

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านดีแทค ในจังหวัด เชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นกรอบ แนวคิดในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

Philip Kotler (2000 : 36) อธิบายว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ระดับความรู้สึกของ บุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ หรือการ ปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ (Perceived Performance) กับความคาดหวัง (Expected Performance) โดยหากผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึง พพอใจ (Dissatisfaction) หากผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้าทำให้ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวัง ของลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (Delighted)

ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ (The Service Marketing Mix)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 : 341-343) อธิบายว่า กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ใช้ ส่วนประสมการตลาด(Marketing Mix) 4 อย่าง หรือ 4P's เช่นเดียวกับสินค้าซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) อย่างไรก็ตามด้วยลักษณะพิเศษของบริการที่มีความต่างจากสินค้า นักวิชาหลายท่านจึงเห็นว่าควร อาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติมอีก 3P's ซึ่งประกอบด้วย บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and Presentation) และ กระบวนการ (Process) รวมเป็นตัวแปรทางการตลาด 7 ประการที่ใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึง พพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย รายละเอียดดังนี้

1. **ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service)** การสร้างบริการเพื่อให้บริการที่ทรงคุณภาพ บริษัทต้องปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าเฉพาะรายและต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้นด้วย การปรับแต่งบริการเพื่อสร้างคุณค่าให้ลูกค้าจะยังมีความสลับซับซ้อนในตลาดระหว่างประเทศหรือตลาดหลายวัฒนธรรม อันเนื่องมาจากความแตกต่างกันของภาษา ศาสนา และสังคม

2. **การตั้งราคาค่าบริการ (Price)** เนื่องจากบริการมองไม่เห็น การตั้งราคาบางส่วนต้องให้ทั้งผู้ขายและผู้ซื้อเข้าใจว่ามีอะไรบ้างรวมอยู่ในสิ่งที่เขากำลังซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน ทั้งนี้ก็เพื่อช่วยบริษัทให้สามารถหลีกเลี่ยงปัญหาในการตั้งราคา

การตั้งราคามีอิทธิพลต่อการที่ผู้ซื้อจะรับรู้บริการ เนื่องจากบริการนั้นยาก ที่จะประเมิน หากลูกค้ามิได้ตั้งเกณฑ์การประเมินไว้ ราคาจึงมักจะมึนบทบาทสำคัญในการชี้คุณภาพ

3. **การจัดจำหน่ายบริการ (Place)** กลยุทธ์การจัดจำหน่ายสำหรับบริการเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาจัดให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับสภาพของบริการและสิ่งที่ลูกค้าให้คุณค่าซึ่งจะกำหนดว่าลูกค้าอาจไปที่บริษัทเพื่อรับบริการหรือบริษัทอาจไปหาลูกค้า โดยปกตินักการตลาดจะจัดการให้มีการมารับบริการได้สะดวกให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

4. **การส่งเสริมการจำหน่ายบริการ (Promotion)** สิ่งหนึ่งที่ทำหายการสื่อสารการตลาดของบริการก็คือ การที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย ความไม่มีตัวตนของบริการมักทำให้เป็นไปไม่ได้ที่จะมีประสบการณ์ก่อนที่จะทำการซื้อ ดังนั้นการส่งเสริมตลาดจำเป็นต้องอธิบายว่าบริการคืออะไรและคุณประโยชน์แก่ผู้ซื้ออย่างไร

5. **บุคคล หรือพนักงาน (People)** บุคลากรถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจดังนั้นจึงต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง

6. **การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)** ธุรกิจบริการจำเป็นต้องพยายามแสดงให้ผู้รับบริการเห็นถึงคุณภาพโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้นั้นคือลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือประโยชน์อื่นๆ

7. **กระบวนการให้บริการ (Process)** ผู้ให้บริการอาจต้องใช้กระบวนการบางอย่างเพื่อส่งมอบบริการของตนให้กับลูกค้าด้วยความรวดเร็วและประทับใจลูกค้า

การบริการของร้านดีแทค

ร้านดีแทค เปิดให้บริการครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2539 เพื่อเป็นร้านค้าที่ให้ทั้งสินค้าและบริการ แก่ลูกค้าดีแทค ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกที่ดำเนินธุรกิจในระบบ แฟรนไชส์ แบบครบวงจรลักษณะ "One Stop Shopping" ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารของ บริษัท ดีแทค ซ็อบ เพื่อเป็นศูนย์กลางการบริการลูกค้า ทางด้านการจัดจำหน่ายอุปกรณ์ทางการสื่อสาร โทรคมนาคม และให้บริการหลังการขายแก่ ลูกค้าระบบ 800 และ ระบบ 1800 ดิจิตอล โดยลูกค้าจะได้รับบริการที่ได้มาตรฐาน สินค้า หลากหลาย ที่ได้คุณภาพ และความสะดวกรวดเร็วจากร้านดีแทคทุกสาขาทั่วประเทศไทย ซึ่งมี พนักงานที่ได้รับการฝึกฝนให้มีความรู้ด้านระบบ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบ 800 และ ระบบ 1800 เป็นอย่างดี เพื่อให้คำแนะนำแก่ลูกค้า ในปัจจุบันร้านดีแทค เปิดให้บริการทั่วประเทศมากกว่า 200 ร้าน กระจายอยู่ทั่วทุกภาค ในประเทศไทย ให้บริการด้าน อุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ และบริการ หลังการขาย

ทั้งนี้การบริการที่สามารถดำเนินการได้ที่ร้านดีแทค มีดังนี้

1. จัดจำหน่ายอุปกรณ์ทางการสื่อสาร โทรคมนาคม เช่น SIM CARD โทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริมต่างๆ บัตรเติมเงิน
2. รับชำระค่าบริการรายเดือนแก่ผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ DTAC ระบบ 800 และ ระบบ 1800 ดิจิตอล และ ให้บริการศูนย์ Pay point เพื่อรับชำระค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา และค่า โทรศัพท์บ้าน
3. เติมเงินผ่านระบบออนไลน์ (Refilled Online) ได้ ตั้งแต่ราคา 50 / 100 และ 200 บาท
4. รับประกันสินค้าที่จำหน่ายในร้านดีแทค เช่น SIM CARD โทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์เสริมต่างๆ
5. การเปลี่ยนแปลงสถานที่ส่งใบแจ้งค่าบริการ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับ ผู้ใช้บริการในระบบ DTAC ทุกท่านที่มีความประสงค์จะขอแจ้งเปลี่ยนแปลงที่อยู่ส่งใบแจ้งหนี้
6. สมัคร/ยกเลิก บริการเสริมพิเศษ ผู้ใช้บริการที่มีความประสงค์จะสมัคร หรือยกเลิกการ ใช้บริการเสริม เพียงแจ้งความประสงค์ให้กับพนักงานทราบและกรอกเอกสารเท่านั้น
7. การขอมี SIM Card ใหม่ (กรณี SIM Card ชำรุด/สูญหาย) ในกรณีที่ SIM Card ชำรุด หรือ SIM Card สูญหาย ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของร้านดีแทค เพื่อออก SIM Card ใหม่
8. การเปลี่ยนเครื่องใหม่ใช้เลขหมายเดิม (SWAP) ผู้ใช้บริการสามารถเลือกซื้อ หรือรุ่น ที่ ท่านต้องการแล้วแจ้งให้กับเจ้าหน้าที่ของร้านทราบ และ กรอกเอกสารเพื่อบันทึกข้อมูล

9. การย้ายจุดจดทะเบียน เพิ่มความสะดวกสบายไม่ว่าผู้ให้บริการจะย้ายที่ทำงาน หรือย้ายไปอยู่ ณ ภาคใดของประเทศไทย ท่านสามารถย้ายจุดจดทะเบียนได้เพื่อความประหยัดกับค่าใช้จ่ายบริการและเพื่อ ความเหมาะสมในการใช้บริการ ทั้งนี้ การย้ายจุดจดทะเบียน ผู้ให้บริการจะต้องเปลี่ยนหมายเลขใหม่ เป็นหมายเลขตามภูมิภาคต่างๆ แต่เครื่องโทรศัพท์ยังคงเป็นเครื่องเดิม

10. การขอเปิดบริการเลขหมายใหม่ ทั้งระบบ Pre-paid และ Post-paid

11. บริการเปลี่ยนแปลงอัตราค่าใช้บริการ (D Package) ผู้ให้บริการที่ต้องการจะเปลี่ยนการคิดค่าใช้บริการจากเดิม มาเป็นการคิดค่าบริการแบบใหม่ที่เหมาะสมกับการใช้งาน สามารถแจ้งความจำนงกับเจ้าหน้าที่ และเตรียมเอกสาร (บุคคลธรรมดาใช้ สำเนาบัตรประชาชน บริษัท ใช้สำเนาหนังสือรับรองบริษัท, บัตรประชาชนของผู้มีอำนาจ, สำเนาทะเบียนบ้าน และเซ็นรับรองเอกสารทุกใบ) ยื่นให้กับเจ้าหน้าที่เพื่อดำเนินการ

12. การระงับใช้บริการชั่วคราว หากผู้ให้บริการมีความประสงค์จะขอระงับใช้บริการชั่วคราวไม่ว่าจะเหตุผลใดก็ตาม สามารถแจ้งระงับใช้บริการชั่วคราวได้ทันที ทั้งนี้ผู้ให้บริการยังมีสิทธิในการครอบครองเลขหมายเดิม

13. การยกเลิกระงับบริการชั่วคราว เมื่อใดก็ตามที่ผู้ให้บริการมีความประสงค์จะขอเปิดใช้บริการใหม่หลังจากที่ท่านได้แจ้งขอระงับการบริการชั่วคราว ท่านสามารถแจ้งความประสงค์กับเจ้าหน้าที่เพื่อขอเปิดใช้บริการได้ทันที โดยหมายเลขที่ขอเปิดใช้บริการจะยังคงเป็นหมายเลขเดิม

14. การโอนสิทธิ์คือ การแจ้งความประสงค์เปลี่ยนแปลงชื่อผู้จดทะเบียนของระบบจากบุคคลเดิมไปยังบุคคลใหม่

15. การเปลี่ยนเครื่องต่างระบบ (SWAP) เมื่อท่านมีความต้องการจะเปลี่ยนเครื่องจากระบบเดิมที่ผู้ให้บริการใช้งานอยู่ ท่านสามารถแจ้งความประสงค์ของท่าน โดยเปลี่ยนทั้งเครื่องโทรศัพท์ใหม่ เปลี่ยนหมายเลขใหม่ ในกรณีที่ท่านมีความต้องการที่จะเปลี่ยนเครื่องจาก DTAC ระบบ 800 เป็น DTAC ระบบ 1800 หรือจาก DTAC ระบบ 1800 เป็น DTAC ระบบ 800 ทางสาขาจะดำเนินการปิดเลข หมายเดิมของท่านได้ทันที

16. บริการเปลี่ยนเครื่อง (เลขหมายเดิม) เมื่อท่านมีโทรศัพท์ที่ถูกต้องจากกฎหมายของระบบ DTAC และต้องการนำมาเปลี่ยนข้อมูลให้กับเลขหมายเดิมเพียงท่านติดต่อ กับเจ้าหน้าที่

17. การยกเลิกระงับพร้อมจัดหาเครื่องใหม่ในกรณีที่ผู้ให้บริการทำเครื่องสูญหาย แล้วได้แจ้งระงับการให้บริการไว้ ท่านสามารถที่จะซื้อเครื่องใหม่ และยกเลิกระงับการให้บริการเพื่อขอเปิดใช้บริการต่อไปได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนตรนภา ชินวัตร (2546) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ราคา และปัจจัยทางด้านตัวสินค้าที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ รูปร่าง ขนาด และรูปร่างขนาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ รูปร่างขนาดเล็ก น้ำหนักเบา เทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ใช้งาน มีความยุ่งยากในการใช้น้อย ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ การลดค่าบริการ หรือช่วงโทรฟรี ปัจจัยสำคัญจากสื่อที่มีผลต่อการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ สื่อโฆษณา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา และบริการหลังการขายที่มีความสำคัญในการเลือกซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ มีศูนย์บริการมาก ทำให้ติดต่อง่าย และปัญหาส่วนใหญ่ที่พบ ได้แก่ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบตเตอรี่หมดเร็ว โทรศัพท์เคลื่อนที่ช่องสัญญาณไม่เพียงพอ โทรศัพท์เคลื่อนที่โทรเข้า-ออกยาก การติดต่อกับศูนย์บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่คิดค่าบริการแพง และการใช้บริการหลังการขายอะไหล่ราคาแพงเกินไป

ฉัตรชัย วิบูลย์สิทธิโชค (2545) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ต่อการบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยีเว็บผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับปานกลางต่อการบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยีเว็บผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS และ DTAC ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ในด้านสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับปานกลางต่อการบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยีเว็บผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS และ DTAC แต่มีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยมากต่อปัจจัยย่อยในเรื่องสำนักงานบริการลูกค้าที่มีอยู่เพียงแห่งเดียวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ของทั้ง AIS และ DTAC และมีความเห็นด้วยในระดับมากต่อปัจจัยย่อยในเรื่องการเปิดบริการทุกวันของสำนักงานบริการของ AIS ที่ทำแพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับมากต่อการบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยีเว็บผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS และ DTAC แต่มีความคิดเห็นในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยในเรื่องการสร้างสรรคกิจกรรมความสัมพันธ์ต่อสังคมของ DTAC และด้านบุคคลและพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับมากต่อการบริการอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ด้วยเทคโนโลยีเว็บผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS และ DTAC แต่มีความคิดเห็นในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยในเรื่องความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงานประจำศูนย์จำหน่ายหรือบริการของทั้ง AIS และ DTAC