

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	แผนระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ กรณีศึกษา ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ ไทยคอนแทคเซ็นเตอร์
ชื่อผู้เขียน	นายครรชิต จิตต์ประสงค์
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ศรีสมรัก อินทุจันทร์ยง
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ ไทยคอนแทคเซ็นเตอร์ เป็นหน่วยงานหนึ่งของการบินไทย ที่ให้บริการสำรองที่นั่ง และจำหน่ายบัตรโดยสาร รวมทั้งให้บริการเปลี่ยนแปลงการเดินทางและขอรับบริการพิเศษต่าง ๆ สำหรับเที่ยวบินภายในประเทศ เที่ยวบินต่างประเทศ ที่ทำการบินโดยการบินไทยและสายการบินในกลุ่ม Star Alliance โดยให้บริการผ่านช่องทางโทรศัพท์ อีเมล และ ไลฟ์แชท (Live Chat) ปัจจุบันมีระบบสารสนเทศที่สำคัญเพื่อการปฏิบัติการกิจอยู่ 6 ระบบคือ 1) ระบบโทรศัพท์ Aspect UIP 2) ระบบบริหารจัดการแรงงาน Aspect Workforce 3) ระบบ Front End and Knowledge Management 4) ระบบบันทึกเสียง และหน้าจอ Voice and Screen Recording 5) ระบบงานจองตั๋ว QIK Reservation System 6) ระบบบริหารจัดการอีเมล Maxar

การค้นคว้าอิสระนี้ดำเนินการก่อนการแพร่ระบาดของไวรัส covid-19 จึงมิได้นำปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ covid-19 ทั้งทางตรงและทางอ้อมมาร่วมพิจารณา โดยจากการศึกษาสภาพทั่วไปของหน่วยงาน ด้วยการใช้เครื่องมือเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกหน่วยงาน รวมทั้งการใช้งานระบบสารสนเทศที่มีอยู่ในปัจจุบัน สามารถกำหนดกลยุทธ์ได้ 5 กลยุทธ์ คือ 1) เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการลูกค้า 2) พัฒนาและปรับปรุงการบริหารงาน 3) พัฒนาหน่วยงานบริการลูกค้าให้เป็น Omni-Channel Contact Center 4) รักษาฐานลูกค้าเดิม และขยายฐานลูกค้าใหม่ 5) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

จากการวิเคราะห์สถาปัตยกรรมระบบสารสนเทศของหน่วยงาน สามารถกำหนดระบบสารสนเทศและโครงการสารสนเทศ เพื่อให้หน่วยงานบรรลุเป้าหมายตามพันธกิจและวิสัยทัศน์

ประกอบไปด้วย 5 ระบบสารสนเทศกับ 1 โครงการ คือ ระบบที่ 1 Reservation Front-End ระบบที่ 2 CRM & Case Management ระบบที่ 3 Omni-Channel Contact Center ระบบที่ 4 KM (Knowledge Management) ระบบที่ 5 อีเลิร์นนิง (E-Learning) และโครงการจ้างที่ปรึกษา Data Analytic โดยใช้งบประมาณทั้งสิ้น 58,006,440 บาท

ในการจัดลำดับความสำคัญเพื่อการจัดหาระบบสารสนเทศที่นำเสนอ ใช้เกณฑ์การพิจารณา 4 ด้านคือ 1) ด้านงบประมาณ 2) ความสำคัญเชิงภารกิจ 3) ความเร่งด่วนเชิงภารกิจ 4) นโยบายผู้บริหาร และเมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่าการจัดลำดับความสำคัญของ 5 ระบบกับ 1 โครงการ เรียงลำดับก่อนหลัง ได้ดังนี้ 1) ระบบ Omni-Channel Contact Center 2) โครงการจ้างที่ปรึกษา Data Analytic 3) ระบบ CRM & Case Management 4) ระบบ Reservation Front-End 5) ระบบ KM (Knowledge Management) 6) ระบบอีเลิร์นนิง (E-Learning)

ในการประเมินความคุ้มค่าของระบบ พิจารณาจากผลตอบแทนในการลงทุนโดยวิธีการคำนวณระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด โดยแต่ละระบบสารสนเทศใช้ระยะเวลาคืนทุนแตกต่างกัน สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ 1) ระบบ CRM & Case Management ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 3 เดือน 2) ระบบ E-Learning ระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 1 เดือน 18 วัน 3) ระบบ Omni-Channel Contact Center ระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 11 เดือน 26 วัน 4) ระบบ Reservation Front-End ระยะเวลาคืนทุน 4 ปี 3 เดือน 5) ระบบ KM (Knowledge Management) ระยะเวลาคืนทุน 8 ปี 2 เดือน 25 วัน

คำสำคัญ: แผนระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์, ศูนย์บริการลูกค้าทางโทรศัพท์, ไทยคอนแทคเซ็นเตอร์

Independent Study Title	INFORMATION STRATEGY PLAN, CUSTOMER SERVICE CENTER BY TELEPHONE OF THAI CONTACT CENTER
Author	Mr. Kanchit Jitprasong
Degree	Master of Science Program (Management Information Systems)
Department/ Faculty/ University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Advisor	Associate Professor Srisomruk Intojunyong
Academic Year	2019

Abstract

Thai contact center is a department of Thai Airways which provides services in booking and selling for air tickets as well as changing flights and special offers for domestic flights and international flights, operated by Thai Airways and Star Alliance Airline Group via emails and live chat. There are currently six key operational information systems including 1 Aspect UIP System, 2) Aspect Workforce Management System, 3) Front End and Knowledge Management System, 4) Voice and Screen Recording System, 5) QIK Reservation System, and 6) Maxar Email Management System.

Since this independent study had been conducted before the covid-19 outbreak, both direct and indirect covid-19-related factors were not taken into consideration. The study investigated the general conditions of the department by employing instruments to analyze internal and external factors together with the existing information systems. Five strategies were identified as 1) improving the efficiency of customer service, 2) developing and improving work management, 3) developing an omni-channel contact center for customer care, 4) maintaining and expanding the existing customer base, and 5) improving human resources.

According to the analysis of information system and architecture of the department, five information systems and an information project were identified in order to achieve the missions and visions. The information systems included 1) Reservation Front-End, 2) CRM & Case Management, 3) Omni-Channel Contact Center, 4) KM (Knowledge Management), 5) E-Learning System as well as a project to hire a data analytic consultant, all of which required a project budget of 58,006,440 Thai baht.

Regarding the priority of information systems to be presented, four criteria were taken into consideration which were 1) budget, 2) the importance of the missions, 3) the urgency of the missions, and 4) the management policy. After these factors were analyzed, it was found that the five information systems and the project could be prioritized as 1) Omni-Channel Contact Center System, 2) Data Analytic Consultant Project, 3) CRM & Case Management System, 4) Reservation Front-End System, 5) KM (Knowledge Management) System, and 6) E-Learning System, respectively.

The information systems had different payback periods which were 1) CRM & Case Management System; 2 years and 3 months, 2) E-Learning System; 3 years, 1 month, 18 days, 3) Omni-Channel Contact Center System; 3 years, 11 months, and 26 days, 4) Reservation Front-End System; 4 years and 3 months, and 5) KM (Knowledge Management) System, 8 years, 2 months and 25 days.

Keyword: Strategic Information System Planning, Contact Center, Thai contact center, Omni channel, QIK reservation, Reservation front-end