

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มา และความสำคัญของปัญหา

การศึกษาเป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง รวมทั้งเทคโนโลยีใหม่ๆ การที่ประเทศใดประเทศหนึ่งจะพัฒนาก้าวหน้าไปได้เพียงใด นั้นย่อมขึ้นอยู่กับคุณภาพของประชากร ถ้าประชากรมีคุณภาพก็ย่อมเป็นการเห็นยวรุ่งการพัฒนา ประเทศ แต่ในทางตรงกันข้ามประเทศที่เต็มไปด้วยประชากรที่มีคุณภาพก็ย่อมสามารถพัฒนาให้ เจริญก้าวหน้าในทุกๆ ด้านอย่างราบรื่น ซึ่งในปัจจุบันเป็นยุคที่วิทยาการในทุกๆ ด้านของสังคม มนุษย์เจริญขึ้นเป็นอย่างมาก การศึกษาจึงยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้น จากกระแสโลกาภิวัตน์ และการ ปฏิวัติทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน ส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าและการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรง ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรจึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาความรู้ทางการบริหารสมัยใหม่ และสามารถนำ ความรู้การบริหารจัดการมาใช้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และพัฒนาธุรกิจให้ประสบ ความสำเร็จแบบยั่งยืน

ปัจจุบันการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (Master of Business Administration Program : M.B.A.) ได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไปเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น นักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษาหรือผู้บริหารทั้งระดับต้น ระดับกลาง และระดับสูงรวมถึง พนักงานขององค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ทั้งนี้เนื่องจากตระหนักว่าการมีโอกาสได้ศึกษาใน ระดับที่สูงขึ้นย่อมที่จะเป็นแนวทางนำไปสู่ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน อีกทั้งองค์กรต่างๆ ยัง ต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเพื่อที่จะเพิ่มศักยภาพในองค์กรของตนให้มากยิ่งขึ้น ความ นิยมในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จึงมีมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วง 10-15 ปีที่ผ่านมา (ข้อมูล เบื้องต้นเกี่ยวกับพัฒนาการหลักสูตร MBA ในประเทศไทย, 2551 : ออนไลน์) ส่วนหนึ่งเป็นเพราะ ความสามารถทางเทคนิคหรือความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพเฉพาะทางในอดีตนั้นมีความ สำคัญลดลง ขณะที่ความรู้ในการจัดระบบงานในองค์กรสามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องมีความ สำคัญมากขึ้น พฤติกรรมขององค์กรที่เปลี่ยนไป ประกอบกับสภาพทางเศรษฐกิจ การเมือง การแข่งขัน ที่มีความสลับซับซ้อนเพิ่มขึ้น ทำให้องค์กรต่างๆ พยายามสรรหาบุคลากรที่มีทักษะใน การจัดการเข้าสู่องค์กรมากขึ้น ซึ่งทำให้ผู้คนจำนวนมากหันมาให้ความสนใจในหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมากยิ่งขึ้น (คลิก! เรียน โทง่ายๆ MBA Online by UTCC, 2543 : ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางของภาคเหนือและยังเป็นจังหวัดที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจเป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพมหานคร ส่งผลให้ภาคธุรกิจต่างๆมีการแข่งขันกันสูง ธุรกิจต่างๆจึงต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ เพื่อเข้ามาบริหารจัดการ และยกระดับธุรกิจให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ด้วยเหตุนี้สถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาแห่งต่างๆในจังหวัดเชียงใหม่จึงเล็งเห็นความสำคัญของการผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านการบริหารธุรกิจให้เพิ่มมากขึ้น จึงได้ดำเนินการเปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตขึ้นหลายสถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น และมหาวิทยาลัยรามคำแหงวิทยาเขตจังหวัดเชียงใหม่ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2551 : ออนไลน์) เพื่อรองรับความต้องการของผู้สนใจ และมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น จากการที่มหาวิทยาลัยต่างๆในจังหวัดเชียงใหม่ได้ดำเนินการเปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ทำให้เกิดการแข่งขันกันทางการตลาดสูงขึ้น แต่ละมหาวิทยาลัยมีการแข่งขันกันโดยการใช้อีสื่อต่าง ๆ หลายประเภท เช่น สื่อวิทยุ ใบบลิว ป้าย โฆษณาขนาดใหญ่ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ในการสื่อสารไปยังผู้ที่สนใจ การทราบถึงประเภทสื่อที่เหมาะสมที่จะใช้ในการสื่อสาร ไปยังผู้รับสารจึงต้องมีการวางแผนในการใช้สื่อมากขึ้น โดยต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าของการเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มาก โดยผู้ที่เข้าศึกษาก็ต้องมีการตัดสินใจในการเลือกสถาบันการศึกษาที่จะเข้าศึกษา (High Involvement) เพราะแต่ละสถาบันมีมาตรฐาน ระยะเวลา รวมถึงค่าใช้จ่ายในการศึกษาที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อแต่ละประเภทที่นักศึกษาระดับมหาบัณฑิตชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตเพื่อให้สถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ที่เปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมตามพฤติกรรมกรรับสื่อของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อให้ทราบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่
2. สถาบันการศึกษาที่เปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนการใช้สื่อที่เหมาะสมกับพฤติกรรมการรับสื่อของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ได้

1.4 นิยามศัพท์

พฤติกรรม หมายถึง การศึกษาลักษณะการเปิดรับสื่อของนักศึกษา เช่น ประเภทและชนิดของสื่อที่นักศึกษาเปิดรับ ช่วงเวลาและความถี่ที่นักศึกษาเปิดรับสื่อ ที่ทำให้นักศึกษาเกิดความต้องการ แล้วตัดสินใจเลือกศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

การเปิดรับสื่อ หมายถึง การที่นักศึกษารับข้อมูลจากสื่อผ่านประสาทสัมผัส เช่น การฟัง การอ่าน การได้ยิน การมองเห็น เป็นต้น เพื่อแสวงหาข้อมูล เปิดรับข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้

สื่อ หมายถึง สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่สถาบันการศึกษาใช้เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารไปยังนักศึกษา

การตัดสินใจเลือก หมายถึง ขั้นตอนต่างๆในกระบวนการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตในการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ซึ่งประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ การเล็งเห็นปัญหาหรือตระหนักถึงความต้องการ การเสาะแสวงหาข่าวสาร การประเมินค่าทางเลือกก่อนซื้อ การตัดสินใจซื้อ การบริโภคอุปโภคสินค้า และประเมินผลหลังซื้อ

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หมายถึง หลักสูตรของคณะบริหารธุรกิจระดับมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยต่างๆในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น และมหาวิทยาลัยรามคำแหง วิทยาเขตจังหวัดเชียงใหม่ ที่เปิดรับนักศึกษาโดยการคัดเลือกโดยวิธีต่างๆ

นักศึกษา หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาในระดับมหาบัณฑิตชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2551 ที่ศึกษาอยู่ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตในจังหวัดเชียงใหม่