดงานจำนวน 38 ตัวอย่าง (ร้อยละ 24.10)

ตารางที่ 65 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็น
ว่าสถาบันที่จบหลักสูตร MBA สถาบันไหนก็เหมือนกัน

จบที่ไหนก็เหมือนกัน	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	45	23.90
ไม่ใช่	113	60.10
รวม	158	100.00

จากตารางที่ 65 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ส่วนใหญ่คิดว่าการเรียนจบในระดับปริญญาโท (MBA) จากสถาบันไหนก็เหมือนกันนั้นไม่ใช่จำนวน 113 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 60.10 และคิดว่าจบจากสถาบันไหนก็เหมือนกันจำนวน 45 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 23.90

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 สาขาวิชาต่างกันมีเหตุผลในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA ต่างกัน

Ho : 1.1 สาขาวิชาต่างกันมีความคิดเห็นว่าเป็นต้องเรียนปริญญาโทไม่ต่างกัน

Hi : 1.1 สาขาวิชาต่างกันมีความคิดเห็นว่าเป็นต้องเรียนปริญญาโทต่างกัน

ตารางที่ 66 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ ของความคิดเห็นต่อความจำเป็นในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทจำแนกตามสาขาวิชา

ความคิดเห็นความจำเป็นที่ต้องเรียน ปริญญาโท	สาขาวิชา								รวม		ค่าโค-แควร์	Sig
	การบัญชี		การตลาด		การจัดการ		อื่น ๆ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
จำเป็น (ร้อยละ within total)	20 (8.00)	10.1	90 (36.00)	45.2	44 (17.60)	22.1	45 (18.00)	22.6	199 (79.60)	100.00	3.752	0.29
ไม่จำเป็น (ร้อยละ within total)	4 (1.60)	7.8	21 (8.40)	41.2	8 (3.20)	15.7	18 (7.20)	35.3	51 (20.40)	100.00		
รวม (ร้อยละ within total)	24 (9.60)	10	111 (44.40)	44	52 (20.80)	21	63 (25.20)	25	250 (100.00)	100.00		

จากตารางที่ 66 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทว่ามีความจำเป็นต้องศึกษาต่อมากที่สุดจำนวน 199 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 79.60 และไม่จำเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโทจำนวน 51 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20.40 เมื่อจำแนกตามสาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่นั้นพบว่า สาขาวิชาการตลาดเห็นด้วยมากที่สุดจำนวน 90 ตัวอย่าง (ร้อยละ 45.20 ของผู้ที่มีความคิดเห็นว่าเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโท) รองลงมาคือ อื่น ๆ จำนวน 45 ตัวอย่าง (ร้อยละ 22.60 ของผู้ที่มีความคิดเห็นว่าเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโท) สาขาวิชาการจัดการจำนวน 44 ตัวอย่าง (ร้อยละ 22.10 ของผู้ที่มีความคิดเห็นว่าเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโท) และสาขาวิชาการบัญชีจำนวน 20 ตัวอย่าง (ร้อยละ 10.10 ของผู้ที่มีความคิดเห็นว่าเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโท)

สำหรับผู้ที่มีความคิดเห็นว่าการศึกษาระดับปริญญาโทไม่มีความจำเป็นต้องศึกษาต่อมีจำนวน 51 ตัวอย่าง (ร้อยละ 20.40) เมื่อจำแนกตามสาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่นั้นพบว่าสาขาวิชาการตลาดคิดว่าเป็นต้องศึกษาต่อมากที่สุดจำนวน 21 ตัวอย่าง (ร้อยละ 41.20 ของผู้ที่คิดว่าไม่จำเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโท) รองลงมาคือสาขาวิชาอื่น ๆ 18 ตัวอย่าง (ร้อยละ 35.30 ของผู้ที่คิดว่าไม่จำเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโท) สาขาวิชาการจัดการจำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.70 ของผู้ที่คิดว่าไม่จำเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโท) และสาขาวิชาการบัญชีจำนวน 4 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.80 ของผู้ที่คิดว่าไม่จำเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโท)

จากตารางที่ 66 พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นต้องเรียนต่อปริญญาโทมีค่า Significance มากกว่า 0.05 (0.29) นั่นคือยอมรับ Ho ปฏิเสธ Hi หมายความว่าความจำเป็นในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทไม่ขึ้นอยู่กับสาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่หรือ สาขาวิชาต่างกันมีความคิดเห็นว่าเป็นต้องเรียนปริญญาโทต่างกัน ซึ่งจะไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1 สาขาวิชาต่างกันมีเหตุผลในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA ต่างกัน

Ho 1.2 : สาขาวิชาต่างกันมีเหตุผลในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA ไม่ต่างกัน

Hi 1.2 : สาขาวิชาต่างกันมีเหตุผลในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA ต่างกัน

ตารางที่ 67 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ ของเหตุผลในการตัดสินใจเรียน MBA จำแนกตามสาขาวิชา

เหตุผลในการตัดสินใจเรียน MBA	สาขาวิชา								รวม	ค่าโคสแควร์	Sig	
	การบัญชี		การตลาด		การจัดการ		อื่น ๆ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ต้องการปรับวุฒิเพื่อเลื่อนตำแหน่ง (ร้อยละ within total)	2 (0.80)	3.20	22 (8.80)	35.50	23 (9.20)	37.10	15.00 (6.00)	24.20	62 (24.80)	100.00	27.419	0.007
เพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ (ร้อยละ within total)	13 (5.20)	11.80	52 (20.80)	47.30	18 (7.20)	16.40	27.00 (10.80)	24.50	110 (44.00)	100.00		
ไม่ชอบสายงานเดิม (ร้อยละ within total)	0.00	0.00	6.00 (2.40)	40.00	5.00 (2.00)	33.30	4.00 (1.60)	26.70	15.00 (6.00)	100.00		
อยากนำความรู้ไปประกอบธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ within total)	9.00 (3.60)	15.30	30 (12.00)	50.80	6.00 (2.40)	10.20	14.00 (5.60)	23.70	59.00 (23.60)	100.00		
อื่น ๆ (ร้อยละ within total)	0.00	0.00	1 (0.40)	25.00	0.00	0.00	3.00 (1.20)	75.00	4.00 (1.60)	100.00		
รวม (ร้อยละ within total)	24 (9.60)	10	111 (44.40)	44.40	52 (20.80)	20.80	63.00 (25.20)	25.20	250 (100.00)	100.00		

จากตารางที่ 67 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลในการศึกษาต่อระดับปริญญา MBA คือเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพมากที่สุดจำนวน 110 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือต้องการปรับวุฒิเพื่อเลื่อนตำแหน่งจำนวน 62 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 24.80 อยากนำความรู้ไปประกอบอาชีพส่วนตัวจำนวน 59 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 23.60 ไม่ชอบสายงานเดิมจำนวน 15 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 6 และอื่น ๆ จำนวน 4 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 1.60 เมื่อจำแนกตามตามสาขาวิชา พบว่าผู้ที่กำลังศึกษาสาขาวิชาการบัญชีเรียนต่อ MBA ด้วยเหตุผลเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพมากที่สุดจำนวน 13 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.20) รองลงมาคืออยากนำความรู้ไปประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.60) ต้องการปรับวุฒิเพื่อเลื่อนตำแหน่งจำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 0.80) รองลงมาคืออยากนำความรู้ไปประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 30 ตัวอย่างสำหรับผู้ที่กำลังศึกษาสาขาวิชาการตลาดเรียนต่อ MBA เรียนต่อ MBA ด้วยเหตุผล

เพื่อความก้าวหน้าในอาชีพมากที่สุดจำนวน 52 ตัวอย่าง (ร้อยละ 20.80) รองลงมาคืออยากนำความรู้ไปประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 30 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.00) และต้องการปรับวุฒิเพื่อเลื่อนตำแหน่งจำนวน 22 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.80) ผู้ที่กำลังศึกษาสาขาวิชาการจัดการเรียนต่อ MBA ด้วยเหตุผลต้องการปรับวุฒิมากที่สุดจำนวน 23 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.20) รองลงมาคือเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพจำนวน 18 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.20) อยากนำความรู้ไปประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 6 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.40) และไม่ชอบสายงานเดิมจำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.00) สำหรับผู้ที่กำลังศึกษา MBA สาขาวิชาอื่นมีเหตุผลในการตัดสินใจศึกษาต่อด้วยเหตุผลเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพต้องการปรับวุฒิมากที่สุดจำนวน 27 ตัวอย่าง (ร้อยละ 10.80) รองลงมาคือต้องการปรับวุฒิจำนวน 15 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.00) อยากนำความรู้ไปประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.60) ไม่ชอบสายงานเดิม 4 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.60) และอื่น ๆ จำนวน 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ (1.20)

จากตารางที่ 67 พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลในการตัดสินใจเรียนต่อปริญญาโท MBA มีค่า Significance น้อยกว่า 0.05 (0.07) นั่นคือปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_a หมายความว่าสาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่ต่างก็มีเหตุผลในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท MBA แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 รายได้ต่างกันตัดสินใจเลือกสถานประกอบการศึกษาต่างกัน

Ho : รายได้ต่างกันตัดสินใจเลือกสถานประกอบการศึกษาไม่ต่างกัน

Hi : รายได้ต่างกันตัดสินใจเลือกสถานประกอบการศึกษาต่างกัน

ตารางที่ 68 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของการเลือกสถานประกอบการศึกษาจำแนกตามรายได้

สถาบันการศึกษา	รายได้												รวม	
	น้อยกว่า 8,000		8,001-12,000		12,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถาบันของรัฐ (ร้อยละ within total)	34.00 (13.60)	21.10	37.00 (14.80)	23.00	13.00 (5.20)	8.10	18 (7.20)	11.20	17.00 (6.80)	10.60	42.00 (16.80)	26.10	161.00 (64.40)	100.00
สถาบันของเอกชน (ร้อยละ within total)	18.00 (7.20)	20.20	28.00 (11.20)	31.50	14.00 (5.60)	15.70	9 (3.60)	10.10	13.00 (5.20)	14.60	7.00 (2.80)	7.90	89.00 (35.60)	100.00
รวม (ร้อยละ within total)	52.00 (20.80)	20.80	65.00 (26.00)	26.00	27.00 (10.80)	10.80	27 (10.80)	10.80	30.00 (12.00)	12.00	49.00 (19.60)	19.60	250.00 (100.00)	100.00

ค่าโคสแควร์ = 15.270 ค่า Sig. = .009

จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้ที่กำลังศึกษาต่อระดับปริญญา MBA ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เรียนในสถานประกอบการของรัฐจำนวน 161 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 64.40 และเรียนในสถาบันของเอกชนจำนวน 89 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 35.60 เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่าผู้ที่ศึกษาอยู่ในสถาบันของรัฐมีรายได้อยู่ในช่วง 25,001 บาทขึ้นไปมากที่สุดจำนวน 42 ตัวอย่าง (ร้อยละ 26.10 ของผู้ที่ศึกษาในสถาบันของรัฐ) รองลงมาคือ มีรายได้ในช่วง 8,001-12,000 บาทจำนวน 37 ตัวอย่าง (ร้อยละ 23.00) รายได้น้อยกว่า 8,000 บาทจำนวน 34 ตัวอย่าง (ร้อยละ 21.10) มีรายได้ 15,001-20,000 บาทจำนวน 18 ตัวอย่าง (ร้อยละ 11.20) มีรายได้ 20,001-25,000 บาทจำนวน 17 ตัวอย่าง (ร้อยละ 10.60) รายได้น้อยกว่า และมีรายได้ 12,001-15,000 บาทจำนวน 13 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.10)

สำหรับผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 8,000 บาทจำนวน 34 ตัวอย่าง (ร้อยละ 21.10) ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า มีรายได้ในช่วง 8,001-12,000 บาทมากที่สุดจำนวน 28 ตัวอย่าง (ร้อยละ 31.50 ของผู้ที่ศึกษาในสถานประกอบการของเอกชน) รองลงมาคือ มีรายได้น้อยกว่า 8,000 บาทจำนวน 18 ตัวอย่าง (ร้อยละ 20.20) มีรายได้ในช่วง 12,001-15,000 บาทจำนวน 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.70) มีรายได้ในช่วง 20,001-25,000 บาทจำนวน 13 ตัวอย่าง (ร้อยละ 14.60) มีรายได้ในช่วง 15,001-20,000 บาทจำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 10.10) และมีรายได้ในช่วง 25,001 บาทขึ้นไปจำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.90)

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ที่กำลังศึกษาต่อในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่างกันเลือกสถานประกอบการศึกษาต่อต่างกันนั้นมีค่า Significance น้อยกว่า 0.05 (0.009) นั่นคือปฏิเสธ Ho ยอมรับ Hi หมายความว่ารายได้ต่างกันตัดสินใจเลือกสถานประกอบการศึกษาต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 อาชีพต่างกันมีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน

Ho : อาชีพต่างกันมีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ไม่ต่างกัน

Hi : อาชีพต่างกันมีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน

ตารางที่ 69 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA จำแนกตามอาชีพ

ความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษา MBA	อาชีพ												รวม	
	นักศึกษา		ข้าราชการ		พณ.รัฐวิสาหกิจ		พณ.เอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		อื่น ๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีความก้าวหน้าในอาชีพ (ร้อยละ within total)	49.00 (19.60)	53.80	10.00 (4.00)	66.70	12.00 (4.80)	70.60	47 (18.80)	47.00	6.00 (2.40)	25.00	1.00 (0.40)	33.30	125.00 (50.00)	50.00
ได้วุฒิที่สูงขึ้น (ร้อยละ within total)	4.00 (1.60)	4.40	0.00 (0.00)	0.00	2.00 (0.80)	11.80	5 (2.20)	5.00	2.00 (0.80)	8.30	1.00 (0.40)	33.30	14.00 (5.60)	5.60
นำความรู้ไปประกอบธุรกิจ (ร้อยละ within total)	22.00 (8.80)	24.20	4.00 (1.60)	26.70	2.00 (0.80)	11.80	24.00 (9.60)	24.00	16.00 (6.40)	66.67	1.00 (0.40)	33.30	69.00 (27.60)	27.60
มีความรู้เฉพาะทาง (ร้อยละ within total)	13.00 (5.20)	14.30	1.00 (0.40)	6.70	1.00 (0.40)	5.90	15.00 (6.00)	15.00	0.00 (0.00)	0.00	0.00 (0.00)	0.00	30.00 (12.00)	12.00
ได้เพื่อนได้สังคมธุรกิจ (ร้อยละ within total)	2.00 (0.80)	2.20	0.00 (0.00)	0.00	0.00 (0.00)	0.00	8.00 (3.20)	8.00	0.00 (0.00)	0.00	0.00 (0.00)	0.00	10.00 (4.00)	4.00
อื่น ๆ (ร้อยละ within total)	1.00 (0.40)	1.10	0.00 (0.00)	0.00	0.00 (0.00)	0.00	1.00 (0.40)	1.00	0.00 (0.00)	0.00	0.00 (0.00)	0.00	2.00 (0.80)	0.80
รวม (ร้อยละ within total)	91.00 (36.40)	100.00	15.00 (6.00)	100.00	17.00 (6.80)	100.00	100 (40.00)	100.00	24.00 (9.60)	100.00	3.00 (1.20)	100.00	250.00 (100.00)	100.00

ค่าโคสแควร์ = 41.332 ค่า Sig.= .021

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้ที่กำลังศึกษาต่อระดับปริญญา MBA ที่ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษาว่าจะมีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ได้เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เงินเดือนสูงขึ้นมากที่สุดจำนวน 125 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50.00 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือความรู้ไปประกอบธุรกิจจำนวน 69 ตัวอย่าง (ร้อยละ 27.60) มีความรู้เฉพาะทางเพื่อโอกาสและตัวเลือกที่ดีกว่าจำนวน 30 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.00) ได้วุฒิที่สูงจำนวน 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.60) ได้เพื่อนได้สังคมได้มุมมองใหม่จำนวน 10 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.00) และอื่น ๆ จำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 0.80)

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่าผู้มีอาชีพนักศึกษามีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษา MBA ว่าจะมีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ได้เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เงินเดือนสูงขึ้นมากที่สุดจำนวน 49 ตัวอย่าง (ร้อยละ 53.80 ของผู้มีอาชีพนักศึกษา) รองลงมาคือนำความรู้ไปประกอบธุรกิจจำนวน 22 ตัวอย่าง (ร้อยละ 24.20) มีความรู้เฉพาะทางเพื่อเพื่อโอกาสและตัวเลือกที่ดีกว่าจำนวน 13 ตัวอย่าง (ร้อยละ 14.30) ได้วุฒิที่สูงขึ้นจำนวน 4 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.40) ได้เพื่อน ได้สังคมธุรกิจได้มุมมองใหม่จำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.20) และอื่น ๆ จำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.10) สำหรับผู้มีอาชีพข้าราชการจำนวน 15 ตัวอย่างมีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษา MBA ว่าจะมีความก้าวหน้าในอาชีพการงานได้เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เงินเดือนสูงขึ้นมากที่สุดจำนวน 10 ตัวอย่าง (ร้อยละ 66.70 ของผู้มีอาชีพข้าราชการ) รองลงมาคือนำความรู้ไปประกอบธุรกิจจำนวน 4 ตัวอย่าง (ร้อยละ 26.70) และมีความรู้เฉพาะทางเพื่อโอกาสและตัวเลือกที่ดีกว่าจำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.70) สำหรับผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 17 ตัวอย่างมีความคาดหวัง เมื่อสำเร็จการศึกษา MBA ว่าจะมีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ได้เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เงินเดือนสูงขึ้นมากที่สุดจำนวน 12 ตัวอย่าง (ร้อยละ 70.60 ของผู้มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ) รองลงมาคือนำความรู้ไปประกอบธุรกิจและได้วุฒิที่สูงขึ้นจำนวน 2 ตัวอย่างเท่ากัน (ร้อยละ 11.80) และมีความรู้เฉพาะทางเพื่อโอกาส และตัวเลือกที่ดีกว่าจำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.90) สำหรับผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 100 ตัวอย่างมีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษา MBA ว่าจะมีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ได้เลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง เงินเดือนสูงขึ้นมากที่สุดจำนวน 47 ตัวอย่าง (ร้อยละ 47.00 ของผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน) รองลงมาคือนำความรู้ไปประกอบธุรกิจจำนวน 24 ตัวอย่าง (ร้อยละ 24.00) มีความรู้เฉพาะทางเพื่อโอกาสและตัวเลือกที่ดีกว่าจำนวน 15 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.00) ได้เพื่อน ได้สังคมธุรกิจได้มุมมองใหม่จำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.00) ได้วุฒิที่สูงขึ้นจำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.00) และอื่น ๆ จำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.00) สำหรับผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวน 24 ตัวอย่าง มีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษา MBA ว่าจะนำความรู้ไปประกอบธุรกิจมากที่สุดจำนวน 16 ตัวอย่าง (ร้อยละ 66.67 ของผู้มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว) รองลงมาคือ มีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ได้เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เงินเดือนสูงขึ้นจำนวน 6 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.00) และได้วุฒิที่สูงขึ้นจำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.30) สำหรับผู้มีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 3 ตัวอย่าง มีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษา MBA ว่าจะมีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ได้เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เงินเดือนสูงขึ้น ได้วุฒิที่สูงขึ้น และนำความรู้ไปประกอบธุรกิจจำนวนเท่ากันคือ 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 33.33 ของผู้มีอาชีพอื่น ๆ

จากตารางที่ 69 พบว่าผู้ที่กำลังศึกษาต่อในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษา MBA ต่างกันนั้นมีค่า Significance น้อยกว่า 0.05 (0.021) นั่นคือปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายความว่าอาชีพต่างกันมีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 ประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน

Ho : 4.1. ประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการที่มีผู้สนใจศึกษาในหลักสูตร MBA มากด้วยเหตุผลที่ไม่ต่างกัน

Hi : 4.1 ประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการที่มีผู้สนใจศึกษาในหลักสูตร MBA มากด้วยเหตุผลที่ต่างกัน

ตารางที่ 70 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นต่อการที่มีผู้สนใจศึกษาในหลักสูตร MBA มาก จำแนกตามประเภทของสถาบันการศึกษา

สาเหตุที่คนสนใจเรียน MBA มาก	ประเภทของสถาบันการศึกษา						ค่าโคสแควร์	ค่า Sig
	สถาบันของรัฐ		สถาบันของเอกชน		รวม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
จบสาขาไหนก็เรียนได้ (ร้อยละ within total)	24.00 (15.20)	26.40	19.00 (12.00)	28.40	43.00 (27.20)	27.20	2.210	0.947
จบแล้วมีโอกาสก้าวหน้าสูง (ร้อยละ within total)	25.00 (15.80)	27.50	21.00 (13.30)	31.30	46.00 (29.10)	29.10		
สามารถนำไปบริหารธุรกิจส่วนตัวได้ (ร้อยละ within total)	14.00 (8.90)	15.40	9.00 (5.70)	13.40	23.00 (14.60)	14.60		
ต้องการเปลี่ยนสายงานที่ทำอยู่ (ร้อยละ within total)	3.00 (1.90)	3.30	3.00 (1.90)	4.50	6.00 (3.80)	3.80		
ตอบสนองความต้องการของตลาด (ร้อยละ within total)	14.00 (8.90)	15.40	8.00 (5.10)	11.90	22.00 (13.90)	13.90		
จบสายบริหารธุรกิจอื่น ๆ มาก่อน (ร้อยละ within total)	5.00 (3.20)	5.50	2.00 (1.30)	3.00	7.00 (4.40)	4.40		
เรียนตามเพื่อน (ร้อยละ within total)	4.00 (2.50)	4.40	2.00 (1.30)	3.00	6.00 (3.80)	3.80		
อื่น ๆ (ร้อยละ within total)	2.00 (1.30)	2.20	3.00 (1.90)	4.50	5.00 (3.20)	3.20		
รวม (ร้อยละ within total)	91.00 (57.60)	100.00	67.00 (42.40)	100.00	158.00 (100.00)	100.00		

จากตารางที่ 70 พบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญา MBA ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 158 ตัวอย่าง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผู้ความสนใจเรียนหลักสูตร

MBA จำนวนมากมาจากเหตุผลว่าจบแล้วมีโอกาสดำรงตำแหน่งมากที่สุดจำนวน 46 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 29.10 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) รองลงมาคือ

จบสาขาไหนก็เรียนได้จำนวน 43 ตัวอย่าง (ร้อยละ 27.20) สามารถนำไปบริหารธุรกิจส่วนตัวได้จำนวน 23 ตัวอย่าง (ร้อยละ 14.60) ตอบสนองความต้องการของตลาด

จำนวน 22 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.90) จบสายบริหารธุรกิจมาก่อนจำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.40) ต้องการเปลี่ยนสายงานที่ทำงานอยู่และเรียนตามเพื่อนจำนวนเท่ากัน คือ 6 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.80) และอื่น ๆ จำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.20)

เมื่อจำแนกตามประเภทของสถาบันการศึกษาพบว่าผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันของรัฐจำนวน 91 ตัวอย่าง (ร้อยละ 57.60 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผู้ให้ความสนใจหลักสูตร MBA มากด้วยเหตุผลว่าจบแล้วมีโอกาสก้าวหน้าสูงมากที่สุดจำนวน 25 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 27.50 ของผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันของรัฐ) รองลงมาคือจบสาขาไหนก็เรียนได้จำนวน 24 ตัวอย่าง (ร้อยละ 26.40) สามารถนำไปบริหารธุรกิจส่วนตัวได้ และตอบสนองความต้องการของตลาดจำนวนเท่ากันคือ 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.40) จบสายบริหารธุรกิจมาก่อนจำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.50) เรียนตามเพื่อนจำนวน 4 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.40) ต้องการเปลี่ยนสายงานที่ทำงานอยู่จำนวน 3 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.30) และอื่น ๆ จำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.20) สำหรับผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันการศึกษาของเอกชนจำนวน 67 ตัวอย่าง (ร้อยละ 42.40 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผู้ให้ความสนใจเรียนหลักสูตร MBA มากด้วยเหตุผลว่าจบแล้วมีโอกาสก้าวหน้าสูงมากที่สุด จำนวน 21 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 31.30 ของผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันของเอกชน) รองลงมาคือจบสาขาไหนก็เรียนได้จำนวน 19 ตัวอย่าง (ร้อยละ 28.40) สามารถนำไปบริหารธุรกิจส่วนตัวได้จำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.40) ตอบสนองความต้องการของตลาดจำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 11.90) ต้องการเปลี่ยนสายงานที่ทำงานอยู่และอื่น ๆ จำนวนเท่ากันคือ 3 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.50) และจบสายบริหารธุรกิจมาก่อนจำนวน 2 ตัวอย่าง เท่ากับเหตุผลที่ว่าเรียนตามเพื่อน (ร้อยละ 3.00)

จากตารางที่ 70 พบว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของสถาบันต่างกันนั้นมีความคิดเห็นต่อการที่มีผู้สนใจศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกันนั้นมีค่า Significance มากกว่า 0.05 (0.947) นั่นคือปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_a หมายความว่าประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการที่มีผู้สนใจศึกษาในหลักสูตร MBA มากด้วยเหตุผลที่ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 ประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน

Ho : 4.2. ประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นว่ามาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันไม่ต่างกัน

Hi : 4.2. ประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นว่ามาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันต่างกัน

ตารางที่ 71 จำนวน ร้อยละ ค่าไคสแควร์ของความคิดเห็นต่อมาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากัน จำแนกตามประเภทของสถาบันการศึกษา

มาตรฐานการศึกษาของแต่ละ สถาบันไม่เท่ากัน	ประเภทของสถาบันการศึกษา						ค่าไคสแควร์	ค่า Sig
	สถาบันของรัฐ		สถาบันของเอกชน		รวม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เห็นด้วย (ร้อยละ within total)	74.00 (49.70)	86.00	56.00 (37.60)	88.90	86.00 (57.70)	57.70	0.264	0.607
ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ within total)	12.00 (8.10)	14.00	7.00 (4.70)	11.10	63.00 (42.30)	42.30		
รวม (ร้อยละ within total)	86.00 (57.70)	100.00	63.00 (42.30)	100.00	149.00 (100.00)	100.00		

จากตารางที่ 71 พบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญา MBA ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 149 ตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันเห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 86 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 57.70 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ไม่เห็นด้วยจำนวน 63 ตัวอย่าง (ร้อยละ 42.30 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) เมื่อจำแนกตามประเภทสถาบันการศึกษาพบว่าสถาบันการศึกษาของรัฐส่วนใหญ่เห็นด้วยจำนวน 74 ตัวอย่าง (ร้อยละ 86.00 ของสถาบันของรัฐ) และไม่เห็นด้วยจำนวน 12 ตัวอย่าง (ร้อยละ 14.00) สำหรับผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันการศึกษาของเอกชนจำนวน 63 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่ามาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่ต่างกันจำนวน 56 ตัวอย่าง (ร้อยละ 88.90 ของผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันเอกชน) ไม่เห็นด้วยจำนวน 7 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 11.10 ของผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันเอกชน)

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของสถาบันต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันต่างก็นับว่ามีค่า Significance มากกว่า 0.05 (0.607) นั่นคือปฏิเสธ Hi ยอมรับ Ho หมายความว่าประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นว่ามาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันไม่ต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 ประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการศึกษานในหลักสูตร MBA ต่างกัน

Ho : 4.3. ประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อมาตรฐานการศึกษานในหลักสูตร MBA ไม่ต่างกัน

Hi : 4.3. ประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อมาตรฐานการศึกษานในหลักสูตร MBA ต่างกัน

ตารางที่ 72 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อมาตรฐานการศึกษานในหลักสูตร MBA จำแนกตามประเภทของสถาบันการศึกษา

มาตรฐานของสถาบันการศึกษาที่ได้จาก	ประเภทของสถาบันการศึกษา						ค่าโคสแควร์	ค่า Sig		
	สถาบันของรัฐ		สถาบันของเอกชน		รวม					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ชื่อเสียงของสถาบัน (ร้อยละ within total)	36.00 (22.80)	39.60	20.00 (12.70)	29.90	56.00 (35.40)	35.40	7.213	0.407		
จำนวนผู้สมัครเรียน (ร้อยละ within total)	3.00 (1.90)	3.30	6.00 (3.80)	9.00	9.00 (5.70)	5.70				
ระยะเวลาที่เปิดสอน (ร้อยละ within total)	3.00 (1.90)	3.30	4.00 (2.50)	6.00	7.00 (4.40)	4.40				
ความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้น (ร้อยละ within total)	12.00 (7.60)	13.20	10.00 (6.30)	14.90	22.00 (13.90)	13.90				
ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน (ร้อยละ within total)	7.00 (4.40)	7.70	6.00 (3.80)	9.00	13.00 (8.20)	8.20				
การร่วมมือกับสถาบันต่างชาติ (ร้อยละ within total)	1.00 (0.60)	1.10	1.00 (0.60)	1.50	2.00 (1.30)	1.30				
หลักสูตรของสถาบันนั้น (ร้อยละ within total)	22.00 (13.90)	24.20	19.00 (12.00)	28.40	41.00 (25.90)	25.90				
อื่น ๆ (ร้อยละ within total)	7.00 (4.40)	7.70	1.00 (0.60)	1.50	8.00 (5.10)	5.10				
รวม (ร้อยละ within total)	91.00 (57.60)	100.00	67.00 (42.40)	100.00	158.00 (100.00)	100.00				

จากตารางที่ 72 พบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญา MBA ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 158 ตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษานได้จากชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุดจำนวน 56 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 35.40 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) รองลงมาคือหลักสูตรของสถาบันนั้นจำนวน 41 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.90 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้นจำนวน 22 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.90) ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอนจำนวน 13 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.20)

จำนวนผู้สมัครเรียนจำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.70) อื่น ๆ จำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.10) ระยะเวลาที่เปิดสอนจำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.40) และการร่วมมือกับสถาบันต่างชาติจำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.30)

เมื่อจำแนกตามประเภทของสถาบันการศึกษาพบว่าผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันของรัฐจำนวน 91 ตัวอย่าง (ร้อยละ 57.60 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาได้จากชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุดจำนวน 36 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 39.60 ของผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันของรัฐ) รองลงมาคือหลักสูตรของสถาบันนั้นจำนวน 22 ตัวอย่าง (ร้อยละ 24.20) ความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้นจำนวน 12 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.20) ชื่อเสียงของอาจารย์ที่สอนและอื่น ๆ จำนวนเท่ากันคือ 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.70) จำนวนผู้สมัครเรียนและระยะเวลาที่เปิดสอนจำนวนเท่ากันคือ 3 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.30) และการร่วมมือกับสถาบันต่างชาติจำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.10) สำหรับผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันการศึกษาของเอกชนจำนวน 67 ตัวอย่าง (ร้อยละ 42.40 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) เกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาได้จากชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุดจำนวน 20 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 29.90 ของผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันของเอกชน) รองลงมาคือหลักสูตรของสถาบันนั้นจำนวน 19 ตัวอย่าง (ร้อยละ 28.20) ความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้นจำนวน 10 ตัวอย่าง (ร้อยละ 14.90) จำนวนผู้สมัครเรียนและชื่อเสียงของอาจารย์ที่สอนจำนวนเท่ากันคือ 6 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.00) ระยะเวลาที่เปิดสอนจำนวน 4 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.00) และการร่วมมือกับสถาบันต่างชาติและอื่น ๆ จำนวนเท่ากันคือ 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.50)

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของสถาบันต่างกันั้นมีความคิดเห็นต่อมาตรฐานการศึกษาได้จากปัจจัยที่ต่างกันนั้นมีค่า Significance มากกว่า 0.05 (0.407) นั่นคือปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_a หมายความว่าประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อมาตรฐานการศึกษาไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 ประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน

Ho : 4.4 ประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นว่าจะจบการศึกษา MBA แล้วคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายไม่ต่างกัน

Hi : 4.4 ประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นว่าจะจบการศึกษา MBA แล้วคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายต่างกัน

ตารางที่ 73 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นเมื่อจบการศึกษา MBA แล้วคุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย จำแนกตามประเภทของสถาบันการศึกษา

จบการศึกษา MBA แล้วคุ้มค่าหรือไม่	ประเภทของสถาบันการศึกษา						ค่าไคสแควร์	ค่า Sig
	สถาบันของรัฐ		สถาบันของเอกชน		รวม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
คุ้มค่า (ร้อยละ within total)	79.00 (50.30)	87.80	54.00 (34.40)	80.60	90.00 (57.30)	57.30	1.529	0.216
ไม่คุ้มค่า (ร้อยละ within total)	11.00 (7.00)	12.20	13.00 (8.30)	19.40	67.00 (42.70)	42.70		
รวม (ร้อยละ within total)	90.00 (57.30)	100.00	67.00 (42.70)	100.00	157.00 (100.00)	100.00		

จากตารางที่ 73 พบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญา MBA ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 157 ตัวอย่าง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายเมื่อจบการศึกษา MBA แล้วเห็นว่าคุ้มค่ามากที่สุดจำนวน 90 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 57.30 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ไม่คุ้มค่าจำนวน 67 ตัวอย่าง (ร้อยละ 42.70 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) เมื่อจำแนกตามประเภทสถาบันการศึกษาพบว่าสถาบันการศึกษาของรัฐส่วนใหญ่เห็นว่าคุ้มค่าจำนวน 79 ตัวอย่าง (ร้อยละ 87.80 ของผู้จบจากสถาบันของรัฐ) และไม่คุ้มค่าจำนวน 11 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.20 ของผู้จบการศึกษาจากสถาบันของรัฐ) สำหรับผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันการศึกษาของเอกชนจำนวน 67 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เห็นว่าคุ้มค่าจำนวน 54 ตัวอย่าง (ร้อยละ 80.60 ของผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันเอกชน) ไม่คุ้มค่าจำนวน 13 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 19.40 ของผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันเอกชน)

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของสถาบันต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคุ้มค่าเมื่อจบการศึกษา MBA ต่างกันนั้นมีค่า Significance มากกว่า 0.05 (0.216) นั่นคือปฏิเสธ Hi ยอมรับ Ho หมายความว่าประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นว่าจะจบการศึกษา MBA แล้วคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5 รายได้ต่างกันมีทัศนคติต่อการศึกษในหลักสูตร MBA ต่างกัน

Ho : 5.1. รายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการที่มีผู้สนใจศึกษาในหลักสูตร MBA มากด้วยเหตุผลที่ไม่ต่างกัน

Hi : 5.1 รายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการที่มีผู้สนใจศึกษาในหลักสูตร MBA มากด้วยเหตุผลที่ต่างกัน

ตารางที่ 74 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นต่อการที่มีผู้สนใจศึกษาในหลักสูตร MBA มาก จำแนกตามรายได้

สาเหตุที่คนสนใจเรียน MBA มาก	รายได้									
	น้อยกว่า 15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,000 บาทขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จบสาขาไหนก็เรียนได้ (ร้อยละ within total)	5.00 (3.20)	13.20	12.00 (7.60)	38.70	17.00 (10.80)	42.50	9.00 (5.70)	18.80	43.00 (27.20)	27.20
จบแล้วมีโอกาสดำรงตำแหน่ง (ร้อยละ within total)	10.00 (6.40)	26.30	9.00 (5.70)	29.00	14.00 (8.90)	35.40	13.00 (8.30)	27.10	46.00 (29.10)	29.10
สามารถนำไปบริหารธุรกิจส่วนตัวได้ (ร้อยละ within total)	6.00 (3.80)	15.80	3.00 (1.90)	9.70	2.00 (1.30)	5.00	12.00 (7.60)	25.00	23.00 (14.60)	14.60
ต้องการเปลี่ยนสายงานที่ทำงานอยู่ (ร้อยละ within total)	2.00 (1.30)	5.30	0.00 (0.00)	0.00	0.00 (0.00)	0.00	4.00 (2.50)	8.30	6.00 (3.80)	3.80
ตอบสนองความต้องการของตลาด (ร้อยละ within total)	10.00 (6.40)	26.30	2.00 (1.30)	6.50	5.00 (3.20)	12.50	5.00 (3.20)	10.40	22.00 (13.90)	13.90
จบสายบริหารธุรกิจอื่น ๆ มาก่อน (ร้อยละ within total)	2.00 (1.30)	5.30	1.00 (0.60)	3.20	1.00 (0.60)	2.50	2.00 (1.30)	4.20	6.00 (3.80)	3.80
เรียนตามเพื่อน (ร้อยละ within total)	1.00 (0.60)	2.60	2.00 (1.30)	6.50	1.00 (0.60)	2.50	2.00 (1.30)	4.20	6.00 (3.80)	3.80
อื่น ๆ (ร้อยละ within total)	2.00 (1.30)	5.30	2.00 (1.30)	6.50	0.00 (0.00)	0.00	1.00 (0.60)	2.10	5.00 (3.20)	3.20
รวม (ร้อยละ within total)	38.00 (24.20)	100.00	31.00 (19.70)	100.00	40.00 (25.50)	100.00	48.00 (30.60)	100.00	157.00 (100.00)	100.00

ค่าโคสแควร์ = 31.851 ค่า Sig. = .061

จากตารางที่ 74 พบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญา MBA ที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการมีผู้ให้ความสนใจเรียนหลักสูตร MBA จำนวนมากมาจากเหตุผล

ว่าจบแล้วมีโอกาสดำรงตำแหน่งมากที่สุดจำนวน 46 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 29.10 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) รองลงมาคือจบสาขาไหนก็เรียนได้จำนวน 43 ตัวอย่าง

(ร้อยละ 27.20) สามารถนำไปบริหารธุรกิจส่วนตัวได้จำนวน 23 ตัวอย่าง (ร้อยละ 14.60) ตอบสนองความต้องการของตลาดจำนวน 22 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.90) จบสายบริหารธุรกิจ

มาก่อน เรียนตามเพื่อนและต้องการเปลี่ยนสายงานที่ทำงานอยู่จำนวนเท่ากันคือ 6 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.80) และอื่น ๆ จำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.20)

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่าผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทจำนวน 38 ตัวอย่าง (ร้อยละ 24.20 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผู้ให้ความสนใจหลักสูตร MBA มากด้วยเหตุผลว่าจบแล้วมีโอกาสก้าวหน้าสูงและตอบสนองความต้องการของตลาดมากที่สุดจำนวน 10 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 6.40 ของผู้มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท) รองลงมาคือสามารถนำไปบริหารธุรกิจส่วนตัวได้จำนวน 6 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.80 ของผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท) จบสาขาไหนก็เรียนได้จำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.20) ต้องการเปลี่ยนสายงานที่ทำอยู่และจบสายบริหารธุรกิจอื่น ๆ มาก่อน และอื่น ๆ จำนวนเท่ากันคือ 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.30) เรียนตามเพื่อนจำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 0.60) สำหรับผู้มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาทจำนวน 31 ตัวอย่าง (ร้อยละ 19.70 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผู้ให้ความ สนใจหลักสูตร MBA มากด้วยเหตุผลว่าจบสาขาไหนก็เรียนได้จำนวน 12 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 7.60 ของผู้มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท) รองลงมาคือจบแล้วมีโอกาส ก้าวหน้าสูงจำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.70 ของผู้มีรายได้ 15,001 - 20,000) สามารถนำไปบริหารธุรกิจส่วนตัวได้จำนวน 3 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.90) ตอบสนองความต้องการ ของตลาด เรียนตามเพื่อน และอื่น ๆ จำนวนเท่ากันคือ 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.30) และจบสายบริหารธุรกิจอื่น ๆ มาก่อนจำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 0.60) สำหรับผู้มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาทจำนวน 40 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.50 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผู้ให้ความสนใจหลักสูตร MBA มาก ด้วยเหตุผลว่าจบสาขาไหนก็เรียนได้มากที่สุดจำนวน 17 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 10.80 ของผู้มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท) รองลงมาคือจบแล้วมีโอกาสก้าวหน้าสูงจำนวน 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.90 ของผู้มีรายได้ 20,001-25,000) ตอบสนองความต้องการของตลาดจำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.20) และจบสายบริหารธุรกิจอื่น ๆ มาก่อน และเรียนตามเพื่อนจำนวนเท่ากันคือ 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 0.60) สำหรับผู้มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไปจำนวน 48 ตัวอย่าง (ร้อยละ 30.60 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผู้ให้ความสนใจหลักสูตร MBA มากด้วยเหตุผลว่าจบแล้วมีโอกาสก้าวหน้าสูงมากที่สุดจำนวน 13 (ร้อยละ 8.30 ของผู้มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป) รองลงมาคือสามารถนำไปบริหารธุรกิจส่วนตัวได้จำนวน 12 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.60) จบสาขาไหนก็เรียนได้จำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.70) ตอบสนองความต้องการของตลาด จำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.20) สามารถนำไปบริหารธุรกิจส่วนตัวได้และเรียนตามเพื่อนจำนวนเท่ากันคือ 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.30) และ อื่น ๆ จำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 0.60)

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่างกันนั้นมีความคิดเห็นต่อการที่มีผู้สนใจศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกันนั้นมีค่า Significance มากกว่า 0.05 (0.061) นั่นคือปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_a หมายความว่าผู้มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการที่มีผู้สนใจศึกษาหลักสูตร MBA มากด้วยเหตุผลที่ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5 รายได้ต่างกันมีทัศนคติต่อการศึกษามหาวิทยาลัย MBA ต่างกัน

Ho : 5.2. รายได้ต่างกันมีความคิดเห็นว่ามาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันไม่ต่างกัน

Hi : 5.2. รายได้ต่างกันมีความคิดเห็นว่ามาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันต่างกัน

ตารางที่ 75 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นต่อมาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากัน จำแนกตามรายได้

มาตรฐานการศึกษาของแต่ละ สถาบันไม่เท่ากัน	รายได้									
	น้อยกว่า 15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,000 บาทขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย (ร้อยละ within total)	33.00 (22.30)	89.20	24.00 (16.20)	85.70	33.00 (22.30)	86.80	39.00 (26.40)	86.70	129.00 (87.20)	87.20
ไม่เห็นด้วย (ร้อยละ within total)	4.00 (2.70)	10.80	4.00 (2.70)	14.30	5.00 (3.40)	13.20	6.00 (13.30)	13.30	19.00 (12.80)	12.80
รวม (ร้อยละ within total)	37.00 (25.00)	100.00	28.00 (18.90)	100.00	38.00 (25.70)	100.00	45.00 (30.40)	100.00	148.00 (100.00)	100.00

ค่าโคสแควร์ = .202 ค่า Sig. = .977

จากตารางที่ 75 พบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญา MBA ที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันว่าเห็นด้วยมากที่สุดจำนวน 129 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 87.20 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ไม่เห็นด้วยจำนวน 19 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.80 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่า ผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทส่วนใหญ่เห็นด้วยจำนวน 33 ตัวอย่าง (ร้อยละ 89.20 ของผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท) และไม่เห็นด้วยจำนวน 4 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.70) สำหรับผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาทจำนวน 28 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่ามาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันจำนวน 24 ตัวอย่าง (ร้อยละ 85.70 ของผู้มีรายได้ 15,001-20,000) ไม่เห็นด้วยจำนวน 4 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 2.70 ของผู้มีรายได้ 15,001-20,000) สำหรับผู้มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาทจำนวน 38 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่ามาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันจำนวน 33 ตัวอย่าง (ร้อยละ 86.80 ของผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท) และไม่เห็นด้วยจำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.20 ของผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท) สำหรับผู้มีรายได้ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไปจำนวน 45 คน ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่ามาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันจำนวน 39 ตัวอย่าง (ร้อยละ 86.70 ของผู้มีรายได้ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไป) และไม่เห็นด้วยจำนวน 6 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.30 ของผู้มีรายได้ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไป)

จากตารางที่ 75 พบว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่เท่ากัน ต่างกันนั้นมีค่า Significance มากกว่า 0.05 (0.977) นั่นคือปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_a หมายความว่าผู้ที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นว่ามาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากัน ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5 รายได้ต่างกันมีทัศนคติต่อการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน

H_0 : 5.3. รายได้ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อมาตรฐานการศึกษาในหลักสูตร MBA ไม่ต่างกัน

H_1 : 5.3 รายได้ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อมาตรฐานการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน

ตารางที่ 76 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อมาตรฐานการศึกษาในหลักสูตร MBA จำแนกตามรายได้

มาตรฐานของสถาบันการศึกษาได้จาก	รายได้									
	น้อยกว่า 15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,000 บาทขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงของสถาบัน (ร้อยละ within total)	11.00 (7.00)	28.90	14.00 (8.90)	45.20	19.00 (12.10)	47.50	12.00 (7.60)	25.00	56.00 (35.40)	35.40
จำนวนผู้สมัครเรียน (ร้อยละ within total)	2.00 (1.30)	5.30	2.00 (1.30)	6.50	5.00 (3.20)	12.50	0.00 (0.00)	0.00	9.00 (5.70)	5.70
ระยะเวลาที่เปิดสอน (ร้อยละ within total)	1.00 (0.60)	2.60	2.00 (1.30)	6.50	1.00 (0.60)	2.50	3.00 (1.90)	6.30	7.00 (4.50)	4.50
ความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้น (ร้อยละ within total)	6.00 (3.80)	15.80	1.00 (0.60)	3.20	3.00 (1.90)	7.50	11.00 (7.00)	22.90	21.00 (13.40)	13.40
ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน (ร้อยละ within total)	1.00 (0.60)	2.60	5.00 (3.20)	16.10	5.00 (3.20)	12.50	2.00 (1.30)	4.20	13.00 (8.30)	8.30
การร่วมมือกับสถาบันต่างชาติ (ร้อยละ within total)	0.00 (0.00)	0.00	0.00 (0.00)	0.00	0.00 (0.00)	0.00	2.00 (1.30)	4.20	2.00 (1.30)	1.30
หลักสูตรของสถาบันนั้น (ร้อยละ within total)	16.00 (10.20)	42.10	7.00 (4.50)	22.60	5.00 (3.20)	12.50	13.00 (8.30)	27.10	41.00 (26.10)	26.10
อื่น ๆ (ร้อยละ within total)	1.00 (0.60)	2.60	0.00 (0.00)	0.00	2.00 (1.30)	5.00	5.00 (3.20)	10.40	8.00 (5.10)	5.10
รวม (ร้อยละ within total)	38.00 (24.20)	100.00	31.00 (19.70)	100.00	40.00 (30.60)	100.00	48.00 (30.60)	100.00	157.00 (100.00)	100.00

ค่าโคสแควร์ = 40.038 ค่า Sig. = .007

จากตารางที่ 76 พบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญา MBA ที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาได้จากชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุด จำนวน 56 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 35.40 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) รองลงมาคือหลักสูตรของสถาบันนั้นจำนวน 41 ตัวอย่าง (ร้อยละ 26.10 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้นจำนวน 21 ตัวอย่าง (ร้อยละ 13.40) ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอนจำนวน 13 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.30) จำนวนผู้สมัครเรียนจำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.70) อื่น ๆ จำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.10) ระยะเวลาที่เปิดสอนจำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.50) และการร่วมมือกับสถาบันต่างชาติจำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.30)

เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่าผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทจำนวน 38 ตัวอย่าง (ร้อยละ 24.20 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาได้จากหลักสูตรของสถาบันมากที่สุดจำนวน 16 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 42.10 ของผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท) รองลงมาคือชื่อเสียงของสถาบันจำนวน 11 ตัวอย่าง (ร้อยละ 28.90) ความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้นจำนวน 6 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.80) จำนวนผู้สมัครเรียนจำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.30) ระยะเวลาที่เปิดสอน ชื่อเสียงของอาจารย์ที่สอนและอื่น ๆ จำนวนเท่ากันคือ 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.60) สำหรับผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาทจำนวน 31 ตัวอย่าง (ร้อยละ 19.70 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาได้จากชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุดจำนวน 14 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 45.20 ของผู้มีรายได้ 15,001-20,000) รองลงมาคือหลักสูตรของสถาบันนั้นจำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 22.60) ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอนจำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 16.10) จำนวนผู้สมัครเรียนและระยะเวลาที่เปิดสอนจำนวนเท่ากันคือ 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.50) และความสำเร็จจากผู้สำเร็จการศึกษามาจากสถาบันนั้นจำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.20) สำหรับผู้มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท สำหรับผู้มีรายได้ตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไปจำนวน 48 ตัวอย่าง (ร้อยละ 30.60 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาได้จากหลักสูตรของสถาบันนั้นมากที่สุดจำนวน 13 ตัวอย่าง (ร้อยละ 27.10 ของผู้มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป) รองลงมาคือชื่อเสียงของสถาบันนั้นจำนวน 12 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25) ความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้นจำนวน 11 ตัวอย่าง (ร้อยละ 22.90) อื่น ๆ จำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 10.40) ระยะเวลาที่เปิดสอนจำนวน 3 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.30) ชื่อเสียงของอาจารย์ที่สอนและการร่วมมือกับสถาบันต่างชาติจำนวนเท่ากันคือ 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.20)

จากตารางที่ 76 พบว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่างกันนั้นมีความคิดเห็นต่อมาตรฐานการศึกษาต่างกันนั้นมีความ Significance น้อยกว่า 0.05 (0.007) นั่นคือยอมรับ H_1 ปฏิเสธ H_0 หมายความว่ารายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อมาตรฐานการศึกษาต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5 รายได้ต่างกันมีทัศนคติต่อการศึกษานในหลักสูตร MBA ต่างกัน

Ho : 5.3 รายได้ต่างกันมีความคิดเห็นว่าการศึกษ MBA แล้วค้ค่ากับค่าใช้จ่ายไม่ต่างกัน

Hi : 5.3 รายได้ต่างกันมีความคิดเห็นว่าการศึกษ MBA แล้วค้ค่ากับค่าใช้จ่ายต่างกัน

ตารางที่ 77 จำนวน ร้อยละ ค่าไคสแควร์ของความคิดเห็นเมื่อจบการศึกษ MBA แล้วค้ค่ากับค่าใช้จ่าย จำแนกตามรายได้

จบการศึกษา MBA แล้วค้ค่าหรือไม่	รายได้									
	น้อยกว่า 15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,000 บาทขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค้ค่า	29.00	76.30	25.00	80.60	31.00	79.50	47.00	97.90	132.00	100.00
(ร้อยละ within total)	(18.60)		(16.00)		(19.90)		(30.10)		(84.60)	
ไม่ค้ค่า	9.00	23.70	6.00	19.90	8.00	20.50	1.00	2.10	24.00	100.00
(ร้อยละ within total)	(5.80)		(3.80)		(5.10)		(0.60)		(42.70)	
รวม	38.00	100.00	31.00	100.00	39.00	100.00	48.00	100.00	156.00	100.00
(ร้อยละ within total)	24.40		(19.90)		(25.00)		(30.80)		(100.00)	

ค่าไคสแควร์ = 9.698 ค่า Sig.= .021

จากตารางที่ 77 พบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญา MBA ที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความค้ค่ากับค่าใช้จ่ายเมื่อจบการศึกษ MBA แล้วเห็นว่าค้ค่ามากที่สุดจำนวน 132 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 84.60 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ไม่ค้ค่าจำนวน 24 ตัวอย่าง (ร้อยละ 42.70 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) เมื่อจำแนกตามรายได้พบว่าผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทส่วนใหญ่เห็นว่าค้ค่าจำนวน 29 ตัวอย่าง (ร้อยละ 76.30 ของผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท) และไม่ค้ค่าจำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 23.70 ของผู้มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท) สำหรับผู้มีรายได้ 15,000-20,000 บาทจำนวน 31 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่เห็นว่าค้ค่าจำนวน 25 ตัวอย่าง (ร้อยละ 80.60 ของผู้มีรายได้ 15,000-20,000 บาท) ไม่ค้ค่าจำนวน 6 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 19.90 ของผู้มีรายได้ 15,000-20,000 บาท) สำหรับผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท จำนวน 39 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.00 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ส่วนใหญ่เห็นว่าค้ค่าจำนวน 31 ตัวอย่าง (ร้อยละ 79.50 ของผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท) ไม่ค้ค่าจำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 20.50 ของผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท) สำหรับผู้มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไปจำนวน 48 ตัวอย่าง (ร้อยละ 30.80 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ส่วนใหญ่เห็นว่าค้ค่าจำนวน 47 ตัวอย่าง (ร้อยละ 97.90 ของผู้มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป) ไม่ค้ค่าจำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.10 ของผู้มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป)

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคุ้มค่าเมื่อจบการศึกษา MBA ต่างกันนั้นมีค่า Significance น้อยกว่า 0.05 (0.021) นั่นคือยอมรับปฏิเสธ H_0 หมายความว่ารายได้ต่างกันมีความคิดเห็นว่าเมื่อจบการศึกษา MBA แล้วคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 6 อายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานของสถาบันการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน

Ho : 6.1 อายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานของสถาบันการศึกษาในหลักสูตร MBA แต่ละสถาบันไม่เท่ากันไม่ต่างกัน

Hi : 6.1 อายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานของสถาบันการศึกษาในหลักสูตร MBA แต่ละสถาบันไม่เท่ากันต่างกัน

ตารางที่ 78 จำนวน ร้อยละ ค่าไคสแควร์ของความคิดเห็นต่อมาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากัน จำแนกตามอายุ

มาตรฐานการศึกษาของแต่ละ สถาบันไม่เท่ากัน	อายุ									
	21-25 ปี		26-30 ปี		31-35 ปี		36 ปีขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	12.00	85.70	40.00	83.30	36.00	85.70	40.00	93.00	128.00	87.10
(ร้อยละ within total)	8.20		(27.20)		(24.50)		(27.20)		(87.10)	
ไม่เห็นด้วย	2.00	14.30	8.00	16.70	6.00	14.30	3.00	7.00	19.00	12.90
(ร้อยละ within total)	1.40		(5.40)		(4.10)		(2.00)		(12.90)	
รวม	14.00	100.00	48.00	100.00	42.00	100.00	43.00	100.00	147.00	100.00
(ร้อยละ within total)	(9.50)		(32.70)		(28.60)		(29.30)		(100.00)	

ค่าไคสแควร์ = 2.041 ค่า Sig. = .564

จากตารางที่ 78 พบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญา MBA ที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันว่าเห็นด้วยมากที่สุดจำนวน 128 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 87.10 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ไม่เห็นด้วยจำนวน 19 ตัวอย่าง (ร้อยละ 12.90 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ผู้มีอายุ 21-25 ปีจำนวน 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.50 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่ามาตรฐานของสถาบันการศึกษาแต่ละสถาบันไม่เท่ากันจำนวน 12 ตัวอย่าง (ร้อยละ 85.70 ของผู้มีอายุ 21-25 ปี) และไม่เห็นด้วยจำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 14.30 ของผู้มีอายุ 21-25 ปี) สำหรับผู้มีอายุ 26-30 ปีจำนวน 48 ตัวอย่าง (ร้อยละ 32.70 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่ามาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันจำนวน 40 ตัวอย่าง (ร้อยละ 83.30 ของผู้มีอายุ 26-30 ปี) และไม่เห็นด้วยจำนวน 8 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 5.40 ของผู้มีอายุ 26-30 ปี) สำหรับผู้มีอายุ 31-35 ปีจำนวน 42 ตัวอย่าง (ร้อยละ 28.60 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่ามาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันจำนวน 36 ตัวอย่าง (ร้อยละ 85.70 ของผู้มีอายุ 31-35 ปี) และไม่เห็นด้วยจำนวน 6 ตัวอย่าง (ร้อยละ 14.30 ของผู้มีอายุ 31-35 ปี) สำหรับผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไปจำนวน 43 ตัวอย่าง (ร้อยละ 29.30 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่ามาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันจำนวน 40 ตัวอย่าง (ร้อยละ 93.00 ของผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไป) และไม่เห็นด้วยจำนวน 3 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.00 ของผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไป)

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันต่างกัน

มีค่า Significance มากกว่า 0.05 (0.564) นั่นคือปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_0 หมายความว่าผู้ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นว่ามาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันไม่ต่างกัน

ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 6 อายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานของสถาบันการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน

H_0 : 6.2 อายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อมาตรฐานการศึกษาในหลักสูตร MBA ไม่ต่างกัน

H_1 : 6.2 อายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อมาตรฐานการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน

ตารางที่ 79 จำนวน ร้อยละ ค่าโคสแควร์ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อมาตรฐานการศึกษาในหลักสูตร MBA จำแนกตามอายุ

มาตรฐานของสถาบันการศึกษาได้จาก	อายุ									
	21 - 25 ปี		26 - 30 ปี		31 - 35 ปี		36 ปีขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงของสถาบัน	8.00	57.10	23.00	45.10	15.00	34.10	9.00	19.10	55.00	35.30
(ร้อยละ within total)	(5.10)		(14.70)		(9.60)		(5.80)		(35.30)	
จำนวนผู้สมัครเรียน	2.00	14.30	4.00	7.80	1.00	2.30	2.00	4.30	9.00	5.80
(ร้อยละ within total)	(1.30)		(2.60)		(0.60)		(1.30)		(5.80)	
ระยะเวลาที่เปิดสอน	1.00	7.10	1.00	2.00	2.00	4.50	3.00	6.40	7.00	4.50
(ร้อยละ within total)	(0.60)		(0.60)		(4.50)		(1.90)		(4.50)	
ความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้น	0.00	0.00	2.00	3.90	10.00	22.70	10.00	21.30	22.00	14.10
(ร้อยละ within total)	0.00		(1.30)		(6.40)		(6.40)		(14.10)	
ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน	0.00	0.00	4.00	7.80	4.00	9.10	5.00	10.60	13.00	8.30
(ร้อยละ within total)	0.00		(2.60)		(2.60)		(3.20)		(8.30)	
การร่วมมือกับสถาบันต่างชาติ	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	2.30	1.00	2.10	2.00	1.30
(ร้อยละ within total)	0.00		0.00		(0.60)		(0.60)		(1.30)	
หลักสูตรของสถาบันนั้น	3.00	21.40	16.00	31.40	8.00	18.20	13.00	27.70	40.00	25.60
(ร้อยละ within total)	(1.90)		(10.30)		(5.10)		(8.30)		(25.60)	
อื่น ๆ	0.00	0.00	1.00	2.00	3.00	6.80	4.00	8.50	8.00	5.10
(ร้อยละ within total)	0.00		(0.60)		(1.90)		(2.60)		(5.10)	
รวม	14.00	100.00	51.00	100.00	44.00	100.00	47.00	100.00	156.00	100.00
(ร้อยละ within total)	(9.00)		(32.70)		(28.20)		(30.10)		(100.00)	

ค่าโคสแควร์ = 28.852 ค่า Sig. = .118

จากตารางที่ 79 พบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญา MBA ที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาที่ได้จากชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุดจำนวน 55 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 35.30 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) รองลงมาคือหลักสูตรของสถาบันนั้นจำนวน 40 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.60 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้นจำนวน 22 ตัวอย่าง (ร้อยละ 14.10) ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอนจำนวน 13 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.30) จำนวนผู้สมัครเรียนจำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.80) อื่น ๆ จำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.10) ระยะเวลาที่เปิดสอนจำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.50) และการร่วมมือกับสถาบันต่างชาติจำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.30)

เมื่อจำแนกตามอายุพบว่าผู้มีอายุ 21-26 ปีจำนวน 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.00 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาที่ได้จากชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุดจำนวน 8 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 57.10 ของผู้มีอายุ 21-26 ปี) รองลงมาคือหลักสูตรของสถาบันนั้นจำนวน 3 ตัวอย่าง (ร้อยละ 21.40 ผู้มีอายุ 21-26 ปี) ตัวอย่าง (ร้อยละ 28.90) ความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้นจำนวน 6 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.80) จำนวนผู้สมัครเรียนจำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 14.30 ผู้มีอายุ 21-26 ปี) และระยะเวลาที่เปิดสอนจำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.10 ผู้มีอายุ 21-26 ปี) สำหรับผู้มีอายุ 26-30 ปีจำนวน 51 ตัวอย่าง (ร้อยละ 32.70 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาที่ได้จากชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุดจำนวน 23 ตัวอย่าง (ร้อยละ 45.10 ของผู้มีอายุ 26-30 ปี) รองลงมาคือหลักสูตรของสถาบันนั้นจำนวน 16 ตัวอย่าง (ร้อยละ 31.40 ของผู้มีอายุ 26-30 ปี) จำนวนผู้สมัครเรียนและชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอนจำนวน 4 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.80 ของผู้มีอายุ 26-30 ปี) ความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้นจำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 3.90 ของผู้มีอายุ 26-30 ปี) และระยะเวลาที่เปิดสอนและอื่น ๆ จำนวน 1 ตัวอย่างเท่ากัน (ร้อยละ 2.00 ของผู้มีอายุ 26-30 ปี) สำหรับผู้มีอายุ 31-35 ปีจำนวน 44 ตัวอย่าง (ร้อยละ 28.20 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาที่ได้จากชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุดจำนวน 15 ตัวอย่าง (ร้อยละ 34.10 ของผู้มีอายุ 31-35 ปี) รองลงมาคือความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้นจำนวน 10 ตัวอย่าง (ร้อยละ 22.50 ของผู้มีอายุ 31-35 ปี) หลักสูตรของสถาบันนั้นจำนวน 8 ตัวอย่าง (ร้อยละ 18.20 ของผู้มีอายุ 31-35 ปี) ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอนจำนวน 4 ตัวอย่าง (ร้อยละ 9.10 ของผู้มีอายุ 31-35 ปี) อื่น ๆ จำนวน 3 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.80 ของผู้มีอายุ 31-35 ปี) ระยะเวลาที่เปิดสอนจำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.50 ของผู้มีอายุ 31-35 ปี) และจำนวนผู้สมัครเรียนและการร่วมมือกับสถาบันต่างชาติจำนวนเท่ากันคือ 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.30 ของผู้มีอายุ 31-35 ปี) สำหรับผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไปจำนวน 47 ตัวอย่าง (ร้อยละ 30.10 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาที่ได้จากหลักสูตรของสถาบันนั้นมากที่สุดจำนวน 13 ตัวอย่าง (ร้อยละ 27.70 ของผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไป) รองลงมาคือความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้นจำนวน 10

ตัวอย่าง (ร้อยละ 21.30 ของผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไป) ชื่อเสียงของสถาบันนั้นจำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 19.10 ของผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไป) ชื่อเสียงของอาจารย์ที่สอนจำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 10.60 ของผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไป) อื่น ๆ จำนวน 4 ตัวอย่าง (ร้อยละ 8.50 ของผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไป) ระยะเวลาที่เปิดสอนจำนวน 3 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.40 ของผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไป) จำนวนผู้สมัครเรียนจำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.30 ของผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไป) และ การร่วมมือกับสถาบันต่างชาติจำนวน 1 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.10 ของผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไป)

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกัันนั้นมีความคิดเห็นต่อมาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันดูได้จากปัจจัยต่างกัน นั้นมีค่า Significance มากกว่า 0.05 (0.118) นั่นคือปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_a หมายความว่าอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อมาตรฐานการศึกษาดูได้จากปัจจัยไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 6 อายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานของสถาบันการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน

H_0 : 6.3 อายุต่างกันมีความคิดเห็นว่ามาตรฐานการสอนของสถาบันการศึกษาของต่างชาติดกับสถาบันการศึกษาของไทยไม่ต่างกัน

H_a : 6.3 อายุต่างกันมีความคิดเห็นว่ามาตรฐานการสอนของสถาบันการศึกษาของต่างชาติดกับสถาบันการศึกษาของไทยต่างกัน

ตารางที่ 80 จำนวน ร้อยละ ค่าไคสแควร์ของความคิดเห็นว่ามาตรฐานการสอนของสถาบันการศึกษาของต่างชาติดกับสถาบันการศึกษาของไทยมีความแตกต่างกัน จำแนกตามอายุ

มาตรฐานการสอนของสถาบันการศึกษา ของไทยและสถาบันการศึกษาของต่าง ชาติแตกต่างกันหรือไม่	อายุ									
	21 - 25 ปี		26 - 30 ปี		31 -35 ปี		36 ปีขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แตกต่างกัน	9.00	64.30	37.00	72.50	37.00	84.10	36.00	76.60	119.00	76.30
(ร้อยละ within total)	(5.80)		(23.70)		(23.70)		(23.10)		(76.30)	
ไม่แตกต่างกัน	5.00	35.70	14.00	27.50	7.00	15.90	11.00	23.40	37.00	23.70
(ร้อยละ within total)	(3.20)		(9.00)		(4.50)		(7.10)		(23.70)	
รวม	14.00	100.00	51.00	100.00	44.00	100.00	47.00	100.00	156.00	100.00
(ร้อยละ within total)	(9.00)		(32.70)		(28.20)		(30.10)		(100.00)	

ค่าไคสแควร์ = 2.992 ค่า Sig. = .393

จากตารางที่ 80 พบว่า ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญา MBA ที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาของสถาบันการศึกษาของต่างชาติกับสถาบันการศึกษาของไทยมีความแตกต่างกันมากที่สุดจำนวน 119 ตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ 76.30 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ไม่แตกต่างกันจำนวน 37 ตัวอย่าง (ร้อยละ 23.70 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) เมื่อจำแนกตามอายุพบว่าผู้มีอายุ 21-25 ปี จำนวน 14 คน (ร้อยละ 5.80 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) เห็นว่ามาตรฐานการศึกษาของไทยและมาตรฐานการศึกษาของต่างชาติแตกต่างกันมากที่สุดจำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 64.30 ของผู้มีอายุ 21-25 ปี) และไม่แตกต่างจำนวน 5 ตัวอย่าง (ร้อยละ 35.70 ของผู้มีอายุ 21-25 ปี) สำหรับผู้มีอายุ 26-30 ปีจำนวน 51 ตัวอย่าง (ร้อยละ 32.70 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ส่วนใหญ่เห็นว่าแตกต่างกันจำนวน 25 ตัวอย่าง (ร้อยละ 80.60 ของผู้มีอายุ 26-30 ปี) มีความคิดเห็นว่ามีมาตรฐานการศึกษาของต่างชาติและของไทยแตกต่างกันมากที่สุดจำนวน 37 ตัวอย่าง (ร้อยละ 23.70 ของผู้มีอายุ 26-30 ปี) ไม่แตกต่างจำนวน 14 ตัวอย่าง (ร้อยละ 20.50 ของผู้มีอายุ 26-30 ปี) สำหรับผู้มีอายุ 31-35 ปีจำนวน 44 ตัวอย่าง (ร้อยละ 28.20 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) มีความคิดเห็นว่ามีมาตรฐานการศึกษาของไทยและต่างชาติแตกต่างกันเป็นส่วนใหญ่จำนวน 37 ตัวอย่าง (ร้อยละ 84.10 ของผู้มีอายุ 31-35 ปี) ไม่แตกต่างจำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 15.90 ของผู้มีอายุ 26-30 ปี) สำหรับผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไปจำนวน 47 ตัวอย่าง (ร้อยละ 30.10 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด) ส่วนใหญ่เห็นว่าแตกต่างกันจำนวน 36 ตัวอย่าง (ร้อยละ 76.60 ของผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไป) มีความคิดเห็นว่ามีมาตรฐานการศึกษาของต่างชาติและของไทยแตกต่างกันมากที่สุดจำนวน 36 ตัวอย่าง (ร้อยละ 76.60 ของผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไป) ไม่แตกต่างจำนวน 11 ตัวอย่าง (ร้อยละ 23.40 ของผู้มีอายุ 36 ปีขึ้นไป)

จากตารางที่ 80 พบว่าผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาของไทยและของต่างชาติต่างกันนั้นมีค่า Significance มากกว่า 0.05 (0.393) นั่นคือปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_a หมายความว่าอายุต่างกันมีความคิดเห็นว่ามีมาตรฐานการศึกษาของไทยและของต่างชาติแตกต่างกันไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ศึกษาทัศนคติของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความสนใจในมาตรฐานคุณภาพของสถาบันการศึกษาในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตร MBA และกลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จหลักสูตร MBA ซึ่งทำงานอยู่ในเขตธุรกิจของกรุงเทพฯ กลุ่มตัวอย่างละ 250 ราย

ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ของกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 250 ตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวนเท่ากันคือ 125 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50 มีอายุอยู่ในช่วง 26 – 30 ปีมากที่สุด รองลงมาคือช่วงอายุ 20 – 25 ปี ร้อยละ 33.60 ช่วงอายุ 31 -35 ปี ร้อยละ 18.40 และช่วงอายุ 36 ปีขึ้นไปร้อยละ 7.20 สำเร็จการศึกษาจากคณะบริหารธุรกิจมากที่สุดจำนวน 162 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 64.80 รองลงมาคืออื่น ๆ (ได้แก่ คณะวิศวกรรม คณะแพทยศาสตร์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คณะเภสัชศาสตร์ ฯลฯ) จำนวน 57 ตัวอย่าง (ร้อยละ 22.80) คณะวิทยาศาสตร์ จำนวน 19 ตัวอย่าง (ร้อยละ 7.60) และคณะศิลปศาสตร์ จำนวน 4 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.80) โดยสำเร็จการศึกษาจากสถาบันของรัฐมากกว่าสถาบันเอกชน กำลังศึกษาสาขาวิชาการตลาดมากที่สุด ร้อยละ 44.40 รองลงมาคือ อื่น ๆ (ได้แก่ สาขาวิชาบัญชี/การเงิน การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ฯลฯ) ร้อยละ 25.20 สาขาวิชาการจัดการ (ร้อยละ 20.80) และการบิน (ร้อยละ 9.60) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด (ร้อยละ 40.00) รองลงมาคือนักศึกษา (ร้อยละ 36.40) ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 9.50) พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 8.10) และข้าราชการ (ร้อยละ 6.00) มีรายได้ในระดับ 8,001 – 12,000 บาทมากที่สุด (ร้อยละ 26.00) รองลงมาคือ น้อยกว่า 8,000 บาท (ร้อยละ 20.80) 25,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 19.60) 20,001

- 25,000 บาท (ร้อยละ 12.00) 12,001 – 15,000 บาทและ 15,100 – 20,000 บาทจำนวนเท่ากัน คือ (ร้อยละ 10.80)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโทเป็นสิ่งจำเป็น จำนวน 199 ตัวอย่าง (ร้อยละ 79.60) และไม่จำเป็น (ร้อยละ 20.40) เกี่ยวกับเหตุผลที่จำเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ว่าต้องการพัฒนางานพัฒนาตนเอง (เพิ่มวุฒิ) มากที่สุด ร้อยละ 29.60 รองลงมาคือ เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ร้อยละ 28.30 เพื่อโอกาสที่ดีและความได้เปรียบในหน้าที่การงาน ร้อยละ 13.05 หาความรู้เพิ่มเติมในการประกอบธุรกิจ (ร้อยละ 12.55) ได้เพื่อนในสังคมธุรกิจ / ได้มุมมองใหม่ ๆ (ร้อยละ 7.00) หน้าที่การงานบังคับให้ต้องเรียนต่อ (ร้อยละ 5.50) และถ้าไม่ได้ศึกษาต่อจะตามวิทยาการไม่ทัน (ร้อยละ 4.00) เหตุผลที่ไม่จำเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโทว่าการที่จะประสบความสำเร็จได้เพราะประสบการณ์การทำงานมากที่สุด (ร้อยละ 33.50) รองลงมาคือ ไม่ต้องจบโทก็ประสบความสำเร็จได้ (ร้อยละ 23.50) ถ้าไม่พร้อมก็ไม่ควรเรียนต่อ (ร้อยละ 17.60) ความรู้ความสามารถหาได้ทั่วไป (ร้อยละ 15.50) และบางอาชีพก็ไม่ต้องใช้ความรู้ระดับปริญญาโท (ร้อยละ 9.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้สำเร็จการศึกษาในสายบริหารธุรกิจในระดับปริญญาตรี จำนวน 78 ตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลที่เปลี่ยนมาเรียนสายบริหารธุรกิจว่าต้องการนำความรู้ไปบริหารธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด (ร้อยละ 35.90) รองลงมาคือ เรียนบริหารกว้างกว่าสายอื่น (ร้อยละ 26.90) ได้งานไม่ตรงกับสายที่เรียนจบเลยมาเรียนเพิ่ม (ร้อยละ 17.90) ไม่ชอบสายที่เรียนมา/อยากเปลี่ยนงาน (ร้อยละ 14.10) และหน้าที่การงานบีบบังคับให้ต้องเรียนต่อด้านบริหาร (ร้อยละ 5.20) ส่วนใหญ่คิดว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) ใคร ๆ ก็เรียนได้จริง (ร้อยละ 74.40) และไม่จริง (ร้อยละ 25.60) สำหรับเหตุผลที่ใคร ๆ ก็สามารถเรียนหลักสูตร MBA ได้ให้เหตุผลว่า ถ้าสนใจและตั้งใจเรียนก็เรียนได้มากที่สุด (ร้อยละ 40.40) รองลงมาคือ บริหารเปิดกว้างกว่าสาขาวิชาอื่นไม่เจาะจง (ร้อยละ 24.20) มีหลายสาขาให้เลือกตามสะดวก (ร้อยละ 9.60) สามารถนำไปใช้ได้ทุกสายอาชีพ (ร้อยละ 8.60) เรียนง่ายกว่าสายอื่น/จบง่ายกว่า (ร้อยละ 7.50) มีเงิน มีเวลาก็สามารถเรียนได้ (ร้อยละ 5.40) และมีสถาบันให้เลือกมากสะดวกกับการเรียน (ร้อยละ 4.30) ใคร ๆ ก็ไม่สามารถเรียนหลักสูตร MBA ได้จำนวน 64 ตัวอย่าง ให้เหตุผลว่า ต้องใช้ความรู้เฉพาะด้านมากที่สุด (ร้อยละ 62.50) รองลงมาคือ ต้องมีสายงานที่เกี่ยวข้อง (ร้อยละ 17.50) ต้องใช้ประสบการณ์การทำงาน (ร้อยละ 14.00) และต้องพร้อมในเรื่องของเงินและเวลา (ร้อยละ 6.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA คือเพื่อความก้าวหน้าของอาชีพการงานในอนาคตมากที่สุด (ร้อยละ 44.00) รองลงมาคือ ต้องการปรับตัวเพื่อเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง เงินเดือน (ร้อยละ 24.80) อยากได้ความรู้นำไปประกอบธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 23.60) และไม่ชอบสายงานเดิม/อยากเปลี่ยนสายงานใหม่ (ร้อยละ 7.60) หน้าที่การงานมีส่วนอย่างมากในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA มากที่สุด (ร้อยละ 45.20) รองลงมาคือ หน้าที่การงานไม่มีส่วนในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA (ร้อยละ 32.80) และหน้าที่การงานมีส่วนในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA แต่ไม่มาก (ร้อยละ 22.00) ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) เป็นการเรียนรู้ที่ยาก (ร้อยละ 74.40) และเรียนไม่ยาก (ร้อยละ 25.60) ส่วนใหญ่กำลังเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) ในหลักสูตรภาษาไทยภาคพิเศษ (ร้อยละ 51.20) รองลงมาคือหลักสูตรภาษาไทยภาคปกติ (ร้อยละ 40.00) หลักสูตรภาษาอังกฤษภาคปกติ (ร้อยละ 6.80) และหลักสูตรภาษาอังกฤษภาคพิเศษ (ร้อยละ 2.00) ส่วนใหญ่คิดว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) เป็นหลักสูตรภาษาไทยกับหลักสูตรภาษาอังกฤษมีความแตกต่างกัน (ร้อยละ 79.60) และไม่แตกต่าง (ร้อยละ 20.40) ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีค่าใช้จ่ายในการศึกษา 100,000 - 200,000 บาท (ร้อยละ 78.80) รองลงมาคือ 200,001 - 300,000 บาท (ร้อยละ 9.60) 300,001 - 400,000 บาท (ร้อยละ 6.00) และ 400,001 - 500,000 (ร้อยละ 5.60) ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) นั้นค่าใช้จ่ายในการศึกษามีผลในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา (ร้อยละ 78.00) และไม่มีผลในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา (ร้อยละ 22.00) ส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของข้อมูลในการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท (MBA) จากการได้ข้อมูลจาก Internet โดยผ่านเว็บไซต์ของสถาบัน (ร้อยละ 44.40) ได้ข้อมูลจากเพื่อนๆ (ร้อยละ 25.20) ได้ข้อมูลจากสถาบันการศึกษานั้นโดยตรง (ร้อยละ 19.20) เป็นศิษย์เก่ามีข้อมูลอยู่แล้ว (ร้อยละ 6.80) ได้ข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (ร้อยละ 3.20) ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) หลักสูตร MBA เรียนที่ไหนก็เหมือนกันไม่จริง จำนวน 177 ตัวอย่าง และเรียนที่ไหนก็เหมือนกันจริง จำนวน 73 ตัวอย่าง (ร้อยละ 29.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าจะจบในการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาในระดับปริญญาโท (MBA) คือต้องเป็นสถาบันที่สามารถเรียนง่าย/จบง่ายมากที่สุด (ร้อยละ 32.20) รองลงมาคือเป็นศิษย์เก่า มีความคุ้นเคย (ร้อยละ 28.30) เพื่อน ครอบครัวแนะนำ/มีเพื่อนเรียนอยู่ (ร้อยละ 25.20) เป็นสถาบันมีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือ และมีคุณภาพ (ร้อยละ 8.50) และความสะดวกในการเดินทาง (ร้อยละ 5.80) ส่วนใหญ่สามารถเข้าเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) ด้วยวิธีการสอบเข้า (ร้อยละ 96.80) สมัครเข้าเรียนได้เลยจำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 2.80) ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีปัญหาและอุปสรรคจำนวน 194

ตัวอย่าง (ร้อยละ 77.60) และไม่มีปัญหาและอุปสรรคในการเรียน จำนวน 56 ตัวอย่าง (ร้อยละ 22.40) สำหรับปัญหาและอุปสรรคจำนวน 194 ตัวอย่างนั้นคือ การใช้ภาษาอังกฤษมากที่สุด (ร้อยละ 22.00) รองลงมาคือไม่มีเวลาอ่านหนังสือสอบ (ร้อยละ 18.80) เคลียร์งานไม่ทัน (ร้อยละ 8.80) ระยะทางในการมาเรียนและเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน เท่ากัน (ร้อยละ 8.40) อ่าน Text book ไม่ได้ (ร้อยละ 5.20) ไม่มีเวลาทำรายงาน (ร้อยละ 3.60) และขาดเรียนบ่อย (ร้อยละ 2.40) ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองบางวิชา (ร้อยละ 60.40) มีการศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเองทุกวิชา (ร้อยละ 38.80) และไม่มี การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง (ร้อยละ 0.80)

ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีเวลาเพียงพอที่จะศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง (ร้อยละ 52.80) และมีเวลาค้นคว้าไม่เพียงพอ (ร้อยละ 47.20) การเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) ผู้สอนใช้ Text book เป็นภาษาอังกฤษเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 57.60) รองลงมาคือใช้ Text book เป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด (ร้อยละ 28.80) และใช้ภาษาไทยเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 13.60) ส่วนใหญ่คิดว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษในการเรียนและจำเป็นต้องมีวิธีแก้ไขการอ่านตำราภาษาอังกฤษ (ร้อยละ 66.80) และไม่มีปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษ (ร้อยละ 33.20)

การประเมินผลการเรียนส่วนใหญ่ใช้วิธีสอบ ทำรายงานและนำเสนอหน้าชั้น (ร้อยละ 79.20) รองลงมาคือสอบและทำรายงาน (ร้อยละ 15.60) สอบอย่างเดียว (ร้อยละ 3.20) และทำรายงานส่งอย่างเดียว (ร้อยละ 2.00) การเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) ส่วนใหญ่มีการประเมินผลการสำเร็จการศึกษาด้วยวิธีสอบประมวลความรู้ (ร้อยละ 87.20) รองลงมาคือการทำวิทยานิพนธ์ (ร้อยละ 9.60) และ ไม่มีทั้งสองอย่าง สอบผ่านทุกวิชาก็ถือว่าจบ (ร้อยละ 3.20) ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) ที่มีการประเมินผลการสำเร็จการศึกษาโดยวิธี ทำวิทยานิพนธ์ และสอบประมวลความรู้มีประโยชน์ (ร้อยละ 95.60) และ ไม่มีประโยชน์ (ร้อยละ 4.40) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพอใจในการประเมินผล (ร้อยละ 94.40) และ ไม่พอใจ (ร้อยละ 5.60)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความพอใจในมาตรฐานและคุณภาพของสถาบันการศึกษาที่กำลังเรียนอยู่ (ร้อยละ 90.40) ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีความแตกต่างในมาตรฐานและคุณภาพของแต่ละสถาบัน (ร้อยละ 82.00) มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีเครื่องมือวัดในมาตรฐานและคุณภาพ คือ หลักสูตรและคุณภาพทางวิชาการ มากที่สุด (ร้อยละ 38.40) รองลงมาคือชื่อเสียงของสถาบันและอาจารย์ผู้สอน (ร้อยละ 26.80) คุณภาพของตัวผู้เรียน (ร้อยละ 24.40) วิธีการประเมินผลการเรียนการสอน (ร้อยละ 5.60) และ เทคโนโลยีและเทคนิคในการเรียนการสอน (ร้อยละ 4.80) ส่วน

ใหญ่คิดว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปแล้วคุ้มค่า (ร้อยละ 94.00) ความคาดหวังเมื่อจบการศึกษาในระดับปริญญาโท (MBA) คือ มีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ได้เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เงินเดือนสูงขึ้น (ร้อยละ 50.00) ได้วุฒิที่สูงขึ้น (ร้อยละ 5.60) นำความรู้ไปประกอบธุรกิจ (ร้อยละ 27.60) มีความรู้เฉพาะทางเพื่อโอกาสและตัวเลือกที่ดีกว่า (ร้อยละ 12.00) ได้เพื่อนในสังคมธุรกิจ ได้มุมมองใหม่ๆ (ร้อยละ 4.00)

ตอนที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในการเรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ของกลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

กลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ที่ทำงานอยู่ในย่านธุรกิจของเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 250 ตัวอย่าง เก็บตัวอย่างและนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์มาวิเคราะห์ได้จำนวน 158 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 63.20 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 67.10 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 32.90 มีอายุอยู่ในช่วง 26 – 30 ปีมากที่สุด ร้อยละ 32.30 รองลงมาคือช่วงอายุ 36 ปีขึ้นไป ร้อยละ 29.70 ช่วงอายุ 31 - 35 ปี ร้อยละ 27.80 ช่วงอายุ 21 – 25 ปี ร้อยละ 8.90 สำเร็จการศึกษาจากสถาบันของรัฐมากที่สุด (ร้อยละ 57.60) และสถาบันของเอกชนร้อยละ 42.40 สำเร็จการศึกษาจากสาขาวิชาการตลาดมากที่สุด (ร้อยละ 20.90) รองลงมาคือสาขาวิชาการเงิน (ร้อยละ 17.10) การจัดการ (ร้อยละ 15.20) การบัญชี (ร้อยละ 7.60) และการโรงแรมน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.60) มีรายได้ในระดับ 25,000 บาทขึ้นไป มากที่สุด (ร้อยละ 30.40) รองลงมาคือ 20,001 – 25,000 บาท (ร้อยละ 25.30) น้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 24.10) และ 15,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 19.60)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ในหลักสูตร MBA ของผู้สำเร็จการศึกษา MBA
ผู้ตอบแบบสอบถามมีคิดเห็นเกี่ยวกับการที่มีผู้ให้ความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตร MBA จำนวนมากกว่าจากเหตุผลคือจบแล้วมีโอกาสก้าวหน้าสูงมากที่สุด (ร้อยละ 29.10) รองลงมาคือจบสาขาไหนก็สามารถเรียนได้ (ร้อยละ 27.20) สามารถนำมาบริหารธุรกิจส่วนตัวได้ (ร้อยละ 14.60) ตอบสนองความต้องการของตลาด (ร้อยละ 13.90) จบสายบริหารธุรกิจมาก่อน (ร้อยละ 4.40) ต้องการเปลี่ยนสายงานที่ทำอยู่ (ร้อยละ 3.80) เรียนตามเพื่อน (ร้อยละ 3.80) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่สถาบันการศึกษาจำนวนมากเปิดสอนหลักสูตร MBA เพิ่มมากขึ้นว่าดีแล้ว จำนวน 107 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 67.70 ด้วยเหตุผลที่ว่า ทำให้ผู้เรียนมีทางเลือกในการเรียนมากที่สุด (ร้อยละ 35.40) รองลงมาคือธุรกิจต้องการผู้มีความรู้ทางด้านนี้โดยตรง เพื่อพัฒนาบุคลากรของประเทศด้านธุรกิจ และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการที่สถาบัน การศึกษาจำนวนมากเปิดสอนหลักสูตร MBA เพิ่มมากขึ้นว่ามีมากเกินไป ร้อยละ 32.30 ด้วยเหตุผลที่ว่าทำให้

มาตรฐานการศึกษาของสถาบันลดลง (ร้อยละ 16.50) รองลงมาคือทำให้กลายเป็นกระแสนิยมในสังคม ทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างสถาบันเพื่อแย่งผู้เรียน และมีผู้เรียนจบออกมาเป็นจำนวนมาก ทำให้ไม่มีงานรองรับ ส่วนใหญ่นั้นต้องทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองบางวิชามากที่สุด (ร้อยละ 71.50) รองลงมาคือ ต้องศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองทุกวิชา และไม่มีการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ส่วนใหญ่มีเวลาศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองอย่างเพียงพอ (ร้อยละ 67.70) ผู้สอนใช้ Text book เป็นภาษาอังกฤษเป็นส่วนใหญ่ มากที่สุด (ร้อยละ 58.90) รองลงมาคือเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด และภาษาไทยเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 8.20) ส่วนใหญ่มีปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษในการเรียน-การอ่าน (ร้อยละ 54.70) (แต่มีวิธีแก้ไขการอ่านตำราด้วยการอ่านบ่อย ๆ บ้าง เปิดดิชชันนารีบ้าง) รองลงมาคือไม่มีปัญหา (ร้อยละ 39.90) และอื่นๆ จำนวน 9 ตัวอย่าง (ร้อยละ 5.70) มีการประเมินผลการเรียนโดยวิธีสอบ ทำรายงานและนำเสนอหน้าชั้น เป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 71.50) รองลงมาคือสอบและทำรายงาน (ร้อยละ 17.70) ทำรายงานส่งอย่างเดียว (ร้อยละ 4.40) สอบอย่างเดียว (ร้อยละ 0.60) มีการประเมินผลการสำเร็จการศึกษาโดยวิธีสอบประมวลความรู้ มากที่สุด ร้อยละ 60.10 รองลงมาคือ ทำวิทยานิพนธ์ และ ไม่มีทั้งสองอย่าง สอบผ่านทุกวิชาก็ถือว่าจบ การประเมินผลการสำเร็จการศึกษาโดยวิธี ทำวิทยานิพนธ์ และสอบประมวลความรู้มีประโยชน์ (ร้อยละ 90.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA เห็นด้วยกับมาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่เท่ากัน (ร้อยละ 82.30) คิดว่ามาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันดูได้จากชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุด (ร้อยละ 35.40) รองลงมาคือ หลักสูตรของสถาบันนั้น (ร้อยละ 25.90) ความสำเร็จของผู้จบจากสถาบันนั้น ชื่อเสียงของอาจารย์ที่สอน (ร้อยละ 8.20) จำนวนผู้สมัครเรียน ระยะเวลาที่เปิดสอนจำนวน 7 ตัวอย่าง (ร้อยละ 4.40) และการร่วมมือกับสถาบันต่างชาติ จำนวน 2 ตัวอย่าง (ร้อยละ 1.30) คิดว่าสถาบันการศึกษาของต่างชาติกับสถาบันการศึกษาของไทยมีความแตกต่างกันในด้านมาตรฐานการสอนมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบหลักสูตร MBA มีความคิดเห็นว่าสิ่งที่ควรปรับปรุงจากสถาบันที่จบการศึกษา คือหลักสูตรที่เปิดสอนมากที่สุด (ร้อยละ 31.60) รองลงมาคือบรรยากาศในห้องเรียน เกณฑ์การวัดผลและมาตรฐานที่เปิดสอน และอาจารย์ผู้สอน ส่วนใหญ่คิดว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปแล้วคุ้มค่า (ร้อยละ 84.20) เมื่อศึกษาจบแล้วคิดว่าเป็นตามความคาดหวังไว้มากที่สุด ร้อยละ 93.70 ด้วยเหตุผลว่ามีความก้าวหน้าในอาชีพการงานมากที่สุด (ร้อยละ 57.00) รองลงมาคือสามารถนำความรู้มาประกอบธุรกิจ ได้เพื่อนในสังคมธุรกิจเพิ่มมากขึ้น และไม่เกินไปตามความคาดหวังจำนวน 10 ตัวอย่าง (ร้อยละ 6.30) ส่วนใหญ่ได้เปลี่ยนงานหรือตำแหน่งงาน (ร้อยละ 63.90) ผู้ตอบแบบสอบถามที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ที่ได้เปลี่ยนงานหรือตำแหน่งส่วนใหญ่ได้ตำแหน่งงานที่สูงขึ้น (ร้อยละ 57.60) ไม่ได้ตำแหน่งงานที่

สูงขึ้นจำนวน 41 ตัวอย่าง (ร้อยละ 25.90) เมื่อเปลี่ยนงานได้ตำแหน่งตามที่ต้องการเป็นส่วนใหญ่ ส่วนใหญ่คิดว่าตำแหน่งและเงินเดือนที่ได้นั้นเป็นเพราะจบ MBA ร้อยละ 53.80 และไม่ใช่เป็นเพราะจบ MBA ร้อยละ 46.20 ส่วนใหญ่คิดว่าเมื่อจบหลักสูตร MBA มีสิทธิทำงาน (ร้อยละ 75.90) ส่วนใหญ่คิดว่าการเรียนจบในระดับปริญญาโท (MBA) จากสถาบันไหนก็เหมือนกันนั้นไม่ใช่ ร้อยละ 60.10 และคิดว่าจบจากสถาบันไหนก็เหมือนกัน ร้อยละ 23.90

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 สาขาวิชาต่างกันมีเหตุผลในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA ต่างกัน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นต้องเรียนต่อปริญญาโทมีค่า Significance มากกว่า 0.05 (0.29) นั่นคือยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 หมายความว่าความจำเป็นในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทไม่ขึ้นอยู่กับสาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่นั่นเอง หรือสาขาวิชาต่างกันมีความคิดเห็นว่าเป็นต้องเรียนปริญญาโทต่างกันอย่างไรไม่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลในการตัดสินใจเรียนต่อปริญญาโท MBA มีค่า Significance น้อยกว่า 0.05 (0.007) นั่นคือปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายความว่าสาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่ต่างกันมีเหตุผลในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท MBA แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 รายได้ต่างกันตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาต่างกัน

ผู้ที่กำลังศึกษาต่อในระดับ MBA ที่มีรายได้ต่างกันเลือกสถาบันการศึกษาต่อต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (0.009) นั่นคือปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายความว่ารายได้ต่างกันตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาต่างกันอย่างไรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 อาชีพต่างกันมีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน

ผู้ที่กำลังศึกษาต่อในระดับ MBA ที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษา MBA ต่างกันนั้นมีค่า Significance น้อยกว่า 0.05 (0.021) นั่นคือปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายความว่าอาชีพต่างกันมีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 ประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการศึกษามหาวิทยาลัย MBA ต่างกัน

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของสถาบันต่างกัันนั้น มีความคิดเห็นต่อการที่มีผู้สนใจศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัันนั้นมีความ Significance มากกว่า 0.05 (0.947) นั่นคือปฏิเสธ H_0 หมายความว่าประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกัันมีทัศนคติด้านความคิดเห็นที่มีต่อการที่มีผู้สนใจศึกษาในหลักสูตร MBA มากด้วยเหตุผลที่ต่างกัันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของสถาบันต่างกัันมีทัศนคติด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันต่างกัันนั้นมีความ Significance มากกว่า 0.05 (0.607) นั่นคือปฏิเสธ H_0 หมายความว่าประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกัันมีทัศนคติด้านความคิดเห็นว่ามาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันต่างกัันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของสถาบันต่างกัันนั้น มีทัศนคติด้านความคิดเห็นต่อมาตรฐานการศึกษาได้จากปัจจัยที่ต่างกัันนั้นมีความ Significance มากกว่า 0.05 (0.407) นั่นคือปฏิเสธ H_0 หมายความว่าประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกัันมีทัศนคติด้านความคิดเห็นต่อมาตรฐานการศึกษาต่างกัันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีประเภทของสถาบันต่างกัันมีทัศนคติด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความคุ้มค่าเมื่อจบการศึกษา MBA ต่างกัันนั้นมีความ Significance มากกว่า 0.05 (0.216) นั่นคือปฏิเสธ H_0 หมายความว่าประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกัันมีความคิดเห็นว่เมื่อจบการศึกษา MBA แล้วคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายต่างกัันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 5 รายได้ต่างกัันมีทัศนคติต่อการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกััน

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่างกัันนั้นมีความคิดเห็นต่อการที่มีผู้สนใจศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัันนั้นมีความ Significance มากกว่า 0.05 (0.061) นั่นคือปฏิเสธ H_0 หมายความว่าผู้มีรายได้ต่างกัันมีทัศนคติด้านความคิดเห็นต่อการที่มีผู้สนใจศึกษาหลักสูตร MBA มากด้วยเหตุผลที่ต่างกัันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่างกัันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันต่างกัันนั้นมีความ Significance มากกว่า 0.05 (0.977) นั่นคือปฏิเสธ H_0 หมายความว่าผู้มีรายได้ต่างกัันมีความคิดเห็นว่

มาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันต่างกันอย่างไม่มียุทธศาสตร์ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่างกันนั้นมีความคิดเห็นต่อมาตรฐานการศึกษาต่างกันนั้นมีค่า Significance น้อยกว่า 0.05 (0.007) นั่นคือยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_a หมายความว่ารายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อมาตรฐานการศึกษาต่างกันอย่างไม่มียุทธศาสตร์ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคุ้มค่าเมื่อจบการศึกษา MBA ต่างกันนั้นมีค่า Significance น้อยกว่า 0.05 (0.021) นั่นคือยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_a หมายความว่ารายได้ต่างกันมีความคิดเห็นว่าเมื่อจบการศึกษา MBA แล้วคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายต่างกันอย่างไม่มียุทธศาสตร์ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 6 อายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานของสถาบันการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกัน

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันต่างกันมีค่า Significance มากกว่า 0.05 (0.564) นั่นคือปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_a หมายความว่าผู้มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นว่ามาตรฐานของแต่ละสถาบันไม่เท่ากันต่างกันอย่างไม่มียุทธศาสตร์ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันนั้นมีความคิดเห็นต่อมาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันดูได้จากปัจจัยต่างกันนั้นมีค่า Significance มากกว่า 0.05 (0.118) นั่นคือปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_a หมายความว่าอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อมาตรฐานการศึกษาดูได้จากปัจจัยต่างกันอย่างไม่มียุทธศาสตร์ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้ที่สำเร็จการศึกษาในระดับ MBA ที่ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานการศึกษาของไทยและของต่างชาติต่างกันนั้นมีค่า Significance มากกว่า 0.05 (0.393) นั่นคือปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_a หมายความว่าอายุต่างกันมีความคิดเห็นว่ามาตรฐานการศึกษาของไทยและของต่างชาติแตกต่างกันอย่างไม่มียุทธศาสตร์ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มีประเด็นที่น่าสนใจที่จะมาอภิปรายผล ดังนี้คือ

1. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่กำลังศึกษาต่อในระดับ MBA ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นต้องศึกษาต่อในระดับปริญญาโทด้วยเหตุผลที่ว่าต้องการพัฒนางานพัฒนาตนเอง (เพิ่มวุฒิ) มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของวิริยา จงรักษาสัตย์ ที่ศึกษาความต้องการการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ว่าความต้องการการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ในสาขาบริหารธุรกิจมีมากกว่าสาขาวิชาอื่น ๆ และมีเหตุผลในการศึกษาต่อเพื่อเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน เพื่อเพิ่มวุฒิการศึกษา และเพื่อจะได้รับการยอมรับจากสังคม ในด้านความรู้ความสามารถ และวาสนา ศิลปวัฒนธรรมที่ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต พบว่า เหตุผลที่นักศึกษาส่วนใหญ่เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคือเพื่อเพิ่มเติมความรู้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชนิดา เพชรทองคำ ที่ได้ศึกษาองค์ประกอบที่เป็นแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาสถาบันต่าง ๆ พบว่า แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง เป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่ออันดับแรก

2. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่กำลังศึกษาต่อในระดับ MBA มีเหตุผลในการตัดสินใจเรียนหลักสูตร MBA คือเพื่อความก้าวหน้าของอาชีพการงานในอนาคตมากที่สุด ซึ่งจะตรงกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA แล้ว ว่าเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วจะมีความก้าวหน้าในอาชีพการงานมากขึ้น

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ที่กำลังศึกษาต่อในระดับ MBA มีความคิดเห็นว่าย้ายในการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาในระดับปริญญาโท (MBA) คือต้องเป็นสถาบันที่สามารถเรียนง่าย/จบง่ายมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้ที่กำลังศึกษาต่อในระดับ MBA เห็นว่าสถาบันที่มีหลักสูตรให้เรียนง่าย/จบง่าย เป็นที่นิยมมาก มีผู้สนใจให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เนื่องจากปัจจุบันมีสถาบันที่เปิดสอนในหลักสูตรนี้เป็นจำนวนมาก

4. สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการเรียน MBA คือ การใช้ภาษาอังกฤษมากที่สุด ซึ่งการเรียนการสอนในระดับนี้ส่วนใหญ่มักจะใช้ Textbook เป็นภาษาอังกฤษ ทำให้ผู้เรียนที่ไม่ค่อยใช้ภาษาอังกฤษในการเรียนมากมักจะมีปัญหาในการอ่าน Textbook เพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง สำหรับปัญหาที่ไม่มีเวลาอ่านหนังสือสอบนั้นก็อาจเนื่องมาจากผู้เรียนในหลักสูตรนี้มักเป็นผู้ที่ทำงานแล้ว บางครั้งก็ไม่สามารถแบ่งเวลาได้

5. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่กำลังศึกษาต่อในระดับ MBA มีความคิดเห็นว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาโท (MBA) มีเครื่องมือวัดในมาตรฐานและคุณภาพ คือ หลักสูตรและคุณภาพทางวิชาการ มากที่สุดซึ่งจะตรงกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA

ว่ามาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันดูได้จากชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุด รองลงมาคือหลักสูตรของสถาบันนั้น ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของวาสนา ศิลปรุ่งธรรม ที่พบว่าเหตุผลที่นักศึกษาส่วนใหญ่เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคือเพื่อเพิ่มเติมความรู้ และพิจารณาจากเนื้อหาหลักสูตรเป็นลำดับแรก

6. การที่มีผู้ให้ความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตร MBA เป็นจำนวนมากมีสาเหตุจาก จบแล้วมีโอกาสก้าวหน้าสูงมากที่สุด รองลงมาคือจบสาขาไหนก็สามารถเรียนได้ แสดงให้เห็นว่าความต้องการในการเรียนต่อในหลักสูตรนี้มากเพราะผู้เรียนคาดหวังความก้าวหน้าในอาชีพ และเป็นหลักสูตรที่เปิดกว้างให้เรียนได้ทุกสาขาวิชา เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำไปบริหารธุรกิจส่วนตัวได้

7. การที่สถาบันการศึกษาจำนวนมากเปิดสอนหลักสูตร MBA เพิ่มมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างคิดว่าดีแล้วเพราะทำให้ผู้เรียนมีทางเลือกมากขึ้นนั้นเป็นมุมมองในแง่ของผู้บริโภคที่ต้องการเลือกสถาบันการศึกษาที่ตนเองต้องการ ในทางกลับกันสำหรับผู้คิดว่าสถาบันการศึกษาเปิดสอนหลักสูตร MBA เป็นจำนวนมากนั้นมีมากเกินไปทำให้มาตรฐานการศึกษาของสถาบันลดลง และการเรียนในหลักสูตร MBA ที่มีมากเกินไปจะก่อให้เกิดกระแสนิยมในสังคมได้

8. สำหรับการประเมินผลการสำเร็จการศึกษาส่วนใหญ่ใช้วิธีการสอบประมวลความรู้มากที่สุด รองลงมาคือการทำวิทยานิพนธ์ นั้นแสดงให้เห็นว่าผู้เรียนส่วนใหญ่ต้องการให้เรียนง่าย/จบง่ายเพราะการทำวิทยานิพนธ์ต้องใช้ทั้งเวลา และความเข้าใจในการศึกษาค้นคว้ามากนั่นเอง สอดคล้องกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาในระดับปริญญาโท (MBA) คือต้องเป็นสถาบันที่สามารถเรียนง่าย/จบง่ายมากที่สุด จึงนิยมหลักสูตรที่ไม่ต้องทำวิทยานิพนธ์

9. กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันไม่เท่ากัน โดยมาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันดูได้จากชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุด ย่อมแสดงให้เห็นถึงค่านิยมหรือทัศนคติด้านชื่อเสียงของสถาบันยังมีอยู่ (ในแง่ของธุรกิจก็คือ Brand name นั่นเอง)

10. กลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA มีความคิดว่าการเรียนต่อในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มีค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปแล้วมีความคุ้มค่า เนื่องจากเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วเป็นไปตามความคาดหวังคือมีความก้าวหน้าในอาชีพการงานมากขึ้น ทำให้ได้เลื่อนตำแหน่ง เลื่อนเงินเดือน (ตำแหน่งและเงินเดือนที่ได้นั้นเป็นเพราะจบหลักสูตร MBA) และสามารถนำความรู้มาประกอบธุรกิจส่วนตัวได้

11. สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 1 สาขาวิชาต่างกันมีเหตุผลในการตัดสินใจเรียนต่อปริญญาโทหลักสูตร MBA ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเกิดจากสาขาวิชาการบัญชีและการจัดการมีเหตุผลที่เรียนต่อว่าเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพมากที่สุด แต่สาขาวิชาการตลาดนั้นให้เหตุผลว่าต้องการนำความรู้ไปประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่สนใจศึกษาต่อในสาขาวิชาการตลาดมักจะทำงานในสายงานการตลาด ได้ออกไปพบ

ลูกค้าทำให้มองเห็นสู่ทางการประกอบธุรกิจส่วนตัวมากกว่าผู้ทำงานในสายบัญชีหรือบริหารที่ต้องทำงานในสำนักงาน จึงต้องการความก้าวหน้าในงานวิชาชีพมากกว่า

12. สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 2 รายได้ต่างกันตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากการศึกษาในหลักสูตร MBA ของสถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชนจะมีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกัน ผู้เรียนจึงต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในระหว่างการศึกษาด้วยเช่นกัน

13. สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 3 อาชีพต่างกันมีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เพราะการประกอบอาชีพของแต่ละสายงานต่างก็มีมุมมองที่แตกต่างกันจึงทำให้แต่ละอาชีพมีความคาดหวังเมื่อสำเร็จการศึกษา MBA ต่างกัน แม้ว่าทุกอาชีพต่างก็ต้องการความก้าวหน้าในอาชีพเหมือนกันก็ตาม

14. สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 4 ประเภทของสถาบันการศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกันอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ไม่ว่าจะเป็นด้านมาตรฐานการศึกษา และค่าใช้จ่ายในการศึกษา เนื่องจากมาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันการศึกษานั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับประเภทของสถาบันการศึกษา แต่ขึ้นอยู่กับชื่อเสียงของสถาบัน เพราะสถาบันการศึกษาของรัฐแต่ละแห่งก็มีชื่อเสียง และค่าใช้จ่ายในการศึกษาไม่เท่ากัน ดังสมมติฐานข้อที่ 5 นั่นคือรายได้ต่างกันนั้นมีความคิดเห็นต่อมาตรฐานการศึกษา และความคุ้มค่าต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

15. สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 อายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานของสถาบันการศึกษาในหลักสูตร MBA ต่างกันอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากผู้สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร MBA นั้นมักจะมีอายุอยู่ในวัยทำงาน แม้ว่าจะประกอบอาชีพแตกต่างกันก็ตาม จึงมีมุมมองในด้านมาตรฐานการศึกษาของสถาบันการศึกษาไม่ต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ทำให้ผู้วิจัยพบว่า หลักสูตร MBA มีวัตถุประสงค์ในการผลิตมหาบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจเป็นหลักธุรกิจที่บัณฑิตตั้งความหวังไว้เพื่อเป็นหลักประกันถึงความสำเร็จในอนาคต (ความก้าวหน้าในอาชีพการงาน) และการตื่นตัวในการเรียนหลักสูตร MBA ของบัณฑิตจำนวนมากในปัจจุบันนี้ (จะเห็นได้จากการเปิดสอนหลักสูตร MBA อย่างมากมาย) เพราะบัณฑิตเหล่านั้นคิดว่าการศึกษาที่สูงกว่าคนอื่นจะทำให้ตนมีโอกาสมากกว่าคนอื่น โดยเฉพาะคนที่จบมาจากสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ จะทำให้มีศักยภาพมากกว่า แต่

ปัจจุบันสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตร MBA เป็นจำนวนมาก แม้จะได้ รับ บอญญาต และผ่านความเห็นชอบหลักสูตรจากคณะกรรมการการอุดมศึกษาแล้วก็ตาม แต่ไม่ได้หมายความว่าสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนจะมีมาตรฐานในด้านต่าง ๆ เหมือนกันทุกสถาบัน โดยเฉพาะสถาบันที่ไม่ได้กวาดขันเรื่องของมาตรฐานทางวิชาการ รวมถึงตัวผู้เรียนเองก็ไม่ได้ให้ความสนใจในเรื่องนี้ (ส่วนใหญ่ต้องการเพียงเรียนง่าย/จบง่าย) ทำให้การเข้าทำงานในสายงานที่จบออกมามีปัญหา ไม่สามารถแข่งขันกับผู้มีความรู้ ความสามารถจริง ๆ ที่จบมาจากสถาบันที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. กระทรวงศึกษาธิการควรมีการวางแผนด้านการศึกษาในทุกระดับเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน ไม่ไขว่ปล้อยให้สถาบันการศึกษาต่าง ๆ สร้างกระแส แข่งกันเปิดสอนในหลักสูตรที่มีการลงทุนน้อยและเป็นที่ยอมรับของผู้เรียน โดยเปิดเสรีให้ทุกสถาบันที่ต้องการเปิดสอนหลักสูตร MBA นี้เปิดสอนกันได้อย่างเป็นล่ำเป็นสัน ทำให้เกิดเป็นกระแสนิยมอย่างกว้างขวางในสังคม
2. กระทรวงศึกษาธิการควรเข้าไปดูแลให้แต่ละสถาบันที่เปิดสอนหลักสูตร MBA ให้ความสำคัญกับมาตรฐาน การศึกษาของสถาบันนั้น ๆ โดยสนับสนุนให้มีการแข่งขันด้านมาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันเพื่อเป็นการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานการศึกษาของแต่ละสถาบันให้มากขึ้น จะได้เป็นการสร้างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือให้เกิดแก่สถาบันของตนเอง
3. สถาบันการศึกษาที่ต้องการเปิดสอนหลักสูตร MBA นั้นควรพิจารณาถึงความพร้อมในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นหลักสูตรที่ต้องเป็นที่ยอมรับไม่ใช่ว่าอย่างไรก็จะให้ผู้เรียนจบง่ายขึ้น คุณภาพของอาจารย์ผู้สอน หรือแม้กระทั่งคุณภาพของผู้เรียน ควรกำหนดเป็นมาตรฐานไว้ มิใช่มองแค่เป็นธุรกิจอย่างหนึ่ง ใครมาสมัครก็รับเข้าเรียนทั้งหมด โดยไม่คำนึงถึงมาตรฐานที่ตั้งไว้หรือตั้งคุณสมบัติของผู้เรียนให้ต่ำลงมาก
4. เพื่อให้ผู้เรียนมีศักยภาพที่จะออกไปประกอบธุรกิจได้ หรือมีความก้าวหน้าในหน้าที่การงานตามความคาดหวังของผู้เรียน สถาบันการศึกษาที่ต้องการเปิดสอนหลักสูตร MBA ควรเน้นการเตรียมความพร้อมก่อนที่จะเข้าศึกษาในด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของผู้เรียน รวมถึงความรู้พื้นฐานด้านธุรกิจสำหรับผู้ที่ไม่จบการศึกษาในสาขาวิชาบริหารธุรกิจมาก่อนเข้าศึกษา

บรรณานุกรม

- จุฑามาศ แซ่เตีย. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาระดับปริญญาตรี
ในจังหวัดเชียงใหม่ ในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสอนคอมพิวเตอร์. การค้นคว้า
แบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.
- ชนิดา เพชรทองคำ. การวิเคราะห์องค์ประกอบที่เป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับ
ปริญญาโทของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร.
ปริญญานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, 2542.
- ณัฏชา ประกฤตพงศ์. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการเรียนต่อภาษาญี่ปุ่นใน
ระดับชั้นที่สูงขึ้น กรณีศึกษา ณ สถาบันศึกษาเขตกรุงเทพฯ. สารนิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การศึกษา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ, 2545.
- นงลักษณ์ รุ่งวิทยากร และสุกัญญา สุขวุฒิ. ความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรปริญญาเอก
ทางด้านการบริหารการศึกษาของมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารการศึกษา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช และผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา.
ค้นจาก <http://www.stou.ac.th/Thai/Research/Group2/index.asp>.
- เปรมจิตร ศิริสานต์. การศึกษาองค์ประกอบของแรงจูงใจในการศึกษาต่อของนักศึกษา
บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง. วิทยานิพนธ์ ปริญญาศึกษาศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2542.
- ภาคภูมิ อิงคปรัญญากุล. ความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับ
ปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต : กรณีศึกษานิสิตรปม. รุ่น 7-4.
ปัญหาพิเศษปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา, 2548.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. ความต้องการและแรงจูงใจ. 2546. [Online] Availabl URL ;
<http://els.rink.ac.th/advertising/chapter3.html>
- ยุพดี สันติวุฒน์. ปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาของ
นักศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร. รายงานการ
ค้นคว้าแบบอิสระเชิงวิทยานิพนธ์ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,
2546.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วรนิษฐา ชุ่มทองกลาง. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจศึกษาระดับปริญญาโทในสถาบันราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์, 2548.
- วาสนา ศิลปรุ่งธรรม. 2549. ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. RMUT Global Business and Economic Review, ปีที่ 2 (2) : 9-19.
- คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี.
- วิริยา จงรักษาสัตย์. ความต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทคณะสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ศึกษาอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมศาสตร์มหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2537.
- ศรารอน ศิริพันธุ์. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับปริญญาโทด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ บัณฑิตด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในสังกัดทบวงมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2544.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. บริษัทธรรมสารจำกัด, กรุงเทพฯ. 655 น.
- สมหมาย ปาจิณดัด. 2549. สถานีคิดเลขที่ 12. หนังสือพิมพ์มติชน. ปีที่ 29 ฉบับที่ 10383 วันที่ 14 สิงหาคม 2549 หน้า 2.
- สิทธิ์ประกอบ วินยางค์กุล. ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. วิทยานิพนธ์คณะศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2547.
- สุรางค์ ไคว์ตระกูล. 2541. จิตวิทยาการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4 ฉบับปรับปรุงแก้ไข, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์,

บรรณานุกรม (ต่อ)

นิรนาม. 2543. **อะไรคือ MBA**. นิตยสารผู้จัดการ ฉบับเดือนพฤษภาคม 2543 สืบค้นจาก

<http://www.gotomanager.vom/news/details.aspx?id=362>

สยามภูมิ สังวรชาติ. 2548. **B-school**. นิตยสารMBA ปีที่ 7 ฉบับที่ 71 กุมภาพันธ์ 2548 สืบค้น

จาก <http://www.goodmedia.co.th/thai/archive/mba/71apr05/B-school.htm>

Boeree, C. George. **Abraham Maslow**. <http://www.Ship.Edu/~cgboerre/maslow.Html>

Copyright 1998, 2004: 17 June 2005.

<http://www.thannews.th.com> วันที่สืบค้น 27 ธันวาคม 2548.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA)

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากปัจจุบันมีผู้สนใจเข้าศึกษาต่อในระดับ MBA นี้เป็นจำนวนมาก ทำให้สถาบันการศึกษาต่าง ๆ หันมาเปิดหลักสูตร MBA นี้เป็นจำนวนมาก ผู้จัดทำวิจัยเป็นอาจารย์ในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องนี้เพื่อประโยชน์ในการวางแผนการศึกษาในมหาวิทยาลัยฯ ต่อไป

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือด้วยดีจากท่านผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ซึ่งผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

นางสาววรรณิ์ สิ้นสุภรัตน์

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ 20-25

☐ 26-30

☐ 31-35

☐ 36 ขึ้นไป

3. ท่านจบปริญญาตรีจากสถาบัน/คณะ/สาขาใด

☐ สถาบันของรัฐ

☐ สถาบันเอกชน

☐ คณะวิทยาศาสตร์/สาขาวิชา.....

☐ คณะศิลปศาสตร์/สาขาวิชา.....

☐ คณะสังคมศาสตร์/สาขาวิชา.....

☐ คณะบริหารธุรกิจ/สาขาวิชา.....

☐ อื่นๆ(ระบุ).....

4. สาขาที่ท่านกำลังเรียนอยู่ปัจจุบัน

☐ สาขาวิชาการบัญชี

☐ สาขาวิชาการตลาด

☐ สาขาวิชาการจัดการ

☐ อื่นๆ (ระบุ).....

5. อาชีพ

- | | |
|---|---|
| ☐ นักศึกษา | ☐ พนักงานบริษัทเอกชน |
| ☐ ข้าราชการ | ☐ ธุรกิจส่วนตัว |
| ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ☐ อื่นๆ (ระบุ)..... |

6. รายได้/เดือน

- | | |
|---|--|
| ☐ น้อยกว่า 8,000 บาท | ☐ 15,001-20,000 บาท |
| ☐ 8,001-12,000 บาท | ☐ 20,001-25,000 บาท |
| ☐ 12,001-15,000 บาท | ☐ 25,001 บาทขึ้นไป |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียน หลักสูตร MBA

1. ท่านคิดว่าจำเป็นหรือไม่ ที่จะต้องเรียนปริญญาโท

- ☐ จำเป็น ☐ ไม่จำเป็น

เพราะ.....

2. (ถามเฉพาะผู้ที่ไม่จบ สาขาบริหารธุรกิจ) เหตุใดท่านจึงเปลี่ยนสาขามาเรียนสาขาบริหารธุรกิจ

- ☐ ไม่ชอบสายที่เรียนมาอยากเปลี่ยนงาน
- ☐ ได้งานไม่ตรงกับสายที่เรียนจบมาเลยเรียนเพิ่ม
- ☐ นำความรู้ไปบริหารธุรกิจส่วนตัว
- ☐ เรียนบริหารกว้างกว่าสายอื่นๆ
- ☐ หน้าที่การงานบีบบังคับให้ต้องเรียน
- ☐ อื่นๆ(ระบุ).....

3. ท่านคิดว่าหลักสูตร MBA เป็นหลักสูตรที่ใครๆก็สามารถเรียนได้จริงหรือไม่

- ☐ จริง ☐ ไม่จริง

เพราะ.....

4. เหตุผลในการตัดสินใจเรียน หลักสูตร MBA

- ☐ ต้องการปรับวุฒิเพื่อเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง เงินเดือน
- ☐ เพื่อความก้าวหน้าของอาชีพการงานในอนาคต
- ☐ ไม่ชอบสายงานเดิมอยากเปลี่ยนสายงานใหม่
- ☐ อยากได้ความรู้นำไปประกอบธุรกิจส่วนตัว
- ☐ อื่นๆ(ระบุ).....

5. หน้าที่การงานของท่านมีส่วนในการตัดสินใจเรียน หลักสูตร MBA ครั้งนี้นักน้อยเพียงใด

- ☐ มีมาก ☐ มีแต่น้อย
- ☐ ไม่มี ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

6. สาขาวิชาในหลักสูตร MBA ที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ ยากหรือไม่

☐ ยาก

☐ ไม่ยาก

เพราะ.....

7. ท่านเลือกเรียนหลักสูตรใด ทำไมถึงเลือกเรียนหลักสูตรดังกล่าว

☐ หลักสูตร ภาษาไทย

☐ หลักสูตร ภาษาอังกฤษ

☐ ภาคปกติ

☐ ภาคพิเศษ

เพราะ.....

8. ท่านคิดว่าหลักสูตรภาษาไทยกับหลักสูตรภาษาอังกฤษ แตกต่างกันหรือไม่

☐ แตกต่าง

☐ ไม่แตกต่าง

เพราะ.....

9. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการศึกษาเล่าเรียน ในแต่ละปีโดยเฉลี่ย

☐ 100,000-200,000 บาท

☐ 400,000-500,000 บาท

☐ 200,000-300,000บาท

☐ 500,000-600,000 บาท

☐ 300,000-400,000บาท

☐ 600,001 ขึ้นไป

10. ค่าใช้จ่ายในการศึกษาเล่าเรียนมีผลในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาหรือไม่

☐ มี

☐ ไม่มี

11. ก่อนตัดสินใจศึกษาต่อ ในหลักสูตร MBA ท่านต้องใช้ข้อมูลอะไร ในการตัดสินใจ

.....

12. แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อในหลักสูตร MBA

☐ ได้ข้อมูลจาก Internet โดยผ่านเว็บไซต์ของสถาบัน

☐ ได้ข้อมูลจากเพื่อนๆ

☐ ได้ข้อมูลจากสถาบันการศึกษานั้นโดยตรง

☐ เป็นศิษย์เก่ามีข้อมูลอยู่แล้ว

☐ ได้ข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

☐ อื่นๆ (ระบุ).....

13. ท่านคิดว่าหลักสูตร MBA เรียนที่ไหนก็เหมือนกัน จริงหรือไม่

☐ จริง

☐ ไม่จริง

เพราะ.....

14. ท่านใช้อะไรในการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษา (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ สะดวกในการเดินทาง
- ☐ สถาบันมีชื่อเสียง
- ☐ เพื่อน ครอบครัวแนะนำและมีเพื่อนเรียนอยู่
- ☐ เรียนง่าย จบง่าย
- ☐ เป็นศิษย์เก่ามีความคุ้นเคย
- ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

15. ท่านเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ด้วยวิธีใด

- ☐ สอบเข้า
- ☐ สมัครเข้าเรียนได้เลย
- ☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

16. ท่านมีปัญหาและอุปสรรคในการเรียน หลักสูตร MBA หรือไม่อย่างไร

- ☐ มี
 - ☐ ระยะทางในการมาเรียน
 - ☐ ไม่มีเวลาอ่านหนังสือสอบ
 - ☐ ขาดเรียนบ่อย
 - ☐ การใช้ภาษาอังกฤษ
 - ☐ เคลียร์งานไม่ทัน
 - ☐ เห็นดเห็น้อยจากการทำงาน
 - ☐ ไม่มีเวลาทำรายงาน
 - ☐ อ่าน Text book ไม่ได้
- ☐ ไม่มี

17. ในการเรียนหลักสูตร MBA ของท่านต้องทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองหรือไม่

- ☐ มี
 - ☐ ทุกวิชา
 - ☐ มีบางวิชา
- ☐ ไม่มี (ข้ามไปถามข้อ 19)

18. ท่านมีเวลาเพียงพอที่จะทำการค้นคว้าด้วยตนเองตามที่ได้รับมอบหมายงานหรือไม่

- ☐ มีเวลาเพียงพอ
- ☐ ไม่มีเวลาพอ แก้ไขโดย.....

19. ในการศึกษาของท่าน ผู้สอนใช้ Text book ภาษาไทย หรือ ภาษาอังกฤษ

- ☐ ภาษาไทยเป็นส่วนใหญ่
- ☐ ภาษาอังกฤษเป็นส่วนใหญ่
- ☐ ภาษาอังกฤษทั้งหมด

20. ท่านมีปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษในการเรียน และการอ่านตำราหรือไม่

- ☐ มี แก้ไขโดย.....
- ☐ ไม่มี

21. สถาบันการศึกษาของท่าน ประเมินผลการเรียนโดยวิธีใด

- ☐ สอบอย่างเดียว
- ☐ ทำรายงานส่งอย่างเดียว
- ☐ สอบและทำรายงาน
- ☐ สอบ ทำรายงานและนำเสนอหน้าชั้น

22. การประเมินผลสำเร็จการศึกษาทั้งหลักสูตร ท่านต้องทำวิทยานิพนธ์ หรือสอบประมวลความรู้

- ☐ ทำวิทยานิพนธ์ ☐ สอบประมวลความรู้
☐ ไม่มีทั้ง 2 อย่าง สอบผ่านทุกวิชา ก็ถือว่าจบแล้ว

23. ท่านคิดว่า การทำวิทยานิพนธ์ หรือสอบประมวลความรู้ มีประโยชน์หรือไม่

- ☐ มี เพราะ.....
☐ ไม่มี เพราะ.....

24. ท่านพอใจกับวิธีการประเมินผลของสถาบันการศึกษาในหลักสูตร MBA หรือไม่

- ☐ พอใจ ☐ ไม่พอใจ

เพราะ.....

25. ท่านมีความพอใจในมาตรฐานและคุณภาพของสถาบันการศึกษาที่ท่านเรียนอยู่หรือไม่

- ☐ พอใจ ☐ ไม่พอใจ

เพราะ.....

26. ท่านคิดว่ามาตรฐานและคุณภาพของแต่ละสถาบันการศึกษามีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

- ☐ แตกต่าง ☐ ไม่แตกต่าง

เพราะ.....

27. ท่านใช้อะไรเป็นเครื่องชี้วัดมาตรฐานและคุณภาพของสถาบันการศึกษา

- ☐ คุณภาพของผู้เรียน ☐ ชื่อเสียงของสถาบันและอาจารย์ผู้สอน
☐ หลักสูตรและคุณภาพทางวิชาการ ☐ เทคโนโลยีและเทคนิคในการเรียนการสอน
☐ วิธีการประเมินผลการเรียน ☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

28. เท่าที่ท่านศึกษามา 2-3 ภาคเรียนแล้ว ท่านคิดว่าคัมค้ำกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปหรือไม่

- ☐ คัมค้ำ ☐ ไม่คัมค้ำ

เพราะ.....

29. ความคาดหวังเมื่อจบการศึกษาในหลักสูตร MBA อย่างไร

- ☐ มีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ได้เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เงินเดือนสูงขึ้น
☐ ได้วุฒิที่สูงขึ้น ☐ นำความรู้ไปประกอบธุรกิจ
☐ มีความรู้เฉพาะทางเพื่อโอกาสและตัวเลือกที่ดีกว่า
☐ ได้เพื่อนได้สังคมธุรกิจ ได้มุมมองใหม่ ☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณค่ะ

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA)

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากปัจจุบันมีผู้สนใจเข้าศึกษาต่อในระดับ MBA เป็นจำนวนมาก ทำให้สถาบันการศึกษาต่าง ๆ หันมาเปิดสอนในหลักสูตร MBA เป็นจำนวนมาก ผู้จัดทำวิจัยเป็นอาจารย์ในคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องนี้เพื่อประโยชน์ในการวางแผนการศึกษาในมหาวิทยาลัยฯ ต่อไป

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือด้วยดีจากท่านผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ซึ่งผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

นางสาววรรณิ์ ลินสุภรัตน์

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

☐ ชาย☐ หญิง

2. อายุ

☐ 20-25☐ 26-30☐ 31-35☐ 36 ขึ้นไป

3. สำเร็จการศึกษา หลักสูตร MBA จากสถาบัน/สาขาใด

☐ สถาบันของรัฐ.....☐ สถาบันของเอกชน.....

สาขาวิชา.....

4. รายได้

☐ น้อยกว่า 15,000 บาท☐ 15,001-20,000 บาท☐ 20,001-25,000 บาท☐ 25,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเรียน หลักสูตร MBA

5. ท่านคิดว่าจำเป็นหรือไม่ ที่จะต้องเรียนปริญญาโท

☐ จำเป็น☐ ไม่จำเป็น

เพราะ.....

6. มีผู้ให้ความสนใจเรียน หลักสูตร MBA จำนวนมากในปัจจุบัน ท่านคิดว่ามาจากสาเหตุใด

- | | |
|---|--|
| ☐ จบสาขาไหนก็สามารถเรียนได้ | ☐ ตอบสนองความต้องการของตลาด |
| ☐ จบแล้วมีโอกาสดำรงตำแหน่งสูง | ☐ จบสายบริหารธุรกิจมาก่อน |
| ☐ สามารถนำมาบริหารธุรกิจส่วนตัวได้ | ☐ เรียนตามเพื่อน |
| ☐ ต้องการเปลี่ยนสายงานที่เรียนอยู่ | ☐ อื่น ๆ..... |

7. ท่านมีความเห็นอย่างไรที่มีสถาบันการศึกษาจำนวนมากเปิดสอนหลักสูตร MBA

- ☐ ดีแล้ว
- ☐ ทำให้ผู้เรียนมีทางเลือกในการเรียนมากขึ้น
 - ☐ ธุรกิจต้องการผู้มีความรู้ทางด้านนี้โดยตรง
 - ☐ เพื่อพัฒนาบุคลากรของประเทศด้านธุรกิจ
 - ☐ อื่น ๆ.....
- ☐ มีมากเกินไป
- ☐ ทำให้กลายเป็นกระแสนิยมในสังคม
 - ☐ มีผู้เรียนจบออกมาจำนวนมากทำให้ไม่มีงานรองรับ
 - ☐ ทำให้มาตรฐานการศึกษาของสถาบันลดลง
 - ☐ ทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างสถาบันเพื่อแย่งผู้เรียน
 - ☐ อื่น ๆ.....

8. ในการเรียนหลักสูตร MBA ของท่านต้องทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองหรือไม่

- ☐ มี
- ☐ ทุกวิชา ☐ บางวิชา
- ☐ ไม่มี (ข้ามไปถามข้อ 10)

9. ท่านมีเวลาเพียงพอที่จะทำการค้นคว้าด้วยตนเองตามที่ได้รับมอบหมายงานหรือไม่

- ☐ มีเวลาเพียงพอ
- ☐ ไม่มีเวลาพอ แก่ไขโดย.....

10. ในการศึกษาของท่าน ผู้สอนใช้ Text book ภาษาไทย หรือ ภาษาอังกฤษ

- ☐ ภาษาไทยเป็นส่วนใหญ่
- ☐ ภาษาอังกฤษเป็นส่วนใหญ่
- ☐ ภาษาอังกฤษทั้งหมด

11. ในขณะที่เรียน ท่านมีปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษในการเรียน - การอ่านตำราหรือไม่

- ☐ มี แก่ไขโดย.....
- ☐ ไม่มี

12. สถาบันการศึกษาของท่าน ประเมินผลการเรียนโดยวิธีใด

☐ สอบอย่างเดียว

☐ ทำรายงานส่งอย่างเดียว

☐ สอบและทำรายงาน

☐ สอบ ทำรายงานและนำเสนอหน้าชั้น

13. การประเมินผลสำเร็จการศึกษาทั้งหลักสูตร ท่านต้องทำวิทยานิพนธ์ หรือสอบประมวลความรู้

☐ ทำวิทยานิพนธ์

☐ สอบประมวลความรู้

☐ ไม่มีทั้ง 2 อย่าง

14. ท่านคิดว่าการทำวิทยานิพนธ์ หรือสอบประมวลความรู้ มีประโยชน์หรือไม่

☐ มี คือ.....

☐ ไม่มี เพราะ.....

15. มาตรฐานการศึกษาของสถาบันไม่เท่ากันท่านเห็นด้วยหรือไม่

☐ เห็นด้วย

☐ ไม่เห็นด้วย

เพราะ.....

16. ท่านคิดว่ามาตรฐานของสถาบันการศึกษาได้จากอะไร

☐ ชื่อเสียงของสถาบัน

☐ ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน

☐ จำนวนผู้สมัครเรียน

☐ การร่วมมือกับสถาบันต่างชาติ

☐ ระยะเวลาที่เปิดสอน

☐ หลักสูตรของสถาบันนั้น

☐ ความสำเร็จของผู้จบสถาบันนั้น

☐ อื่น ๆ.....

17. ท่านคิดว่าสถาบันการศึกษาของต่างชาติ กับสถาบันการศึกษาของไทย มีความแตกต่างในด้านมาตรฐานการสอนหรือไม่

☐ แตกต่าง

☐ ไม่แตกต่าง

เพราะ.....

18. ท่านคิดว่าสถาบันที่ท่านเรียนจบมานั้นควรปรับปรุงในเรื่องใด

☐ หลักสูตรที่เปิดสอน

☐ บรรยากาศในการเรียน

☐ มาตรฐานการสอน

☐ อาจารย์ผู้สอน

☐ เกณฑ์การวัดผล

☐ อื่น ๆ.....

19. ท่านจบการศึกษาหลักสูตร MBA มาแล้ว ท่านคิดว่าคุ้มค่างบค่าให้จ่ายที่จ่ายไปหรือไม่

☐ คุ้มค่า

☐ ไม่คุ้มค่า

เพราะ.....

20. ความคาดหวังเมื่อตอนเรียน หลักสูตร MBA จบมาแล้วเป็นไปตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ อย่างไร

☐ เป็น

☐ มีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ได้เลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง

☐ สามารถนำความรู้มาประกอบธุรกิจได้

☐ ได้เพื่อนในสังคมธุรกิจเพิ่มขึ้น

☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

☐ ไม่เป็น เพราะ.....

21. หลังจากเรียนจบหลักสูตร MBA แล้วท่าน ได้เปลี่ยนงานหรือเปลี่ยนตำแหน่งหรือไม่

☐ เปลี่ยน

☐ ไม่เปลี่ยน

22. ถ้าท่านเปลี่ยนหรือย้ายงาน ท่านได้ตำแหน่งสูงขึ้นหรือไม่

☐ ได้

☐ ไม่ได้

23. เมื่อเรียนจบ MBA ทำให้ท่านได้ตำแหน่งที่ต้องการหรือไม่

☐ ได้

☐ ไม่ได้

24. ท่านคิดว่าตำแหน่งและเงินเดือนที่ได้นั้น เป็นเพราะว่าท่านจบ MBA มาใช่หรือไม่

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่

25. ท่านคิดว่าผู้ที่เรียนจบ หลักสูตร MBA มีสิทธิตกงานหรือไม่

☐ มีสิทธิ์

☐ ไม่มีสิทธิ์

เพราะ.....

26. ท่านคิดว่าจบ หลักสูตร MBA จากสถาบันไหน ก็เหมือนกันใช่หรือไม่

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่

เพราะ.....

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ขอบคุณค่ะ

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ(ภาษาไทย) นางสาววรรณิ์ สิ้นสุภรณ์
(ภาษาอังกฤษ) Miss Wannee Sinsuparat

2. รหัสประจำตัวนักวิจัยแห่งชาติ(ถ้ามี)-

3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ ระดับ 7

4. หน่วยงานที่อยู่ติดต่อได้ พร้อมโทรศัพท์และโทรสาร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ วิทยาเขตบพิตรพิมุข มหาเมฆ
เลขที่ 878 อาคารสงเคราะห์ 1 ทุ่งมหาเมฆ สาทร
กรุงเทพมหานคร 10120
หมายเลขโทรศัพท์ 0-2287-4672 หมายเลขโทรสาร 0-2286-8962

5. ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาโท

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2545

การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร พ.ศ. 2540

ระดับปริญญาตรี

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา พ.ศ. 2529

6. สาขาวิชาที่มีความชำนาญพิเศษ(แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายใน และภายนอกประเทศโดยระบุ
สถานภาพในการทำวิจัยว่า เป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วม
โครงการวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย เป็นต้น

7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย-

7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : -

7.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : 1. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ไทย
กรณีศึกษา : บรรจุภัณฑ์ที่ระลึกหุ่นโจนไทย (ปี 2548) (ผู้วิจัยร่วม)

2. ภาวะการมีงานทำของบัณฑิต ระดับปริญญาตรี สถาบัน

เทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตบพิตรพิมุข มหาเมฆ ปีการศึกษา
2546

3. การติดตามผลผู้สำเร็จการศึกษาปีการศึกษา 2548 มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

7.4 งานวิจัยที่กำลังทำ : -