

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	แผนระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ กรณีศึกษา ฝ่ายผลิตภัณฑ์
ชื่อผู้เขียน	สื่อสารข้อมูล บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)
ชื่อปริญญา	นายสุทธิกิจ พังวรอาสน์
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ) ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ศรีสมรัก อินทุจันทร์ยง
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

ฝ่ายผลิตภัณฑ์สื่อสารข้อมูล บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) มีภารกิจหลักคือการวิเคราะห์ พัฒนา ปรับปรุงบริการที่เกี่ยวข้องกับบริการสื่อสารข้อมูล ทั้งหมด 7 บริการ ได้แก่ 1) บริการสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงส่วนบุคคล ด้วยเทคโนโลยี SDH/DWDM 2) บริการสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงบนเครือข่าย IP (Internet Protocol) 3) บริการสื่อสารข้อมูลความเร็วสูงด้วยเทคโนโลยี MPLS (Multiprotocol Label Switching) 4) บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงสำหรับองค์กร 5) บริการ SD-Wan 6) บริการ Internet Gateway และ 7) บริการ Internet Exchange ปัจจุบันมีระบบสารสนเทศที่ใช้งานอยู่ 3 ระบบ คือ 1) ระบบ OM-UDB 2) ระบบ DW/DM และ 3) ระบบ Web HR

แผนกลยุทธ์ของฝ่ายผลิตภัณฑ์สื่อสารข้อมูล ครอบคลุมยุทธศาสตร์หลัก 3 กลยุทธ์ 1) กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพการทำงาน 2) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ และ 3) กลยุทธ์ด้านการรักษาสถานลูกค้า โดยสามารถกำหนดระบบสารสนเทศที่นำเสนอใหม่ได้ 4 ระบบคือ 1) ระบบ CRM 2) ระบบ Intelligent Analytic 3) ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ และ 4) ระบบบริหารหลักสูตรอบรม โดยจะใช้งบประมาณการลงทุนในระยะเวลา 3 ปีทั้งสิ้น 2,145,560 บาท เป็นค่าใช้จ่ายทางด้านซอฟต์แวร์ทั้งหมด ไม่มีค่าใช้จ่ายทางด้านฮาร์ดแวร์

ในการจัดลำดับความสำคัญของแต่ละระบบสารสนเทศที่นำเสนอใหม่ได้ใช้เกณฑ์พิจารณาจาก 1) ความเร่งด่วนในการใช้งานของระบบ 2) ความสามารถของระบบ และ 3) ความคุ้มค่าของระบบ พบว่าความสำคัญของระบบจากมากไปน้อยคือ 1) ระบบ CRM 2) ระบบ Intelligent

Analytic และลำดับที่ 3) มี 2 ลำดับคือ ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ และ ระบบบริหารหลักสูตร
อบรม ตามลำดับ

การประเมินความคุ้มค่าของระบบสามารถคำนวณระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลดของแต่ละระบบสารสนเทศโดยเรียงลำดับการคืนทุนจากระยะเวลาน้อยมาก คือ 1) ระบบ CRM คือ 1 ปี 4 เดือน 25 วัน 2) ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ คือ 1 ปี 6 เดือน 7 วัน และลำดับที่ 3) เท่ากัน 2 ลำดับ คือ ระบบ Intelligent Analytic และ ระบบบริหารหลักสูตรอบรม คือ 2 ปี 4 เดือน 2 วัน

จากการประเมินความสำคัญและความคุ้มค่าของระบบสารสนเทศที่นำเสนอใหม่ ได้จัดทำแผนการพัฒนาระบบสารสนเทศดังนี้ ในปีที่ 1 จะพัฒนาระบบ CRM และ ระบบ Intelligent Analytic ในปีที่ 2 พัฒนาระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ และระบบบริหารหลักสูตรอบรมควบคู่กันไป

คำสำคัญ: แผนระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ ฝ่ายผลิตภัณฑ์สื่อสารข้อมูล บมจ. กสท โทรคมนาคม

Independent Study Title	INFORMATION STRATEGY PLAN, DATACOM OF CAT TELECOM PUBLIC COMPANY LIMITED
Author	Mr. Sutthikit Pungvora-asn
Degree	Master of Science Program (Management Information Systems)
Department/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Srisomruk Intojunyong
Academic Years	2019

ABSTRACT

Main products of Datacom Department of CAT Telecom are 1) CAT Ethernet by SDH/DWDM 2) CAT DPLC 3) CAT MPLS 4) CAT Corporate internet 5) SD-Wan product 6) Internet Gateway and 7) Internet Exchange. At present, Datacom Department has 3 Information systems which are 1) OM-UDB system 2) DW/DM system and 3) Web HR system.

Strategies of Datacom Department are 1) improving Performance Strategy 2) Product Strategy and 3) Customer Strategy which are need 4 information systems for support of organization vision such as 1) CRM system 2) Intelligent Analytic system 3) e-sarabun system and e-learning system. Budget for all system is 2,145,560 baht. The investment budget is only for software.

The Information systems' discounted payback periods are 1) CRM system; 1 year 4 months 25 days 2) e-sarabun system; 1 year 6 months 7 days and both of Third are intelligent system and e-learning system; 2 years 4 months 2 days.

The investment schedule is based on priority and value. The system must be implement within 12 months are CRM system and Intelligent Analytic

system. About last 2 systems are e-sarabun and e-learning will implement in next 2 years.

Keywords: Information Technology Strategy Plan, Datacom of CAT Telecom PCL.

