

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสื่อมวลชนเสียงสันติ จังหวัดเชียงใหม่ มีแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

#### แนวคิดและทฤษฎี

##### 1) แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจ (Marketing Mix)

แนวความคิดเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจ (ยงยุทธ พวงศศิริพันธ์, 2548) ความพอใจหลังการซื้อของลูกค้าขึ้นอยู่กับการปฏิบัติที่เป็นไปตามความคาดหวังโดยทั่วไปแล้วความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกของบุคคลที่แสดงความยินดีหรือผิดหวัง อันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้สินค้าหรือบริการกับความคาดหวัง

ถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พอใจ ถ้าผลลัพธ์เป็นไปตามความคาดหวังลูกค้าก็จะพอใจ และถ้าผลลัพธ์มีค่าเกินความคาดหวังลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้น การทำให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุดทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ (Repurchase)

##### 2) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาด (Kotler 2000, อ้างถึงในศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) จะเป็นกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งจะเป็นการนำชุดเครื่องมือเหล่านั้นมาใช้ที่เหมาะสมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดของธุรกิจบริการ โดยสามารถแบ่งเครื่องมือเหล่านี้ออกเป็น 7 กลุ่มใหญ่หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า 7P's ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product), ราคา (Price), ช่องทางจัดจำหน่าย (Place), การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion), บุคลากร (People), กระบวนการ (Process), หลักฐานทางกายภาพ (Physical evidence)

ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ มีความหลากหลายของสินค้า มีคุณภาพ การออกแบบ มีการใช้งาน ราคาสินค้า บรรจุภัณฑ์ ขนาดของสินค้า มีการรับประกันคุณภาพสินค้า มีการให้บริการ และการส่งคืนสินค้า

ราคา (Price) คือ แสดงถึงระดับราคาการตั้งราคามีความสำคัญต่อกิจการเป็นอย่างมากนั้นเพราะ การกำหนดราคานั้นจะมีผลต่อรายได้และกำไร จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใด ๆ การ

กำหนดราคาจึงต้องมีความสัมพันธ์และมีทิศทางที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดด้านอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมให้ส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมดทำงานประสานกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายอย่างแท้จริง

**ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** ความหมายครอบคลุมทั้งการจัดจำหน่ายสินค้า บริการ ความคิด บุคคล องค์การ สถานที่ การวางแผนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายตัวสินค้า

**การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมการตลาด โดยการส่งเสริมการตลาด มีหน้าที่หลักในการแจ้งข่าวสารและจูงใจผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และ/หรือ เพื่อสร้างพฤติกรรมการซื้อให้เกิดขึ้น

**บุคลากร (People)** จากลักษณะเฉพาะของบริการ ที่เรียกว่า “Inseparability” บุคลากรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตบริการและการให้บริการ ในปัจจุบันซึ่งสถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจรุนแรงขึ้น บุคลากรยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจโดยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

**กระบวนการ (Process)** หมายถึงขั้นตอน ระเบียบ หรือวิธีการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างและการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า เช่น การตัดสินใจเรื่องนโยบายที่เกี่ยวกับลูกค้า และ บุคลากรขององค์การ เป็นต้น

**หลักฐานทางกายภาพ (Physical evidence)** เนื่องจากคุณสมบัติของบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงคุณค่าที่เกิดขึ้น การสร้างหลักฐานทางกายภาพเพื่อเป็นหลักฐานในการใช้บริการนั้นจึงมีความสำคัญในการให้บริการเช่นกัน ตัวอย่างเช่น Handbill ที่แจกเมื่อเราไปดูหนังในโรงหนัง เป็นต้น

### **บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง**

**สมลรัตน์ สกลสิริทรัพย์ (2550)** ได้ศึกษา การกำหนดกลยุทธ์การเพิ่มการเติบโตของรายได้ในธุรกิจผลิตรายการประเภทสารคดีโทรทัศน์ ของ บริษัท แพลตินั่ม ครีเอชัน จำกัด พบว่า บริษัทขาดประสิทธิภาพด้านการตลาด การขยายช่องทางการกระจายสาระ (Content) ในการเปิดรับชมและการส่งเสริมการขายน้อยเกินไป ส่งผลกระทบต่ออัตราการเติบโตของรายได้อย่างต่อเนื่อง แนวทางแก้ไขปัญหาใช้ทฤษฎีและข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารเพื่อพัฒนากลยุทธ์ให้เติบโตและแข่งขันกับตลาดในปัจจุบัน แผนกลยุทธ์ระดับบริษัทใช้กลยุทธ์การเติบโตกระจายธุรกิจแบบเกาะกลุ่มโดย 1.รับงานผลิตอื่นๆที่นอกเหนือจากผลิตรายการประจำ 2.นำวัตถุดิบและข้อมูล (Content) ที่ได้จากการถ่ายทำรายการมาขยายเป็นสื่อสนับสนุนอื่นๆ เช่น บทความในหนังสือพิมพ์

บทความในสถานีวิทยุ บทความในเว็บไซต์ของบริษัท 3. นำรายการที่เคยออกอากาศมาผลิตเป็นวีซีดีเพื่อวางจำหน่ายภายในประเทศ 4. สร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับลูกค้า 5. ปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีความทันสมัยและเน้นขายพื้นที่โฆษณาในเว็บไซต์ แผนกลยุทธ์ระดับธุรกิจใช้กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง โดยปรับปรุงและพัฒนารูปแบบรายการให้มีความทันสมัยทั้งด้านเนื้อหา รูปแบบการ นำเสนอ เทคนิคพิเศษในการตัดต่อรวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างรายการกับผู้รับชมผ่านทาง จดหมาย โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต การเพิ่มคุณค่าด้านการบริการ โดยสร้างความสะดวกสบาย ถูกต้อง รวดเร็วให้แก่ลูกค้า การบริการหลังการขายที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ นำเสนอ รูปแบบรายการผ่านช่องทางที่มีความแตกต่างกัน แผนกลยุทธ์ระดับหน้าที่ใช้กลยุทธ์ผสมระหว่าง 1. กลยุทธ์การผลิต พัฒนาคำแนะนำความรู้ความสามารถ ทักษะความเชี่ยวชาญในการทำงาน เสริมทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตให้มีคุณภาพ 3. กลยุทธ์ด้านการตลาดพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product) ให้มีรูปแบบแตกต่างจากคู่แข่งพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านราคาค่าโฆษณา (Price) และได้มาซึ่ง ยอดขาย เพิ่มช่องทางการกระจายการรับชมรายการ (Place) เพื่อผลักดันรายการให้เป็นที่รู้จักและ กระจายสู่กลุ่มเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้น รวมทั้งการจัดแพ็คเกจการ โฆษณาแบบเป็นเซ็ทและแบบ ประหยัด (Promotion)

**พรนภา แก้วลาย (2539)** ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ศึกษาความต้องการข่าวสารและความ พึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก : ศึกษาเฉพาะ กรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังในลักษณะบังเอิญหมุนแล้วเจอ แต่ถ้าฟังแล้วจะตั้งใจฟังจนจบ และเพศเป็นตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟัง ข่าวต้นชั่วโมงกล่าวคือ เพศชายมีแนวโน้มที่จะรับฟังรายการมากกว่าเพศหญิง ส่วนความพึงพอใจ ในการรับฟังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังข่าวต้นชั่วโมง

**ธีรรัตน์ สุขดี (2547)** ได้ศึกษา ความต้องการรูปแบบกิจกรรมพิเศษของผู้มาใช้ บริการในศูนย์การค้าคาสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ ผ่านแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดบริการของ Philip Kotler แนวคิดความพึงพอใจอ้างอิงจากสิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ และ แนวคิดการสื่อสาร พบว่า โดยส่วนใหญ่ที่ใช้บริการศูนย์การค้าคาสวนแก้ว เดือนละ 1-2 ครั้ง และผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ไม่เคยร่วมกิจกรรมศูนย์การค้าคาสวนแก้ว ส่วนรูปแบบกิจกรรมพิเศษที่กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการศูนย์การค้าคาสวนแก้วต้องการให้จัดมากที่สุดคือการแข่งขันตอบปัญหา รองลงมาคือ การแข่งขันแบบรูปแบบเกมส์ และการแสดงดนตรี ตามลำดับ โดยต้องการให้จัดในวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลา 12.00น.-18.00น. ใช้เวลาดำเนินกิจกรรม 2 ชั่วโมง และต้องการให้ผู้ดำเนินรายการเป็น พิธีกรคู่ ชายและหญิง นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้ศูนย์การค้าคาสวนแก้วปรับปรุง สถานที่ให้กว้างขวาง และมีระบบเสียงที่มีคุณภาพรูปลักษณะเครื่องเสียงทันสมัย ปรับปรุงรูปแบบ

การนำเสนอให้ทันสมัยและมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในท้องถิ่นให้มากกว่าเดิม พนักงานที่ให้บริการภายในศูนย์การค้าควรมีเครื่องแบบเฉพาะที่แสดงถึงกิจกรรมพิเศษนั้น ๆ รวมถึงรูปแบบการให้บริการที่ชัดเจน

## ข้อมูลสื่อมวลชนเสียงสันติ เชียงใหม่

### 1. ประวัติความเป็นมา

ก่อตั้งเมื่อ ปี พ.ศ. 2508 และได้พัฒนาจากหน่วยเคลื่อนที่ผลิตสื่อ เสียง คริสเตียน มาเป็นองค์กรสื่อมวลชนเสียงสันติ เป็นองค์กรอยู่ภายใต้มูลนิธิสหกิจคริสเตียนแห่งประเทศไทย มีภารกิจด้านการสื่อสารมวลชนคริสเตียนและการพัฒนาสังคมมนุษย์ ในปี พ.ศ. 2548 ได้พัฒนาเป็นศูนย์กลางการผลิตและการใช้สื่อ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

วิสัยทัศน์ ส่งเสริมความรู้ด้านการผลิตและการใช้สื่อ พัฒนาสื่อเชิงบูรณาการ สร้างเสริมบุคลากรของคริสตจักร และบุคคลทั่วไปในการคิดสร้างสรรค์สื่อ เป็นศูนย์กลางฝึกอบรมการพัฒนาสื่อเพื่อสังคม

นโยบาย ปรับปรุงกิจการภายในองค์กร รูปแบบโครงสร้างองค์กรใหม่ และปรับปรุงผลิตภัณฑ์หลักของกิจการ เพื่อพัฒนาระบบการทำงานและการบริการให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานระดับมืออาชีพ

### 2. ประเภทการให้บริการของสื่อมวลชนเสียงสันติ

สื่อมวลชนเสียงสันติ เชียงใหม่ ให้บริการด้านการบันทึกภาพและเสียงด้วยระบบดิจิทัล การจัดทำนายเทพ ซีดี วีดีโอ และหนังสือความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับคริสเตียน ฝึกอบรมให้ความรู้การผลิตและการใช้สื่อด้านการศึกษา การส่งเสริมจริยธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการป้องกันการแพร่ระบาดของยาเสพติด ด้านสาธารณสุขและด้านวัฒนธรรมเพื่อสร้างสรรค์สังคม พัฒนาระบบการทำงานและการบริการให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานระดับมืออาชีพ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึง และกำชับให้พนักงานทุกคนในองค์กรเสียงสันติให้บริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจอย่างสูงสุด

## 3. โครงสร้างองค์กร



รูปที่ 1 แผนผังการบริหารงานของสื่อมวลชนเสียงสันติ เชียงใหม่

ประเภทสินค้าของสื่อมวลชนเสียงสันติ ได้แก่ ม้วนเทป ซีดี วีดีโอ ดีวีดี เพลง / คำเทศนา หนังสือความรู้เกี่ยวกับคริสเตียน และรูปภาพ / สื่อสิ่งพิมพ์ การให้บริการ ได้แก่ การสำเนา เทป ซีดี ดีวีดี การให้บริการห้องประชุม / สัมมนา การบันทึกเสียง การฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ การบันทึกเทปวีดีทัศน์ การตัดต่อเทปวีดีทัศน์ การตัดต่อเสียง และการผลิตเพลงและดนตรี

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สื่อที่ผลิตมีคุณภาพดี มีการให้บริการลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการ ได้แก่ การให้บริการบันทึกเสียง ทำสโปตวิทยุ, รายการวิทยุ, สารคดี การให้บริการบันทึกเทปวีดีทัศน์, การให้บริการตัดต่อเสียง การให้บริการตัดต่อเทปวีดีทัศน์, การให้บริการผลิตเพลงและดนตรี, การให้บริการสำเนา เทป, ซีดี,



ดีวีดี, การให้บริการฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ, การจำหน่ายหนังสือ เทป ซีดี ดีวีดีและของที่ระลึก สำหรับคริสเตียน ด้านราคา คือมีอัตราค่าใช้บริการติดแสดงไว้ชัดเจน ลูกค้าสามารถสอบถามราคา การให้บริการจากพนักงานโดยมีอัตราค่าบริการ บันทึกเสียง ชั่วโมงละ 350 บาท การบันทึกเทปวีดีทัศน์ ชั่วโมงละ 940 บาท การตัดต่อเสียง ชั่วโมงละ 350 บาท การตัดต่อเทปวีดีทัศน์ ชั่วโมงละ 400 บาท การผลิตเพลงและดนตรี ชั่วโมงละ 500 บาท การให้บริการสำเนา เทปม้วนละ 5 บาท, ซีดีแผ่นละ 6 บาท, ดีวีดีแผ่นละ 20 บาท การให้บริการฝึกอบรมด้านการผลิตสื่อ หลักสูตรละ 45,000 บาท อบรม 3-5 วัน ด้านการจัดจำหน่าย คือทำเลที่ตั้งติดต่อสะดวก สื่อมวลชนเสียงสันติ ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้กับสถานีรถไฟ สถานีขนส่งผู้โดยสารอาเขต ร.พ.แมกคอมมิค มหาวิทยาลัยพายัพ โรงเรียนปรินสรอยฯ โรงเรียนดารา และห้างสรรพสินค้าแม็กโคร,คาร์ฟู,บิ๊กซี ลูกค้าสามารถติดต่อเข้ามาใช้บริการได้สะดวก ป้ายบริเวณที่ตั้ง มีการติดตั้งบริเวณตัวอาคาร ส่วนป้ายทางเข้ามาในซอย ไม่มีบอกไว้ สามารถติดต่อเข้ามาสอบถามรายละเอียดการให้บริการทางโทรศัพท์ ตั้งแต่ วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 08.00 น. - 16.30 น. ตรวจสอบราคาการให้บริการผลิตสื่อทาง [www.voiceofpeace.org](http://www.voiceofpeace.org) ได้ ด้านส่งเสริมการตลาด คือ มีเอกสาร/แผ่นพับ/ข้อมูลต่างๆ ให้บริการ อย่างเพียงพอ มีตัวอย่างการผลิตสื่อเสียงและภาพให้ลูกค้า ได้ฟังและชมก่อนตัดสินใจเลือกใช้ บริการ โปรโมชั่นลดราคาสินค้าในช่วงเทศกาลพิเศษ 10 – 40 % (สินค้าบางชนิด) สามารถติดต่อใช้บริการผลิตสื่อโดยมีพนักงานต้อนรับและพนักงานประชาสัมพันธ์ คอยให้ข้อมูลและแนะนำ ด้านบุคลากร คือ ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร พนักงานสามารถชี้แจงและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการให้บริการได้ดี พนักงานมีประสบการณ์ด้านการผลิตสื่อ มากกว่า 10 ปี

ด้านกระบวนการในการให้บริการ คือ มีกระบวนการและขั้นตอนเป็นระบบชัดเจน พนักงานต้อนรับ และประชาสัมพันธ์ แนะนำงานบริการผลิตสื่อและพาชมห้องบันทึกภาพและเสียง พร้อมทั้งรับงานบันทึกข้อมูลและส่งต่อให้ฝ่ายผลิตสื่อ พร้อมให้บริการลูกค้า ส่งมอบงาน ตามเวลาที่กำหนดให้กับลูกค้า ด้านหลักฐานทางกายภาพ คือ สถานที่สะอาด/พื้นที่และบรรยากาศเอื้ออำนวยต่อผู้เข้ารับบริการ ความสะอาดของอาคารสำนักงาน ห้องจัดประชุม สัมมนา ห้องบันทึกเสียงและห้องสตูดิโอถ่าย TV ความสะดวกในการซื้อของ ณ ร้านจำหน่ายหนังสือและผลิตภัณฑ์ ความสะดวกในการใช้ห้องบันทึกเสียงและภาพ และสถานที่จอดรถสะดวกสบายมี 3 แห่ง จอดรถยนต์ได้ ทั้งหมด 30 คัน