

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่การช่วยให้ผู้บริหาร และทีมงานการตลาดขององค์กรสามารถพัฒนาปรับปรุงตัวร่ำเหมาจ่ายเชิงวัฒนธรรมที่ได้นำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นไปจากการเก็บข้อมูลประวัติ ความคิดเห็นและความพึงพอใจจากลูกค้า และสามารถกำหนดทิศทางในการนำเสนอรายการส่งเสริมการขายตัวร่ำเหมาจ่ายใหม่ๆ พร้อมทั้งกำหนดกลุ่มประเทศลูกค้าเป้าหมายได้

การพัฒนาระบบตัดสินใจโดยการรวมบางส่วนของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยมีการเก็บประวัติของลูกค้า การเพิ่มส่วนสนับสนุนการซื้อต่อยอดและการซื้อต่อเนื่อง รวมไปถึงการสำรวจความพึงพอใจ และความคิดเห็นของลูกค้าภายหลังการใช้บริการตัวร่ำเหมาจ่าย ข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบในระบบการตัดสินใจ นอกจากนี้ระบบสนับสนุนการตัดสินใจยังต้องการข้อมูลการจอบทั้งหมดเพื่อใช้ในการวัดผลของการตัดสินใจ และเป็นการนำเข้าข้อมูลที่ใช้ในการสนับสนุนตัดสินใจในครั้งต่อไป อาทิเช่น รายการจอบที่สมบูรณ์ รายการจอบที่ลูกค้าทำการยกเลิก และรายการจอบที่ไม่มีการทำธุรกรรมจ่ายเงิน เป็นต้น

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการตัดสินใจมีปัจจัยหลายประการที่เกี่ยวข้อง และค่อนข้างซับซ้อน อีกทั้งยังเป็นปัญหาที่มีทั้งกิ่ง โครงสร้าง และไม่มีโครงสร้าง การตัดสินใจโดยใช้โมเดลการตัดสินใจเชิงปริมาณหรือการคำนวณเชิงตัวเลขอาจเป็นการตัดโอกาสทางธุรกิจบางอย่าง และใช้เวลาในการพัฒนามาก ดังนั้นการตัดสินใจโดยใช้ระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการออกแบบตัวร่ำเหมาจ่ายเชิงวัฒนธรรมแบบเหมาจ่ายนี้ จึงต้องอาศัยประสบการณ์ของผู้ทำการตัดสินใจเป็นหลัก โดยขึ้นอยู่กับความคุ้นเคยในการใช้เครื่องมือสนับสนุนการตัดสินใจนี้ด้วย ซึ่งทีมนักพัฒนาได้จัดทำเอกสารคู่มือในการใช้เพื่อเป็นตัวอย่างให้กับผู้ใช้ในการนำไปประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจในแต่ละประเด็น อาทิ ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการออกรายการ โปรโมชั่น หรือการค้นหากลุ่มลูกค้าประเทศเป้าหมายของตัวร่ำเหมาจ่ายรายการใดรายการหนึ่ง เป็นต้น

นอกจากนี้ เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจในครั้งต่อไป ผู้ใช้จะต้องมีการบันทึกการตัดสินใจในแต่ละครั้ง โดยแยกหมวดหมู่ชัดเจน เช่น การตัดสินใจเพื่อออกรายการส่งเสริมการขาย หรือการตัดสินใจปรับปรุงตัวร่ำเหมาจ่าย เป็นต้น พร้อมทั้งมีรายละเอียดปัจจัยที่ใช้ในการสนับสนุนการตัดสินใจนั้น และนำไปประกอบกับผลลัพธ์ที่ได้หลังจากการตัดสินใจนั้นๆ หลังจากนั้นทำการ

ประเมินผล และหาข้อผิดพลาดต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปสู่การหาขั้นตอนวิธีในการใช้ระบบ สนับสนุนการตัดสินใจที่ดีที่สุด (Best Practice) รวมไปถึงอาจก่อให้เกิดประโยชน์ในการค้นพบ แนวทางหรือวิธีในการตัดสินใจใหม่ที่เหมาะสมกับธุรกิจอีกด้วย

## 5.2 ปัญหา และอุปสรรค

เนื่องจากในช่วงเวลาที่พัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการออกแบบทัวร์เชิง วัฒนธรรมแบบเหมาจ่ายนี้ กูเกิลเซิร์ชเอพีไอ (Google Search API) ยังไม่สนับสนุนสำหรับบาง ส่วนที่ต้องการนำมาดัดแปลงให้สอดคล้องกับการทำงานของตรงกับความต้องการของผู้ใช้ได้ อีกทั้ง เครื่องมือในการค้นหาคีย์เวิร์ดของกูเกิล (Google Adwords Tool หรือ Google Keyword Tool) ยังไม่ มีเอพีไอสนับสนุนให้สามารถทำการดัดแปลงได้ และในขณะที่พัฒนาระบบอยู่ กูเกิลได้นำเสนอ เครื่องมือในการค้นหาตัวใหม่รุ่นเบต้าให้กับผู้ใช้ทั่วโลกได้ทดลองใช้ด้วย

ดังนั้นทีมนักพัฒนาจึงได้แก้ปัญหาในเบื้องต้นโดยการนำเครื่องมือของกูเกิล คือ เครื่องมือ ในการค้นหาคีย์เวิร์ดของกูเกิล และกูเกิลแจซลีกการค้นหา มารวมเข้าไปในส่วนหนึ่งของระบบ สนับสนุนการตัดสินใจในลักษณะของไอเฟรม (IFrame) เพื่อใช้ในการออกรายการส่งเสริมการขาย และการขยายฐานลูกค้า และอื่นๆ

## 5.3 ข้อเสนอแนะ และการพัฒนาเพิ่มในอนาคต

เนื่องจากผู้ประกอบการยังไม่ได้จัดตั้งหน้าร้านของตนเอง ดังนั้นการทำการตลาดใน ช่วงแรกจึงมีทั้งการตลาดผ่านการสร้างเครือข่ายพันธมิตร และเน้นไปที่การทำการตลาดทาง อินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ดังนั้นการพัฒนาระบบในส่วนที่ 1 จึงยังไม่เสร็จสิ้นแต่เพียงเท่านี้ การที่ เว็บไซต์ที่ให้บริการทัวร์เหมาจ่ายขึ้นอันดับในหน้าแรกของกูเกิลดอทคอม จึงหมายถึงโอกาสที่ ผู้ประกอบการจะสามารถเปลี่ยนผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ (Visitors) ให้กลายเป็นลูกค้า (Clients) ได้ ดังนั้น หลังจากการพัฒนาในส่วนที่ 1 ให้มีการทำงานสมบูรณ์ตรงตามความต้องการของลูกค้าแล้ว สิ่งที่ต้อง จะต้องทำเป็นลำดับถัดไปคือการเพิ่มประสิทธิภาพของเว็บไซต์เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของ Search Engine หรือการทำเว็บไซต์ให้ขึ้นอันดับในคีย์เวิร์ดเป้าหมายนั่นเอง (Search Engine Optimization: SEO) รวมไปถึงต้องการพัฒนารวมบล็อกโดยใช้เวิร์ดเพรส (WordPress) รวมเข้าไว้ในระบบเพื่อ ช่วยทำให้เว็บไซต์ขึ้นอันดับใน Search Engine ด้วยคอนเท้นต์ที่มีคุณภาพและมีการอัปเดตอยู่เสมอ

ในปัจจุบันการทำการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นมีหลายวิธีการและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ เสมอ และมีหลายๆ ครั้งที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Technology Change) อาทิ กูเกิล เปลี่ยนวิธีการจัดอันดับโดยให้น้ำหนักกับจำนวนลิงก์ที่ลิงก์ไปหาหน้าเพจ (Back links) มากกว่า

คอนเทนต์ (On Page SEO) เป็นต้น ดังนั้นเพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในการทำการตลาดทางอินเทอร์เน็ต จึงต้องอาศัยการกระจายโดยใช้วิธีการต่างๆ กันออกไป เช่นการสร้างลิงค์ (Links Building) หรือการทำ Social Network Marketing ซึ่งในปัจจุบันนิยมทำการตลาดบน Social Media เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของแบรนด์และเป็นการชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์หรือใช้บริการของเว็บ เช่น เฟสบุ๊ก และทวิตเตอร์ เป็นต้น

นอกจากนี้ ในส่วนการใช้มีเดียประเภทคลิปวิดีโอให้เป็นประโยชน์โดยในปัจจุบันคลิปวิดีโอสามารถทำการตลาดได้ผลดีมาก นอกจากจะช่วยส่งเสริมการจัดอันดับใน Search Engine ให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีแล้ว นักท่องเที่ยวยังได้เห็นกิจกรรมที่เสมือนจริง และยังสามารถโพสต์ในเว็บยูทูปเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจทัวร์ต่างๆ และเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์เพื่อค้นหาในกิจกรรมอื่นๆ อีกด้วย

ในส่วนที่ 2 คือระบบของควรที่จะพัฒนาต่อในด้านการรองรับสกุลเงินที่ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเปิดช่องทางการจ่ายเงินอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามากขึ้น

ในส่วนที่ 3 ควรพัฒนาเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าให้สามารถใส่ข้อมูลความคิดเห็นของลูกค้าด้วยตัวเอง และทำการประเมินผลของการนำเสนอการซื้อต่อเนื่องและการซื้อต่อยอด และทำการปรับเปลี่ยนอย่างเหมาะสม รวมไปถึงนำเอาความคิดเห็นของลูกค้าที่เป็นเชิงบวก ไปแสดงเป็นส่วนหนึ่งของ Testimonials ในหน้ารายละเอียดของทัวร์เหมาะจ่าย เพื่อเป็นแรงจูงใจให้เกิดการจองทัวร์เหมาะจ่ายมากขึ้น

ในส่วนที่ 4 หากในอนาคตตุ๊กเกิ้ลได้พัฒนา Search API โดยจัดให้มีการใช้งานคล้ายคลึงกับเครื่องมือการค้นหาเคีย์เวิร์ด หรือกูเกิ้ลเจาะลึกการค้นหาแล้วก็สามารถนำเอกสารบันทึกการตัดสินใจในแต่ละรายการ นำมาหาวิธีการตัดสินใจที่ดีที่สุด หรือวิธีการตัดสินใจในรูปแบบใหม่ และพัฒนาขั้นตอนการตัดสินใจที่มีกระบวนการที่ชัดเจนมากขึ้น โดยการพัฒนาจาก Google Search API นี้

นอกจากนี้ส่วนที่ควรพัฒนาเพิ่มเป็นอย่างยิ่งคือ ส่วนของการวัดผลของการตัดสินใจ โดยสามารถพัฒนาโดยใช้ Google Analytics API ซึ่งมีทางเลือกในการพัฒนาเพื่อใช้ในการติดตามผลลัพธ์ในหลายรูปแบบ อาทิ การสร้างเป้าหมาย (Goal) ในการสร้างรายการเป้าหมายที่ต้องการใน Google Analytics เพื่อวัดผลว่ายอดขายถึงระดับที่ต้องการหรือไม่ การติดตามเส้นทาง การเข้าถึงเว็บไซต์และการออกจากเว็บไซต์ ข้อมูลสรุปจำนวนผู้เยี่ยมชมโดยจำแนกตามถิ่นที่อยู่ ซึ่งมีความละเอียดในระดับเมืองหรือจังหวัด และอื่นๆ อีกมากมาย ข้อมูลเหล่านี้สามารถนำมาประกอบในการประเมินผลลัพธ์ ในด้านต่างๆ อาทิ ความน่าสนใจของทัวร์เหมาะจ่ายแต่ละรายการ ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ และวิเคราะห์หาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อทัวร์เหมาะจ่าย เป็นต้น