

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาภูมิหลังของนักธุรกิจที่เข้ารับการศึกษาลัทธิศาสตร์โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหารของมหาวิทยาลัยรามคำแหง (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของนักธุรกิจกับปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการศึกษาลัทธิศาสตร์โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหารของมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ เป็นนักธุรกิจที่เข้ารับการศึกษาลัทธิศาสตร์โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหารของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 1,082 คน โดยแจกแบบสอบถาม จำนวน 292 ชุด ได้รับกลับคืนมาจำนวน 271 ชุด คิดเป็นร้อยละ 92.81 วิเคราะห์โดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ  $t$  test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one way analysis of variance) และกรณีที่มีความแตกต่าง จะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Fisher's least significant difference)

ผลการวิจัยพบว่า (1) ภูมิหลังของนักธุรกิจที่เข้ารับการศึกษาลัทธิศาสตร์โครงการบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหารมี เพศ และประสบการณ์ในการทำงาน มีความต้องการในการศึกษาไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ สถาบันที่สำเร็จการศึกษา สาขาที่สำเร็จการศึกษา และระดับรายได้ มีความต้องการในการศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (2) นักธุรกิจที่เข้ารับการศึกษาลัทธิศาสตร์โครงการบริหารธุรกิจ มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับมาก มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ (1) จากการวิจัยปัจจัยด้านความต้องการด้านลักษณะสถาบันการศึกษา เป็นสิ่งสำคัญ ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกศึกษา และปัจจุบันมีการเปิดหลักสูตรเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจในหลายสถาบัน จึงควรนำผลการวิจัยครั้งนี้ ไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อส่งเสริมสถานศึกษา ให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันกับสถาบันศึกษาอื่นในอนาคตต่อไป (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพผลผลิต มีความสำคัญกับผู้ตัดสินใจศึกษา ควรนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผน ในการปรับปรุงหลักสูตรเนื้อหากระบวนวิชา รายละเอียดของการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร การให้บริการนักศึกษาและอื่น ๆ ในการรับนักธุรกิจเข้าศึกษาลัทธิศาสตร์โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร

This thesis investigates (1) the historical background of business persons studying in the Master of Business Administration for Executives Program at Ramkhamhaeng University; and (2) the relationships between the demographical characteristics of the business persons under study and factors affecting their need to study in this program.

Out of a research population of 1,082 business persons who had studied in this program, the researcher selected a sample population of 292 for purposes

of investigation. Of the 292 copies of a questionnaire distributed to the members of the sample population, 271 copies were returned (92.81 percent) to the researcher.

Techniques of descriptive statistics used in analyzing the data collected were percentage, mean and standard deviation. Hypothesis testing was conducted using the techniques of t-test and one-way analysis of variance (ANOVA). In cases in which differences were found at a statistically significant difference, Fisher's least significant difference procedure was deployed.

Findings are as follows:

1. In regard to the historical background of these business persons studying in the program under investigation, it was found that differences in the demographical characteristics of gender and work experience were not correlated with concomitant differences in the need for education. However, differences in the demographical characteristics of age, institution from which previous degree was granted, previous major or field of concentration, and level of income were found to parallel corresponding differences in the need for education at the statistically significant level of .05.

2. Business persons studying in the program under study displayed the factor of marketing mix at a high level in an overall picture and also exhibited differences in this respect at the statistically significant level of .05.

On the basis of the findings of this investigation, the researcher would like to offer the following suggestions:

1. This study indicates that the factors of need and the characteristics of educational institutions are important and instigate decisions to engage in

further study. At present, many institutions offer business administration programs. Findings of this research investigation should be taken into consideration as providing guidelines for educational institutions to frame strategies that will enhance their competitive edge in the harsh competitive environment of educational institutions striving to ride the crest of the future in graduate education in business administration.

2. The factor of marketing mix in the aspect of the quality of output is important for those deciding to study in a particular program. Findings indicate that institutions should take into consideration how to make improvements in curricula, subject contents, supplementary activities, services for students, and in other matters conducive to the enrolling of students in such programs as the Business Administration for Executives Program at Ramkhamhaeng University.