

<b>Independent Study Title</b>	Customer Relationship Management Through the Online System Information for Air Condition Shop
<b>Author</b>	Mr. Manit Maitrichit
<b>Degree</b>	Master of Science (Industrial Management)
<b>Independent study Advisor</b>	Lect.Dr. Worapod Sereerat

### **ABSTRACT**

The objectives of studying Customer Relationship Management Through Online Information System of Air Condition Service Shop are 1) to develop the information system for service by using customer relation management together with information system through open-source software of internet network 2) to study the service structure and the process of increasing customers' access to information system channel using Search Engines after implementing information media and 3) to compare customers' satisfaction toward the shop's service before and after using the information media.

This study applies the process of customer relation management together with the Joomla open-source software. The information system is implemented through internet network. Thirty customers give their satisfactory notions in the questionnaires.

In conclusion, customers who answer the satisfactory survey questionnaires have high satisfaction in the service of the sample air condition shop. Most of customers use the sample shop as the main shop and are please with the service. Therefore, the service development evaluation is highly acceptable which can be seen from higher income. However, the study result indicates that the service through information system is still not fulfilling customers' need in price and after sale activities. Customers satisfactory scale decrease in these areas when applying information system. This study shows that in addition to providing service using information system, the air condition service shop also has to pay attention in pricing and after sale activities. This study also includes the study of process of increasing customers' information access channel through Search Engines in order to expand customers base and market share which will reflect in higher sale volume.

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ผ่านระบบสารสนเทศออนไลน์ เพื่อการให้บริการของร้านค้าเครื่องปรับอากาศ
ผู้เขียน	นาย มานิต โมตรีจิตต์
ปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรม)
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	ดร.รพจน์ เสรีรัฐ .

### บทคัดย่อ

การศึกษากาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ผ่านระบบสารสนเทศออนไลน์เพื่อการให้บริการของร้านค้าเครื่องปรับอากาศ มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศที่ใช้ในการให้บริการ โดยใช้หลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ร่วมกับระบบสื่อสารสนเทศผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เป็นซอฟต์แวร์แบบเปิด 2) เพื่อศึกษาโครงสร้างของการให้บริการ และ การศึกษากระบวนการในการเพิ่มช่องทางของการเข้าถึงสื่อสารสนเทศผ่านทาง Search Engines หลังจากการนำสื่อสารสนเทศมาใช้ 3) เพื่อเปรียบเทียบในด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านค้าเครื่องปรับอากาศตัวอย่าง ก่อนและหลังการนำสื่อสารสนเทศมาใช้ การศึกษาได้ประยุกต์ใช้แนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ร่วมกับซอฟต์แวร์แบบเปิด Joomla โดยใช้งานระบบสารสนเทศนี้ผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และทำการประเมินผลด้านความพึงพอใจจากลูกค้า จำนวน 30 ราย เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม โดยภาพรวมหลังจากที่ร้านค้าเครื่องปรับอากาศตัวอย่างให้บริการผ่านระบบสารสนเทศออนไลน์ จากการสำรวจความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามปรากฏว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ข้อคิดเห็นว่าร้านค้าเครื่องปรับอากาศตัวอย่างเป็นหนึ่งในร้านหลักที่ใช้บริการและพอใจที่ใช้บริการด้วย ดังนั้นสามารถสรุปผลการประเมินพัฒนาการให้บริการของร้านค้าเครื่องปรับอากาศตัวอย่าง ว่าอยู่ในเกณฑ์ดี เป็นที่ยอมรับได้ซึ่งดูได้จากค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรายด้านที่เพิ่มขึ้น และผลจากการศึกษาก็ทำให้ทราบว่า การให้บริการผ่านระบบสารสนเทศออนไลน์ ยังไม่อาจตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้แก่ ด้านราคาค่าบริการ และ ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย ที่มีค่าเฉลี่ยในด้านความพึงพอใจลดลง หลังจากทำการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศ แสดงให้เห็นว่านอกจากร้านค้าเครื่องปรับอากาศตัวอย่างจะทำการพัฒนาการให้บริการผ่านทางระบบสารสนเทศนั้น ยังคงต้องให้ความสำคัญในด้านราคาค่าบริการ และกิจกรรมส่งเสริมการขายอีกด้วย อีกทั้งการศึกษารั้งนี้ยังรวมไปถึงการศึกษาระบวนการในการเพิ่มช่องทางของการเข้าถึงสื่อสารสนเทศผ่านทาง (Search Engines) ซึ่งเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าและส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น ซึ่งกระบวนการนี้จะนำไปสู่การเพิ่มยอดขายให้มากขึ้นไปตามด้วย