

ระบบอาจารย์ที่ปรึกษาตามแนวทางการจัดการลูกค้าสัมพันธ์สำหรับ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย

Advisor system based approach to customer relationship for private higher education institution in Thailand

สุริยะ พุ่มเฉลิม^{1*} และ ปรัชญนันท์ นิลสุข²

1. บทนำ

ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจมีสูงมากขึ้นตามสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป จากการแข่งขันทำให้มีผลกระทบต่อลูกค้าในหลาย ๆ ด้าน ดังนั้นภาคธุรกิจจึงต้องกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีกับองค์กร ส่งผลต่อกิจกรรมขององค์กรให้ดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน แต่บางองค์กรก็ยังขาดความเข้าใจในตัวลูกค้า โดยจะเห็นได้จากการที่องค์กรธุรกิจได้จ่ายเงินจำนวนมากเพื่อพยายามรักษาลูกค้าไว้ โดยนำไปพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการให้บริการกับลูกค้า แต่ก็ยังสูญเสียลูกค้าถึงร้อยละ 25 ของทุกปี [1] เช่นเดียวกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ต้องพึ่งพานักศึกษาที่ถือได้ว่าเป็นตัวขับเคลื่อนสถาบันการศึกษาที่สำคัญ แต่การดำเนินกิจกรรมและการใช้ชีวิตในสถาบันอุดมศึกษานั้น แตกต่างจากการเรียนในระดับมัธยมศึกษา เป็นเหตุให้นักศึกษาบางคนปรับตัวไม่ทันต่อรูปแบบการเรียนการสอนในระดับนี้ [2] ส่งผลให้ไม่สามารถผ่านหลักสูตรของสถาบันการศึกษาแห่งนั้น ๆ และอาจต้องหมดสถานะภาพนักศึกษากลางคัน นั้นย่อมส่งผลกระทบต่อสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคสถาบันการศึกษาเอกชนระบบอาจารย์ที่ปรึกษาจึงได้เข้ามาช่วยเหลือนักศึกษาในการปรับตัวเมื่อเข้ามาสู่สถาบันการศึกษา โดยระบบอาจารย์ที่ปรึกษาตามแนวทางของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์จะเข้ามาช่วยในการจัดกิจกรรมเพื่อช่วยให้นักศึกษาได้รับคำแนะนำ คำปรึกษาที่ดี ทันท่วงทีตามความต้องการอันนำไปสู่การแก้ไขปัญหาของนักศึกษาโดยตรงประเด็นอย่างหนึ่งที่

2. การจัดการลูกค้าสัมพันธ์

การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM : Customer Relationship Management) นั้นไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่เป็นเรื่องที่มีการนำมาใช้ตั้งแต่ปีค.ศ. 1983 โดย Berry เป็นผู้นิยามคำว่า การจัดการความสัมพันธ์ Relational Management หรือ RM [3] จากนั้นก็ได้มีการนำมาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง และปรับรูปแบบตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ซึ่งการจัดการลูกค้าสัมพันธ์นั้นเป็นการยอมรับความต้องการของลูกค้าที่มีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน และเป็นการรวบรวมข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ความเป็นส่วนตัว ความแตกต่าง ของพฤติกรรมลูกค้า โดยนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าช่วยในการเพิ่มความพึงพอใจ และการรักษาความภักดีต่อตัวสินค้าของลูกค้า [1] โดยการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เป็นรูปแบบการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ที่บูรณาการด้านจิตวิทยา การจัดการอย่างเสมอภาค และเทคโนโลยี [4] ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งองค์กร และลูกค้า ได้มีผู้นิยามความหมายของ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ไว้หลายคนเช่น สมวงศ์ พงศ์สถาพร และสุนทร เลหาพัฒน์วงศ์ รวบรวมความหมาย[5] ของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์จาก Payne และ Frow ไว้ว่า เป็นแนวทางขององค์กรที่พยายามทำความเข้าใจและโน้มน้าวพฤติกรรมของลูกค้าผ่านการสื่อสารที่มีความหมาย เพื่อปรับปรุงอัตราการรักษาลูกค้าใหม่ อัตราการรักษาลูกค้า อัตราลูกค้าที่มีความภักดี และลูกค้าที่สามารถสร้างผลกำไรสูงให้แก่บริษัท และ Pan Wei-wei & WANG Dong-sheng [4] กล่าวว่าการจัดการลูกค้า

1 อาจารย์ประจำสาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

2 รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทร. 081-628-9449, e-mail:pumchalerm@hotmail.com

สัมพันธ์ คือ กลยุทธ์ทางธุรกิจ และเครื่องมือขององค์กรในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งเป้าหมายหลักคือการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างภาคธุรกิจ กับลูกค้า โดยได้สินค้าที่ตรงใจ ถูกต้อง ตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ

3. องค์ประกอบของระบบจัดการลูกค้าสัมพันธ์

DEAR Model เป็นตัวแบบที่สามารถนำมาใช้ในการวางแผนเรื่อง การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ [6], [7] ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ 9 กิจกรรม ดังนี้คือ

1. การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า (Database) ซึ่งประกอบไปด้วย
 - 1.1 การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า
 - 1.2 การวิเคราะห์และเจาะจงลูกค้า
2. การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการวิเคราะห์แยกแยะลูกค้า (Electronic)
 - 2.1 การเลือกใช้เทคโนโลยีและระบบที่เหมาะสม
 - 2.2 สร้างจุดติดต่อกับลูกค้า
 - 2.3 การกระจายข้อมูลลูกค้าผ่านทุกช่องทาง
3. การกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (Action) ด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้
 - 3.1 การบริการลูกค้า (Customer Service)
 - 3.2 โปรแกรมการสะสมคะแนนโปรแกรมสร้างความภักดี (Frequency/Loyalty)
 - 3.3 โปรแกรมสร้างความสัมพันธ์ในเชิงสังคม (Community Program)
 - 3.4 โปรแกรมสร้างความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (Structural Ties) บริษัทอาจจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือ หรือเทคโนโลยีให้กับลูกค้า เพื่อเชื่อมโยงเข้ากับบริษัท
4. การรักษาลูกค้า (Retention)
 - 4.1 ประเมินผลการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การนำระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาใช้ทำให้เกณฑ์ในการประเมินผลสำเร็จของกิจการ
 - 4.2 ขยายและรักษาการเติบโตของความสัมพันธ์ จากความความหมาย และสำคัญของการจัด การลูกค้าสัมพันธ์ จะมองเห็นถึงประโยชน์ที่มีต่อองค์กรดังนี้ [8]
 1. เพิ่มรายได้จากการขาย
 2. มีลูกค้าใหม่เข้าบริษัท

3. เพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า เมื่อทำการซื้อสินค้าและการบริการ
4. การรักษาลูกค้า (Customer Retention) ให้อยู่กับองค์กรนานที่สุดและการดึงลูกค้าเก่าให้กลับมาซื้อสินค้าหรือการบริการ
5. เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการตัดสินใจ
6. เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน
7. เพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ
8. การลดต้นทุนในด้านการขายและการจัดการ
9. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า



รูปที่ 1 DEAR Model [3]

4. ระบบอาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษามีความสำคัญอย่างยิ่งกับนักศึกษา ที่ต้องช่วยเหลือในการปรับตัว เมื่อเข้ามาสู่สถาบันอุดมศึกษา เช่นการปรับตัวในการเรียน ที่ต้องรับผิดชอบตัวเองมากขึ้น ต้องรู้จักคิด วิเคราะห์ตามหลักวิชาการอย่างมีเหตุมีผล จนทำให้ในระยะแรก ไม่สามารถปรับตัวได้ เกิดความสับสน ความไม่เข้าใจ และเกิดความคับข้องใจ ซึ่งอาจส่งผลให้ไม่สามารถผ่านหลักสูตรของสถาบันการศึกษาแห่งนั้น ๆ และอาจต้องหมดสถานะภาพ นักศึกษากลางคัน เพื่อให้การให้คำปรึกษา คำแนะนำ และการสานสัมพันธ์อันดีระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษากับนักศึกษาเกิดประสิทธิภาพอันส่งผลให้นักศึกษาปรับตัว และแก้ปัญหาในด้านต่าง ๆ ที่ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาได้เป็นอย่างดี จึงนำแนวทางการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ที่เป็นการเน้นการตอบสนองต่อลูกค้าอย่างตรง

ความต้องการมาประยุกต์ใช้ เพื่อให้อาจารย์ที่ปรึกษาได้ทราบปัญหาที่แท้จริงของนักศึกษาและหาหนทางแก้ไขได้อย่างถูกต้อง อันนำมาสู่การมีสถานภาพนักศึกษาปกติ ที่มีทัศนคติอันดีต่อสถาบันการศึกษา

5. หน้าที่ของอาจารย์ที่ปรึกษา

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาซึ่งเป็นหน่วยงานที่กำกับดูแลสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ได้แบ่งหน้าที่ของอาจารย์ที่ปรึกษาออกเป็น 3 ด้านใหญ่ ๆ คือ

1) ด้านทั่วไป 1.1) เป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัยเพื่อดูแลช่วยเหลือนักศึกษา 1.2) ชี้แจงให้นักศึกษาเข้าใจหน้าที่ของอาจารย์ที่ปรึกษาและข้อปฏิบัติของนักศึกษา 1.3) สร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักศึกษาที่รับผิดชอบในฐานะครูที่ปรึกษา 1.4) พิจารณาคำร้องต่าง ๆ ของนักศึกษา 1.5) ประสานงานกับอาจารย์ผู้สอน ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนเพื่อช่วยเหลือนักศึกษาในกรณีที่มีปัญหา 1.6) ติดต่อกับนักศึกษาด้วยวิธีการต่าง ๆ 1.7) เก็บข้อมูลที่สำคัญของนักศึกษาที่รับผิดชอบไว้เป็นความลับ 1.8) ให้การรับรองเมื่อนักศึกษาต้องการนำเอกสารไปแสดงแก่ผู้อื่น 1.9) จัดทำระเบียบสะสมของนักศึกษาที่รับผิดชอบ 1.10) ให้ความร่วมมือกับคณะกรรมการการให้คำปรึกษาวิชาการ ระดับคณะ 1.11) พิจารณาตัดสิน นักศึกษาที่มีความประพฤติไม่เหมาะสมหรือแต่งกายไม่เรียบร้อย 1.12) ประสานงานกับผู้ปกครองนักศึกษาเมื่อนักศึกษามีปัญหา 1.13) ติดตามนักศึกษาในความรับผิดชอบที่ขาดเรียน

2) ด้านวิชาการ 2.1) ให้คำแนะนำนักศึกษาในการค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับ กฎระเบียบ ข้อบังคับ หลักสูตร และวิธีการศึกษา 2.2) ให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ นักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ กฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่สำคัญมากซึ่งอาจทำให้นักศึกษาต้องถูกลงโทษทางวินัย 2.3) ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาเพื่อการวางแผนประกอบอาชีพและแผนการศึกษา 2.4) ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาเกี่ยวกับหลักสูตรและการเลือกวิชาเรียนให้เหมาะสมกับแผนการศึกษาของนักศึกษาและเป็นไปตามหลักสูตร 2.5) วิเคราะห์ผลการเรียนและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการลงทะเบียนเรียนให้เหมาะสม 2.6) ควบคุมการลงทะเบียนเรียนของนักศึกษาให้เป็นไปตามโครงสร้างของหลักสูตรและระเบียบข้อบังคับ 2.7) ให้

คำปรึกษาแก่นักศึกษาในการเพิ่ม-ถอนวิชาเรียน 2.8) ให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาในการเลือกวิชาเอก-โท 2.9) ให้คำแนะนำแก่นักศึกษาเกี่ยวกับการเรียนการค้นคว้า 2.10) ให้คำแนะนำและดูแลอย่างใกล้ชิดแก่นักศึกษาที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.00 2.11) ให้คำปรึกษาแนะนำหรือช่วยเหลือนักศึกษาเพื่อการแก้ไขปัญหาด้านการเรียน 2.12) ให้คำปรึกษา แนะนำเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี 2.13) ให้คำแนะนำนักศึกษาให้ตรวจสอบการเรียนรายวิชาของนักศึกษาให้ครบหลักสูตร

3) ด้านการพัฒนานักศึกษา 3.1) ให้คำแนะนำเกี่ยวกับบริการต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย และชุมชน 3.2) ให้คำปรึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับปัญหาทางด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิต 3.3) ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตอย่างปลอดภัย 3.4) ให้คำปรึกษาแนะนำทางด้านคุณธรรมจริยธรรมตามปรัชญาของมหาวิทยาลัย 3.5) ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมนักศึกษา 3.6) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพที่เป็น ประโยชน์ต่อ นักศึกษา [9]

6. คุณลักษณะของอาจารย์ที่ปรึกษาที่ดี

จากหน้าที่ของอาจารย์ที่ปรึกษาทั้ง 3 ด้านจะไม่เกิดการให้คำปรึกษาที่มีประสิทธิภาพถ้าขาดคุณลักษณะที่ดีของอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

1. ต้องคำนึงถึงสวัสดิภาพของนักศึกษา โดยจะไม่กระทำสิ่งใด ๆ ที่จะก่อให้เกิดผลเสียแก่นักศึกษา
2. ต้องรักษาข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของนักศึกษาไว้เป็นความลับ
3. ต้องพยายามช่วยเหลือนักศึกษาจนสุดความสามารถตามความสามารถของอาจารย์ที่ปรึกษา หากมีปัญหาใดที่เกินความสามารถที่จะช่วยเหลือได้ ควรแนะนำนักศึกษาผู้นั้นไปรับบริการจากบุคลากรอื่น เช่น นักจิตวิทยา แพทย์ จิตแพทย์ และนักกฎหมาย เป็นต้น
4. ไม่ควรวิพากษ์วิจารณ์บุคคลหรือสถาบันใด ๆ ให้นักศึกษาฟังในทางที่ก่อให้เกิดความเสื่อมเสียแก่บุคคลหรือสถาบันนั้น ๆ
5. ต้องเป็นผู้ที่มีความประพฤติที่เหมาะสมตามจรรยาแห่งวิชาชีพในสาขาที่ตนสอน และมีศีลธรรมจรรยาที่ดีงาม เพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีแก่นักศึกษา

7. การประยุกต์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์กับระบบอาจารย์ที่ปรึกษา

การนำระบบจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในภาคธุรกิจมาใช้กับระบบอาจารย์ที่ปรึกษาจะส่งผลดีทั้งในมุมมองของนักศึกษาและในมุมมองของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ซึ่งในมุมมองของนักศึกษา ก็จะได้รับบริการดูแลเอาใจใส่อย่างทั่วถึง และตรงกับปัญหาที่กำลังประสบอยู่ ได้รับข้อมูลที่ต้องการอย่างถูกต้อง และเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทุกแห่ง อย่างทันทางที่ที่ต้องการ ในส่วนของสถาบัน อุดมศึกษาเอกชน นักศึกษาก็เปรียบเสมือนลูกค้า ที่ต้องดูแล เอาใจใส่ สานสัมพันธ์ และเห็นยวรั้ง ให้ศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษาจนจบการศึกษา และการจัดการศึกษา การจัดการการเรียนการสอน ก็เปรียบเสมือนสินค้าและบริการ ที่ในแต่ละสถาบันก็ต้องหากลยุทธ์เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับนักศึกษา เพื่อให้มีทัศนคติที่ดีต่อบริษัท อันจะนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมทางการศึกษาของสถาบัน อุดมศึกษาเอกชนอย่างยั่งยืน โดยจากหน้าที่ของอาจารย์ที่ปรึกษา พอสรุปได้ว่า อาจารย์ที่ปรึกษาจะมีหน้าที่ของอาจารย์ที่ปรึกษาหลักอยู่ 2 ประเด็นสำคัญ คือ 1) การให้คำปรึกษาในด้านต่าง ๆ และ 2) การสานสัมพันธ์กับนักศึกษา เมื่อเป็นเช่นนี้แล้วระบบอาจารย์ที่ปรึกษา มีความสอดคล้องกับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในด้านของการให้คำปรึกษาและบริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหลักสูตร กฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ และการสานความสัมพันธ์

โดยเมื่อพิจารณา รูปแบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์แบบ DEAR และเพื่อให้สอดคล้องกับระบบอาจารย์ที่ปรึกษา จะเห็นได้ว่าการนำการจัดการลูกค้าสัมพันธ์มาประยุกต์ใช้จะมีประเด็นสำคัญ อยู่ 2 ประเด็นคือ ส่วนของการให้คำแนะนำ คำปรึกษา และส่วนของการสานสัมพันธ์ ทำให้ได้รูปแบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่นำเอา รูปแบบ DEAR มาปรับใช้ที่เรียกว่า “การจัดการระบบนักศึกษาสัมพันธ์” ที่มี 4 องค์ประกอบ 9 กิจกรรม ดังนี้

1. การสร้างฐานข้อมูลนักศึกษา (Database) คือ การรวบรวมประวัติของนักศึกษา ผลการเรียน และ

รวมไปถึงข้อมูลอื่น ๆ (Student Profile) ที่จำเป็นต่อการให้คำปรึกษา และนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์ จัดแบ่งเลือกกลุ่มนักศึกษาปกติ และนักศึกษาที่มีปัญหา รวมถึงการแบ่งกลุ่มในลักษณะอื่น ๆ ด้วยดังนั้น การสร้างฐานข้อมูลนักศึกษา ประกอบด้วย

1.1 การสร้างฐานข้อมูลนักศึกษา

1.2 การวิเคราะห์และเจาะจงนักศึกษา

2. การใช้เทคโนโลยี (Electronic) ที่เหมาะสมเพื่อการวิเคราะห์แยกแยะกลุ่มนักศึกษา การให้ข้อมูลคำแนะนำ คำปรึกษาในด้านต่าง ๆ ตามแนวคิดของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถเข้าถึงนักศึกษาเพื่อให้ความช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงที จึงต้องเน้นในส่วนของ Electronic โดยนำเอาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารมารวมดำเนินการกิจกรรมดังนี้

2.1 การเลือกใช้เทคโนโลยี และระบบสารสนเทศที่เหมาะสมกับนักศึกษา เช่นนำเอาระบบ เครือข่ายสังคม (Social Network) มารวมใช้ เพราะเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศที่นิยมในกลุ่มนักศึกษา โดยเห็นได้จากช่วงอายุ 18-24 ปี ใช้ Social Network มากถึงร้อยละ 34 นั่นจึงเป็นช่องทางที่จะเข้าถึงกลุ่มนักศึกษาได้ดีที่สุด

2.2 สร้างจุดติดต่อกับนักศึกษาเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาเข้ามาใช้ระบบที่ได้จัดเตรียมไว้ อันเนื่องมาจากนักศึกษามักเห็นห่างกับอาจารย์ที่ปรึกษาเพราะช่องว่างระหว่างวัย แนวความคิด อีกทั้งอาจารย์ที่ปรึกษามักไม่ค่อยมีเวลาอันเนื่องมาจากภาระงานที่มีมากจนอาจไม่มีเวลาในการให้คำปรึกษา และสานสัมพันธ์กับนักศึกษา

2.3 การกระจายข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการให้คำแนะนำ และคำปรึกษา ผ่านทุกช่องทางติดต่อ การเรียนรู้นักศึกษาในทุกช่องทางโดยเฉพาะอย่างยิ่งอาศัยช่องทางของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร เพื่อสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์ภาพที่ดี

3. การกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (Action) เป็นการกำหนดแผนงานกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อ สร้างและรักษาความสัมพันธ์กับนักศึกษา ด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การบริการให้คำปรึกษา ที่สามารถให้นักศึกษาได้รับคำแนะนำ คำปรึกษา การพูดคุย สานสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษากับนักศึกษา ได้ทุกที่ทุกเวลา ทุกแห่งหน ได้อย่างทันท่วงที เมื่อนักศึกษาต้องการคำแนะนำ คำปรึกษา ในขณะที่เหมาะสมปัญหา

3.2 การสร้างความภักดีต่อสถาบัน การศึกษา โดยสร้างความพึงพอใจให้กับนักศึกษาศึกษาเพื่อให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อสถาบันการศึกษา

3.3 การสร้างความสัมพันธ์ในเชิงสังคม เป็นการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างกลุ่มนักศึกษาด้วย

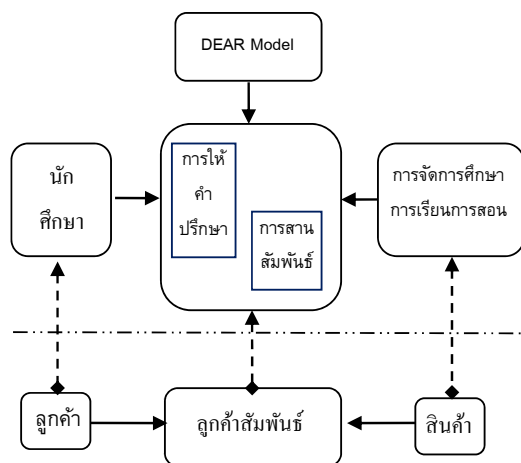
กันเอง หรือระหว่างนักศึกษา กับสถาบัน การศึกษาเพื่อยืด
 เหนี่ยวนักศึกษาวางจบการศึกษา โดยอาจนำระบบ
 เครือข่ายสังคมเป็นสื่อในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ หรือ
 ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารอื่น เช่น มี
 ปฏิสัมพันธ์บนเว็บไซต์ เป็นต้น

3.4 การสร้างความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างสถาบัน
 การศึกษาอาจจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือ หรือเทคโนโลยี
 ให้กับนักศึกษา เพื่อเชื่อมโยงนักศึกษาเข้ากับสถาบัน
 การศึกษาได้ง่ายขึ้น และเข้าถึงระบบอาจารย์ที่ปรึกษา
 ได้ทุกหนทุกแห่ง ทุกที่ทุกเวลา เช่น มีการจัดเตรียม
 ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือมีการจัดหาคอมพิวเตอร์
 แบบพกพา (Tablet) รวมไปถึงการสร้างระบบอาจารย์ที่
 ปรึกษาอิเล็กทรอนิกส์เพื่อรองรับการให้คำแนะนำ
 คำปรึกษา และการสานสัมพันธ์

4. การรักษาลูกค้า (Retention)

4.1 ประเมินผลระบบอาจารย์ที่ปรึกษาตามแนวทาง
 ของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อนำผลการประเมินมา
 เป็นเกณฑ์ในการประเมินผลสำเร็จของการให้คำปรึกษา
 และนำมาปรับปรุงระบบให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น อัน
 นำมาสู่ความพึงพอใจสูงสุดต่อนักศึกษา

4.2 ขยายและรักษาการเติบโตของความ สัมพันธ์
 ระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษากับนักศึกษาอย่างต่อเนื่อง
 เพื่อให้ นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อสถาบัน การศึกษาอย่าง
 ต่อเนื่องและยั่งยืน



รูปที่ 2 การนำการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ตามรูปแบบ
 DEAR มาใช้กับระบบอาจารย์ที่ปรึกษา

8. ประโยชน์จากการนำเอาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์มาใช้กับระบบอาจารย์ที่ปรึกษา

การนำเอาแนวคิดการจัดการลูกค้าสัมพันธ์มาใช้กับ
 ระบบอาจารย์ที่ปรึกษาจะทำให้ นักศึกษาเกิดความพึง
 พอใจต่อสถาบันการศึกษา อันเกิดมาจากการได้รับการ
 ดูแล เอาใจใส่จากอาจารย์ที่ปรึกษาที่สามารถเข้าถึงปัญหา
 ของนักศึกษาได้อย่างตรงจุด อันนำมาซึ่งการแก้ไข้ปัญหา
 ของนักศึกษาได้อย่างทันทั่วทั้งที่และตรงกับความต้องการ
 ของนักศึกษา โดยมหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งเป็น
 มหาวิทยาลัยในกำกับของภาครัฐ ก็ได้ตระหนัก และ
 เล็งเห็นความสำคัญของระบบอาจารย์ที่ปรึกษาจึงได้ฟื้นฟู
 ระบบอาจารย์ที่ปรึกษา [10] เพื่อไม่ให้ นักศึกษาหมด
 สถานะภาพนักศึกษากลางคัน รวมไปถึงการให้คำปรึกษา
 ในการเรียน เพราะการเรียนในมหาวิทยาลัยเปิดนั้น ทำได้
 ยากหากไม่มีการให้คำแนะนำ และคำปรึกษาที่ดี ก็อาจทำ
 ให้ไม่จบการศึกษา และหมดสถานะภาพนักศึกษาในที่สุด
 ส่งผลต่อการบริหารจัดการ และคุณภาพการศึกษาของ
 สถาบันการศึกษาแห่งนั้น

ดังนั้นการนำระบบอาจารย์ที่ปรึกษาตามแนวคิดการ
 จัดการลูกค้าสัมพันธ์มาประยุกต์ใช้กับสถาบัน อุดมศึกษา
 เอกชน ทำให้มองเห็นถึงประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อสถาบัน
 การศึกษา และต่อนักศึกษา ดังนี้

1. มีนักศึกษาเข้าใหม่ในแต่ละปีการศึกษา อันเนื่อง
 มาจากการบอกปากต่อปากของกลุ่มนักศึกษาที่มีทัศนคติ
 ที่ดีต่อสถาบันการศึกษา และความจงรักภักดีต่อสถาบัน
 การศึกษา ที่จะสืบทอดต่อไปยังผู้ที่อยู่ใกล้ชิด
2. เพิ่มความพึงพอใจให้กับนักศึกษา ต่อการจัด
 การศึกษา และการเรียนการสอน ที่มีผู้ให้คำแนะนำ
 คำปรึกษา ได้ทราบข้อมูลได้อย่างทันทั่วทั้งที่ รวมไปถึง
 งานบริการด้านอื่น ๆ
3. การรักษานักศึกษา (Student Retention) ให้อยู่
 กับสถาบันการศึกษาจนจบการศึกษาอย่างมีคุณภาพ
4. เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการตัดสินใจของ
 นักศึกษา ในการเลือกรายวิชาเรียน อย่างเหมาะสมกับ
 ตนเอง และอาจารย์ที่ปรึกษาสามารถให้คำแนะนำ และ
 คำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง เหมาะกับนักศึกษาแต่ละคน
 และอย่างทันทั่วทั้งที่

5. เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของนักศึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาให้ดำเนินงานได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น

6. เพิ่มความรวดเร็วในการให้คำปรึกษา และช่วยเหลือนักศึกษาได้อย่างทันเวลาที่เมื่อประสบปัญหา

7. ลดต้นทุนในด้านการประชาสัมพันธ์การนำนักศึกษาเข้าสู่สถาบันการศึกษา และการบริหารจัดการสถาบันการศึกษา

ในต่างประเทศ สถาบันอุดมศึกษามีการแข่งขันอย่างสูง ดังนั้นการสร้างการแข่งขันด้านวิชาการต้องพึ่งพานักศึกษาในการดำเนินกิจกรรม การให้นักศึกษาที่รับเข้ามาคงอยู่ในสถานะภาพปกติจนจบหลักสูตร จึงเป็นกลไกสำคัญที่จะผลักดันให้กิจกรรมทางการศึกษาดำเนินไปได้อย่างราบรื่น ระบบอาจารย์ที่ปรึกษาตามแนวทางของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์จึงได้รับความสนใจ ดังเห็นได้จากงานวิจัยเรื่อง Customer Relationship Management in Higher Education Using Information System to Improve the Student-school Relationship ที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์กับนักศึกษา เพื่อให้ความช่วยเหลือกับนักศึกษาที่ประสบปัญหาในการปรับตัวในการเรียน ช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับนักศึกษา อีกทั้งยังช่วยให้มีนักศึกษาเข้าสู่สถาบันและยังคงรักษาสถานะภาพของนักศึกษาเหล่านั้นไว้ โดยนำเอาหลักการและแนวทางของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เข้ามาผสมผสานกับการจัดการศึกษา และการให้บริการนักศึกษา โดยบูรณาการร่วมกับเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร เพื่อให้เข้าถึง เข้าใจ สานสัมพันธ์ ระหว่างสถาบัน การศึกษากับนักศึกษา ได้ทุกที่ทุกเวลาและทุกแห่งหน [11]

9. สรุป

การนำระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์มาใช้ในสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคเอกชนนั้นก่อให้เกิดการให้คำปรึกษา คำแนะนำที่มีศักยภาพอย่างมาก และเพื่อให้ขับเคลื่อนไปอย่างรวดเร็วควรดำเนินการร่วมกันทุกภาคส่วน และต้องวางแผนการบริหารจัดการอย่างดี โดยนำรูปแบบไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชน แต่ทั้งนี้เพื่อให้การทำงานเป็นอัตโนมัติ และมีการใช้งานที่หลากหลาย เข้าถึงระบบได้ง่าย และมีประสิทธิภาพ ต้องมีการปรับปรุงนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการ

สื่อสาร มาร่วมออกแบบเป็นรูปแบบระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อช่วยสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สามารถจัดการกระบวนการต่าง ๆ ภายในให้ดำเนินการได้อย่างสอดคล้อง และตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษา อย่างทันท่วงที และใช้บริการได้ที่ทุกแห่งหน อันเป็นเหตุให้นักศึกษา เกิดทัศนคติที่ดี รับรู้และเข้าใจกฎระเบียบข้อบังคับ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ อย่างเข้าใจ ปรับตัวต่อการเรียนรู้ในสถาบันอุดมศึกษาได้อย่างรวดเร็วเมื่อเกิดปัญหามาหาไปสู่ความพึงพอใจสูงสุด และเกิดความภักดีของนักศึกษาต่อสถาบันการศึกษาของตนในที่สุด

11. เอกสารอ้างอิง

- [1] CaiLiang-Shen Bing-Han QingBiao-hou Wenfei-Song. (2011). **Design and Implementation of Customer Relationship Management System Based on Structured Object-oriented Methodology**. International Conference of Information Technology, Computer Engineering and Management Sciences, IEEE Computer Society, (390-303).
- [2] เรณู ผลสวัสดิ์ ณีฐฎา สรรพศรี และจงกลณี อรุณไพโรจน์. (2528). การศึกษาสาเหตุในการออกกลางคันของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน. ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- [3] Jaakko Sinisalo, Jari Salo, Heikki Karjaluo and Matti Leppäniemi. (2007). **Mobile customer relationship management : underlying issues and challenges**. Business Process Management Journal, Vol.13, No.6, (771-787).
- [4] PAN Wei-wei & WANG Dong-sheng. (2010). **The Development and Application of Customer Relationship Management System** International Conference of Information Technology, Computer Engineering and Management Sciences, IEEE Computer Society, (788-791).
- [5] สมวงศ์ พงศ์สภาพร และสุนทร เลหาพัฒนาวงศ์. (2551). **CRM เกมทดลองใจลูกค้า**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่นจำกัด.



- [6] วิทยา ต้านธำรงกุล. (2545). การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า: อะไรอย่างไร. วารสารบริหารธุรกิจ. 2545 (กรกฎาคม-กันยายน), 86-92.
- [7] ----- . (2546). **CRMธุรกิจภาคบริการสู่มาตรฐานความเป็นเลิศ**. วารสารเพื่อการเพิ่มผลผลิต. 2546 (มกราคม-กุมภาพันธ์), 29-31.
- [8] กัลยาณี สูงสมบัติ. (2550). **เทคนิคการจัดการสมัยใหม่**. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, เข้าถึงได้จาก <http://uhost.rmutp.ac.th/kanlayanee.so/L2/2-2-1.htm> สืบค้นเมื่อ 9 ต.ค. 2555.
- [9] สำนักส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพนักศึกษา. (2554). **คู่มือการใช้ระบบการให้คำปรึกษาวิชาการระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ**. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, (8 –10).
- [10] วุฒิสักดิ์ ลากเจริญทรัพย์. (25 มิถุนายน 2555). **มร.วิภุต น.ศ.ลดฮวบ - ออกกลางคัน เล็งฟื้นฟูอาจารย์ที่ปรึกษา-ปรับระบบเกรดใหม่**. ข่าวสดรายวัน, ออนไลน์.
- [11] Elaine D.Seeman and Margaret O'Hara. (2006). **Customer Relationship Management in Higher Education Using Information System to improve the student-school relationship**. Campus Wide Information system Vol.23, No.1, (24-34).