

51601328: สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

คำสำคัญ: การพัฒนา / การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

พัชรารณ งามวิจิตรนันท์: แนวทางการพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) กรณีศึกษา ตัวแทนจำหน่าย ห้างหุ้นส่วนจำกัด เพชรบุรี ศ.เจริญยนต์. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 94 หน้า.

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษา หจก. เพชรบุรี ศ.เจริญยนต์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการนำระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) มาปรับใช้ในองค์กรและศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) มาใช้ในองค์กรโดยมีขอบเขตของการวิจัย คือกลุ่มลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์น้ำมันเครื่องคาสโตรอลของตัวแทนจำหน่าย หจก.เพชรบุรี ศ.เจริญยนต์ การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจะเป็นการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักจะทำการคัดเลือกมาจากกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพและมีอิทธิพลในการสั่งซื้อสินค้าสูง โดยทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ร้านค้าส่ง/ร้านจำหน่ายอะไหล่ อู่ซ่อมอิสระและศูนย์ที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัท ได้แก่ Bikepoint, Auto Service และ BP WorkShop เป็นต้น

ผลจากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์น้ำมันเครื่องคาสโตรอลเป็นอย่างดี ทั้งในด้านของตราสินค้าและคุณสมบัติของตัวผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะเฉพาะต่อเครื่องยนต์เป็นอย่างดี จึงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเกิดความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งลูกค้ายังเกิดความพึงพอใจในการบริการของตัวแทนจำหน่ายในด้านของการจัดส่งสินค้า การบริการหรือแม้แต่การตอบข้อซักถามของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ส่วนแนวทางการพัฒนาการบริการลูกค้าสัมพันธ์ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมด้านราคาของสินค้ามากที่สุด

ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งนี้ คือด้านราคาของผลิตภัณฑ์น้ำมันเครื่องคาสโตรอลที่มีราคาสูงกว่าคู่แข่งทางการตลาด จากการศึกษารายงานพบว่าปัญหาทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์น้ำมันเครื่องคาสโตรอลที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้ระบุนั้นเป็นปัญหาที่องค์กรอย่างตัวแทนจำหน่ายไม่สามารถหาทางแก้ไขได้ ซึ่งเป็นปัญหาที่จะต้องส่งเรื่องเข้าที่ประชุมของบริษัท บีพี-คาสโตรอล ประเทศไทย จำกัด การศึกษาต่อเนื่องตามที่เสนอแนะจะช่วยสนับสนุนให้มีการนำกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) มาประยุกต์ใช้กับตัวแทนจำหน่ายอื่นๆหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารลูกค้าให้สามารถประสบผลสำเร็จ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ .....

51601328: MAJOR: PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

KEY WORD: THE DEVELOPMENT/ CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

PHATCHARAPORN NGAMVIJITNUN : THE PRINCIPLE TO DEVELOP CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SYSTEM CASE STUDY PHETCHABURI SOR CHAROENYONT LIMITED PARTNERSHIP. THESIS ADVISOR: ASST.PROF. PITAK SIRIVONG, Ph.D. 95 pp.

In the research of Develop CRM Manage. Case study is Sor Jaroenyont Phetburi Limited Partnership object to study about customer relation management system applied in organization and also study about the problem and obstruction of that system. The scope of this research focus on the customer of Castrol lubricant product under Sor Jaroenyont Phetburi Limited Partnership distributor. The methodotogy this descriptive research is interviewing sample group which mainly focus on high potential customer and key account of the organization. The sample divided into 3 groups as Wholesale, independent workshop and branded workshop (Bikepoint , Auto Service and BP WorkShop)

The result of this research found that the sample group satisfied with Castrol product and indicated the good attitude to Castrol brand and product's qualification specifically in product's engine protection capability. Moreover customer are satisfied in the service of distributor in dimension of product logistic and product's information presentation. However, in order to improve customer service the information about the price are the most required information.

The recommendation of this research is the improvement of product's pricing. In comparison to lubricant oil market, Castrol product cost is higher than others and this problem is the main obstruction for dealer who are not able to manage or change independently. Therefore BP-Castrol Corp is the only one who is able to solve to this problem. The continuous research as suggestion will support in CRM system utilization in other dealer or related organization to be success in customer service management effectively.

---

Program of Public and Private Management

Student's signature .....

Thesis Advisor's signature .....

---

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2011