

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ
ลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษาลูกค้ากลุ่มคลินิกของ
บริษัท พี. แอนด์ โอ. เฮลท์ตี้แคร์ จำกัด
Increase Effectiveness in Customer Relationship
Management – Case Study of Customers Belongs
to the Clinic Group of P&O Healthy Care
Company Limited

ชื่อผู้เขียน

นายจักรพันธ์ ต้นเจริญ
Mr. Jakaphan Tancharoen

แผนกวิชา/คณะ

สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ดร. วุฒิไกร งามศิริจิตต์

ปีการศึกษา

2552

บทสรุป

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

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเก็บข้อมูลกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะที่เป็นกลุ่มคลินิก ที่มีสถานประกอบการอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นคลินิกที่ไม่มีสาขา และผู้ตอบแบบสอบถามเป็นบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ให้กับคลินิคนั้นๆ โดยนำมาประมวลผลข้อมูล ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และทดสอบสมมติฐาน ด้วยหลักสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น (Multiple Linear Regression Analysis)

สรุปผลการศึกษา

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลจำนวน 100 ราย โดยแบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

1. อายุ

เมื่อพิจารณาอายุของกลุ่มลูกค้า พบว่าส่วนใหญ่มีอายุ 25-35 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ซึ่งมากที่สุด รองลงมาคืออายุ 36-45 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 อายุและอายุ 46-60 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

2. ระดับการศึกษา

เมื่อพิจารณาระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้า พบว่าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 ซึ่งมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับอื่นๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ระดับปริญญาโท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และระดับปริญญาเอก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

3. ตำแหน่งงาน

เมื่อพิจารณาตำแหน่งงานของกลุ่มลูกค้า พบว่าส่วนใหญ่มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประจำคลินิก 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 รองลงมาคือมีรายได้ 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 มีระยะเวลาในการสั่งซื้อครั้งหนึ่งๆ ได้แก่ 3 เดือนขึ้นไป ประเภทผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อมากที่สุดได้แก่ สบู่ก่อนเวลาในการสั่งซื้อได้แก่ สักเมื่อผลิตภัณฑ์ใกล้หมด ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจสั่งซื้อได้แก่ แพทย์เจ้าของกิจการ ผู้สั่งซื้อได้แก่ แพทย์เจ้าของกิจการ

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีความพึงพอใจด้านความถูกต้องอยู่ในระดับมากที่สุด โดยสรุปก่อนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความพึงพอใจด้านความถูกต้องมากที่สุด กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีความพึงพอใจด้านความครบถ้วนอยู่ในระดับมากที่สุด โดยสรุปเหลือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความพึงพอใจด้านความครบถ้วนมากที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังต่อการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับคาดหวังน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังต่อการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ด้านฐานข้อมูลลูกค้าเฉลี่ยอยู่ในระดับคาดหวังน้อยที่สุด โดยพิจารณารายละเอียดพบว่า ในประเด็นเรื่องประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลผลิตภัณฑ์ เรื่องประสิทธิภาพของระบบตรวจสอบประวัติการสั่งซื้อ และเรื่องพนักงานมีความถูกต้องแม่นยำในการจดจำประวัติการซื้อ มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับคาดหวังน้อยที่สุด และเรื่องความถูกต้องของเอกสารการจัดส่งสินค้ามีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับไม่มีความคาดหวัง

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

ด้านโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับคาดหวังน้อยที่สุด โดยพิจารณารายละเอียดพบว่า ในประเด็นเรื่องการแจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับน้อย เรื่องการแจ้งรายการส่งเสริมการขาย และเรื่องการแถมผลิตภัณฑ์จากการสั่งซื้อครบตามจำนวน มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับน้อยที่สุด และเรื่องผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายเฉพาะคลินิกเท่านั้น มีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับไม่มีความคาดหวัง

ด้านการรักษารฐานลูกค้า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับคาดหวังน้อยที่สุด โดยพิจารณารายละเอียดพบว่า ในประเด็นเรื่องการแจกของที่ระลึก ความถี่ในการไปมาหาสู่ลูกค้า และการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ครบถ้วนมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ใน

ระดับน้อยที่สุด เรื่องความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงานขาย และความสุภาพ อธิบายไม้ตรีที่ตีของพนักงานขายมีค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังอยู่ในระดับไม่มีความคาดหวัง

สมมติฐานข้อที่ 1 กลุ่มลูกค้าที่มีระดับการรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความถูกต้องของผลิตภัณฑ์สบู่มาก่อน สบู่เหลว และแชมพู

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านความถูกต้องของสบู่มาก่อน การรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านฐานข้อมูลลูกค้า และด้านการรักษาสถานลูกค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านความถูกต้องของสบู่เหลว และการรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านฐานข้อมูลลูกค้า และด้านการรักษาสถานลูกค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านความถูกต้องของแชมพู

สมมติฐานข้อที่ 2 กลุ่มลูกค้าที่มีระดับการรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความครบถ้วนของผลิตภัณฑ์สบู่มาก่อน สบู่เหลว และแชมพู

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และด้านการรักษาสถานลูกค้าโดยเฉลี่ยมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านความครบถ้วนของสบู่มาก่อน การรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านฐานข้อมูลลูกค้า และด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านความครบถ้วนของสบู่เหลว และการรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านต่างๆ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจด้านความครบถ้วนของแชมพู

การอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษาลูกค้ากลุ่มคลินิกของบริษัท พี.แอนด์ โอ. เฮลท์ดีแคร์ จำกัด มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านฐานข้อมูลลูกค้า การรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านฐานข้อมูลลูกค้ามีผลต่อความพึงพอใจด้านความถูกต้องของสบู่เหลวและแชมพู และครบถ้วนของสบู่เหลว อาจเป็นเพราะว่า สบู่เหลว และแชมพูมีหลายชนิด ลูกค้าอาจเกิดความสับสนในการสั่งสินค้าได้ จึงมีการพิจารณาการสั่งซื้อจากการดูข้อมูลในเว็บไซต์หากข้อมูลนั้นชัดเจนลูกค้าจะพิจารณาการสั่งซื้อได้ถูกต้อง โดยที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องเห็นผลิตภัณฑ์จริง และความครบถ้วนมีผลต่อสบู่เหลว เนื่องจากสบู่เหลวมีหลากหลายชนิดอาจเกิดความผิดพลาดอันเป็นผลต่อความครบถ้วนได้ ส่วนสบู่

ก่อนไม่มีผลใดๆ ต่อด้านฐานข้อมูลนั้นเนื่องจาก สบู่ก้อนเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ทั้งลูกค้าและผู้แทนขายจะคุ้นชินเป็นอย่างดี ระบบฐานข้อมูลจึงไม่มีบทบาทต่อผลิตภัณฑ์นี้ ดังนั้นหากมีการให้ความสำคัญกับด้านฐานข้อมูลแล้วก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

ด้านการรักษาฐานลูกค้า การรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านการรักษาฐานลูกค้า มีผลต่อความพึงพอใจด้านความถูกต้องของสบู่เหลวและแชมพู และมีผลต่อความพึงพอใจด้านความครบถ้วนของสบู่ก้อน อาจเป็นเพราะว่า พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้ข้อมูลลูกค้า การไปมาหาสู่ลูกค้า เป็นการเน้นย้ำและทำความเข้าใจ จึงมีผลต่อความถูกต้องของสบู่เหลวกับแชมพู และมีผลต่อความครบถ้วนของสบู่ก้อนได้ เพราะสบู่ก้อนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าขายดี สินค้าอาจหมดลงเร็วกว่าคาดหมาย การไปมาหาสู่ลูกค้าจึง ช่วยทำให้บริษัททราบถึงความต้องการผลิตภัณฑ์ของลูกค้า และสามารถวางแผนการสั่งซื้อจากผู้ผลิตได้ ซึ่งจะทำให้เกิดความพึงพอใจในการบริการ

ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม มีผลต่อความพึงพอใจด้านความถูกต้อง และครบถ้วนของสบู่ก้อน อาจเป็นเพราะว่า ปัจจุบันเทคโนโลยีช่วยในการบริหารจัดการในหลายด้านได้สะดวกและรวดเร็ว ยิ่งขึ้นเช่น ด้านการชำระเงิน เช่นสามารถจ่ายชำระเงินหรือการโอนเงินผ่านตู้ ATM ระบบสั่งจ่ายด้วยเช็ค ทำให้สะดวกโดยทำให้ผลการยืนยันการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เข้าถึงบริษัทโดยตรง ลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการสื่อสารผ่านตัวแทนขาย นอกจากนี้การจัดส่งผลิตภัณฑ์สามารถดำเนินการได้ทันทีเมื่อมีการรับเงินชำระค่าผลิตภัณฑ์ และยังลดความเสี่ยงของลูกค้าในการเก็บเงินสดไว้จำนวนมากเพื่อชำระค่าสินค้า นอกจากนี้เทคโนโลยีด้านการกำหนดอุณหภูมิ ควบคุมความชื้นภายในคลังสินค้า สามารถรักษาผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพคงเดิมก็ช่วยทำให้ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าได้เช่นกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถรวบรวมแนวคิดจากข้อมูลวิจัย มาสรุปเป็นข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้ในด้านฐานข้อมูลควรมีการปรับปรุงพัฒนาในเรื่องเว็บไซต์ของบริษัท ให้มีเนื้อหาที่ครบถ้วนทันสมัยขึ้น โดยข้อมูลในเว็บไซต์ต้องมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ครบถ้วน รวมถึงสร้างระบบให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางเว็บไซต์ได้ เพื่อสร้างความสะดวกให้กับลูกค้า และควรมีการนำฐานข้อมูลลูกค้าที่มีอยู่แล้ว มาใช้ให้เกิดประโยชน์โดยศึกษาพฤติกรรมการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์

ในด้านความถี่ ประเภทผลิตภัณฑ์ที่สั่งซื้อ ประวัติการจ่ายชำระเงินของลูกค้า แล้วนำมาทำการมาวิเคราะห์ และประมวลผลเพื่อนำมาสร้างกิจกรรมทางการตลาดที่มีส่วนช่วยในการกระตุ้นยอดขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเฉพาะราย (Customization) นอกจากนี้ บริษัทฯ ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ด้านฐานข้อมูลเป็นพิเศษ หากต้องการสร้างความพึงพอใจด้านความถูกต้องในตัวผลิตภัณฑ์สบู่เหลวและแชมพู และความพึงพอใจด้านความครบถ้วนในตัวผลิตภัณฑ์สบู่เหลว

ด้านเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญอีกด้านหนึ่งที่ควรพัฒนา คือควรสร้างช่องทางการชำระเงินให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การใช้ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต หรือการใช้ธนาคารบนมือถือ ซึ่งมีความสะดวกรวดเร็ว ลดความเสี่ยงในการให้พนักงานเก็บเงินสดไว้กับตัว และนอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีในการเก็บรักษาลิขสิทธิ์ซึ่งบริษัทฯ ได้ดำเนินการอยู่แล้วนั้น ควรบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่องเพื่อไม่ให้เกิดความเสียหาย ซึ่งจะส่งผลถึงคุณภาพของสินค้า นอกจากนี้ บริษัทฯ ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเป็นพิเศษ หากต้องการสร้างความพึงพอใจด้านความถูกต้องและครบถ้วนในตัวผลิตภัณฑ์สบู่ก่อน

ด้านการรักษฐานลูกค้าจำเป็นต้องรักษาระดับการให้บริการของพนักงานขาย และพัฒนาการให้บริการ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ นอกจากนี้ บริษัทฯ ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการรักษฐานลูกค้าเป็นพิเศษ หากต้องการสร้างความพึงพอใจด้านความถูกต้องของสบู่เหลวและแชมพู และความพึงพอใจด้านความครบถ้วนของสบู่ก่อน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษา การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ซึ่งมีการใช้ระบบการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์แล้ว เพื่อวัดระดับความพึงพอใจในระบบที่ใช้อยู่
2. ควรทำการศึกษาความพึงพอใจในการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ด้านต่างๆ ของบริษัท พี.แอนด์.โอ. เฮลท์ตี้แคร์ จำกัด