

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรในการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้ในองค์กร กรณีศึกษาบริษัทผู้ให้บริการด้านการเงิน The Study of Organizational Performance towards Customer Relationship Management System Implementation Case Study Financial Services Companies
ชื่อผู้เขียน	นางสาววรรณวี นงศ์นวล Miss Wanrawee Nongnuan
แผนกวิชา/คณะ	สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ดร.วุฒิไกร งามศิริจิตต์
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันหลายองค์กรธุรกิจ มีความเชื่อว่า การนำ “กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า” (Customer Relationship Management Strategy) มาประยุกต์ใช้ภายในองค์กร สามารถสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้ โดยจะเห็นได้จากอัตราการใช้ “ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า” (CRM System) มาใช้ในองค์กร ซึ่งพบว่า ธุรกิจการเงินและการธนาคาร มีการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้เป็นจำนวนมากที่สุดเมื่อเทียบกับธุรกิจด้านอื่น ๆ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นในงานด้านการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า ดังนั้น บริษัทผู้ให้บริการด้านการเงินจึงจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับภาวะการแข่งขันที่รุนแรง และรักษาตำแหน่งในการแข่งขันไว้

การค้นคว้าอิสระนี้ เป็นทั้งการค้นคว้าในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยแบบพรรณนา ที่เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในเชิงลึกจากผู้บริหารหน่วยงาน และเป็นการค้นคว้าในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อวัดความคิดเห็นจากผู้ใช้งานระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า ตามกรอบการวิจัย ได้แก่ การรีออกแบบกระบวนการทางธุรกิจ (Business Process Re-engineering) การเรียนรู้ขององค์กร

(Organizational Learning) คุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้า (Relationship Quality) และ ผลการดำเนินงานขององค์กร (Organizational Performance) หลังจากนั้นนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้ จากนั้นนำมาทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของสองประชากร (Independent Sample T-Test) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหลายตัวด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า การรื้อปรับกระบวนการทางธุรกิจ และการเรียนรู้ขององค์กร ส่งผลต่อ คุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้า และ ผลการดำเนินงานขององค์กร จากนั้นนำเสนอแนวทางในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้ โดยองค์กรควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลให้ผลการดำเนินงานขององค์กรจากการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้ามาใช้เป็นไปในเชิงบวก