

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี

ในการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักศึกษาสายบริหารธุรกิจต่อการให้บริการของโรงเรียนลำปางพาณิชยการและเทคโนโลยี มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องคือ แนวคิดการสร้าง ความพึงพอใจให้ลูกค้า แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ ทฤษฎีมาตรฐานการอาชีวศึกษา ซึ่งมี รายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวคิดการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า (Customer Satisfaction)

Philip Kotler (2006) ได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของบุคคลมีระดับความพึงพอใจอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับตามที่ได้รับ และเข้าใจกับความคาดหวัง หากเห็น และเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความไม่พึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงเกินกว่าความคาดหวังก็จะมี ความประทับใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งดี และไม่ดีของ ผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลอื่นต่อไป

แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix)

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้สำหรับธุรกิจบริการ เพื่อทำให้เกิดการบริหารคุณภาพรวม (TQM: Total Quality Management) ที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้าโดยคำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ รายละเอียดของส่วนประสมการตลาดบริการสามารถแสดงได้ดังนี้ (กฤษณา รัตนพฤกษ์, 2545:16-17)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง รูปลักษณ์ทางกายภาพของสินค้า (Physical Good Features) ระดับคุณภาพ อุปกรณ์ประกอบ บรรจุภัณฑ์ การรับประกัน สายผลิตภัณฑ์ ตรีयीหือ
2. ราคา (Price) หมายถึง ราคาที่ยืดหยุ่นได้ ระดับราคา เงื่อนไขการชำระเงิน ความแตกต่างของราคาจากคู่แข่ง ส่วนลด ส่วนที่ยอมให้

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้า หรือบริการสู่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคสินค้าหรือบริการตามต้องการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่ำ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่จูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าใจ และทราบถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย การส่งเสริมการตลาดควรประกอบด้วย การโฆษณา (กลุ่มเป้าหมาย ประเภทของสื่อ ประเภทของโฆษณา)

5. บุคลากร (People) หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการ (การคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ การให้รางวัล และการทำงานเป็นทีม) ลูกค้า (ให้ข้อมูลข่าวสาร/ความรู้ การฝึกอบรม)

6. กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง วิธีการดำเนินงานขององค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

7. สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง การออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือ ป้ายเครื่องหมาย การแต่งกายของพนักงาน รายงาน นามบัตร งบทางการเงิน เอกสารรับประกัน

สำหรับส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนลำปางพณิชยการและเทคโนโลยี สามารถแสดงได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง หลักสูตรการเรียนการสอน รูปแบบการสอน เอกสารประกอบการเรียนรวมถึงชื่อเสียงของโรงเรียนด้วย

2. ราคา หมายถึง ค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตร จึงกำหนดขึ้นจากการคำนวณค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากต้นทุนทุกกิจกรรม รวมทั้งผลกำไรที่โรงเรียนกำหนด

3. การจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้สะดวก มีสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และสามารถติดต่อได้ตลอดเวลา

4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ตามโรงเรียน ทางสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น วิทยู การติดป้ายผ้า และป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามแหล่งชุมชน การให้ส่วนลดค่าเล่าเรียน หรือการสมนาคุณผู้เรียนในรูปแบบต่างๆ

5. บุคลากร หมายถึง ครูผู้สอนมีประสบการณ์สอน และมีคุณภาพ นอกจากนี้บุคลากรอื่นๆ ของโรงเรียน การมีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่สุภาพ การบริการที่ครบถ้วน และรวดเร็ว มีมนุษยสัมพันธ์ และมีทักษะการสื่อสารที่ดี

6. กระบวนการให้บริการ หมายถึง การจัดให้มีขั้นตอนในการสอบถามรายละเอียดต่างๆ ไม่ซับซ้อน มีขั้นตอนการสมัครเรียนที่สะดวก และรวดเร็ว และใช้เวลาในการทดสอบวัดระดับอย่างเหมาะสม

7. สิ่งนำเสนอทางกายภาพ หมายถึง สถานที่ร่มรื่น สะอาด และมีบรรยากาศที่น่าเรียน ห้องเรียนมีแสงสว่างที่เพียงพอ เป็นต้น

มาตรฐานการอาชีวศึกษา

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการได้กำหนดมาตรฐานการอาชีวศึกษาเพื่อให้สถานศึกษาได้นำไปประยุกต์ใช้กับนักศึกษา ดังต่อไปนี้ (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา: หนังสือหลักสูตรการอาชีวศึกษา ปีการศึกษา 2548)

มาตรฐานที่ 1 ผู้เรียนและผู้สำเร็จการศึกษาวิชาชีพ เช่น พัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้และทักษะวิชาชีพตามหลักสูตรที่เหมาะสมกับเศรษฐกิจสังคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

มาตรฐานที่ 2 หลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน คือ โรงเรียนได้พัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน

มาตรฐานที่ 3 กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน คือ กำหนดแนวทางในการดูแลผู้เรียนและจัดกิจกรรม

มาตรฐานที่ 4 การบริการวิชาชีพสู่สังคม

มาตรฐานที่ 5 นวัตกรรมและการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

มณฑกานต์ สุ่นปาน (2543) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล แรงจูงใจในการศึกษาวิชาชีพขาด ความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมสถาบัน และการรับรู้ภาวะสุขภาพ กับความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองของนักศึกษาพยาบาล สถาบันการศึกษาพยาบาลของรัฐ กรุงเทพมหานคร ได้ผลการศึกษาดังนี้สภาพแวดล้อมสถาบันมีอิทธิพลต่อความเป็นอยู่และพัฒนาการทุกด้านของนักศึกษา มีอิทธิพลต่อการกำหนดเป้าหมายของนักศึกษา การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาสภาพแวดล้อมสถาบันในแง่ของการหาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับสภาพแวดล้อมสถาบันกับความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองของนักศึกษาพยาบาล โดยให้คำนิยามของความพึงพอใจ ไว้ว่า ระดับความรู้สึก ความต้องการ หรือความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้รับตามความคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวัง

จิรวดี ภูวนารถนุรักษ์ (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อบริการของโรงเรียนกวตวิชาว: กรณีศึกษา โรงเรียนกวตวิชาวพัฒนา จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ทุกปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของโรงเรียนกวตวิชาวพัฒนา จังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก

สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านมีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ได้แก่ โรงเรียนมีวิชาให้เลือกหลากหลายสามารถตอบสนองได้ ด้านราคา ได้แก่ สามารถลดราคาค่าเรียนได้ในบางกรณี ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกต่อการเดินทางและการจราจร ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ แจกแผ่นพับ โบปลิ้ว หรือติด ป้ายผ้า ตามโรงเรียนต่างๆ ด้านบุคลากร ได้แก่ ครูผู้สอนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อนักเรียนทุกคน โดยเท่าเทียมกัน ด้านกายภาพ ได้แก่ การจัดพื้นที่การให้บริการด้านต่างๆ แยกเป็นสัดส่วน และสะดวกต่อการติดต่อ และด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ พนักงานสามารถให้บริการได้รวดเร็วและถูกต้อง ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก

ธีระวุฒิ กิตติสิวารักษ์ (2546) ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการเรียนภาษาต่างประเทศสถาบันสอนภาษาต่างประเทศสมาคม YMCA เชียงใหม่โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวัง และความพึงพอใจระหว่างกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มผู้ทำงาน กลุ่มที่มุ่งเอาประโยชน์ และกลุ่มที่มุ่งตอบสนองอารมณ์และจิตใจ โดยใช้ความคาดหวังดังต่อไปนี้เป็นเกณฑ์ในการวัดผลการวิจัย 1. ด้านเนื้อหาวิชาหลักสูตร 2. ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน 3. ด้านลักษณะครูผู้สอน 4. ด้านปัจจัยสนับสนุนการเรียนการสอน 5. ด้านประยุกต์ใช้ มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 359 คน ผลวิจัย พบว่า กลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มผู้ทำงาน กลุ่มที่มุ่งเอาประโยชน์ และกลุ่มที่มุ่งตอบสนองอารมณ์และจิตใจ มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการเรียนภาษาต่างประเทศสถาบันสอนภาษาต่างประเทศไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการเรียนภาษาต่างประเทศสถาบันสอนภาษาต่างประเทศสมาคม YMCA เชียงใหม่มีความสัมพันธ์กันในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

วรุณดี อินตะแสน (2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อบริการของโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ กรณีศึกษา: ออสเตรเลียเซ็นเตอร์ เชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์บริการ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านมีดังนี้ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ได้แก่ ครูผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา ด้านกระบวนการบริการ ได้แก่ ขั้นตอนในการสมัครเรียนที่สะดวก รวดเร็ว ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ห้องเรียนติดเครื่องปรับอากาศและสะอาด ด้านผลิตภัณฑ์ บริการ ได้แก่ จำนวนครูผู้สอนต่อนักเรียนแต่ละห้องมีจำนวนเหมาะสม ด้านราคา ได้แก่ ค่าเรียนแต่ ละหลักสูตรมีความเหมาะสมกับคุณภาพการสอน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่ตั้ง ของโรงเรียนมีความสะดวกต่อการเดินทางซึ่งทั้งหมดมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนด้านการ ส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การแจกแผ่นพับ ใบปลิวหรือติดป้ายตามโรงเรียนต่างๆ ซึ่งมีความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire emblem is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved