

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า ต่อบริการ ของบริษัท เอ แอนด์ เอ นีโอ เทคโนโลยีจำกัด มีแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1)ทฤษฎีความพึงพอใจของลูกค้า

แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า(ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2549) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) หมายถึง อารมณ์แห่งความสุขและความรู้สึกคุณค่าที่ใช้บริการ และความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการในการใช้บริการซ้ำ จนในที่สุดเกิดความติดใจ ต้องการใช้บริการกับธุรกิจนั้นให้นานเท่านานตราบเท่าที่ความพอใจนั้นยังคงอยู่หรืออีกนัยหนึ่งคือ ความจงรักภักดี (Customer Loyalty) ได้เกิดขึ้นแล้ว

ความจงรักภักดีจึงเป็นผลสะท้อนถึงความพอใจอย่างที่สุดของลูกค้า ซึ่งมักเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าได้รับความพอใจอย่างต่อเนื่อง ความพอใจเพียงครั้งหรือสองครั้งอาจจะยังไม่ได้นำไปสู่ความจงรักภักดีได้ ลูกค้าแต่ละคนย่อมมีความพอใจที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับความต้องการและประสบการณ์ในการใช้บริการ อย่างไรก็ตาม ลูกค้าในยุคปัจจุบันเอาใจยากขึ้น ลูกค้ามีความจงรักภักดีในตราบริการน้อยลง พร้อมเสมอในการเปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่นหากมีสิ่งล่อใจที่เหมาะสมสิ่งนี้นักการตลาดต้องทำคือ สร้างความพอใจให้เกิดประจำและพัฒนาไปสู่ความจงรักภักดี ซึ่งจะช่วยเพิ่มความจงรักภักดี หรือ ลดการไปใช้บริการที่อื่นนั่นเอง เสมือนดั่งจูงองหางใจที่จะต้องปกป้องไขให้ดีที่สุด

แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์, 2548) การวัดว่าลูกค้ามีความพอใจหรือไม่พอใจในการบริการนั้น มีความสัมพันธ์กับบริการที่ลูกค้าได้รับครั้งสุดท้าย แต่ถ้าเป็นการวัดคุณภาพของบริการ ลูกค้าจะประเมินจากประสบการณ์ที่เคยได้รับในอดีต จากการวิจัยพบว่า การประเมินคุณภาพงานบริการที่ได้รับส่งผลต่อระดับความพึงพอใจ ดังนั้นการประเมินคุณภาพของบริการเป็นการนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า

ถ้ากิจการที่ให้บริการมีประวัติการให้บริการดีมาตั้งแต่ในอดีต เกิดมีการผิดพลาดในบริการ ขึ้นและไม่รุนแรงนัก ผู้บริโภคก็ยังคงให้โอกาสแก่กิจการกล่าวคือยังคงใช้บริการอยู่ต่อไป แต่ถ้าความผิดพลาดของการบริการนั้นรุนแรงหรือกิจการมีประวัติการให้บริการไม่ค่อยดีอยู่แล้ว ลูกค้าย่อมที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการอื่นแทน ในการซื้อบริการครั้งต่อไป

2) ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix)

ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด หรือ 7 P's ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการให้บริการ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) นำมาใช้ศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

1) **ผลิตภัณฑ์ (Product)** คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น การสร้างบริการเพื่อให้บริการที่ทรงคุณค่าบริษัทต้องปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย และต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้นด้วย

2) **ราคา (Price)** คือ ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้า หรือบริการรวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรม ซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาสินค้าที่เป็นตัวเงิน การตั้งราคาค่าบริการ มีการเรียกราคาค่าบริการ มีการเรียกราคาของบริการได้หลายแบบและราคาที่ตั้งขึ้นสำหรับคิดค่าบริการ มักได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมต้นทุนและสร้างกำไร เนื่องจากการบริการมองไม่เห็น การตั้งราคาบางส่วนต้องให้ผู้ขายและผู้ซื้อเข้าใจว่ามีอะไรบ้างรวมอยู่ในสิ่งที่เขากำลังซื้อขายแลกเปลี่ยน การตั้งราคามีอิทธิพลต่อการที่ผู้ซื้อจะรับรู้บริการด้วยถ้าลูกค้ามีเกณฑ์ในการตัดสินใจคุณภาพน้อย เขาจะประเมินบริการด้วยราคา เนื่องจากบริการยากที่จะประเมินราคาจึงมักมีบทบาทในการซื้อคุณภาพ

3) **ช่องทางการให้บริการ (Place)** เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้า หรือบริการตามที่ต้องการกลยุทธ์การให้บริการเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาจัดให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพการบริการ และ สิ่งที่ถูกค้าให้คุณค่านักการตลาด จะจัดการให้มีการมารับบริการได้โดยสะดวกให้มากที่สุด เท่าที่จะทำได้

4) **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นการสื่อสารการตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย

5) **บุคลากร (People)** หรือพนักงานผู้ให้บริการ ลักษณะที่แตกต่างของบริการอันหนึ่งคือ การผลิตและการบริโภคจะเกิดขึ้นในขณะเดียวกัน ไม่สามารถแยกผู้รับและผู้ให้บริการออกจาก

กัน ได้ คนจึงหมายถึงผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดในการนำเสนองานบริการซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้า ได้แก่พนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้าและลูกค้าอื่นในระบบการตลาดบริการนอกจากนี้บุคลิกการแต่งกาย ทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงานย่อมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ในการบริการของลูกค้า รวมถึงการปฏิบัติต่อลูกค้าคนอื่น ๆ หรือการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างลูกค้ากับลูกค้าด้วยกัน

6) กระบวนการ (Process) คือ ระเบียบวิธี (Procedures) กลไก (Mechanisms) และการเคลื่อนย้าย (Flow) ของกิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งในระบบการนำเสนอ และปฏิบัติงานบริการ เนื่องจากกระบวนการของการบริการมีความสลับซับซ้อน จึงมีความจำเป็นต้องผนวกกระบวนการเหล่านี้เข้าด้วยกันเพื่อให้การทำงานของกระบวนการเป็นไปโดยราบรื่น สามารถตอบสนองความต้องการตามคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังได้

7) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เนื่องจากการบริการเป็นข้อเสนอที่เป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ จึงต้องทำให้ข้อเสนอของการบริการเป็นรูปธรรมที่ลูกค้าเห็นได้ชัด สิ่งนำเสนอทางกายภาพนี้เป็นสภาพแวดล้อมทั้งหมดในการนำเสนองานบริการและสถานที่ ซึ่งกิจกรรมกับลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันถึงส่วนประกอบใดก็ตามที่เห็นได้ชัดเจน ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานหรือในการสื่อสารงานบริการ

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

บุญส่ง ภูณามา (2549) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการติดตั้งระบบเครือข่าย คอมพิวเตอร์ ของบริษัทลานนาคอม จำกัด ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการติดตั้งระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของบริษัท ลานนาคอม จำกัด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก ด้านการให้คำปรึกษาได้แก่การให้คำปรึกษาสอดคล้องกับทิศทางหรือแนว นโยบายของมหาวิทยาลัย ด้านการออกแบบระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ระบบที่ออกแบบมีความสามารถในการขยายระบบได้สูง ด้านการออกแบบระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ได้แก่ การติดตั้งถูกต้องเป็นไปตามข้อมูลกำหนดของบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ ระยะเวลาการติดตั้งตรงตามกำหนดของสัญญา ด้านการติดตั้ง ได้แก่ มีการตอบรับบริการแจ้งซ่อม และแจ้งกำหนดการเข้าแจ้งซ่อม ทั้งทาง E-Mail โทรศัพท์ หรือ ผ่านเว็บไซต์ของบริษัท ลานนาคอม จำกัด

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ (สินค้า/บริการ) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจสูงสุด

ลำดับแรกในแต่ละด้านดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (สินค้าบริการ) ได้แก่ ความมีชื่อเสียงน่าเชื่อถือของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ระยะเวลาการชำระเงิน / เกรดดีท่อม ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงต่าง ๆ เช่น การลดราคา การแถมสินค้าพิเศษ การแจกตัวอย่างสินค้า ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ มารยาท / บุคลิกภาพของพนักงานขาย ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ การได้รับมาตรฐานคุณภาพ ISO 9001:2000 ของบริษัท ฯ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การทำสัญญาไม่ยุ่งยาก

สำหรับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการ 3 ลำดับแรกคือ สินค้ามีปัญหาเมื่อใช้งานได้ไม่นาน รองลงมาคือ ความล่าช้าในการให้บริการ/เข้าถึงเซิทำงานเมื่อได้รับแจ้ง และระยะเวลาในการส่งซ่อม/ส่งสินค้าคืนนาน

ขนิษฐา ตันติวานิชย์พงศ์ (2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านดีแทคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับมากอันดับแรก คือ ความหลากหลายของตราหือสินค้าที่จัดจำหน่าย ด้านราคา ได้แก่ ราคาจำหน่ายของสินค้าและบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่ตั้งและความสะดวกในการเข้าถึงร้าน ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ เอกสารแนะนำสินค้าและบริการที่มีแจกภายในร้าน ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน และความเพียงพอของจำนวนพนักงานในการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ความกว้างขวางและความสะดวกของสถานที่จอดรถ ด้านกระบวนการ ได้แก่ ความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการ

ศิริพงษ์ พงษ์ไธสง (2543) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการเครือข่าย ดิจิทัล ของบริษัทไทยเทเล โฟน แอนด์ เทเลคอมมิวนิเคชัน จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคเหนือ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับดังนี้ ข้อมูลที่ส่งผ่านเครือข่ายมีความปลอดภัยสูงไม่สามารถโจรกรรมได้ พนักงานบำรุงรักษาของบริษัทมีความชำนาญในการบำรุงรักษา แก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว อุปกรณ์ที่ติดตั้งมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน อุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งมีคุณภาพวางใจได้ อุปกรณ์และเครื่องมือทดสอบติดตั้งเชื่อถือได้ การบำรุงรักษาระบบหากเกิดเหตุเสียให้ลูกค้าสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว การให้บริการจากระบบมีความไว้วางใจได้แม่นยำตามข้อตกลง

ส่วนการศึกษาด้านความพึงพอใจนั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยดังต่อไปนี้ ข้อมูลที่ส่งผ่านเครือข่ายมีความปลอดภัยสูง ไม่สามารถโจรกรรมได้ อุปกรณ์ติดตั้งมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน พนักงานติดตั้งของบริษัทมีความชำนาญในการติดตั้งการ

ให้บริการจัดระบบ มีความไว้วางใจได้ ถูกต้องและแม่นยำตามข้อตกลง การให้บริการจากพนักงานสามารถไว้วางใจได้ พนักงานบำรุงรักษาของบริษัทมีความชำนาญในการบำรุงรักษา แก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว อุปกรณ์ที่ใช้ติดตั้งมีคุณภาพไว้วางใจได้ อุปกรณ์และเครื่องมือทดสอบ ติดตั้งเชื่อถือได้ พนักงานรับแจ้งเหตุเสียสามารถระบุสาเหตุและประเมินเวลาแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ระบบเครือข่ายที่ให้บริการสามารถใช้ได้อย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา

สยาม ธรรมชั้น (2549) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ. เอส.อี.อิเล็กทรอนิกส์ ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในแต่ละปัจจัยย่อยแต่ละด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ได้แก่ การให้บริการถูกต้องตรงตามที่ลูกค้าคาดหวัง ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ อัตราค่าบริการที่เป็นธรรมและไม่เก็บค่าบริการซ้ำซ้อน ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อทั้งทางโทรศัพท์/โทรสาร ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีพนักงานการตลาดอธิบายรูปแบบและขอบข่ายของงานได้ชัดเจน ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ได้แก่ พนักงานอธิบายรายละเอียดโดยใช้ภาษาเข้าใจง่าย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ มีการตรวจสอบงานก่อนส่งมอบให้ลูกค้าทุกครั้ง ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ คือ ความสะอาดของอาคารสถานที่

ข้อมูลบริษัท เอ แอนด์ เอ นีโอเทคโนโลยีจำกัด

1. ประวัติความเป็นมา

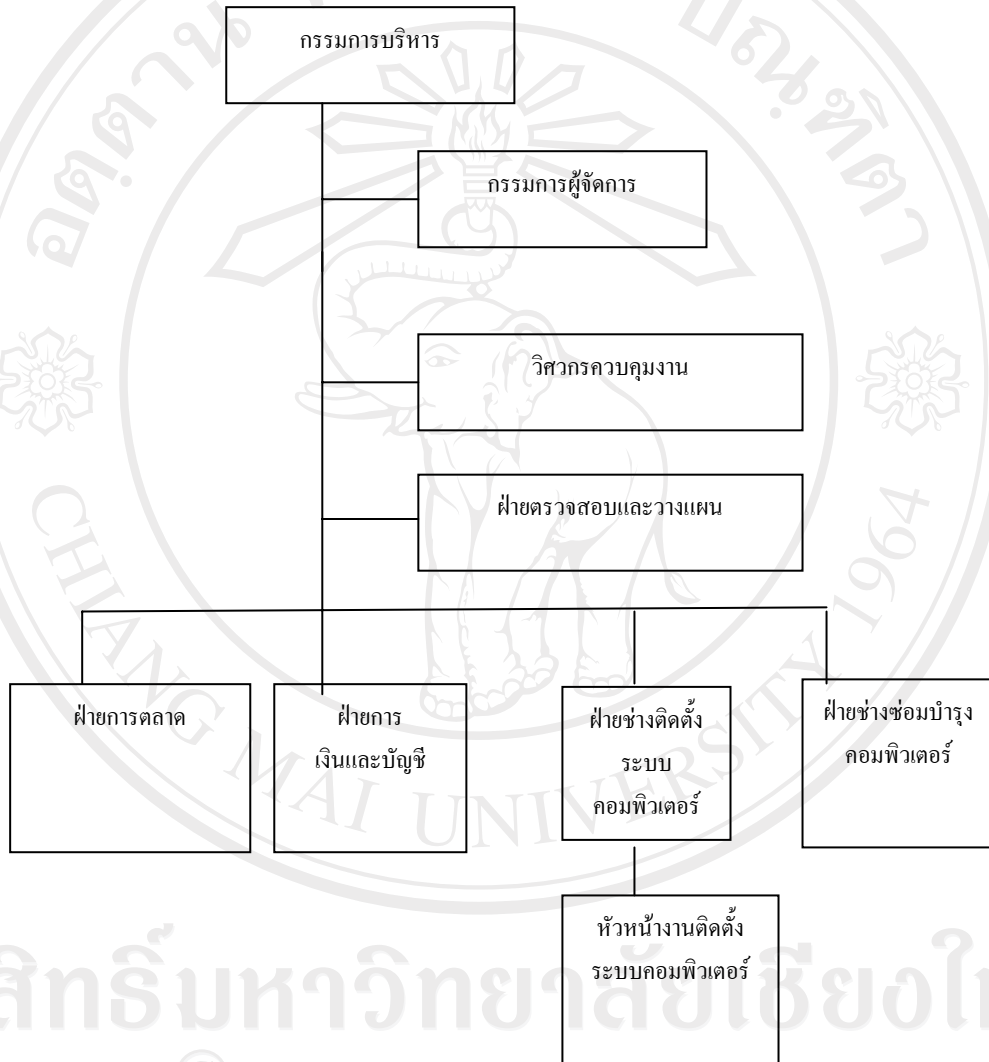
บริษัท เอ แอนด์ เอ นีโอเทคโนโลยีจำกัด ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2544 โดยมีนายสมศักดิ์ เดชพิพัฒนกุล เป็นกรรมการผู้จัดการ นางสาวอารยา อินตา เป็นกรรมการบริหาร บริษัทตั้งอยู่เลขที่ 248/55-56 ถ.มโนปรีดิ์ ต.ศรีภูมิ อ.เมือง จ.เชียงใหม่

2. ประเภทบริการของบริษัท

บริษัท เอ แอนด์ เอ นีโอเทคโนโลยีจำกัด ให้บริการผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วง บริการติดตั้งวางระบบเครือข่ายและอุปกรณ์เครือข่าย บริการซ่อมบำรุงคอมพิวเตอร์ บริการหลังการขาย บริการศูนย์ทดสอบ Certified และเป็นທີ່ปรึกษาในการพัฒนาระบบสารสนเทศให้กับธุรกิจในระดับต่างๆ โดยทีมงานวิศวกรมืออาชีพ พร้อมเทคโนโลยีอัน

ทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจสูงสุดของของลูกค้า มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าตามหน่วยงานและบริษัทฯ ต่าง ๆ ทั้งที่มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่แล้ว และที่ต้องการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มาพัฒนา และประยุกต์ใช้ในองค์กร

3. โครงสร้างองค์กร



รูปที่ 1 แผนผังการบริหารงานของบริษัท เอ แอนด์ เอ นีโอเทคโนโลยีจำกัด