REVENUE BASED MODEL เพื่อการแบ่งกลุ่มลูกค้าในธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ

REVENUE BASE MODEL OF CUSTOMER SEGMENTATION FOR INTERNATIONAL LOGISTIC BUSINESS

ดลนภา มีผล 5436440 EGTI/M

วท.ม. (เทคโนโลยีการจัดการระบบสารสนเทศ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: อดิศร ลีลาสันติธรรม, Ph.D., สุภาภรณ์ เกียรติสิน, Ph.D., ชนัฎฐา ทองสุข, Ph.D.

บทคัดย่อ

การแบ่งกลุ่มลูกค้าในธุรกิจขนส่งสินค้าระหว่างประเทศนั้น โดยปกติแล้วพนักงานขายจะเป็นผู้กำหนดกลุ่มของลูกค้า โดยพิจารณาจาก 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ยอดขายจากการส่งออก (Outbound revenue) ยอดขายจากการนำเข้า (Inbound revenue) และยอดขายที่เกิดจากตัวกลางผู้ส่งสินค้า(Third Party revenue) โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มตามขนาดของลูกค้า ได้แก่ขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ แต่การตัดสินใจของพนักงานนั้นอาจแปรผันไปได้ตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล งานวิจัยนี้จึงศึกษาใช้ต้นไม้การตัดสินใจ (Decision Tree) และ ตรรกศาสตร์คลุมเครือ (Fuzzy Logic) มาสร้างตัวแบบเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยตัดสินใจให้พนักงานขายในการแบ่งกลุ่มลูกค้า

ผลการวิจัยพบว่าตัวแบบที่ได้จากต้นไม้ตัดสินใจพบว่า มีขนาดกิ่งของต้นไม้ ที่ 52 กิ่ง ค่าความถูกต้อง (Correctly Classified Instances) อยู่ที่ 94.44 % ค่า ROC ที่ 96.9% และตัวแบบที่ได้จากตรรกศาสตร์คลุมเครือนั้น มีค่าความถูกต้องที่ 58.9% และมีค่า ROC ที่ 71% ตัวแบบดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในการแบ่งกลุ่มลูกค้าเพื่อพนักงานขายสามารถวางแผนการให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดต่อไป

84 หน้า