



การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศ
ในการปฏิบัติงานในองค์กร

โดย

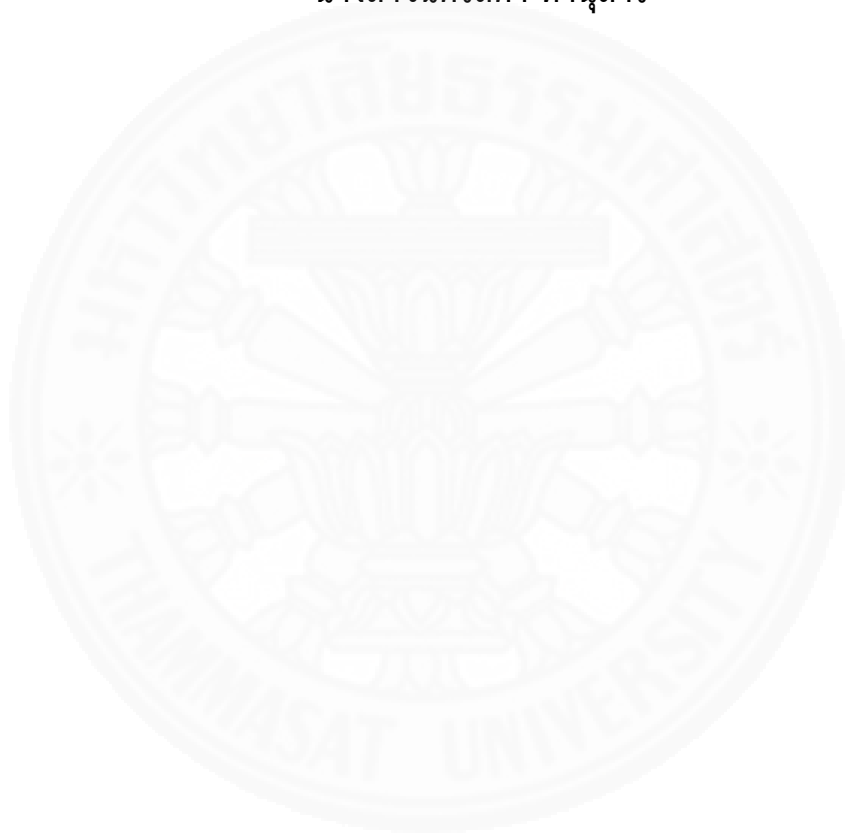
นางสาวฉัตรลดา ทานุสาร

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศ
ในการปฏิบัติงานในองค์กร

โดย

นางสาวฉัตรลดา ทานุสาร



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

THE STUDY OF CUSTOMER SATISFACTION IN
INFORMATON SYSTEM IN ORGANIZATION

BY

MISS CHATLADA TANUSARN



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
PROGRAM IN STRATEGIC MANAGEMENT
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASRT UNITVERISITY
ACADAMIC YEAR 2016
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวฉัตรลดา ทานุสาร

เรื่อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานในองค์กร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

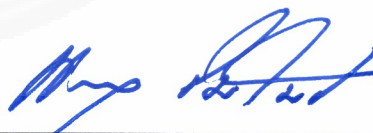
เมื่อ วันที่ 30 เม.ย. 2560

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ



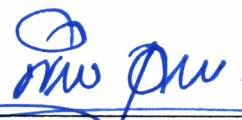
(รองศาสตราจารย์ ดร. มนวิกา ผดุงสิทธิ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์ ดร. นภดล ร่มโพธิ์)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ ดร. พิภพ อุดร)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานในองค์กร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวฉัตรลดา ทานุสาร
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.นภดล ร่มโพธิ์
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการค้นคว้าอิสระ คือการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานภายในองค์กร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในงานวิจัยนี้คือ กลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 357 ตัวอย่าง เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆผ่านการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้างเชิงเส้นตามกรอบของแบบจำลอง ACSI (American Customer Satisfaction Index Model) โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจำนวน 6 ปัจจัย ได้แก่ ความคาดหวังของผู้ใช้งาน คุณภาพของการบริการ คุณค่าของการบริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน การร้องเรียน และความจงรักภักดีต่อการบริการ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศมากที่สุดคือ คุณภาพของการบริการ รองลงมาคือคุณค่าของการบริการ และปัจจัยที่เป็นผลมาจากความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ได้แก่ ความจงรักภักดีและการร้องเรียนของผู้ใช้งาน ดังนั้นผู้ให้บริการระบบสารสนเทศควรให้ความสำคัญกับการสร้างคุณภาพและคุณค่าของการบริการ เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศที่ให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นสำคัญ เพื่อนำไปสู่ความจงรักภักดีต่อการบริการ ตลอดจนสามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันและผลประกอบการที่ดีให้กับองค์กรในธุรกิจนี้ได้

คำสำคัญ: ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ,ระบบสารสนเทศ

Independent Study Title	THE STUDY OF CUSTOMER SATISFACTION IN INFORMATON SYSTEM
Author	Miss Chatlada Tanusarn
Degree	Master of Business Administration
Department/Faculty/University	Program in Strategic Management Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Nopadol Rompho, Ph.D.
Academic Year	2016

ABSTRACT

The objective of this research was to identify the relationship among factors correlating with customer satisfaction in organizational information systems. Samples were 357 workers in the Bangkok Metropolitan Area (BMA). American Customer Satisfaction Index (ACSI) model was used as a theoretical basis. In addition, the model was used to measure the customer satisfaction factors: Customer Expectations, Perceived Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer complaints and Customer loyalty. Data was analyzed by Structural Equation Modeling (SEM).

The results of the study indicated that the key factors that affected the customer satisfaction were Perceived Quality and Perceived Value and that Customer Loyalty and Customer Complaint were affected by Customer Satisfaction. Therefore, if entrepreneurs or service providers would like to improve customer loyalty, they should give priority to enhance perceived quality and perceive value. These findings may be helpful to entrepreneurs and service providers working to improve customer loyalty to gain competitive advantages and increase operating results.

Keyword: Satisfaction, Information System

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานในองค์กร” นี้ สำเร็จลุล่วงด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.นภดล รมโพธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาและกรรมการคั่นคว้าอิสระ ผู้ซึ่งคอยให้คำแนะนำ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ รวมทั้งให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาค้นคว้างานวิจัยฉบับนี้ รวมถึงรองศาสตราจารย์ ดร. มนวิภา ผดุงสิทธิ์ ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อเป็นประธานกรรมการสอบคั่นคว้าอิสระ พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์และอาจารย์พิเศษทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ แนวคิด ทั้งในเชิงวิชาการและแนวคิดสำหรับการดำเนินชีวิต รวมถึงขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ รุ่นพี่ และเพื่อนๆ ที่ได้ให้คำแนะนำ และความช่วยเหลือเสมอมา

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้ที่ช่วยส่งต่อแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้สละเวลาช่วยเหลือและเอื้อเฟื้อข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณครอบครัวที่ได้ให้การสนับสนุนและคอยให้กำลังใจเสมอมาจนงานคั่นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

นางสาวฉัตรลดา ทานุสาร

(4)

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพ	(8)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	4
1.3 ขอบเขตการวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4.1 ประโยชน์ต่อผู้พัฒนาและบริการระบบสารสนเทศ	4
1.4.2 ประโยชน์ต่อองค์กรที่ใช้ระบบสารสนเทศ	5
1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศ (Information System)	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค	8
2.2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ	8
2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	9
2.2.3 แนวคิดและทฤษฎีแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI)	10

	(5)
2.2.4 แนวคิดและทฤษฎีแบบจำลอง Thailand Customer Satisfaction Index (TCSI)	12
2.3 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	13
2.3.1 ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations)	13
2.3.2 คุณภาพในสายตาของผู้บริโภค (Perceived Quality)	14
2.3.3 คุณค่าหรือความนิยมของผู้บริโภค (Perceived Value)	15
2.3.4 ความพึงพอใจของผู้บริโภค (Customer Satisfaction)	16
2.3.5 ข้อร้องเรียนของลูกค้า (Customer Complaint)	16
2.3.6 ความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)	17
2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	17
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	19
3.1 การออกแบบงานวิจัย	19
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	19
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	20
3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	20
3.4.1 ตัวแปรที่สังเกตได้ (Observed Variable) หรือตัวแปรบ่งชี้ (Indicator Variable)	20
3.4.2 ตัวแปรแฝงหรือปัจจัยแฝง (Latent Variable หรือ Factor Variable)	20
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน	22
3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)	23
3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)	23
บทที่ 4 ผลการวิจัย	24
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์	24
4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงาน	31
4.2.1 การวิเคราะห์ตัวแปร (Factor Analysis)	32
4.2.2 การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)	34

	(6)
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	40
5.1 สรุปผลการวิจัย	40
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	40
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ	41
5.4 ข้อจำกัดงานวิจัย	42
5.5 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง	42
รายการอ้างอิง	43
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานในองค์กร”	46
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานในองค์กร	51
ประวัติผู้เขียน	59

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	ตารางตัวแปรสังเกตได้และคำถามในแบบสำรวจที่ปรับจากแบบจำลอง ACSI	21
4.1	แสดงค่าดัชนีประเมินความเหมาะสมของแบบจำลอง	32
4.2	แสดงค่า Factor Loading ของแบบจำลอง	33



สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	แสดงร้อยละของสถานประกอบการที่มีการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ. 2554-2558	2
1.2	แสดงร้อยละของสถานประกอบการที่ใช้คอมพิวเตอร์ จำแนกตามขนาดของสถานประกอบการปี พ.ศ. 2558	2
1.3	แสดงร้อยละของสถานประกอบการที่ใช้คอมพิวเตอร์ จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ในปี พ.ศ. 2558	3
2.1	แสดงแบบจำลองขยายเพิ่มเติมความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน TAM	10
2.2	แสดงแผนภาพ ACSI Model	11
2.3	แสดงแบบจำลองความพึงพอใจผู้บริโภคในระดับมหภาค Thailand Customer Satisfaction Index (TSCI)	13
2.4	แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Model)	18
4.1	แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามเพศ	24
4.2	แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามอายุ	25
4.3	แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามสถานะ	25
4.4	แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามระดับการศึกษา	26
4.5	แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามอาชีพ	27
4.6	แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามรายได้ต่อเดือน	28
4.7	แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามประสบการณ์การใช้งานระบบสารสนเทศในการทำงาน	29
4.8	แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามขนาดขององค์กรที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน	30
4.9	แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้งานระบบสารสนเทศต่อเดือน	31
4.10	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	35

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

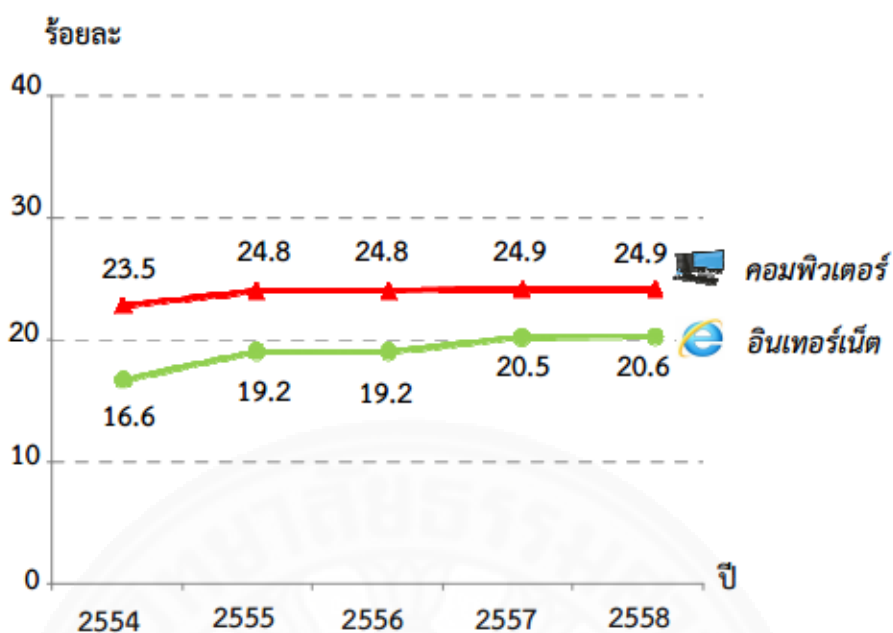
จากสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงและเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงหลายปีที่ผ่านมา องค์กรต่างๆต้องปรับตัวและพัฒนาเพื่อให้สามารถเติบโตในสภาวะที่มีการแข่งขันสูง เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งช่วยให้ธุรกิจเติบโตและแข่งขันได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่ธุรกิจจำเป็นต้องเพิ่มขีดความสามารถในการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งไม่จำกัดอยู่แค่ในส่วนของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แต่หมายรวมถึงบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องและมีบทบาทในการขับเคลื่อนธุรกิจ

เทคโนโลยีสารสนเทศ นับได้ว่า เป็นพื้นฐานด้านการทำธุรกิจ องค์กรต่างๆได้นำระบบสารสนเทศมาใช้เพื่อเป็นพื้นฐานด้านการทำธุรกิจ นับตั้งแต่การให้บริการแก่ลูกค้า การปฏิบัติการ การผลิต และกลยุทธ์ด้านการตลาด ซึ่งสามารถกล่าวโดยสรุปเป็น 3 แนวทางหลักๆ คือ

1. สนับสนุนการปฏิบัติการงานธุรกิจ (Support of business operations)
2. สนับสนุนการบริหารการตัดสินใจ (Support of managerial decisions making)
3. สนับสนุนกลยุทธ์การแข่งขัน (Support of strategic competitive advantage)

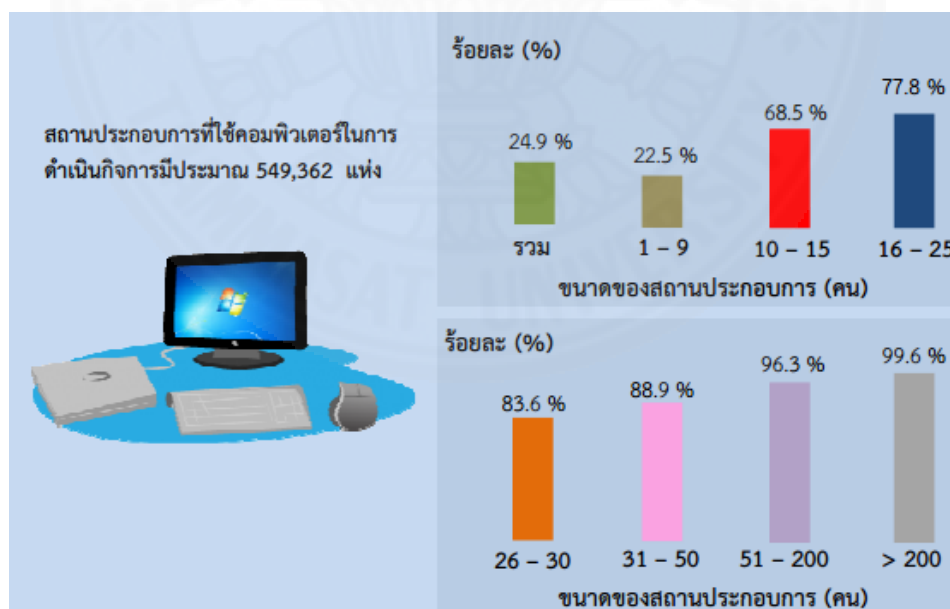
องค์กรต่างๆมีการลงทุนพัฒนาระบบสารสนเทศเป็นจำนวนเงินมหาศาล เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรให้มีศักยภาพและสามารถแข่งขันได้ในระยะยาว โดยเป้าหมายในการพัฒนาระบบสารสนเทศ คือ ต้องการสารสนเทศมาช่วยในการตัดสินใจ เพื่อการตัดสินใจที่รวดเร็ว ถูกต้อง และทันเวลา ปัจจุบันจะสังเกตเห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับระบบสารสนเทศชัดเจนมากขึ้น มีการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการใช้งานของผู้ใช้งานในหลายระดับ ตั้งแต่ระดับปฏิบัติการ ระดับกลาง ไปจนถึงระดับสูง

อย่างไรก็ตามการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในองค์กรยังพบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานอยู่บ้าง จึงทำให้ระบบสารสนเทศไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการขององค์กรและ ผู้ใช้งานได้เท่าที่ควร ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานภายในองค์กร เพื่อให้สามารถนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้กับองค์กรเพื่อให้การบริหารจัดการทรัพยากรเกิดประโยชน์และเกิดความคุ้มค่าสูงสุด



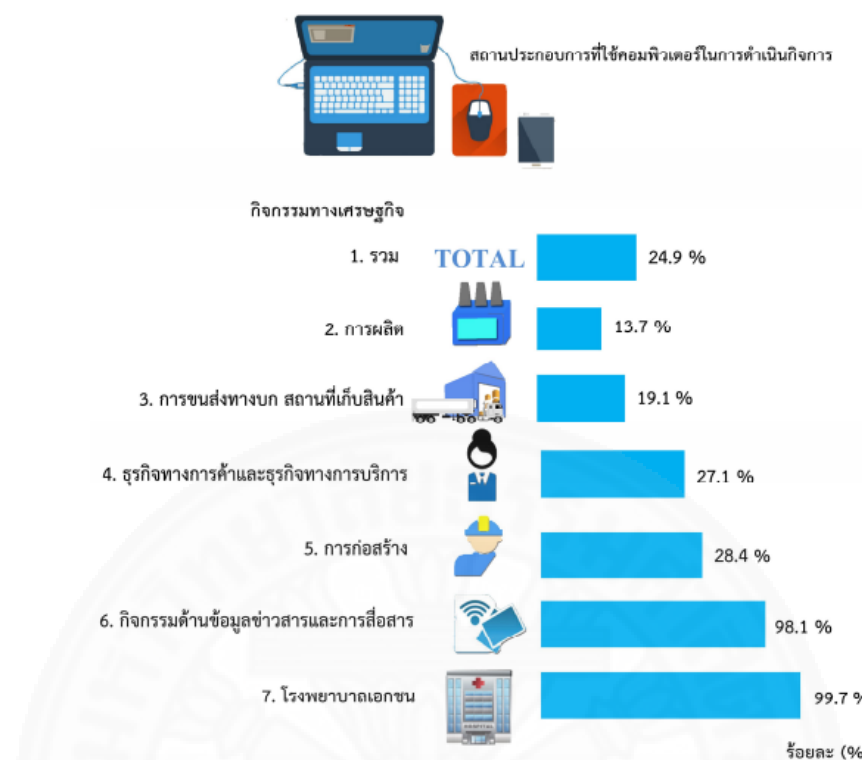
ภาพที่ 1.1 แสดงร้อยละของสถานประกอบการที่มีการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ. 2554-2558

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ



ภาพที่ 1.2 แสดงร้อยละของสถานประกอบการที่ใช้คอมพิวเตอร์ จำแนกตามขนาดของสถานประกอบการ ปี พ.ศ. 2558

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ



ภาพที่ 1.3 แสดงร้อยละของสถานประกอบการที่ใช้คอมพิวเตอร์ จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ปี พ.ศ. 2558

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากการเก็บสถิติของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าในปี พ.ศ. 2554-2558 อัตราส่วนของสถานประกอบการมีการใช้คอมพิวเตอร์ในแต่ละปีอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 23-25 ในขณะที่การใช้งานอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ดังแสดงในภาพที่ 1.1

ภาพรวมของสถานประกอบการในปี พ.ศ. 2558 มีสถานประกอบการที่ใช้คอมพิวเตอร์ในการดำเนินงานประมาณ 549,362 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 24.9 หากพิจารณาตามขนาดของสถานประกอบการ พบว่าอัตราส่วนการใช้คอมพิวเตอร์ในการดำเนินการมีสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้นตามขนาดของสถานประกอบการ ทั้งนี้เมื่อจำแนกสถานประกอบการที่ใช้คอมพิวเตอร์ตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ จะเห็นว่ามีการใช้คอมพิวเตอร์ในการดำเนินงานในหลายกิจกรรม คือ 1.การผลิต 2.การขนส่งทางบก สถานที่เก็บสินค้า 3.ธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ 4.การก่อสร้าง 5.กิจกรรมด้านข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร และ 6.โรงพยาบาลเอกชน ดังแสดงในภาพที่ 1.2 และ 1.3

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่ามีการนำคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของระบบสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานในหลากหลายธุรกิจและมีสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้นตามขนาดของสถานประกอบการ

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้ระบบสารสนเทศในกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในองค์กรที่มีการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการกระบวนการหรือขั้นตอนต่างๆในการทำงาน
2. เพื่อศึกษาน้ำหนักของแต่ละปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศ

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ความหมายของประชากร คือ กลุ่มคนทำงานในองค์กรที่มีโอกาสในการใช้งานระบบสารสนเทศในการดำเนินงาน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาเพื่อหาพฤติกรรมของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศ
3. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ พฤศจิกายน พ.ศ. 2559-เมษายน พ.ศ. 2560 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือน มกราคม พ.ศ. 2559-มีนาคม พ.ศ. 2560

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ประโยชน์ต่อผู้พัฒนาและบริการระบบสารสนเทศ

เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้พัฒนาและให้บริการระบบสารสนเทศ ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า ตลอดจนสามารถพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ ซึ่งครอบคลุมทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความพึงใจของลูกค้าได้ตรงความต้องการ

1.4.2 ประโยชน์ต่อองค์กรที่ใช้ระบบสารสนเทศ

นำผลการวิจัยมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาในการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงานในองค์กร ซึ่งอาจนำไปสู่การพัฒนาบุคลากร กระบวนการ และระบบสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานของระบบสารสนเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ระบบ (System) หมายถึง สิ่งที่ประกอบด้วยหน่วยย่อยๆหลายหน่วยที่มีความสัมพันธ์กัน ทำหน้าที่ร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด

ผู้ใช้งานระบบ (User) หมายถึง บุคคลที่มีปฏิริยาโต้ตอบกับระบบสารสนเทศเพื่อทำให้เกิดการดำเนินการหรือเพื่อใช้ในการทำงานให้เป็นประโยชน์



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้จัดทำได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ในการศึกษา ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศ (Information System)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค

2.2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

2.2.3 แนวคิดและทฤษฎีแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI)

2.2.4 แนวคิดและทฤษฎีแบบจำลอง Thailand Customer Satisfaction Index (TCSI)

2.3 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศ (Information System)

ความหมายเกี่ยวกับสารสนเทศ (Information)

ข้อมูล (Data) หมายถึง ข่าวสาร เอกสาร ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบุคคล สิ่งของหรือเหตุการณ์ที่มีอยู่ในรูปของตัวเลข ภาษา ภาพ สัญลักษณ์ต่างๆ ที่มีความหมายเฉพาะตัว ซึ่งยังไม่มีกระบวนการประมวลผลไม่เกี่ยวกับการนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ไพโรจน์ คชชา, 2542)

สารสนเทศ (Information) คือ ข้อมูลข่าวสารที่ผ่านการประมวลผลหรือการวิเคราะห์จนกลายเป็นข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น บิลค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ รายงานสรุปผลการดำเนินงาน ยอดคงเหลือ เป็นต้น

สารสนเทศแตกต่างจากข้อมูล กล่าวคือ ข้อมูล หมายถึงข้อเท็จจริงที่เป็นตัวเลข ข้อความ หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆที่ยังไม่มีการจัดระเบียบและไม่มีประโยชน์ในการตัดสินใจ ในขณะที่สารสนเทศ หมายถึงผลลัพธ์ของข้อมูลที่ผ่านการแปลงสภาพให้อยู่ในรูปแบบที่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวเนื่องกัน จนสามารถนำสารสนเทศนี้ไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ

ความหมายเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ (Information system)

ระบบสารสนเทศ (Information Systems) ในเชิงเทคนิค หมายถึงกลุ่มของระบบงานที่ประกอบด้วย ฮาร์ดแวร์หรืออุปกรณ์ และซอฟต์แวร์หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่ทำหน้าที่รวบรวม จัดเก็บ ประมวลผล และแจกจ่ายสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจและการควบคุมการดำเนินงานภายในองค์กร นอกจากนี้ยังช่วยในการประสานงานขององค์กร การวิเคราะห์ปัญหา การสร้างแบบจำลอง วัตถุประสงค์ที่มีความซับซ้อน และการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ (Laudon C. Kennet and Jane P. Laudon. 1998, อ้างถึงใน ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ, 2548, น.121)

ระบบสารสนเทศ (Information Systems) คือ ชุดของคน ข้อมูลและวิธีการ ซึ่งทำงานร่วมกันเพื่อให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ในการจัดการสารสนเทศ (information management) ซึ่งได้แก่งานต่างๆ ดังนี้ การรวบรวมข้อมูล การประมวลผลสารสนเทศ นำเอาสารสนเทศที่จะได้ใช้ในการตัดสินใจ การแก้ปัญหา การควบคุม คน บุคคล และวิธีการ ซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่จำเป็นของระบบสารสนเทศ (บุญสิริ สุวรรณเพ็ชร, 2539 ,อ้างถึงใน ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ,2548, น.121)

ระบบสารสนเทศในมุมมองทางธุรกิจ หมายถึง กระบวนการแก้ปัญหาที่มีการจัดโครงสร้างไว้เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับความต้องการสารสนเทศที่นำมาใช้เพื่อสนองต่อความท้าทายใหม่ๆจากสิ่งแวดล้อมขององค์กรที่มีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลา ถือได้ว่าระบบสารสนเทศเป็นสัญญาณเตือนภัยที่ดีสำหรับองค์กร องค์กรสมัยใหม่ผู้บริหารไม่สามารถนิ่งเฉยต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยเฉพาะการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงาน และการดำเนินธุรกิจ ระบบสารสนเทศจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการตัดสินใจของผู้บริหาร (ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ,2548, น.121)

คุณภาพของสารสนเทศ (Quality of Information)

สารสนเทศที่ดีต้องมีผลในการจูงใจให้ผู้รับสารสนเทศสามารถทำการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกในกิจกรรมต่างๆของผู้รับ การวัดคุณภาพของสารสนเทศพิจารณาจากอรรถประโยชน์ที่นำเสนอโดยสารสนเทศ ความพึงพอใจของผู้ใช้สารสนเทศและหรือความผิดพลาด หรือความไม่เที่ยงธรรมจากสารสนเทศ (Davis & Olson,1985)

1. อรรถประโยชน์ที่นำเสนอ (Utility of Information) สามารถแบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้

(1) อรรถประโยชน์ด้านรูปแบบ (Form Utility) หมายถึง รูปแบบของสารสนเทศสอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้ใช้

(2) อรรถประโยชน์ด้านเวลา (Time Utility) หมายถึง ผู้รับได้รับสารสนเทศในเวลาที่ต้องการ เป็นเวลาที่เหมาะสมไม่เร็วหรือช้าจนเกินไป

(3) อรรถประโยชน์ทางด้านสถานที่ (Place Utility) หมายถึง การเข้าถึงหรือได้รับสารสนเทศที่ต้องการอย่างสะดวกและไม่ยุ่งยาก ผู้ที่ต้องการสารสนเทศสามารถเข้าถึงสารสนเทศในสถานที่ใดก็ได้

(4) อรรถประโยชน์ด้านความเป็นเจ้าของ (Possession Utility) หมายถึง ความสามารถในการควบคุมการจำแนกแจกจ่ายไปยังผู้อื่น

2. ความพึงพอใจของผู้รับสารสนเทศ (Information Satisfaction) สามารถใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้เป็นตัวชี้วัดคุณภาพของสารสนเทศ เมื่อผู้ใช้งานเกิดความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่อคุณภาพของสารสนเทศ ย่อมส่งผลดีต่อการตัดสินใจต่อพฤติกรรมในกิจกรรมของผู้รับสารสนเทศ กล่าวคือหากผู้รับมีความพึงพอใจ ก็จะแสดงออกให้เห็นผ่านการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

3. ความผิดพลาดหรือความไม่เที่ยงธรรมจากสารสนเทศ ผู้ใช้สารสนเทศจะตระหนักถึงคุณภาพของสารสนเทศได้จากการที่ผู้ใช้ไม่เคยพบความผิดพลาดในสารสนเทศ รวมทั้งความเที่ยงธรรมที่มีในสารสนเทศนั้นๆ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค

2.2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

ดิเรก ฤกษ์หรัย (2528) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลอื่นเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและมีกำลังใจ มีความผูกพันกับหน่วยงาน มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ และสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานส่งผลถึงความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์กรอีกด้วย

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งหนึ่ง สิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดี จะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

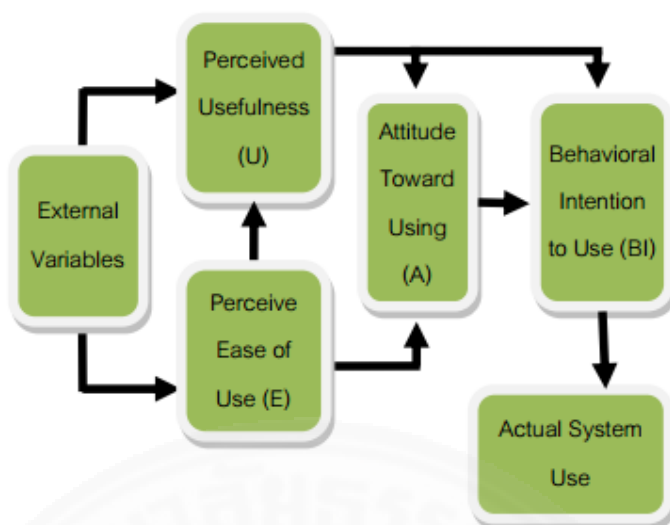
Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา(biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตั้งเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบาก บางอย่างเป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตั้งเครียด

2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัท (2555) กล่าวว่า แนวทางงานวิจัยด้านการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ(Information Technology Acceptance Research) เป็นการศึกษาในเชิงพฤติกรรมมนุษย์ โดยมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่และการยอมรับนวัตกรรม เป็นการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหรือตัวกำหนด ที่มีผลหรือมีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการยอมรับและนำไปใช้ จนกระทั่งทำให้เกิดเป็นเทคโนโลยีและ/หรือเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยจุดมุ่งหมายของงานวิจัยมาจาก 5 สาเหตุหลัก ได้แก่

1. เพื่ออธิบายวิธีการและเหตุผลของแต่ละบุคคลในการยอมรับ
2. เพื่อนำไปสู่การให้คำอธิบายและการพยากรณ์การยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
3. เพื่อนำไปสู่การให้คำอธิบายและการพยากรณ์การยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
4. เพื่อสร้างความเข้าใจในอิทธิพลของปัจจัยต่างๆที่เป็นตัวช่วยและตัวเร่งให้เกิดการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคลหรือแต่ละองค์การ
5. เพื่อแสดงให้เห็นถึงเหตุผลของการลงทุนด้านไอทีในอนาคต

แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (A technology acceptance model หรือ TAM) นับเป็นทฤษฎีพื้นฐานที่ได้รับการยอมรับและถูกนำมาใช้ในการอธิบายพฤติกรรมมนุษย์ในการยอมรับเทคโนโลยี (Technology acceptance) จุดสำคัญของทฤษฎีนี้คือการไม่นำบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่รอบข้าง มาใช้เป็นปัจจัยในการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้ที่เกิดขึ้นจริง อย่างไรก็ตามทฤษฎีดังกล่าวยังมีข้อจำกัดบางประการ จึงทำให้ต้องมีการปรับปรุงแบบจำลองเพื่อให้สามารถให้สามารถอธิบายการยอมรับการใช้เทคโนโลยีใหม่ของแต่ละบุคคลได้ถูกต้องและชัดเจนยิ่งขึ้น โดยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน TAM ถูกขยายเพิ่มเติมดังรูปที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แสดงแบบจำลองขยายเพิ่มเติมความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน TAM
ที่มา: KMITL Information Technology Journal (Jan. – Jun. 2012)

จากแบบจำลอง TAM สามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของผู้ใช้งาน ได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of User-PEOU) และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness-PU)

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี (Behavioral Intention) ได้รับความอิทธิพลจากปัจจัย 4 ปัจจัย ได้แก่ ตัวแปรภายนอก (External Variables) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) การรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (PU) และทัศนคติ (Attitude) โดยในท้ายที่สุดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีจะส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีต่อไป

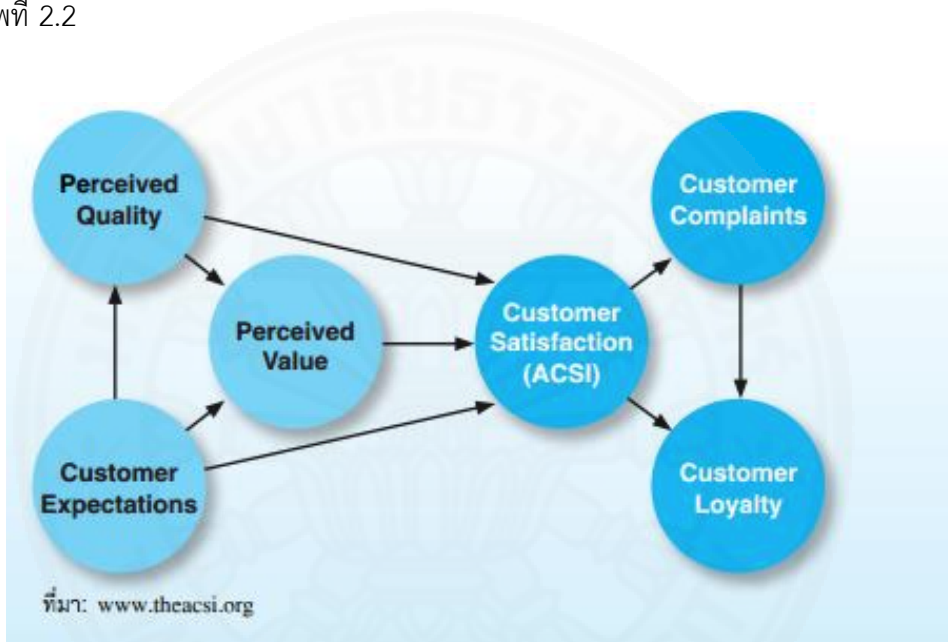
2.2.3 แนวคิดและทฤษฎีแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI)

Professor Claes Fornell ผู้อำนวยการ National Quality Research Center มหาวิทยาลัยมิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้คิดค้นเครื่องมือที่ชื่อว่า American Customer Satisfaction Index (ACSI) ซึ่งเป็นเครื่องมือวัดความพึงพอใจระดับมหภาค กล่าวได้ว่าสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่ริเริ่มวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคในระดับประเทศหรือระดับมหภาค ที่สามารถวัดศักยภาพในระดับองค์กร ระดับอุตสาหกรรม และระดับประเทศ

การนำ ACSI มาใช้เป็นเครื่องมือในการวัดผลทำให้การวัดศักยภาพขององค์กรสมบูรณ์มากขึ้น เพราะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพขององค์กรในด้านคุณภาพ หรือ Demand Side โดยการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า นอกเหนือจากการวัดประสิทธิภาพขององค์กรด้านปริมาณ หรือ Supply Side ที่เป็นการวัดประสิทธิภาพในมุมมองของผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ

แนวคิด ACSI เป็นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าจากประสบการณ์จริง โดยมีจุดเด่นที่สำคัญ คือ ความเป็นกลาง (Uniform) และสามารถนำผลมาเทียบเคียงกันได้ (Comparable) ดังนั้น คะแนนที่ได้จากการประเมิน จึงสามารถนำมาประมวลผลในระดับอุตสาหกรรม ระดับภาคการผลิต/บริการ และระดับประเทศได้ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถเปรียบเทียบระหว่างองค์กรเพื่อสะท้อนความสามารถในการแข่งขันของแต่ละหน่วยธุรกิจได้เป็นอย่างดี

แบบจำลอง ACSI ประกอบด้วย ปัจจัยส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า และปัจจัยสำคัญที่ได้รับอิทธิพลจากความพึงพอใจของลูกค้า ที่สามารถแสดงความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัย ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 แสดงแผนภาพ ACSI Model

ที่มา: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลัก 3 องค์ประกอบ คือ

ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations) ตามหลักทฤษฎีการคาดหวังของลูกค้า (Customer expectations) ของ Zeithaml, Parasuraman & Berry(1990) มีสาเหตุมาจากปัจจัย 5 ปัจจัย ดังนี้

1. ประสบการณ์ของลูกค้าในการใช้บริการที่ผ่านมาในอดีต
2. ข้อมูลที่ได้รับจากคำบอกเล่าของเพื่อน
3. การศึกษาข้อมูลจากคู่แข่ง

4. การโฆษณาของกิจการเอง

5. ความต้องการส่วนตัว

คุณภาพในสายตาผู้บริโภค (Perceived Quality) เป็นคุณภาพหรือประสิทธิภาพของสินค้าโดยรวมที่ผู้บริโภครับรู้ ตัวแปรนี้จะบอกถึงการประเมินตลาดเพื่อวัดประสิทธิภาพการบริโภค เนื่องจากคุณภาพสามารถเปรียบเทียบกันได้ระหว่างคุณภาพที่ลูกค้าได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการและมาตรฐานที่ลูกค้าคาดหวังไว้ โดยในการประเมินหรือการเปรียบเทียบนั้น สามารถทำได้โดยคำถามที่สำคัญ 3 ข้อ คือ คุณภาพโดยรวม ความน่าเชื่อถือ/ความคงทน และความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งหากบริษัทสามารถให้บริการได้ดีเกินกว่ามาตรฐานที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ ก็จะส่งผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

คุณค่าหรือความนิยมในสายตาของผู้บริโภค (Perceived Value) คือ คุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ เกิดได้จากความพอใจต่อราคา ณ ระดับคุณภาพในปัจจุบัน และความพอใจต่อคุณลักษณะ ราคาปัจจุบัน กล่าวคือ คุณค่าหรือความนิยมของผู้บริโภคเป็นความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการ เทียบกับต้นทุนที่ต้องจ่ายไป ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเพิ่มขึ้นเมื่อผู้บริโภคทราบว่าผลประโยชน์ที่ตนได้รับมีมากกว่าต้นทุนที่ต้องจ่ายไป แต่หากผู้บริโภคทราบว่าผลประโยชน์ที่ตนได้รับน้อยกว่าหรือเทียบเท่าต้นทุนที่ต้องจ่ายไป จะทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคลดลงด้วย

ปัจจัยที่ได้อิทธิพลจากความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่

การร้องเรียนของลูกค้า (Customer Complaints) หากลูกค้าไม่พึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการก็จะเกิดจำนวนข้อร้องเรียนที่เพิ่มขึ้น ในทางกลับกันหากลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการก็จะเกิดข้อร้องเรียนที่ลดลง กล่าวคือข้อร้องเรียนของลูกค้ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความพึงพอใจของลูกค้านั่นเอง

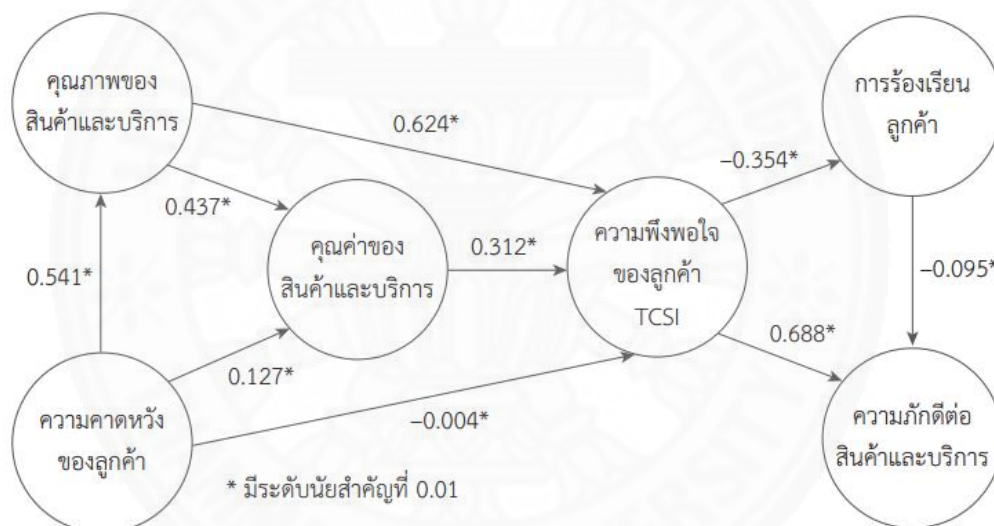
ความจงรักภักดีในสินค้าและบริการ (Customer Loyalty) เป็นระดับความสัมพันธ์ที่ลูกค้ามีต่อบริษัท หากลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการมาก จะทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อบริษัทมากขึ้น โดยปัจจัยนี้สามารถตรวจสอบได้จากความน่าจะเป็นในการกลับมาซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำในอนาคต

2.2.4 แนวคิดและทฤษฎีแบบจำลอง Thailand Customer Satisfaction Index (TCSI)

แบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI) ได้รับความสนใจจากประเทศอุตสาหกรรมชั้นนำต่างๆ เช่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ยุโรป เม็กซิโก โคลัมเบีย และหลายประเทศในเอเชียเอง ตัวอย่างประเทศในเอเชีย ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และไทย

ประเทศไทยได้ริเริ่มนำแนวคิดตามกรอบของแบบจำลอง ACSI มาศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในระดับมหภาค ในปี พ.ศ.2550 ภายใต้ชื่อโครงการ “Thailand Customer Satisfaction Index (TCSI) ในกลุ่มของธนาคารพาณิชย์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการหน้าเคาเตอร์ของธนาคารพาณิชย์ไทยจำนวน 6 แห่ง คือธนาคารกรุงไทย ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และ ธนาคารทหารไทย ซึ่งมีสัดส่วนรายได้รายได้ที่ไม่ใช่ดอกเบี้ยในตลาดรวมกันเกือบร้อยละ 80 ของธนาคารไทยพาณิชย์ทั้งหมดจำนวน 35 แห่ง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร TCSI ของธนาคารพาณิชย์ในโครงการดังแสดงในภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรใน TCSI ของธนาคารพาณิชย์ในโครงการ (ที่มา: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ)

2.3 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations)

ซิซนุกร พรภาณุวิชญ์ (2540) อธิบายว่า ความคาดหวัง คือ ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่นที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการหรือคาดหวังเอาไว้

ชญานิน บุหลันพฤกษ์ (2549) กล่าวว่า ระดับความพึงพอใจของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของ เอไอเอส เซเรเนด คลับ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากในทุกด้าน คือ ด้านการตอบสนอง ด้านการเข้าถึงจิตใจ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเชื่อมั่น ซึ่งความคาดหวังนี้อาจเป็นผลมาจากปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารแบบปากต่อปาก ความต้องการส่วนบุคคล การติดต่อสื่อสารออกไปภายนอกผู้บริโภค และประสบการณ์ในอดีต

วงพลอย วัฒนะโชติ (2556) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการร้านทำความสะอาดรถยนต์ภายใต้กรอบแนวคิด American Customer Satisfaction Index (ACSI) พบว่า มีความความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับคุณภาพของการบริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของความสัมพันธ์เท่ากับ 0.763 ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับคุณค่าของการบริการ เนื่องจากผลทดสอบที่วัดได้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.3.2 คุณภาพในสายตาของผู้บริโภค (Perceived Quality)

Aaker (1996) กล่าวว่า คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ หมายถึง การที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ถึงคุณภาพของสินค้า ซึ่งเป็นความเชื่อมโยงของตราสินค้าที่สามารถยกระดับสถานะสินทรัพย์ของตราสินค้าขึ้นมาได้ด้วยเหตุผลต่างๆมากมาย กล่าวคือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ มีส่วนช่วยผลักดันความสำเร็จทางการเงิน ด้านกลยุทธ์ของธุรกิจ รวมถึงด้านอื่นๆของตราสินค้าด้วย ในการรับรู้ถึงคุณภาพของผู้บริโภคขึ้นมานั้น นักการตลาดควรที่จะทำความเข้าใจคำว่า “คุณค่า” ให้ถูกต้องเสียก่อน และควรที่จะรู้ว่าผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม (Segment) ในแต่ละวัฒนธรรมนั้นเป็นอย่างไร จากนั้นจึงจะสามารถสร้างคุณภาพของสินค้าที่ดีที่นำไปสู่ทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคได้

Parasuraman et al (1990) ได้สรุปว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เป็นความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือปรารถนากับสิ่งที่ลูกค้าได้รับจริง

$$\text{การรับรู้คุณภาพการให้บริการ} = \text{บริการที่ได้รับ} - \text{บริการที่คาดหวัง}$$

โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความคาดหวังของลูกค้าอยู่ 4 ปัจจัย ดังนี้

1. การได้รับการบอกกล่าวปากต่อปาก (Word of Communications) การที่ลูกค้าได้ยิน ได้รับรู้จากลูกค้ารายอื่นๆ
2. ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) ของลูกค้าแต่ละรายแตกต่างกัน
3. ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าแต่ละรายแตกต่างกัน

4. การสื่อสารภายนอก (External Communications) การสื่อสารจากการให้บริการของผู้ให้บริการสู่ลูกค้า ทั้งทางตรงและทางอ้อมมีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าแต่ละราย

Paransuraman และคณะ ได้มีการพัฒนาและสร้างเครื่องมือในการประเมินคุณภาพบริการที่เรียกว่า “SERVQUA” ที่สามารถนำไปใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการจากปัจจัย 5 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ มีลักษณะกายภาพที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัด เช่น สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ บุคลากร เอกสาร และในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าสามารถช่วยให้ลูกค้ารับรู้การบริการที่ตั้งใจของพนักงานได้ชัดเจน

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ การใช้บริการของพนักงานต้องมีความสามารถในการสื่อสารให้กับผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ ที่สามารถสร้างความเชื่อมั่น และวางใจได้

3. การตอบสนอง (Responsiveness) คือ การให้บริการของพนักงานด้วยความสามารถในการบริการด้วยความเต็มใจและมีความพร้อมที่จะช่วยเหลือหรือให้บริการลูกค้าทันทีเมื่อมีการร้องขอ ผู้รับบริการได้รับการบริการที่สะดวกและรวดเร็ว

4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ การให้บริการของพนักงานที่มีทักษะความรู้ความสามารถในการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการแก่ผู้รับบริการเพื่อให้เกิดความไว้วางใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

5. การเอาใจใส่ (Empathy) คือ การให้บริการของพนักงานที่มีความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการของผู้รับบริการที่แตกต่างกัน

2.3.3 คุณค่าหรือความนิยมของผู้บริโภค (Perceived Value)

Kotler & Keller (2006 ,อ้างถึงใน ยิ่งลักษณ์ ทรัพย์น้อย, 2558, น.9) ได้ให้นิยามคุณค่าที่รับรู้ว่า หมายถึง ความแตกต่างระหว่างคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากการเป็นเจ้าของ และ การใช้สินค้าหรือบริการ เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในการได้เป็นเจ้าของสินค้า ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าจากองค์การที่นำเสนอคุณค่าสูงสุดที่สามารถรับรู้ได้ คุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ (Customer Perceived Value : CPV) หรือคุณค่าที่ได้รับ หมายถึงคุณค่าที่เกิดจากผลต่างระหว่างผลประโยชน์โดยรวมของคุณค่าทั้งหมด (Total Customer Value) กับต้นทุนทั้งหมด (Total Customer Cost) หมายถึง คุณค่าที่เป็นผลประโยชน์โดยรวมทั้งหมดที่ลูกค้าคาดหวังจากการใช้สินค้าและบริการนั้น ไม่ว่าจะเป็คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ เชิงหน้าที่ และคุณค่าเชิงจิตวิทยา ส่วนต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าจ่ายไป (Total Customer Cost) หมายถึง ต้นทุนที่ลูกค้าคาดว่าจะต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการนั้น ไม่ว่าจะเป็ต้นทุนในการเสาะหาข้อมูลเพื่อการประเมินต้นทุนของการได้มาของสินค้าต้นทุนในการใช้สินค้าตลอดจนการกำจัดซากสินค้า

เกษมศรี สัจจะวิริยะกุล (2556) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการคลินิก และโรงพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าความคาดหวังของลูกค้าไม่ส่งผลโดยตรงต่อคุณค่าของการบริการ ในขณะที่พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคุณภาพของการบริการกับคุณค่าของการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.768 และมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าของการบริการกับความพึงพอใจของลูกค้า มีค่าสัมประสิทธิ์ของความสัมพันธ์เท่ากับ 0.463 และมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ การบริการที่มีคุณภาพดี ตอบสนองต่อความต้องการส่วนบุคคลได้อย่างเต็มที่ มีความผิดพลาดน้อย จะส่งผลต่อการคุณค่าของการบริการเป็นอย่างมาก และหากลูกค้าของคลินิกและโรงพยาบาลสัตว์รับรู้ถึงความคุ้มค่าเหมาะสม จนกระทั่งรู้สึกประทับใจในการบริการซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าในต่อไป

2.3.4 ความพึงพอใจของผู้บริโภค (Customer Satisfaction)

พนิดา เจริญผลารักษ์ (2556 ,น.43) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SAP โดยใช้แบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI) เพื่อวัดความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน พบว่า คุณภาพของโปรแกรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้โปรแกรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.54 และมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งยังพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคุณค่าของโปรแกรมและความพึงพอใจของผู้ใช้โปรแกรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของความสัมพันธ์เท่ากับ 0.47 และมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าคุณภาพของโปรแกรมและคุณค่าของโปรแกรมส่งผลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้โปรแกรม

2.3.5 ข้อร้องเรียนของลูกค้า (Customer Complaints)

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549) กล่าวว่า ข้อร้องเรียน (Complaints) หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าไม่ได้รับจากองค์กรธุรกิจตามความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจและแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบ

Exit-Voice Theory ของ Hirschman (1970) กล่าวว่า การลดลงของข้อร้องเรียนจากลูกค้าและการเพิ่มขึ้นของความจงรักภักดีในตราสินค้าของลูกค้า เป็นผลมาจากความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามเมื่อลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจสินค้า/บริการ พฤติกรรมที่ลูกค้าจะแสดงออกมี 2 แนวทาง คือ 1) การร้องเรียนไปยังบริษัทผู้ขายสินค้าและบริการนั้นๆ ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ทางบริษัทผู้ให้บริการยังสามารถมีโอกาสจะรักษาลูกค้ากลุ่มนี้ไว้ได้ 2) การเลิกใช้สินค้าหรือบริการนั้นโดยเปลี่ยนไปใช้สินค้าหรือบริการของคู่แข่งแทนหรือการบอกต่อเรื่องราวในแง่ลบให้กระจายออกไป แต่หากลูกค้าพึงพอใจในสินค้าหรือบริการก็จะสะท้อนออกมาในลักษณะของความจงรักภักดีในสินค้าและบริการ ซึ่งปัจจัยตัวหลังจะถือว่าเป็นตัว (Proxy) ของกำไรของบริษัทนั่นเอง

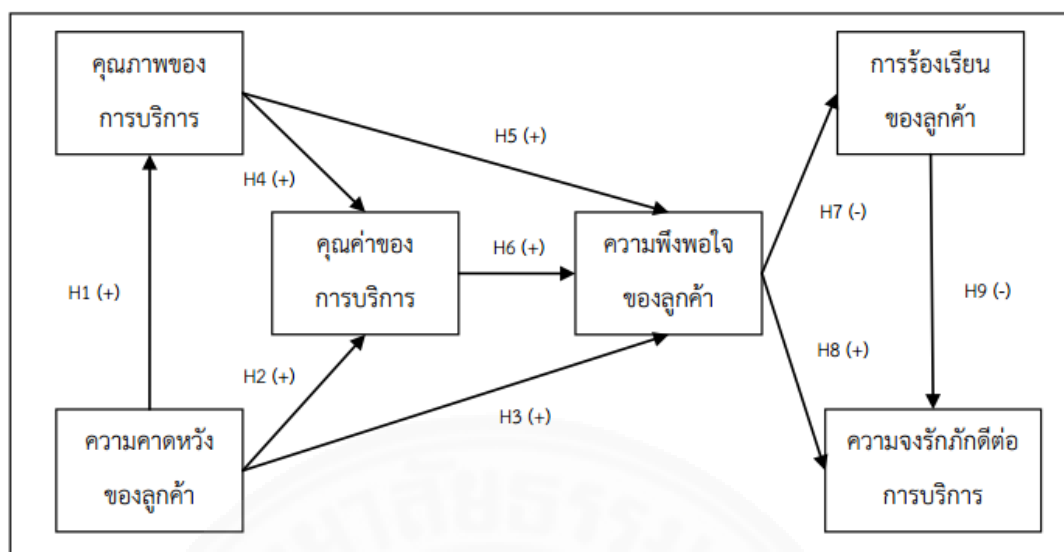
2.3.6 ความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)

อรรถศานส์ ลิกมลสวัสดิ์ (2557, น.100) ได้ทำการศึกษา ความจงรักภักดีต่อ แอปพลิเคชันแอสแตมป์บนสมาร์ตโฟน: กรณีศึกษาร้านเบคบริเตออร์แอสแตมป์ พบว่าตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงไปยังความจงรักภักดี (Loyalty) ต่อแอปพลิเคชันนั้น ประกอบด้วยสองตัวแปรโดยเรียงลำดับจากค่าน้ำหนักความสำคัญ คือ ตัวแปรด้านความพึงพอใจ (Satisfaction) มีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ 0.30 และตัวแปรด้านการรับรู้ความมีประโยชน์(Perceived Usefulness) มีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ 0.24 โดยตัวแปรดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อในทิศทางบวกซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ พร้อมทั้งสามารถอธิบายตัวแปรด้านความจงรักภักดีได้ร้อยละ 38 และมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความจงรักภักดีต่อการใช้แอปพลิเคชันนั้นอยู่ภายใต้การรับรู้การใช้งานที่มีประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้งาน โดยจะมีผลต่อการใช้แอปพลิเคชันแอสแตมป์ต่อไป การบอกต่อไปยังบุคคลรอบข้างถึงแอปพลิเคชันแอสแตมป์ในการซื้อสินค้าและบริการต่างๆและการกลับมาซื้อสินค้าและบริการ โดยการใช้แอปพลิเคชันแอสแตมป์ซ้ำอีก

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติของงานวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Zhon & Lu(2011) ซึ่งได้อธิบายว่าตัวแปรที่มีความสำคัญในการส่งผลกระทบต่อด้านความจงรักภักดีได้แก่ ด้านการรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness) และตัวแปรด้านความพึงพอใจ (Satisfaction) มีนัยสำคัญและเป็นตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงไปยังความจงรักภักดี (Loyalty) โดยตัวแปรด้านการรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness) และตัวแปรด้านความพึงพอใจ (satisfaction) นั้น เป็นตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อไปยังผู้ใช้งานและเป็นตัวขับเคลื่อนที่ทำให้ผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชันเพิ่มขึ้น

2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการทำงาน จะใช้แบบจำลอง ACSI มาเป็นต้นแบบในการวิเคราะห์ เพื่ออธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย 9 ข้อเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้



ภาพที่ 2.4 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Model)

สมมติฐานที่ 1 (H1): มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้งาน และคุณภาพของการบริการ ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

สมมติฐานที่ 2 (H2): มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้งาน และคุณค่าของการบริการ ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

สมมติฐานที่ 3 (H3): มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้งาน และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

สมมติฐานที่ 4 (H4): มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง คุณภาพของการบริการ และคุณค่าของการบริการ ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

สมมติฐานที่ 5 (H5): มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง คุณภาพของการบริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

สมมติฐานที่ 6 (H6): มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง คุณค่าของการบริการ และ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

สมมติฐานที่ 7 (H7): มีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่าง ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และการร้องเรียนของผู้ใช้งาน ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

สมมติฐานที่ 8 (H8): มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และ ความจงรักภักดีต่อการบริการ ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

สมมติฐานที่ 9 (H9): มีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่าง การร้องเรียนของผู้ใช้งาน และ ความจงรักภักดีต่อการบริการ ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานในองค์กร โดยดำเนินการค้นคว้าตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 การออกแบบงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.4 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

3.1 การออกแบบงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มคนทำงานที่มีประสบการณ์ในการใช้งานระบบสารสนเทศ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS AMOS ในการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลที่รวบรวมได้

ผู้วิจัยเลือกใช้แบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI) เป็นเครื่องมือในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศ

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้การศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มคนทำงานที่มีประสบการณ์ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร ที่ทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนอย่างน้อย 150 ตัวอย่าง เนื่องจากจากงานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 15 ตัวแปร

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามคัดกรองเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อคัดกรองเฉพาะพนักงานที่มีประสบการณ์ในการใช้งานระบบสารสนเทศในการทำงาน ที่ทำงานภายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามทั่วไปและพฤติกรรมการใช้ระบบสารสนเทศของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อนำมาใช้สรุปผลการวิจัยเชิงพรรณนา ซึ่งเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และประสบการณ์การใช้งานระบบสารสนเทศ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการระบบสารสนเทศตามกรอบของแบบจำลอง ACSI แบ่งเป็น 6 หมวดย่อย ได้แก่ 1) ความคาดหวังของผู้ใช้งาน 2) คุณภาพของการบริการ 3) คุณค่าของการบริการ 4) ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน 5) การร้องเรียนของผู้ใช้งาน และ 6) ความจงรักภักดีต่อการบริการ โดยมีมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนหรือน้ำหนักของการประเมินเรียงตามลำดับ จาก ความพึงพอใจน้อยที่สุด (ระดับ 1) ไปจนถึงความพึงพอใจมากที่สุด (ระดับ 10)

3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรในงานวิจัย เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศ จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ

3.4.1 ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) หรือตัวแปรบ่งชี้ (Indicator Variable)

ตัวแปรสังเกตได้ คือ ตัวแปรที่สามารถวัดได้โดยตรง ซึ่งในงานวิจัยนี้คือคำถามในแบบสอบถามซึ่งมีจำนวน 15 ตัวแปร ดังตารางที่ 3.1

3.4.2 ตัวแปรแฝงหรือปัจจัยแฝง (Latent Variable หรือ Factor Variable)

ตัวแปรแฝง คือ ตัวแปรที่ได้จากการสังเกตตัวแปรที่สังเกตได้หลายๆตัว โดยตัวแปรแฝงในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ได้แก่

1. ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations)
2. คุณภาพของสินค้า/บริการที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Quality)

3. คุณค่าของสินค้า/บริการที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Value)
4. ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)
5. การร้องเรียนของลูกค้า (Customer Complaints)
6. ความจงรักภักดีในสินค้า/บริการ (Customer Loyalty)

ตารางที่ 3.1

ตารางตัวแปรสังเกตได้และคำถามในแบบสำรวจที่ปรับจากแบบจำลอง ACSI

ตัวแปรแฝง	คำถาม หรือ ตัวแปรสังเกตได้
ความคาดหวังของ ลูกค้า (Customer Expectation)	คุณคาดหวังต่อคุณภาพโดยรวมของระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงาน มากน้อยเพียงใด
	คุณคาดหวังว่าระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานจะสามารถ ตอบสนองความต้องการส่วนตัวของคุณได้ดีเพียงใด
	คุณคาดหวังว่าระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ให้บริการผิดพลาด หรือบกพร่องในเรื่องต่างๆบ่อยครั้งเพียงใด
คุณภาพของสินค้า/ บริการที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Quality)	คุณภาพโดยรวมของระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานที่คุณได้รับ มีคุณภาพดีอยู่ในระดับใด
	ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงาน สามารถตอบสนองความต้องการ ส่วนตัวของคุณได้ดีเพียงใด
	ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานมีความบกพร่องในเรื่องต่างๆ บ่อยครั้งเพียงใด
คุณค่าของสินค้า/ บริการที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Value)	เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของการบริการที่คุณได้รับจากระบบ สารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงาน คุณคิดว่าค่าใช้จ่ายที่องค์กรต้องจ่ายมี ความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด
	เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่องค์กรต้องจ่าย คุณคิดว่าคุณภาพของ การบริการที่คุณได้รับจากระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานมีความ เหมาะสมมากน้อยเพียงใด

ตารางที่ 3.1

ตารางตัวแปรสังเกตได้และคำถามในแบบสำรวจที่ปรับจากแบบจำลอง ACSI (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	คำถาม หรือ ตัวแปรสังเกตได้
ความพึงพอใจของ ลูกค้า (Customer Satisfaction)	ระดับความพึงพอใจโดยรวมของคุณจากการใช้ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับใด
	คุณคิดว่าคุณภาพโดยรวมที่คุณได้รับจากการใช้ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานดีกว่าความคาดหวังของคุณมากน้อยเพียงใด
	คุณคิดว่าคุณภาพโดยรวมที่คุณได้รับจากการใช้ระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานดีกว่า เมื่อเทียบกับสิ่งที่ต้องการจากการใช้งานระบบสารสนเทศที่คุณจินตนาการไว้มากน้อยเพียงใด
การร้องเรียนของลูกค้า (Customer Complaints)	คุณเคยร้องเรียนหรือแสดงความไม่พอใจ <i>อย่างเป็นทางการ</i> ในเรื่องการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานบ่อยครั้งเพียงใด
	คุณเคยร้องเรียนหรือแสดงความไม่พอใจ <i>อย่างไม่เป็นทางการ</i> ในเรื่องการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานบ่อยครั้งเพียงใด
ความจงรักภักดีใน สินค้า/บริการ (Customer Loyalty)	ถ้าคุณมีอำนาจในการตัดสินใจ ในคราวต่อไปคุณมีความยินดีที่จะใช้ระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานมากน้อยเพียงใด
	คุณจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานมากน้อยเพียงใด

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานในองค์กร แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

สำหรับอธิบายลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยศึกษาและนำเสนอในรูปแบบของแผนภูมิข้อมูลทางสถิติแสดงค่าร้อยละ (Percentage)

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

เป็นการศึกษาข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ของกลุ่มตัวอย่างตามกรอบของแบบจำลอง ACSI ที่มีลักษณะเป็นสมการโครงสร้างเชิงเส้น (Structural Equation Model) โดยใช้โปรแกรม SPSS AMOS ในการทดสอบสมมติ (Hypothesis Testing) เพื่ออธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภายใต้แบบจำลองดังกล่าว ได้แก่ ความคาดหวังของลูกค้า คุณภาพของการบริการ คุณค่าของการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า การร้องเรียนของลูกค้า และความจงรักภักดีในสินค้าและบริการ

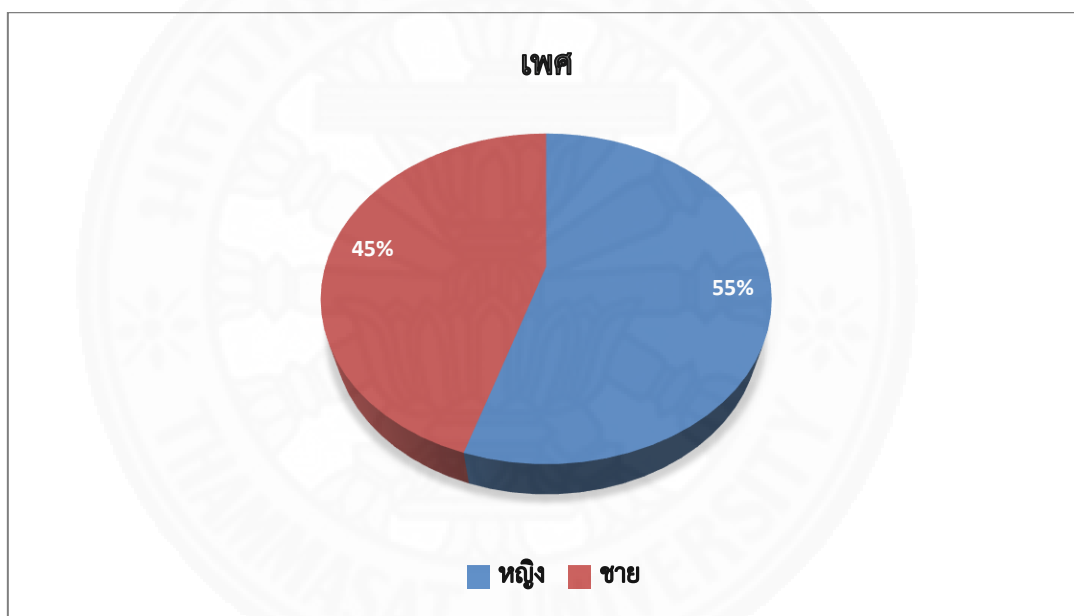


บทที่ 4

ผลการวิจัย

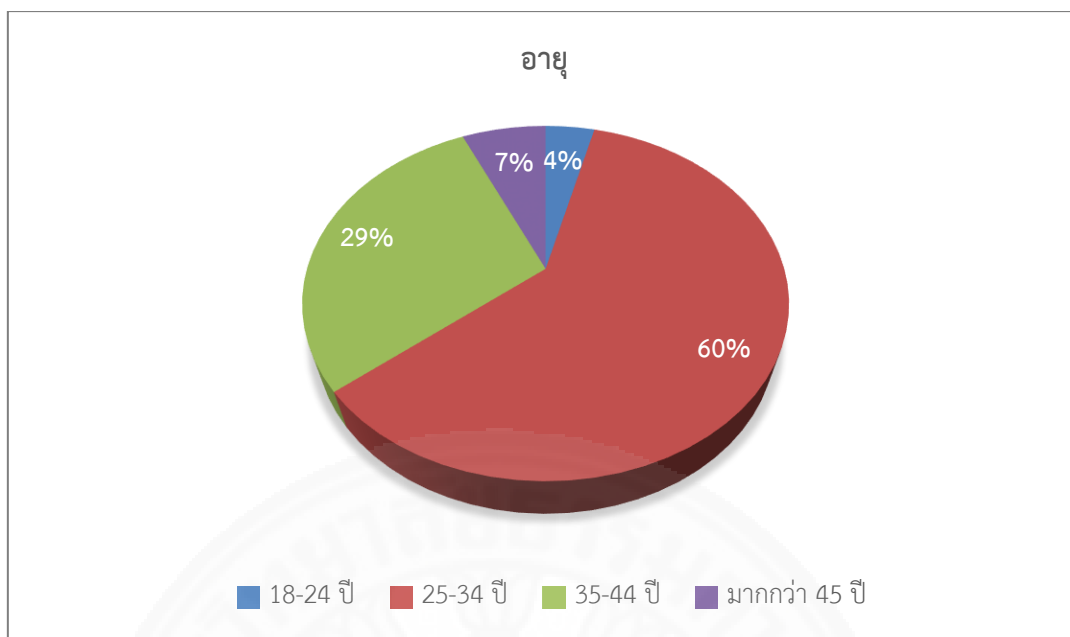
ในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงาน ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามและแบบสอบถามออนไลน์ และได้รับแบบสอบถามครบถ้วนสมบูรณ์กลับมา 357 ฉบับ จากการสำรวจพบรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์



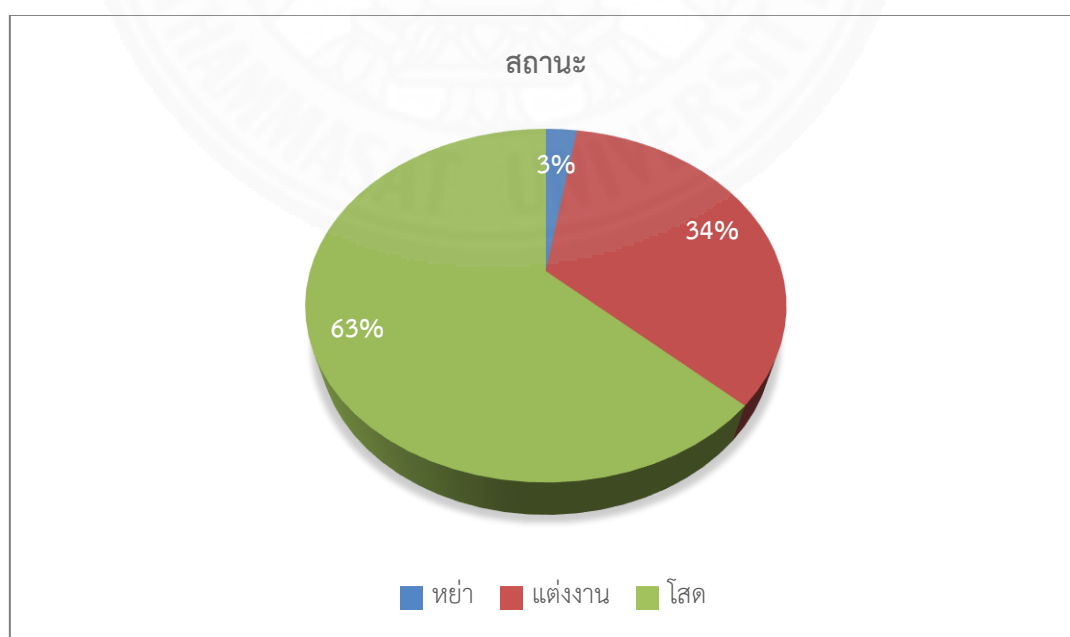
ภาพที่ 4.1 แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามเพศ

กลุ่มผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานที่ทำการสำรวจ พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 55 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 45



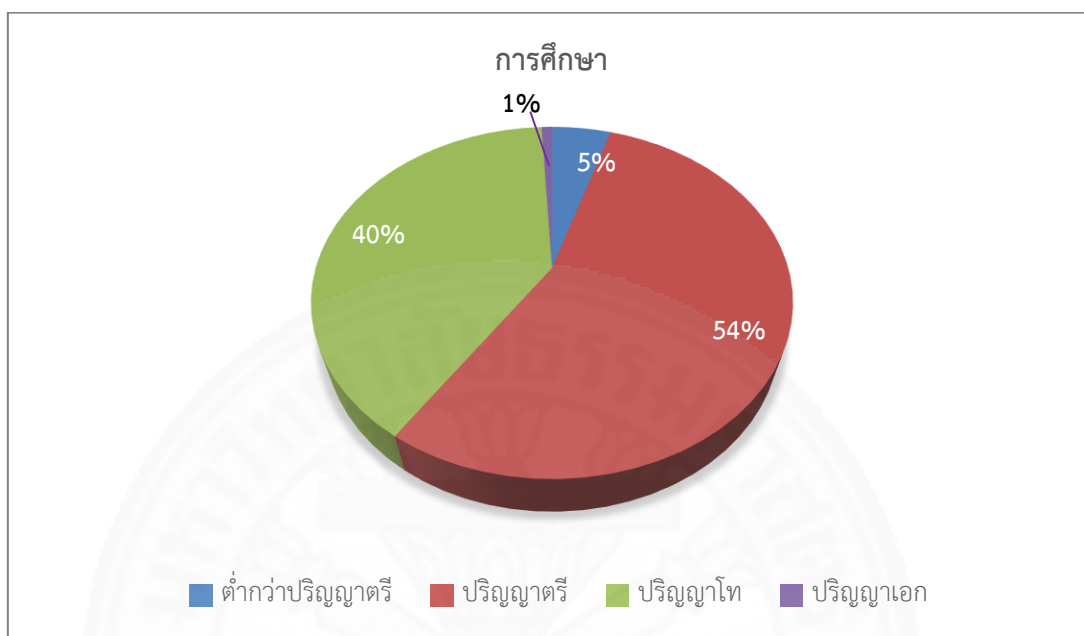
ภาพที่ 4.2 แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามอายุ

กลุ่มผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานที่ทำการสำรวจ พบว่าส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี ร้อยละ 60 อันดับสองอยู่ในช่วง 35-44 ปี ร้อยละ 29 และอันดับสามมีอายุมากกว่า 45 ปี ร้อยละ 7



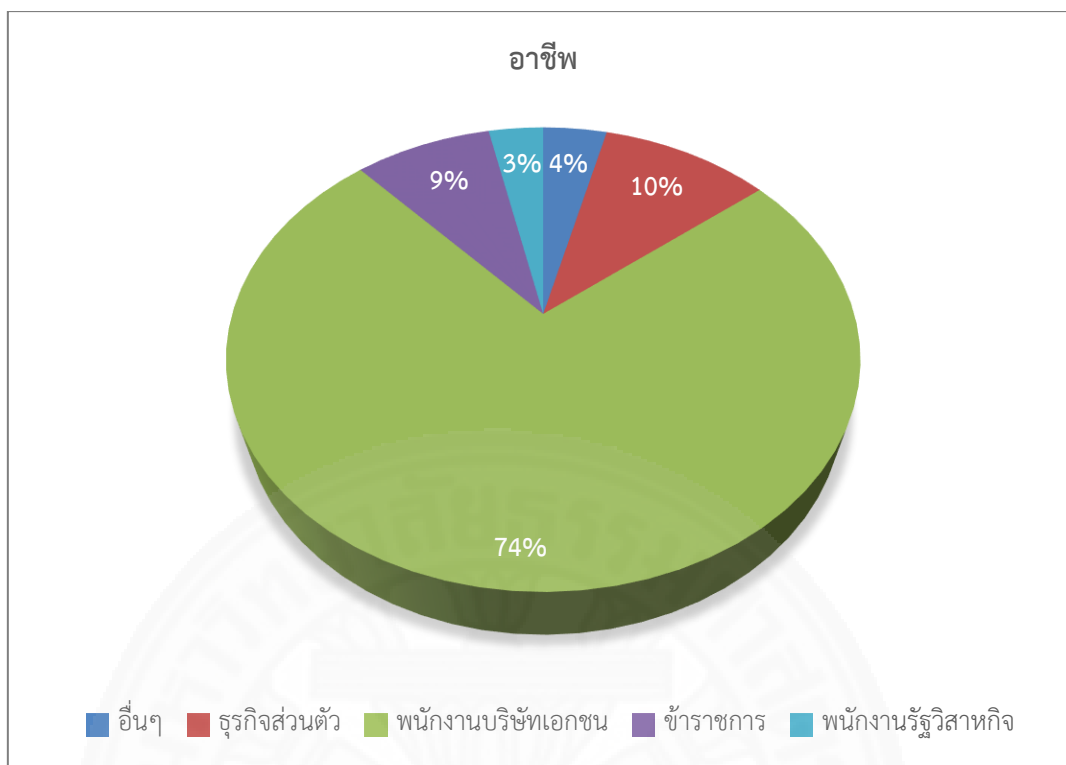
ภาพที่ 4.3 แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามสถานะ

กลุ่มผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานที่ทำการสำรวจ พบว่า มีสัดส่วนของสถานะคือ โสด ร้อยละ 63 แต่งงาน ร้อยละ 34 และหย่า ร้อยละ 3



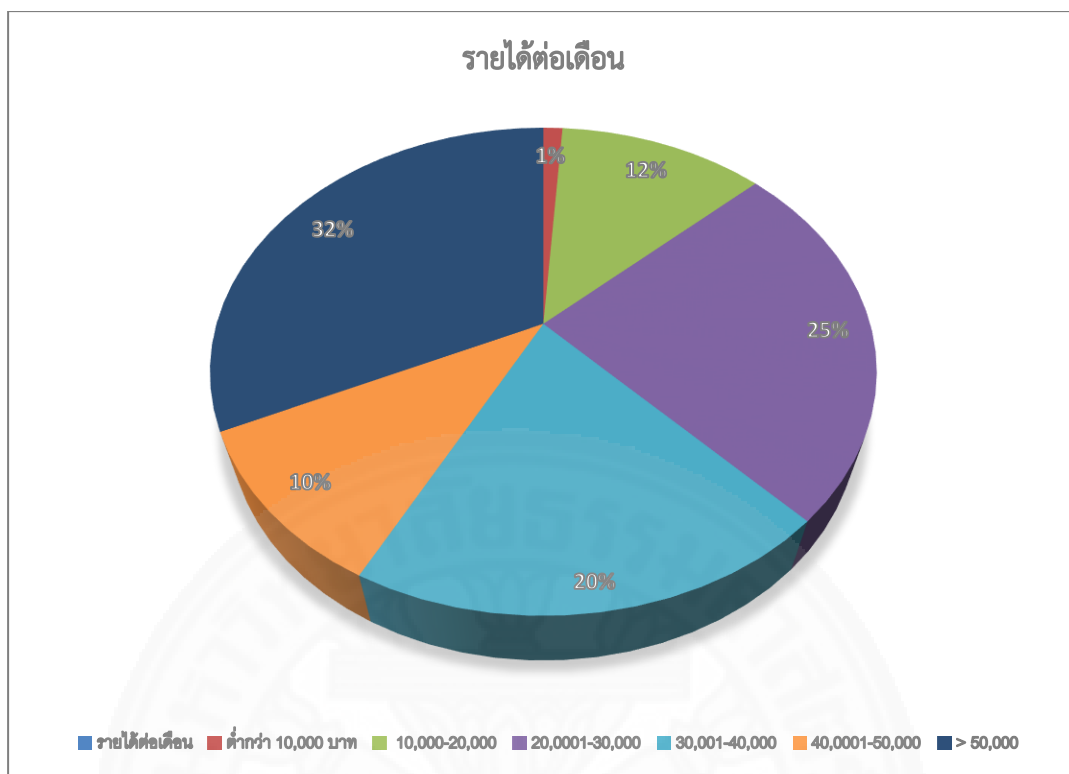
ภาพที่ 4.4 แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามระดับการศึกษา

กลุ่มผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานที่ทำการสำรวจ พบว่า คนส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท คิดเป็น ร้อยละ 54 และร้อยละ 40 ตามลำดับ



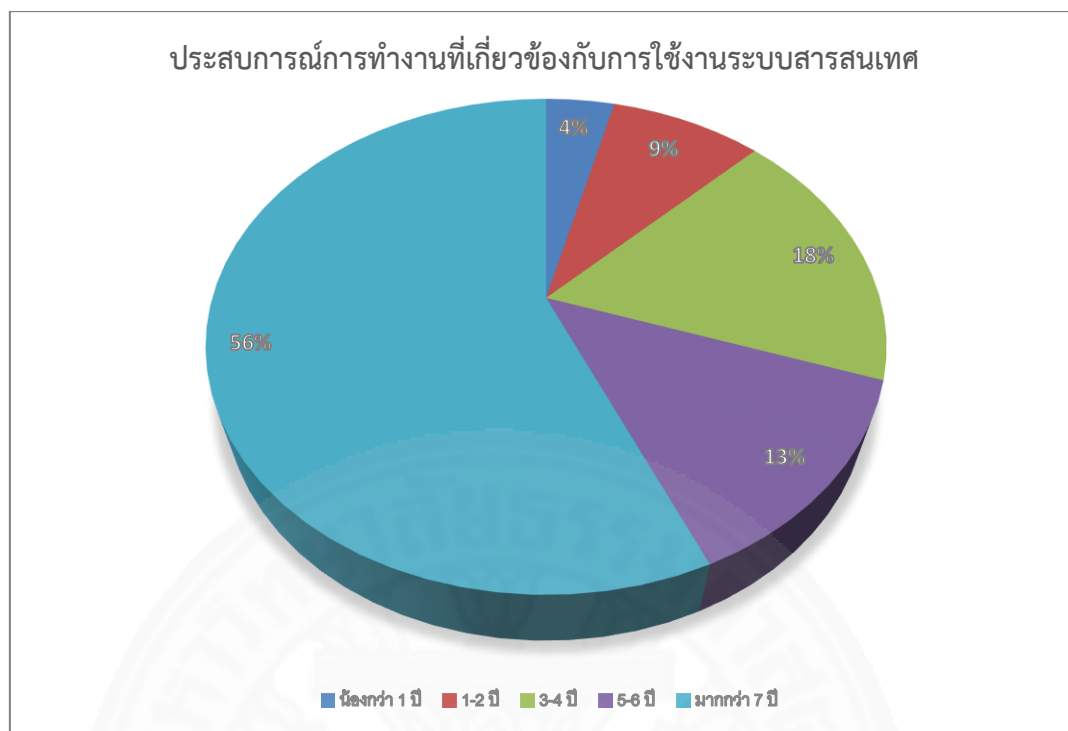
ภาพที่ 4.5 แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามอาชีพ

กลุ่มผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานที่ทำการสำรวจ พบว่า คนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มากถึงร้อยละ 74 รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 10 และรับราชการ ร้อยละ 9



ภาพที่ 4.6 แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามรายได้ต่อเดือน

กลุ่มผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานที่ทำการสำรวจ พบว่า รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ มากกว่า 50,000 บาท/เดือน ร้อยละ 3 อันดับสอง คือ 20,001-30,000 บาท/เดือน ร้อยละ 25 และอันดับสาม คือ 30,001-40,000 บาท/เดือน ร้อยละ 20



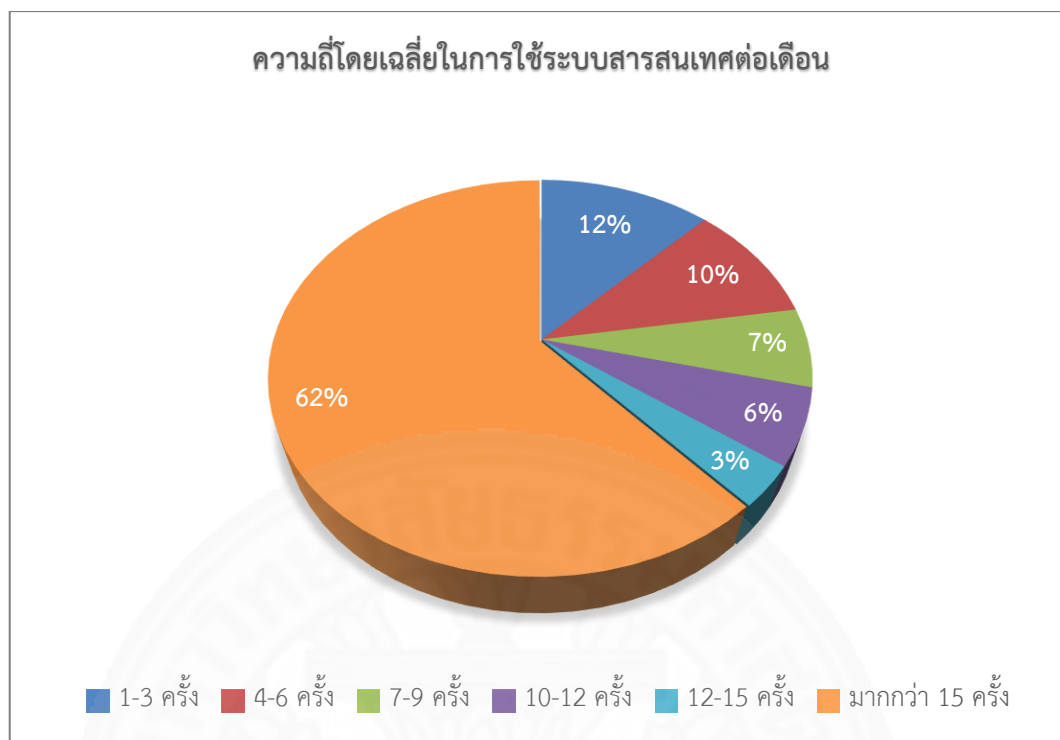
ภาพที่ 4.7 แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามประสบการณ์การใช้งานระบบสารสนเทศในการทำงาน

กลุ่มผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานที่ทำการสำรวจ พบว่า คนส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้ระบบสารสนเทศมากกว่า 7 ปี ร้อยละ 56 อันดับสอง มีประสบการณ์ 3-4 ปี ร้อยละ 18 และอันดับสาม มีประสบการณ์ 5-6 ปี ร้อยละ 13



ภาพที่ 4.8 แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามขนาดขององค์กรที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน

กลุ่มผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานที่ทำการสำรวจ พบว่า คนส่วนใหญ่ทำงานอยู่ในองค์กรขนาดใหญ่มากถึงร้อยละ 65 รองลงมาทำงานในองค์กรขนาดกลาง ร้อยละ 19 และลำดับสุดท้ายทำงานในองค์กรขนาดเล็ก ร้อยละ 16



ภาพที่ 4.9 แผนภูมิข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามแบ่งตามความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้งานระบบสารสนเทศต่อเดือน

กลุ่มผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานที่ทำการสำรวจ พบว่า ความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้ระบบสารสนเทศต่อเดือนของผู้ใช้งานส่วนใหญ่คือมากกว่า 15 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 62 อันดับสองคือ 1-3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 12 อันดับสามคือ 4-6 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 10

4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงาน

การวิเคราะห์ผลความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานในองค์กร โดยใช้สมการโครงสร้างเชิงเส้น (Structural Equation Model: SEM) ด้วยโปรแกรม SPSS AMOS ได้ผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 4.1

แสดงค่าดัชนีประเมินความเหมาะสมของแบบจำลอง

ค่าสถิติ	ค่าที่เหมาะสม	ค่าที่ได้จากการวิเคราะห์
ค่า p-value ของ Chi-square	มากกว่า 0.05	0.121
ค่า RMSEA	ควรต่ำกว่า 0.05 หรือมีค่าเข้าใกล้ 0	0.024
ค่า GFI	มากกว่า 0.9	0.970
ค่า TLI	มากกว่า 0.9	0.993
ค่า CFI	มากกว่า 0.9	0.995
ค่า CMIN/DF	ค่าที่ได้น้อยกว่า 3 จะเป็นค่าที่ดีที่สุด และเข้าใกล้ 1 จะเป็นค่าที่ดีที่สุด	1.203

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ค่าดัชนีชี้วัดทั้งหมดมีค่าใกล้เคียงค่าที่ยอมรับได้ ได้แก่ p-value ของ Chi-square มีค่า 0.121 RMSEA มีค่า 0.024 GFI มีค่า 0.970 TLI มีค่า 0.993 CFI มีค่า 0.995 และ CMIN/DF มีค่า 1.203 ซึ่งค่าสถิติดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จึงสามารถสรุปได้ว่าแบบจำลองนี้มีความน่าเชื่อถือและมีความเที่ยงตรงเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในการวิเคราะห์งานวิจัย

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) เพื่อสำรวจความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ตามแบบจำลอง ACSI นั้นสามารถแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ตัวแปรหรือองค์ประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์ตัวแปร (Factor Analysis)

เป็นเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ เพื่อดูว่าตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวนั้นสามารถเป็นตัวแทนของตัวแปรแฝงได้มากน้อยเพียงใด ทั้งนี้พิจารณาจากค่าน้ำหนักของตัวแปร (Factor Loading หรือ Loading) โดยยอมให้ผ่าน

เกณฑ์ขั้นต่ำด้วยน้ำหนักตัวแปร ± 0.4 และหากมีค่ามากกว่า ± 0.5 ถือว่ามีนัยสำคัญ ซึ่งค่าน้ำหนักของแต่ละตัวแปรที่วัดได้จากการวิจัยแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2

แสดงค่า Factor Loading ของแบบจำลอง

ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable)	Factor Loading
ปัจจัยด้านความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation)	
คุณคาดหวังต่อคุณภาพโดยรวมของระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานมากน้อยเพียงใด	0.832
คุณคาดหวังว่าระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานจะสามารถตอบสนองความต้องการส่วนตัวของคุณได้ดีเพียงใด	0.881
คุณคาดว่าระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ให้บริการผิดพลาดหรือบกพร่องในเรื่องต่างๆบ่อยครั้งเพียงใด	0.066
ปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้า/บริการที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Quality)	
คุณภาพโดยรวมของระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานที่คุณได้รับมีคุณภาพดีอยู่ในระดับใด	0.771
ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงาน สามารถตอบสนองความต้องการส่วนตัวของคุณได้ดีเพียงใด	0.873
ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานมีความบกพร่องในเรื่องต่างๆบ่อยครั้งเพียงใด	0.162
ปัจจัยด้านคุณค่าของสินค้า/บริการที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Value)	
เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของการบริการที่คุณได้รับจากระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงาน คุณคิดว่าค่าใช้จ่ายที่องค์กรต้องจ่ายมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด	0.808
เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่องค์กรต้องจ่าย คุณคิดว่าคุณภาพของการบริการที่คุณได้รับจากระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด	0.880

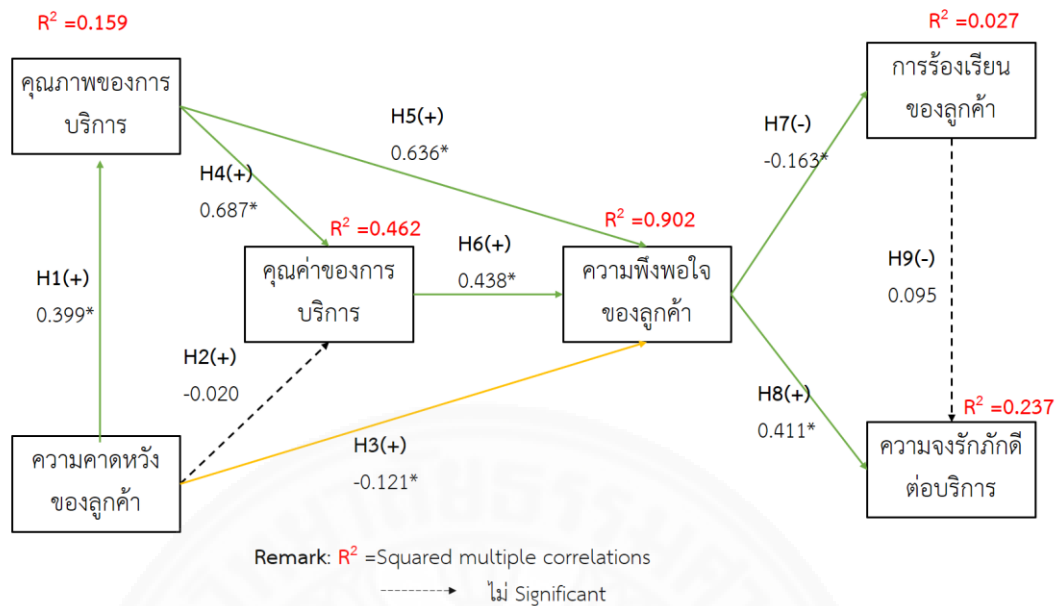
ตารางที่ 4.2

แสดงค่า Factor Loading ของแบบจำลอง (ต่อ)

ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable)	Factor Loading
ปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)	
ระดับความพึงพอใจโดยรวมของคุณจากการใช้ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับใด	0.894
คุณคิดว่าคุณภาพโดยรวมที่คุณได้รับจากการใช้ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ดีกว่าความคาดหวังของคุณมากน้อยเพียงใด	0.686
คุณคิดว่าคุณภาพโดยรวมที่คุณได้รับจากการใช้ระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานดีกว่า เมื่อเทียบกับสิ่งที่ต้องการจากการใช้งานระบบสารสนเทศที่คุณจินตการไว้มากน้อยเพียงใด	0.768
ปัจจัยด้านการร้องเรียนของลูกค้า (Customer Complaints)	
คุณเคยร้องเรียนหรือแสดงความไม่พอใจ อย่างเป็นทางการ ในเรื่องการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานบ่อยครั้งเพียงใด	0.943
คุณเคยร้องเรียนหรือแสดงความไม่พอใจ อย่างไม่เป็นทางการ ในเรื่องการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานบ่อยครั้งเพียงใด	0.821
ปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อการบริการ(Customer Loyalty)	
ถ้าคุณมีอำนาจในการตัดสินใจ ในคราวต่อไปคุณมีความยินดีที่จะใช้ระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานมากน้อยเพียงใด	0.817
คุณจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานมากน้อยเพียงใด	0.870

4.2.2 การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)

การวิเคราะห์เส้นทางหรือการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล เป็นเทคนิคการวิเคราะห์เพื่อหาอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตาม โดยพิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ความสัมพันธ์ (Path Coefficients) งานวิจัยนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ทางความสัมพันธ์ที่วัดได้เป็นไปตามภาพที่ 4.10



ภาพที่ 4.10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการทำงาน พบว่า มีการยอมรับสมมติฐานจำนวน 5 สมมติฐาน ได้แก่ สมมติฐานที่ 1, 4, 5, 6, 7 และ 8 และปฏิเสธสมมติฐานอีก 3 สมมติฐาน ได้แก่ 2, 3, และ 9 ซึ่งสามารถสรุปประเด็นได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1): มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้งาน และ คุณภาพของการบริการ ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้งาน และคุณภาพของการบริการ มีค่าเท่ากับ 0.399 ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับสมมติฐาน แสดงให้เห็นว่า ความคาดหวังของผู้ใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพของการบริการ

สามารถอธิบายได้ว่า ความคาดหวังของผู้ใช้งาน ที่อาจมีสาเหตุมาจาก ประสบการณ์การใช้งานในอดีต การบอกเล่าจากผู้อื่น การโฆษณาจากผู้ให้บริการ หรือความต้องการส่วนตัวของผู้ใช้งาน ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าหรือผู้ใช้งานรับรู้ เพราะผู้ให้บริการมีความจำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของการบริการให้ได้ดีกว่าความคาดหวังของผู้ใช้งาน ทั้งนี้เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้งาน อันจะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

สมมติฐานที่ 2 (H2): มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้งาน และ คุณค่าของการบริการ ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้งาน และคุณค่าของการบริการ มีค่าเท่ากับ -0.020 ซึ่งมีค่าเป็นลบแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แสดงให้เห็นว่า ความคาดหวังของผู้ใช้งานไม่มีผลโดยตรงต่อคุณค่าของการบริการ อย่างไรก็ตามความคาดหวังของผู้ใช้งานส่งผลทางอ้อมต่อคุณค่าของการบริการผ่านตัวแปรคุณภาพของการบริการ

สามารถอธิบายได้ว่า ถึงแม้ผู้ใช้งานจะมีความคาดหวังต่อคุณภาพของการบริการของระบบสารสนเทศ แต่ผู้ใช้งานอาจไม่ได้ให้น้ำหนักหรือให้ความสำคัญต่อการนำความคาดหวังที่เกิดขึ้นก่อนการรับบริการมาเป็นตัวชี้วัดคุณค่าของการบริการ ทั้งนี้ผู้ใช้งานจะวัดคุณค่าของการบริการจากความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายที่ลงทุนกับคุณภาพของการบริการที่ได้รับจริงภายหลังจากที่มีโอกาสใช้งานระบบสารสนเทศแทน

สมมติฐานที่ 3 (H3): มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้งาน และ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้งาน และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีค่าเท่ากับ -0.121 ซึ่งมีค่าเป็นลบและมีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แสดงให้เห็น ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองตัวมีลักษณะแปรผกผันกัน

สามารถอธิบายได้ว่า ความคาดหวังในการใช้งานระบบสารสนเทศที่ต่ำลงจะทำให้ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในการใช้งานมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากความคาดหวังของผู้ใช้งานมีสูงมากและไม่ได้รับการตอบสนองตามความคาดหวัง จะทำให้ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจลดน้อยลง กล่าวคือ หากผู้ใช้งานมีความคาดหวังต่อการบริการสูง เช่น ต้องการระบบสารสนเทศที่สามารถช่วยลดเวลาและขั้นตอนการทำงานได้ และมีข้อบกพร่องเพียงเล็กน้อยหรือไม่มีเลย แต่เมื่อใช้งานจริงกลับพบว่า ระบบสารสนเทศนั้นสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้งานได้เพียงบางส่วน เช่น สามารถช่วยลดเวลาและขั้นตอนการทำงานของผู้ใช้งานได้ แต่มักเกิดความผิดพลาดบ่อยครั้ง จะส่งผลให้ความพึงพอใจของลูกค้าลดต่ำลง ในทางกลับกันหากผู้ใช้งานตั้งความหวังต่อการใช้งานระบบสารสนเทศไว้ต่ำ แต่เมื่อใช้งานจริงกลับพบว่าระบบสารสนเทศนั้นทำได้มากกว่ามาตรฐานที่ตั้งไว้ ก็จะส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน

สมมติฐานที่ 4 (H4): มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง คุณภาพของการบริการ และ คุณค่าของการบริการ ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพของการบริการ และคุณค่าของการบริการ มีค่าเท่ากับ 0.687 ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับสมมติฐาน แสดงให้เห็นว่าคุณภาพของการบริการส่งผลเชิงบวกต่อคุณค่าของการบริการ

สามารถอธิบายได้ว่า ผู้ใช้งานมีแนวโน้มที่จะเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างต้นทุนในการพัฒนาและดูแลระบบกับคุณภาพของการบริการที่ได้รับว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่เพียงใด โดยเมื่อผู้ใช้งานพบว่าระบบสารสนเทศที่ใช้งานนั้นมีคุณภาพดี ง่ายต่อการใช้งาน และยังได้รับการบริการหลังการขายที่ดี คือ มีกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนที่ไม่ซับซ้อนและรวดเร็ว จะทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกถึงความคุ้มค่าของต้นทุนที่เกิดขึ้น ส่งผลให้ผู้ใช้งานตระหนักถึงคุณค่าของการบริการเพิ่มขึ้นด้วย ในทางตรงกันข้ามหากผู้ใช้งานพบว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นนั้นสูงหรือแพงเกินไป ไม่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการที่ผู้ใช้งานได้รับ จะทำให้ผู้ใช้งานเล็งเห็นคุณค่าของการบริการได้น้อยลง

สมมติฐานที่ 5 (H5): มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง คุณภาพของการบริการ และ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพของการบริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีค่าเท่ากับ 0.636 ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับสมมติฐาน แสดงให้เห็นว่า คุณภาพของการบริการส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

สามารถอธิบายได้ว่า ระบบสารสนเทศที่มีคุณภาพดีจะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ในทางตรงกันข้ามระบบสารสนเทศที่ไม่มีคุณภาพจะส่งผลให้ผู้ใช้งานไม่พึงพอใจหรือมีความพอใจน้อยลง โดยคุณภาพของการบริการนั้นประกอบด้วย 1) คุณภาพของระบบสารสนเทศ และ 2) คุณภาพของการบริการ เมื่อผู้ใช้งานพบว่าระบบสารสนเทศที่ใช้งานนั้นมีคุณภาพดี สามารถตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลและธุรกิจ มีข้อผิดพลาดเพียงเล็กน้อยหรือไม่มีเลย ตลอดจนมีกระบวนการแก้ไขปัญหาหรือให้คำแนะนำกับผู้ใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ จะส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ระบบสารสนเทศที่ด้อยคุณภาพ เกิดข้อผิดพลาดขึ้นบ่อยครั้ง และมีการจัดการปัญหาของผู้ใช้งานล่าช้า จะส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้งานลดต่ำลง ดังนั้นผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญต่อการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่การบริการที่มีคุณภาพตรงตามต้องการของผู้ใช้งาน

สมมติฐานที่ 6 (H6): มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง คุณค่าของการบริการ และ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง คุณค่าของการบริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีค่าเท่ากับ 0.438 ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับสมมติฐาน แสดงให้เห็นว่า คุณค่าของการบริการส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

สามารถอธิบายได้ว่า หากผู้ใช้งานเปรียบเทียบคุณภาพของการบริการกับค่าใช้จ่ายที่ได้ลงทุนในการพัฒนาและดูแลระบบ แล้วพบว่ามีความเหมาะสมและคุ้มค่าจะทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าของการบริการที่เพิ่มขึ้น อันเป็นผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ในทางกลับกัน หากผู้ใช้งานรับรู้ว่าการลงทุนนั้นไม่คุ้มค่าหรือค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและดูแลระบบนั้นสูงหรือแพงเกินไป จะทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานลดต่ำลง

สมมติฐานที่ 7 (H7): มีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่าง ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และการร้องเรียนของผู้ใช้งาน ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และการร้องเรียนของผู้ใช้งาน มีค่าเท่ากับ -0.163 ซึ่งมีค่าเป็นลบและมีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานแปรผกผันกับการร้องเรียนของผู้ใช้งาน

สามารถอธิบายได้ว่า หากผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในการใช้งานมากเท่าไร การร้องเรียนย่อมเกิดขึ้นน้อยลงเท่านั้น และหากผู้ใช้งานเกิดความไม่พึงพอใจในการใช้งาน ผู้ใช้งานย่อมแสดงออกโดยการร้องเรียนมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เมื่อผู้ใช้งานเกิดความไม่พึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศ ซึ่งอาจจะเกิดจากคุณภาพของการบริการที่ไม่ดี เช่น เกิดข้อผิดพลาดบ่อยครั้ง การใช้งานมีความยุ่งยาก หรือระบบสารสนเทศนั้นไม่ตอบสนองต่ออรรถประโยชน์ของผู้ใช้งาน ผู้ใช้งานจะแสดงออกถึงความไม่พึงพอใจผ่านการร้องเรียนทั้งในรูปแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทั้งนี้เพื่อเรียกร้องให้ผู้ให้บริการปรับปรุงแก้ไขปัญหาจากการใช้บริการที่เกิดขึ้น

สมมติฐานที่ 8 (H8): มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และความจงรักภักดีต่อการบริการ ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และการร้องเรียนของผู้ใช้งาน มีค่าเท่ากับ 0.411 ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับสมมติฐาน แสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีต่อการบริการ

สามารถอธิบายได้ว่า หากผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในการใช้บริการแล้ว ผู้ใช้งานมีแนวโน้มที่จะภักดีต่อการบริการ กล่าวคือเมื่อผู้ใช้งานพบว่าระบบสารสนเทศที่ใช้งานอยู่นั้นเป็นระบบที่มีคุณภาพดีและมีความคุ้มค่า ซึ่งมีส่วนเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และผลที่ตามมาคือผู้ใช้งานจะเกิดความจงรักภักดีต่อการบริการ โดยการแสดงออกถึงความภักดีต่อการบริการอาจจะอยู่ในรูปแบบของ ความยินดีที่จะกลับมาใช้งานซ้ำ การชักชวน หรือบอกเล่าความประทับใจต่อการบริการให้กับเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

สมมติฐานที่ 9 (H9): มีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่าง การร้องเรียนของผู้ใช้งาน และ ความจงรักภักดีต่อการบริการ ในการใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่าง การร้องเรียนของผู้ใช้งาน และ ความจงรักภักดีต่อการบริการ มีค่าเท่ากับ 0.095 ซึ่งมีค่าเป็นบวกแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แสดงให้เห็นว่า การร้องเรียนของผู้ใช้งานไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการบริการ

สามารถอธิบายได้ว่า แม้ผู้ใช้งานจะไม่พึงพอใจต่อการใช้งานระบบ และได้ ร้องเรียนปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ให้บริการ แต่การร้องเรียนนั้นกลับไม่ได้ส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการ บริการ ซึ่งสามารถยกตัวอย่างมาอธิบายได้ว่า แม้ผู้ใช้งานจะพบว่าระบบสารสนเทศที่ใช้งานนั้นมีความ บกพร่องและจำเป็นต้องร้องเรียนไปยังผู้ให้บริการเพื่อให้ดำเนินการแก้ไข แต่การการร้องเรียนนั้นกลับ ไม่ได้ส่งผลความจงรักภักดีต่อการบริการลดน้อยลง ทั้งนี้อาจเพราะทางผู้ให้บริการสามารถแก้ไขและ จัดการข้อร้องเรียนได้เป็นอย่างดี หรือผู้ใช้งานยอมรับความบกพร่องเล็กน้อยๆของระบบสารสนเทศ ได้เพราะนำไปเปรียบเทียบกับบรรทัดฐานด้านอื่นๆด้วย เช่น สามารถลดระยะเวลาและขั้นตอน การทำงานได้มาก เป็นต้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงาน ในองค์กร ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สำรวจมี สัดส่วนของเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย และมีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี เป็นส่วนใหญ่ ด้านระดับ การศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็น พนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท

จากข้อมูลประสบการณ์ในการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานพบว่า กลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่ทำงานอยู่ในองค์กรขนาดใหญ่ มีประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับระบบ สารสนเทศในการทำงานมากกว่า 7 ปีขึ้นไป และมีการใช้งานระบบสารสนเทศมากกว่า 15 ครั้ง/เดือน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศในการ ปฏิบัติงานในองค์กรพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจมากที่สุดคือ คุณภาพของการบริการ โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.636 รองลงมาคือ คุณค่าที่ผู้ใช้งานรับรู้ และซึ่งมีสัมประสิทธิ์ ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.438 และความพึงพอใจของผู้ใช้งานส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้งาน และ การร้องเรียนของผู้ใช้งาน ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.411 และ -0.163 ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงาน พบว่ามี 5 ปัจจัย ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้งาน (Customer Satisfaction) ได้แก่ ด้านความคาดหวัง(Customer Satisfaction) คุณภาพของการบริการ(Perceived Quality) คุณค่า ของการบริการ(Perceived Value) การร้องเรียนของลูกค้า และความจงรักภักดีในสินค้าและบริการ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1.ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และ 2.ปัจจัยที่เป็นผลจากความ พึงพอใจ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ

คุณภาพของการบริการ (Perceived Quality) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานมากที่สุด ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของบริการมากกว่าปัจจัยอื่นๆ ทั้งในด้านของคุณภาพโดยรวม ด้านการตอบสนองต่อความต้องการส่วนบุคคลของผู้ใช้งาน และความน่าเชื่อถือของระบบฯและการบริการ ให้อยู่ในระดับที่สมดุลกัน

คุณค่าของการบริการ (Perceived Value) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นอันดับที่สอง ผู้ให้บริการควรประเมินคุณภาพของการบริการและค่าใช้จ่ายในการให้บริการให้มีความเหมาะสม เพราะคุณค่าของการบริการเป็นการเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพของสินค้าและบริการกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เป็นการนำปัจจัยด้านราคาเข้ามาพิจารณา หากผู้ให้บริการให้บริการที่มีคุณภาพสูงแต่มีราคาสูงตามไปด้วย จะทำให้ผู้ใช้บริการไม่รู้สึกถึงความคุ้มค่าของการบริการ

ด้านความคาดหวัง (Customer Expectations) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่แม้จะไม่มีน้ำหนักของสำคัญเท่ากับอีกสองปัจจัยที่ได้กล่าวไว้เบื้องต้น แต่ก็ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานโดยตรง ความคาดหวังของผู้ใช้งานที่สูงขึ้นหรือเกินความเป็นจริง มีผลในแง่ลบต่อความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวม ดังนั้นผู้ให้บริการควรบริหารจัดการความคาดหวังของผู้ใช้งานให้อยู่ในระดับที่พอดีและตรงกับความเป็นจริง

2. ปัจจัยที่เป็นผลจากความพึงพอใจ

ความจงรักภักดี (Customer Loyalty) และการร้องเรียนของลูกค้า (Customer Compliants) เป็นผลโดยตรงที่เกิดจากความพึงพอใจของผู้ใช้งาน หากผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้งานมากเท่าใด ก็จะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความจงรักภักดีมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจจะแสดงออกในรูปแบบของการใช้บริการซ้ำหรือการบอกต่อ ในทางตรงกันข้ามหากผู้ใช้งานไม่พึงพอใจในการใช้บริการระบบ จะทำให้เกิดข้อร้องเรียนเพิ่มมากขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการระบบสารสนเทศควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของการบริการของระบบฯและการบริการอื่นๆที่เกี่ยวข้อง โดยแนวทางในการให้บริการ เช่น การพัฒนาระบบฯให้มีเสถียรภาพและมีข้อผิดพลาดน้อย สามารถตอบสนองต่อความต้องการของธุรกิจและผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี มีการส่งมอบงานที่ตรงเวลา เพิ่มมาตรฐานและความรวดเร็วในการรับเรื่องร้องเรียนและแก้ปัญหา และเพิ่มมาตรฐานในการให้บริการของพนักงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ทีมพัฒนาระบบ ทีมดูแลระบบ และเจ้าหน้าที่ Call Center เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อคุณค่าของการบริการ โดยการตั้งราคา การให้บริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ ตลอดจนการบริหารจัดการความคาดหวังของลูกค้าให้อยู่ในระดับที่พอดี

5.4 ข้อจำกัดงานวิจัย

1. ด้านขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานที่อยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลเท่านั้น ผลการวิจัยอาจจะไม่ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่อยู่นอกเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ด้านวิธีการเก็บตัวอย่าง เนื่องจากแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้มาจากการเก็บข้อมูลออนไลน์ ทำให้อาจได้กลุ่มตัวอย่างเพียงเฉพาะบางกลุ่ม ซึ่งอาจเกิดความคลาดเคลื่อนในการนำไปแทนกลุ่มประชากรทั้งหมดได้

5.5 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง

จากงานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่องในด้านการเก็บข้อมูล หากมีการศึกษาเพิ่มเติม โดยเก็บข้อมูลด้วยวิธีอื่น เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลประกอบการวิจัย ในประเด็นที่แบบสอบถามยังไม่สามารถเข้าถึงได้ ซึ่งอาจทำให้ผู้วิจัยสามารถอธิบายถึงสาเหตุของความสัมพันธ์ในแต่ละปัจจัยได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และสามารถนำผลที่ได้มาวิจัยมาทำการพัฒนาและปรับปรุงต่อไป

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ. (2549). *การจัดการสารสนเทศเบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็กสเปอร์เน็ต จำกัด.
- ชัยสมพล ขาวประเสริฐ. (2549). *รับมืออย่างไรเมื่อลูกค้าโกรธ*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด(มหาชน).
- นภดล ร่มโพธิ์. (2554). *หนังสือรวบบทความการวัดความพึงพอใจลูกค้าและความพึงพอใจพนักงาน*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุพล พรหมมาพันธุ์ (2552). *ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ*. นนทบุรี: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

บทความ

- ทศพล ระมิงค์วงศ์ (พฤศจิกายน-ธันวาคม 2551). *วัดศักยภาพจากมุมมองของลูกค้า (ตอนที่ 1)*. Productivity World,55
- ทศพล ระมิงค์วงศ์ (มกราคม-กุมภาพันธ์ 2552). *วัดศักยภาพจากมุมมองของลูกค้า (ตอนจบ)*. Productivity World,49

วิทยานิพนธ์

- ชญาสินี บุหลันพุกษ์. (2549). *ระดับความพึงพอใจของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของ เอไอเอส เซเรเนดคลับ ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การศึกษานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,คณะบริหารธุรกิจ
- ชวิศา พกษะวัน. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบ SAP ของพนักงานในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนพลาสติกประเภทไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์*. (การศึกษานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,คณะวิทยาศาสตร์,สาขาการบริหารเทคโนโลยี
- ชาญกิจ อ่างทอง. (2558). *การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (การศึกษานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

- ชัชฎกร พรภานวิชญ์. (2540). *ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล กรณีศึกษาจังหวัดแพร่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหิดล, คณะสังคมศาสตร์.
- ดวงพร พึ่งจิตร. (2557). *การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริการซ่อมบำรุงรถยนต์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี*. (การศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- พนิดา เจริญพลารักษ์. (2556). *การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SAP ในการปฏิบัติงาน*. (การศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- พลอย วัฒนะโชติ. (2556). *การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการร้านทำความสะอาดรถยนต์*. (การศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- ยิ่งลักษณ์ ทรัพย์น้อย. (2558). *โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณค่าทางด้านเศรษฐกิจ และคุณค่าทางด้านคุณภาพต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าร้านโตคุโตคุยะ (TOKUTOKUYA)*. (การศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.
- อรรถสถานส์ ลิกมลสวัสดิ์. (2556). *ความจงรักภักดีต่อแอปพลิเคชันแสดมภ์ บนสมาร์ตโฟน: กรณีศึกษา ร้านเบค บราเดอร์ แสดมภ์*. (การศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ). วิทยาลัยนวัตกรรมการบริหารเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวิทยาศาสตร์, สาขาการบริหารเทคโนโลยี.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- คมวุฒิ อัญธนากร. *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารออนไลน์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พ.ย.2559, จาก <http://grad.bus.tu.ac.th/cms/data/collector/files/Symposium/Symposium2013/Mk-BaGr.pdf>.
- ครูพูนศักดิ์ สักกทัตติยกุล. *ข้อมูลคืออะไร*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พ.ย. 2559, จาก <http://www.thaigoodview.com/node/31899>.
- ภัทราวดี วงศ์สุเทธ *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบการเรียงผ่านเว็บ* สืบค้นเมื่อวันที่ 11 เม.ย.2560 http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/july_sep_13/pdf/aw01.pdf.

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. บทที่ 7 ระบบสารสนเทศ (Information System). สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พ.ย.2559, จาก

<http://elearning2.utcc.ac.th/officialtcu/econtent/sg003/Document/7.pdf>.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พ.ย.2559. จาก

http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/ict_est_exc_58.pdf.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สรุปผลที่สำคัญสำรวจการมีใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถาน

ประกอบการ พ.ศ. 2558. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พ.ย. 2559. จาก

http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/ict_est58.pdf.

สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. สืบค้นเมื่อ

วันที่ 1 พ.ย.2559. จาก [www.it.kmitl.ac.th/~journal/index.php/main_journal/](http://www.it.kmitl.ac.th/~journal/index.php/main_journal/article/download/2/4)

[article/download/2/4](http://www.it.kmitl.ac.th/~journal/index.php/main_journal/article/download/2/4)

Books

Aaker, Devid.(1996). *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.

Davis, Gordon B. , and Olson, Margrethe H. (1985). *Management Information System: Conceptual Foundations, Structure and Development*. 2nd ed. New York, McGraw-Hill Inc.

Hirschman, A. (1970). *Exit, Voice and Loyalty: Responses to Decline in Firms, and Status*. Cambridge: Harvard University Press.

Kotler, E. L. and H. L. Armstrong. (2002). *Citizen evaluation and urban management: Services delivery in an era of protest*. Harper & Row. New York.

Zeithaml, V. A. , Parasuraman, A. , & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: Free Press.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม
เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้งาน ระบบสารสนเทศ
ในการปฏิบัติงานในองค์กร”

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในการดำเนินงาน

ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามฉบับนี้ ทางคณะผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับและจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงเพื่อประโยชน์ต่อการวิจัยโดยเนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลการใช้งานระบบสารสนเทศ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศ

นิยามศัพท์เฉพาะทาง

“ระบบสารสนเทศ” คือ ชุดของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่ทำหน้าที่รวบรวม จัดเก็บ ประมวลผล และแจกจ่ายสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจและการควบคุมการดำเนินงานภายในองค์กร

ตัวอย่างของระบบสารสนเทศ ได้แก่ ระบบการเบิกจ่ายค่าเดินทางและค่าใช้จ่าย ระบบการบันทึกเวลาการทำงาน ระบบการเบิกจ่ายเงินเดือน ระบบการประเมินผลพนักงาน ตลอดจนซอฟต์แวร์สำเร็จรูปในกลุ่มของ ERP เช่น ระบบ SAP, Oracle, PeopleSoft เป็นต้น

ทั้งนี้ Microsoft offices เช่น Outlook, Excel, Word และ Powerpoint ไม่นับว่าเป็นระบบสารสนเทศ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

ท่านเคยระบบสารสนเทศเพื่อการทำงานหรือไม่

- เคย ไม่เคย (จบแบบสอบถาม)

ท่านทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลหรือไม่

- ใช่ ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- 8-24 ปี 25-34 ปี
 35-44 ปี 45-54 ปี
 มากกว่า 55 ปี

1.3 สถานภาพการสมรส

- โสด สมรส หย่า

1.4 ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี
 กำลังศึกษาปริญญาโท/ปริญญาโท สูงกว่าปริญญาโท

1.5 อาชีพ

- ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.6 รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท
 30,001-40,000 บาท 40,001-50,000 บาท สูงกว่า 50,000 บาท

1.7 ประสบการณ์การทำงานของท่านที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานระบบสารสนเทศในการทำงาน

- น้อยกว่า 1 ปี 1-2 ปี 3-4 ปี
 5-6 ปี มากกว่า 7 ปีขึ้นไป

1.8 องค์กรที่ท่านทำงานอยู่ปัจจุบันเป็นองค์กรขนาดใด

- ขนาดเล็ก (พนักงานในองค์กรไม่เกิน 50 คน)
- ขนาดกลาง (พนักงานในองค์กร 51-200 คน)
- ขนาดใหญ่ (พนักงานในองค์กรมากกว่า 200 คน)

1.9 ความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้ระบบสารสนเทศของท่าน

- 1-3 ครั้ง/เดือน 4-6 ครั้ง/เดือน 7-9 ครั้ง/เดือน
- 10-12 ครั้ง/เดือน 12-15 ครั้ง/เดือน มากกว่า 15 ครั้ง/เดือน
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 : แบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศในองค์กร

ประกอบด้วยปัจจัยที่พิจารณาดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations)
2. ปัจจัยด้านคุณภาพของบริการที่ลูกค้ารับรู้ (Perceived Quality)
3. ปัจจัยด้านคุณค่าของบริหาร (Perceived Value)
4. ปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)
5. ปัจจัยด้านการร้องเรียนของลูกค้า (Customer Complaints)
6. ปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อการบริการ (Customer Loyalty)

ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 10 ระดับ โดยความหมายของการให้คะแนนเรียงตามลำดับจาก น้อยที่สุด =1 ไปจนถึง มากที่สุด =10 โปรดระบุระดับคะแนนให้กับคะแนนในแต่ละปัจจัย

1.ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.1 คุณคาดหวังต่อคุณภาพโดยรวมของระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานมากน้อยเพียงใด										
1.2 คุณคาดหวังว่าระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานจะสามารถตอบสนองความต้องการส่วนตัวของคุณได้ดีเพียงใด										
1.3 คุณคาดว่าระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานให้บริการผิดพลาดหรือบกพร่องในเรื่องต่างๆบ่อยครั้งเพียงใด										
2.คุณภาพของสินค้า (Perceived Quality)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2.1 คุณภาพโดยรวมของระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานที่คุณได้รับมีคุณภาพดีอยู่ในระดับใด										
2.2 ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงาน สามารถตอบสนองความต้องการส่วนตัวของคุณได้ดีเพียงใด										
2.3 ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานมีความบกพร่องในเรื่องต่างๆบ่อยครั้งเพียงใด										
3. คุณค่าของสินค้า/บริการที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Value)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3.1 เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของการบริการที่คุณได้รับจากระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงาน คุณคิดว่าค่าใช้จ่ายที่องค์กรต้องจ่ายมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด										
3.2 เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่องค์กรต้องจ่าย คุณคิดว่าคุณภาพของการบริการที่คุณได้รับจากระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงาน มีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด										

4. ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4.1 ระดับความพึงพอใจโดยรวมของคุณ จากการใช้ระบบสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับใด										
4.2 คุณคิดว่าคุณภาพโดยรวมที่คุณได้รับ จากการใช้ระบบสารสนเทศ ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ดีกว่า ความคาดหวังของคุณมากน้อยเพียงใด										
4.3 คุณคิดว่าคุณภาพโดยรวมที่คุณได้รับจากการใช้ระบบสารสนเทศ ในการปฏิบัติงาน ดีกว่า เมื่อเทียบกับสิ่งที่ต้องการจากการใช้งานระบบฯ ที่คุณจินตนาการไว้มากน้อยเพียงใด										
5. การร้องเรียนของลูกค้า (Customer Complaints)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5.1 คุณเคยร้องเรียนหรือแสดงความไม่พอใจ อย่างเป็นทางการ ในเรื่องการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงาน บ่อยครั้งเพียงใด										
5.2 คุณเคยร้องเรียนหรือแสดงความไม่พอใจ อย่างไม่เป็นทางการ ในเรื่องการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงาน บ่อยครั้งเพียงใด										
6. ความจงรักภักดีในสินค้า/บริการ (Customer Loyalty)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6.1 ถ้าคุณมีอำนาจในการตัดสินใจ ในคราวต่อไป คุณมีความยินดีที่จะใช้ระบบสารสนเทศ ในการปฏิบัติงาน มากน้อยเพียงใด										
6.2 คุณจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงาน มากน้อยเพียงใด										

ภาคผนวก ข
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้งาน
ระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานในองค์กร

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments:	120
Number of distinct parameters to be estimated:	52
Degrees of freedom (120 - 52):	68

Result (Default model)

Minimum was achieved
 Chi-square = 81.836
 Degrees of freedom = 68
 Probability level = .121

ภาพที่ ข.1 Note for Model

ตารางที่ ข.1

ตารางค่า Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	52	81.836	68	0.12	1.203
Saturated model	120	0	0		
Independence model	15	2974.29	105	0	28.327

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.183	.970	.947	.550
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	1.048	.371	.281	.324

ตารางที่ ข.1

ตารางค่า Model Fit Summary (ต่อ)

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.972	.958	.995	.993	.995
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.648	.630	.644
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	13.836	.000	40.761
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	2869.286	2695.068	3050.830

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	.230	.039	.000	.114
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	8.355	8.060	7.570	8.570

ตารางที่ ข.1

ตารางค่า Model Fit Summary (ต่อ)

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.024	.000	.041	.996
Independence model	.277	.269	.286	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	185.836	190.730	387.478	439.478
Saturated model	240.000	251.294	705.328	825.328
Independence model	3004.286	3005.698	3062.452	3077.452

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	.522	.483	.598	.536
Saturated model	.674	.674	.674	.706
Independence model	8.439	7.950	8.949	8.443

HOELTER

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	384	427
Independence model	16	17

ตารางที่ ข.2

ตาราง Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Perceived_Quality	<---	Customer_Expectations	.131	.043	3.081	.002	
Perceived_Value	<---	Perceived_Quality	2.498	.738	3.384	***	
Perceived_Value	<---	Customer_Expectations	-.024	.068	-.351	.726	
Customer_Satisfaction	<---	Customer_Expectations	-.135	.050	-2.715	.007	
Customer_Satisfaction	<---	Perceived_Value	.410	.058	7.051	***	
Customer_Satisfaction	<---	Perceived_Quality	2.162	.651	3.321	***	
Customer_Complaint	<---	Customer_Satisfaction	-.295	.099	-2.987	.003	
Customer_Loyalty	<---	Customer_Satisfaction	.493	.071	6.913	***	
Customer_Loyalty	<---	Customer_Complaint	.063	.035	1.801	.072	
PQCustomization	<---	Perceived_Quality	3.204	.916	3.498	***	
PQOverall	<---	Perceived_Quality	2.686	.778	3.454	***	
PQReliable	<---	Perceived_Quality	1.000				
CEOverall	<---	Customer_Expectations	1.000				
CECustomization	<---	Customer_Expectations	1.004	.093	10.853	***	
CEReliable	<---	Customer_Expectations	.159	.115	1.384	.166	
PVQualPrice	<---	Perceived_Value	1.000				
PVCostQual	<---	Perceived_Value	1.037	.062	16.624	***	
CSOverall	<---	Customer_Satisfaction	1.000				
CSNeed	<---	Customer_Satisfaction	.982	.057	17.127	***	
CSExpectaion	<---	Customer_Satisfaction	.929	.064	14.481	***	
CLRepurchase	<---	Customer_Loyalty	1.000				
CLRecommend	<---	Customer_Loyalty	1.019	.084	12.149	***	
CCFormal	<---	Customer_Complaint	1.000				
CCNonFormal	<---	Customer_Complaint	.882	.066	13.339	***	

ตารางที่ ข.3

ตาราง Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate
Perceived_Quality	<--- Customer_Expectations	.399
Perceived_Value	<--- Perceived_Quality	.687
Perceived_Value	<--- Customer_Expectations	-.020
Customer_Satisfaction	<--- Customer_Expectations	-.121
Customer_Satisfaction	<--- Perceived_Value	.438
Customer_Satisfaction	<--- Perceived_Quality	.636
Customer_Complaint	<--- Customer_Satisfaction	-.163
Customer_Loyalty	<--- Customer_Satisfaction	.411
Customer_Loyalty	<--- Customer_Complaint	.095
PQCustomization	<--- Perceived_Quality	.873
PQOverall	<--- Perceived_Quality	.771
PQReliable	<--- Perceived_Quality	.162
CEOverall	<--- Customer_Expectations	.832
CECustomization	<--- Customer_Expectations	.881
CEReliable	<--- Customer_Expectations	.066
PVQualPrice	<--- Perceived_Value	.808
PVCostQual	<--- Perceived_Value	.880
CSOverall	<--- Customer_Satisfaction	.894
CSNeed	<--- Customer_Satisfaction	.768
CSExpectaion	<--- Customer_Satisfaction	.686
CLRepurchase	<--- Customer_Loyalty	.817
CLRecommend	<--- Customer_Loyalty	.870
CCFormal	<--- Customer_Complaint	.943
CCNonFormal	<--- Customer_Complaint	.821

ตารางที่ ข.4

แสดง Covariances: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e21	<-->	e16	.666	.121	5.491	***	
e4	<-->	e1	3.795	.393	9.661	***	
e10	<-->	e9	.573	.091	6.284	***	
e4	<-->	e20	-2.786	.333	-8.372	***	
e6	<-->	e8	.283	.059	4.820	***	
e1	<-->	e20	-2.187	.378	-5.788	***	
e5	<-->	e10	-.175	.050	-3.518	***	
e4	<-->	e7	.281	.093	3.011	.003	
e3	<-->	e15	.214	.078	2.738	.006	
e9	<-->	e18	.212	.079	2.692	.007	
e3	<-->	e11	.103	.042	2.483	.013	
e1	<-->	e15	.420	.190	2.205	.027	
e6	<-->	e1	.232	.107	2.181	.029	

ตารางที่ ข.5

แสดง Correlations

			Estimate
e21	<-->	e16	.426
e4	<-->	e1	.589
e10	<-->	e9	.447
e4	<-->	e20	-.523
e6	<-->	e8	.333
e1	<-->	e20	-.341
e5	<-->	e10	-.243
e4	<-->	e7	.157
e3	<-->	e15	.194
e9	<-->	e18	.173
e3	<-->	e11	.207
e1	<-->	e15	.105
e6	<-->	e1	.099

ตารางที่ ข.6

แสดง Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Customer_Expectations	.000
Perceived_Quality	.159
Perceived_Value	.462
Customer_Satisfaction	.902
Customer_Complaint	.027
Customer_Loyalty	.237
CCNonFormal	.674
CCFormal	.889
CLRecommend	.758
CLRepurchase	.668
CSEpectaion	.523
CSNeed	.589
CSOverall	.800
PVCostQual	.775
PVQualPrice	.653
CEReliable	.004
CECustomization	.776
CEOverall	.692
PQOverall	.594
PQCustomization	.763
PQReliable	.026

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาว ฉัตรลดา ทานุสาร
วันเดือนปีเกิด	05 พฤศจิกายน 2527
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2550: วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต (วศ.บ) (สาขาวิศวกรรมสารสนเทศ) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ตำแหน่ง	ที่ปรึกษา บริษัท พีทีที ไอซีที โซลูชันส์ จำกัด
ประสบการณ์ทำงาน	2553-ปัจจุบัน: ที่ปรึกษา บริษัท พีทีที ไอซีที โซลูชันส์ จำกัด 2550-2552: นักวิเคราะห์ระบบ บริษัท ไอทีวัน จำกัด