

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษาลูกค้ากลุ่มคลินิกของบริษัท พี. แอนด์ โอ. เฮลท์ตี้แคร์ จำกัด เพื่อใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และพัฒนาคุณภาพในการให้บริการของทางบริษัท เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และรักษารฐานลูกค้าเดิมนอกจากนี้ ยังเป็นการเพิ่มจำนวนลูกค้ารายใหม่ให้กับทางบริษัทได้อีกด้วย ซึ่งสรุปสาระสำคัญ และผลของการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลจำนวน 100 ราย โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

1. อายุ

เมื่อพิจารณาอายุของกลุ่มลูกค้า พบว่าส่วนใหญ่อายุ 25-35 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ซึ่งมากที่สุด รองลงมาคืออายุ 36-45 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 อายุ และอายุ 46-60 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

2. ระดับการศึกษา

เมื่อพิจารณาระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้า พบว่าส่วนใหญ่อายุมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ซึ่งมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับอื่น ๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ระดับปริญญาโท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และระดับปริญญาเอก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

3. ตำแหน่งงาน

เมื่อพิจารณาตำแหน่งงานของกลุ่มลูกค้า พบว่าส่วนใหญ่อายุมีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประจำคลินิก จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 ซึ่งมากที่สุด และแพทย์เจ้าของกิจการ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ตามลำดับ

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เมื่อพิจารณารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มลูกค้า พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-50,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 ซึ่งมากที่สุด รองลงมาคือ มีรายได้ 100,000-200,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-99,999 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และมีรายได้สูงกว่า 300,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของคลินิกผิวหนัง

ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการสั่งซื้อดังนี้ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้ากับบริษัท พี. แอนด์ โอ. เฮลท์ตี้แคร์ จำกัด กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 3 ปี มีระยะเวลาในการสั่งซื้อครั้งหนึ่ง ๆ ได้แก่ 3 เดือนขึ้นไป ประเภทผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อมากที่สุด ได้แก่ สบู่ก่อนเวลาในการสั่งซื้อได้แก่ สบู่เมื่อผลิตภัณฑ์ใกล้หมด ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจสั่งซื้อได้แก่ แพทย์เจ้าของกิจการ ผู้สั่งซื้อได้แก่ แพทย์เจ้าของกิจการ

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีความพึงพอใจด้านความถูกต้องอยู่ในระดับมากที่สุด โดยسبقก่อนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความพึงพอใจด้านความถูกต้องมากที่สุด กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีความพึงพอใจด้านความครบถ้วนอยู่ในระดับมากที่สุด โดยสบู่เหลวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความพึงพอใจด้านความครบถ้วนมากที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังต่อการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับคาดหวังน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังต่อการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ด้านฐานข้อมูลลูกค้าเฉลี่ยอยู่ในระดับคาดหวังน้อยที่สุด โดยพิจารณารายละเอียดพบว่า ในประเด็นเรื่องประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลผลิตภัณฑ์ เรื่องประสิทธิภาพของระบบตรวจสอบประวัติการสั่งซื้อ และเรื่องพนักงานมีความถูกต้องแม่นยำในการจดจำประวัติการซื้อมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับคาดหวังน้อยที่สุด และเรื่องความถูกต้องของเอกสารการจัดส่งสินค้ามีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับไม่มีความคาดหวัง

ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับ ไม่มีความคาดหวัง โดยพิจารณารายละเอียดพบว่า ในประเด็นเรื่องการรับ-ส่งเอกสารผ่านโทรสาร และเรื่องการได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับน้อยที่สุด เรื่องการได้รับความสะดวกจากวิธีชำระเงิน เรื่องการสามารถติดต่อสะดวกเมื่อต้องการความช่วยเหลือ และเรื่องการสามารถติดต่อสะดวกเมื่อต้องการสั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับไม่มีความคาดหวัง

ด้านโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับคาดหวังน้อยที่สุด โดยพิจารณารายละเอียดพบว่า ในประเด็นเรื่องการแจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับน้อย เรื่องการแจ้งรายการส่งเสริมการขาย และเรื่องการแถมผลิตภัณฑ์จากการสั่งซื้อครบตามจำนวน มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับน้อยที่สุด และเรื่องผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายเฉพาะคลินิกเท่านั้น มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับไม่มีความคาดหวัง

ด้านการรักษาสถานลูกค้า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับคาดหวังน้อยที่สุด โดยพิจารณารายละเอียดพบว่า ในประเด็นเรื่องการแจกของที่ระลึก ความถี่ในการไปมาหาสู่ลูกค้า และการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ครบถ้วนมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับน้อยที่สุด เรื่องความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงานขาย และความสุภาพ อธิบายคำไม่ตรงที่ติของพนักงานขายมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับไม่มีความคาดหวัง

สมมติฐานข้อที่ 1 กลุ่มลูกค้าที่มีระดับการรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความถูกต้องของผลิตภัณฑ์สบู่มาก่อน สบู่เหลว และแชมพู

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านความถูกต้องของสบู่มาก่อน การรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านฐานข้อมูลลูกค้า และด้านการรักษาสถานลูกค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านความถูกต้องของสบู่เหลว และการรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านฐานข้อมูลลูกค้า และด้านการรักษาสถานลูกค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านความถูกต้องของแชมพู

สมมติฐานข้อที่ 2 กลุ่มลูกค้าที่มีระดับการรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความครบถ้วนของผลิตภัณฑ์สบู่มาก่อน สบู่เหลว และแชมพู

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบัน ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และด้านการรักษารฐานลูกค้าโดยเฉลี่ยมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ด้านความครบถ้วนของสปูก่อน การรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านฐานข้อมูลลูกค้า และด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านความครบถ้วนของสปูเหลือ และการรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านต่าง ๆ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านความครบถ้วนของแซมพู

การอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษาลูกค้ากลุ่มคลินิกของบริษัท พี. แอนด์ โอ. เฮลท์ตี้แคร์ จำกัด มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านฐานข้อมูลลูกค้า การรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านฐานข้อมูลลูกค้ามีผลต่อความพึงพอใจด้านความถูกต้องของสปูเหลือและแซมพู และครบถ้วนของสปูเหลือ อาจเป็นเพราะว่า สปูเหลือ และแซมพูมีหลายชนิด ลูกค้าอาจเกิดความสับสนในการสั่งซื้อสินค้าได้ จึงมีการพิจารณาการสั่งซื้อจากการดูข้อมูลในเว็บไซต์หากข้อมูลนั้นชัดเจนลูกค้าจะพิจารณาการสั่งซื้อได้ถูกต้อง โดยที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องเห็นผลิตภัณฑ์จริง และความครบถ้วนมีผลต่อสปูเหลือ เนื่องจากสปูเหลือมีหลากหลายชนิดอาจเกิดความผิดพลาดอันเป็นผลต่อความครบถ้วนได้ ส่วนสปูก่อนไม่มีผลใด ๆ ต่อด้านฐานข้อมูลนั้นเนื่องจาก สปูก่อนเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ทั้งลูกค้าและผู้แทนขายจะคุ้นชินเป็นอย่างดี ระบบฐานข้อมูลจึงไม่มีบทบาทต่อผลิตภัณฑ์นี้ ดังนั้นหากมีการให้ความสำคัญกับด้านฐานข้อมูลแล้วก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

ด้านการรักษารฐานลูกค้า การรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านการรักษารฐานลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจด้านความถูกต้องของสปูเหลือและแซมพู และมีผลต่อความพึงพอใจด้านความครบถ้วนของสปูก่อน อาจเป็นเพราะว่า พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้ข้อมูลลูกค้า การไปมาหาสู่ลูกค้า เป็นการเน้นย้ำและทำความเข้าใจ จึงมีผลต่อความถูกต้องของสปูเหลือกับแซมพู และมีผลต่อความครบถ้วนของสปูก่อนได้ เพราะสปูก่อนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าขายดี สินค้าอาจหมดลงเร็วกว่าคาดหมาย การไปมาหาสู่ลูกค้าจึง ช่วยทำให้บริษัททราบถึงความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า และสามารถวางแผนการสั่งซื้อจากผู้ผลิตได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดความพึงพอใจในการบริการ

ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบัน ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม มีผลต่อความพึงพอใจด้านความถูกต้อง และครบถ้วนของข้อมูลก่อน อาจเป็นเพราะว่า ปัจจุบันเทคโนโลยีช่วยในการบริหารจัดการในหลายด้านได้สะดวกและรวดเร็ว ยิ่งขึ้นเช่น ด้านการชำระเงิน เช่นสามารถจ่ายชำระเงินหรือการโอนเงินผ่านตู้ ATM ระบบสั่งจ่าย ด้วยเช็ค ทำให้สะดวกโดยทำให้ผลการยืนยันการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เข้าถึงบริษัทโดยตรง ลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการสื่อสารผ่านตัวแทนขาย นอกจากนี้การจัดส่งผลิตภัณฑ์สามารถ ดำเนินการได้ทันทีเมื่อมีการรับเงินชำระค่าผลิตภัณฑ์ และยังลดความเสี่ยงของลูกค้าในการเก็บ เงินสดไว้จำนวนมากเพื่อชำระค่าสินค้า นอกจากนี้เทคโนโลยีด้านการกำหนดอุณหภูมิ ควบคุม ความชื้นภายในคลังสินค้า สามารถรักษาผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพคงเดิมก็ช่วยทำให้ลูกค้าได้รับ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าได้เช่นกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถรวบรวมแนวคิดจากข้อมูลวิจัย มาสรุปเป็นข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้ในด้านฐานข้อมูลควรมีการปรับปรุงพัฒนาในเรื่องเว็บไซต์ของบริษัท ให้มีเนื้อหาที่ครบถ้วน ทันสมัยขึ้น โดยข้อมูลในเว็บไซต์ต้องมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ครบถ้วน รวมถึงสร้างระบบให้ ลูกค้าสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางเว็บไซต์ได้ เพื่อสร้างความสะดวกให้กับลูกค้า และควรมี การนำฐานข้อมูลลูกค้าที่มีอยู่แล้ว มาใช้ให้เกิดประโยชน์โดยศึกษาพฤติกรรมการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ในด้านความถี่ ประเภทผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อ ประวัติการจ่ายชำระเงินของลูกค้า แล้วนำมาทำการมา วิเคราะห์และประมวลผลเพื่อนำมาสร้างกิจกรรมทางการตลาดที่มีส่วนช่วยในการกระตุ้น ยอดขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเฉพาะราย (Customization) นอกจากนี้ บริษัท ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ด้านฐานข้อมูลเป็นพิเศษ หากต้องการ สร้างความพึงพอใจด้านความถูกต้องในตัวผลิตภัณฑ์สบู์เหลวและแชมพู และความพึงพอใจด้าน ความครบถ้วนในตัวผลิตภัณฑ์สบู์เหลว

ด้านเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญอีกด้านหนึ่งที่ควรพัฒนา คือควรสร้างช่องทางการชำระเงิน ให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การใช้ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต หรือการใช้ธนาคารบนมือถือ ซึ่งมีความ สะดวกรวดเร็ว ลดความเสี่ยงในการให้พนักงานเก็บเงินสดไว้กับตัว และนอกจากนี้การใช้ เทคโนโลยีในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ซึ่งบริษัท ได้ดำเนินการอยู่แล้วนั้น ควรบำรุงรักษาอย่าง ต่อเนื่องเพื่อไม่ให้เกิดความเสียหาย ซึ่งจะส่งผลถึงคุณภาพของสินค้า นอกจากนี้ บริษัท ควรให้

ความสำคัญกับการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเป็นพิเศษ หากต้องการสร้างความพึงพอใจด้านความถูกต้องและครบถ้วนในตัวผลิตภัณฑ์ก่อน

ด้านการรักษาสถานลูกค้าจำเป็นต้องรักษาระดับการให้บริการของพนักงานขาย และ พัฒนาการให้บริการ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ลูกค้าสัมพันธ์ นอกจากนี้ บริษัทฯ ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการรักษาสถานลูกค้าเป็นพิเศษ หากต้องการสร้างความพึงพอใจด้านความถูกต้องของข้อมูลและ แชนพูน และ ความพึงพอใจด้านความครบถ้วนของข้อมูลก่อน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษา การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ซึ่งมี การใช้ระบบการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์แล้ว เพื่อวัดระดับความพึงพอใจในระบบที่ใช้อยู่
2. ควรทำการศึกษาความพึงพอใจในการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ ของบริษัท พี. แอนด์ โอ. เฮลท์ตี้แคร์ จำกัด