

การพัฒนากลยุทธ์การจัดการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ในประเทศไทย

นาย นิยุทธ์ กรุงวงศ์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาอุดมศึกษา ภาควิชาอุดมศึกษา

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2543

ISBN 974-03-0083-9

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**THE DEVELOPMENT OF STRATEGIES FOR MANAGING
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAMS IN THAILAND**

Mr. Niyut Krungvong

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Philosophy in Higher Education

Department of Higher Education

Faculty of Education

Chulalongkorn University

Academic Year 2000

ISBN 974-03-0083-9

นิวยอร์ก กรุงเทพฯ : การพัฒนากลยุทธ์การจัดการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ในประเทศไทย (THE DEVELOPMENT OF STRATEGIES FOR MANAGING MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAMS IN THAILAND) อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ. ดร. สุกัญญา โสมวิไลกุล, อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม : รศ. ดร. ปรีป เมธาคุณวุฒิ, 312 หน้า, ISBN 974-03-0083-9.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการจัดการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ในประเทศไทย วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายของนักศึกษาระดับบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในประเทศไทย และพัฒนากลยุทธ์การจัดการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในประเทศไทย

การเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยใช้ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ นักศึกษา M.B.A. มหาบัณฑิต M.B.A. อาจารย์ผู้สอน M.B.A. ผู้บริหารหลักสูตร M.B.A. และผู้บริหารองค์กรธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้ส่งแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์รวมทั้งสิ้น 1,397 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์คืนและตรวจสอบความสมบูรณ์รวมทั้งสิ้น 728 ฉบับ ดำเนินการจัดกลุ่มสนทนาลำดับกลุ่มมหาบัณฑิตและกลุ่มผู้บริหารองค์กรธุรกิจเพื่อการวิเคราะห์ความคิดเห็นอย่างลึก วิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) วิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ที่ใช้ในปัจจุบัน และตรวจสอบโดยวิธีของผู้ทรงคุณวุฒิ (Connoisseurship) พัฒนามาจนเป็นกลยุทธ์การจัดการหลักสูตร M.B.A.

ผลการวิจัยพบว่า สภาพการจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของรัฐมีความพร้อมทั้งคณาจารย์ อาคารสถานที่ และงบประมาณ มีความได้เปรียบทางด้านทุน มีจำนวนนักศึกษาไม่ลดลง ภาพพจน์ของมหาวิทยาลัยและหลักสูตรค่อนข้างดี แต่คณาจารย์ผู้สอนขาดประสบการณ์ด้านธุรกิจโดยตรง และใช้หนังสือตำรา กรณีศึกษาจากต่างประเทศเป็นหลัก ส่วนสภาพการจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของเอกชนมีต้นทุนต่อหน่วยที่ค่อนข้างสูงขึ้น เพราะมีจำนวนนักศึกษาลดน้อยลงและขาดคณาจารย์ประจำ มีการใช้กลยุทธ์การตลาดมากขึ้น มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ส่วนค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยเพื่อการศึกษาตลอดหลักสูตรของนักศึกษาระดับหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของรัฐเท่ากับ 326,326 บาท และมหาวิทยาลัยของเอกชนเท่ากับ 398,972 บาท

กลยุทธ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ในประเทศไทยโดยทั่วไปควรจะใช้กลยุทธ์ระดับองค์กรแบบรักษาเสถียรภาพ กลยุทธ์ระดับการแข่งขันควรพยายามเพิ่มจำนวนนักศึกษามากขึ้นและมีการใช้อาคาร สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกควรส่งเสริมกันอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำ ควรเน้นสร้างภาพพจน์ของหลักสูตรเพื่อให้เกิดความแตกต่าง ควรจะมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่มีที่ทำงานหรือที่พักใกล้สถาบันการศึกษา กลยุทธ์ระดับหน้าที่ควรใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก ควรเพิ่มรายได้อื่นๆ เช่น จัดสัมมนาทางวิชาการ การฝึกอบรม ที่ปรึกษาทางธุรกิจ ควรเชิญผู้เชี่ยวชาญทางธุรกิจมาร่วมสอนมากขึ้น ควรร่วมกันพัฒนากรณีศึกษาของไทยเพื่อใช้ในการเรียนการสอนให้มากขึ้น ควรมีการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร M.B.A. อย่างจริงจังและต่อเนื่อง สำหรับกลยุทธ์โดยเฉพาะของมหาวิทยาลัยของรัฐ ควรพัฒนาคณาจารย์ประจำ และเน้นคุณภาพของมหาบัณฑิต ส่วนกลยุทธ์โดยเฉพาะของมหาวิทยาลัยของเอกชนควรเน้นการตลาดเชิงรุกทั้งระดับมหาวิทยาลัยและหลักสูตร ใช้กลยุทธ์สถานที่ตั้งเป็นหลัก เน้นการให้บริการของเจ้าหน้าที่แก่นักศึกษา เพิ่มและพัฒนาคณาจารย์ประจำ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยคือ ควรจะมีการร่วมมือกันระหว่างหลักสูตร M.B.A. และองค์กรธุรกิจให้มากยิ่งขึ้น ควรจะมีการร่วมมือกันระหว่างหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยต่างๆ ในประเทศไทยและต่างประเทศ

ภาควิชา ศึกษาศาสตร์
สาขาวิชา ศึกษาศาสตร์
ปีการศึกษา 2543

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

4084909527 : MAJOR HIGHER EDUCATION

KEY WORD : STRATEGIES / MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION / M.B.A. / THAILAND

NIYUT KRUNGVONG : THE DEVELOPMENT OF STRATEGIES FOR MANAGING MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAMS IN THAILAND. THESIS ADVISOR : ASSIST. PROF. SUKANYA S. KOVILAIKOOL, Ph.D., THESIS CO-ADVISOR : ASSOC. PROF. PATEEP METHAKUNAVUDHI, Ph.D., 312 pp. ISBN 974-03-0083-9.

The purposes of this research were to study the situation of Master of Business Administration (M.B.A.) programs in Thailand, to analyze the total cost of M.B.A. students in Thailand and to develop the strategies for managing M.B.A. programs in Thailand.


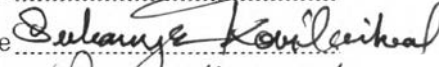
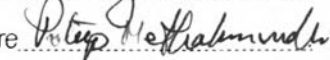
Data collection was by means of questionnaires to sample groups of M.B.A. students, M.B.A. graduates, M.B.A. instructors, and business employers and Interviewing M.B.A. program directors in Bangkok. A purposive random method was implemented in this research. Out of 1,397 questionnaires distributed, 726 completed ones were returned and verified. Focus group discussion was conducted focusing on M.B.A. graduates and business employers for in-depth attitudinal analysis. Furthermore, there were SWOT analysis and analysis of the current strategies. All were verified by connoisseurship method and developed to be strategies for managing M.B.A. programs.

The research result is that managing M.B.A. programs in public universities is associated with a competitive advantage in terms of readiness on instructors, buildings and locations, costs and budgets, number of students, and images of universities and M.B.A. programs. However, the instructors are still lack of business experiences, and mainly depend on foreign textbooks and case studies overseas. Meanwhile, managing the programs in private universities is burdened by the increasing operating unit cost due to the declining number of students, shortage of full-time instructors. These would imply more marketing strategies through advertising and public relation. The average total costs for a M.B.A. student in public and private universities are at 326,326 baht and 398,972 baht respectively.

In general, strategies for managing M.B.A. programs in Thailand should be organizational stable ones. The competitive strategies should be focusing on maximizing the number of students, and minimizing the operating cost by fully / mutually utilizing buildings and facilities. The strategies should emphasize on building up the program's differential images, as well as focus on prospects who work or live nearby. Functional strategies are to employ the aggressive marketing strategies, increase other revenues such as organizing educational seminars, providing training and business consultations, invite more business experts to participate as instructors, develop more local case studies, and have continuous research and development on programs. Specific strategies for public universities are mainly on the development of instructors and graduates. While private universities should focus on aggressive (Pro-active) marketing strategies for both universities and programs, emphasize on services, increase and develop full-time instructors.

The research results suggested that it should increase the mutual cooperation not only between universities conducting M.B.A. programs and business organizations, but also among universities in Thailand and overseas.

Department Higher Education
Field of study Higher Education
Academic year 2000

Student's signature 
Advisor's signature 
Co-advisor's signature 

กิตติกรรมประกาศ



ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภัตญา โมวิลกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็นอย่างสูง ที่ได้ให้ความกรุณา ดูแล เอาใจใส่ ให้คำปรึกษา ชี้แนะ ตักเตือน ให้กำลังใจ และกระตุ้นผู้วิจัยคิดและทำ จนเป็นวิทยานิพนธ์ที่สมบูรณ์ฉบับนี้

กราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ปทีป เมธาคูณวุฒิ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้ให้ความกรุณา ดูแลและให้คำปรึกษาแนะนำที่มีประโยชน์ เป็นอย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย

กราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. วราภรณ์ บวรศิริ รองศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ สีนลารัตน์ รองศาสตราจารย์ ดร. วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา รองศาสตราจารย์ ดร. พรทูลี อาชวอำรุง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์ บุญนุช ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ตันชนะเดชา และอาจารย์ ดร. พันธุ์ศักดิ์ พลสารมัย ที่กรุณาให้คำชี้แนะและเป็นกำลังใจให้เสมอ

กราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร. ขวลิต หมั่นนุช ที่ได้กรุณาให้ข้อแนะนำที่ดียิ่ง และขอบพระคุณสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยที่ได้ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูล

กราบขอบพระคุณท่านผู้ทรงคุณวุฒิของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ทุกๆ ท่าน ที่มีส่วนอย่างยิ่งต่อความสำเร็จสมบูรณ์ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และกราบขอบพระคุณท่านผู้บริหารองค์การธุรกิจทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม และได้แสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

กราบขอบพระคุณท่านผู้บริหาร อาจารย์และเจ้าหน้าที่ ของมหาวิทยาลัย / สถาบัน ต่างๆ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์แก่ผู้วิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี และขอขอบคุณมหาบัณฑิตและนิสิตนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

ขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ให้ทุนส่วนหนึ่งสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์นี้

ขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ และน้องๆ อุดมศึกษาทุกคนที่เป็นกำลังใจ

ขอขอบคุณผู้บริหารและพนักงาน บริษัท บิลซิเนลไวล จำกัด ทุกๆ คน ที่ได้มีส่วนช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จัดพิมพ์งานวิทยานิพนธ์นี้ ตลอดจนจัดทำ Website :

<http://mba-th.hypemart.net> เพื่อเผยแพร่ผลสรุปวิทยานิพนธ์นี้

คุณค่าของงานวิจัยนี้ ขอมอบให้กับการพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในประเทศไทย

นาย นิยุทธิ์ กรุงวงศ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฒ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	11
ขอบเขตของการวิจัย.....	11
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	13
ข้อจำกัดของการวิจัย.....	13
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	13
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	15
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	15
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(M.B.A.)..	17
แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์และการจัดการกลยุทธ์.....	27
แนวคิดเกี่ยวกับหลักสูตรและการเรียนการสอน.....	45
แนวคิดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายของนักศึกษา.....	51
แนวคิดเกี่ยวกับวิธีการตรวจสอบโดยอิงผู้ทรงคุณวุฒิและการจัดกลุ่มสนทนา.....	56
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	58
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	73
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	73
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	76
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	77
สถิติและวิธีที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	78
เกณฑ์เทียบระดับความคิดเห็น.....	78

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	80
	สภาพการจัดการหลักสูตร M.B.A. ในประเทศไทย.....	81
	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนิสิต-นักศึกษาหลักสูตร M.B.A. ที่มีต่อหลักสูตร M.B.A.....	103
	การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยตลอดหลักสูตรของนักศึกษาหลักสูตร M.B.A.....	110
	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของมหาบัณฑิตหลักสูตร M.B.A. ที่มีต่อหลักสูตร M.B.A.....	117
	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของอาจารย์ผู้สอนหลักสูตร M.B.A. ที่มีต่อหลักสูตร M.B.A.....	130
	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริหารองค์กรธุรกิจ ที่มีต่อหลักสูตร M.B.A....	139
	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริหารหลักสูตร M.B.A. ที่มีต่อหลักสูตร M.B.A.....	153
	สรุปเปรียบเทียบความคิดเห็นของนิสิต-นักศึกษา มหาบัณฑิต อาจารย์ผู้สอน ผู้บริหารองค์กรธุรกิจ และผู้บริหารหลักสูตร ที่มีต่อหลักสูตร M.B.A.....	163
	สรุปความคิดเห็นของกลุ่มมหาบัณฑิต M.B.A. และกลุ่มผู้บริหารองค์กรธุรกิจจาก การจัดกลุ่มสนทนา(Focus Group Discussion).....	176
	การวิเคราะห์ SWOT	181
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เพื่อตรวจสอบโดยวิธีของผู้ทรงคุณวุฒิ (Connoisseurship).....	187
	กลยุทธ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ในประเทศไทย.....	190
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	216
	สรุปขั้นตอนในการวิจัย.....	216
	สรุปผลการวิจัย.....	218
	อภิปรายผลการวิจัย.....	233
	ข้อเสนอแนะ.....	247
	รายการอ้างอิง.....	250
	ภาคผนวก.....	256
	ภาคผนวก ก : รายงานผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย.....	257

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก ข : รายนามผู้ทรงคุณวุฒิจากการสัมภาษณ์.....	259
ภาคผนวก ค : รายนามผู้เข้าร่วมการจัดกลุ่มสนทนา(Focus Group).....	266
ภาคผนวก ง : รายนามผู้ทรงคุณวุฒิที่เข้าร่วมสัมมนาเพื่อตรวจสอบโดย วิธีอิงผู้ทรงคุณวุฒิ (Connoisseurship).....	271
ภาคผนวก จ : เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	273
ภาคผนวก ฉ : ร่างกลยุทธ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ในประเทศไทยเพื่อ ตรวจสอบโดยวิธีอิงผู้ทรงคุณวุฒิ (Connoisseurship).....	305
ประวัติผู้วิจัย.....	312

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	เปรียบเทียบประเภทของหลักสูตร M.B.A.	21
2	กลไกโครงสร้างบริหารสถาบัน.....	34
3	คำถามเพื่อการวิเคราะห์ SWOT.....	43
4	การวิเคราะห์ SWOT ในการประเมินคุณภาพทางการศึกษา.....	44
5	ความชำนาญที่นายจ้างในทวีปเอเชีย ต้องการมากที่สุดจากมหาบัณฑิต M.B.A.....	61
6	ความชำนาญที่หายากที่สุด ที่นายจ้างในทวีปเอเชีย ต้องการจากมหาบัณฑิต M.B.A.....	62
7	เหตุผลในการศึกษาต่อ M.B.A.....	64
8	ปัจจัยในการพิจารณาเลือกเรียน M.B.A. ในมหาวิทยาลัยใด.....	65
9	ค่าใช้จ่ายที่นักศึกษาที่ต้องจ่ายให้กับสถาบันการศึกษาในแต่ละหลักสูตร M.B.A	71
10	จำนวนประชากรและจำนวนการสู่มตัวอย่าง.....	77
11	จำนวนแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ส่งและได้รับคืนโดยสมบูรณ์.....	79
12	มหาวิทยาลัย/สถาบันของรัฐที่เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.....	82
13	มหาวิทยาลัย/สถาบันของเอกชนที่เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.....	83
14	ปีที่เปิดหลักสูตร M.B.A. ของแต่ละสถาบันการศึกษาในกรุงเทพมหานคร.....	85
15	ปีที่เปิดหลักสูตร M.B.A. ของแต่ละสถาบันการศึกษาของรัฐในกรุงเทพมหานคร...	88
16	จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของรัฐ ในกรุงเทพมหานคร.....	89
17	สภาพแวดล้อมของการจัดหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของรัฐ.....	90
18	สภาพแวดล้อมของการจัดหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของเอกชน.....	93
19	กลยุทธ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของรัฐในปัจจุบัน.....	96
20	กลยุทธ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของเอกชนในปัจจุบัน.....	100
21	ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม นิสิต-นักศึกษาหลักสูตร M.B.A.....	103
22	เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักศึกษา M.B.A. ต่อหลักสูตร M.B.A. ที่กำลังศึกษา.....	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
23	เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเพื่อการศึกษาตลอดหลักสูตรของนักศึกษาระดับปริญญาโท M.B.A. ระหว่างมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยของเอกชน..... 110
24	เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายเฉลี่ยตลอดหลักสูตรของนักศึกษาระดับปริญญาโท M.B.A. แยกตามประเภทหลักสูตร..... 112
25	ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาโท M.B.A. ต่อลักษณะการจัดการหลักสูตร M.B.A. ของ มหาวิทยาลัยของรัฐ ในประเทศไทยใน 10 ปีข้างหน้า..... 113
26	ความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาโท M.B.A. ต่อลักษณะการจัดการหลักสูตร M.B.A. ของ มหาวิทยาลัยของเอกชน ในประเทศไทยใน 10 ปี ข้างหน้า..... 114
27	ข้อเสนอแนะของนักศึกษาระดับปริญญาโท M.B.A. ในการพัฒนาหลักสูตร M.B.A. ในประเทศไทย 115
28	ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม มหาบัณฑิตหลักสูตร M.B.A..... 117
29	เปรียบเทียบความพึงพอใจของมหาบัณฑิต M.B.A. ต่อหลักสูตร M.B.A. ที่สำเร็จ การศึกษา..... 124
30	ความคิดเห็นของมหาบัณฑิต M.B.A. ต่อลักษณะการจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของรัฐ ในประเทศไทยใน 10 ปี ข้างหน้า..... 126
31	ความคิดเห็นของมหาบัณฑิต M.B.A. ต่อลักษณะการจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของเอกชน ในประเทศไทยใน 10 ปี ข้างหน้า..... 127
32	ข้อเสนอแนะของมหาบัณฑิต M.B.A. ในการพัฒนาหลักสูตร M.B.A. ในประเทศไทย..... 128
33	ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม อาจารย์ผู้สอนหลักสูตร M.B.A..... 130
34	เปรียบเทียบความพึงพอใจของอาจารย์ผู้สอน M.B.A. ที่มีต่อหลักสูตร M.B.A..... 133
35	ความคิดเห็นของอาจารย์ผู้สอน M.B.A. ต่อลักษณะการจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของรัฐ ในประเทศไทยใน 10 ปีข้างหน้า..... 135
36	ความคิดเห็นของอาจารย์ผู้สอน M.B.A. ต่อลักษณะการจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของเอกชน ในประเทศไทยใน 10 ปี ข้างหน้า..... 136
37	ข้อเสนอแนะของอาจารย์ผู้สอน M.B.A. ในการพัฒนาหลักสูตร M.B.A. ในประเทศไทย..... 137

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
38	ข้อมูลส่วนตัวและขององค์กรธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้บริหารองค์กรธุรกิจ.....	139
39	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคาดหวัง และความจริงของคุณสมบัติและความสามารถมหาดบัณฑิตหลักสูตรM.B.A. ที่จบในประเทศไทยที่ทำงานในองค์กรธุรกิจ.....	142
40	ความคิดเห็นของผู้บริหารองค์กรธุรกิจต่อบัณฑิตที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจรับมหาดบัณฑิต M.B.A. ที่จบในประเทศไทยเข้าทำงาน.....	144
41	เหตุผลสำคัญที่ผู้บริหารองค์กรธุรกิจจะรับมหาดบัณฑิต M.B.A. ที่จบในประเทศไทยมากกว่าที่จบต่างประเทศ.....	145
42	เหตุผลสำคัญที่ผู้บริหารองค์กรธุรกิจจะรับมหาดบัณฑิต M.B.A ที่จบต่างประเทศมากกว่าที่จบในประเทศไทย.....	146
43	ความคิดเห็นของผู้บริหารองค์กรธุรกิจต่อหลักสูตร M.B.A.....	147
44	ความคิดเห็นของผู้บริหารองค์กรธุรกิจ ต่อลักษณะการจัดการ หลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของรัฐ ในประเทศไทยใน 10 ปี ข้างหน้า.....	148
45	ความคิดเห็นของผู้บริหารองค์กรธุรกิจ ต่อลักษณะการจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของเอกชน ในประเทศไทยใน 10 ปี ข้างหน้า.....	149
46	ข้อเสนอแนะของบริหารองค์กรธุรกิจ ในการพัฒนาหลักสูตร M.B.A. ในประเทศไทย.....	150
47	ข้อมูลส่วนตัวและของสถาบันของผู้ตอบสัมภาษณ์ ผู้บริหารหลักสูตร M.B.A.....	153
48	เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริหารหลักสูตร M.B.A. ที่มีต่อหลักสูตร M.B.A.....	157
49	ความคิดเห็นของผู้บริหารหลักสูตร M.B.A. ต่อลักษณะการจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของรัฐ ในประเทศไทยใน 10 ปี ข้างหน้า.....	159
50	ความคิดเห็นของผู้บริหารหลักสูตร M.B.A. ต่อลักษณะการจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของเอกชน ในประเทศไทยใน 10 ปีข้างหน้า.....	160
51	ข้อเสนอแนะของผู้บริหารหลักสูตร ในการพัฒนาหลักสูตร M.B.A. ในประเทศไทย.....	161
52	เปรียบเทียบเหตุผลสำคัญอันดับแรกที่นักศึกษาเลือกศึกษาหลักสูตร M.B.A.....	164

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
53	เปรียบเทียบปัจจัยสำคัญอันดับแรกที่นักศึกษาใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษา ในการศึกษาหลักสูตร M.B.A.....	165
54	เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของรัฐ	166
55	เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของเอกชน	167
56	เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อลักษณะการจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของรัฐ ในประเทศไทยใน 10 ปี ช้างหน้า.....	169
57	เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อลักษณะการจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของเอกชน ในประเทศไทยใน 10 ปี ช้างหน้า.....	170
58	เปรียบเทียบข้อเสนอแนะการพัฒนากลยุทธ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ด้านบริหารหลักสูตรและการเรียนการสอน.....	172
59	เปรียบเทียบข้อเสนอแนะการพัฒนากลยุทธ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ด้านคณาจารย์/เทคนิคการเรียนการสอน.....	173
60	เปรียบเทียบข้อเสนอแนะการพัฒนากลยุทธ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเรียนการสอน.....	174
61	ความคิดเห็นต่อหลักสูตร M.B.A. ของประเทศไทย จากการจัดกลุ่มสนทนาของกลุ่มมหาบัณฑิต M.B.A.....	177
62	ความคิดเห็นต่อหลักสูตร M.B.A. ของประเทศไทย จากการจัดกลุ่มสนทนาของกลุ่มผู้บริหารองค์กรธุรกิจ.....	180
63	การวิเคราะห์ SWOT ของการจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของรัฐ...	181
64	การวิเคราะห์ SWOT ของการจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของเอกชน.....	184
65	กระบวนการพัฒนากลยุทธ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของรัฐ จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ของมหาวิทยาลัยของรัฐ	191
66	กระบวนการพัฒนากลยุทธ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของเอกชนจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ของมหาวิทยาลัยเอกชน.....	193
67	กระบวนการพัฒนากลยุทธ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของรัฐ จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์.....	195

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
68	กระบวนการพัฒนากฤษฎ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของ เอกชนในประเทศไทย จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์.....	197
69	กฤษฎ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของรัฐ.....	199
70	กฤษฎ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ของมหาวิทยาลัยของเอกชน.....	206
71	ร่างกฤษฎ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ในประเทศไทย.....	306

สารบัญแนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
1	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย และความ ต้องการศึกษาต่อหลักสูตร M.B.A. ในประเทศไทย.....	6
2	ความสำคัญที่ควรจจะวิจัยหลักสูตร M.B.A. ในประเทศไทย.....	9
3	กรอบแนวความคิด กลยุทธ์การจัดการหลักสูตร M.B.A. ในประเทศไทย.....	16
4	ลำดับสายงานกลยุทธ์.....	28
5	การวิเคราะห์พลังการแข่งขัน.....	31
6	กระบวนการจัดการกลยุทธ์.....	33
7	กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์.....	36
8	ปัจจัยสภาพแวดล้อมขององค์กรธุรกิจ.....	40
9	การวิเคราะห์ตำแหน่งสถานภาพขององค์กร.....	41
10	สรุปขั้นตอนการวิจัย.....	75