

การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการประยุกต์ใช้ระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) กับธุรกิจเกมออนไลน์ กรณีศึกษา บริษัท เอ็นซี ทู จำกัด ได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้คือ

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

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (One Shot) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ สำหรับในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้ทำการเก็บแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 1,302 ชุด เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จแล้ว ได้นำข้อมูลทั้งหมดไปวิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลเป็นคำร้อยละ เปรียบเทียบค่าตัวแปรอิสระคือ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่พักอาศัยปัจจุบัน และสถานที่ที่เล่นเกมประจำ และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในด้านสินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด และการให้บริการ และทำการทดสอบสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

สำหรับเรื่องการประยุกต์ใช้ระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) กับธุรกิจเกมออนไลน์นั้น ได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากพนักงานจำนวนทั้งสิ้น 40 ชุด เมื่อทำการรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ได้นำข้อมูลทั้งหมดไปวิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลเป็นคำร้อยละ เปรียบเทียบค่าคือ เพศ อายุ ตำแหน่ง และประสบการณ์ในการทำงานในธุรกิจเกมออนไลน์ กับความคิดเห็นและระดับความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานปัจจุบันของบริษัท ด้านกระบวนการทางธุรกิจของบริษัท ด้านเทคโนโลยี ด้านกลยุทธ์ทางความรู้ ด้านการบริหารงานบุคคล ด้านกลยุทธ์การแข่งขัน และด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

5.1 การอภิปรายผลการวิจัย

5.1.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการเกมออนไลน์ของบริษัทเอ็นที ทู จำกัด

- คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์

1) เพศ จากผลการวิจัยได้สำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,302 คน แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 1,118 คน และเพศหญิง จำนวน 184 คน อธิบายได้ว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทนั้นเป็นเพศชาย ซึ่งผู้ชายให้ความสนใจที่จะเล่นเกมมากกว่าผู้หญิง และแนวเกมของบริษัทได้เจาะกลุ่มตลาดที่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงค่อนข้างมาก

2) อายุ จากผลการวิจัยลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทมีอายุระหว่าง 21-25 ปี และ 26-30 ปีซึ่งจัดอยู่เกณฑ์ที่ค่อนข้างสูง ซึ่งช่วงอายุดังกล่าวส่วนใหญ่น่าจะจบการศึกษาแล้ว หรือกำลังทำงานอยู่ ซึ่งสามารถที่จะมีเวลาในการเล่น เกม หรือมีการบริหารเวลาได้ดีที่จะแบ่งเวลาในการเล่น เกมได้ นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทค่อนข้างมีอายุ ซึ่งจะมีผลต่อการทำการตลาดที่แตกต่างกันระหว่างช่วงอายุของลูกค้า

3) ระดับการศึกษา จากผลการวิจัยลูกค้าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีใหม่ๆ และมีทางออกของการพักผ่อนด้วยการเล่นเกมค่อนข้างมาก และแสดงให้เห็นว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทอยู่ในระดับที่มีความรู้สูง

4) อาชีพ จากผลการวิจัยลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทมีอาชีพเป็น นักเรียน/นักศึกษา และพนักงานบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน อายุ แสดงให้เห็นว่าปัจจุบัน กลุ่มนักศึกษาและพนักงานบริษัทให้ความสนใจที่จะเล่นเกมมากขึ้น และในกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ติดตามในด้านเทคโนโลยี และมีความรู้สูงอีกด้วย

5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากผลการวิจัยลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท/เดือน และ 10,000-20,000 บาท/เดือน ซึ่งอธิบายได้ว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ยังคงเป็นนักศึกษาหรือนักศึกษาจบใหม่ และพนักงานที่อาจเพิ่งเริ่มทำงาน หรือยังทำงานได้ไม่นาน ซึ่งสอดคล้องกับช่วงอายุและอาชีพ

6) ที่พักอาศัยปัจจุบัน จากผลการวิจัยลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทพักอาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเกมของบริษัทเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในตัว

เมืองได้ดีกว่าต่างจังหวัด และอาจเนื่องด้วยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้รับอิทธิพลของสื่อมากกว่าจังหวัดอื่นๆ ของประเทศ ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่มาจากที่นี่ นอกจากนี้อาจเป็นไปได้ว่าความสามารถของคอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลสามารถที่จะอัปเดตและเล่นเกมของบริษัทได้มากกว่า จึงทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ในเขตนี้

7) สถานที่เล่นเกมประจำ จากผลการวิจัยลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเล่นเกมประจำที่บ้าน/ที่ทำงาน ซึ่งสันนิษฐานได้ว่า มาจากข้อจำกัดของเกมของบริษัทที่อาจจำเป็นต้องใช้ความสามารถของเครื่องคอมพิวเตอร์สูง จึงทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมเล่นเกมที่บ้านมากกว่าที่จะออกไปเล่นที่ร้านอินเทอร์เน็ต หรืออาจเป็นไปได้ว่าเกมของบริษัทเองไม่สามารถหาเล่นหรือหาเล่นได้ยากที่ร้านอินเทอร์เน็ตค่าเฟ ก็เป็นไปได้

- ปัจจัยในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

จากผลการวิจัยข้างต้น ได้ข้อสรุปว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการบริการเกมออนไลน์ของบริษัทเอ็นซี ทู จำกัด เรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยสุด ได้แก่

- 1) ปัจจัยทางด้านสินค้า
- 2) ปัจจัยทางด้านการให้บริการ
- 3) ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 4) ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมทางการตลาด และ
- 5) ปัจจัยทางด้านราคา

สำหรับเหตุผลที่ลูกค้าเลือกปัจจัยด้านสินค้าให้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด อาจจะเป็นเนื่องมาจากว่าในปัจจุบันลูกค้ามีทางเลือกในการใช้บริการเกมออนไลน์มากขึ้น และคุณภาพของเกมซึ่งในช่วงนี้ออกมาใกล้เคียงกัน ทำให้ไม่เห็นความแตกต่าง กอปรกับในปัจจุบันความสามารถของคอมพิวเตอร์สามารถรองรับเกมที่มีกราฟิกระดับสูงได้ดี และใช้ความสามารถของคอมพิวเตอร์สูงได้ ดังนั้นลูกค้าจึงคาดหวังกับเกมที่ออกมาสู่ตลาดจำเป็นที่จะต้องมียุคคุณภาพที่ดีที่แตกต่างจากที่มีอยู่ในปัจจุบัน

สำหรับปัจจัยอื่นๆ อย่างเช่น ปัจจัยด้านการบริการ ที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับสูงรองลงมาจากปัจจัยทางด้านสินค้า ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการบริการเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่บริษัทจะต้องให้ความสำคัญเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะธุรกิจประเภทการให้บริการด้วยแล้ว นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่ง การบริการที่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติอันดีแก่ความคิดและความรู้สึกทั้งต่อตัวผู้

ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางบวก คือความชอบ และความพึงพอใจ ดังนี้ (ศิลปะการให้บริการ, สมิต สัชฎกร)

- 1) ความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
- 2) มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
- 3) มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก
- 4) มีความประทับใจที่ดีตลอดไป
- 5) มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น แนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น
- 6) มีความรักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ
- 7) มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

นอกจากนี้การบริการที่ดียังเป็นการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าจงรักภักดีและคงอยู่กับเรา ถ้าเปรียบเทียบกับการสร้างลูกค้าใหม่กับการดูแลลูกค้าเก่าด้วยการบริการที่ดีนั้น การสร้างลูกค้าใหม่อาจมองว่าง่ายกว่า แต่การที่จะรักษาให้ลูกค้าเก่าคงอยู่กับเราอย่างถาวรนั้นต่างหากที่ทำได้ยากยิ่ง ดังนั้นปัจจัยตัวหนึ่งที่สำคัญที่จะทำให้ลูกค้าจงรักภักดีกับเราก็คือ การบริการที่ดีนั่นเอง

ปัจจัยอีกตัวที่น่าสนใจในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ปัจจัยด้านราคา โดยปกติแล้วทางบริษัทจะได้รับข้อมูลจากลูกค้าบางกลุ่มในเรื่องของราคาของสินค้าที่สูงจนเกินไป ทำให้ไม่อยากใช้บริการของบริษัท ซึ่งดูเหมือนกับว่าปัจจัยตัวนี้จะมีอิทธิพลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของบริษัทอยู่มาก กอปรกับในปัจจุบันกระแสของเกมออนไลน์ได้ปรับเปลี่ยนโมเดลทางธุรกิจเป็นแบบ เล่นฟรี โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย แต่จะได้รายได้จากการขายไอเทมในเกมแทน ซึ่งตรงนี้ในตอนแรกทางผู้วิจัยคาดว่าน่าจะมีผลกับปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้ามาก แต่เมื่อผลวิจัยออกมาปรากฏว่าไม่เป็นเช่นนั้น ปัจจัยในด้านราคากลับมีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการต่ำที่สุด ซึ่งหมายถึง ลูกค้าที่ใช้บริการในปัจจุบันสามารถยอมรับกับปัจจัยในด้านนี้ได้ และคิดว่าไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของบริษัทมากนัก

- ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ

จากผลการวิจัยทำให้ทราบลักษณะความสัมพันธ์ของคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเกมออนไลน์ของบริษัทเอ็นซี ทู จํากัด ดังนี้

1) ในการตัดสินใจอะไรก็ตามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการเลือกสินค้าใหม่ เช่น เกมใหม่ๆ การบริการใหม่ๆ การพิจารณาด้านคุณภาพของสินค้า และอื่นๆ ในด้านที่เกี่ยวข้องกับสินค้าของบริษัท จะต้องพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์ควบคู่กันด้วย ซึ่งได้แก่ เพศ ควรจะดูว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นเพศชาย ดังนั้นสินค้าที่ออกมาอาจจะต้องรองรับกับเพศนี้เป็นหลัก อายุโดยเฉลี่ยอยู่ในช่วง 20-30 ปี ดังนั้นในวัยนี้จะมีวิจรรย์ในการพิจารณาเปรียบเทียบสินค้าอยู่พอสมควร ซึ่งสามารถเปรียบเทียบสินค้าของเรากับคู่แข่งได้ง่าย ดังนั้นจำเป็นต้องวิเคราะห์ถึงจุดนี้ด้วย อาชีพซึ่งส่วนใหญ่ยังเป็นนักศึกษาหรือนักศึกษาจบใหม่ และพนักงานที่เพิ่งเริ่มทำงาน ดังนั้นรายได้อาจจะยังไม่เยอะมาก และสุดท้ายคือสถานที่ที่เล่นเกมประจำ ซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นเล่นที่บ้านและที่ทำงาน

2) ปัจจัยทางด้านราคา ควรดูถึง อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิภาคในปัจจุบัน ซึ่งกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้จะสามารถเปรียบเทียบความคุ้มค่ากับสิ่งที่ตนเองได้รับได้ ดังนั้นความคุ้มค่าที่จะทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้ยอมที่จะเสีย จะต้องไม่เหตุผลรองรับพอสมควร

3) ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จะมีผลกับอายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และที่พักอาศัยปัจจุบัน ลูกค้ากลุ่มนี้ต้องการความสะดวกสบายในการซื้อ หาซื้อได้ง่าย เช่น ในร้านสะดวกซื้อ หรือสามารถซื้อได้ผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่อาจจะมีบัตรเครดิตและรู้เรื่องเทคโนโลยีพอสมควร ทำให้สามารถซื้อสินค้าผ่านช่องทางที่รวดเร็วและสะดวกได้ง่ายกว่า

4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ควรดูเรื่องอายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานที่ที่เล่นเกมประจำ ยกตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมนอกเกม ซึ่งแน่นอนว่ามีผลกับผู้ที่เล่นเกมต่างจังหวัดและไม่สะดวกที่จะเดินทางเข้ามายังสถานที่ เป็นต้น

5) ปัจจัยด้านการบริการ ควรดูเรื่อง อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานที่ที่เล่นเกมประจำ ยกตัวอย่างเช่น ระดับอายุที่แตกต่างกัน อาจมีระดับของการให้บริการที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลูกค้า เช่นลูกค้าที่อายุต่ำกว่า ในการควบคุมอารมณ์อาจจะมีน้อยกว่าลูกค้าที่มีอายุมากกว่า ทำให้ระดับของการบริการจำเป็นต้องปรับตามอายุของลูกค้าด้วย

แต่โดยภาพรวมแล้วการบริการที่ดีควรจะบริการให้ได้อย่างสม่ำเสมอและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดีที่สุด

5.1.2 การประยุกต์ใช้ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) กับธุรกิจเกมออนไลน์

- ความคิดเห็นในด้านต่างๆ ของพนักงานเกี่ยวกับบริษัท

1. ค่าเฉลี่ยของกลุ่มพนักงานในเรื่องของการกำหนดทิศทางและเป้าหมายของบริษัทในการดำเนินธุรกิจนี้ค่อนข้างกระจาย และแตกต่างกันออกไป แสดงให้เห็นว่ามีพนักงานเกือบส่วนใหญ่มุ่งใจไม่ตรงกันในเรื่องของทิศทางและเป้าหมายของบริษัท บางกลุ่มเข้าใจว่ามีแล้ว บางกลุ่มเข้าใจว่าไม่มี ซึ่งในส่วนนี้จำเป็นที่บริษัทจะต้องมีการกำหนดทิศทางและเป้าหมายของบริษัทออกมาให้ชัดเจน และแจ้งให้พนักงานทราบทุกคนทราบโดยทั่วกัน

2. ส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่ากลยุทธ์ของบริษัทนั้นยังไม่สอดคล้องกับเป้าหมายและทิศทางเท่าที่ควรนัก ดังนั้นอาจจะมีการปรับกลยุทธ์ให้ตรงกับเป้าหมายและทิศทางก่อน ซึ่งจำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดทิศทางและเป้าหมายให้ทุกคนทราบเหมือนกันก่อน

3. กลยุทธ์การแข่งขันกับคู่แข่งที่ยังไม่สามารถสร้างความแตกต่างได้มากนัก อาจเนื่องมาจากมีการแข่งขันที่สูงมาก ทำให้ไม่รู้ว่าเราจะทำอะไร คู่แข่งก็จะทำตามโดยทันที และบริษัทอาจยังไม่มี Core Business ที่เด่นชัดที่เหนือกว่าคู่แข่ง และลอกเลียนแบบได้ยาก

4. พนักงานส่วนใหญ่ยังเข้าใจไม่ตรงกัน ถึงเรื่องของการบริหารคุณภาพในการให้บริการ บางกลุ่มบอกว่ามี บางกลุ่มบอกว่าไม่มี ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการดำเนินภายในและมาตรฐานในการให้บริการของบริษัทยังไม่เป็นรูปธรรมที่เด่นชัด แต่ส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกันในเรื่องต้องการที่จะริเริ่มการบริหารคุณภาพในการให้บริการ เพราะเป็นสิ่งที่จะสามารถเพิ่มมาตรฐานในการให้บริการกับลูกค้าได้

5. ความเห็นในเรื่องของการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ถือว่าคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกันคือบริษัทมีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าอยู่บ้าง ซึ่งเป็นจุดที่ดี แต่ควรที่จะเพิ่มการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าให้เพิ่มขึ้น เพราะการเข้าใจในลูกค้าจะช่วยให้สามารถวางแผนทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง

6. พนักงานเห็นตรงกันว่าบริษัทได้พิจารณาความต้องการของลูกค้าเป็นหลักก่อนในการที่จะเลือกพัฒนาหรือใช้เทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

7. เช่นเดียวกับกับข้างบนที่พนักงานส่วนใหญ่เห็นว่าบริษัทให้การสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีในการติดต่อกับลูกค้า ซึ่งจะช่วยเพิ่มในเรื่องของการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าและมาตรฐานในการให้บริการกับลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นด้วย

8. พนักงานมีความเห็นหลากหลายในเรื่องของการเก็บข้อมูลลูกค้าและนำข้อมูลเหล่านั้นมาพัฒนาธุรกิจ ซึ่งอาจจะมีส่วนงานบางส่วนเท่านั้นที่นำข้อมูลตรงนี้มาใช้ ซึ่งส่วนอื่นอาจจะไม่เคยเห็นมาก่อน ดังนั้นอาจจะต้องมีการแจ้งให้พนักงานทราบถึงกลยุทธ์ของบริษัทที่จะใช้ รวมถึงแนวทางในการที่จะนำข้อมูลของลูกค้ามาใช้ เป็นต้น

9. บริษัทมีการคัดเลือกกลุ่มของลูกค้าเอาไว้ และได้นำข้อมูลของกลุ่มลูกค้านั้นมาใช้ร่วมกับการทำงานและประสบการณ์ของบริษัท แต่อาจจะยังไม่ดีเพียงพอ ซึ่งบริษัทอาจจะต้องมีการศึกษาข้อมูลของลูกค้าให้มากขึ้น

10. พนักงานมีความเห็นที่แตกต่างกันเรื่องของอำนาจที่ได้รับมอบหมายให้ตอบสนองกับลูกค้า แสดงให้เห็นว่าบริษัทยังไม่มีทิศทางที่ชัดเจนในเรื่องนี้เท่าที่ควร อาจเป็นเพราะในหน่วยงานที่แตกต่างกันอาจได้รับอำนาจในการดูแลลูกค้าที่แตกต่างกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องที่ค่อนข้างละเอียดอ่อน ดังนั้นจำเป็นต้องพิจารณาในเรื่องนี้ให้รอบคอบในการจัดสรรอำนาจให้กับพนักงานในการติดต่อกับลูกค้า

11. เกือบทั้งหมดเห็นตรงกันว่าบริษัทละเลยในเรื่องของรางวัลสูงใจที่จะกระตุ้นให้พนักงานให้ความสำคัญกับเรื่องของการให้บริการลูกค้า ดังนั้นบริษัทควรจะมียุทธศาสตร์เพิ่มเติมในเรื่องของแรงจูงใจให้กับพนักงาน เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจที่ดีในการที่จะให้บริการกับลูกค้า

12. ส่วนใหญ่เข้าใจตรงกันว่าบริษัทให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้ารวมถึงลูกค้าแต่ละคนที่สำคัญ ทั้งนี้กลุ่มลูกค้าเหล่านี้จะมีผลกระทบมากที่สุดกับบริษัท เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าชั้นดีของบริษัท และจะมีผลกระทบมากหากกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้หลุดลอยไป

13. การพัฒนาสินค้าและบริการของบริษัทยังคงเน้นตอบสนองต่อความต้องการของคนหมู่มากอยู่ เนื่องด้วยธุรกิจที่ต้องอาศัยจำนวนคน ดังนั้นอาจถือเป็นข้อจำกัดของธุรกิจที่ไม่สามารถจะพัฒนาสินค้าให้รองรับกับคนเฉพาะกลุ่มได้ แต่ในด้านของการบริการนั้นสามารถประยุกต์ใช้ได้กับบุคคลเฉพาะกลุ่มได้

14. สำหรับโปรแกรมทางการตลาดที่ออกมาเพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้า นั้น บริษัทเน้นออกมาเพื่อรองรับกับกลุ่มเฉพาะ ตัวอย่างเช่น โปรโมชันเกมไอเทมในเกมเมื่อเติม

เวลาผ่านโทรศัพท์มือถือและช่องทางบัตรเครดิต ซึ่งจุดนี้จะตอบสนองได้เฉพาะกลุ่มที่มีเครื่องมือเหล่านี้รองรับเท่านั้น ทำให้อาจเสียกลุ่มลูกค้าบางส่วนไปได้

15. ส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าบริษัทรู้ว่าคู่แข่งมีแนวทางในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างไร แต่สิ่งที่สำคัญคือ บริษัทได้มีการนำแนวทางนั้นมาปรับใช้กับบริษัทเอง หรือคิดหากกลยุทธ์ใหม่ๆ ที่เหนือกว่าคู่แข่งมาใช้หรือไม่

16. บริษัทมีการแยแยะแยะข้อมูลลูกค้าในระดับหนึ่ง โดยมาจากฐานข้อมูลของลูกค้าตัวเอง และจากการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าด้วย

17. บริษัทมีการทำสำรวจวิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้า บางส่วนได้มากจากการติดต่อกับลูกค้าโดยตรง เป็นต้น

18. บริษัทมีการสำรวจความคาดหวังของลูกค้าเป็นครั้งคราว และในบางครั้งก็นำคาดหวังของลูกค้ามาปฏิบัติเพื่อตอบสนอง แต่อาจมีบางอย่างที่เป็นข้อจำกัดที่ไม่สามารถตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าได้

19. บริษัททราบแนวโน้มและพฤติกรรมของลูกค้าพอสมควร และได้นำมาใช้ในการวางแผนธุรกิจบ้าง ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะการทราบพฤติกรรมของลูกค้าจะทำให้เราสามารถวางแผนธุรกิจได้ถูกต้อง

20. พนักงานส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักความหมายของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์นัก เพียงแค่เคยได้ยิน และบางส่วนก็รู้จักมาบ้างแล้ว แต่ยังไม่ทราบถึงวิธีการปฏิบัติที่ชัดเจน บริษัทจะต้องมีการฝึกอบรมถึงความหมาย ข้อดี ข้อเสีย และจุดประสงค์ของการนำระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) มาใช้ให้กับพนักงานได้ทราบเสียก่อน จากนั้นจึงกำหนดแนวทางในการนำมาใช้ร่วมกัน กำหนดออกมาเป็นนโยบายให้พนักงานได้รับทราบร่วมกัน ที่สำคัญจะต้องทำให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญของการนำระบบนี้มาใช้ให้ได้

21. ส่วนใหญ่ยังอาจจะเข้าใจว่าการบริหารลูกค้าสัมพันธ์จะต้องเกี่ยวข้องกับหน่วยงานที่ดูแลลูกค้าโดยตรงเท่านั้น แต่จริงๆ การนำระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์มานำใช้นั้นสามารถปรับใช้ได้กับทุกระดับ ทุกหน่วยงานในองค์กร และทุกคนในองค์กรจะต้องร่วมมือ และร่วมดำเนินงานตามหลักการของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ไปพร้อมๆ กันด้วย

22. พนักงานมีความเห็นที่จะสนับสนุนความคิดขององค์กรในเรื่องการนำหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาประยุกต์ใช้เต็มที่ เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่ง เพราะปัจจุบันในธุรกิจเกมออนไลน์ ยังไม่มีองค์กรใดที่นำระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เข้ามาใช้

อย่างจริงจัง ในตรงจุดนี้อาจจะมีข้อจำกัดของตัวธุรกิจเองบ้าง ซึ่งจะต้องเริ่มทำการศึกษาดูถึงปัจจัยที่เป็นไปได้ในการทำระบบก่อนด้วย

จากผลการอภิปรายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า บริษัทเอ็นซี ทู จำกัด มีความพร้อมในหลายๆ ด้านที่จะเริ่มต้นประยุกต์ใช้ระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ พนักงานเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งที่จะนำระบบนี้เข้ามาประยุกต์ใช้ในองค์กร แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ยังต้องมีการจัดเตรียมความพร้อมในด้านอื่นๆ อีกหลายๆ ด้านเช่นเดียวกัน

5.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเกมออนไลน์ของลูกค้ากับการประยุกต์ใช้ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า นั้น ลูกค้าได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องของสินค้ามากที่สุด ดังนั้นในเรื่องของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ก็ควรจะมุ่งเน้นไปในเรื่องนี้เป็นหลัก แต่ด้วยข้อจำกัดของธุรกิจเกมออนไลน์ที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านสินค้าในแต่ละบุคคลได้ เนื่องจากการลงทุนในธุรกิจเกมออนไลน์ค่อนข้างสูง ดังนั้นจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการกับคนหมู่มาก โดยต้องสำรวจความต้องการกับลูกค้าส่วนใหญ่ว่าต้องการสินค้าเกมออนไลน์ประเภทใดมากที่สุด จึงนำเกมประเภทนั้นๆ มาให้บริการ

ปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับรองลงมา ได้แก่ ปัจจัยทางด้านการให้บริการ สำหรับปัจจัยนี้นับว่าตรงเป้าหมายในการนำระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาประยุกต์ใช้มากที่สุด เนื่องจากลูกค้าแต่ละคนต้องการการบริการที่ดีที่สุด และการบริการในเกมออนไลน์นับว่ามีส่วนสำคัญมากที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในแบรนด์สินค้า นอกจากนี้บริษัทยังสามารถเจาะจงการบริการให้แก่ลูกค้าแต่ละคนได้โดยเฉพาะอีกด้วย

สำหรับปัจจัยอีกตัวหนึ่งที่น่าสนใจ คือปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด บริษัทสามารถตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้ โดยการทำโปรโมชั่นที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มของลูกค้าที่ได้แบ่งระดับไว้ เช่นลูกค้าที่มีความสำคัญต่อบริษัท อาจจะได้รับโปรโมชั่นที่มากกว่าลูกค้าในระดับทั่วไป ทำให้ลูกค้าในระดับทั่วไปมีความรู้สึกอยากเป็นลูกค้าที่มีความสำคัญเป็นต้น นอกจากนี้การส่งเสริมทางการตลาดยังสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับช่องทางการจัดจำหน่ายได้ด้วย ยกตัวอย่างเช่น มีการทำโปรโมชั่นร่วมกับลูกค้าที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทางบัตรเครดิต

เป็นต้น เพื่อเป็นการตอบแทนลูกค้าและดึงดูดให้ลูกค้าหันมาใช้ช่องทางที่มีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด เป็นต้น

เราสามารถนำระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจ เพื่อที่จะตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าและความพึงพอใจในปัจจุบันด้านต่างๆ ได้ ขึ้นอยู่กับว่าเราสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้มากน้อยแค่ไหน แต่จากผลการวิจัยสามารถแสดงให้เห็นว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับเรื่องอะไรบ้าง และบริษัทมีความพร้อมแค่ไหนที่จะนำระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์นี้เข้ามาใช้งาน

5.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการเกมออนไลน์ของบริษัท
เอ็นซี ทู จำกัด

- 1) กลุ่มตัวอย่างในที่นี้ จะเป็นเฉพาะลูกค้าของบริษัทเอ็นซี ทู จำกัด เท่านั้น ซึ่งในงานวิจัยต่อไปอาจจะมีขอบเขตที่กว้างขึ้น เพื่อดูปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของธุรกิจนี้โดยรวมทั้งหมด
- 2) ในงานวิจัยครั้งต่อไป อาจมีการนำพฤติกรรมของผู้บริโภคมาเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยด้วย

เรื่องการประยุกต์ใช้ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) กับธุรกิจเกมออนไลน์

- 1) ในการศึกษาวิจัยครั้งหน้า ควรทำการศึกษาวิจัยตัวแปรอื่น ๆ ที่น่าสนใจ เช่นทัศนคติของผู้ใช้บริการ และของผู้บริหารด้วย
- 2) ศึกษาแนวทางจากธุรกิจอื่นๆ ที่ได้เคยนำระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ไปประยุกต์ใช้แล้วเพิ่มเติม เพื่อนำมาเป็นแนวทางให้กับธุรกิจเกมออนไลน์ เป็นต้น