



ปัจจัยในการประสบความสำเร็จในมุมมองของลูกค้ากับการใช้งาน
ระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า
ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ

โดย

นายพงษ์รัช วัฒนารักษ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
โครงการปริญญาโทสาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2553

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันโทรศัพท์มือถือถือเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของแต่ละบุคคลเป็นอย่างมาก จากการใช้งานโทรศัพท์มือถือถืออย่างแพร่หลาย ทำให้เกิดรูปแบบการบริการใหม่ๆ ขึ้นมามากมายที่อาศัยช่องทางผ่านโทรศัพท์มือถือ โทรศัพท์มือถือถือถูกคาดหวังในการเป็นเครื่องมือที่เพิ่มประสิทธิภาพให้กับธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการส่งข้อมูลในการทำงาน หรือการนำเสนอช่องทางการสื่อสารกับลูกค้ารูปแบบใหม่ (Rossi, Tuunainen and Pesonen, 2007) ในปัจจุบันองค์กรต่างๆ มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าโดยอาศัยการกระทำตามๆ กันและโอกาสทางเทคโนโลยี ซึ่งส่วนทางกับรูปแบบการตลาดที่ต้องการให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลางเป็นอย่างมาก ประกอบกับงานวิจัยในบริบทของระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านมือถือที่นั้นก็ยังมีจำนวนไม่มากนัก (Lee and Lun, 2007) ทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าที่นำเสนอปัจจัยด้านลูกค้าโดยตรง งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึง ปัจจัยในการประสบความสำเร็จในมุมมองของลูกค้ากับการใช้งานระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยในการศึกษาและนำเสนอกรอบแนวคิดในงานวิจัยและตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าเป็นหลัก พร้อมศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้งานหรือได้รับบริการจากระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านโทรศัพท์มือถือ

การศึกษานี้ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยในการประสบความสำเร็จในมุมมองของลูกค้ากับการใช้งานระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ได้มาซึ่งระบบที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer centric) การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดตัวแปรความสำเร็จของระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ได้แก่ ทศนคติในการใช้งานของลูกค้า ซึ่งงานวิจัยในอดีตสนับสนุนว่า ทศนคติที่ดีต่อการใช้งานของลูกค้าสนับสนุนให้เกิดความต้องการใช้งาน และเพิ่มจำนวนการใช้งานจริง (Fishbein and Ajzen, 1975; Davis, 1989; Sophonthummapharn, 2008) รวมไปถึงความพึงพอใจของลูกค้า โดยทำการศึกษาถึงปัจจัยในการประสบความสำเร็จที่สำคัญ 3 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูล ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบสารสนเทศ และ ปัจจัยด้านการทำเป็นบรรทัดฐานและค่านิยม ซึ่งคาดหวังว่าส่งผลต่อตัวแปรด้านความสำเร็จที่กล่าวในข้างต้น โดยปัจจัยที่กล่าวถึงนั้น กำหนดจากการศึกษาแนวคิด

ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆในอดีต ได้แก่ แนวคิดของระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือ แนวคิดความสำเร็จของระบบสารสนเทศ แนวคิดการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้งาน รวมไปถึงแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และ งานวิจัยเชิงประยุกต์ที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ

การศึกษาปัจจัยในครั้งนี้รูปแบบงานวิจัยเป็นเชิงสำรวจ ที่ทำการเก็บข้อมูลปัจจัยต่างๆผ่านความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อให้สัมพันธ์กับหัวใจหลักในการทำงานของระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าได้แก่การมอบคุณค่าและความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยมีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เป็นจำนวน 170 คน ที่อาศัยอยู่เฉพาะในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามแบบอิเล็กทรอนิกส์ และการสุ่มแจกตามสถานที่ทั่วไป จากการคัดเลือกแบบสอบถาม แบบสอบถามที่เหลือทั้งหมดจำนวน 174 ชุด จากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์เชิงสถิติต่างๆ รวมไปถึงการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กำหนด โดยอาศัยวิธีการวิเคราะห์ สมการถดถอยเชิงเส้น (Regression analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้งานที่มีการสมัครและรับทราบรูปแบบการบริการก่อนการใช้งานนั้นมีแนวโน้ม ได้รับความพึงพอใจจากการใช้งานมากกว่าผู้ใช้งานที่ไม่ได้สมัครและรับทราบก่อนการใช้งาน โดยผู้ใช้งานมีแนวโน้มที่จะรู้สึกว่าการบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือมีการติดต่อถึงตนเองมากเกินไป ทั้งนี้ผู้ใช้งานให้ความสนใจรูปแบบระบบการให้บริการข้อมูลมากกว่าระบบอื่นๆ โดยทัศนคติของผู้ใช้งานนั้นเกิดจาก คุณภาพของระบบสารสนเทศ การรับรู้ถึงคุณค่าของข้อมูล และ การทำเป็นบรรทัดฐานและค่านิยม โดยเรียงลำดับความสัมพันธ์ เช่นเดียวกันความพึงพอใจจากการใช้งานนั้นเกิดจาก คุณภาพของระบบสารสนเทศ และทัศนคติของผู้ใช้งาน

จากการวิจัยผู้ทำวิจัยสามารถเสนอแนะปัจจัยและแนวทางในการพัฒนาระบบสารสนเทศที่รองรับการทำงานบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือได้โดย ให้ความสำคัญต่อข้อมูล เน้นการใช้งานที่ง่าย และสร้างการบอกต่อ เพื่อเป็นแนวทางประสบความสำเร็จของระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง