



การวัดประสิทธิผลด้านการให้บริการของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม
โดยการใช้แบบจำลองของดีลอนแอนด์แม็คคลีน และอีเมตริก

Measuring the Service Performance of Electronic Customer Relationship
Management System in the Hotel Business:
Delone and Mclean IS Success Model and E-Metric

ศศินิภา ทิวาลัย¹

วศิน เหลี่ยมปรีชา²

ssnp.twl@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพระบบ คุณภาพบริการ การใช้งาน ความพึงพอใจของผู้ใช้ และประสิทธิผลด้านการให้บริการของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม นอกจากนี้เพื่อนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพระบบสารสนเทศและปรับปรุงด้านการใช้งานให้กับผู้ใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น

ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้ พบว่า คุณภาพระบบ คุณภาพสารสนเทศ และคุณภาพการบริการมีผลเชิงบวกต่อการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีผลเชิงบวกซึ่งกันและกัน การใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีผลเชิงบวกกับประสิทธิผลด้านการให้บริการ ซึ่งปัจจัยทั้งสามตัวนี้จะส่งผลกระทบต่อซึ่งกันและกัน ในส่วนของการวัดประสิทธิภาพการทำงานของเว็บไซต์โดยการใช้เครื่องมือ อีเมตริก พบว่า ด้านอินเทอร์เน็ต ด้านประสบการณ์ ด้านการตลาด และด้านเทคโนโลยี ของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เนื่องจากเว็บไซต์ของธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่มีปัญหา ได้แก่ ไม่เหมาะสำหรับการพิมพ์ ไม่มีซอฟต์แวร์สำหรับการวิเคราะห์ ไม่มีการกำหนดหัวเรื่อง ไม่ได้มาตรฐานในการใช้งานบนเว็บไซต์ ภาพบางภาพไม่ระบุข้อความ และไม่มีการกำหนดขนาดรูปภาพ

คำสำคัญ: โรงแรมระดับ 4 ดาว และ 5 ดาว ระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ แบบจำลองวัดความสำเร็จระบบสารสนเทศ

Abstract

This research aims to study the relationship among system quality, service quality, application, user's satisfaction, and the efficiency in on-line customer relations system for hotel business. In addition, this research aims to apply the study outcome to be a guideline in information and technology development as well as to improve an application for on-line customers. Moreover, it will create the satisfactory to customers, and also the competition advantage efficiently.

The finding of the assumption test of this research found that system quality, information and technology system, and service quality contain the positive effect to the user, to the application, and to the user's satisfaction. These have mutual effect positively. The application and user's satisfaction also have positive effect to the service efficiency. These three factors will affect each other. In addition to this, the assessment for testing how the website works by using the tool – E-Metric states that in term of Internet, Experiences, Marketing, and Technology in administrative system for on-line customer relations for hotel business is not as efficient as it should be. This is because most of hotels have some trouble for their websites such as it is not suitable for printing, there isn't any software for analysis, the topic isn't there, it doesn't reach the standard for an application on its website, some pictures do not contain messages, and some do not state their size.

Keywords: Hotel Business 4 star and 5 star, Electronic Customer Relationship Management Systems, DeLone and McLean IS Success Model, E-Metric

¹ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมถือเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เพราะเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับประเทศกว่า 9 แสนล้านบาทในปี 2550 เมื่อพิจารณาจากรายได้ของประเทศ ในส่วนของโรงแรมจะพบว่ามีการขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยลำดับ จาก 309,622 ล้านบาท ในปี 2545 จนมีมูลค่าถึง 439,720 ล้านบาท ในปี 2551 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.25 ต่อปี คิดเป็นสัดส่วนต่อผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ ของประเทศไทยเท่ากับร้อยละ 4.9 (สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น, 2553) และนอกจากนี้ธุรกิจโรงแรมถือเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตของภาคการท่องเที่ยว และมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในเขตภาคเหนือของประเทศ เพราะเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญเป็นอันดับสามของภาครองจากภาคเกษตรและพาณิชย์กรรม ซึ่งในปี 2554 ธุรกิจโรงแรมในภาคเหนือมีอัตราการเข้าพักของโรงแรมขยายตัวเพิ่มขึ้นจากลูกค้าคนไทยเป็นสำคัญ โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ประกอบกับแผนการกระตุ้นการท่องเที่ยวระดับภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีการกระจายตัวไปยังภูมิภาคต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เห็นได้จากอัตราการเข้าพักเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจโรงแรมในภาคเหนือ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2554)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจโรงแรมถือเป็นธุรกิจสำคัญในการสร้างงาน และมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศอีกด้วย อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาพักเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ในแง่ของของธุรกิจโรงแรมก็หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ธุรกิจจะต้องมีการแข่งขันเพื่อช่วงชิงลูกค้ากันมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ในการแข่งขัน ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่งที่สำคัญและได้ถูกนำมาใช้ก็คือ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ (Electronic Customer Relationship Management หรือ eCRM) (มณฑนา สังข์ทอง และอังกร ลาภธเนศ, 2548, หน้า 144)

eCRM เป็นรูปแบบหนึ่งของการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง ซึ่งรูปแบบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์เป็นได้ทั้งการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ กิจกรรมด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และอีกหลายช่องทางที่สามารถติดต่อเข้าถึงลูกค้าได้บนพื้นฐานของอินเทอร์เน็ต เช่น การจองห้องพักผ่านทางอินเทอร์เน็ต การตรวจสอบราคาห้องพัก และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการอำนวยความสะดวกสบาย และความรวดเร็วในการให้บริการกับลูกค้า (จรรยาเจียงสถาพร, 2545, หน้า 1) นอกจากนี้ระบบ eCRM ของธุรกิจโรงแรมไม่ได้เป็นเพียงช่องทางออนไลน์สำหรับการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการของธุรกิจโรงแรมเท่านั้น แต่ยังเป็นการทำงานร่วมกันของฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์สำหรับการทำงานของโปรแกรมประยุกต์ต่าง ๆ ของระบบ eCRM ในการเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจโรงแรม รวมถึงการออกแบบเว็บไซต์ของธุรกิจโรงแรมที่มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์และผลประโยชน์พิเศษให้กับลูกค้าจะช่วยเพิ่มปริมาณการขายและปรับปรุงภาพลักษณ์และชื่อเสียงให้กับธุรกิจโรงแรมอีกด้วย

จากที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นทำให้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการประเมินประสิทธิผลระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจโรงแรม โดยใช้เครื่องมือสำหรับการวัดความสำเร็จของประสิทธิผลของระบบสารสนเทศโดยตรง ที่เรียกว่า DeLone and McLean IS Success Model ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ คุณภาพระบบ (System Quality) คุณภาพสารสนเทศ (Information Quality) คุณภาพบริการ (Service Quality) การใช้ (Use) ความพึงพอใจของผู้ใช้ (User Satisfaction) และประสิทธิผลด้านการให้บริการ (Service Performance) โดยการปรับปรุงรูปแบบจำลองจากโมเดลของ DeLone และ McLean (DeLone and McLean, 2003, p 11) ทั้งนี้เพื่อจะได้เป็นข้อมูลสำหรับธุรกิจโรงแรมในการพัฒนาคุณภาพระบบ คุณภาพสารสนเทศ และคุณภาพบริการของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม



วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านคุณภาพระบบ คุณภาพสารสนเทศ และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการใช้งานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม ความสัมพันธ์ทางด้านคุณภาพระบบ คุณภาพสารสนเทศ และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม การใช้งานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่มีผลต่อประสิทธิผลด้านการให้บริการของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่มีผลต่อประสิทธิผลด้านการให้บริการของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม

คำถามการวิจัย

คุณภาพระบบ คุณภาพสารสนเทศ และคุณภาพการบริการมีผลต่อการใช้งานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมหรือไม่ อย่างไร คุณภาพระบบ คุณภาพสารสนเทศ และคุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมหรือไม่ อย่างไร การใช้งานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการมีผลต่อประสิทธิผลด้านการให้บริการของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมหรือไม่ อย่างไร และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการมีผลต่อประสิทธิผลด้านการให้บริการของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมหรือไม่ อย่างไร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมทราบถึงคุณภาพระบบ คุณภาพสารสนเทศ คุณภาพการบริการ และความพึงพอใจในการใช้บริการของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาพัฒนาระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมในการพัฒนาฐานข้อมูลได้อย่างถูกต้องและตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพสารสนเทศและการให้บริการให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจประเภทเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเป็นข้อมูลสำหรับธุรกิจประเภทเดียวกันในการนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาคุณภาพระบบสารสนเทศของธุรกิจโรงแรมในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว

การทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐาน

ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผลกระทบของการใช้ระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม โดยใช้แบบจำลองของ DeLone และ McLean ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ใช้วัดความสำเร็จในระบบสารสนเทศที่ได้รับความนิยมมากในงานวิจัยและการอ้างอิง สำหรับแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์

นลินสิริ วชิระตระกูล (2552) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสถานภาพการใช้ซอฟต์แวร์โอเพ่นซอร์ส ในประเทศไทย และเพื่อทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ และความพึงพอใจของผู้ใช้ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยจนถึงเห็นด้วยค่อนข้างมากกับตัวแปรด้านต่าง ๆ ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการใช้มากที่สุด ได้แก่ การที่ระบบ/ซอฟต์แวร์มีความเสถียร ผู้ให้บริการมีความรวดเร็วในการแก้ปัญหา และการที่ผู้ให้บริการมีความตั้งใจที่จะช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหา ส่วนตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้มากที่สุด ได้แก่ ระบบ/ซอฟต์แวร์มีความเสถียร สารสนเทศประมวลได้ภายในเวลาที่ต้องการ และผู้ให้บริการมีความตั้งใจในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งการทดสอบได้ข้อสรุปว่าขนาดของสถาบันอุดมศึกษาไม่มีผลต่อการใช้ และความพึงพอใจของผู้ใช้ ในส่วนของสาเหตุหลักที่มีการนำซอฟต์แวร์โอเพ่นซอร์สมาใช้ ได้แก่ ความต้องการในการลดปัญหาด้านลิขสิทธิ์ของซอฟต์แวร์เชิงพาณิชย์ ซอฟต์แวร์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ ซอฟต์แวร์ทางด้านระบบปฏิบัติการ



เช่น Linux และ FreeBSD การใช้ซอฟต์แวร์โอเพ่นซอร์สส่วนมากจะเป็นการนำซอฟต์แวร์ที่มีการพัฒนาสำเร็จแล้วมาใช้ต่อ ความมีส่วนร่วมโครงการซอฟต์แวร์โอเพ่นซอร์สส่วนมากเป็นการรายงานข้อผิดพลาดของซอฟต์แวร์และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเห็นด้วยที่ภาครัฐควรมีการสนับสนุนการใช้ซอฟต์แวร์โอเพ่นซอร์สเพิ่มมากขึ้นเพื่อลดปัญหาการพึ่งพาซอฟต์แวร์จากต่างชาติ

ณมล เพชรรัตนมณี และอิลีเยม แอสเซนอฟ (2551) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต รวมถึงอุปสรรคที่เกิดขึ้น และแนวโน้มในอนาคตของการขายผ่านอินเทอร์เน็ต และวิธีการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ วิธีการในการศึกษา คือ การสำรวจเว็บไซต์โรงแรม และการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ประกอบการโรงแรม การศึกษาพบว่าโรงแรมในภูเก็ตได้ประยุกต์ใช้องค์ประกอบต่าง ๆ บนเว็บไซต์ในการช่วยเหลือลูกค้าในแต่ละช่วงของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (ตั้งแต่การได้มาซึ่งลูกค้า การเก็บรักษาลูกค้าและการขยายขอบเขตลูกค้า) โรงแรมในภูเก็ตใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการจัดเตรียมข้อมูลซึ่งเต็มไปด้วยสาระสำคัญ และเปิดโอกาสให้ลูกค้าเลือก วางแผน และจองห้องพักออนไลน์ ผลการศึกษายืนยันได้บางส่วนว่าอินเทอร์เน็ตกำลังกลายเป็นคู่แข่งของบริษัทหน้าเที่ยวแบบดั้งเดิม อย่างไรก็ตามยังมีอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการประยุกต์ใช้การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะ และความรู้ในงานด้านนี้ ความโปร่งใสของอินเทอร์เน็ตมีผลกระทบต่อการตั้งราคาในทางยุทธศาสตร์ และการแข่งขันตัดราคาในตลาดออนไลน์ สำหรับแนวโน้มในอนาคต บางโรงแรมในภูเก็ตได้วางแผนงานสอดคล้องกับทิศทางออนไลน์ เช่น การส่งเสริมการขายออนไลน์โดยเฉพาะ การใช้ฐานข้อมูลสำหรับการส่งเสริมการขายที่ปรับปรุงให้เหมาะสมกับลูกค้าส่วนใหญ่ การลงทุนด้านเทคโนโลยีการสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์ การใช้เครื่องมือสืบค้นให้เหมาะสม และแผนยุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับสื่อที่เกิดขึ้นจากผู้บริโภค ยิ่งไปกว่านั้นบางโรงแรมยังวางแผนที่จะเปลี่ยนแปลงในระดับการจัดการโดยการจัดตั้งแผนธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในอนาคตอันใกล้

2. แบบจำลองของ DeLone and McLean IS Success Model

Younghwa and Kenneth (2005) ได้ศึกษาเรื่องการตรวจสอบผลของความสำเร็จคุณภาพเว็บไซต์ e-business: กระบวนการลำดับขั้นของการวิเคราะห์วิธี (Analytic Hierarchy Process: AHP) การศึกษานี้ศึกษาปัจจัยทางด้านคุณภาพของเว็บไซต์ในระดับความสำคัญต่อการเลือกเว็บไซต์ที่ต้องการมากที่สุด และความสัมพันธ์ระหว่างการตั้งค่าเว็บไซต์ และประสิทธิภาพทางการเงิน กระบวนการลำดับขั้นในการวิเคราะห์ผู้ใช้โดยใช้แบบจำลองความสำเร็จของ DeLone และ McLean การศึกษานี้ได้ระบุถึงระดับความสำคัญที่แตกต่างกันแต่ละปัจจัยของคุณภาพเว็บไซต์ และลำดับความสำคัญของเว็บไซต์ของทางเลือกในโดเมนต่าง ๆ ของ e-business และระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย การศึกษานี้ยังพบว่า คุณภาพเว็บไซต์มีผลต่อการดำเนินงาน

Loiacono, Watson, Goodhue (2002) ได้สร้าง Webqual ขึ้นมาเพื่อใช้ในการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์ โดยประกอบด้วย 12 มิติการวัดคือ ความเหมาะสมของข้อมูลต่อภารกิจของเว็บไซต์ (Informational fit to task) การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ความเชื่อถือ (Trust) เวลาที่ใช้ในการตอบสนองต่อการร้องขอ (Response time) การออกแบบระบบ (Design) ความคิดริเริ่ม (Intuitiveness) สิ่ง queen ding ดึงดูดความสนใจ (Visual appeal) ความเป็นนวัตกรรมใหม่ (Innovativeness) ความต่อเนื่องของความรู้สึกที่เกิดจากการใช้เว็บไซต์ (Flow-emotional appeal) การผสมผสานการติดต่อสื่อสาร (Integrated communication) กระบวนการทางธุรกิจ (Business processes) และความสามารถในการแทนที่ (Substitutability) โดยที่วัดจุดประสงค์แรกเริ่มในการพัฒนา Webqual ขึ้นมานั้นก็เพื่อสร้างข้อมูลให้กับนักออกแบบเว็บไซต์มากกว่าที่จะใช้วัดคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดจากประสบการณ์การใช้บริการของลูกค้า นักวิจัยที่สร้าง Webqual ขึ้นมานั้น ทำการประเมินโดยให้นักศึกษาเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์แทนที่จะให้ลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้าจริง ๆ เข้าไปใช้บริการ และประเมินเว็บไซต์ นอกจากนี้ถึงแม้ว่าบางมิติการวัดของ Webqual จะมีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการแต่ในบางมิติการวัด เช่น นวัตกรรมใหม่ กระบวนการทางธุรกิจ และความสามารถในการแทนที่ กลับไม่มีอิทธิพลเลย และยิ่งไปกว่านั้นผู้พัฒนา Webqual ยังไม่มีการนำเอามิติการวัดด้านการบริการลูกค้า และการบรรลุเป้าหมาย ซึ่งเป็นมิติการวัดที่สำคัญมาใช้ในการวิจัยอีกด้วย



สมมติฐานของการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัย แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวัดผลของการใช้ระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของกิจการโรงแรม ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. คุณภาพระบบมีผลเชิงบวกกับการใช้งานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม (H1)
2. คุณภาพสารสนเทศมีผลเชิงบวกกับการใช้งานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม (H2)
3. คุณภาพบริการมีผลเชิงบวกกับการใช้งานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม (H3)
4. คุณภาพระบบมีผลเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม (H4)
5. คุณภาพสารสนเทศมีผลเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม (H5)
6. คุณภาพบริการมีผลเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม (H6)
7. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีผลเชิงบวกกับการใช้งานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้ระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม (H7)
8. การใช้งานของผู้ใช้บริการมีผลเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม (H8)
9. การใช้งานของผู้ใช้บริการมีผลเชิงบวกกับประสิทธิผลด้านการให้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม (H9)
10. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีผลเชิงบวกกับประสิทธิผลด้านการให้บริการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้ระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม (H10)
11. ประสิทธิผลด้านการให้บริการมีผลเชิงบวกกับการใช้งานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม (H11)
12. ประสิทธิผลด้านการให้บริการมีผลเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม (H12)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาว และ 5 ดาว ในเขตภาคเหนือ จำนวน 4,326,048 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2553)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาว และ 5 ดาว ในเขตภาคเหนือที่เป็นสมาชิกของสมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือจำนวน 400 คน โดยการเปิดตารางของเครจซี่ และมอร์แกน (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) โดยทราบจำนวนประชากร และใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยจำแนกตามระดับของธุรกิจโรงแรม โดยมีขั้นตอนในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

2.1 จำแนกระดับของธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาว และ 5 ดาวในเขตภาคเหนือ จำนวนทั้งหมด 22 โรงแรม



สาเหตุที่เลือกธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาว และ 5 ดาว เพราะเป็นโรงแรมที่มีมาตรฐานในด้านของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและด้านการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า และนอกจากนี้ธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาว และ 5 ดาว ส่วนใหญ่ได้มีการนำระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์มาใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม

2.2 ทำการสุ่มตัวอย่างตามข้อ 2.1 โดยวิธีการจับฉลาก โดยผู้วิจัยได้ทำการจับฉลากให้เหลือระดับละ 4 โรงแรม ดังนั้นจึงได้จำนวนธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาว จำนวน 4 โรงแรม ได้แก่ โรงแรม 4A โรงแรม 4B โรงแรม 4C โรงแรม 4D และธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว จำนวน 4 โรงแรม ได้แก่ โรงแรม 5A โรงแรม 5B โรงแรม 5C โรงแรม 5D

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการโดยใช้แบบสอบถามชนิดมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) จำนวน 400 ชุด ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบความคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม มีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 36 ข้อ ด้านคุณภาพระบบคุณภาพสารสนเทศ และคุณภาพบริการ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้งานของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 9 ข้อ ด้านความน่าดึงดูดใจ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 7 ข้อ ด้านการซื้อซ้ำ และการเข้าชมซ้ำ

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลด้านการให้บริการของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 6 ข้อ

4. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและพัฒนาเครื่องมือตามลำดับดังนี้

4.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ รวมทั้งได้ทำการศึกษา และขอคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด และสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดขึ้นใหม่ โดยทำการประยุกต์จากแบบสอบถามที่ได้มีผู้วิจัยทำไว้แล้ว

4.2 จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยพิจารณาถึงรายละเอียดที่ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์และสมมติฐาน

4.3 นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาความเหมาะสมความถูกต้องของการใช้ภาษา และครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัยเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ

4.4 ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มประชากรที่ต้องการศึกษาจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่าแบบสอบถามในแต่ละปัจจัยของการประเมินประสิทธิภาพระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม ได้ค่าระหว่าง 0.91-0.96 ซึ่งสูงพอที่จะนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้



การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการประกอบของการทำวิจัยนั้นผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตำรา วารสาร วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท สารนิพนธ์ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศเพื่อใช้เป็นแนวทางของการทำการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามออนไลน์ จำนวนทั้งหมด 400 ชุด ในช่วงเดือนกันยายน – ตุลาคม 2554 จำนวน 400 ชุด และได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 298 ชุด (คิดจากจำนวนผู้ใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมเท่านั้น) คิดเป็นร้อยละ 74.50 และส่วนที่เหลือ 102 ชุด คือกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมมาก่อน นอกจากนี้ยังได้มีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการวัดประสิทธิภาพการทำงานของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมที่เรียกว่า (E-Metric) เพื่อเป็นข้อมูลในการสนับสนุน และเพื่อให้ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมทั้งหมดมาวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย การใช้ \bar{X} หาค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็น และความพึงพอใจ ใช้สูตรอัลฟา (α) หาค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม และใช้ Multiple Regression Analysis เพื่อทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย

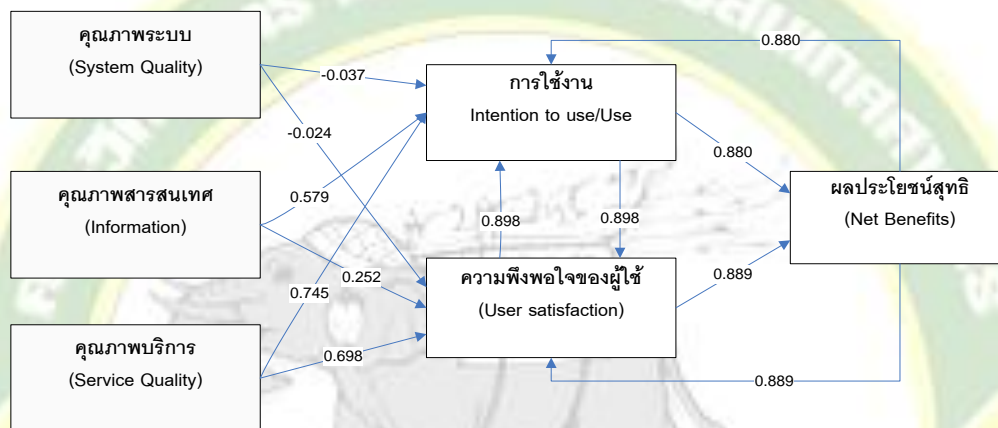
การวิเคราะห์ผลและการสรุปผล

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 191 คน คิดเป็นร้อยละ 64.1 ที่เหลือเป็นเพศชาย 107 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9 เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์อายุระหว่าง 21-30 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมาได้แก่ระหว่างช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.9 และช่วงอายุ 41-50 ปี มีเพียงร้อยละ 10.1 ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ พบว่าส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 34.9 และระดับอนุปริญญา และปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ส่วนใหญ่รู้จักระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม จากการค้นหาข้อมูลผู้ให้บริการจาก search engine คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาคือ จากเว็บไซต์ที่มีบทความเกี่ยวกับกิจการโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 64.1 และน้อยที่สุดคือสื่อวิทยุ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 17.1 โดยผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม เพื่อตรวจสอบราคาห้องพัก คิดเป็นร้อยละ 27.2 รองลงมาคือการจองห้องพัก คิดเป็นร้อยละ 16.4 และน้อยที่สุด คือการชำระเงิน คิดเป็นร้อยละ 5.0

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพระบบมีผลเชิงลบต่อการใช้งานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม ($\beta = -0.037, t = -1.2973, p > .05$) คุณภาพสารสนเทศมีผลต่อการใช้งานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม ($\beta = 0.579, t = 23.791, p < .01$) คุณภาพบริการมีผลต่อการใช้งานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม ($\beta = 0.745, t = 21.081, p < .01$) คุณภาพระบบไม่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม ($\beta = -0.024, t = -0.295, p > .05$) คุณภาพสารสนเทศมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม ($\beta = 0.252, t = 3.649, p < .01$) คุณภาพบริการมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม

($\beta = 0.698, t = 10.911, p < .01$) ความพึงพอใจมีผลต่อการใช้งานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม ($\beta = 0.898, t = 35.131, p < .01$) การใช้งานมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม ($\beta = 0.898, t = 35.131, p < .01$) การใช้งานมีผลต่อประสิทธิผลด้านการให้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม ($\beta = 0.880, t = 31.864, p < .01$) ความพึงพอใจมีผลต่อประสิทธิผลด้านการให้บริการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม ($\beta = 0.889, t = 33.332, p < .01$) ประสิทธิผลด้านการให้บริการมีผลต่อการใช้งานของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม ($\beta = 0.880, t = 31.864, p < .01$) และ ประสิทธิผลด้านการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม ($\beta = 0.889, t = 33.332, p < .01$)



ภาพ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวัดประสิทธิภาพการทำงานของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม (E-Metrics)

1. Website Analysis (Nibbler)

การวัดประสิทธิภาพการทำงานของเว็บไซต์ด้วยเครื่องมือ Website Analysis (Nibbler) ธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาว ในด้านอินเทอร์เน็ต ด้านประสบการณ์ ด้านการตลาด และด้านเทคโนโลยี พบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยในด้านอินเทอร์เน็ต ด้านประสบการณ์ ด้านการตลาด และด้านเทคโนโลยี โรงแรม 4A มีประสิทธิภาพต่ำสุด และในส่วนของธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว ในด้านอินเทอร์เน็ต ด้านประสบการณ์ ด้านการตลาด และด้านเทคโนโลยี พบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยในด้านอินเทอร์เน็ต ด้านประสบการณ์ ด้านการตลาด และด้านเทคโนโลยี โรงแรม 5D มีประสิทธิภาพต่ำสุด ดังแสดงในตาราง 1 ถึง ตาราง 4



ตาราง 1 แสดงการวัดประสิทธิภาพการทำงานของเว็บไซต์ของธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาว ด้วยเครื่องมือ Website Analysis (Nibbler)

Website Analysis (Nibbler)	โรงแรมระดับ 4 ดาว			
	โรงแรม 4A	โรงแรม 4B	โรงแรม 4C	โรงแรม 4D
ด้านอินเทอร์เน็ต	5.9	6.3	3.0	6.8
ด้านประสบการณ์	3.4	4.3	2.2	3.6
ด้านการตลาด	2.5	2.7	2.1	4.2
ด้านเทคโนโลยี	2.8	3.4	2.6	5.2

*หมายเหตุ: ระดับเกณฑ์การให้คะแนนเต็ม 10

ตาราง 2 แสดงปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของ โรงแรม ระดับ 4 ดาว

โรงแรมระดับ 4 ดาว	Website Analysis (Nibbler)
โรงแรม 4 A	<ol style="list-style-type: none"> 1. เว็บไซต์นี้ไม่เหมาะสำหรับการพิมพ์ 2. หน้าเว็บไซต์มีการใช้รูปแบบตาราง 3. เว็บไซต์ไม่เป็นไปตาม องค์การระหว่างประเทศที่ทำหน้าที่จัดระบบมาตรฐานที่ใช้งานบน World Wide Web
โรงแรม 4 B	<ol style="list-style-type: none"> 1. เว็บไซต์นี้ไม่มีซอฟต์แวร์สำหรับการวิเคราะห์ 2. หน้าเว็บไซต์ไม่มีการกำหนดหัวเรื่อง 3. เว็บไซต์นี้จะไม่เหมาะสำหรับการพิมพ์
โรงแรม 4C	<ol style="list-style-type: none"> 1. หน้าเว็บไซต์มีการใช้รูปแบบตาราง 2. หน้าเว็บไซต์ไม่มีการกำหนดหัวเรื่อง 3. เว็บไซต์นี้ไม่เหมาะสำหรับการพิมพ์
โรงแรม 4D	<ol style="list-style-type: none"> 1. เว็บไซต์นี้ไม่เหมาะสำหรับการพิมพ์ 2. เว็บไซต์นี้ไม่มีซอฟต์แวร์สำหรับการวิเคราะห์ 3. เว็บไซต์ไม่เป็นไปตาม องค์การระหว่างประเทศที่ทำหน้าที่จัดระบบมาตรฐานที่ใช้งานบน World Wide Web



ตาราง 3 แสดงการวัดประสิทธิภาพการทำงานของเว็บไซต์ของธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว
ด้วยเครื่องมือ Website Analysis (Nibbler)

Website Analysis (Nibbler)	โรงแรมระดับ 5 ดาว			
	โรงแรม 5A	โรงแรม 5B	โรงแรม 5C	โรงแรม 5D
ด้านอินเทอร์เน็ต	4.9	5.5	3.2	1.9
ด้านประสบการณ์	7.6	5.0	4.4	2.0
ด้านการตลาด	7.8	7.0	5.2	3.7
ด้านเทคโนโลยี	5.1	4.2	3.9	2.2

*หมายเหตุ: ระดับเกณฑ์การให้คะแนนเต็ม 10

ตาราง 4 แสดงปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของระบบการบริการลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของ
โรงแรม ระดับ 5 ดาว

โรงแรมระดับ 5 ดาว	Website Analysis (Nibbler)
โรงแรม 5 A	<ol style="list-style-type: none"> 1. หน้าเว็บไซต์ไม่มีการกำหนดหัวเรื่อง 2. เว็บไซต์ไม่เป็นไปตามองค์กระระหว่างประเทศที่ทำหน้าที่จัดระบบมาตรฐานที่ใช้งานบน World Wide Web 3. ภาพบางภาพไม่ได้ระบุข้อความ
โรงแรม 5B	<ol style="list-style-type: none"> 1. เว็บไซต์นี้ไม่เหมาะสำหรับการพิมพ์ 2. เว็บไซต์ไม่เป็นไปตาม องค์กระหว่างประเทศที่ทำหน้าที่จัดระบบมาตรฐานที่ใช้ใช้งานบน World Wide Web 3. ไม่มีการกำหนดขนาดของรูปภาพในเว็บไซต์
โรงแรม 5C	<ol style="list-style-type: none"> 1. ภาพบางภาพไม่ได้ระบุข้อความ 2. เว็บไซต์ไม่เป็นไปตาม องค์กระหว่างประเทศที่ทำหน้าที่จัดระบบมาตรฐานที่ใช้ใช้งานบน World Wide Web 3. หน้าเว็บไซต์มีการใช้รูปแบบตาราง
โรงแรม 5D	<ol style="list-style-type: none"> 1. เว็บไซต์นี้ไม่มีซอฟต์แวร์สำหรับการวิเคราะห์ 2. หน้าเว็บไซต์ไม่มีการกำหนดหัวเรื่อง 3. เว็บไซต์นี้ไม่เหมาะสำหรับการพิมพ์

การวัดประสิทธิภาพการทำงานของเว็บไซต์ด้วยเครื่องมือ Website Analysis (Sort Site) พบว่า มีปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของระบบการบริการลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมมากที่สุด คือ ธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาว ได้แก่ โรงแรม 4A โรงแรม 4C โรงแรม 4D รองลงมาคือ ธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว ได้แก่ โรงแรม 5B และโรงแรม 5D และโรงแรม 5 A และในส่วนของโรงแรมที่มีปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของระบบการบริการลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมน้อยที่สุดคือ ธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาว ได้แก่ โรงแรม 4B และธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว ได้แก่ โรงแรม 5C



อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าคุณภาพสารสนเทศ และคุณภาพบริการมีผลเชิงบวกต่อการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า คุณภาพสารสนเทศ และคุณภาพบริการซึ่งประกอบไปด้วยตัวแปรด้านความสมบูรณ์ ความเข้าใจง่าย ความปลอดภัย ความมั่นใจ ความเอาใจใส่ และการตอบสนอง ซึ่งตัวแปรเหล่านี้มีผลโดยตรงต่อการใช้งานและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลเชิงบวกกับการใช้งานระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

การใช้งานระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมมีผลเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

การใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีผลเชิงบวกกับประสิทธิผลด้านการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lai, Ong, Yang and Tang (2005) ที่พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อโปรแกรมประยุกต์ขององค์กรและการเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประสิทธิผลด้านการให้บริการมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม

ประสิทธิผลด้านการให้บริการมีผลเชิงบวกกับการใช้งานของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Udo, Bagchi and Kirs (2008) ที่พบว่าประสิทธิผลด้านการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจ คุณภาพบริการ และความตั้งใจ ประกอบไปด้วยตัวแปรด้านการซื้อซ้ำ และการเข้าชมซ้ำ โดยตัวแปรเหล่านี้มีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม

ทั้งนี้สามารถสรุปผลการศึกษาได้ว่า คุณภาพสารสนเทศ คุณภาพบริการ การใช้งาน และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิผลด้านการให้บริการของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม

ข้อจำกัดในการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงแรม ผ่านทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น
2. ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลธุรกิจโรงแรมระดับ 4 ดาว และ 5 ดาว ในเขตภาคเหนือที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือเท่านั้น
3. ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่ดำเนินงานในปี พ.ศ. 2553-2554 เท่านั้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษา การวัดประสิทธิผลด้านการให้บริการของระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของธุรกิจโรงแรม โดยการใช้แบบจำลองของดีลอนแอนด์แม็คคลิน และอีมเมตริก ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบการใช้และความต้องการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ของผู้ใช้บริการในภาคธุรกิจอื่น ๆ



2. ควรศึกษาการใช้และความต้องการระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ โดยแยกเป็นกลุ่มแพ็คเกจทัวร์สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศไทยไปยังประเทศอื่น และกลุ่มแพ็คเกจทัวร์สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศอื่นมายังประเทศไทย
3. ควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับผลกระทบทั้ง 4 ด้านคือ คุณภาพด้านระบบ คุณภาพสารสนเทศ คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการบริการ
4. ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการตัดสินใจ โดยเฉพาะการใช้ระบบฐานข้อมูลของลูกค้าร่วมกัน
5. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงวัตถุวิสัย (Objectivity) เพื่อค้นหาคำตอบในเชิงลึกต่อไป

บรรณานุกรม

- กฤษทลี รื่นรัมย์. (2547). การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด: สร้างองค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- ธงธรรม เจริญสถาพร. (2545). การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการให้บริการลูกค้าของธุรกิจโรงแรมในเครือ. การค้นคว้าแบบอิสระ วท.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2554). รายงานแนวโน้มธุรกิจภาคเหนือปี 55. สืบค้นเมื่อ 16 เมษายน 2554, จาก http://www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/Thai/North/BLP/DocLib_BLP/BLP_2555_Feb.pdf
- นฤมล เพชรรัตนมณี และอิลิเยม แอสเซนอฟ. (2551). การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์: วิธีการที่ถูกประยุกต์ใช้ อุปสรรค และแนวโน้มในอนาคต ของ อุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น, 8(2), 135.
- นลินสิริ วิชิตะกุล. (2552). การศึกษาปัจจัยด้านการใช้และความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศที่ใช้ซอฟต์แวร์โอเพ่นซอร์สในสถาบันอุดมศึกษา โดยใช้แบบจำลองของ DeLone และ Mclean. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- มันทนา สังข์ทอง และอังกูร ลาภธนศ. (2548). การพัฒนาระบบ E- CRM เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการลูกค้า. เอกสารประกอบการประชุมเชิงวิชาการประจำปีด้านการจัดการโซ่อุปทาน และโลจิสติกส์ ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น). (2553). บทวิเคราะห์ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทโครงการกิจกรรมเผยแพร่ผลวิเคราะห์ระบบเตือนภัยและระบบฐานข้อมูลแก่สาธารณะปี 53. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2554, จาก <http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocumentsLoiacono>,
- Lai, J. Y., Ong, C. S., Yang, C. C. and Tang, W.-S. (2005). Factors Influencing Employees' Usage Behavior of KMS in e-business, Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS 2005), Bangkok, Thailand, July 7-10.
- Loiacono, E. T., Watson, R. T. and Goodhue, D. L. (2002). WEBQUAL: A measure of website quality. *American Marketing Association*. 13, 432-437.
- Loiacono, E. T., Watson, R. T. and Goodhue, D. L. (2002). WEBQUAL:A measure of website quality. *American Marketing Association*. 13, 432-437.
- Udo, G. J., Bagchi, K., Kirs, P. (2008). Assessing service quality of B2C customers: A SERVQUAL Issues in Information Systems, 9(2), 313-322.
- William, H. D. and Epharim, R. M. (1992). Information systems success: the quest for the dependent variable. *Information Systems Research*. 3(1), 60-95.



- William, H. D. and Epharim, R. M. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. **Journal of Management Information Systems**, 19(4), 9-30.
- Younghwa, L. and Kenneth, A. K. (2005). Investigating the effect of website quality on e-business success. **An Analytic Hierarchy Process (AHP) Approach**, 1383-1401.

