หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้คลาวด์ซีอาร์เอ็มอย่างต่อเนื่อง
ชื่อผู้เขียน	นางสาวธัญญรัตน์ อิศรวิริยะกุล
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.มฑุปายาส ทองมาก
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

ปัจจุบันผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความท้าทายอย่างต่อเนื่องและไม่มีที่สิ้นสุดในตลาดธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูง ผู้มีทักษะเพียงพอเท่านั้นที่จะอยู่รอดและเจริญเติบโต ส่งผลให้ตลาดอิ่มตัวและประสบความสำเร็จ ซึ่งส่วนสำคัญที่เป็นตัวขับเคลื่อนให้กับธุรกิจคือ ลูกค้าหรือผู้บริโภค กลยุทธ์ที่สำคัญในการชนะใจลูกค้าจากคู่แข่งคือธุรกิจที่ต้องการเทคโนโลยีที่จะนำไปใช้ในธุรกิจซึ่งสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่น่าดึงดูดและมีประสิทธิภาพให้กับลูกค้า งานวิจัยฉบับนี้ได้ทำการศึกษา โดยนำเอาทฤษฎีความสอดคล้องกับความคาดหวัง ซึ่งนำปัจจัยความคาดหวัง ปัจจัยการรับรู้ประสิทธิภาพ ปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง และปัจจัยความพึงพอใจ อีกทั้งยังประยุกต์ใช้ทฤษฎีความเหมาะสมของเทคโนโลยีกับงาน ซึ่งนำปัจจัยความเหมาะสมของเทคโนโลยีกับงานมาเป็นกรอบแนวคิดการค้นคว้าวิจัย รวมทั้งมีปัจจัยที่ยังไม่เคยนำมาวิจัยในบริบทนี้ ได้แก่ ปัจจัยความร่วมมือภายในองค์กร และปัจจัยการปรับตัวของผู้ใช้งาน

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์มาเป็นเครื่องมือในการสำรวจในครั้งนี้ ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเฉพาะกลุ่มที่เคยใช้งานระบบคลาวด์ซีอาร์เอ็มมาแล้วเท่านั้น โดยได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 210 คน และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ซึ่งจะได้ค่าอิทธิพลทางตรง และค่าอิทธิพลทางอ้อมของแต่ละปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความพึงพอใจ ปัจจัยความร่วมมือภายในองค์กร และปัจจัยความเหมาะสมของเทคโนโลยีกับงาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการใช้คลาวด์ซีอาร์เอ็มอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกันปัจจัยความคาดหวัง และปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง

Ref. code: 25626102037055PWC

เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจในการใช้คลาวด์ซีอาร์เอ็มอย่างต่อเนื่อง ในทางกลับกัน ปัจจัยการปรับตัวของผู้ใช้จะไม่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยความตั้งใจในการใช้คลาวด์ซีอาร์เอ็มอย่างต่อเนื่อง ผลลัพธ์เพิ่มเติมพบว่าปัจจัยการรับรู้ประสิทธิภาพนั้นมีอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยความพึงพอใจ

ประโยชน์ของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประโยชน์ทางทฤษฎีและประโยชน์เชิงปฏิบัติ ซึ่งประโยชน์ทางทฤษฎีคือการนำแบบจำลองแนวคิดของการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของผู้ใช้งาน และประโยชน์เชิงปฏิบัติ ได้แก่ บริษัทที่พัฒนาระบบซีอาร์เอ็ม ใช้ผลลัพธ์เพื่อปรับปรุงระบบที่ดีขึ้น สำหรับผู้ประกอบการที่สนใจหรือกำลังจะตัดสินใจจะนำระบบซีอาร์เอ็มมาใช้ในองค์กร สามารถใช้ข้อมูลนี้เพื่อการจัดการเพื่อให้ผู้ใช้งานใช้ระบบอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: ความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง, คลาวด์ซีอาร์เอ็ม, ทฤษฎีความสอดคล้องกับความคาดหวัง

Ref. code: 25626102037055PWC

Independent Study Title	FACTORS INFLUENCING OF CONTINUANCE INTENTION TO USE CLOUD CRM
Author	Ms. Thanyarat Isaraviriyakul
Degree	Master of Science Program (Management Information Systems)
Major Field/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Indepent Study Advisor	Associate Professor Mathupayas Thongmak, Ph.D.
Academic Years	2019

ABSTRACT

At present, entrepreneurs face constant and never-ending challenges in this highly competitive business market. Those skilled enough will survive and thrive, resulting in market saturation and success. One of the biggest parts that drives business is the satisfaction of customers or consumers. The important strategies to win customers from the competitors are those business needs for a technology to be applied within the business which can define the attractive and effective strategies to the customer. In this research, the researcher uses Cloud CRM as a customer satisfaction technology to study of Expectation-Confirmation Theory including factors of Expectation, Perceived Performanced, Confirmation and Satisfaction. Also apply Task-Technology fit factor of Task-Technology fit theory. Besides from those factors, the Collaboration and User Adaptation factors are new included in this research as well.

This research is quantitative research on an online survey with the 210 sample sizes that gathered from the person who have used the Cloud CRM System before. The data analytical using Simple Regression and Multiple Regression to get the result of Direct Effect and Indirect Effect for those factors above.

Ref. code: 25626102037055PWC

As a result, the Satisfaction, Collaboration and Task-Technology fit leads to direct influence of Continuance intention to use Cloud CRM factor as well as Expectation and Confirmation leads to indirect influence of that factor. In the other hand, the User Adaptation factor is not effect to that factor. Additional result, we found that the Perceive Performanced factor is indirect influence to Satisfaction factor.

The benefit of this research are theoretical benefit and practical benefit. The theoretical benefits is to bring the research's conceptual model to continue education and study in-dept user's behavior and practical benefits for such as, the company where implement CRM systems to use the result for improve the better system and for the entrepreneurs who interested in and making decision to applying the CRM systems in the organization, and using this information for management to force user continuously using the system.

Keywords: Continuance intention to use, Cloud CRM, Expectation Confirmation Theory

Ref. code: 25626102037055PWC