

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการบริการของศูนย์ภาษาต่างประเทศ วาย.เอ็ม.ซี. ลำพูน ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมทฤษฎีและแนวคิด รวมทั้งวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวทางในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

1) แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ (Marketing Mix) หรือ 7P's ของ Philip Kotler (อ้างใน อุดลย์ จาตุรงค์กุล, 2542)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายแก่ลูกค้าต้องมีคุณประโยชน์หลัก (Augmented Product) รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Potential Product) เพื่อความสามารถในการแข่งขันในอนาคต

2. ราคา (Price) คือ ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าและบริการ รวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรม ซึ่งต้องจ่ายพร้อมราคาของสินค้าที่เป็นตัวเงิน ดังนั้นราคาจึงมีบทบาทในการกำหนดว่าลูกค้าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ รวมทั้งมีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรของผลิตภัณฑ์ด้วย

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ โดยต้องพิจารณาถึงทำเลที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่จะเข้าถึงลูกค้าได้ เมื่อเทคโนโลยีเจริญขึ้น การส่งสินค้าและบริการก็ง่ายขึ้นสำหรับทั้งผู้ผลิตและสำหรับลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารการตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขายโดยส่วนประสมของการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย

- การโฆษณา (Advertising) ใช้สร้างภาพพจน์ระยะยาวให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ และทำให้เกิดการขายรวดเร็ว

- การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นการสื่อสารที่อาจนำลูกค้าไปยังผลิตภัณฑ์หรือเป็นสิ่งจูงใจที่มีคุณค่าต่อลูกค้า ประกอบไปด้วยเครื่องมือมากมาย เช่น 쿠폰 การแจก การแถม เป็นต้น

- การประชาสัมพันธ์และการพิมพ์เผยแพร่(Public Relations) เป็นการสร้างความเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ หรือการดำเนินงานของบริษัทให้เข้าถึงลูกค้าที่ชอบหลีกเลี่ยงพนักงานขายและโฆษณา

- การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการสร้างความนิยมชมชอบความเชื่อ และตัดสินใจและการก่อปฏิกิริยาซื้อโดยอาศัยบุคคลเป็นผู้แจ้งข่าวสาร

- การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการส่งข่าวสารสู่บุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ ได้อย่างรวดเร็วผ่านเครื่องมือที่มีหลายรูปแบบ เช่น จดหมายตรง ทางโทรศัพท์ เป็นต้น

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) เป็นการคัดเลือก(Selection) การฝึกอบรม (Training) และการจูงใจ (Motivation) พนักงาน เพื่อให้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งเป็นอย่างมาก

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการแสดงให้เห็นคุณภาพของการบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นคุณค่าของการบริการที่ส่งมอบ โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม(Total Quality Management(TQM))

7. กระบวนการ (Process) เป็นการอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งบริการให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความแตกต่างและส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และประทับใจลูกค้า(Customer Satisfaction)

2) แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ไว้ว่าความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกหลังการซื้อ หรือรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือประสิทธิภาพของสินค้า (Perceived Performance) กับการให้บริการที่เขาคาดหวัง (Expected Performance) โดยผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ แต่ถ้าระดับของผลงานที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้าตั้งไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (Delighted Customer) ผู้ให้บริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งโดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มาใช้บริการศูนย์ภาษา วาย.เอ็ม. ซี.เอ.ลำพูน ได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มีสาระสำคัญสรุปได้ดังต่อไปนี้

วิริยะ ฤาชัยพานิช (2544) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของนักเรียน และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในละด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ รูปแบบหลักสูตร เช่นเนื้อหาล่องหน้าอย่างละเอียด เน้นแนวข้อสอบ Entrance และ Quota เพิ่มประสบการณ์ทำโจทย์ต่างๆ มีหลักสูตรแบบให้เลือกเรียนเฉพาะวิชา และอื่นๆ ด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาค่าเล่าเรียนที่ถูกกว่าที่อื่นๆ ด้านสถานที่ ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ สถานที่หาพบได้ง่ายส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชา ด้านด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ เพื่อนหรือรุ่นพี่แนะนำ และแผ่นพับเพื่อแนะนำโรงเรียนและหลักสูตรด้านบุคลากร ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อาจารย์ผู้สอนที่มีชื่อเสียง ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การเปิดสอนหลายช่วงเวลาเพื่อให้เลือกเรียน ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การมีสถิติที่เรียนแล้วสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้เป็นจำนวนมาก สำหรับผลการศึกษาด้านความต้องการของนักเรียนพบว่า นักเรียนต้องการสถานที่ที่เดินทางได้สะดวก ต้องการรูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสม ต้องการได้รับส่วนลดค่าเรียน และต้องการอาจารย์ที่มีเทคนิคการสอน

พงษ์ชัย ทวีพานิช (2545) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองต่อส่วนประสมการตลาดของสถาบันพัฒนาทักษะคณิตศาสตร์และภาษาอังกฤษ ภูมิศึกษาศูนย์กุมอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มีนักเรียนในปกครองอายุระหว่าง 6 – 9 ปี นักเรียนส่วนใหญ่เลือกเรียนวิชาคณิตศาสตร์มากกว่าวิชาภาษาอังกฤษ และส่วนใหญ่ผู้ปกครองกำลังเรียนกับศูนย์กุมองในระดับ 1 ผู้ปกครองนักเรียนมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วันและเวลาที่กำหนดในตารางเรียนมีความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม ด้านราคา ได้แก่ รูปแบบการชำระเงินค่าเล่าเรียน ด้านสถานที่ ได้แก่ สถานที่ตั้งของศูนย์กุมองอยู่ในชุมชนสะอาดหาได้ง่าย ด้านบุคลากร ได้แก่ เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ คุณภาพและความสามารถในการสอนของผู้สอน ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ การมีเอกสารแบบเรียนเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง สำหรับด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจ

ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดส่งเอกสารประชาสัมพันธ์ราย 2 เดือนแก่ลูกค้า ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่พบคือ สถานที่ค่อนข้างคับแคบ ตลอดจนที่จอดรถไม่สะดวกต่อการไปติดต่อหรือพานักเรียนไปเข้าชั้นเรียน

จิรวดี ภูวนารถนุรักษ์ (2546) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อบริการของโรงเรียนกวดวิชาวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าการเป็นโรงเรียนที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับกว้างขวาง มีวิชาให้เลือกที่หลากหลาย และมีรูปแบบการเรียนการสอนแบบใหม่ ๆ เสริมจากการเรียนการสอนปกติ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ค่าเรียนต่ำกว่าโรงเรียนอื่น และค่าเรียนเหมาะสมกับคุณภาพการสอน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ติดต่อกับโรงเรียนได้สะดวก มีเจ้าหน้าที่ให้บริการถึงบ้านหรือสถานที่ทำงานของผู้ปกครอง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การมีแผ่นพับ ใบปลิว ป้ายประกาศ ติดตามโรงเรียนต่าง ๆ โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ปัจจัยในการบริการด้านบุคลากร ได้แก่ โรงเรียนมีครูผู้สอนที่มีความรู้ความสามารถในวิชาที่สอนเป็นอย่างดี สามารถถ่ายทอดให้นักเรียนเข้าใจได้ง่าย ปัจจัยด้านกายภาพ ได้แก่ การมีสภาพร่มรื่น ห้องเรียนสะอาด มีแสงสว่างเหมาะสม อุปกรณ์การเรียนการสอนทันสมัย ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการ ได้แก่ การมีจำนวนห้องอย่างเพียงพอมีเอกสารประกอบการเรียนจัดเตรียมไว้เป็นรูปเล่มทุกวิชา

วรุณดี อินตะแสน (2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของออสเตรเลียเซ็นเตอร์เชียงใหม่ ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของออสเตรเลียเซ็นเตอร์เชียงใหม่ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการบริการ และด้านผลิตภัณฑ์บริการ สำหรับด้านบริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความไม่พึงพอใจต่อปัจจัยบางปัจจัย ได้แก่

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมีช่องทางที่ให้ติดต่อผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ ได้สะดวกเหมือนที่ติดต่อที่โรงเรียน และด้านการมีช่องทางที่สามารถให้นักเรียนหรือผู้สนใจติดต่อกับโรงเรียนได้สะดวกโดยไม่ต้องจำกัดเวลา

ด้านราคาไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการชำระเงินที่สะดวกและชำระได้หลายรูปแบบ เช่น ชำระผ่านทางธนาคาร ชำระด้วยบัตรเครดิต และด้านค่าเรียนแพงกว่าโรงเรียนสอนภาษาอื่น ๆ

ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมีของสมนาคุณหรือตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ และด้านมีการทดลองเรียน

ด้านลักษณะทางกายภาพไม่พึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านมีการตกแต่งสถานที่ที่ทันสมัย