

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะกล่าวถึง ผลสรุปจากการวิจัยในการสร้างความภักดีของลูกค้าผ่านทางความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย ประโยชน์ของงานวิจัย ข้อจำกัดและข้อเสนอเพื่องานวิจัยในอนาคต

5.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาถึงองค์ประกอบของความรับผิดชอบของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile CSR) ที่จะสร้างความภักดีในลูกค้า โดยองค์ประกอบดังกล่าวสอดคล้องกับ แนวคิดของ Carroll ซึ่งอธิบายแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมว่าสามารถ แบ่งเป็น 4 ปัจจัยคือ 1) ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ 2) ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย 3) ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม 4) ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสาธารณะ โดยงานวิจัยได้นำแนวคิดนี้มาทดสอบในการสร้างความภักดีของลูกค้า

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ขยายการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวกับ CSR ในอดีตด้วยการเพิ่มปัจจัยราคาสมเหตุสมผล คุณภาพการให้บริการ คุณภาพของเครือข่าย และการสร้างกำไรให้กับผู้ถือหุ้นไว้ในความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจ และได้รวมปัจจัยการรักษาข้อมูลส่วนบุคคล ของลูกค้า และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับลูกค้าในการดำเนินธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ไว้ในความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย เพื่อที่จะศึกษาว่าความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 4 ปัจจัยนั้นสามารถสร้างความพึงพอใจ และความภักดีในลูกค้าในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้หรือไม่ โดยงานวิจัย นี้ได้ระบุ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งประกอบด้วย 1) คุณภาพการให้บริการ 2) ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย 3) ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสาธารณะ 4) ราคาสมเหตุสมผล 5) ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม 6) การสร้างกำไรให้กับผู้ถือหุ้น 7) คุณภาพของเครือข่าย

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมด้านเศรษฐกิจซึ่งประกอบไปด้วยคุณภาพการให้บริการ ราคา สมเหตุสมผล และคุณภาพของเครือข่าย ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสาธารณะเป็นปัจจัยที่สามารถ อธิบายความพึงพอใจของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ปัจจัยด้านการสร้างกำไรให้กับผู้ถือหุ้นไม่สามารถสร้างความพึงพอใจของลูกค้า โดยปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด ในขณะเดียวกัน ปัจจัยด้านคุณภาพของเครือข่ายส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าน้อยที่สุด

นอกจากนี้ปัจจัยเหล่านี้ยังส่งผลในเชิงบวกโดยตรงต่อความภักดีของลูกค้า โดยปัจจัยความ รับผิดชอบต่อสังคมด้านสาธารณะ ส่งผลต่อความ ภักดี ของลูกค้ามากที่สุด ในขณะเดียวกันปัจจัยด้านราคาสมเหตุสมผลส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าน้อยที่สุด อาจกล่าวได้ว่าเมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจจากการที่ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้บริการที่มีคุณภาพ กำหนดราคาที่สมเหตุสมผล เครือข่ายมีคุณภาพที่สามารถสนับสนุนการใช้โทรของลูกค้า การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการเคารพกฎหมายในการดำเนินธุรกิจ การ ดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส และเชื้อเพื่อแผ่ผู้อื่นด้วยการให้การช่วยเหลือด้านต่างๆ จะส่งผลให้เกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถสรุปรายละเอียดได้ ดังนี้

5.1.1 ปัจจัยด้านราคาสมเหตุสมผล

ปัจจัยนี้เป็น ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของลูกค้ามากเป็นอันดับ ห้า และส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า น้อยที่สุด โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับปัจจัย นี้มากกว่าปัจจัยด้านคุณภาพของเครือข่ายเพียงปัจจัยเดียวเท่านั้น จะเห็นได้ว่าลูกค้านั้นพิจารณาถึงราคาก่อนคุณภาพของเครือข่ายในการให้บริการเสมอ ด้วยการพิจารณาว่าราคาที่จ่ายไปเพื่อให้ได้สินค้า หรือบริการ นั้นมีความสมเหตุสมผล ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดราคาของผู้ให้บริการนั้นถูกกว่าผู้ให้บริการรายอื่น และมีความสมเหตุสมผล ตลอดจนรู้ว่าไม่ถูกเขาเปรียบจากผู้ให้บริการนั้น ดังนั้นผู้ให้บริการควรประเมินถึงการรับรู้ถึงต้นทุนขององค์กร และราคาที่ลูกค้า ำพิจารณา ว่าราคาที่จ่ายไปนั้นมีความสมเหตุสมผล เพราะข้อมูลเหล่านี้สามารถใช้เป็นประโยชน์สำหรับองค์กรในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ที่น้อยลงว่าองค์กรหวังผลกำไรจากลูกค้ามากเกินไป ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และ สามารถทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ อีกทั้งยังแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการกับผู้ให้บริการที่ตนใช้บริการอยู่

5.1.2 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยนี้ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอันดับสาม โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรมเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมายเป็นอันดับต่อมา จากนั้นจึงให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ โดยลูกค้าให้ความสำคัญกับการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพของผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นพนักงานให้บริการที่สุภาพ มีความเต็มใจ ความเข้าใจในการให้บริการ และสามารถแก้ไขปัญหาเมื่อมีเหตุขัดข้อง ตลอดจนมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ ดังนั้นผู้ให้บริการควรปรับปรุงคุณภาพการบริการ เช่น พัฒนา และฝึกอบรมให้พนักงานผู้ให้บริการสามารถให้บริการ ตอบสนอง และแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว สิ่งเหล่านี้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสามารถสร้างกำไร ตลอดจนความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร โดยที่ความพึงพอใจของลูกค้า นั้น สามารถทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ อีกทั้งยังแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการกับผู้ให้บริการที่ตนใช้บริการอยู่

5.1.3 ปัจจัยด้านคุณภาพของเครือข่าย

ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าน้อยที่สุด โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับ เครือข่าย ในการให้บริการ ของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นมีคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเครือข่ายที่ไม่ขัดข้องระหว่างการใช้งาน และอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้เสมอ มอมนั้นน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าปัจจัยนี้จะส่งผลต่อการสร้างความพึงพอใจน้อยที่สุด ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพของเครือข่าย ด้วยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อที่จะสนับสนุนการโทรให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ตลอดจนยกระดับการรับรู้คุณภาพของลูกค้า สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า โดยที่ความพึงพอใจของลูกค้า นั้น สามารถทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ อีกทั้งยังแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการกับผู้ให้บริการที่ตนใช้บริการอยู่

5.1.4 ปัจจัยด้านการสร้างกำไรให้กับผู้ถือหุ้น

ปัจจัยนี้เป็นเพียงปัจจัยเดียวที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งในการดำเนินธุรกิจทุกประเภทยานั้นต้องหวังผลกำไรเพื่อให้องค์กรอยู่รอด ตลอดจนเติบโตในอนาคต เป็นผลทำให้องค์กรไม่สามารถหลีกเลี่ยงกับความรู้สึกลูกค้าที่ว่า การดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะสร้างกำไรให้กับผู้ถือหุ้น ดังนั้นผู้ให้บริการควร ดำเนินธุรกิจด้วยวัตถุประสงค์เพื่อที่จะสร้างกำไรควบคู่ไปกับการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เพื่อที่จะลดความรู้สึกของลูกค้าที่ว่า การดำเนินธุรกิจขององค์กรนั้นหวังผลกำไร เพียงอย่างเดียว ด้วยการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และกำหนดราคาที่เหมาะสมโดยคำนึงถึง

ต้นทุนของผู้ให้บริการเป็นหลัก ตลอดจนตอบสนองต่อสังคมทั้งในรูปแบบของตัวเงิน และไม่ใช่ตัวเงิน เช่นการบริจาคเงิน หรือการส่งมอบสินค้าที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายกับผู้อื่น สิ่งเหล่านี้จะทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ที่น้อยลงว่าผู้ให้บริการดำเนินธุรกิจด้วยการหวังผลกำไรเพียงอย่างเดียว

5.1.5 ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย

ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนี้ เป็นความรับผิดชอบต่อที่ องค์กรถูกคาดหวังให้ ปฏิบัติตามกฎหมายในการดำเนินธุรกิจ ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าเป็นอันดับสอง โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรมในการสร้างความพึงพอใจ เป็นอันดับแรก และปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสาธารณะในการสร้างความภักดี เป็นอันดับแรกเช่นกัน จากนั้นจึงให้ความสำคัญกับปัจจัย นี้ โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับการที่ผู้ให้บริการปฏิบัติตามกฎหมายในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการพิจารณาว่า ผู้ให้บริการ นั้นปฏิบัติตามกฎหมายในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการมีมาตรการในการตรวจสอบข้อมูลของลูกค้า ด้วยการกำหนดนโยบายในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในเรื่องการจัดเก็บ การเปิดเผยข้อมูล และกำหนดมาตรการในการเข้าถึงข้อมูล ตลอดจนการอนุญาตให้ลูกค้าสามารถร้องเรียนในกรณีที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม ดังนั้นผู้ให้บริการควรปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจอย่างเคร่งครัด ตลอดจนปรับปรุงการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยการกำหนดมาตรฐานหรือแนวทางในการจัดเก็บ รักษา และการนำข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าไปใช้ให้เป็นมาต รฐานสากล สิ่งเหล่านี้ จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และสามารถทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ อีกทั้งยังแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการกับผู้ให้บริการที่ตนใช้บริการอยู่

5.1.6 ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม

ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนี้ เป็นความรับผิดชอบที่นอกเหนือไปจากความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย เช่นการเคารพสิทธิทางศีลธรรมของผู้อื่น การหลีกเลี่ยงอันตราย หรือความเสียหายที่เกี่ยวกับสังคม ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด และส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าเป็นอันดับสาม โดย ลูกค้าได้ ให้ความสำคัญกับปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสาธารณะ และกฎหมายเป็นอันดับหนึ่ง และสองตามลำดับ จากนั้นจึงให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ในการพิจารณาที่จะใช้บริการซ้ำนั้น โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับการที่ผู้ให้บริการ ดำเนินธุรกิจอย่างมีจรรยาบรรณ ตลอดจนไม่ก่อความเสียหายให้กับ ผู้อื่นนั้น ดังนั้นผู้ให้บริการควรที่จะดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส และไม่ก่อความเสียหายกับผู้อื่น ด้วยการปรับปรุงกระบวนการในการส่งมอบการให้บริการที่ไม่เป็นภัยต่อผู้อื่น ตลอดจนสิ่งแวดล้อม เพราะเมื่อลูกค้า

รับรู้ว่าคุณให้บริการมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม นั้น จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด อีกทั้งยังสามารถ ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ และแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการกับผู้ที่ให้บริการที่ตนใช้บริการอยู่

5.1.7 ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสาธารณะ

ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนี้ เป็นความรับผิดชอบต่อ ขององค์กรในการสนใจทำสิ่งดีๆ ให้กับสังคม ด้วยการช่วยเหลือสาธารณะ ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอันดับที่สี่ แต่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้ามากที่สุด โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม กฎหมาย และคุณภาพในการให้บริการเป็นอันดับหนึ่ง สองและสามตามลำดับ จากนั้นจึงให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ในการพิจารณาความพึงพอใจนั้น โดยลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับการที่ผู้ให้บริการ ให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาเขตพื้นที่กัน การ การสนับสนุนทางการศึกษา และการช่วยเหลือผู้ประสบภัยทางธรรมชาติ ดังนั้นผู้ให้บริการควรประชาสัมพันธ์ถึงการให้ความสนใจต่อสาธารณะขององค์กร โดยอาจใช้การสื่อสารด้วยการใช้อินเตอร์เน็ต หรือเว็บไซต์ขององค์กรเองในการประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมที่องค์กรมีส่วนร่วมในการห่วงใยต่อสังคม เพราะว่าสื่อสามารถเข้าถึงลูกค้าได้จำนวนมาก อีกทั้ง องค์กรยังสามารถโฆษณาถึงสิ่งที่องค์กรทำต่อสาธารณะ โดยการที่ลูกค้ารับรู้ถึงการที่องค์กรเสียสละ หรือตอบแทนสังคม ย่อมให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ว่าคุณให้บริการไม่ได้ดำเนินธุรกิจเพื่อหวังผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่ยังตอบแทนสังคม ซึ่งเมื่อลูกค้ารับรู้ว่าคุณให้บริการมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านนี้ จะทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีมากที่สุด ด้วยการกลับมาใช้บริการซ้ำ และ แนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการกับผู้ที่ให้บริการที่ตนใช้บริการอยู่

5.1.8 ปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า

ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยเดียว ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า ในทางเชิงลบ โดยลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้บริการที่มีคุณภาพ กำหนดราคาที่เหมาะสมเหตุผล เครือข่ายมีคุณภาพที่สามารถสนับสนุนการใช้โทรของลูกค้าน ตลอดจนการเคารพกฎหมายในการดำเนินธุรกิจ การดำเนินธุรกิจอย่างโปร่งใส และเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ผู้อื่นด้วยการให้การช่วยเหลือด้านต่างๆ จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความภักดี ดังนั้นในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ผู้ให้บริการควรใส่ใจในความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่องค์กรให้ความสนใจในสังคม เพราะเมื่อลูกค้าเกิดการรับรู้ว่าคุณให้บริการมีความรับผิดชอบต่อสังคม ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และนำมาซึ่งการกลับมาใช้บริการซ้ำในที่สุด ตลอดจนแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการกับผู้ที่ให้บริการที่ตนใช้บริการอยู่

5.2 ประโยชน์ของงานวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาถึง องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile CSR) ที่จะสร้างความภักดีในลูกค้าว่าประกอบด้วยองค์ประกอบใดบ้าง ซึ่งแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นเรื่องใหม่ในประเทศไทย และยังมีงานวิจัยจำนวนไม่มากนักที่ศึกษาเรื่องนี้ โดยงานวิจัยเสนอกรอบแนวคิดของการวิจัยที่จะทำให้ทราบถึงองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคม ที่จะช่วยสร้างความภักดีในลูกค้า ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.2.1 ประโยชน์ทางวิชาการ

ผลของงานวิจัยนี้ ทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบย่อยของความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า งานวิจัยขยายการศึกษาในอดีตที่มักศึกษาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมในภาพรวม โดยการแยกการทดสอบออกเป็น 4 มุมมอง เพื่อที่จะทดสอบว่าความรับผิดชอบต่อสังคมมุมมองใดที่สามารถสร้างความพึงพอใจ ตลอดจนความ ภักดีของลูกค้าได้มากที่สุด อีกทั้งงานวิจัยนี้ได้รวมตัวแปรการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า (Privacy Concern) ไว้ในความรับผิดชอบต่อสังคมทางด้านกฎหมาย ในอดีตงานวิจัยจำนวนมากได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลและความเชื่อใจของลูกค้า (Trust) ผลที่ได้ก็คือการเก็บรักษาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมีผลในเชิงบวกต่อความเชื่อใจของลูกค้า อย่างไรก็ตามยังไม่มีการศึกษา เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการเก็บรักษาข้อมูล และความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อมาตรการในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลของงานวิจัยได้ระบุว่า การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า อีกทั้งงานวิจัยนี้ช่วยให้ผู้อ่าน มีความเข้าใจที่ดียิ่งขึ้นเกี่ยวกับ ความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น รูปแบบของกิจกรรมทางสังคม วิวัฒนาการของแนวคิดนี้ ตลอดจน มาตรฐานเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) เป็นต้น โดยผลของงานวิจัยนี้ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติม เช่นการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่าง องค์การที่ให้บริการที่มีลักษณะเป็นอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service) ด้วยกันเอง ตลอดจนองค์การที่ผลิตสินค้าว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรในประเด็นของ องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคม และนำไปประยุกต์ใช้ในการต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้

5.2.2 ประโยชน์ทางด้านการบริหาร

ผลการวิจัยทำให้ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ทราบถึงปัจจัยที่สามารถสร้างความภักดีในลูกค้า ซึ่งผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถนำผลการวิจัย ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้ดังนี้

ความรับผิดชอบต่อสังคมทางด้านการกฎหมายนั้น เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความพึงพอใจลูกค้าได้มากที่สุด ดังนั้นผู้ให้บริการโทรศัพท์จะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ไม่ว่าจะเป็นกฎหมายทั่วไป หรือกฎหมายเฉพาะที่ใช้แค่ธุรกิจโทรคมนาคมเท่านั้น อีกทั้งผู้ให้บริการควรมีมาตรการการบริหารจัดการข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่จะทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อที่จะสร้างพึงพอใจให้กับลูกค้า เพราะเมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจในระดับหนึ่ง ก็จะกลับมาใช้บริการกับผู้ให้บริการที่ใช้บริการอยู่

ความรับผิดชอบต่อสังคมทางด้านสาธารณะ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความภักดีของลูกค้ามากที่สุด ดังนั้นเพื่อที่จะรักษาลูกค้าเดิมให้อยู่กับองค์กรต่อไป อีกทั้งยังดึงดูดลูกค้ารายใหม่ให้มาใช้บริการกับองค์กร ผู้ให้บริการจะต้องสื่อสารให้สาธารณะทราบถึงแนวทางในการช่วยเหลือสังคมที่องค์กรปฏิบัติ เพื่อที่จะลดการรับรู้ของลูกค้าที่ว่าองค์กรหวังผลกำไรจากการให้บริการลูกค้า เพียงอย่างเดียว อีกทั้งยังเป็นการยกระดับการรับรู้ของลูกค้าว่าองค์กรมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้านจริยธรรม นอกเหนือไปจากการประชาสัมพันธ์ถึงการแสดง ออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมแล้วนั้น ผู้ให้บริการควรดำเนิน ธุรกิจด้วยความโปร่งใส ที่สามารถตรวจสอบได้ และไม่ก่อความเสียหายกับผู้อื่น โดยแนวทางในการดำเนินธุรกิจเช่นนี้จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการใหม่กับองค์กร

ผลของวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นสามารถสร้างความพึงพอใจ และความภักดีในลูกค้า ดังนั้นแนวทางหรือกิจกรรมที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ให้บริการย่อมสะท้อนถึงความใส่ใจของผู้ให้บริการว่ามีต่อประเด็นทางสังคม ณ ขณะนั้นมากน้อยเพียงใด ดังนั้น ผู้ให้บริการควรตระหนัก และให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อที่จะยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร และลูกค้า ด้วยการกำหนดนโยบายขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับประเด็นที่สังคมให้ความสำคัญ เช่นการกำหนดราคาที่สมเหตุสมผล การปรับปรุงการ ให้บริการและ เครือข่าย การกำหนดนโยบายการรักษาความปลอดภัยทางด้านข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ตลอดจนสื่อสารถึงกิจกรรมที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมต่อสาธารณะ เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้นองค์กรสามารถใช้แนวคิด ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ด้วยการที่องค์กรกำหนด นโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR Policy) ซึ่ง

นโยบายดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดความสำคัญของบริบทที่องค์กรใช้เป็นแนวทางในการยกระดับการรับรู้ของลูกค้า เพื่อที่จะสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อองค์กรควรจะมาจากจิตสำนึกภายในองค์กรมากกว่าที่จะแสดงออกว่าองค์กรให้ความช่วยเหลือสังคมอย่างไรได้บ้าง ดังนั้นองค์กรควรปรับทัศนคติในการดำเนินธุรกิจด้วยการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้เป็นมิตรต่อผู้อื่น ตลอดจนปลูกจิตสำนึกในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมให้กับคนภายในองค์กร เพื่อยกระดับการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของคนภายในองค์กรว่า มีความสำคัญเพียงใด ซึ่งการตระหนักของคนในองค์กรนำมาซึ่งประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน ทำให้การผลิตสินค้า และการส่งมอบบริการที่มีประสิทธิภาพเป็นผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำในที่สุด

5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาภายใต้บริบทของธุรกิจผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยเท่านั้น จึงทำให้ข้อจำกัดบางประการ

1. ผลของงานวิจัยนี้อาจจะไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทอื่น ๆ เพราะแต่ละบริบทย่อมมีความแตกต่างทางด้านองค์ประกอบ เช่นในธุรกิจขายสินค้า ก็ย่อมต้องให้ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ แต่ในงานวิจัยนี้ศึกษาถึงธุรกิจที่ให้บริการ ซึ่งทำให้ไม่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับบริบทอื่น
2. ในมุมมองของความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย งานวิจัยนี้ได้มุ่งเน้นที่กฎหมายที่เกี่ยวกับลูกค้า ซึ่งในการดำเนินธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
3. เนื่องจากงานวิจัยนี้ศึกษาถึงการสร้างความภักดีของลูกค้าของผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย ทำให้ผลของงานวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับบริบทที่เป็นประเทศไทยเท่านั้น อาจไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับประเทศอื่น

5.4 ข้อเสนอเพื่องานวิจัยในอนาคต

1. งานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาถึง องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมที่จะสร้างความภักดีในลูกค้าของธุรกิจผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่านั้น ผู้วิจัยเห็นว่ายังมี ปัจจัยบางอย่างที่ยังไม่ได้ศึกษาในงานวิจัยนี้ เช่น ในส่วนของความรับผิดชอบต่อสังคมด้านกฎหมาย งานวิจัยนี้ได้มุ่งเน้นที่กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า และการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าเท่านั้น ในการประกอบธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้น ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายอื่นๆ ในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นการวิจัยในอนาคตควรจะทำการศึกษากฎหมายอื่นๆ ที่นอกเหนือไปจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ตลอดจนปัจจัยอื่นๆ ในการสร้างความภักดีในลูกค้าของธุรกิจโทรคมนาคม

2. งานวิจัยนี้ควรที่จะขยายขอบเขตการศึกษาไปยังบริการอื่นๆ ของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น บริการ non-voice หรือ โฆษณาอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อที่จะทราบถึงการรับรู้ถึงบริการดังกล่าวของลูกค้าสามารถสร้างความภักดีได้หรือไม่

3. งานวิจัยนี้ศึกษาในบริบทของธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่านั้น ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาถึงองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างความภักดีของลูกค้าของธุรกิจที่ให้บริการอื่นนอกเหนือไปจากธุรกิจให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตลอดจนศึกษาเปรียบเทียบถึงความแตกต่างขององค์ประกอบความรับผิดชอบต่อสังคมของทั้งสองธุรกิจ

4. ผลของงานวิจัยได้ ระบุว่าความพึงพอใจส่งผลในเชิงลบ กับความภักดีของลูกค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตจำนวนมากที่กล่าวว่าความพึงพอใจส่งผลโดยตรงต่อความภักดีของลูกค้า ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่างานวิจัยนี้ควรที่จะศึกษาเพิ่มเติมถึงสาเหตุที่ทำให้ความพึงพอใจส่งผลทางทิศทางตรงกันข้ามกับความภักดีของลูกค้า