

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

หลักสูตรปริญญาโทสาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร ของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทำการเปิดสอนขึ้นในปี พ.ศ.2543 เพื่อให้ผู้บริหารและผู้ที่มี ศักยภาพในการเป็นผู้บริหาร ได้มีโอกาสศึกษาและพัฒนาความรู้ ความสามารถด้านการบริหารและการจัดการทางธุรกิจในระดับที่สูงขึ้นสามารถวางกลยุทธ์ธุรกิจที่สอดคล้องกับภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ได้ทั้งกลยุทธ์ระยะสั้น และกลยุทธ์ระยะยาว ผู้บริหารที่จบหลักสูตรนี้จักเป็นผู้ที่มีคุณธรรมและจริยธรรมในอันที่จะยังประโยชน์ต่อสังคมอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ความรู้ที่ได้จากการจัดการเรียนการสอนที่คณะบริหารธุรกิจแล้ว ยังจัดให้มีการศึกษานอกสถานที่ซึ่งจะทำให้มีทัศนคติที่มีความรอบรู้ในสภาวะแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกประเทศอีกด้วย (คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544: ออนไลน์)

ปัจจุบัน หลักสูตรปริญญาโทสาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร มีนักศึกษาที่เข้าศึกษาแล้วทั้งสิ้น 5 รุ่น โดยมีผู้เข้าศึกษาในหลักสูตรนี้ทั้งสิ้น 276 คน สำเร็จการศึกษา และรับพระราชทานปริญญาบัตรแล้ว จำนวน 2 รุ่น รวม 102 คน อยู่ในระหว่างการรอรับพระราชทานปริญญาบัตรในปี 2548 จำนวน 53 คนอยู่ระหว่างการศึกษา จำนวน 120 คน (อันธิกา ผ่องเดช และเสาวลักษณ์ เอกรัตน์. โครงการปริญญาโทบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร (EX-MBA), 15 ตุลาคม 2547.)

อย่างไรก็ตาม แนวคิดการเปิดสอนระดับปริญญาโทในปัจจุบันของสถาบันการศึกษาไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่มุ่งหวังผลกำไร หรือในองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร ต่างตระหนักดีว่าการมุ่งเน้นที่ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางที่จะนำองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศได้ เพราะผู้เรียนจะเป็นผู้ตัดสินใจสินค้าหรือบริการที่มีนั้นมีคุณภาพหรือไม่ในสภาวะที่ตลาดเป็นของผู้ซื้อ ผู้เรียนจึงมีทางเลือกที่หลากหลาย และส่งผลให้เกิดการเปรียบเทียบความเหมือน และความต่างของคุณภาพ ราคา หรือบริการเสริมอื่นๆ ที่สร้างแรงดึงดูดใจ ด้วยกลยุทธ์ที่เลือกสรรเพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA : Master of Business Administration) ในจังหวัดเชียงใหม่ ดินแดนแห่งการศึกษาตามแผนพัฒนาประเทศระยะยาวในรัฐบาลชุดก่อนๆ จึงเป็นโอกาสของสถาบันอุดมศึกษาทั้งจากท้องถิ่นและจากส่วนกลางที่ต่างทะยอยนำเสนอหลักสูตร MBA สู่ตลาดในปัจจุบัน เช่น มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยนอร์ท มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น และมหาวิทยาลัยรามคำแหง ดังนั้น จากสภาวะการแข่งขันองค์กรจะต้องมีวิธีการในการหาความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด การรับ

ฟังเสียงสะท้อนจากลูกค้าเป็นวิธีหนึ่งที่จะทำให้องค์กรทราบว่าลูกค้าพอใจในสินค้าหรือบริการหรือไม่ และหากลูกค้าไม่พอใจ องค์กรจะต้องมีการปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่องเหล่านั้น เพื่อช่วยให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเห็นความสำคัญที่จะติดตามผลจากมหบัณฑิต เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรปริญญาโทสาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร (เชียงใหม่) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อทางผู้บริหารหลักสูตรจะได้ทราบถึงความพึงพอใจที่ผ่านมา และนำผลที่ได้ไปใช้ในการเสริมจุดแข็งและมีการปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่องเหล่านั้น ช่วยให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของมหบัณฑิตที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร (เชียงใหม่) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา

1. ทราบถึงความพึงพอใจของมหบัณฑิตที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรปริญญาโทสาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร (เชียงใหม่) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. เป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารโครงการ นำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงโดยเสริมจุดแข็งและแก้ไขจุดบกพร่องเหล่านั้น เพื่อช่วยให้โครงการเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกโดยรวมของมหบัณฑิตที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของหลักสูตรปริญญาโทสาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร (เชียงใหม่) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของหลักสูตรฯ ตามที่เห็นและเข้าใจกับความคาดหวัง

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง 7 P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การกระจายบริการ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ บุคคลากร สิ่งนำเสนอทางกายภาพ และกระบวนการ

มหบัณฑิต หมายถึง ผู้สำเร็จการศึกษา รวมทั้งหมด 3 รุ่น เริ่มตั้งแต่ รุ่นที่ 1-3 ของปีการศึกษา 2543-2545

หลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร หมายถึง หลักสูตรปริญญาโท บริหาร
ธุรกิจสำหรับผู้บริหาร (EX-MBA : Executive – Master of Business Administration) คณะบริหาร
ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved