

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักเรียนต่อบริการของออสเตรเลียเซ็นเตอร์ เชียงใหม่ ใช้ทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

อคุลย์ จาตุรงค์กุล (2542) ได้กล่าวถึงแนวคิดของฟิลิป คอทเลอร์ ที่กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการที่สำคัญนั้นมีอยู่ 7 P's ประกอบด้วย

1) ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ (Product) หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น ผลิตภัณฑ์บริการจะใช้กับธุรกิจประเภทที่มีการให้บริการ เช่น ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรม เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้จะให้บริการตามความต้องการของลูกค้าที่มาขอรับบริการ ซึ่งแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจ เช่น ธุรกิจร้านอาหาร ผลิตภัณฑ์บริการคือ การให้บริการอาหารที่ใช้วัสดุในการปรุงที่มีคุณภาพ รสชาติ และจัดแต่งภาชนะที่ใส่อาหารให้มีสีสัน สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้การบริการมีคุณค่ามากขึ้น สำหรับโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ผลิตภัณฑ์บริการได้แก่ หลักสูตรการสอน และเนื้อหาสาระ รูปแบบการสอนที่มีประสิทธิภาพ เอกสารประกอบการเรียน รวมถึงชื่อเสียงของโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษด้วย

2) ราคา (Price) หมายถึง ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งรวมถึงระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตหรือให้บริการ ค่าจ้างแรงงาน การใช้ความคิด การสร้างสรรค์ นวัตกรรม จำนวนการผลิต ความยากง่ายในการจัดหาวัตถุดิบ และผลตอบแทนที่ต้องการด้วย สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะนำมาคำนวณต้นทุน แล้วกำหนดเป็นราคาที่เป็นตัวเงิน ซึ่งลูกค้าจะต้องจ่ายเพื่อแลกกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ สำหรับโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ ราคา คือ การให้บริการการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ ดังนั้นค่าเล่าเรียนแต่ละหลักสูตร จึงกำหนดขึ้นจากการคำนวณ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากต้นทุนทุกกิจกรรม รวมกับผลกำไรที่โรงเรียนกำหนด

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคสินค้าหรือบริการตามต้องการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่ำ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีหลายรูปแบบเช่น การติดต่อทางโทรศัพท์ การติดต่อ ณ สถานที่ที่ผู้คนนิยม การติดต่อโดยไม่จำกัดเวลา ดังนั้น โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษต้องจัดช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้สะดวก มีสถานที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง การจราจรไม่ติดขัด สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา ถ้าสามารถติดต่อผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ได้ด้วยยิ่งดี

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่มุ่งใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เพื่อให้แน่ใจว่าผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าใจและทราบถึงคุณค่าของสินค้าที่เสนอขาย เป็นความพยายามมุ่งใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง การส่งเสริมการตลาดควรประกอบไปด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการลด แลก แจก แถม สำหรับโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษซึ่งเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่ง การส่งเสริมการขายจึงอาจทำได้โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตามโรงเรียน ทางสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุ การคิดป้ายผ้าและป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามแหล่งชุมชน การให้ส่วนลดค่าเล่าเรียนในกรณีลงทะเบียนเรียนต่อเนื่องหรือสมนาคุณผู้เรียนในรูปแบบต่างๆ

5) บุคลากร (People) หมายถึง บุคคลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการให้บริการในแต่ละธุรกิจ ตั้งแต่เริ่มต้นจนการให้บริการสิ้นสุด เป็นการเลือกสรรบุคคลที่ให้บริการแก่ลูกค้าตามวัฒนธรรมและนโยบายขององค์กร เพื่อทำให้เกิดความแตกต่างในการบริการ ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า สำหรับโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ บุคลากรถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่จะเลือกบริการของโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะครูผู้สอนเป็นเจ้าของภาษา มีประสบการณ์การสอน และมีคุณภาพ นอกจากนี้บุคลากรด้านอื่นๆ ของโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน การมีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่สุภาพ การบริการที่ครบถ้วนและรวดเร็ว มีมนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสารที่ดี สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษต้องมีในด้านบุคลากร

6) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการแสดงให้เห็นคุณค่าของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของการบริการ เช่น การมีสถานที่ใหญ่โต สะอาด ร่มรื่น มีการจัดสถานที่ให้มีบรรยากาศที่เหมาะสม เป็นต้น ดังนั้น โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษจึงต้องมีสถานที่ที่ร่มรื่น สะอาด มีบรรยากาศที่น่าเรียน ห้องเรียนมีแสงสว่างที่เหมาะสมตลอดเวลา ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก

7) กระบวนการให้บริการ (Process) เป็นวิธีการดำเนินงานขององค์กรเพื่อสนองตอบความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าตามกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้เป็นวิธีการจัดการของแต่ละองค์กรเพื่อให้เกิดการบริการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น โรงเรียนสอนภาษาอังกฤษจึงต้องจัดการให้มีขั้นตอนในการสอบถามรายละเอียดต่างๆ ไม่ซับซ้อน มีขั้นตอนการสมัครเรียนที่สะดวกและรวดเร็ว และใช้เวลาในการทดสอบวัดระดับอย่างเหมาะสม

ความพึงพอใจของลูกค้า

การศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อโรงเรียนกวดวิชา : กรณีศึกษา โรงเรียนกวดวิชา วัฒนา จังหวัดเชียงใหม่ โดยจิรวดี ภูวนารถนุรักษ์ ได้อ้างถึงทฤษฎีของฟิลิป คอทเลอร์ เรื่องความพึงพอใจของลูกค้า ว่า “ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของบุคคลมีระดับความพึงพอใจที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับตามที่เห็นและเข้าใจกับความคาดหวัง หากบุคคลเห็นและเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความไม่พึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังก็จะเกิดความประทับใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งดี และไม่ดีของผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลอื่นต่อไป”

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เสาวนีย์ พันธ์สรณ์ (2542) ศึกษาเหตุผลใจในการเข้าเรียนภาษาในโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศภาคเอกชน พบว่าเหตุผลใจในการเข้าเรียนเพื่อความรู้และการติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่นของผู้เรียนอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือเรียนเพื่อการประกอบอาชีพ การนำความรู้ไปช่วยเหลือชุมชนและการทำตามความคาดหวังของผู้อื่นตามลำดับ และจากการศึกษาพบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจในความรู้ความสามารถของอาจารย์ผู้สอน โอกาสที่จะนำความรู้ไปใช้ วิธีการสอนของอาจารย์ ประโยชน์ที่ได้จากการเรียน บรรยากาศในการเรียน ความยากง่ายของเนื้อหาที่เรียน สภาพการจัดชั้นเรียนและอุปกรณ์การเรียนการสอนตามลำดับ

นลินี เสนาป่า (2544) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการในการเลือกสถาบันสอนภาษาต่างประเทศในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่าผู้เรียนให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นอันดับแรก ตามด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสาร สื่อโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสัญลักษณ์ตามลำดับ

จิรวดี ภูวนารัตนุรักษ์ (2546) ศึกษาความพึงพอใจต่อบริการของโรงเรียนกวดวิชาพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า การเป็นโรงเรียนที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง มีวิชาให้เลือกที่หลากหลาย และมีรูปแบบการเรียนการสอนแบบใหม่ๆ เสริมจากการเรียนการสอนปกติ ปัจจัยด้านราคาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการด้านราคา คือค่าเล่าเรียนต่ำกว่าโรงเรียนอื่น ค่าเรียนมีความเหมาะสมกับคุณภาพการสอน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการจัดจำหน่ายคือมีเจ้าหน้าที่ให้บริการถึงบ้านหรือสถานที่ทำงานของผู้ปกครอง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การติดตั้งป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามแหล่งชุมชนและการลงโฆษณาตามสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการพบว่ามีความพึงพอใจต่อครูผู้สอนที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในสายวิชาการนั้นๆ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีความพึงพอใจด้านการตกแต่งสถานที่ให้ทันสมัย มีพนักงานบริการแต่งกายด้วยเครื่องแบบที่น่าเชื่อถือ และปัจจัยด้านกระบวนการจัดการ มีความพึงพอใจที่มีเอกสารประกอบการเรียนจัดเตรียมไว้เป็นรูปเล่มทุกวิชา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved