

แนวทางการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในธุรกิจ

IT Application Development for Customer Relationship Management in Businesses

ดร.ธงชัย สุรินทร์วางกูร¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมสำหรับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในองค์กรธุรกิจ และสนองตอบความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง กลุ่มประชากรประกอบด้วยลูกค้าขององค์กรธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน รวมทั้งกลุ่มผู้ประกอบการในองค์กรธุรกิจขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครจำนวนทั้งสิ้น 15 ราย และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้ระยะเวลาการดำเนินงาน 12 เดือน (กันยายน 2555 - สิงหาคม 2556)

ผลการวิจัยนี้ได้พัฒนารูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ขององค์กรธุรกิจที่เหมาะสมขึ้นมา ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนที่สำคัญ ได้แก่ 1) องค์กรควรจัดหาเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าที่ถูกต้อง ครบถ้วน 2) องค์กรธุรกิจควรจัดให้มีช่องทางสำหรับการทำธุรกรรมของลูกค้าอย่างเพียงพอ ตลอดจน มีการจัดเก็บประวัติการทำธุรกรรมในคลังข้อมูล 3) องค์กรควรมีบุคลากรด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อย่างเพียงพอ สามารถนำข้อมูลต่างๆ มาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการตอบสนองความต้องการของลูกค้า 4) องค์กรควรเพิ่มคุณค่าการบริการโดยการกำหนดโปรแกรมการสร้างความสัมพันธ์ที่ระหว่างองค์กรกับลูกค้าในกระบวนการของการดำเนินธุรกิจ 5) องค์กรควรมีการประเมินผลการจัดการลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์วัดที่เน้นความสำคัญของลูกค้า 6) องค์กรธุรกิจควรขยายและรักษาความเติบโตของความสัมพันธ์ โดยการใช้แนวทางการรักษาลูกค้าปัจจุบันให้อยู่กับเราตลอดไป

คำสำคัญ: เทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ องค์กรธุรกิจ

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail: thongchai.su@ssru.ac.th

Abstract

This research aims to study the development of the information technology applications for customer relationship management in businesses properly which meet the demand of information technology to facilitate the customers. This research is a qualitative research. The research tools were questionnaire and structured interview. Samples of this study are 400 customers and 15 entrepreneurs in medium-size businesses in Bangkok. This research used descriptive analysis and 12-months period (September 2012 - August, 2013).

The research result indicated prominent improvements of information technology application for customer relationship management as the following; 1) business organization should provide technology for storing customer data correctly 2) information technology channels for customer transactions sufficiently, as well as storing transaction history in data warehouse 3) the organizations should have adequate personnel in customer relationship management in order to find the ways to meet the needs of customers 4) these organizations should add value to the business processes by defining customer relationship management programs 5) organizations should include evaluations of customer relationship management using criteria that emphasize on the importance of customers 6) organizations should expand and maintain the growth of the relationship by using the approach, keeping current customers with the businesses forever.

Keywords: information technology, customer relationship management, and business organizations

¹ Lecturer, Computer Business Program, Faculty of Management Science, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

E-mail: thongchai.su@ssru.ac.th