

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษานโยบายการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ใควู่ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีประเด็นสำคัญที่ได้นำเสนอ ลำดับต่อไปนี้

- 5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 5.2 สรุปผลการวิจัย
- 5.3 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของบริษัท ใควู่ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
- 2.เพื่อศึกษากลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ ของบริษัท ใควู่ฮะมอเตอร์ จำกัดสาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
- 3.เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของบริษัท ใควู่ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคามตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
- 4.เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ใควู่ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคามตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

5.2. สรุปผลการวิจัย

5.2.1 สรุปผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ประกอบการบริษัท ใควู่ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0มีอายุ 21-30 ปีมีจำนวน 47 คนคิดเป็นร้อยละ48.5มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีมีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 และรายได้/เดือนต่ำกว่า 10,000บาทมีจำนวน 44 คนคิดเป็นร้อยละ 45.4 ผู้บริโภค ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีจำนวน 246 คน ร้อยละ 63.90 มีอายุ41-50 ปีมีจำนวน 137 คน ร้อยละ 35.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีจำนวน 194 คน ร้อยละ 50.3 และมีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละมีจำนวน 133 คนคิดเป็นร้อยละ34.5

5.2.2 สรุปผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.2.2.1 สักยภาพการดำเนินงานของบริษัท ไล่วัชู่สะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอบึง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม อยู่ในระดับมากที่ค่าเฉลี่ย 4.11 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.535 โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับดังนี้ ด้านการฝึกอบรม ($\bar{X}=4.25, S.D=0.588$) ประกอบด้วยบริษัทมีการพัฒนาความรู้ทักษะของพนักงาน โดยการฝึกอบรมพัฒนา พนักงานได้รับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอและมีการอบรมเพิ่มเติม เช่น การอบรมบุคลิกภาพ อบรมภาษาต่างประเทศพนักงานนำความรู้ทักษะที่ได้จากการอบรมมาใช้ในการปฏิบัติงานจริง บริษัทมีหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันต่างๆมาช่วยเหลือในการจัดการฝึกอบรม บริษัทมีการวัดผล และเปรียบเทียบ ความรู้ทักษะหลังจากที่พนักงาน ได้รับการฝึกอบรม ด้านองค์กรทางสังคม($\bar{X}=4.16, S.D=0.594$) ซึ่งประกอบไปด้วยบริษัทมีการจัด โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน บริษัทมีการจัดระบบสวัสดิการแก่พนักงานภายในบริษัท บริษัทมีการพัฒนาความรู้ของพนักงานภายในบริษัท บริษัทมีระบบการบริหารงานอย่างเหมาะสม บริษัทมีมาตรฐานการประพฤติปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกันด้านภาวะผู้นำ($\bar{X}=4.06, S.D=0.744$) ซึ่งประกอบไปด้วยผู้จัดการตัดสินใจอย่างรวดเร็วในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเหมาะสม เมื่อเกิดปัญหาผู้จัดการมีการเปรียบเทียบข้อเท็จจริงและหนทางแก้ปัญหาที่เป็น ไปอย่างมีเหตุผล ไม่ลำเอียง หรือมีอคติ ผู้จัดการมีการแสดงออกถึงความสนใจในงานอย่างแท้จริง ผู้จัดการมีการจัดกระบวนการ จัดระเบียบภายในบริษัทให้มีแผนการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน ผู้จัดการมีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ได้โดยไม่เกิดการขัดแย้ง

5.2.2.2 กลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ไล่วัชู่สะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอบึง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 4.39 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.695 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับดังนี้ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ($\bar{X}=4.41, S.D=0.733$)ซึ่งประกอบด้วยพนักงานให้คำแนะนำ ตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน บริษัทสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าได้ พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความสุภาพเป็นมิตร ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นในการ ใช้บริการกับทางบริษัทได้ บริษัทมีการโทรสอบถามความพึงพอใจในการใช้บริการจากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน ($\bar{X}=4.39, S.D=0.756$)ซึ่งประกอบด้วยลูกค้าได้รับความเอาใจใส่แม้ในรายละเอียดเล็กๆน้อยๆจากทางบริษัท บริษัทสามารถแก้ไขปัญหาลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ลูกค้ามีความคุ้นเคยเชื่อถือและไว้วางใจในการบริการกับทางบริษัท ลูกค้าได้รับคำขอความช่วยเหลือทางบริษัท ไม่สามารถทำตามข้อเงื่อนไขหรือข้อตกลงได้ ลูกค้าแนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการกับทางบริษัทและด้านการพัฒนาแบบเพิ่มพูน($\bar{X}=4.37, S.D=0.756$)ซึ่งประกอบด้วยลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องจากทางบริษัท

ลูกค้ามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมพิเศษของทางบริษัท บริษัทสามารถให้ข้อมูลกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี บริษัทมีการทำสัญญาหรือข้อตกลงกับลูกค้าทุกครั้งที่ถูกมาใช้บริการ พนักงานมีความเอาใจใส่ในการให้บริการแก่ลูกค้า

5.2.3 สรุปผลข้อมูลตามสมมติฐานของการวิจัย

5.2.3.1 สรุปผลข้อมูลตามสมมติฐานของผู้บริโภค

1. ผู้บริโภคของบริษัท ใควู้ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามที่มี เพศ ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ใควู้ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการพัฒนาแบบเพิ่มพูน ด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืนและด้านการสร้างความสัมพันธ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผู้บริโภคของบริษัท ใควู้ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามที่มี อายุ ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ใควู้ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน ด้านการพัฒนาแบบเพิ่มพูน และด้านการสร้างความสัมพันธ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผู้บริโภคของบริษัท ใควู้ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามที่มี ระดับการศึกษา ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ใควู้ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการสร้างความสัมพันธ์ การรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืนและด้านการพัฒนาแบบเพิ่มพูน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผู้บริโภคของบริษัท ใควู้ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามที่มี รายได้/เดือน ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ใควู้ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการพัฒนาแบบเพิ่มพูน การสร้างความสัมพันธ์ และด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.3. การอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ใค्้यूสะมอเตอร์ จำกัด สาขา
มหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
คั้งนี้

5.3.1 อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานของบริษัท ใค्้यूสะมอเตอร์ จำกัด สาขา
มหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก
($\bar{X}=4.11, S.D=0.535$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้
ด้านการฝึกอบรม($\bar{X}=4.25, S.D=0.588$) ด้านองค์กรทางสังคม($\bar{X}=4.16, S.D=0.594$)และด้านภาวะ
ผู้นำ($\bar{X}=4.06, S.D=0.744$) แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของไพสาน จินตปัญญา (2548 :
บทคัดย่อ)ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า
กรณีศึกษา : บริษัทโตโยต้าพิชญ์โลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ในด้านการ
เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขายของบริษัท โตโยต้าพิชญ์โลก ผู้
จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ใน 3 พบว่า ด้านความสามารถทางการขายลูกค้าเพศชายและเพศหญิงมี
ความพึงพอใจต่อความสามารถทางการขายของพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05
ลูกค้ามีอายุ อาชีพ ประเภทที่ซื้อ และจำนวนรถที่เคยครอบครองต่างกันมีความพึงพอใจต่อ
ความสามารถทางการขายของพนักงานขายไม่แตกต่างกัน

2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ ของบริษัท ใค्้यूสะมอเตอร์ จำกัด สาขา
มหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามพบว่า โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก
($\bar{X}=4.39, S.D=0.695$)เมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ด้านการสร้าง
ความสัมพันธ์($\bar{X}=4.41, S.D=0.733$) ด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน($\bar{X}=4.39, S.D=0.756$)
และการพัฒนาแบบเพิ่มพูน($\bar{X}=4.37, S.D=0.756$) แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมพล โยธาวงศ์
(2551 :บทคัดย่อ)ได้ทำการศึกษาระบวนการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อการให้บริการอินเทอร์เน็ต
ความเร็วสูง บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ในเขตชุมสายลำปางผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีมุมมอง
ของระดับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ โดยภาพรวมทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณา
รายด้าน พบว่า ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการใช้เทคโนโลยีที่
เหมาะสม ด้านการรักษาลูกค้า และด้านการกำหนดโปรแกรมสร้างความสัมพันธ์ตามลำดับ เมื่อ
เปรียบเทียบระดับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อการให้บริการ จำแนกตามลักษณะทาง
ประชากรศาสตร์ พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีมุมมองระดับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน
ลูกค้าที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีมุมมองระดับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์แตกต่าง

กัน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการพบว่าลูกค้าที่เลือกใช้ความเร็วอินเทอร์เน็ต เหตุผลในการใช้ ช่วงเวลาใช้งาน เหตุผลในการเลือกใช้ บริการอินเทอร์เน็ต ช่องทางชำระเงิน และความเหมาะสมของค่าบริการต่างกัน เป็นแบบองค์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนของข้อเสนอแนะลูกค้าต้องการให้มีการแก้ไขเหตุเสียในวันหยุดด้วย

3.เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของบริษัท ใค้ยู่อะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคามตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่าพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก($\bar{X}=4.11, S.D=0.535$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ด้านการฝึกอบรม($\bar{X}=4.25, S.D=0.588$) ด้านองค์กรทางสังคม($\bar{X}=4.16, S.D=0.594$)และด้านภาวะผู้นำ($\bar{X}=4.06, S.D=0.744$)แตกต่างกันไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของไพसान จินคปัญญา (2548 : บทคัดย่อ)ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า กรณีศึกษา : บริษัทโตโยต้าพิชญโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ในด้านการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขายของบริษัทโตโยต้าพิชญโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ใน 3 พบว่า ด้านความสามารถทางการขายลูกค้าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อความสามารถทางการขายของพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ลูกค้ามีอายุ อาชีพ ประเภทที่ซื้อ และจำนวนรถที่เคยครอบครองต่างก็มีความพึงพอใจต่อความสามารถทางการขายของพนักงานขายไม่แตกต่างกัน

4.เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ใค้ยู่อะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคามตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามพบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมา เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ด้าน ได้ดังนี้ ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการมุ่งเฉพาะ และด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ทองสมุทร เล็กเอกรัตน์(2550 :บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท กาศสินธุ์ คอนกรีต (2000) จำกัดผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เช่น บริษัทที่มีการปรับปรุงเทคโนโลยีที่ช่วยในการติดต่อ สื่อสารกับลูกค้าของบริษัท และด้านการรักษาลูกค้า เช่นบริษัทที่มีภาวะให้ข้อมูลว่าทำไมถึงสูญเสียลูกค้าไปและทำอย่างไร เพื่อจะได้ลูกค้ากลับมา และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ด้านโปรแกรมสร้างความสัมพันธ์ เช่น บริษัทมีการศึกษาหาข้อมูลที่ดีเพื่อนำมาใช้ในกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าแต่ละกลุ่ม และด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า เช่น บริษัทมีการวิเคราะห์ข้อมูลและระบุตัวลูกค้าสั่งซื้อสินค้าในจำนวนมากลูกค้าที่เป็นนิติบุคคลที่มีระยะเวลาในการติดต่อซื้อขาย ทุนจดทะเบียน รายได้ต่อปีปริมาณการ

สั่งซื้อ และลักษณะการประกอบกิจการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์โดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ด้านโปรแกรมสร้างความสัมพันธ์ และด้านการรักษาลูกค้าไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ลูกค้าที่เป็นบุคคลธรรมดา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41-50 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ระดับการศึกษา อนุปริญญาปริญญา/ปวช./ปวส. และสถานภาพทางครอบครัวสมรสแล้วมีบุตร 1-2 คน ลูกค้าที่เป็นบุคคลธรรมดา มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากจำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เช่น บริษัทมีการปรับปรุงเทคโนโลยีที่ช่วยในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าของบริษัท และด้านการรักษาลูกค้า เช่น บริษัท มีการวิเคราะห์ข้อมูลว่าทำไมถึงสูญเสียลูกค้าไปและทำอย่างไรเพื่อจะได้ลูกค้ากลับมา และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านโปรแกรมสร้างความสัมพันธ์ เช่น บริษัทมีการจัดกิจกรรมพิเศษเป็นการให้สิ่งตอบแทนแก่ลูกค้า โดยกรให้สิทธิพิเศษต่างเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าบ่อยครั้งหรือเป็นประจำ และด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า เช่น บริษัทมีการวิเคราะห์ข้อมูลและระบุตัวลูกค้าสั่งซื้อสินค้าในจำนวนมากลูกค้าบริษัทที่เป็นบุคคลธรรมดาที่มีเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทโดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ด้านโปรแกรมสร้างความสัมพันธ์ และด้านการรักษาลูกค้าไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$) โดยสรุป การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ด้านการรักษาลูกค้าของบริษัท กาฬสินธุ์ คอนกรีต (2000) จำกัด อยู่ในระดับมาก และด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า ด้านการรักษาลูกค้าของบริษัทกาฬสินธุ์ คอนกรีต (2000) จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพสินค้าและเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด เพื่อให้องค์กรสามารถรักษาหรือเพิ่มส่วนแบ่งตลาดเหนือคู่แข่ง รวมทั้งสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างมั่นคง และยั่งยืนต่อไป

5.3.2อภิปรายผลตามสมมติฐาน

1.สัถยภาพการดำเนินงานของบริษัทไคว้ยูอะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคามตำบล

ตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ประกอบการ ที่มี เพศ ต่างกันมี สัถยภาพการดำเนินงานบริษัทไคว้ยูอะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคามตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามโดยรวมทุกด้าน (Sig = 0.974) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของไพศาล จินตปัญญา (2548 : บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาสัถยภาพพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า กรณีศึกษา : บริษัท โต โยต้า พิชญ โลก ผู้จำหน่าย โต โยต้า จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ในด้านการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อสัถยภาพพนักงานขายของบริษัท โต โยต้า พิชญ โลก ผู้จำหน่าย โต โยต้า จำกัด ใน 3 พบว่า ด้านความสามารถทางการขายลูกค้าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อความสามารถทางการขายของพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ลูกค้ามีอายุ อาชีพ ประเภทที่ซื้อ และจำนวนรถที่เคซครอบครองต่างก็มีความพึงพอใจต่อความสามารถทางการขายของพนักงานขายไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้ประกอบการ ที่มี อายุ ต่างกัน สัถยภาพการดำเนินงานบริษัทไคว้ยูอะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคามตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามโดยรวมทุกด้าน (Sig = 0.60) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับ งานวิจัยของเชษฐิกา กุศลลาไสยานนท์ (2550 : 173) ได้ศึกษาผลกระทบของสัถยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและประสิทธิภาพการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสัถยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประสิทธิภาพการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ สัถยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทย เพื่อเปรียบเทียบสัถยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประสิทธิภาพการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีระยะเวลาจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม จำนวนพนักงาน เงินทุนจดทะเบียนเริ่มต้น และเงินทุนจดทะเบียนปัจจุบันแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้ประกอบการ ที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน สัถยภาพการดำเนินงานของบริษัทไคว้ยูอะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคามตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามโดยรวมทุกด้าน (Sig = 0.87) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของของเชษฐิกา กุศลลาไสยานนท์ (2550 : 173) ได้ศึกษาผลกระทบของสัถยภาพด้าน

เทคโนโลยีสารสนเทศ และประสิทธิผลการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประสิทธิผลการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อศึกษาผลกระทบของประสิทธิผลการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทย เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประสิทธิผลการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีระยะเวลาจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม จำนวนพนักงาน เงินทุนจดทะเบียนเริ่มต้น และเงินทุนจดทะเบียนปัจจุบันแตกต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 4 ผู้ประกอบการ ที่มี รายได้/เดือน แตกต่างกัน ศักยภาพการดำเนินงานของบริษัทได้ผู้ระดมอัตร จำกัดสาขาธนาคารพาณิชย์ ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมทุกด้าน (Sig = 0.19) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับของเชฐธิดา กุศลลาไสยานนท์ (2550 : 173) ได้ศึกษาผลกระทบของศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และประสิทธิผลการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประสิทธิผลการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อศึกษาผลกระทบของประสิทธิผลการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทย เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประสิทธิผลการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีระยะเวลาจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม จำนวนพนักงาน เงินทุนจดทะเบียนเริ่มต้น และเงินทุนจดทะเบียนปัจจุบันแตกต่างกัน

2.กลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ ของบริษัทได้ผู้ระดมอัตร จำกัด สาขาธนาคารพาณิชย์ ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

สมมุติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคที่มีเพศ แตกต่างกันกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทได้ผู้ระดมอัตร จำกัด สาขาธนาคารพาณิชย์ ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมทุกด้าน (Sig = 0.561) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัย ของ ภรณ์พิมพ์ (2550:บทความย่อ) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โรงแรมบุติกกรณศึกษาโรงแรมรี กรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ส่วนใหญ่เป็นชายมีอายุ 21 - 30 ปี วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน /

ลูกค้า รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ในการเข้าพักเพื่อท่องเที่ยว โดยจำนวนวันที่พัก คือ 1-7 วัน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารงาน ลูกค้าสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก โดยด้านพนักงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด เพศ อายุ วุฒิ การศึกษา อาชีพ มีความพึงพอใจในการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ วัตถุประสงค์ในการเข้าพักและจำนวนวันในการเข้าพัก มีความพึงพอใจในการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมุติฐานข้อที่ 2 ผู้บริโภคที่มี อายุ แตกต่างกันกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ ของบริษัท ไคว้ยูชะ มอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมทุกด้าน (Sig = 0.15) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับทองสมุทร เล็กเอกรัตน์ (2550 :บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท กาฬสินธุ์ คอนกรีต (2000) จำกัด ผลการวิจัยบริษัทมีการวิเคราะห์ข้อมูลและระบุตัวลูกค้าสั่งซื้อสินค้าในจำนวนมาก ลูกค้า บริษัทที่เป็นบุคคลธรรมดาที่มีเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท โดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้าน การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ด้าน โปรแกรมสร้างความสัมพันธ์ และ ด้านการรักษาลูกค้า ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$) โดยสรุป การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการใช้ เทคโนโลยีที่เหมาะสม ด้านการรักษาลูกค้าของบริษัท กาฬสินธุ์ คอนกรีต (2000) จำกัด อยู่ในระดับ มาก และด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า ด้านการรักษาลูกค้าของบริษัทกาฬสินธุ์ คอนกรีต (2000) จำกัด อยู่ในระดับปานกลางผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพสินค้า และเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้ได้ประโยชน์สูงสุด เพื่อให้ องค์การสามารถรักษาหรือเพิ่มส่วนแบ่งตลาดเหนือคู่แข่ง รวมทั้งสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้อย่างมั่นคง และยั่งยืนต่อไป

สมมุติฐานข้อที่ 3 ผู้บริโภคที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกันกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ ของ บริษัท ไคว้ยูชะ มอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมทุกด้าน (Sig = 0.48) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ ภรณ์ พิทยา (2550:บทความย่อ) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โรงแรมบุติก กรณีศึกษาโรงแรมรี กรุงเทพมหานครผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก โดยด้านพนักงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุด เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ มีความพึงพอใจในการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ วัตถุประสงค์ในการเข้าพักและจำนวนวันในการเข้าพัก มีความพึงพอใจในการ บริหารงานลูกค้าสัมพันธ์แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ข้อเสนอแนะในการวิจัยใน

ครั้งนี้เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ของโรงเรียน
ดึก โดยด้านพนักงาน ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม

สมมุติฐานข้อ 4 ผู้บริโภคที่มี รายได้/เดือน แตกต่างกันกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ ของ

บริษัท ใควู่ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
โดยรวมทุกด้าน (Sig = 0.65) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ไม่สอดคล้องกับ
งานวิจัยของสมพล โยธาวงศ์(2551 :บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษากระบวนการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มี
ต่อการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง บริษัท ทีโอที จำกัด(มหาชน) ในเขตชุมชนสายลำปางผล
การศึกษาลูกค้าที่มีรายได้ 10,000 บาทหรือต่ำกว่า ใช้อินเทอร์เน็ตที่ความเร็ว 1,024/512ในการ
ค้นคว้าข้อมูลข่าวสาร ช่วงเวลา 16.00 น.-20.00 น. เลือกใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ของบริษัท ทีโอ
ที จำกัด(มหาชน) เพราะใช้เลขหมายโทรศัพท์ของบริษัท ทีโอทีอยู่แล้ว สะดวกในการชำระ
ค่าบริการด้วยตนเองที่สำนักงานบริการ และคิดว่าอัตราค่าบริการเหมาะสมกับราคาแล้ว ลูกค้ามี
มุมมองของระดับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ โดยภาพรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลางและเมื่อ
พิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการใช้
เทคโนโลยีที่เหมาะสม ด้านการรักษาลูกค้า และด้านการกำหนดโปรแกรมสร้างความสัมพันธ์
ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบระดับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อการให้บริการ จำแนกตามลักษณะ
ทางประชากรศาสตร์ พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีมุมมองระดับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ไม่แตกต่าง
กัน ลูกค้าที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีมุมมองระดับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์
แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.4. ข้อเสนอแนะ

5.4.1 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของบริษัท ใควู่ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขา

มหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

จากผลการวิจัยศักยภาพของบริษัท ใควู่ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบล
ตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ควรมีการวางแผนและพัฒนาศักยภาพด้านต่างๆต่อไปนี้

1.ด้านทรัพยากรธรรมชาติ

ประเด็นที่บริษัท ใควู่ฮะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม จะต้องนำมาพิจารณาปรับปรุงเพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของ
บริษัท ใควู่ฮะมอเตอร์ จำกัด คือ บริษัทต้องมีการรับประกันอะไหล่ ที่เปลี่ยนใช้ในการซ่อมว่า
เปลี่ยนจริงเพื่อความสบายใจของลูกค้าหอะไหล่ที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าและจัดวัสดุ
อุปกรณ์ที่ทันสมัยและการให้บริการที่มีมาตรฐานและจัดสรรให้เพียงพอต่อความต้องการและนำ
เทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงไม่คาดเคลื่อน บริษัทต้องตรวจเช็ค

อะไหล่อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เพียงพอต่อการให้บริการ จัดสรรวัสดุอุปกรณ์โดยการตรวจสอบจากพนักงานให้ละเอียดรอบคอบ มีการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัยและเพิ่มความสะดวกแก่ลูกค้า ตรวจสอบอุปกรณ์เครื่องเบ็ดเตล็ดเวลาให้มีความพร้อมในการใช้งานจะต้องพร้อมและสามารถอำนวยความสะดวกอย่างทันถ่วงที

2. ด้านทรัพยากรมนุษย์

ประเด็นที่บริษัท ใค้ยู่อะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม บริษัท ใค้ยู่อะมอเตอร์ จำกัด ควรนำมาพิจารณาปรับปรุงเพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน คือ บริษัทต้องจัดสรรพนักงานพนักงานในการต้อนรับที่มากกว่านี้ เพื่อสร้างความเป็นกันเองและเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า พนักงานต้องแนะนำแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ เช่น บอกให้ทราบว่าจะไหล่ตัวไหนชำรุด เปลี่ยนอะไหล่ตัวไหนบ้าง และบริษัทต้องห้องรองรับลูกค้าให้มากกว่านี้และควรจัดอยู่ที่ชั้นล่างเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้าและในวันเสาร์อาทิตย์หรือในวันหยุดศูนย์บริการต้องมีพนักงานเพิ่มและอะไหล่ในการให้บริการที่เพียงพอเพื่อจะได้รวดเร็วและทันต่อการให้บริการทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ส่งเสริมให้พนักงานมีการปฏิสัมพันธ์กันโดยการพบปะสังสรรค์เช่นการจัดเลี้ยงหรือการแข่งขันกีฬาหรือเที่ยวร่วมกันเพื่อให้เกิดการประสานงานที่ดีและไม่ขัดแย้งกันในการทำงาน ความจัดสรรพนักงานให้มีเพียงพอและให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน มีการตั้งรางวัลใจหรือกำหนดเป้าหมายให้พนักงานเพื่อทำให้มีความกระตือรือร้นในการทำงานสภาพแวดล้อมสถานที่ควรสะดวกสะอาดเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานจัดทำตารางและขั้นตอนในการทำงานให้กับพนักงานอย่างชัดเจนจัดสวัสดิการนั้นยังไม่เป็นที่พึงพอใจให้กับพนักงาน กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ มีการระบุสวัสดิการให้พนักงานอย่างชัดเจนว่ามีสวัสดิการอะไรบ้างฝ่ายบุคคลคัดเลือกพนักงานให้ตรงกับงาน กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ การระบุคุณสมบัติในการเข้าทำงานของผู้สมัครอย่างชัดเจนพัฒนาเพิ่มพูนความรู้ให้กับพนักงานนั้นยังมีน้อยในการถ่ายทอดข่าวสาร กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ จัดกิจกรรมให้กับพนักงานโดยการฝึกอบรม เพื่อถ่ายทอดความรู้ในการทำงานให้พนักงานมีความรู้มากยิ่งขึ้น และสิ่งที่ควรพัฒนาลำดับสุดท้าย คือ การสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงานยังไม่เป็นที่โดดเด่นพอ กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ กำหนดรางวัลให้กับพนักงานที่ทำงานดีตามหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้กับพนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ด้านองค์กรทางสังคม

ประเด็นที่บริษัท ใค้ยู่อะมอเตอร์ จำกัด สาขา มหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ควรนำมาพิจารณาปรับปรุงเพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน คือ บริษัท ควรจัดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม โดยการเลือกพนักงานที่มีความสามารถตรงกับงาน และควรแบ่งภาระหน้าที่ให้เหมาะสมกับผู้ปฏิบัติงาน เพื่อลดการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน และมีแผนการปฏิบัติที่ชัดเจนมีการจัดประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในแต่ละฝ่ายงานและนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขในงานที่ทำ สิ่งพัฒนาลำดับต่อมา คือ การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายงานยังมีข้อบกพร่องอยู่มาก กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ จัดทำตารางหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายงานและแต่ละบุคคลให้ชัดเจน สิ่งพัฒนาลำดับต่อมา คือ การกำหนดทิศทางและการจัดระเบียบวิธีในการทำงานยังไม่ชัดเจน กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ จัดทำขั้นตอนและระเบียบวิธีในการทำงานให้ครอบคลุมและชัดเจน สิ่งที่ต้องพัฒนาลำดับต่อมา คือ การจัดสายงานต่างๆ ในการทำงานนั้นยังไม่ชัดเจน กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ มีการกำหนดหน้าที่ในการทำงานของแต่ละฝ่ายให้เหมาะสมกับฝ่ายงานต่าง ๆ อย่างชัดเจน และสิ่งที่ควรพัฒนาลำดับสุดท้าย คือ การติดตามและวัดผลสำเร็จของงานที่ทำ ยังไม่ละเอียดพอ กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ จัดทำการประเมินผลการทำงาน แต่ละฝ่ายงานในทุก ๆ เดือน กำหนดตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบให้ชัดเจนและมีการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นรายบุคคล มีแผนการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกันเพื่อควบคุมการขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานมีระบบดูแลช่วยเหลือพนักงานและสวัสดิการในด้านต่างๆแก่พนักงาน

4. ด้านภาวะผู้นำ

ประเด็นที่บริษัท ใค้ยู่อะมอเตอร์ จำกัด สาขา มหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม นำมาพิจารณาปรับปรุงเพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน คือ มีการตัดสินใจอย่างเด็ดขาดในการตัดสินใจในด้านต่างๆควรมีลักษณะ ผู้นำมีความเป็นผู้นำที่แท้จริงมีการแนะนำไม่เป็นกันเองกับพนักงานมากจนเกินไป ศักยภาพในการดำเนินงาน ด้านภาวะผู้นำควรพัฒนาประกอบด้วย การกำหนดวิสัยทัศน์ในการทำงานยังไม่เป็นที่ชัดเจน กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนาคือ ผู้นำควรมีการกำหนดวิสัยทัศน์ในการทำงานอย่างชัดเจน เพื่อให้เป็นนาเชื่อถือของผู้ใช้บริการ สิ่งที่จะพัฒนาลำดับต่อมา คือ การสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานยังไม่เป็นที่ดึงดูดใจพนักงาน กิจกรรมที่ใช้ ในการปรับปรุงพัฒนา คือ การสร้างจริยธรรมในการทำงานยังไม่เหมาะสม เช่น วันปีใหม่ เทศกาล สงกรานต์ เป็นต้น สิ่งที่จะพัฒนาลำดับต่อมา คือ การสร้างจริยธรรมในการทำงานยังไม่เหมาะสม กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ ผู้นำควรมีการระบุจริยธรรมในการทำงานอย่างชัดเจนและทำให้ได้ตามนั้นด้วย สิ่งที่จะพัฒนาลำดับต่อมา คือ การ

กำหนดนโยบายในการทำงานยังไม่เป็นระบบ กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ ผู้นำควรมีการกำหนดนโยบายในการทำงาน ให้ชัดเจน เพื่อให้พนักงานได้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสิ่งที่ควรพัฒนาด้านสุดท้าย คือ เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับพนักงานยังไม่โดดเด่นเท่าที่ควร กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ ผู้นำควรมีการทำตัวให้เป็นแบบอย่างที่ดีในการทำงานให้กับพนักงาน เพื่อให้พนักงานได้กระตือรือร้นในการทำงานมีการออกคำสั่งที่ชัดเจน เด็ดขาด และควบคุมผู้ได้บังคับบัญชาให้อยู่ในกฎระเบียบของบริษัททำให้พนักงานไม่เกรงอกเกรงใจ เพื่อลดข้อขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างปฏิบัติงาน

5. ด้านเครือข่ายนวัตกรรม

ประเด็นที่บริษัทไคว้ยูอะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ควรนำมาพิจารณาปรับปรุงเพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานมีการประสานความร่วมมือระหว่างศูนย์บริการที่ดำเนินกิจการในลักษณะเดียวกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ระหว่างกันให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรผู้จัดการควรมีนุชนยุ้ยสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานภายในบริษัทเช่นกิจกรรมในการจัดประชุมเพื่อแสดงความคิดเห็นร่วมกันจัดเวทีในการหาคำตอบกับคำถามที่ลูกค้าต้องการ แลกเปลี่ยนข้อมูลลูกค้าและหาวิธีแก้ไขปัญหาต่างๆ มีการพบปะสังสรรค์มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีขึ้นกับทางเครือข่าย จัดตั้งศูนย์การให้บริการแก่ลูกค้า

6. ด้านการฝึกอบรม

ประเด็นที่บริษัทไคว้ยูอะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ควรนำมาพิจารณาปรับปรุงเพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน คือ ทางบริษัทต้องมีการจัดอบรมอย่างสม่ำเสมอ โดยมีหน่วยงานหรือองค์กรของทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมและนำนวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ศักยภาพในการดำเนินงาน ด้านการฝึกอบรมควรพัฒนาประกอบด้วย การเชิญวิทยากรหรือผู้ที่มีความรู้ในยังมีน้อย กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ ควรมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในการฝึกอบรมให้กับพนักงานอย่างน้อยเดือนละ 1-2 ครั้ง สิ่งทีควรพัฒนาด้านต่อมา คือ การจัดหาวิทยากรที่มีความรู้มาให้ความรู้กับพนักงานพนักงานยังมีประสบการณ์น้อย กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ ควรให้พนักงานได้ทดสอบงานก่อนที่จะลงปฏิบัติงาน จริง สิ่งทีควรพัฒนาด้านต่อมา คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมให้กับพนักงานยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ ควรกำหนดวัตถุประสงค์ในการอบรม เพื่อแจ้งให้กับพนักงานรู้ถึงจุดประสงค์ในการอบรมก่อนทุกครั้ง สิ่งทีควรพัฒนาด้านต่อมา คือ การจัดอบรมให้กับพนักงานโดยการจัดฐานนอกสถานที่การแจ้งข่าวสารแต่ละครั้งไม่ชัดเจน กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ ควรมีการบอกแจ้งข่าวในแต่ละครั้งควรแจ้งให้พนักงานทราบก่อนล่วงหน้า โดยบอกรายละเอียดให้

พนักงานได้ทราบอย่างทั่วถึง และสิ่งที่ควรพัฒนาดำดับสุดท้าย คือ การพัฒนาพนักงานโดยการจัดอบรมพนักงานยังมีการจัดอบรมไม่บ่อยนัก กิจกรรมที่ใช้ในการปรับปรุงพัฒนา คือ ควรมีการจัดอบรมพนักงานอย่างน้อย 3 เดือนต่อครั้ง เพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้ความรู้พื้นฐานสิ่งใหม่ ๆ เข้ามา เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทักษะของพนักงานให้มากยิ่งขึ้น เพื่อการปฏิบัติงานจะได้มีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐานของบริษัทอย่างสม่ำเสมอ

5.4.2 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์บริษัทไคว้ยูอะมอเตอร์ จำกัด สาขา

มหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

จากการวิจัยแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์บริษัทไคว้ยูอะมอเตอร์ จำกัด สาขามหาสารคาม ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามมีการวางแผนการพัฒนากลยุทธ์ ดังนี้

1. ด้านการสร้างความสัมพันธ์

บริษัทต้องสร้างความเป็นกันเองกับลูกค้าเพื่อให้เกิดความไว้วางใจในการตรวจซ่อม และควรมีการติดต่อสอบถาม กับลูกค้าหลังจากมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมออิมแမ်แจ่มใส เพิ่มช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารให้กับลูกค้าให้มากกว่านี้ ให้ความรู้และคำแนะนำแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น การทำวารสาร แผ่นพับ แจกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการหรือส่งให้ลูกค้าทุกรายเดือนหรือราย 3 เดือน พนักงานจะต้องแนะนำผู้มาใช้บริการ เช่น บอกให้ลูกค้าทราบว่า อะไหล่ตัวไหนชำรุดหรือหมดสภาพ ทางบริษัทควรจัดสรรเวลาให้เหมาะสมในการตรวจเช็ครถ ของลูกค้าแต่ละราย พนักงานจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดของบริษัทและรถยนต์เป็นอย่างดี เพื่อที่จะคำแนะนำตอบข้อซักถามจากลูกค้า ต้องมีการให้บริการลูกค้าในด้านต่างๆโดยมีการตรวจสอบดูแลคอยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและเป็นหน้าที่ของพนักงานทุกคนในการให้บริการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจควรมีฝ่ายดูแลลูกค้าในการบริการเครื่องดื่ม อาหารและพนักงานคอยให้ความรู้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการควรมีการติดต่อกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอโดยการจัดกิจกรรมพบปะลูกค้า โดยแยกประเภทของลูกค้าที่มาใช้บริการจัดอบรม ในหัวข้อการดูแลรถยนต์จะต้องมีวิทยากรในการให้ความรู้แผ่นพับและใบปลิวแจก ต้องมีการแนะนำการดูแลรักษารถยนต์และเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่เพื่อให้ลูกค้าสนใจ จัดกิจกรรมพบปะพนักงานกับลูกค้าเพื่อความสัมพันธ์ที่ดี

2. ด้านการพัฒนาแบบเพิ่มพูน

บริษัทจะต้องจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า จัดกิจกรรม และจัด โปร โมชันเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้า พนักงานควรเอาใจใส่ลูกค้าอย่างเท่าเทียมกันและเปิดโอกาสให้ลูกค้าซักถาม อย่างเมื่อนายลูกค้าที่ซักถาม เพราะลูกค้าไม่สามารถรู้รายละเอียดของรถ

แต่ละรุ่นดีเท่ากับพนักงานในบริษัท บริษัทควรมีหนังสือเชิญลูกค้าเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆตามเทศกาลที่จัดขึ้นและจัดกิจกรรมให้มีความหลากหลายอย่างสม่ำเสมอบริษัทจะต้องมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นแจ้งให้ลูกค้ารับทราบอย่างต่อเนื่อง บริษัทต้องเชิญให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมจากทางบริษัท ไม่ว่าจะเป็นจัดคอนเสิร์ตน์ หรือกิจกรรมต่างๆที่ทางบริษัทจัดขึ้นต้องมีการจัดทำวิจัยสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าในการจัดกิจกรรมแต่ละกิจกรรมด้วยและตรวจสอบผล มีการชี้วัดกิจกรรมและต้องทำตามข้อตกลงที่ให้ไว้กับลูกค้าพร้อมทั้งแสดงความรับผิดชอบเมื่อเกิดปัญหาเกิดขึ้นจากความผิดพลาดของทางบริษัทและมีการจ่ายค่าตอบแทนชดเชยค่าเสียหาย

จัดเวทีในการ ไขข้อข้องใจให้กับลูกค้า โดยจัดขึ้นในวันอาทิตย์จากเวลา 09.00-12.00น. จัดเวลาในการตอบข้อซักถามต่างๆแก่ลูกค้าที่มีปัญหาในการใช้รถ

3. ด้านการรักษาความสัมพันธ์แบบยั่งยืน

บริษัทต้องมีการสนใจ ในการจ่ายค่าชดเชย เช่นกิจกรรมรับผิดชอบหากเกิดปัญหาเกิดขึ้น เมื่อเกิดข้อผิดพลาดอันเกิดจากทางบริษัทควรออกเยี่ยมลูกค้าติดตามพฤติกรรมการใช้รถของลูกค้า ให้ความเอาใจใส่กับลูกค้าเก่า มีการคืนกำไรให้กับลูกค้าและการอบรมลูกค้าให้รู้จักการรักษาสภาพรถและให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่แนะนำให้ผู้ญาติ หรือคนรู้จักมาใช้บริการกับทางบริษัทความเอาใจใส่ลูกค้าแม่ในรายละเอียดเล็กๆน้อยๆที่คิดขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเห็นว่าลูกค้ามีความสำคัญควรแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากความผิดของบริษัทมีการแก้ปัญหาอย่างรวดเร็วและทันท่วงทีโดยหาสาเหตุและแก้ไขในทันทีเพื่อสร้างความคุ้นเคยและให้ลูกค้าแนะนำบุคคลที่รู้จักมาใช้บริการกับทางบริษัท

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY