บทที่ 2
ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักเรียนต่อบริการของโรงเรียนกวดวิชา : กรณีศึกษาโรงเรียนกวดวิชาวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาเพื่อทราบความต้องการและความพึงพอใจของนักเรียนที่ใช้บริการของโรงเรียนกวดวิชาวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นจึงได้ทำการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดต่างๆที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ความพึงพอใจของลูกค้า

Philip Kotler (2000) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของบุคคลซึ่งมีระดับความพอใจที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ ตามที่เห็นและเข้าใจกับความคาดหวัง หากบุคคลเห็นและเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวัง ส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความไม่พึงพอใจ แต่หากระดับการทำงานของผลิตภัณฑ์ตรงกับความคาดหวัง บุคคลนั้นจึงเกิดความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวัง ก็จะเกิดความประทับใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดี และไม่ดีของผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลอื่นต่อไป

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2542) ได้กล่าวถึงแนวคิด ของ Philip Kotler ที่กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย

ผลิตภัณฑ์บริการ คือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่นำเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น ผลิตภัณฑ์บริการจะใช้กับธุรกิจทุกประเภทที่มีการให้บริการ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้จะให้บริการตามความต้องการของลูกค้าที่มาขอรับบริการ ซึ่งจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจ เช่น ธุรกิจร้านอาหารผลิตภัณฑ์บริการ คือการให้บริการอาหารที่ใช้วัสดุในการปรุงที่มีคุณภาพ มีกลิ่นหอม และจัดแต่งภาชนะที่ใส่อาหารให้มีสีสัน สิ่งเหล่านี้ช่วยให้การบริการมีคุณค่ามากขึ้น สำหรับ

โรงเรียนกวดวิชา ผลิตภัณฑ์บริการ ได้แก่ หลักสูตรการสอน และเนื้อหาสาระในแต่ละวิชา รูปแบบการสอนที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงชื่อเสียงของโรงเรียนกวดวิชาด้วย

ราคา คือ ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์บริการ ซึ่งรวมถึงระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตหรือให้บริการ ค่าจ้างแรงงาน การใช้ความคิด การสร้างสรรค์ นวัตกรรม จำนวนการผลิต ความยากง่ายในการจัดหาวัตถุดิบ และผลตอบแทนที่ต้องการด้วย สิ่งต่างๆเหล่านี้จะนำมาคำนวณต้นทุน แล้วกำหนดเป็นราคาที่เป็นตัวเงิน ซึ่งลูกค้าจะต้องจ่ายเพื่อแลกกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ สำหรับโรงเรียนกวดวิชา ผลิตภัณฑ์บริการ คือ การให้บริการทางวิชาการต่างๆ ดังนั้นค่าเล่าเรียนแต่ละวิชา จึงกำหนดขึ้นจากการคำนวณ ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากต้นทุนทุกกิจกรรม รวมกับผลกำไรที่โรงเรียนกำหนด ดังนั้นกลยุทธ์ด้านราคา ของโรงเรียนกวดวิชา ได้แก่ ค่าเรียนแต่ละวิชาหรือแต่ละหลักสูตรเหมาะสมกับเนื้อหา ค่าเรียนต่ำกว่าโรงเรียนอื่น การขอลดหย่อนค่าเรียนได้ในบางกรณี การอำนวยความสะดวกในการชำระค่าเรียน ให้สามารถชำระได้หลายช่องทาง เช่น ชำระโดยตรงที่โรงเรียน หรือชำระผ่านธนาคาร เหล่านี้ถือเป็นกลยุทธ์ทางด้านราคาของโรงเรียนกวดวิชาเช่นกัน

ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นกระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคสินค้าหรือบริการตามต้องการ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่ำ ช่องทางการจัดจำหน่าย มีหลายรูปแบบ เช่น การติดต่อทางโทรศัพท์ การติดต่อ ณ สถานที่ที่ผู้คนนิยม การติดต่อโดยไม่จำกัดเวลา เป็นต้น ดังนั้นโรงเรียนกวดวิชาต้องจัดช่องทางจัดจำหน่าย เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้สะดวก มีสถานที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง การจราจรไม่ติดขัด สามารถติดต่อได้สะดวกตลอดเวลา ถ้าสามารถติดต่อผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ได้ด้วยยิ่งดีมาก นอกจากนี้การเพิ่มช่องทางการติดต่อให้มากขึ้นในรูปแบบอื่นๆ เช่น สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ การสอบถามจากครูแนะแนวที่โรงเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ หรือการจัดเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนไปประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ทำงานหรือตามหมู่บ้าน เป็นต้น เหล่านี้เป็นกลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่ายของโรงเรียนกวดวิชาทั้งสิ้น

การส่งเสริมการตลาด เป็นการสื่อสารการตลาด เพื่อให้แน่ใจว่าผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าใจและทราบถึงคุณค่าของสินค้าที่เสนอขาย เป็นความพยายามจูงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง การส่งเสริมการตลาดควรประกอบไปด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการลด แลก แจก แถม สำหรับโรงเรียนกวดวิชา ซึ่งเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่ง การส่งเสริมการขายจึงอาจทำได้โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตามโรงเรียน ตามสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ของท้องถิ่น การติดป้ายผ้าและป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ตามโรงเรียน

และแหล่งชุมชน การลดค่าเล่าเรียนในกรณีที่ชำระครั้งเดียวตลอดเทอม หรือการสมนาคุณผู้เรียนหรือตอบแทนผู้เรียนในรูปแบบต่างๆ

บุคคลผู้ให้บริการ เป็นบุคคลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการให้บริการในแต่ละธุรกิจ ตั้งแต่เริ่มต้นจนการให้บริการสิ้นสุด เป็นการเลือกสรรบุคคลที่ให้บริการแก่ลูกค้าตามวัฒนธรรมและนโยบายขององค์กร เพื่อทำให้เกิดความแตกต่างในการบริการ ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า สำหรับโรงเรียนกวดวิชาบุคลากรถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่จะเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาใด โดยเฉพาะชื่อเสียงของครูผู้สอน คุณภาพของครูผู้สอน ความมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง ความสามารถในการถ่ายทอดและการสนองความต้องการของนักเรียน เหล่านี้เป็นคุณสมบัติที่ครูผู้สอนในโรงเรียนกวดวิชาควรมี นอกจากนี้บุคลากรด้านอื่นๆของโรงเรียนกวดวิชา ก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน การมีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่สุภาพ การบริการที่ครบถ้วนและรวดเร็ว เจ้าหน้าที่ของโรงเรียนกวดวิชาสามารถให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการได้อย่างครบถ้วน มีมนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสารที่ดี เหล่านี้เป็นปัจจัยที่โรงเรียนกวดวิชาต้องมีในด้านบุคลากร

ลักษณะทางกายภาพ เป็นการแสดงให้เห็นคุณค่าของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของการบริการ เช่น การมีสถานที่โอ่โถง สะอาด มีความร่มรื่น การจัดสถานที่ให้มีบรรยากาศที่เหมาะสม การจัดให้มีสถานที่นั่งพัก เป็นต้น ดังนั้น โรงเรียนกวดวิชาที่ดี จึงต้องมีสถานที่ที่ร่มรื่น ร่มเย็น มีบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ ห้องเรียนมีบรรยากาศและแสงสว่างที่เหมาะสมตลอดเวลา ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก มีอุปกรณ์การเรียนที่ครบถ้วน

กระบวนการให้บริการ เป็นวิธีการดำเนินงานขององค์กร เพื่อสนองตอบความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ตามกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้ เป็นวิธีการจัดการของแต่ละ องค์กรเพื่อให้เกิดการบริการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น โรงเรียนกวดวิชา จึงต้องจัดการให้นักเรียนที่มาเรียนกวดวิชา สามารถเรียนตรงตามกำหนดเวลาด้วยอาจารย์ที่น่าเชื่อถือ พร้อมด้วยอุปกรณ์และสื่อการสอนที่ครบถ้วน จำนวนนักเรียนต่อห้องมีจำนวนพอเหมาะ มีเอกสารประกอบการเรียนที่ครบถ้วน มีพนักงานแบ่งฝ่ายให้บริการที่ชัดเจน การให้บริการของเจ้าหน้าที่มีความรวดเร็วและถูกต้อง

ทบทวนวรรณกรรม

สายจิต ลิลิต (2537) ศึกษากลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนกวดวิชา ระดับมัธยมศึกษา

ตอนปลาย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชา ผลการศึกษาพบว่า โรงเรียนกวดวิชาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างใช้ กลยุทธ์ทางการตลาดที่ไม่แตกต่างกัน โดยในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับเนื้อหาของหลักสูตรเป็นอันดับแรก รองลงไปได้แก่อาคารสถานที่ และเอกสารประกอบการเรียน ในด้านราคา ผู้ประกอบการจะตั้งราคาโดยคำนึงถึงคุณภาพเป็นอันดับแรก รองลงไปคือต้นทุนของการประกอบการ ในด้านทำเลที่ตั้ง ได้ให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งในแหล่งชุมชน สำหรับการส่งเสริมการตลาด จะให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ โดยผ่านเพื่อน รุ่นพี่รุ่นน้อง เป็นผู้แนะนำ การใช้ใบปลิวแผ่นพับจะรองลงมา ในด้านการตลาดภายใน จะคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพ มีความชำนาญในการสอน สามารถสร้างความน่าเชื่อถือทางวิชาการได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังคอยให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาต่างๆแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายด้วย สำหรับนักเรียนที่มาเรียนกวดวิชา ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ เนื้อหาของวิชาที่เรียนเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ราคา ทำเลที่ตั้ง และการแนะนำจากเพื่อน รุ่นพี่รุ่นน้อง

วิริยะ ฤาชัยพานิช (2544) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของนักเรียน และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนในโรงเรียนกวดวิชา ในระดับสำคัญมากได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร ปัจจัยด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยด้านค่าเล่าเรียน และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง ผลการศึกษาด้านความต้องการของนักเรียนพบว่า นักเรียนต้องการสถานที่ที่เดินทางได้สะดวก ต้องการรูปแบบหลักสูตรที่เหมาะสม ต้องการได้รับส่วนลดค่าเรียน และต้องการอาจารย์ที่มีเทคนิคการสอน

สมเดช จิตพิทักษ์ (2540) ศึกษารูปแบบการให้บริการของโรงเรียนกวดวิชาที่มีชื่อเสียงและมีสาขาในต่างจังหวัด ผลการศึกษาพบว่า นอกจากเรื่องชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอนจะมีอิทธิพลมากต่อการจูงใจให้มาเรียน และถูกใช้เป็นกลยุทธ์หลักของโรงเรียนแต่ละแห่งแล้ว สถานที่ตั้งยังเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งด้วย สถานที่ตั้งจะต้องสามารถเดินทางได้สะดวกและอยู่ในเขตชุมชน อีกทั้งมีห้องเรียนที่ทันสมัยรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น วีดีโอ เป็นต้น นอกจากนี้ส่วนประกอบอื่นๆที่นักเรียนส่วนใหญ่ต้องการ คือ สถานที่พักผ่อนหรือรอคอย กับร้านจำหน่ายของรับประทานเล่น อยู่ในบริเวณ ใกล้เคียงด้วย สำหรับเรื่องค่าเล่าเรียนนั้นไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแต่อย่างใด