

บทคัดย่อ

งานศึกษาวิจัยเรื่อง “การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษาลูกค้ากลุ่มคลินิกของบริษัท พี. แอนด์ โอ. เฮลท์ตี้แคร์ จำกัด” ในการค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการรับรู้บริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กับความพึงพอใจในการสั่งซื้อ กรณีศึกษาลูกค้ากลุ่มคลินิกของบริษัท พี. แอนด์ โอ. เฮลท์ตี้แคร์ จำกัด

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเก็บข้อมูลกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะที่เป็นกลุ่มคลินิก ที่มีสถานประกอบการอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นคลินิกที่ไม่มีสาขา และผู้ตอบแบบสอบถามเป็นบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ให้กับคลินิกนั้น ๆ โดยนำมาประมวลผลข้อมูล ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และทดสอบสมมติฐาน ด้วยหลักสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น (Multiple Linear Regression Analysis)

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อความถูกต้องของสเปกและแอมพูล และครบถ้วนของสเปกเนื่องจากฐานข้อมูล ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อความถูกต้องของสเปกและแอมพูล และความครบถ้วนของสเปกก่อนเนื่องมาจากการรักษารฐานลูกค้า และความพึงพอใจด้านความถูกต้องและครบถ้วนของสเปกก่อนเกิดขึ้นมาจากการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม

Abstract

This research is conducted on the topic "Increase Effectiveness in Customer Relationship Management – Case Study of Customers Belongs to the Clinic Group of P&O Healthy Care Company Limited". The objective for this research is to study customer relationship management (CRM) in practice and to study the relationship between perceived CRM factors and customer satisfaction on buying decision with customers of the clinic group of P&O Healthy Care Company Limited.

This study is defined as quantitative research. Information from questionnaires is collected from specific group of customers who belong to the clinic located in Bangkok and has no branch. These customers involved with buying decision process when ordering products to their clinic. The research methodology is started from collecting relevant data, processing data with statistics application specifically for social science research, performing descriptive analysis, and testing hypothesis based on the concept of multiple linear regression analysis accordingly.

Result from present study shows that customer satisfaction of the products has relevance to the CRM practice. Customer satisfaction by means of right order of liquid soap and shampoo, and complete order of liquid soap is obtained by customer database. Customer satisfaction towards the right order of liquid soap and shampoo, and the complete order of soap is relative to customer retention program. Finally, customer satisfaction towards the right order and complete order of soap is due to proper use of CRM technology.