

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันธุรกิจการให้บริการเกมออนไลน์ในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างมาก จากในช่วงปี พ.ศ. 2542 ที่เกมออนไลน์เริ่มเข้ามาสู่ประเทศไทย มีผู้เล่นเกมออนไลน์ประมาณประมาณ 2-3 แสนราย (ฐานเศรษฐกิจ, 2203) แต่หลังจากนั้นเพียง 3-4 ปี มียอดผู้เล่นเกมออนไลน์ในประเทศไทยทั้งหมดประมาณ 2 ล้านราย (ฐานเศรษฐกิจ, 2203) ทำให้การแข่งขันของบริษัทที่นำเข้ามาและให้บริการเกมออนไลน์เหล่านี้ต้องแข่งขันกันอย่างมากเพื่อครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดนี้ซึ่งคาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง หลายๆ บริษัทให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อลิขสิทธิ์เกมออนไลน์จากต่างประเทศเข้ามาให้บริการในประเทศไทย และกำหนดกลยุทธ์มุ่งเน้นไปที่การให้บริการกับลูกค้า พยายามสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ให้บริการที่รวดเร็วและเข้าใจถึงจิตใจของลูกค้า และเนื่องจากในปัจจุบันมีทางเลือกให้กับลูกค้าในการเลือกเล่นเกมออนไลน์ค่อนข้างมาก ดังนั้นบริษัทผู้ให้บริการเกมออนไลน์จำเป็นต้องนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อเข้าถึงความต้องการของลูกค้าเพื่อรักษาสถานลูกค้าที่มีอยู่เดิมและสร้างฐานลูกค้ากลุ่มใหม่อีกด้วย

การให้บริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า นับเป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้นๆของการทำให้ธุรกิจอยู่รอดอย่างยั่งยืน และในเศรษฐกิจยุคปัจจุบันที่ลูกค้าต้องการความรวดเร็วในการตัดสินใจและมีทางเลือกที่มากในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ทำให้บริษัทต้องเพิ่มพูนศักยภาพของกลยุทธ์และความสามารถของบุคลากรเพื่อที่จะเหนี่ยวรั้งและสร้างความจงรักภักดีไม่ให้ลูกค้าหลุดลอยออกจากวงจรของผลิตภัณฑ์และบริการของตน ซึ่งถ้าใครสามารถที่จะบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้าได้มากเท่าไร ก็จะสามารถยึดเหนี่ยวลูกค้าที่สำคัญให้อยู่กับตนได้นานเท่านั้น

ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) เป็นเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลลูกค้า เช่น รายละเอียดข้อมูลลูกค้า ประเภทและความถี่ของบริการที่ลูกค้าใช้ ฯลฯ ซึ่งถูกนำมาจัดการบริหารอย่างเป็นระบบ แล้วจึงนำข้อมูลเหล่านี้ไปวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์และวางแผนการดำเนินงานต่างๆ โดยสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการกับลูกค้าและตอบสนองกับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้

จากที่กล่าวมา แสดงให้เห็นว่าการบริการ และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เป็นส่วนที่สำคัญที่ช่วยผลักดันให้ธุรกิจอยู่อย่างยั่งยืนได้ในปัจจุบันที่มีภาวะการแข่งขันที่สูง แต่ในปัจจุบันในหลายๆ องค์การที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้ามากนัก ทำให้สูญเสียลูกค้าบางกลุ่มไป และไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้เท่าที่ควร ดังนั้นในการศึกษานี้จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและศึกษาถึงแนวทางในการนำเอาระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ต้องเน้นการให้บริการและเข้าถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอย่างมาก โดยกรณีศึกษาในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ บริษัท เอ็นซี ทู จำกัด

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเกมออนไลน์ของบริษัท เอ็นซี ทู จำกัด
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเกมออนไลน์ของบริษัท เอ็นซี ทู จำกัด
3. เพื่อศึกษาหาแนวทางในการประยุกต์ใช้ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) ในธุรกิจเกมออนไลน์ กรณีศึกษา บริษัท เอ็นซีทู จำกัด

## 1.3 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการ และระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า ในเชิงลึกของบริษัท เอ็นซีทู จำกัด โดยมีการนำชนิดข้อมูล ทั้ง 2 แบบคือ

1. ข้อมูลแบบปฐมภูมิ จะใช้แบบสอบถามกับลูกค้าของ บริษัทเอ็นซี ทู จำกัด และแบบสอบถามกับพนักงานของบริษัท เอ็นซี ทู จำกัด
2. ข้อมูลแบบทุติยภูมิ จะทำการสืบค้นข้อมูลจากในประเทศและต่างประเทศ ในลักษณะข้อมูลของงานวิจัย บทความ และผลสำรวจจากห้องสมุดและทางอินเทอร์เน็ต

#### 1.4 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้

1. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)
2. พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)
3. แนวคิดความพึงพอใจ (Satisfaction Concept)
4. แนวคิดในการบริการ (Service Concept)
5. ทฤษฎีประชากรศาสตร์ (Population Theories)
6. เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต (Internet Technology)
7. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ใช้อ้างอิงในการศึกษาครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้

1. การประยุกต์ใช้ระบบ CRM ในธุรกิจบัตรเครดิต
2. การนำหลักการ CRM มาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ SMEs
3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในบริษัทเวชภัณฑ์ในประเทศไทย
4. ปัจจัยในการสร้างความพึงพอใจในธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป
5. การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาทางอินเทอร์เน็ตแบบออนไลน์

#### 1.5 นิยามศัพท์

1. Customer Relationship Management (CRM) คือระบบการบริหารธุรกิจที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลางในกระบวนการดำเนินงานของบริษัท โดยมีเป้าหมายเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าแต่ละราย เพื่อที่จะสามารถรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าไว้ได้

2. Customer Service เป็นหน่วยงานภายในองค์กรที่ทำหน้าที่ให้บริการกับลูกค้าโดยตรง โดยมีการให้บริการจัดการสอบถาม แก้ไขปัญหา ตอบข้อสงสัย ฯลฯ โดยใช้ช่องทางต่างๆ เช่น ทางโทรศัพท์ แฟกซ์ และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

## 1.6 ระเบียบวิธีวิจัย

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการสืบค้นก่อนการวิจัยและค้นคว้าจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในลักษณะข้อมูลงานวิจัย บทความ หนังสือ วารสาร เว็บไซต์ เป็นต้น และข้อมูลที่เกิดรวบรวมจากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ขององค์กรที่ใช้ในการศึกษา

2. การรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสร้างแบบสำรวจ สำหรับลูกค้าของบริษัท เอ็นซี ทู จำกัด ในเรื่องของการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของการเลือกใช้บริการเกมออนไลน์ของบริษัท เอ็นซี ทู จำกัด และแบบสำรวจสำหรับพนักงานของบริษัท เอ็นซี ทู จำกัด ในเรื่องของการศึกษาการประยุกต์ใช้ระบบบริหารสัมพันธ์ในธุรกิจเกมออนไลน์ กรณีศึกษา บริษัท เอ็นซี ทู จำกัด

- การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร งานวิจัย และเว็บไซต์

3. การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาค้นคว้านี้จะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Description Analysis) และเชิงสถิติ โดยจะทำการวิเคราะห์ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และแบบสำรวจ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับองค์กร

### 1.7 แผนงานวิจัย

หัวข้อ	ปี 2549		ปี 2550								
	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	
1. รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	←									→	
2. นำเสนอเค้าโครงวิจัย	←	→									
3. ศึกษาและทบทวนวรรณกรรม			←	→							
4. สร้างแบบสัมภาษณ์ และแบบสำรวจ				←	→						
5. สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง						←	→				
4. เก็บรวบรวมข้อมูล และติดตามผล							←	→			
5. วิเคราะห์ข้อมูล									←	→	
6. สรุปผลงานวิจัย										←	→

### 1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเกมออนไลน์ของบริษัทเอ็นซีทู จำกัด เพื่อที่จะสามารถนำไปปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลกับปัจจัยความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการเกมออนไลน์ของบริษัทเอ็นซี ทู จำกัด
3. ทำให้ได้แนวทางในการดำเนินงาน การเตรียมความพร้อม และวางแผนระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า มาประยุกต์ใช้ในองค์กรที่ดำเนินธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ