

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เถินพัฒนกิจ อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยข้อมูลที่ได้นำมา วิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถ สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และ ข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะร้านค้าเป็นประเภทร้านขายปลีก คิดเป็นร้อยละ 90.50 โดยเป็นลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด เถินพัฒนกิจมาเป็นระยะเวลา 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.50 มีความถี่ในการสั่งซื้อมากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 64.00 มีปริมาณในการสั่งซื้อต่อเดือน ต่ำกว่า 500 ถุง คิดเป็นร้อยละ 65.00 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการและเป็นผู้ให้ข้อมูล เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.00 อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 76.50 มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า ม. 6 คิดเป็นร้อยละ 68.00

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท

การระบุตัวลูกค้า (Identify)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการระบุตัวลูกค้า (Identify) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.24) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการระบุตัวลูกค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ การยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เช่น ชื่อ วันเกิด สถานภาพ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.54)

การจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการจัด

กลุ่มลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ ลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อ มาก ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.66)

การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทในส่วนของ การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ การให้บริษัท ติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทาง โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.63)

การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า (Customize)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของ การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.36) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ ควรได้รับบริการการส่งสินค้าที่รวดเร็วกว่าลูกค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.72)

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท จำแนกตามพื้นที่ในการให้บริการ

การระบุตัวลูกค้า (Identify)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของ การระบุตัวลูกค้า (Identify) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการระบุตัวลูกค้าโดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย อันดับแรก ได้แก่ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เช่น ชื่อ วันเกิด สถานภาพ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสปรามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทในส่วนของ การระบุตัวลูกค้า (Identify) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.31) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการระบุตัวลูกค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสปรามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เช่น ชื่อ วันเกิด สถานภาพ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.72)

การจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของ การจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดย

ปัจจัยย่อยในการจัดกลุ่มลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ คิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการบริการที่แตกต่าง สำหรับลูกค้าในแต่ละระดับ มีความจำเป็น (ค่าเฉลี่ย 4.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบมีความคิดเห็นต่อ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการแยกกลุ่มและวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบ มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ คิดว่าลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อ มาก ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.85)

การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ ต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับสิทธิพิเศษ สำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบ มีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบ มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ ต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทาง พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.57)

การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า (Customize)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า (Customize) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.39) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ คิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการมอบของสมนาคุณเป็นสินค้าตราห้อยของทางบริษัท เพื่อจะนำไปทำกำไรให้กับธุรกิจของท่านต่อไป ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ และอยากเป็นลูกค้าต่อไป (ค่าเฉลี่ย 4.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสาบปราบ มีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทในส่วนของ การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า(Customize) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.32) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสาบปราบ มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ คิดว่า ท่านควรได้รับบริการการส่งสินค้าที่รวดเร็วกว่าลูกค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.73)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท จำแนกตามเพศ

การระบุตัวลูกค้า (Identify)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทในส่วนของ การระบุตัวลูกค้า(Identify) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.19) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการระบุตัวลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย อันดับแรกได้แก่ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ช่องทางการติดต่อ เช่น เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของ การระบุตัวลูกค้า (Identify) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.28) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการระบุตัวลูกค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรกได้แก่ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เช่น ชื่อ วันเกิด สถานภาพ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.68)

การจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของ การจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดกลุ่มลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรกได้แก่ คิดว่าลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อ มาก ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนการจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดกลุ่มลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรกได้แก่ คิดว่าลูกค้าที่มีการซื้อสินค้า เป็นประจำ ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.71)

การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ ต้องการให้บริษัทติดต่อ แจกข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทาง พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของ การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ ต้องการให้บริษัท ติดต่อ แจกข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทาง โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.62)

การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า (Customize)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทในส่วนของ การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า (Customize) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.32) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ ท่านควรได้รับการส่งสินค้าที่รวดเร็วกว่าลูกค้าทั่วไป และกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการมอบของสมนาคุณเป็นสินค้าตราหือของทางบริษัท เพื่อจะนำไปทำกำไรให้กับธุรกิจของท่านต่อไป ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ และอยากเป็นลูกค้าต่อไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.64)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของ การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า (Customize) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.39) โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ ท่านควรได้รับการส่งสินค้าที่รวดเร็วกว่าลูกค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.79)

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เถินพัฒนกิจ อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง สามารถอภิปรายผลตามแนวคิดทฤษฎีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) มาใช้เป็นขอบเขตในการศึกษา ประกอบด้วย การระบุตัวลูกค้า (Identify) การแยกกลุ่มและวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า (Differentiate) การมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Interact) และ การเสนอบริการอย่างเหมาะสม (Customize) ได้ดังต่อไปนี้

การระบุตัวลูกค้า (Identify)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการระบุตัวลูกค้า (Identify) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการระบุตัวลูกค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ การยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เช่น ชื่อ วันเกิด สถานภาพ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับระบบ CRM ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เถินพัฒนกิจ ในปัจจุบันที่ได้ดำเนินการอยู่คือ การเก็บข้อมูลอย่างง่าย เช่น ชื่อ เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ ไว้ในฐานข้อมูลของบริษัท เพื่อทำการติดต่อหากมีเหตุจำเป็น แต่ระบบเดิมนั้นยังไม่ได้มีการเก็บบันทึกข้อมูลในเรื่องวันเดือนปีเกิด ดังนั้นห้างหุ้นส่วน จำกัด เถินพัฒนกิจ ควรดำเนินการจัดเก็บข้อมูลเพื่อที่จะได้มีข้อมูลไว้สำหรับการส่งของขวัญ หรือ โปรโมชันพิเศษ ในวันเกิดของลูกค้าเพื่อให้เกิดความประทับใจต่อไป

การจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate) โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดกลุ่มลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ ลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อ มาก ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น ซึ่งสอดคล้องกับระบบ CRM ของห้างหุ้นส่วน จำกัด เถินพัฒนกิจ โดยหลักเกณฑ์การซื้อเชิงปริมาณ หากซื้อในปริมาณมากจะได้ส่วนลดตามสัดส่วนที่กำหนด

การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทในส่วนของ การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า โดยรวมในระดับเห็นด้วย

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ การให้บริษัท ติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทางโทรศัพท์ ซึ่งสอดคล้องกับระบบ CRM ของห้างหุ้นส่วน จำกัด เถินพัฒนกิจ พบว่าในปัจจุบันมีแจ้ง

ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทางโทรศัพท์เช่นกัน แต่เป็นการโทรเฉพาะลูกค้ารายใหญ่เท่านั้น ทั้งนี้ทางห้างหุ้นส่วน จำกัด เติบโตขึ้นพัฒนากิจการมีระบบการแจ้งข้อมูลลูกค้าทุกๆราย เพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง

การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า (Customize)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า โดยรวมในระดับเห็นด้วย โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง อันดับแรก ได้แก่ ควรได้รับบริการการส่งสินค้าที่รวดเร็วกว่าลูกค้าทั่วไป ไม่สอดคล้องกับระบบ CRM ของห้างหุ้นส่วน จำกัด เติบโตขึ้นเนื่องจากยังไม่มีระบบการจัดส่งสินค้าด่วนเฉพาะลูกค้ารายสำคัญ ซึ่งปัจจุบันมีเพียงแต่การจัดส่งลูกค้าตามสาย และคำสั่งซื้อก่อนหลังเพียงเท่านั้น

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของ ห้างหุ้นส่วน จำกัด เติบโตขึ้น อำเภอลำปาง จังหวัดลำปาง ในครั้งนี้ทำให้พบข้อค้นพบดังต่อไปนี้

1. ลูกค้าส่วนใหญ่มีความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าจากห้างหุ้นส่วน จำกัด เติบโตขึ้น จังหวัดลำปาง มากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์โดยมีปริมาณในการสั่งซื้อต่อเดือนต่ำกว่า 500 ถุง
2. ลูกค้ายินดีให้บริษัทเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เช่น ชื่อ วันเกิด สถานภาพ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ แต่ไม่ยอมให้เก็บประวัติการซื้อ หรือปริมาณ เพราะอาจเกรงว่าเมื่อเก็บข้อมูลแล้วลูกค้าอาจไม่ได้อยู่ในส่วนที่จะได้รับสิทธิประโยชน์
3. ลูกค้าเห็นด้วยกับการได้รับบริการที่มากกว่าคนทั่วไป แต่อาจไม่ต้องเสนอสิทธิประโยชน์ต่างๆเพิ่มเติม
4. ลูกค้าเห็นด้วยกับเกณฑ์ในการจัดกลุ่มหรือแบ่งประเภทลูกค้าที่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากปริมาณคำสั่งซื้อ การมี Brand Loyalty ชื่อสินค้าของบริษัทเพียงรายเดียว การซื้อสินค้าจากบริษัทเป็นประจำ และการซื้อสินค้าจากบริษัทมากเป็นระยะเวลานาน
5. ลูกค้าเห็นคุณค่าของสินค้าของบริษัทว่าเป็นสินค้าหลักและเป็นสินค้าที่จำเป็นของทางร้านโดยสามารถทำกำไรให้กับทางร้านของลูกค้าได้
6. การจัดกิจกรรมต่างๆ ควรให้ความระมัดระวัง เนื่องจากลูกค้าอาจไม่พอใจหากมีบริการหรือให้สิทธิกับลูกค้าใหม่
7. ลูกค้ามีความคิดเห็นว่าช่องทางที่ควรใช้ในการติดต่อคือ โทรศัพท์ และตัวของพนักงานขาย

8. ลูกค้ายกคาดหวังในเนื้อหา ข้อมูลข่าวสารที่จะได้รับ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับ โปรโมชัน สินค้า และส่วนลดต่างๆ และข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิพิเศษ สำหรับลูกค้า
9. ลูกค้ามีคาดหวังในด้านบริการที่รวดเร็ว กว่ากลุ่มลูกค้าทั่วไป
10. ลูกค้ามีความรู้สึกดีหากได้รับของขวัญในวันพิเศษต่างๆ เช่น วันเกิด เทศกาลปีใหม่ หรือวันครบรอบบริษัท
11. ลูกค้าทั้ง 2 สาขายินดีให้บริษัทเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว และช่องทางการติดต่อ เช่น ชื่อ วันเกิด สถานภาพ เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ แต่สาขาสบปราบมีแนวโน้มไม่อยากให้เก็บประวัติการซื้อ หรือปริมาณการซื้อสินค้า ส่วนสาขาเถินมีแนวโน้มไม่ อยากให้เก็บความถี่ในการสั่งซื้อ ซึ่งอาจเกรงว่าเมื่อเก็บข้อมูลแล้วลูกค้าอาจไม่ได้อยู่ในส่วนที่จะได้รับ สิทธิประโยชน์
12. ลูกค้าสาขาสบปราบมีความคิดเห็นว่า ลูกค้าที่มีการซื้อในปริมาณมากและเป็นลูกค้า เก่า ควรได้รับสิทธิเหนือกว่าลูกค้าใหม่
13. ลูกค้าสาขาเถินต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการจัด โปรโมชันสินค้าและ ข้อมูล เกี่ยวกับสิทธิพิเศษต่างๆ ที่ควรจะได้รับ
14. ลูกค้าสาขาเถินมีความรู้สึกพิเศษเมื่อจะได้รับสินค้าที่มีตราสัญลักษณ์ของทางบริษัทเป็น ของสมนาคุณ ในขณะที่ลูกค้าสาขาสบปราบอยากมีพนักงานต้อนรับ และพนักงานส่งสินค้า ที่บริการ เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป ก็จะทำให้รู้สึกพิเศษ และอยากเป็นลูกค้าต่อไป
15. ลูกค้าเพศชายต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการจัด โปรโมชันสินค้าในขณะที่ ลูกค้าเพศหญิงอยากมีพนักงานต้อนรับ และพนักงานส่งสินค้า ที่บริการเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป ก็จะทำให้ รู้สึกพิเศษ และอยากเป็นลูกค้าต่อไป

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของ ห้างหุ้นส่วน จำกัด เถินพัฒนกิจ อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะตามแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) ทั้ง 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

การระบุตัวลูกค้า (Identify)

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เถินพัฒนกิจ ควรมีวิธีการเก็บข้อมูลลูกค้าอย่างเป็นระบบโดยนำเอา ระบบคอมพิวเตอร์อย่างง่ายมาใช้ โดยอาจทำการจ้างบริษัทเขียนโปรแกรมเพื่อใช้ในการบันทึก ข้อมูล โดยต้องคำนึงถึงผู้ใช้งานเป็นหลักเพื่อให้การใช้งานง่าย หรืออาจใช้วิธีการจดบันทึกในสมุดจด บันทึกโดยมีการแบ่งลูกค้า 1 รายต่อสมุดบันทึก 1 เล่ม ซึ่งในตัวเล่มจะมีข้อมูลทั้งประวัติส่วนตัว รวมถึงประวัติการซื้อขายต่างๆ เป็นต้น พร้อมทั้งนี้ควรอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจว่า การบันทึกข้อมูลเป็น

การเก็บข้อมูลส่วนบุคคลรวมถึงประวัติการซื้อขายเพื่อนำมาพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ในอนาคตต่อไปแต่ทั้งนี้ควรจะชี้แจงให้ลูกค้าไม่รู้สึกรังเกียจใจในเรื่องการบันทึกข้อมูลประวัติการซื้อสินค้าที่ทำการเก็บเป็นข้อมูลจะเป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาจัดลำดับลูกค้าในอนาคต และเพื่อนำเสนอสินค้าที่ตรงสมนาคุณที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าโดยพิจารณาจากประวัติการซื้อในแต่ละครั้งด้วย

การจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate)

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เถินพัฒนกิจ ควรนำข้อมูลการสั่งซื้อของลูกค้าในอดีตทั้งหมดนำมาวิเคราะห์เพื่อแบ่งช่วงยอดการซื้อสินค้าอย่างเหมาะสม โดยในแต่ละช่วงควรมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยอาจแบ่งเป็น 3 ช่วง เช่น ยอดสั่งซื้อ ไม่เกิน 500 ถุงต่อเดือน อยู่ในระดับ Silver 501 - 1,000 ถุงอยู่ในระดับ Gold และมากกว่า 1,000 ถุงต่อเดือนขึ้นไป อยู่ในระดับ Platinum โดยระดับที่สูงกว่าจะได้รับ บริการที่มากกว่า เช่น บริการส่งสินค้าฟรี บริการส่งสินค้ารวดเร็ว เช่นมีรอบการส่งพิเศษเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งนี้ สิทธิพิเศษในแต่ละระดับควรมีความแตกต่างกัน เพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าในปริมาณที่มากขึ้นเพื่อหวังเลื่อนระดับให้สูงขึ้น ทั้งนี้การจัดลำดับนั้นอาจทำการจัดลำดับทุกๆปี เป็นต้น ซึ่งเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาจัดลำดับนั้น อาจพิจารณาจากปริมาณคำสั่งซื้อ การมี Brand Loyalty เช่น การซื้อสินค้าของบริษัทเพียงรายเดียว การซื้อสินค้าจากบริษัทเป็นประจำ และการซื้อสินค้าจากบริษัทมากเป็นระยะเวลาานาน เป็นต้น

การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact)

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เถินพัฒนกิจ ควรเน้นช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า 2 ช่องทางหลักอันดับแรก คือ ทางโทรศัพท์ และ พนักงานขาย โดยการติดต่อสื่อสาร ควรใช้หลักการของ Two-way Communications โดยเน้นถึงความสะดวกในการติดต่อ ทั้งการติดต่อไป และการที่ลูกค้าสามารถติดต่อกลับมาได้อย่างสะดวก ควรมีเบอร์โทรอย่างน้อย 2 เบอร์ เพื่อการติดต่อที่สะดวกหรือในขณะที่ติดสายอาจมีระบบโอนสายอัตโนมัติ และรีบติดต่อกลับลูกค้าให้เร็วที่สุด ส่วนช่องทางที่สองนั้นการมีพนักงานที่คอยสื่อสารทางตรงกับลูกค้า จะทำให้ลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารที่แม่นยำ และถูกต้องมากขึ้น แต่ทั้งนี้ควรฝึกอบรมพนักงานทุกคนให้มีทักษะการสื่อสารที่ดีให้มีมาตรฐานการทำงานที่เหมือนกัน และเป็นสิ่งที่ดีควรให้พนักงานคนเดิมได้ดูแลลูกค้าคนเดิมๆตลอดไป เนื่องจากจะรู้ถึงพฤติกรรม นิสัย และอารมณ์ของลูกค้าแล้ว ยังสามารถสร้างความพึงพอใจได้เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า (Customize)

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เถินพัฒนกิจ ควรมีนโยบายสำหรับการจัดส่งสินค้าด่วนพิเศษในเวลาไม่เกิน 1 ชม สำหรับลูกค้า VIP หรือลูกค้าที่อยู่ในระดับสูงที่สุด คือ Platinum เป็นต้น เมื่อลูกค้ามีการสั่งซื้อและเป็นลูกค้าที่อยู่ในอำเภอเถิน หรือ สบปราบ จะได้รับการบริการอย่างรวดเร็วทันที่ไม่เกิน 1

ชม ส่วนต่างอำเภอแต่อยู่ในจังหวัดจะใช้เวลา ไม่เกิน 2 ชม แต่ทั้งนี้ทางห้างหุ้นส่วนจำกัด เถินพัฒนกิจ ควรให้ความสำคัญกับทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ อย่างเท่าเทียมกัน

นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มดังนี้

1. พนักงานของสาขาสาบปราบ ควรเน้นการสื่อสารให้ลูกค้าได้รับทราบถึงสิทธิพิเศษที่เหนือกว่าลูกค้าท่านอื่นๆ หากเป็นลูกค้ากับกิจการในระยะเวลานาน หรือ หากปริมาณการสั่งซื้อจำนวนมาก ต่อปี ทั้งนี้ทางสาขาสาบปราบควรเน้นในเรื่องบุคลากร ทั้งพนักงานต้อนรับ / พนักงานขายที่เป็นมืออาชีพ หากเป็นลูกค้าระดับ VIP ซึ่งมียอดคำสั่งซื้อปริมาณมากต่อปี บริษัทควรไปดำเนินการรับคำสั่งซื้อ ที่ร้านของลูกค้า รวมถึงการมีพนักงานส่งของอย่างรวดเร็วที่เหนือกว่าลูกค้าทุกๆ ไป

2. สำหรับสาขาเถินนั้นควรเน้นในเรื่องของการแจ้งข้อมูลข่าวสาร สิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้แก่ลูกค้าได้รับทราบ อาทิเช่น สิทธิโปรโมชั่นสินค้า และส่วนลดต่างๆ สิทธิในการซื้อสินค้าเป็นรายแรก รวมถึงของแถม ของชำร่วยต่างๆ หรือมีโควตาการซื้อสินค้าที่ขาดแคลนในตลาดก่อน เป็นต้น ทั้งนี้ทางสาขาเถินควรมีเอกสารอธิบายถึงสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับให้แก่ลูกค้าได้รับทราบโดยผ่านช่องทางพนักงานขาย เป็นต้น

3. สำหรับสาขาเถินควรมีการมอบสินค้าที่มีตราห้อยของทางบริษัทเป็นของสมนาคุณ ในขณะที่ลูกค้าสาขาสาบปราบอาจให้บริการที่พิเศษทดแทน เช่น การมีพนักงานต้อนรับและพนักงานส่งสินค้า ดูแลและเอาใจใส่เป็นพิเศษ

4. สำหรับลูกค้าเพศชาย ควรเน้นด้านการแจ้งข่าวสารเรื่องโปรโมชั่นต่างๆ ในขณะที่ลูกค้าเพศหญิงควรเน้นในเรื่องการให้บริการที่ดีทั้งพนักงานต้อนรับและพนักงานขนส่งสินค้า ในระดับการให้บริการที่แตกต่างกับลูกค้ารายอื่นๆ ที่มียอดคำสั่งซื้อสินค้าที่น้อยกว่า เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved