

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

การศึกษาเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุก ๆ สังคมของมนุษย์ การศึกษาทำให้มนุษย์มีการพัฒนา ทั้งทางด้านสังคมและจิตใจที่ดีขึ้น ซึ่งในปัจจุบันเป็นยุคที่วิทยาการในทุก ๆ ด้านของสังคมมนุษย์ เจริญขึ้น เป็นอย่างมาก การศึกษาจึงยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเป็นเงาตามตัว สำหรับในประเทศไทย ในช่วงทศวรรษ ที่ผ่านมา การขยายตัวทางเศรษฐกิจและสังคมเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ ความต้องการบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเพิ่มขึ้น

ปัจจุบันการศึกษาระดับปริญญาโท ซึ่งเป็นการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นมา ได้รับความ สนใจจาก บุคคลทั่วไปเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือ พนักงานของ องค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน ทั้งนี้เนื่องจากทุกคนตระหนักดีว่า การ มีโอกาสได้ศึกษาใน ระดับที่สูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นระดับปริญญาโทหรือปริญญาเอก ย่อมจะเป็น แนวทางที่จะนำไปสู่ความ ก้าวหน้าในหน้าที่การงาน อีกทั้งตัวเองก็เอง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาล หรือภาคเอกชนต่างก็ต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเพื่อที่จะเพิ่มศักยภาพในองค์กร นั้นๆ¹

เมื่อภาคเอกชนมีบทบาทมากขึ้นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ความต้องการ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารงานธุรกิจจึงเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ด้วยเหตุนี้สถาบัน ระดับอุดมศึกษาต่างๆ จึงเล็งเห็นความสำคัญของการผลิตบุคลากร ที่มีความรู้ความสามารถด้าน ธุรกิจออกสู่ตลาดมากขึ้น และได้เปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหารขึ้นในหลายแห่ง เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช มหาวิทยาลัยขอนแก่น และอื่นๆ ซึ่งในแต่ละปีมีนักศึกษาสมัครเรียนเป็นจำนวนมาก

เนื่องจากการเปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหารขึ้นในหลายสถาบันทำให้นักศึกษามีโอกาสเลือกเรียนในแต่ละสถาบัน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาของนักศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

¹ ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร, บัณฑิตศึกษาสถาน, แผ่นพับ

สำหรับผู้บริหาร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษาต่างๆ ที่จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาของนักศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาและปัญหาของนักศึกษา ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร
2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับสถาบันการศึกษาในการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น เนื้อหาหลักสูตร การดูงานต่างประเทศ ปัจจัยด้านราคา (Price) เช่น ค่าเรียนถูกกว่าที่อื่น สามารถชำระเงินเป็นงวดๆ ได้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เช่น สถานที่เรียนสะดวกต่อการคมนาคม มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) เช่น การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคคล (People) เช่น อาจารย์ผู้สอนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ การบริการของเจ้าหน้าที่ในการรับสมัคร ปัจจัยด้านกระบวนการต่างๆ (Processes) เช่น ขั้นตอนในการรับสมัครไม่ยุ่งยาก เอกสารที่ใช้ในการสมัครไม่ซับซ้อน ปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) เช่น การมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ภาพพจน์ของคณะที่เรียน

นักศึกษา หมายถึง นักศึกษา(รหัสนักศึกษา ปี 44 และ ปี 45) ที่กำลังศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร ของสถาบันอุดมศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล