

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อการรักษาลูกค้า กรณีศึกษาโรงเรียนดนตรีสยามกลการพระราม 3 สถาบันดนตรียามาฮ่า Customer Relationship Management on Customer Retention: A Case Study of Siam Kolakarn Music School Rama III Yamaha Music Foundation
หน่วยกิต	3
ผู้เขียน	นางสาว ประภัสสร มากสิน
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.อัครกิตติ ศรีศิลป์โสภณ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม
พ.ศ.	2550

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระ “การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อการสร้างคามพึงพอใจ และการรักษาลูกค้า กรณีศึกษา โรงเรียนดนตรีสยามกลการ พระราม 3” ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวคิดทฤษฎีของกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยมีแนวทางในการศึกษาคือ ขึ้นแรกทำการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ปกครองและนักเรียน ที่เป็นผู้ใช้บริการของโรงเรียนดนตรีสยามกลการพระราม 3 ว่ามีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่โรงเรียนได้นำเสนอจัดขึ้น ในระดับมากน้อยเพียงใดเพื่อที่จะนำไปปรับปรุงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น จากนั้นทำการประเมินคะแนนลูกค้า โดยแบ่งดัชนีไว้ 2 ชนิดคือ ดัชนีวัดความสัมพันธ์ลูกค้า และ ดัชนีศักยภาพ ทั้งการวัดระดับความพึงพอใจและการประเมินคะแนนลูกค้า นั้น สามารถบอกผลได้ว่ากิจกรรมที่โรงเรียนจัดขึ้นนั้น มีความสัมพันธ์กับการรักษาลูกค้าของโรงเรียนอย่างไร เรื่องใด และในระดับใดบ้าง

ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถาม จำนวน 294 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติ SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติค่าร้อยละ (Percentage) สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) การทดสอบ ค่า t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA Analysis)

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 152 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 106 คน ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 125 คน ส่วน

ใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไป จำนวน 128 คน และ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 119 คน

ผลจากการตอบแบบสอบถามโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในกิจกรรม การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ที่มีความสัมพันธ์กับการรักษาลูกค้ามากที่สุด โดยจำแนกเป็นรายชื่อในแต่ละกิจกรรมดังนี้

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การบริการลูกค้า “การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในเรื่องของความเอาใจใส่และการปฏิบัติแก่ลูกค้าอย่างเท่าเทียม” และ “การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในเรื่องของความกระตือรือร้นและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในการให้บริการ” ตามลำดับ

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การสร้างความสัมพันธ์เชิงสังคม “การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในเรื่องของการจัดกิจกรรมConcertที่จัดขึ้นเพื่อให้นักเรียน ได้แสดงความสามารถ” “การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในเรื่องของการสนับสนุนนักเรียนเข้าแสดงและสัมผัสบรรยากาศการแข่งขัน” และ “การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการให้ผู้ปกครองเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนการสอนClass JMCของนักเรียนอายุ4-6ปี” ตามลำดับ

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยการสร้างความภาคภูมิใจหรือการสะสมคะแนน “การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการให้สิทธิในการเข้าร่วม Master Class กับ Professor ชาวต่างชาติ” “การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการให้การได้รับส่วนลดสิทธิในการเข้าร่วมกิจกรรมเช่น Yamaha Thailand Music” “การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการให้ส่วนลดในการเข้าชมConcert ระดับโลก หรือเข้าชมฟรี” “การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการให้ส่วนลดห้องพัก 50% Nusa Playa Hotel Resort” และ “การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในการให้การได้รับส่วนลดสำหรับการสอบเกรดดนตรี” ตามลำดับ

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การสร้างความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง “การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในเรื่องความสะดวกที่ได้รับจากการใช้บัตร ID Card เมื่อมาติดต่อกับทางโรงเรียน” “การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในเรื่องการติดต่อกับนักเรียน/ผู้ปกครองเสมอ เพื่อปรับปรุงข้อมูลเป็นปัจจุบัน” และ “การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในเรื่องการดูแลรักษาเครื่องมือ อุปกรณ์ การติดต่อสื่อสารให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ” ตามลำดับ

คำสำคัญ : การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ / ความพึงพอใจ / การรักษาลูกค้า