

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง "การนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) มาใช้ในบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (CRM Call Center)" เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) โดยใช้วิธีการอธิบายลักษณะพรรณนา (Descriptive Research) ให้ความสำคัญแก่การนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์งานทบทวนวรรณกรรมต่างๆทั้งในและต่างประเทศ การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในช่วงต่างๆของการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) มาใช้ใน (CRM Call Center) เพื่อพิจารณาถึงปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการ Implement CRM และนำเสนอกระบวนการ Implement CRM ที่คิดว่าเหมาะสมและสามารถแก้ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น

ด้วยระหว่างที่ดำเนินงานวิจัยนี้ เป็นช่วงที่ CRM Call Center ได้นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้ระยะหนึ่งแล้ว องค์กรจึงมีประสบการณ์จากปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการ (Implement) ขั้นตอนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ปัญหาทางด้านเทคนิค ปัญหาทางด้านโครงสร้างขององค์กร หรือปัญหาทางด้านบุคลากรขององค์กรเอง ดังนั้นการศึกษาเรื่อง "การนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) มาใช้ในบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (CRM Call Center)" ที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นนี้จะทำการสรุปผลการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) มาใช้ ว่าได้รับความสำเร็จมากน้อยเพียงใด และประสบกับปัญหาอุปสรรคใดบ้าง แล้วนำความเป็นจริงในทางปฏิบัติมาเปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าในทางทฤษฎี เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่องค์กรประสบอยู่ในปัจจุบัน และจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาระบบการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้ สำหรับองค์กรอื่นที่มีแนวคิดจะนำระบบการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้ตามต้นแบบของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)

นอกจากการศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการนำระบบการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้ในทางทฤษฎีและในทางปฏิบัติของ (CRM Call Center) เพื่อหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาแล้ว ผู้วิจัยจะยังวิเคราะห์ถึงการสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าบนช่องทาง การติดต่อสื่อสารอื่น ๆ ทั้งแบบที่เป็น การติดต่อดั้งเดิมซึ่งหลายส่วนที่ยังคงใช้งานอยู่ในปัจจุบัน และช่องทาง การติดต่อผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศแบบใหม่ที่จะมีการนำเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าขององค์กร

2.1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม

ในการวิจัยนี้ได้คัดเลือกตัวแทนจากกลุ่มบุคคลต่างๆเพื่อการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ซึ่งจะเป็นบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านต่างๆ คือ (ภาคผนวก ก)

- a. ผู้บริหาร ทีไอที ซึ่งมีส่วนร่วมตัดสินใจในการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้
- b. บุคลากรทั้งภายในองค์กร และภายนอกองค์กร ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้
- c. บุคลากรของ ทีไอที ซึ่งเป็นผู้ใช้งาน (User) ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า
- d. กลุ่มสนับสนุนงานบริการ (Support Team) ไม่ว่าจะเป็น Back office หรือ Help Desk หรือ Training Team

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้ ทำการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยการสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้ในบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) แบ่งตามกระบวนการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าใช้ในองค์กร 8 ขั้นตอน โดยจะแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ชุดเพื่อสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการที่ต่างกัน ดังนี้

แบบสอบถามชุดที่ 1 จะเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการที่ 1-5 (Management) ใช้ทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (ภาคผนวก ก)

แบบสอบถามชุดที่ 2 จะเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการที่ 6 (Implement) ใช้ทำการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้ (ภาคผนวก ข)

แบบสอบถามชุดที่ 3 จะเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการที่ 7-8 (Measurement) ใช้ทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (ภาคผนวก ค)

ในแบบสอบถามแต่ละชุดจะแบ่งย่อยออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าใช้ในองค์กร

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทั่วไปของ ทีโอที ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นข้อมูล หรือ รายงานสถานะทั่วไปขององค์กร ไม่เจาะจงว่าเกี่ยวข้องกับระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าหรือไม่ ข้อมูลทั่วไปขององค์กรแสดงให้เห็นที่มาขององค์กร ผลงานโดยรวม ผลประกอบการและตำแหน่งทางการแข่งขันของ ทีโอที ในตลาดปัจจุบัน ข้อมูลทั่วไปนี้สามารถค้นคว้ารวบรวมได้จาก

3.3.1 ข้อมูลองค์กรทั่วไปของ ทีโอที

- รายงานประจำปี ซึ่งเป็นรายงานแสดงสถานะและผลงานขององค์กรแต่ละปี
- รายงานและแผนองค์กรซึ่งกำหนดนโยบาย ทิศทางการดำเนินงาน และวัตถุประสงค์ขององค์กร
- ข้อมูลสินค้าและบริการต่างๆของ ทีโอที

3.3.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ CRM Call Center ซึ่งประกอบไปด้วย

- Call Center Organization Structure ผังโครงสร้างของ CRM Call Center
- Standard CSR Competencies มาตรฐานการให้บริการของบุคลากร
- Communication Plan แผนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

3.3.3 ข้อมูลจำเพาะที่เกี่ยวกับกระบวนการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) มาใช้ในบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) อันได้แก่

- Transition Process แผนการปรับเปลี่ยนมาใช้ระบบ CRM
- Rollout Plan แผนการเปิดใช้งานระบบ CRM
- Change Management แผนการปรับเปลี่ยนโครงสร้างขององค์กรโดยปรับปรุงด้านบุคลากร กระบวนการ และเทคโนโลยีสารสนเทศให้สามารถก้าวไปข้างหน้าอย่างพร้อมเพรียงกันในสภาพการแข่งขันทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง

3.3.4 ข้อมูลเกี่ยวกับผลของการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้

ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) มาใช้ในบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ได้แก่

- ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการติดต่อประสานงานกับองค์กรทั้งภายในและภายนอก
- ผู้ฝึกอบรมบุคลากรในการใช้ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า
- บุคลากรที่ใช้ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า

3.4 การวิเคราะห์ผลการวิจัย

เมื่อได้รับข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าแล้ว ผู้วิจัยจะได้ทำการรวบรวมเพื่อนำมาศึกษาร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า เพื่อสรุปแนวทางการวิเคราะห์ตามกระบวนการดังต่อไปนี้

3.4.1 สรุปผลการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM)

มาใช้ในบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ว่าประสบความสำเร็จตามที่องค์กรได้ตั้งวิสัยทัศน์และพันธกิจเอาไว้ในตอนต้นหรือไม่ องค์กรประสบปัญหาและอุปสรรคอะไรบ้างในการดำเนินการตามกระบวนการดังกล่าว โดยอาศัยวิธีการ Content Analysis เพื่อรวบรวมประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการที่ผู้ให้สัมภาษณ์มีการกล่าวพาดพิงถึง และอาศัยวิธีการ Delphi Method ในกรณีที่ผู้ให้สัมภาษณ์มีการกล่าวพาดพิงไม่ตรงกัน โดยย้อนกลับไปถามผู้ให้สัมภาษณ์ในประเด็นดังกล่าวอีกครั้ง

3.4.2 ทำการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานในทางปฏิบัติกับหลักการในทางทฤษฎี

ว่ากระบวนการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้ ในทางทฤษฎีใกล้เคียงกับความเป็นจริงในทางปฏิบัติหรือไม่ สำหรับ ทีโอที นั้นมีข้อแตกต่างอะไรที่ทำให้เกิดจุดแข็งหรือจุดอ่อนต่อการดำเนินการขององค์กร

3.4.3 จัดทำข้อเสนอแนะแนวทางในการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้

เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วให้กับ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) และนำประสบการณ์ไปสร้างโมเดลในการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้ ให้กับองค์กรอื่น ๆ ที่มีความสนใจจะนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าไปใช้กับองค์กรของตน