

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (นม) โรงเรียน บริษัท เชียงใหม่เฟรชมิลค์ จำกัด ในโรงเรียนเอกชน จังหวัดเชียงใหม่ ได้ใช้แนวคิดและทฤษฎี ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546:90) กล่าวว่าไว้ในหนังสือการบริหารการตลาดยุคใหม่ ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมากลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546:44) กล่าวว่า ความพอใจของผู้ซื้อหลังที่ได้ซื้อของมาขึ้นอยู่กับผลการปฏิบัติงานของสินค้าหรือสิ่งที่เสนอขาย โดยปกติความพอใจ คือ ความรู้สึกพอใจหรือผิดหวัง อันเกิดจากการเปรียบเทียบผลหรือการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของเขาจะเห็นได้ว่าจุดสำคัญ คือ การปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวัง ถ้าการปฏิบัติงานไม่ถึงความคาดหวังลูกค้าจะไม่พอใจ ถ้าการปฏิบัติงานเท่ากับความคาดหวังลูกค้าก็จะพอใจ ถ้าการปฏิบัติงานสูงเกินกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็จะพอใจหรือปิติยินดีเป็นอย่างยิ่ง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ (Marketing Mix : 7Ps)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่จะนำไปเสนอลูกค้าแนวทางการกำหนดผลิตภัณฑ์หรือสินค้าให้เหมาะสมว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการอะไร
2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ต้องแลกกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เป็นตัวบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ของสินค้าที่สำคัญที่สุด
3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การนำสินค้าไปสู่มือลูกค้า รวมถึงการขายและการกระจายของสินค้า เพื่อให้เกิดการนำส่งสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าได้ทั่วถึง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อป้องกันและส่งเสริมสินค้า เพื่อกระตุ้นหรือจูงใจผู้ซื้อให้เกิดการซื้อสินค้า

5. บุคคล (People) หมายถึง ผู้ทำหน้าที่รับผิดชอบในการติดต่อแสวงหาลูกค้า ลูกค้ามีความสำคัญอย่างมากในการบรรลุถึงคุณภาพของบริการในระดับสูง ผู้ให้บริการยังต้องให้มีการตระหนักถึงความพอใจของลูกค้าจะหมดสิ้นไปถ้ามีลูกค้ารายอื่นเข้ามาอยู่ต่อหน้าในการปฏิบัติต่อกันเพื่อรับบริการ

6. การนำเสนอทางกายภาพ (Physical evidence) หมายถึง การสร้างคุณภาพโดยรวมหรือการแสดงให้เห็นคุณภาพของการบริการ สิ่งแวดล้อมที่การให้บริการและปัจจัยที่เกี่ยวกับการจับต้องได้ทุกอย่างที่อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติและการส่งมอบสินค้า ความต้องการของการสร้างผลผลิตที่เป็นไปได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

7. กระบวนการ (Process) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวกับระเบียบ วิธีการและงานที่ปฏิบัติ ด้านการบริการที่นำเสนอเกี่ยวกับลูกค้า ผู้ให้บริการต้องพิจารณาว่าจะให้บริการแก่ลูกค้าได้ดีเพียงใด จำเป็นต้องคิดระดับของการบริการตัวเองด้วย

2.3 การดำเนินงานโครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน

1.โครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน หรือนมโรงเรียนเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 สมัยนายชวน หลีกภัย เป็นนายกรัฐมนตรี เริ่มแรกจัดให้โรงเรียนสำหรับเด็กอนุบาลในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ จากนั้นมีการขยายชั้นเรียนและจำนวนวันที่ดื่มนมขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2553 มีเป้าหมายจัดสรรนมให้นักเรียนตั้งแต่ระดับอนุบาลถึงชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 6,082,411 คน งบประมาณรวม 6,989.10 ล้านบาท จำนวนวันที่ดื่มนม 230 วัน/ปี หรือสองภาคการศึกษา

2.วัตถุประสงค์ของโครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน แนวทางใหม่ 3 ด้านหลักๆคือ

1.เด็กนักเรียนได้ดื่มนมที่มีคุณภาพจากการผลิตจากนมโคภายในประเทศไม่มีสารปนเปื้อนนมผง หรือวัตถุอื่นใด

2.มุ่งประหยัด ต้นทุนจากการจัดการด้านโลจิสติกส์และการบริหาร การชำระเงินค่านมโรงเรียนที่รวดเร็วขึ้น

3.เกษตรกรสามารถจำหน่ายนมนมดิบได้ทั้งหมดโดยการบริหารจัดการนมโรงเรียนรองรับนมนมดิบได้ไม่น้อยกว่า 1,200 ตัน ต่อวันหรือมีผู้รับซื้อนมนมดิบทั้งหมดของเกษตรกร

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อดุง สุคันธะมาลา (2538) ได้ศึกษาการเรื่อง การประเมินโครงการอาหารเสริม โรงเรียน ประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดสุโขทัย คือ ปัจจัยการบริหารโรงเรียน ส่วนมากมีความพอเพียงในด้านบุคลากร วัสดุอุปกรณ์ จำนวนนม สถานที่เก็บรักษานม การกำหนด กิจกรรมต่างๆในโครงการ และมีการกำหนดการรายงานต้นสังกัดด้วย ด้านกระบวนการดำเนินงาน โรงเรียนส่วนมากดำเนินงานตามโครงการในรูปแบบ คณะกรรมการดำเนินงานไปเป็นอย่าง ต่อเนื่อง ได้ประสพการณ์ในการบริหารงาน ทำให้การบริหารงานเกิดประสิทธิภาพสูง ผู้บริหาร โรงเรียนมีการติดตาม กำกับโครงการด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ มีการประสานงานและรายงานไปยัง หน่วยต้นสังกัด และด้านผลการดำเนินงาน ผู้บริหารส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การสนับสนุน โครงการอาหารเสริม (นม)โรงเรียน เพื่ออยากส่งเสริมให้นักเรียนมีสุขภาพอนามัยที่ดี ปลูกฝังให้ เด็กรักการดื่มนมให้มากขึ้นโดยโครงการนี้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้ โดยมีความเห็นว่า นักเรียนในโครงการได้ดื่มนมทุกคน คนละ 200 ซีซี ต่อคนต่อวัน โครงการนี้มีผลต่อการพัฒนาการ ด้านสุขภาพและอนามัยของนักเรียน และผู้บริหารมีความพึงพอใจในโครงการนี้

ดวงตา แหลมหลัก (2538) ได้ศึกษาการจัดโครงการอาหารเสริมสำหรับนักเรียนระดับก่อน ประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า การ จำหน่ายอาหารเสริม (นม) โรงเรียนไม่ได้จำกัดขอบเขตการซื้อขาย โดยได้รับงบประมาณจาก สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ โดยการดำเนินงานโรงเรียนจัดให้นักเรียนระดับ ก่อนประถมศึกษา ได้ดื่มนมประเภทนมพาสเจอร์ไรส์ และยู เอช ที ทุกวัน ในช่วงเวลาบ่ายระหว่าง 14.00 น – 15.00 น. โรงเรียนจะได้รับอาหารเสริม (นม) โรงเรียนเป็นประจำและนักเรียนได้ดื่มนม ทั้งตอนเปิดเทอม และปิดเทอม โดยทางโรงเรียนจะเป็นผู้กำหนดชนิดของนมและการดำเนินการ จัดซื้อตามระเบียบของทางราชการการประเมินผลโครงการกระบวนการจัดโครงการ ปัญหาในการ ดำเนินการพบว่าโรงเรียนจะประสบปัญหาเกี่ยวกับการขนส่งนม และไม่มีสถานที่เก็บที่เพียงพอ

สุนทร พรหมโท (2539) ได้วิจัยการประเมินผลโครงการอาหารเสริม (นม) ในโรงเรียน ประถมศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการอาหารเสริมในโรงเรียนอยู่ในระดับ มาก ทั้งในเรื่อง การวางแผนการดำเนินงาน เรื่องการจัดการและการให้บริการแก่นักเรียน และเรื่องการควบคุม กำกับ ติดตาม ประเมินผลและรายงาน ส่วนปัญหาในการดำเนินงานอยู่ในระดับ มาก 3 อันดับแรก ได้แก่เรื่อง การส่งนมไม่ตรงเวลา นักเรียนเกิดความเบื่อหน่ายในการบริโภคนมชนิดเดียว เพราะ นักเรียนไม่สามารถเลือกรสชาติของนมได้ และระยะเวลาในการส่งนม ส่วนใหญ่เป็นปัญหาอยู่ใน

ระดับน้อย มี 2 เรื่องคือ เรื่องขาดบุคลากรในการรับผิดชอบโครงการ และขั้นตอนการกำกับติดตาม ประเมินผลและรายงาน

สถานี เป็งศรี (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติของคณะกรรมการการดำเนินงานนม โรงเรียน ระดับประถมศึกษา ในสถานศึกษาของรัฐบาล ที่มีต่อโครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจต่อโครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน ด้านการจัดตั้งและวัตถุประสงค์หลักของโครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียนระดับมากที่สุด คือเพื่อส่งเสริมและพัฒนาสุขภาพของอนามัยของเด็กนักเรียน ด้านงบประมาณ ระดับมากที่สุด คือการจำหน่ายนมในโครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียนให้เป็นการซื้อขายแบบเสรีโดยไม่จำกัดพื้นที่ ด้านคุณภาพอาหารเสริม (นม) โรงเรียน ระดับมากที่สุด คือนมบูด เสีย แฉกั่ว ลักษณะกล่องบุบ ผู้ขายต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายร้อยละ 100 ด้านการส่งมอบอาหารเสริม (นม) โรงเรียน ระดับมากที่สุด คือ ทางโรงเรียนจะได้รับนมพาสเจอร์ไรส์เป็นประจำทุกวันเปิดทำการ ด้านนักเรียนในโครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน ระดับมากที่สุด คือ นักเรียนสามารถเลือกรสชาตินมโรงเรียนได้ตามความต้องการ องค์ประกอบด้านความคิดเห็น ผลการศึกษาพบว่า คณะกรรมการมีความเห็นต่อโครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน ด้านการจัดตั้งและวัตถุประสงค์ของโครงการ ระดับเห็นด้วย คือ การคัดเลือกผู้ผลิตนมโรงเรียนที่ดีต้องมาจากความเห็นชอบของ อบต. ร่วมกับโรงเรียนนั้นๆ ด้านการจัดสรรงบประมาณ ระดับเห็นด้วย คือ ทางรัฐบาลต้องจัดสรรงบประมาณซึ่งเป็นค่าตอบแทนเป็นพิเศษให้กับคณะกรรมการ ด้านคุณภาพอาหารเสริม (นม) โรงเรียน ระดับเห็นด้วย คือ กรณีนมไม่ได้คุณภาพตามมาตรฐาน ผู้ผลิตนมโรงเรียนต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อความเสียหายทั้งหมด ด้านการส่งมอบอาหารเสริม (นม) โรงเรียน ระดับเห็นด้วย คือถ้าไม่สามารถจัดส่งได้ตามทันเวลาทางโรงเรียนและผู้ประกอบการสามารถเจรจากันได้ ด้านนักเรียนในโครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียนระดับเห็นด้วย คือ นักเรียนได้ดื่มทั้งตอนเปิดเรียนและปิดเทอม องค์ประกอบด้านพฤติกรรม ผลการศึกษาพบว่า คณะกรรมการมีเหตุผลในการเข้าร่วมโครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน เพื่ออยากส่งเสริมให้นักเรียนมีสุขภาพที่ดี และมีนิสัยรักการดื่มนม สิ่งที่ได้รับการเข้าร่วมโครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน คือ ความรู้และประสบการณ์จากการบริหารงานในเกณฑ์การเลือกผู้ผลิตอาหารเสริม (นม) โรงเรียน คือเรื่องการขนส่งและการส่งมอบ บทบาทในโครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน คือ การทำกิจกรรมทุกอย่างร่วมกับคณะกรรมการท่านอื่นในการดำเนินงาน

2.5 กรอบแนวคิด

