

การวิจัยเรื่อง “การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เพื่อการพัฒนาให้เป็นลูกค้าที่มีความภักดี : กรณีศึกษา โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กลวิธีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า กับการรับรู้ถึงความพยายามขององค์กรในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า 2. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงความพยายามขององค์กรในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากับความพึงพอใจต่อความสัมพันธ์ที่องค์กรมีต่อลูกค้า 3. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อความสัมพันธ์ที่องค์กรมีต่อลูกค้ากับความภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กร ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่ใช้บริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาล บำรุงราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล มากกว่า 1 ครั้ง จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. การรับรู้กลวิธีการในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความพยายามขององค์กรในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
2. การรับรู้ถึงความพยายามขององค์กรในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจต่อของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

The purposes of this research were to examine: 1. the relationship between customer's perception of customer relationship tactics and customer's perception of relationship investment, 2. the relationship between customer's perception of customer relationship investment and customer satisfaction 3. the relationship between customer satisfaction and customer loyalty.

The results indicate the following:

1. The relationship between customer's perceptions of customer relationship strategy was significantly and positively related to customer's perception of relationship investment.
2. The relationship between customer's perceptions of customer relationship investment was significantly and positively related to customer satisfaction.
3. The relationship between customer satisfactions was significantly and positively related to customer loyalty.