

ผนวก ข.

แบบสอบถามสำหรับพนักงาน

เรื่อง การประยุกต์ใช้ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) ในธุรกิจเกมออนไลน์ กรณีศึกษา บริษัท เอ็นซีทู จำกัด

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปศึกษาถึงการเตรียมความพร้อม ปัญหา อุปสรรค และสิ่งที่คาดว่าจะจำเป็นปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการที่จะนำระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) มาประยุกต์ใช้ในองค์กรที่ดำเนินธุรกิจเกมออนไลน์ เพื่อที่จะได้เป็นประโยชน์สำหรับบุคคลที่สนใจต้องการจะศึกษา หรือผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการเกมออนไลน์ได้นำไปพิจารณาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระ ตามหลักสูตร วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยจะเก็บข้อมูลจากพนักงานของบริษัทเอ็นซี ทู จำกัด ซึ่งจะไม่มีผลกระทบใดๆ กับผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น

แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพนักงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานสำหรับเตรียมความพร้อมในการทำการตลาดแบบ CRM

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์และร่วมมือจากท่านผู้ตอบแบบสอบถามได้ตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนทุกตอนเป็นอย่างดี และใคร่ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

วัชกร เรืองโรจน์วิชัย

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการบริหารเทคโนโลยี

วิทยาลัยนวัตกรรมอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

แบบสอบถามสำหรับพนักงาน

เรื่อง แนวทางในการประยุกต์ใช้ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) ในธุรกิจเกมออนไลน์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของพนักงาน

- เพศ ชาย หญิง
- อายุ _____ ปี
- ตำแหน่ง
 ระดับ Manager ขึ้นไป ระดับ Senior
 ระดับ Staff
- ท่านทำงานในธุรกิจเกมออนไลน์มาแล้วเป็นระยะเวลากี่ปี
 น้อยกว่า 1 ปี 1-2 ปี
 2-3 ปี มากกว่า 3 ปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานสำหรับเตรียมความพร้อมในการทำการตลาดแบบ CRM คำชี้แจง กรุณาใช้เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่คุณคิดว่าสะท้อนความคิดเห็นของคุณต่อบริษัทได้ใกล้เคียงที่สุด

ด้านการดำเนินงานปัจจุบันของบริษัท

- ท่านคิดว่าบริษัทได้มีการกำหนดทิศทางและเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจอย่างไร
 มีการกำหนดชัดเจนไว้เป็นลายลักษณ์อักษร และแจ้งให้พนักงานทุกระดับได้รับทราบ
 มีการกำหนดชัดเจนไว้เป็นลายลักษณ์อักษร และแจ้งให้ทราบเฉพาะพนักงานระดับสูงและระดับกลางทราบเท่านั้น
 มีการกำหนดไว้ แต่ไม่ได้เป็นลายลักษณ์อักษร และพนักงานส่วนใหญ่ไม่ทราบ
 ไม่ได้มีการกำหนดทิศทางและเป้าหมายของบริษัทอย่างชัดเจน
 ไม่ทราบว่าบริษัทมีการกำหนดเป้าหมายและทิศทางหรือไม่ อย่างไร

2. ท่านคิดว่าบริษัทมีการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างไร
- สอดคล้องและคำนึงถึงเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจเป็นหลักทุกกลยุทธ์
 - สอดคล้องและคำนึงถึงเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจพอสมควร
 - สอดคล้องและคำนึงถึงเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจเป็นบางกลยุทธ์เท่านั้น
 - ไม่ค่อยมีความสอดคล้องและคำนึงถึงเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจสักเท่าใด
 - ไม่มีความสอดคล้องและคำนึงถึงเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจเลย
3. ท่านคิดว่าปัจจุบันกลยุทธ์การตลาดที่บริษัทท่านใช้สามารถเพิ่มความได้เปรียบเชิงแข่งขันได้ดีเพียงใด
- สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน และความแตกต่างกว่าคู่แข่งได้อย่างชัดเจน
 - สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันและความแตกต่างกว่าคู่แข่งได้บ้าง
 - ยังไม่สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันและความแตกต่างจากคู่แข่งได้มากนัก
 - ยังไม่สามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้เลย
 - เราไม่ได้มุ่งเน้นในการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันเลย

ด้านกระบวนการ

4. บริษัทได้จัดให้มีกระบวนการรับประกันคุณภาพในการให้บริการหรือไม่ อย่างไร
- เราเป็นองค์กรที่มีการบริหารคุณภาพอย่างเต็มรูปแบบ
 - เรามีวิธีการบางอย่างที่กำลังจะริเริ่มการบริหารคุณภาพอยู่แล้ว
 - เรายังไม่มีการบริหารคุณภาพ และต้องการเริ่มที่จะบริหารคุณภาพอย่างเป็นรูปแบบ
 - เรายังไม่จำเป็นต้องบริหารคุณภาพ เพราะปัจจุบันก็ดีอยู่แล้ว
 - เราไม่สนใจที่จะบริหารคุณภาพ เพราะไม่จำเป็นต่อธุรกิจของเรา
5. ท่านคิดว่ากระบวนการทางธุรกิจของบริษัทเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางใช่หรือไม่
- เรามีความเข้าใจในตัวลูกค้าอย่างเต็มที่ และเน้นการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นหลัก
 - เราเข้าใจในตัวของลูกค้าส่วนใหญ่ และมีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าบ้าง
 - เรามีความเข้าใจลูกค้าอยู่บ้างแต่ไม่มากนัก และไม่ค่อยมีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า
 - เราไม่มีความเข้าใจลูกค้าเลย และไม่เคยมีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าด้วย
 - เราไม่สนใจว่าลูกค้าและบริษัทจะมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันอย่างไร

ด้านเทคโนโลยี

6. ท่านคิดว่าบริษัทได้มีการพิจารณาความต้องการของลูกค้าตอนเลือกและใช้เทคโนโลยีหรือไม่
- เรามั่นใจว่าการเลือกเทคโนโลยีทั้งหมดนั้นยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เช่นวิธีการเพิ่มความสะดวกรสบาย และช่องทางการติดต่อกับลูกค้า
 - เราใช้เหตุผลด้านลูกค้าเป็นบางส่วนในการเลือกใช้เทคโนโลยีกับลูกค้า
 - เรามั่นใจว่าในการเลือกเทคโนโลยีนั้น ได้มีการพิจารณาความต้องการของลูกค้าด้วย ไม่ใช่แค่ดูความต้องการภายในของบริษัท
 - เราไม่ได้คำนึงถึงความต้องการของลูกค้าสักเท่าใดนัก แต่จะดูจากความต้องการภายในของบริษัทเป็นหลักในการเลือกเทคโนโลยี
 - เรามีแผนก IT ที่ดูแลเบ็ดเสร็จในการจัดหาด้านเทคโนโลยีทุกครั้งไป
7. บริษัทจัดสรรเทคโนโลยีให้กับพนักงานเพื่อสนับสนุนในการช่วยเหลือลูกค้าหรือไม่
- เราจัดสรรเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุดเท่าที่จะหาได้มาให้กับพนักงานทุกคนที่มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า
 - เราจัดสรรเทคโนโลยีในหลายๆ ด้าน เพื่อปรับปรุงปฏิสัมพันธ์ประจำวันระหว่างบริษัทกับลูกค้าของเรา
 - เราสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีพอควรในการช่วยเรื่องปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าประจำวัน
 - เราใช้เทคโนโลยีเท่าที่มีอยู่ และไม่มีการจัดหาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า
 - เราไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเลย

กลยุทธ์ด้านความรู้

8. บริษัทรักษากลยุทธ์ในการเก็บข้อมูลและใช้ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าหรือไม่
- เราเก็บรวบรวมและใช้ความรู้เกี่ยวกับลูกค้าของเราเพื่อพัฒนารูปร่างอย่างต่อเนื่อง
 - เรามีโปรแกรมสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้ข้อมูลที่ได้เก็บไว้พอสมควร
 - เราส่งเสริมการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าบ้าง
 - เราเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้ายังไม่ชัดเจน และไม่สามารถนำข้อมูลลูกค้ามาใช้ได้ดีนัก
 - เราดูแลข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าไม่ดีเลย

9. บริษัทผสมผสานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าเข้ากับประสบการณ์ของเราเพื่อใช้สร้างความรู้เกี่ยวกับลูกค้าได้ดีแค่ไหน
- เรามีกระบวนการที่ดีมากในการผสมผสานข้อมูลและประสบการณ์เกี่ยวกับลูกค้าแต่ละคน
 - เรามีการใช้ระบบและกระบวนการสำหรับรวบรวมและผสมผสานข้อมูลลูกค้ากับข้อมูลประสบการณ์ของลูกค้าที่เราได้คัดเลือกไว้
 - เราสนับสนุนการใช้กระบวนการและระบบสำหรับรวบรวมและผสมผสานข้อมูลลูกค้าไว้บางคนเท่านั้น
 - การพัฒนาการด้านกระบวนการผสมผสานข้อมูลลูกค้าเข้ากับประสบการณ์ของเราไม่ดีนัก
 - เราไม่เคยมีการนำข้อมูลลูกค้ามาผสมผสานกับประสบการณ์ของเราเลย

การบริหารงานบุคคล

10. พนักงานได้รับมอบอำนาจในการตัดสินใจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างน้อยแค่ไหน
- เราไม่มีกฎเกณฑ์กับพนักงานเกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
 - เราต้องการให้พนักงานทุกคนทำอะไรก็ได้ที่เหมาะสมเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า
 - เราสนับสนุนอย่างแข็งขัน ให้พนักงานตัดสินใจทำสิ่งที่จะสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า
 - เราสนับสนุนให้พนักงานตัดสินใจได้โดยอิสระภายในกรอบกว้างๆ ที่ผู้บริหารกำหนดไว้
 - เราสนับสนุนให้พนักงานยึดกฎระเบียบและนโยบายที่พัฒนาขึ้นโดยผู้บริหารระดับสูงอย่างเคร่งครัด

11. บริษัทมีการให้รางวัลสูงใจกับพฤติกรรมที่เน้นการมีลูกค้าเป็นศูนย์กลางหรือไม่
- เราใช้พฤติกรรมที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เป็นส่วนที่สำคัญยิ่งของเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน
 - เราใช้พฤติกรรมที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เป็นส่วนหนึ่งของเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงาน
 - เราใช้วิธีให้รางวัลกับพนักงานที่มีพฤติกรรมมีลูกค้าเป็นศูนย์กลางเป็นกรณีๆ ไป
 - เรามีการให้รางวัลสูงใจกับพนักงานที่มีพฤติกรรมมีลูกค้าเป็นศูนย์กลางน้อยมาก
 - เราไม่ได้เชื่อมโยงการให้รางวัลตอบแทนเข้ากับการดูแลลูกค้า

กลยุทธ์การแข่งขัน

12. บริษัทเข้าใจในระดับผลกระทบที่ลูกค้ามีต่อองค์กรมากน้อยเพียงใด
- เราให้ความสำคัญเป็นอย่างสูงกับความเข้าใจว่าลูกค้าแต่ละคนจะมีผลต่อธุรกิจของเราอย่างไร
 - เราให้ความสำคัญกับความเข้าใจว่าลูกค้ากลุ่มที่เราคัดเลือกไว้จะมีผลต่อธุรกิจของเราอย่างไร
 - เราให้ความสำคัญอยู่บ้างกับการเข้าใจถึงผลกระทบที่ลูกค้าจะมีต่อธุรกิจ
 - เราให้ความสำคัญกับทัศนคติ และความคิดเห็นของลูกค้าเพียงเล็กน้อย
 - เราไม่ได้ให้ความสำคัญกับทัศนคติ และความคิดเห็นของลูกค้าเลย
13. ความต้องการของลูกค้ามีอิทธิพลต่อสินค้าและบริการของบริษัทมากแค่ไหน
- เราออกแบบสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละคน
 - เราใช้ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามกลุ่มลูกค้าที่เราคัดเลือกไว้มาช่วยในการพัฒนาสินค้าและบริการ
 - เราพยายามพัฒนาสินค้า และบริการให้สนองต่อความต้องการของลูกค้า
 - เราให้ความสนใจน้อยมากกับความต้องการของลูกค้า ตอนออกแบบสินค้าและบริการสินค้า
 - เราไม่ได้ให้ความสนใจกับความต้องการของลูกค้าเลย

14. บริษัทสร้างโปรแกรมการตลาดที่สนองต่อความต้องการเฉพาะบุคคลได้ดีแค่ไหน
- เราสร้างโปรแกรมการตลาดทุกอย่างให้มีความเฉพาะเจาะจงเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าแต่ละคน
 - เราสร้างโปรแกรมการตลาดบางอย่างที่มีความเฉพาะเจาะจง เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าแต่ละคน
 - เราสร้างโปรแกรมการตลาดทั้งหมดเพื่อรองรับตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche market)
 - เราสร้างโปรแกรมการตลาดทั้งหมดเพื่อรองรับตลาดมวลชน (mass market)
15. บริษัทตระหนักถึงวิธีที่องค์กรอื่นๆ ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามากแค่ไหน
- เรารู้แนวทางที่ดีที่สุดในการใช้กลยุทธ์เรื่องการให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
 - เรารู้ว่าคู่แข่งของเราใช้แนวทางให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลางแบบไหน
 - เรารู้ว่าเมื่อองค์กรใดบ้างที่ใช้กลยุทธ์การมีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
 - เราไม่ได้ให้ความสนใจในกลยุทธ์การให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลางขององค์กรอื่นๆ เลย

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

16. ท่านรู้จักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) หรือไม่
- รู้จักเป็นอย่างดี และมีการดำเนินงานตามแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์
 - รู้จักเป็นอย่างดี แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินงานตามหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์
 - เคยได้ยิน ทราบความหมาย แต่ไม่ทราบแนวทางในการนำมาปฏิบัติจริง
 - เคยได้ยิน แต่ไม่ทราบความหมายที่ชัดเจน
 - ไม่รู้จัก และไม่เคยได้ยินมาก่อน
17. ท่านคิดว่าองค์กรของท่านมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์หรือไม่ อย่างไร
- มี โดยถือเป็นนโยบาย หรือกลยุทธ์หลักที่ทุกฝ่ายขององค์กรต้องดำเนินการให้สอดคล้องกัน
 - มี โดยทุกฝ่ายจะปฏิบัติตาม แนวทางดังกล่าวแต่ไม่ได้จัดเป็นนโยบายหรือกลยุทธ์หลักขององค์กร
 - มี เฉพาะในส่วนที่ทำงานเกี่ยวข้องโดยตรงกับลูกค้าเท่านั้น

- มี แต่ไม่ได้ดำเนินงานตามหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์
- ไม่มี และไม่ได้ให้ความสำคัญกับแนวคิดดังกล่าว

18. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร หากองค์กรของท่านมีแนวคิดที่จะดำเนินการตามหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

- เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นกลยุทธ์หลักในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรอยู่แล้ว โดยได้ปรับใช้ในทุกระดับขององค์กร
- เห็นด้วย โดยควรเริ่มดำเนินการในทุกระดับขององค์กร
- ไม่แน่ใจ แต่ควรเริ่มดำเนินการเฉพาะบางส่วนขององค์กรเท่านั้น
- ไม่เห็นด้วย แต่อาจมีการดำเนินการตามหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในอนาคต
- ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เพราะไม่มีความจำเป็นต้องดำเนินการแต่อย่างใด

19. บริษัทแยกแยะลูกค้าได้ดีแค่ไหน

- เรามีการปรับปรุงฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้เรามีข้อมูลที่สำคัญทางธุรกิจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของเรากับลูกค้าแต่ละคน
- เรายรวบรวม และใช้ข้อมูลที่ได้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อมาแยกแยะลูกค้าและประเมินความสำคัญของความสัมพันธ์แต่ละด้าน
- เรามีฐานข้อมูลของลูกค้า และพยายามแยกแยะลูกค้า
- เรามีฐานข้อมูลของลูกค้า แต่ไม่มีการแยกแยะลูกค้า
- เราไม่มีข้อมูลของลูกค้าเลย

20. บริษัททำอะไรบ้าง เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ทั้งหมดของลูกค้ากับบริษัท

- เรามีการพูดคุยกับลูกค้าแต่ละคนอย่างต่อเนื่อง และใช้วิธีที่ได้รับการพัฒนาอย่างดีทำการปรับปรุงความสัมพันธ์
- เรามีการสำรวจวิจัยลูกค้าที่คัดเลือกไว้ และทำการปรับปรุงบนฐานข้อมูลจากข้อมูลที่ได้รับจากพวกเขา
- เรารู้ว่าลูกค้าคนใดติดต่อกับเราบ้าง และนำข้อมูลที่ได้นั้นมาจัดการ
- เราให้ความสนใจกับประสบการณ์ของลูกค้ากับเราน้อย
- เราไม่ให้ความสนใจเลยกับประสบการณ์ทั้งหมดของลูกค้ากับเรา

21. บริษัทประเมินความคาดหวังของลูกค้า และตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้ดีแค่ไหน

- เราทำงานร่วมกับลูกค้าอย่างใกล้ชิด เพื่อให้แน่ใจว่าความคาดหวังของพวกเขาจะได้รับการตอบสนองอย่างดีที่สุด
- เรามีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังจากลูกค้าเป็นครั้งคราว และดำเนินการตอบสนองความคาดหวังนั้นในส่วนที่เป็นไปได้
- เรารู้ความคาดหวังของลูกค้าอยู่บ้าง และใช้มันสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
- เรารู้ความคาดหวังของลูกค้าน้อยมาก และไม่ค่อยที่จะตอบสนองต่อมัน
- เราไม่พยายามจะเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าเลย

22. บริษัทเข้าใจและคาดการณ์พฤติกรรมของลูกค้าได้ดีแค่ไหน

- เราเก็บข้อมูลของเกี่ยวกับความชื่นชอบ และพฤติกรรมอื่นๆ ของลูกค้าทุกคนอย่างละเอียด และใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการวางแผนธุรกิจ
- เรายรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความชื่นชอบ และพฤติกรรมอื่นๆ ของลูกค้าที่ได้คัดเลือกไว้ และใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการวางแผนธุรกิจ
- เราเข้าใจแนวโน้มและรูปแบบการซื้อของลูกค้า และนำมาใช้ในการตัดสินใจเรื่องสำคัญๆ ด้วย
- เรามีการเก็บข้อมูลลูกค้า แต่ยังไม่ได้นำมาใช้ในการตัดสินใจหรือวางแผนธุรกิจเลย
- เราให้ความสนใจน้อยมาก หรือไม่ให้ความสนใจพฤติกรรมของลูกค้าเลย

23. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ว่าควรเตรียมความพร้อมหรือปรับปรุงอะไรเพิ่มเติมบ้าง
