



# เว็บไซต์การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาและอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ ผ่านระบบการจัดการแผนการเรียน Customer Relationship Management Website between Students and Instructor of Faculty of Business Administration: via Study Plan Management System

ณัฐภัทรศญา เศรษฐโชติสมบัติ (Natpatsaya Setthachotsombut)\*

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการปรับปรุงความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาและอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผ่านระบบการจัดการแผนการเรียนออนไลน์ โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมระหว่าง 1) วิธีเชิงพัฒนาระบบสารสนเทศออนไลน์และนำระบบไปใช้งานจริง 2) วิธีเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม และ 3) วิธีเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 2 กลุ่ม จากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งรวม 224 คน เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่คณะซึ่งเป็นผู้ใช้ระบบ 28 คน และนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจซึ่งเป็นผู้รับบริการจำนวน 196 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดย 1) ฝึกอบรมทดลองใช้ระบบ “เว็บไซต์การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาและอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ ผ่านระบบการจัดการแผนการเรียน” ดำเนินการกับอาจารย์และเจ้าหน้าที่คณะฯ จำนวน 22 คน 2) สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกจากอาจารย์และเจ้าหน้าที่คณะฯ จำนวน 6 คน นักศึกษา จำนวน 6 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

**คำสำคัญ:** เว็บไซต์การบริหารความสัมพันธ์ การจัดการความสัมพันธ์ การจัดการแผนการเรียน

## Abstract

This article aims to studies an improvement the relationship between students and instructor of Faculty of Business Administration from some Private University in Bangkok area via Study Plan Management System (SPMS) online. By used to mixed research methodology among, 1) developing method to information system and useful in real working, 2) quantitative method by questionnaires, and 3) qualitative method by interviews. The samples have 2 groups of Faculty of Business Administration from some Private University with 224 people include instructor and staff that the users this system 28 people, and students that the client 196 people. For the data collection using 1) user training in “Customer Relationship Management Website between Students and Instructor of Faculty of Business Administration: Via Study Plan Management System” with instructor and staff 22 people, 2) deep interview for collecting insight from instructor and staff 6 people and students 6 people by specific select the sample size, and 3) using the questionnaires with instructor and staff 22 people and students 190 people by random sampling. The data analyze base on the accuracy of the information processing system, data analyze from the

\* ภาควิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

\* Department Master of Business Administration, College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University.



questionnaires by the statistics on the percentage, and consistency checked with information from the interview to ensure reliability and validity.

The findings found that, “Customer Relationship Management Website between Students and Instructor of Faculty of Business Administration: Via Study Plan Management System” able to support advisor working, the system able to online information processing, and can replace old system that working by manual. However, the capability of the new system help to error reduced for the students who that register do not go as planned in the free enrollment registration. The system can alert if someone cross the prerequisite subject, alert duplicate subject, and the advisor can useful the personal study plan for students registration planning that more efficiency. These things are factors that positive effect an improvement to customer relationship management between students and advisor, that very well.

**Keywords:** Customer Relationship Management Website, Customer Relationship Management, Study Plan Management.

## 1. บทนำ

การบริหารความสัมพันธ์หรือการจัดการความสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) เป็นการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการและผู้ให้บริการให้คงอยู่อย่างยาวนาน ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการ ซึ่งการบริหารความสัมพันธ์ถูกใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งทางการตลาด ที่จะนำมาซึ่งผลกำไรในระยะยาว ดังนั้น จึงไม่เพียงแต่มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานในภาคธุรกิจ แต่ยังคงสำคัญมากด้วยเช่นกันต่อการดำเนินงานในภาคการศึกษาทั้งสถาบันการศึกษาของรัฐบาลและเอกชน โดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษา แม้ว่าจะมีอาจารย์หรือคนบางกลุ่มไม่เห็นด้วยกับการใช้คำว่า “ธุรกิจการศึกษา” แต่ในข้อเท็จจริงก็คงปฏิเสธไม่ได้ ส่งผลให้สถาบันการศึกษาหลายแห่งต้องปรับเปลี่ยนแนวคิด และวิธีการปฏิบัติต่อนักศึกษา ซึ่งแตกต่างไปจากอดีต นอกจากความพยายามปรับเปลี่ยนวิธีการสอนแบบดั้งเดิมที่เป็น Passive Learning ให้เป็นการสอนแบบ Active Learning แล้ว ยังได้ปรับปรุงประสิทธิภาพ

การให้บริการนักศึกษาในทุกๆ ด้าน เพื่อให้นักศึกษาได้ รับความสะดวกสบาย และเกิดความพึงพอใจสูงสุด [1] เพราะ นักศึกษาที่เป็นผู้รับบริการและชำระเงินค่าธรรมเนียมน การศึกษาให้แก่มหาวิทยาลัยนั้นเปรียบได้กับ “ลูกค้า” ในภาคธุรกิจนั่นเอง ปัจจุบันสถาบันการศึกษามีให้เลือก จำนวนมาก ถ้าสถาบันการศึกษาใดให้บริการได้ไม่มีดีพอ ข้อมูลเหล่านี้จะถูกเผยแพร่ออกไปโดยช่องทางใดช่องทางหนึ่ง และรับรู้ได้โดยนักศึกษาปัจจุบันและส่งต่อข้อมูลไปยังผู้ที่ จะเข้ามาเป็นนักศึกษาในอนาคต ซึ่งไม่เป็นผลดีกับสถานศึกษา นั้น สอดคล้องกับคำกล่าวของ Oliver (1993) [2] ที่ว่าถ้าลูกค้า ผิดหวังจะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจที่ลดลง มีแนวโน้มที่ ลูกค้าจะหยุดซื้อสินค้าหรือบริการ แต่ถ้าลูกค้าพึงพอใจใน ระดับสูงก็จะสามารถรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่าง แข็งแรง ซึ่งส่งผลต่อกำไรของบริษัทหรือคนอื่น ๆ อย่างมาก

อย่างไรก็ตามมหาวิทยาลัยเอกชนดูเหมือนต้องเน้น ประสิทธิภาพการบริการและบริหารความสัมพันธ์ระหว่าง นักศึกษากับอาจารย์ให้ดีกว่ามหาวิทยาลัยของรัฐบาล เนื่องจากมีคู่แข่งที่เป็นเอกชนด้วยกันจำนวนมากทั้ง มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก อีกทั้ง ยังไม่ได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลเหมือนกับมหาวิทยาลัย ของรัฐบาล ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลพบความแตกต่างใน “การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษากับอาจารย์” นั้น มหาวิทยาลัยเอกชนจะดำเนินการผ่าน “ระบบอาจารย์ที่ ปรึกษา” ซึ่งถือเป็นจุดแข็งที่ทำให้ดีกว่ามหาวิทยาลัยของ รัฐบาล อย่างเช่น มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง เป็นมหาวิทยาลัย เอกชนขนาดเล็กที่มีระบบอาจารย์ที่ปรึกษาที่เข้มแข็ง และ ดูแลนักศึกษาได้ใกล้ชิดกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนขนาดใหญ่ ซึ่งอาจารย์ที่ปรึกษาจะทำหน้าที่ ได้แก่ 1) ดูแลเอกสาร แผนการเรียนของนักศึกษาตามหลักสูตร 2) ให้คำแนะนำแก่นักศึกษาด้านการลงทะเบียน ด้านการเรียนการสอน และ ด้านอื่น ๆ และ 3) ดูแลนักศึกษาในที่ปรึกษาตลอดระยะเวลา ที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย โดยมีระบบอาจารย์ที่ปรึกษาที่เป็นรูปธรรมชัดเจน มีกลไกและขั้นตอนการปฏิบัติอย่างเป็นระบบ แต่เนื่องด้วยเป็นระบบที่ทำงานด้วยมือ จึงทำให้เกิดข้อผิดพลาดของสารสนเทศที่นำไปใช้สำหรับให้คำแนะนำแก่นักศึกษาเพื่อประกอบการตัดสินใจ ปัญหาที่พบ ได้แก่ 1) การบันทึกเกรดนักศึกษาในแผนการเรียนรายบุคคล เกิดข้อผิดพลาด เช่น การลืมนับที่เกรดรายวิชาที่นักศึกษา

ลงทะเบียนเรียนไปแล้วแต่ไม่ปรากฏเกรด การบันทึกเกรด ผิดจากที่เป็นจริง การบันทึกเกรดผิดรายวิชา กล่าวคือ รายวิชาที่นักศึกษายังไม่ลงทะเบียนเรียนแต่กลับปรากฏ เกรด เป็นต้น 2) ความล่าช้าในการสืบค้นข้อมูลในแผน การเรียนรายบุคคล 3) อาจารย์ใช้เวลาในการจัดการ ข้อมูลแผนการเรียนของนักศึกษาที่ต้องบันทึกด้วยมือ ซึ่ง เป็นการสิ้นเปลืองเวลาสำหรับจัดการงานอื่นๆ 4) การบันทึก การเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาในแฟ้มที่ปรึกษาไม่สะดวก ส่งผลให้อาจารย์ส่วนใหญ่ไม่ค่อยบันทึก 5) การคัดแยก เกรดเฉลี่ยของนักศึกษาเพื่อจัดกลุ่มนักศึกษาเรียนอ่อน เรียนปานกลาง และเรียนดี ใช้เวลานาน 6) การจัดเก็บข้อมูล ไม่เป็นระเบียบ 7) การให้ข้อมูลที่ไม่ทันต่อเวลาใช้งาน 8) ระบบอาจารย์ที่ปรึกษาที่ทำงานด้วยมือ ทำให้เกิด ความล่าช้า ใช้เวลาจัดการงานมากขึ้น จึงเป็นการเพิ่มภาระงาน ให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษา 9) ช่องทางในการติดต่อสื่อสาร กับอาจารย์ยังไม่หลากหลาย และ 10) ขาดช่องทางการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่ดี ปัญหาเหล่านี้ส่งผลต่อคุณภาพ การให้บริการ เมื่อปัญหาเกิดจากการใช้สารสนเทศที่ไม่มี ประสิทธิภาพในระบบบันทึกเกรดในแผนการเรียนรายบุคคล เช่น การที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนซ้ำในรายวิชาที่เคยเรียน มาแล้ว หรือนักศึกษาไปแจ้งสำเร็จการศึกษา แต่เมื่อฝ่ายทะเบียน ตรวจสอบแล้วกลับพบว่ายังลงทะเบียนไม่ครบในบาง รายวิชา ทำให้ไม่สามารถสำเร็จการศึกษาได้ ปัญหาวิกฤตนี้ ทำให้เกิดข้อพิพาทและความขัดแย้งขึ้นระหว่างอาจารย์กับ นักศึกษา ทำให้ความสัมพันธ์นั้นดำเนินไปอย่างย่ำแย่ ความพึงใจของนักศึกษาลดลง ขณะที่อาจารย์ก็ได้รับบทลงโทษ จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา “เว็บไซต์ การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาและอาจารย์คณะ บริหารธุรกิจ ผ่านระบบการจัดการแผนการเรียน” โดยทำ การเขียนโปรแกรมเพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศประมวลผล ออนไลน์ ที่สามารถใช้แก้ไขปัญหาดังกล่าวข้างต้น และ นำระบบมาใช้งานจริงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ของอาจารย์ที่ปรึกษา และเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ ของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยที่ได้เป็นอย่างดี เป็น วัฏจักรนี้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริงของคณะและ กับคณะอื่น รวมถึงมหาวิทยาลัยอื่นๆ ในประเทศไทยใน อนาคต

## 2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์

เป็นการบริหารจัดการ “การบริการ” และการสร้างความสัมพันธ์ที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจกับสินค้าและบริการของบริษัท โดยใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยดำเนินงานและ จัดเตรียมข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการบริการลูกค้า โดย เป้าหมายสูงสุดของระบบจัดการความสัมพันธ์ คือ การเติบโตของธุรกิจที่มีผลกำไรด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และบริการที่เหมาะสมให้กับกลุ่มลูกค้า ผ่านช่องทางที่ ถูกต้องเหมาะสมกับจังหวะเวลาภายใต้ต้นทุนที่สมเหตุสมผล และระบบการจัดการความสัมพันธ์ยังมุ่งศึกษาความต้องการ ของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องและ นำมาซึ่งผลกำไรในระยะยาว ในปัจจุบันการจัดการลูกค้าสัมพันธ์มักเป็นกลยุทธ์ที่ถูกใช้ร่วมกับงานบริการ ซึ่งจะพบ ว่าการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-CRM) มีความสำคัญอย่างมากต่อระบบการให้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ (e-Services)

### 2.2 ระบบ e-Service

การให้บริการขององค์กรผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นมี ผลกระทบโดยตรงต่อลูกค้า องค์กรจะลดช่องว่างการให้ บริการโดยซอฟต์แวร์ที่ให้บริการต้องเป็นที่ยอมรับ เนื่องจาก จะส่งผลต่อการบริการและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า กับพนักงานผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผลกระทบจากการใช้ บริการจะสะท้อนกลับให้รู้ถึงประสิทธิภาพในงานบริการของ องค์กร ทั้งนี้ ระบบ e-Services เป็นรูปแบบการให้บริการ ลูกค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งหนึ่งระบบของการให้ บริการ อาจประกอบไปด้วย การให้บริการข้อมูลข่าวสาร ผ่านโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ และเครือข่าย มีการสร้าง เครือข่ายเสมือนและลูกค้าสามารถเข้าถึงระบบบริการผ่าน อุปกรณ์พกพาและคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลเพื่อให้มีความง่าย และสะดวก มีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายผ่านเครือข่าย ซึ่งในปัจจุบันหลายองค์กรได้เพิ่มช่องทางบริการใหม่ๆ เช่น การให้บริการผ่านทางโทรศัพท์ (Call Center) ให้บริการทาง เว็บไซต์ ให้บริการผ่านเครื่องบริการอัตโนมัติโดยลูกค้า ทำรายการด้วยตนเอง และการให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่าน มือถือ [3]

### 2.3 ระดับของการพัฒนาระบบให้บริการอิเล็กทรอนิกส์

การให้บริการอิเล็กทรอนิกส์แบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ระดับ 1 บริการข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานที่มีเว็บไซต์ได้มาตรฐาน ให้ข้อมูลของหน่วยงานหรือบริการของหน่วยงาน ระดับ 2 บริการแบบปฏิสัมพันธ์ คือหน่วยงานมีเว็บไซต์ที่สามารถให้บริการแบบโต้ตอบกับผู้ใช้บริการได้ ระดับ 3 บริการเชิงรายการหรือบริการเชิงธุรกรรมหน่วยงานมีเว็บไซต์ที่สามารถ ให้บริการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ และ ระดับ 4 บริการแบบรวมศูนย์หรือบริการแบบบูรณาการ หน่วยงานมีเว็บไซต์หรือระบบ อัตโนมัติเชื่อมต่อระหว่างหน่วยงานซึ่งจะทำให้เกิดการบริการร่วมกันระหว่างหน่วยงานผ่านทางช่องทางเดียว [3] ทั้งนี้ การพัฒนาการให้บริการ จะมีความซับซ้อนจะมีค่าใช้จ่ายในการพัฒนาระบบสูงตามระดับที่สูงขึ้น แต่ก็มีประโยชน์ของการบริการสูงตามระดับ อย่างไรก็ตาม การให้บริการยังมีอุปสรรคของการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (e-Transactions) ใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือ ได้แก่ ความปลอดภัยของรายการธุรกรรม ความมั่นใจเรื่องความเป็นส่วนตัวของข้อมูล การมีหลักฐาน และการรับรอง และความเชื่อใจและไว้วางใจ 2) ความสะดวก และง่ายของการทำเรื่องในเว็บไซต์ และ 3) ความน่าเชื่อถือในเสถียรภาพของเทคโนโลยี ทั้งนี้หากผู้ใช้บริการไม่ให้ความไว้วางใจ ไม่เชื่อถือในระบบบริการ ไม่เชื่อถือในเสถียรภาพของเทคโนโลยีและหากระบบนั้นยากต่อการใช้งาน ผู้ใช้บริการก็จะไม่ใช้บริการผ่านช่องทางนั้น หรืออาจเกิดปัญหาอื่นๆ ตามมาอีกมากมาย

### 2.4 การออกแบบและบริหารเว็บไซต์

สิ่งที่ต้องคำนึงประกอบด้วย 1) ด้านการออกแบบ (Context Factor) ต้องออกแบบให้ง่ายต่อการใช้งาน สามารถเข้าถึงและเรียกใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ได้ด้วยความรวดเร็ว หน้าแรกของเว็บไซต์ต้องมีความง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้งาน ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลได้ด้วยความง่าย แต่ละเว็บเพจต้องดูสะอาดเรียบร้อยโดยไม่จำเป็นต้องมีเนื้อหามากเกินไป รูปแบบของเว็บเพจและขนาดของตัวอักษรต้องออกแบบให้อ่านได้ง่าย และเว็บไซต์ต้องสร้างให้สวยงามโดยใช้สีที่เหมาะสม 2) ด้านเนื้อหา (Content Factor) ต้องน่าสนใจ มีประโยชน์ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องให้ข้อมูลเชิงลึกโดยเชื่อมโยงข้อมูลไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง และการเปลี่ยนแปลงข่าวที่น่าสนใจเป็นประจำ 3) ด้านชุมชน

(Community Factor) มีระบบการสื่อสารที่ทำให้ผู้ใช้กับผู้ใช้สามารถติดต่อกันได้ 4) ด้านลักษณะเฉพาะบุคคล (Customization Factor) ผู้ใช้สามารถเปลี่ยนแปลงลักษณะของเว็บไซต์ เช่น สี ชนิดตัวอักษรได้ตามต้องการ และรวมถึงสามารถปรับเปลี่ยนข้อมูลส่วนบุคคลได้ด้วยตนเอง 5) ด้านการสื่อสาร (Communication Factor) มีช่องทางการติดต่อแบบสองทาง คือ ระหว่างผู้ใช้ติดต่อกับเว็บไซต์ และเว็บไซต์ติดต่อกับผู้ใช้ และ 6) ด้านความเชื่อมโยง (Connection Factor) การเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆ

### 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมพล [4] ศึกษาเรื่อง กระบวนการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตชุมสายลำปาง พบว่า ลูกค้ามีมุมมองของระดับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ด้านการรักษาลูกค้า และด้านการกำหนดโปรแกรมสร้างความสัมพันธ์ตามลำดับ ทั้งนี้ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีมุมมองต่อระดับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน

นฤมล [5] ศึกษาเรื่อง การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์: วิธีการที่ถูกประยุกต์ใช้ อุปสรรค และแนวโน้มในอนาคต ของอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต พบว่า โรงแรมในภูเก็ตมีการใช้เครื่องมือที่หลากหลายเพื่อสนับสนุนลูกค้าในทุกด้านเพื่อจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อการดูแลรักษาลูกค้า โรงแรมส่วนใหญ่ในภูเก็ตใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อเพื่อจัดเตรียมการบริการลูกค้าภายในเว็บไซต์มีเนื้อหาครบถ้วน มีการจองห้องพักออนไลน์ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ อย่างไรก็ตาม อุปสรรคของการประยุกต์ใช้เทคนิค e-CRM กับโรงแรมในภูเก็ตคือความชำนาญและองค์ความรู้ของพนักงานที่มีต่อการใช้งานระบบ e-CRM

ดาวรุ่ง [6] ศึกษาเรื่อง ระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์สำหรับธุรกิจการเงินของห้างหุ้นส่วนสามัญ บุณยรอด ลิสซิ่ง พบว่า สามารถนำระบบสารสนเทศการจัดการความสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นไปใช้กับการบริหารจัดการข้อมูลของห้างหุ้นส่วนสามัญ บุณยรอด ลิสซิ่ง ทดแทนระบบการทำงานเดิมได้ ทำให้การดำเนินการต่างๆ ของผู้จัดการและพนักงาน มีความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น และเป็นแนวทาง

ในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการสำหรับด้านอื่นๆต่อไปได้

ปิยวัฒน์ [7] ศึกษาเรื่อง คอลล์เซ็นเตอร์: หัวใจของกลยุทธ์การจัดการฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท เอ.อาร์.อินฟอร์เมชัน แอนด์ พับลิเคชัน จำกัด (ARIP) พบว่า ระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของแผนก การจัดการระบบฐานข้อมูลสมาชิก ตลอดจนการโฆษณาประชาสัมพันธ์หนังสือในเครือของบริษัทเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้มียอดขายและยอดการสมัครสมาชิก ทั้งนี้ ระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของแผนก ได้นำเอาหลักการ Call center สมัยใหม่ที่ช่วยในด้านการจัดการกลยุทธ์ฐานข้อมูลลูกค้าร่วมกับการตลาดได้เป็นอย่างดี ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานของบริษัทได้อย่างสูงสุด

### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

#### 3.1 รูปแบบการวิจัย

ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสม (Mixed method) ระหว่างการวิจัยเชิงพัฒนา (Developmental research) ด้วยการวิเคราะห์ออกแบบระบบสารสนเทศคอมพิวเตอร์และเขียนโปรแกรมพัฒนาเว็บไซต์ฐานข้อมูล การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ด้วยการสัมภาษณ์ และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก

#### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 2 กลุ่ม ของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในพื้นที่กรุงเทพมหานคร รวม 224 คน (จากประชากรทั้งหมด 410 คน) เป็นอาจารย์และเจ้าหน้าที่คณะ ซึ่งเป็นผู้ใช้ระบบ 28 คน และนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจซึ่งเป็นผู้รับบริการ จำนวน 196 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดย 1) ฝึกรอบมทดลองใช้ระบบ “เว็บไซต์การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาและอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ ผ่านระบบการจัดการแผนการเรียน” ดำเนินการกับอาจารย์และเจ้าหน้าที่คณะ จำนวน 22 คน 2) สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกจากอาจารย์และเจ้าหน้าที่คณะ จำนวน 6 คน นักศึกษา จำนวน 6 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และ 3) แจกแบบสอบถามกับอาจารย์และเจ้าหน้าที่ฯ จำนวน 22 คน นักศึกษา จำนวน 190 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

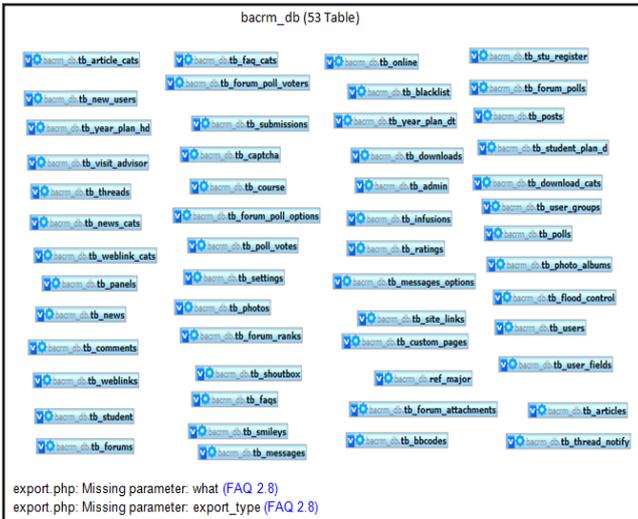
3.3.1 เครื่องมือเชิงพัฒนา เขียนโปรแกรมพัฒนาระบบ “เว็บไซต์การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาและอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ ผ่านระบบการจัดการแผนการเรียน” ด้วยโปรแกรม PHP (Programming Language), Apache (Web Server), MySQL (Database), Dream Weaver (Web Design), Photoshop CS (Image Design), Java Script (Embed script), DesktopAuthor (e-Book), CMS Software (Web Development), Browser (IE), FileZilla (Upload file) และ Windows XP (Operating System) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้กระบวนการพัฒนาระบบตามวัฏจักรในการพัฒนาระบบสารสนเทศ (System Development Life Cycle: SDLC) แยกส่วนการทำงานออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) กระบวนการวางแผน (Planning) 2) กระบวนการวิเคราะห์ระบบ (Analysis) 3) กระบวนการออกแบบระบบ (Design) และ 4) กระบวนการพัฒนาระบบและนำระบบไปใช้งาน (Implementation) โดยในรายละเอียดผู้วิจัยได้ทำการออกแบบ 1) แผนภาพบริบท (Context Diagram) 2) แผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram) 3) ออกแบบฟอร์มนำเข้าข้อมูล (Input Design) 4) ออกแบบสิ่งนำออก (Output Design) 5) ออกแบบแผนภาพความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล (E-R Diagram) 5) ออกแบบผังองค์กรระบบ (System Organization Chart/ Site Map) และ 6) ออกแบบฐานข้อมูลและเขียนโปรแกรม ตัวอย่างบางส่วนแสดงดังภาพที่ 1 - 2

จากนั้นทำการทดสอบและติดตั้งระบบ ฝึกรอบมผู้ใช้ และทดลองใช้งานระบบ และเก็บผลการทดลองใช้งานระบบเพื่อติดตั้งใช้งานจริง

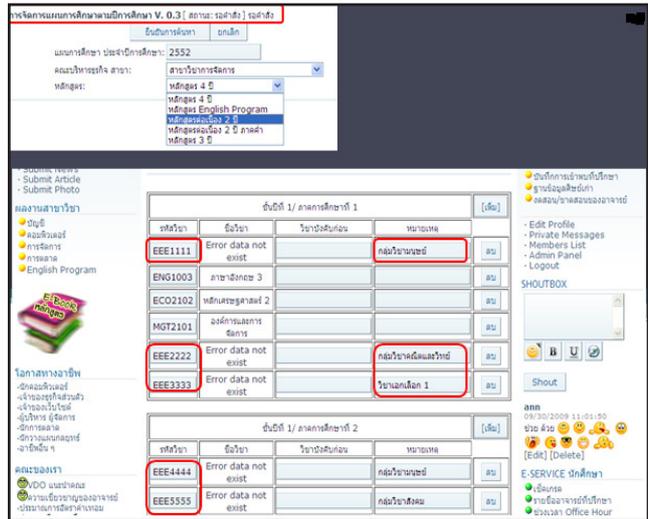
3.3.2 เครื่องมือเชิงคุณภาพ แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแบบสอบถาม เปิดให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้พูดคุย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

3.3.3 เครื่องมือเชิงปริมาณ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน มีข้อคำถาม จำนวน 40 ข้อ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผ่านการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่า IOC = 1 ค่าความความเชื่อมั่น = 0.95 จากการทดสอบตอบแบบสอบถามจากผู้ตอบ 30 คน

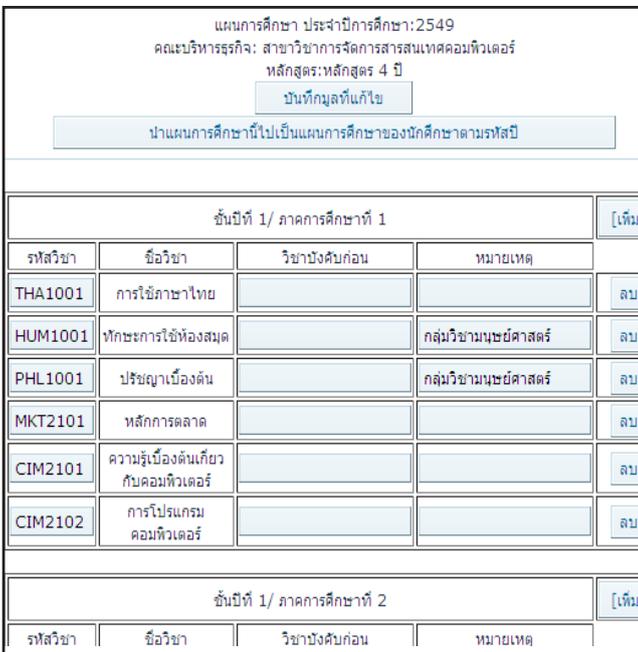




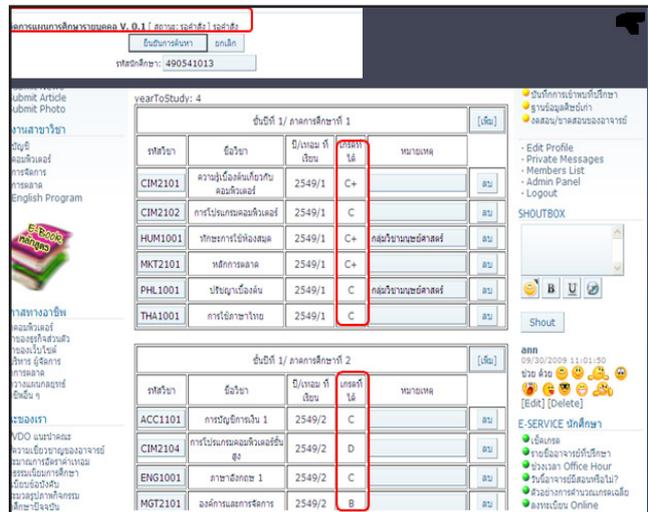
ภาพที่ 3 Database schema



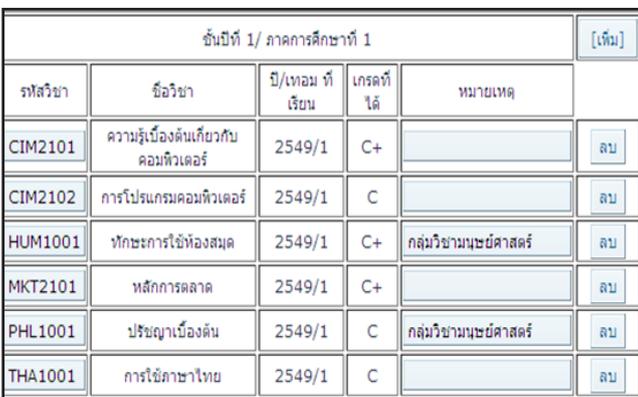
ภาพที่ 6 การบันทึกข้อมูลในแผนการเรียนรวม (กรณีไม่ระบุวิชาเลือกเสรี)



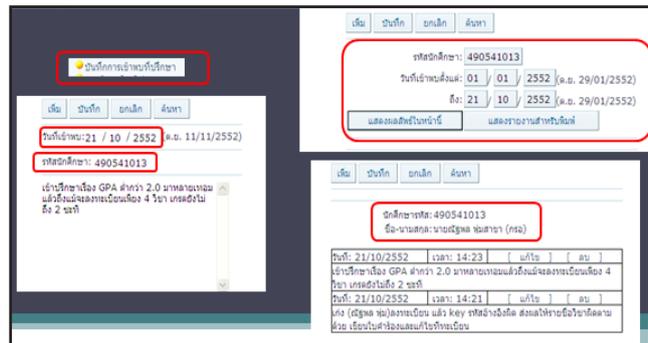
ภาพที่ 4 หน้าจอผลลัพธ์การจัดการแผนการเรียนรวม



ภาพที่ 7 เกรดในแผนการเรียนรายบุคคล



ภาพที่ 5 หน้าจอผลลัพธ์การจัดการแผนการเรียนรายบุคคล



ภาพที่ 8 การทำงานของโปรแกรมบันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา



#### 4.2 ผลการประเมินประสิทธิภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลประเมินประสิทธิภาพการทำงานของระบบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านระบบสารสนเทศ และด้านวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ ที่มีตำแหน่งทางวิชาการระดับรองศาสตราจารย์ ดร. ได้ผลประเมินอยู่ใน "ระดับดี"

#### 4.3 ผลการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มผู้ใช้

ผลการประเมิน พบว่า อาจารย์ที่ปรึกษาเห็นด้วยต่อการออกแบบระบบเว็บไซต์ในมุมมองของผู้ใช้งาน มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 92 อาจารย์มีความรู้ความเข้าใจ ในการจัดการแผนการเรียน การตัดแยกเกรดเฉลี่ย บันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา ร้อยละ 92.5 อาจารย์มีความพึงพอใจในการนำระบบไปใช้งาน ร้อยละ 94.79 และอาจารย์มีทักษะการใช้งานคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบ ร้อยละ 90.97 ขณะที่ ระบบแสดงข้อมูลข่าวสาร ระบบการอัปเดตข้อมูลข่าวสาร ระบบการค้นหาข้อมูล และระบบการปรับปรุงข้อมูลก็สามารถทำงานได้ดีและมีประโยชน์อย่างมาก ดังที่สรุปในตารางที่ 1

#### 5. สรุป

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1) เว็บไซต์การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาและอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ ผ่านระบบการจัดการแผนการเรียน พบว่า ความสามารถของระบบอาจารย์ที่ปรึกษาและความสามารถของระบบรองรับการใช้งานของนักศึกษาเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญและเหมาะสมที่จะใช้เป็้องค์ประกอบหลักในการพัฒนาเว็บไซต์ สอดคล้องกับนฤมล [5] ได้ทำการศึกษา การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ สุพล [8] ที่ว่า ธุรกิจในปัจจุบันให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอย่างมากเนื่องจาก ลูกค้าคือหัวใจของการทำธุรกิจทุกประเภท หากลูกค้าประทับใจในผลิตภัณฑ์และบริการ ก็จะเป็นกระบอกเสียงในการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นหลายองค์กรพยายามสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยคิดกลยุทธ์และวิธีการต่างๆ เช่น การพัฒนา ระบบการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าขึ้นมาใช้ โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพัฒนาระบบสารสนเทศ

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

| ลำดับ   | รายการ   | ร้อยละที่ได้ |
|---|--|--------------|
| <b>ด้านประสิทธิภาพ การประมวลผล และความถูกต้อง</b>   |  |              |
| ส่วนที่ 1 : ระบบจัดการแผนการเรียนรวม และระบบจัดการแผนการเรียนรายบุคคล ค่าเฉลี่ยร้อยละ 93.75 |  |              |
| 1   | สามารถบันทึกแผนการเรียนรวมของนักศึกษาตามชั้นปีได้อย่างถูกต้อง            | 93.75        |
| 2   | กระจายรายวิชาในแผนการเรียนรวมไปยังแผนการเรียนรายบุคคลได้                 | 92.50        |
| 3   | สามารถเพิ่ม-ลด-แก้ไข รายวิชา ในแผนการเรียนรวมได้                         | 93.75        |
| 4   | ระบบสามารถตรวจสอบรหัสวิชากับชื่อวิชาได้                                  | 96.25        |
| 5   | สามารถดึงเกรดจากระบบทะเบียน บันทึกลงในแผนการเรียนรายบุคคลได้อย่างถูกต้อง | 91.25        |
| 6   | สามารถค้นหาแผนการเรียนและแผนการเรียนรายบุคคลได้                          | 95.00        |
| ส่วนที่ 2 : ระบบตัดแยกเกรดเฉลี่ยของนักศึกษาตามชั้นปี ค่าเฉลี่ยร้อยละ 93.75                  |  |              |
| 1   | สามารถสรุปเกรดเฉลี่ยของนักศึกษาแต่ละชั้นปี ตามช่วงต่างๆ ได้              | 92.50        |
| 2   | นับจำนวนนักศึกษารวมถูกต้องตามจำนวนจริง ข้อมูลไม่สูญหาย                   | 93.75        |
| 3   | นำตัวเลขจำนวนนักศึกษาที่ตัดแยกเกรด ไปคำนวณร้อยละได้                      | 92.50        |
| 4   | สามารถค้นหาการตัดแยกเกรดตามชั้นปีได้                                     | 96.25        |
| ส่วนที่ 3 : ระบบบันทึกข้อมูลการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา ค่าเฉลี่ยร้อยละ 94.17                 |  |              |
| 1   | สามารถบันทึกการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา เป็นรายบุคคลได้                    | 93.75        |
| 2   | สามารถเพิ่ม-ลด-แก้ไข ข้อมูลการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาได้                  | 93.75        |
| 3   | สามารถค้นหาข้อมูลการเข้าพบรายบุคคลได้                                    | 95.00        |

สลับข้ามหน้าที่ในองค์กร หรือเว็บไซต์ ลูกค้าสามารถโต้ตอบกับคอมพิวเตอร์ของบริษัทได้ ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าและธุรกิจ ช่วยอำนวยความสะดวกในการบริการลูกค้า

2) ความสามารถของระบบอาจารย์ที่ปรึกษา พบว่า ระบบจัดการแผนการเรียนรวม ระบบจัดการแผนการเรียนรายบุคคล ระบบบันทึกข้อมูลการเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา และระบบคัดแยกเกรดเฉลี่ยของนักศึกษาตามชั้นปี มีประสิทธิภาพสามารถประมวลผลข้อมูลและทำงานได้อย่างถูกต้อง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณบางส่วน ดังแสดงในตารางที่ 1

ซึ่งผลวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าเฉลี่ยร้อยละที่ได้นี้ เป็นไปตามการวัดประสิทธิภาพการทำงานของระบบในส่วนของ การออกแบบหน้าจอการนำเข้าข้อมูลและความถูกต้องในการประมวลผลข้อมูลของระบบ นอกจากนี้ ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจากอาจารย์ซึ่งเป็นผู้ใช้งานระบบพบว่า ระบบ “เว็บไซต์การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาและอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ ผ่านระบบการจัดการแผนการเรียน” ของงานวิจัยนี้ เป็นสิ่งที่ดีมาก เป็นงานวิจัยที่มีประโยชน์ต่อระบบอาจารย์ที่ปรึกษาของคณะบริหารธุรกิจ คาดว่าจะเป็นประโยชน์ในการสืบค้นข้อมูลและเป็นคลังสมองที่ยิ่งใหญ่ของมหาวิทยาลัยต่อไปในภายหน้า ทำให้มหาวิทยาลัยมีสารสนเทศที่พร้อมใช้จะเป็นประโยชน์มาก และเป็นงานวิจัยที่ดีมากช่วยแก้ปัญหาที่อาจารย์ที่ปรึกษาพบเจอบ่อยๆ ได้ ซึ่งทำให้ไม่เกิดปัญหาในการให้บริการและการให้คำแนะนำแก่นักศึกษา สามารถให้ข้อมูลสารสนเทศแก่นักศึกษาอย่างรวดเร็ว ซึ่งนักศึกษาที่รู้สึกดี จึงช่วยเติมเต็มการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษากับนักศึกษาได้ดีขึ้น สอดคล้องกับ Formant [9] ที่กล่าวว่า เทคโนโลยีทำให้สามารถสร้างความสัมพันธ์ใหม่ได้เสมอ และ Gibbert [10] ที่ว่าระบบการบริหารความสัมพันธ์นั้น การรักษาลูกค้าถูกกว่าการหาลูกค้า และความพอใจ ความภักดีของลูกค้า จะทำให้บริษัทสามารถรักษาลูกค้าไว้และกระตุ้นลูกค้าให้ผูกติดกับสินค้าและบริการ

3) ความสามารถของระบบรองรับการใช้งานของนักศึกษา พบว่า นักศึกษาเห็นด้วยต่อการใช้งาน ระบบแสดงข้อมูลข่าวสารสำหรับนักศึกษา ร้อยละ 95.5 ระบบการค้นหาและตรวจสอบแผนการเรียนรวม ร้อยละ 97.2 ระบบการค้นหาและตรวจสอบแผนการเรียนรายบุคคล ร้อยละ 97.5

ระบบการเข้าร่วมกลุ่มสังคมเสมือนออนไลน์ ร้อยละ 92 ระบบการติดต่อสื่อสารกับอาจารย์และเจ้าหน้าที่ ร้อยละ 95.6 ระบบการเชื่อมโยงเนื้อหา ร้อยละ 90 และ ระบบการสอบถามปัญหา ร้อยละ 93 นอกจากนี้ ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนักศึกษา พบว่า การมีระบบนี้ใช้งานช่วยเพิ่มความสะดวกแก่นักศึกษาได้อย่างมาก นักศึกษาสามารถเข้าดูข้อมูลในระบบฐานข้อมูลแผนการเรียนรายบุคคลออนไลน์ได้ และสามารถวางแผนการลงทะเบียนเรียนล่วงหน้าด้วยตนเองได้ โดยการใช้สารสนเทศในระบบ ทำให้พึงพาการตรวจสอบข้อมูลโดยอาจารย์ที่ปรึกษาน้อยลง ซึ่งเป็นจุดที่ทำให้พึงพอใจเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังสามารถปฏิสัมพันธ์กับอาจารย์ที่ปรึกษาได้โดยไม่ต้องเดินทาง เขามายังมหาวิทยาลัย สามารถโต้ตอบกับอาจารย์ที่ปรึกษาได้รวดเร็วขึ้น ซึ่งการตอบสนองระหว่างนักศึกษากับอาจารย์ด้วยสารสนเทศที่รวดเร็วทันใจนี้ เป็นส่วนช่วยปรับปรุงความสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Oliver [2] ที่ว่า ถ้าลูกค้าพึงพอใจในระดับสูงก็จะสามารถรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างแข็งแรง ซึ่งส่งผลต่อกำไรของบริษัทหรือคนอื่นๆ อย่างมาก สมพล [4] ได้ทำการศึกษา กระบวนการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ดาวรุ่ง [6] ได้ทำการศึกษาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์สำหรับธุรกิจการเงิน และ Chung [11] ได้ทำการศึกษา บทบาทของการจัดการความสัมพันธ์กับธุรกิจค้าในยุคโลกาภิวัตน์ที่เทคโนโลยีพัฒนาอย่างรวดเร็ว

4) ประสิทธิภาพการให้บริการของอาจารย์ที่ปรึกษา พบว่า การใช้งานระบบเว็บไซต์การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาและอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ ผ่านระบบการจัดการแผนการเรียน ส่งผลเชิงบวกโดยตรงต่อ ความพึงพอใจของนักศึกษา ร้อยละ 95 ปรับปรุงความสัมพันธ์ ร้อยละ 97 ลดข้อผิดพลาด ร้อยละ 98 ความเร็วในการตอบสนอง ร้อยละ 98.5 คุณภาพของสารสนเทศ ร้อยละ 95.2 และประสิทธิภาพการให้คำปรึกษา ร้อยละ 96.5 ดังนั้น จึงสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ว่า “การปรับปรุงความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาและอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผ่านระบบการจัดการแผนการเรียนออนไลน์” นั้นสามารถช่วยปรับปรุงความสัมพันธ์ได้จริงภายใต้ระบบที่มีความสามารถดังกล่าว



ข้างต้น สอดคล้องกับการใช้รูปแบบการบริหาร e-Services ด้วย e-CRM ของ เรวัต [3]

#### ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ ผลงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงพัฒนาซึ่งได้ถูกนำไปใช้ปฏิบัติงานจริงในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้จะเป็นการดียิ่งขึ้นหากได้มีการขยายผลนำไปใช้กับคณะอื่นๆ หรือมหาวิทยาลัยอื่นๆ ในลำดับต่อไป และควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ดูแลระบบ บำรุงรักษาระบบและคอยให้ความช่วยเหลืออาจารย์หากต้องการคำแนะนำ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป อาจเพิ่มวิธีการทางสถิติขั้นสูงที่มากกว่าการใช้สถิติพื้นฐาน โดยทำการทดสอบแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อหาความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล

#### 6. เอกสารอ้างอิง

- [1] A. Charles, M. Lauras, and L.V. Wassenhove. "A model to define and assess the agility of supply chains: building on humanitarian experience." *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 40, No. 8/9, pp. 722-741, 2010.
- [2] R. C. Olive. "Affective and attribute bases of the satisfaction response." *Journal of Consumer Research*, Vol. 20, pp. 418-30, 1993.
- [3] R. Sangsuriyong. *e-Service Management with e-CRM*. Burapha University Printing House, Cho-honburi, 2006.
- [4] S. Yothawong. *Customer Relationship Management*

*Process that affect to High Speed Internet Service of TOT Public Company Limited in Lampang Telephone Exchange, Lampang, 2008.*

- [5] N. Pethcharatmune. *Customer relationship management through electronic media: how to apply, barriers, and future trends*. Of hotel industry, Phuket, 2008.
- [6] D. Meela. *Online Customer Relationship Management System for Financial Business of Boonrod Leasing*, Bangkok, 2006.
- [7] P. Kunrak. *Call center: The heart of customer database management strategy*, A.R. Information and Publications Company Limited, Bangkok, 2005.
- [8] S. Pormmapan. *Customer Relationship Management*. *Thai Business Newspaper*, Bangkok, 2005.
- [9] C. Formant. "Customer acquisition and CRM: A Financial Services Perspective. In S.A. Brown (Ed.), *customer relationship management: A strategic imperative in the world of e-business*". Toronto: John Wiley and Sons. pp. 87-106, 2000.
- [10] M. Gibbert, M. Leibold, and G. Probst. "Five styles of Customer Knowledge Management and how smart companies use them to create value." *European Management Journal*, Vol. 2, No. 5, pp. 459-469, 2002.
- [11] W. S. Chung. *Managed the research of the probing CRM's role with current mass retailers' membership programs-Take A Company as an example*, Taiwan, 2007.