



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า

Use of Chatbot System for Line Application for Boosting Customers

โดย

| | | |
|---------------|------------|------------|
| นางสาวโชติกา | แก้วเขียว | 6104400094 |
| นางสาวสายสวาท | ศรีวรรณทนะ | 6104400064 |
| นายสิทธิชัย | ด้วงชานา | 5904400080 |

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชาสหกิจศึกษา
ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
ภาคการศึกษาที่ 3 ปี การศึกษา 2563

หัวข้อโครงการ การใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า

รายชื่อผู้จัดทำ นางสาวสายสวาท ศีวีวรรณทะนะ 6104400064
 นางสาวโชติกา แก้วเขียว 6104400094
 นายสิทธิชัย คิ้วขวานา 5904400080

ภาควิชา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. นันทิรา ภูขาว สนใจ

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษา 3 ปีการศึกษา 2563

คณะกรรมการการสอบโครงการ

น.น.

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร. นันทิรา ภูขาว สนใจ)

ปัทมา สุขสมจินต์

พนักงานที่ปรึกษา

(นางปัทมา สุขสมจินต์)

ดร. ธนะสิริกุล

กรรมการกลาง

(อาจารย์อัคร ธนะสิริกุล)

ดร. มารุจ

ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มารุจ ทิมปะวัฒน์นะ)

| | |
|------------------------|---|
| ชื่อโครงการ | : การใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า |
| หน่วยกิต | : 5 |
| ผู้จัดทำ | : นางสาวสายสวาท ศรีวรรณทนะ : นางสาวโชติกา แก้วเขียว : นายสิทธิชัย ค้างชวานา |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | : ดร. นันทิรา ภูขาว สนใจ |
| ระดับการศึกษา | : ปริญญาตรี |
| สาขาวิชา | : อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ |
| คณะ | : ศิลปศาสตร์ |
| ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา | : 3 / 2563 |

บทคัดย่อ

การจัดทำโครงการสหกิจศึกษาเรื่องการใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้ามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารกับลูกค้าของบริษัทผู้จัดจำหน่าย และเพื่อสร้างระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการสื่อสาร โดยคณะผู้จัดทำได้สังเกตเห็นถึงปัญหาด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ที่ผู้ให้บริการไม่สามารถตอบข้อความได้ตลอด 24 ชั่วโมง ส่งผลให้เกิดความล่าช้าและทำให้ลูกค้าเกิดการรอคอยข้อมูลจากทางผู้ให้บริการนานจนเกินไป คณะผู้จัดทำจึงได้ศึกษาและพัฒนาระบบโต้ตอบอัตโนมัติ โดยเลือกใช้แอปพลิเคชัน LINE Official Account เข้ามีส่วนช่วยในการโต้ตอบสื่อสารข้อความอัตโนมัติตลอด 24 ชั่วโมง

หลังจากที่ได้ทำการทดลองใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์ คณะผู้จัดทำได้สอบถามความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งาน จำนวน 20 คน ผลการประเมินแบบสอบถามพบว่า ความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.55 ถ้าพิจารณารายข้อพบว่า ความรวดเร็วในการโต้ตอบกลับของ ChatBot มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.75 รองลงมาคือรูปแบบแอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการใช้งาน เท่ากับ 4.70 และน้อยที่สุดคือการเรียงลำดับเนื้อหาและภาษาที่เข้าใจง่าย เท่ากับ 4.40

คำสำคัญ : แอปพลิเคชันไลน์ / แชทบอท

Project Title : Use of a Chatbot System for LINE Application for Boosting Customers
Credits : 5
By : Miss Saisawat Sriwantana
: Miss Chotika Kaeokhiao
: Mr. Aphichai Doungchowna
Advisor : Dr. Nantira Pookhao Sonjai
Degree : Bachelor of Arts
Major : Tourism and Hospitality Industry
Faculty : Liberal Arts
Semester/Academie Year : 3/2020

Abstract

The cooperative education project aimed to study communication factors of DoDee Tour Co.Ltd. and to create a Chatbot system for increasing effective communication with customers Due to the lack of 24 hrs. real-time customer communication, the chatbot system was developed via LINE (LINE Official Account) for solving the problem.

After using the chatbot system on LINE for boosting customers, 20 users were asked to identify the level of satisfaction. The result showed that the overall satisfaction towards the project was very high, with a mean of 4.60 and a standard deviation of 0.55. The respondents highly satisfied with the aspects of real-time communication with the chatbot, with a mean of 4.75. Secondly, they were satisfied with the user-friendly format of the application, with a mean of 4.70. The respondents were least satisfied with the arrangement of the content and understandability of the language, with a mean of 4.40.

Keyword: LINE / Chatbot

Approved by


กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

การที่คณะผู้จัดทำได้เข้าปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท คูดีทัวร์ จำกัด ตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม จนถึง 28 สิงหาคม พ.ศ. 2564 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพในอนาคต ได้ฝึกฝน ทำให้ได้เรียนรู้การทำงานในหลากหลายด้าน และรู้จักการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า โดยได้รับความร่วมมือจากบุคคลต่างๆ ดังนี้

1. คุณปัทมา สุขสมจินต์ Managing Director
2. ดร.นันทิรา ภูขาว สนใจ อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา

และบุคคลท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวชื่อนามทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำและช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งคณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ ด้วย

คณะผู้จัดทำ

นางสาวสายสวาท ศรีวรรณทะนะ

นางสาวโชติกา แก้วเขียว

นายสิทธิชัย ค้างชานา

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| จดหมายนำส่งรายงาน | ก |
| กิตติกรรมประกาศ | ข |
| บทคัดย่อ | ค |
| Abstract | ง |
| บทที่ 1 บทนำ | |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ | 2 |
| 1.3 ขอบเขตของโครงการ | 2 |
| 1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ | 2 |
| บทที่ 2 รายละเอียดการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ | |
| 2.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ | 3 |
| 2.2 ประวัติและความเป็นมาเกี่ยวกับบริษัท | 4 |
| 2.3 รูปแบบการจัดการองค์การและการบริหารงานองค์กร | 5 |
| 2.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย | 5 |
| 2.5 ชื่อและตำแหน่งงานพนักงานที่ปรึกษา | 7 |
| 2.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน | 7 |
| 2.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน | 8 |
| 2.8 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา | 8 |
| บทที่ 3 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | |
| 3.1 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร | 9 |
| 3.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ Application LINE | 15 |
| 3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 19 |
| บทที่ 4 ผลการปฏิบัติตามโครงการ | |
| 4.1 ขั้นตอนการสร้างระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์ | 22 |
| 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม | 29 |

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ

| | |
|------------------------|----|
| 5.1 สรุปผลโครงการ..... | 32 |
|------------------------|----|

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ภาพปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

ภาคผนวก ค บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

ภาคผนวก ง บทความทางวิชาการ

ภาคผนวก จ โปสเตอร์

ภาคผนวก ฉ บันทึกการปฏิบัติงาน

ภาคผนวก ช ประวัติผู้จัดทำ



สารบัญตาราง

| | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 2.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน..... | 8 |
| ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ..... | 29 |
| ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ..... | 30 |
| ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ..... | 30 |
| ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจที่มีต่อโครงการ..... | 31 |



สารบัญรูปรภาพ

| | หน้า |
|--|------|
| รูปที่ 2.1 โลโก้ บริษัท คูดีทัวร์ จำกัด..... | 3 |
| รูปที่ 2.2 รูปแบบการจัดองค์การ..... | 5 |
| รูปที่ 2.3 รูปนักศึกษาสหกิจ..... | 5 |
| รูปที่ 2.4 รูปนักศึกษาสหกิจ..... | 6 |
| รูปที่ 2.5 รูปนักศึกษาสหกิจ..... | 6 |
| รูปที่ 2.6 รูปพนักงานที่ปรึกษา..... | 7 |
| รูปที่ 4.1 คิวอาร์โค้ดแอปพลิเคชัน LINE Official Account..... | 22 |
| รูปที่ 4.2 สร้างบัญชีเพื่อใช้งาน..... | 23 |
| รูปที่ 4.3 หน้าหลักของแอปพลิเคชัน..... | 23 |
| รูปที่ 4.4การสร้างข้อความทักทายเพื่อนใหม่..... | 24 |
| รูปที่ 4.5สร้างระบบโต้ตอบอัตโนมัติแบบตัวเลือก..... | 24 |
| รูปที่ 4.6 การสร้างผลลัพธ์จากระบบโต้ตอบอัตโนมัติแบบตัวเลือก..... | 25 |
| รูปที่ 4.7 การสร้างระบบตอบกลับช่องทางการชำระเงิน..... | 25 |
| รูปที่ 4.8การสร้างระบบตอบรับคำติชมจากผู้ให้บริการ..... | 26 |
| รูปที่ 4.9 การสร้างตัวเลือกการติดต่อเจ้าหน้าที่..... | 26 |
| รูปที่ 4.10 การทดสอบระบบโต้ตอบอัตโนมัติจากการสร้างข้อความทักทายเพื่อนใหม่..... | 27 |
| รูปที่ 4.11การทดสอบระบบโต้ตอบอัตโนมัติแบบตัวเลือกโปรแกรมทัวร์ในประเทศ..... | 27 |
| รูปที่ 4.12การทดสอบระบบโต้ตอบอัตโนมัติตัวเลือกวิธีการชำระเงิน..... | 28 |
| รูปที่ 4.13การทดสอบระบบโต้ตอบอัตโนมัติแบบตัวเลือกแสดงคำติชมการให้บริการ..... | 28 |

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสาร เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายโน้มน้าวจิตใจให้เกิดผลในการให้เกิดการรับรู้ หรือเปลี่ยนทัศนคติ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจ การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ต้องการบอกผู้อื่นให้รู้ว่าตนเองต้องการอะไร อย่างไร โดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ที่เหมาะสมให้เข้าใจตรงกัน การสื่อสารในโลกยุคปัจจุบันได้เข้าสู่ยุคของโลกดิจิทัล โดยมีเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันและการดำเนินธุรกิจมากขึ้น โดยปัจจุบันแอปพลิเคชันไลน์เป็นแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาที่สร้างเครือข่ายการติดต่อสื่อสารได้ทั้งระหว่างบุคคล แบบกลุ่ม แบบองค์กร การซื้อขายสินค้าออนไลน์ การบริการเรียกแท็กซี่ การบริการสั่งอาหาร เป็นต้น โดยการใช้งานสามารถรองรับการสนทนาได้ทั้งการพิมพ์โต้ตอบด้วยข้อความ การส่งข้อความเสียง การโทร การแสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านสติ๊กเกอร์ไลน์ การแชร์รูปภาพ วิดีโอ และแชร์ตำแหน่งสถานที่โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ อีกทั้งยังมี LINE Official Account ที่ช่วยให้การสื่อสารโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้ตลอดเวลา โดยเกือบทุกบริษัทและร้านค้าต่างใช้แอปพลิเคชัน LINE Official Account มาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดช่องว่างระหว่างลูกค้าและร้านค้า เพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าที่สนใจเข้ามาใช้บริการและช่วยในการสื่อสารเป็นไปได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

จากที่กล่าวมาข้างต้นคณะผู้จัดทำจึงปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับพี่เลี้ยงและอาจารย์ที่ปรึกษาเรื่องปัญหาการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่ทำให้เกิดความล่าช้าเนื่องจากพนักงานไม่สามารถตอบข้อความได้ตลอด 24 ชั่วโมงส่งผลให้เกิดความล่าช้าและความผิดพลาดในการตอบข้อความลูกค้าซ้ำจนเกินไป ในเวลาเดียวกันจึงทำให้ลูกค้าเกิดการรอคอยข้อมูลจากทางผู้ให้บริการและเกิดความลังเลใจในการใช้บริการ จึงทำให้เสียโอกาสในการขายแพคเกจทัวร์ดังนั้นทางคณะผู้จัดทำจึงได้สร้างระบบตอบโต้ตอบอัตโนมัติโดยเลือกใช้อัปพลิเคชัน LINE Official Account เข้ามาช่วยในการตอบโต้ตอบสื่อสารข้อความอัตโนมัติตลอด 24 ชั่วโมงเพื่อลดความล่าช้าและสามารถนำระบบแชทบอทมาช่วยในการตอบคำถามแทนพนักงานทำให้สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึงภายในเวลาอันรวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าได้ข้อมูลที่ต้องการในทันทีและพนักงานบริษัทคูดีทัวร์ จำกัด สามารถ

ทำงานที่สำคัญได้อย่างมากขึ้นแต่ใช้เวลาลดน้อยลง ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นและเกิดการซื้อซ้ำ

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารกับลูกค้าของบริษัทคูตีทัวร์ จำกัด
- 1.2.2 เพื่อสร้างระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการสื่อสารและจำนวนลูกค้า

1.3 ขอบเขตของโครงการ

คณะผู้จัดทำได้จัดทำโครงการชื่อ การใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า โดยมีขอบเขตการจัดทำโครงการ วันที่ 17 พฤษภาคม 2564 ถึง 28 สิงหาคม 2564 และเมื่อโครงการเสร็จสิ้น ได้มีการสำรวจความพึงพอใจต่อโครงการ โดยพนักงาน และลูกค้าบริษัทคูตีทัวร์ จำกัด ผู้ใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์ จำนวน 20 คน ได้ทำการประเมินแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้งาน

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

- 1.4.1 บริษัทคูตีทัวร์ สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ 24 ชั่วโมง ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น
- 1.4.2 พนักงานสามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากภาระงานลดลงจากการใช้เทคโนโลยีเข้าช่วย
- 1.4.3 ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเกิดการซื้อซ้ำ

บทที่ 2

รายละเอียดการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

2.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ



รูปที่ 2.1 โลโก้ บริษัท ดูดี ทัวร์ จำกัด

ที่มา : บริษัท ดูดีทัวร์ จำกัด

ชื่อสถานประกอบการ : บริษัท ดูดี ทัวร์ จำกัด

ที่ตั้งสถานประกอบการ : 153/168 หมู่บ้านภาสกร ถนนบางบอน 1 แขวงคลองบางพราน เขตบางบอน กรุงเทพฯ 10150

โทรศัพท์ : 081-700-8464

โทรสาร : 02-899-3902

เว็บไซต์ : <http://www.dodeetour.com/>

เฟซบุ๊ก : <https://www.facebook.com/dodeetour>

2.2 ประวัติและความเป็นมาเกี่ยวกับบริษัท

จุดเริ่มต้นของ บริษัท ดูดี ทัวร์ จำกัด (DoDee Tour Co., Ltd.) ต้องย้อนกลับไปเมื่อปี พ.ศ. 2550 คุณปัทมา สุขสมจินต์ ได้เริ่มต้นเข้ามาเป็นพนักงานในบริษัททัวร์แห่งหนึ่ง และได้เก็บเกี่ยวประสบการณ์ต่างๆ ตั้งแต่การเขียนโปรแกรมทัวร์เอง การติดต่อประสานงานกับสายการบิน ที่พัก ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ พร้อมทั้งได้เป็นมัคคุเทศก์ออกทริปดูแลลูกค้าทัวร์ ประสานงานและให้บริการ จนเป็นที่ยอมรับในการให้บริการจากลูกค้ามากมาย และเริ่มที่จะมีความหวังว่าจะได้มีโอกาสเปิดบริษัททัวร์เป็นของตัวเอง จนกระทั่งเมื่อวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ.2555 คุณปัทมา สุขสมจินต์ จึงได้ออกมาเปิดธุรกิจบริษัททัวร์เป็นของตัวเอง ในนามบริษัท ดูดี ทัวร์ จำกัด (DoDee Tour Co., Ltd.) จดทะเบียนตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม พ.ศ.2555 จนถึงปัจจุบัน เป็นระยะเวลา 9 ปีเศษ ได้รับการจดทะเบียนอย่างถูกต้องตามระเบียบของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวเลขที่ 12/01947 ประเภท ธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สำหรับช่องทางการติดต่อของ บริษัท ดูดี ทัวร์ จำกัด (DoDee Tour Co., Ltd.) สามารถติดตามได้จากทางสื่อออนไลน์หรือการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้ทาง เพจเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ของทางบริษัท นิตยสารการท่องเที่ยวภายในประเทศ ลูกค้าจากองค์กรรัฐ และเอกชน

ลักษณะของธุรกิจบริษัท

- 1.บริการด้านการท่องเที่ยว ประชุม และสัมมนา ในประเทศและต่างประเทศ
- 2.รับจองห้องพักโรงแรม รีสอร์ท ห้องประชุมสัมมนา
- 3.จำหน่ายตั๋วเครื่องบินทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 4.รับจัดงาน Event แสดงสินค้าและ Organizer งานประเภทต่างๆ

2.3 รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานองค์กร



รูปที่ 2.2 รูปแบบการจัดองค์การ

2.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย



รูปที่ 2.3 รูปนักศึกษาสหกิจ

ที่มา : คณะผู้จัดทำ

ชื่อผู้ปฏิบัติงาน นางสาว โชติกา แก้วเขียว

แผนก / ส่วนงาน เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการบันทึกข้อมูล ศูนย์ฉีดวัคซีนโควิด-19 ซีคอนบาง

แค

หน้าที่ที่ได้รับมอบหมายในการปฏิบัติงาน

- แนะนำวัตถุประสงค์ในการฉีดวัคซีน

- แนะนำขั้นตอนปฏิบัติในการฉีดวัคซีน
- แนะนำการดูแลตนเอง ก่อนและหลัง การฉีดวัคซีน
- การ process ด้านเอกสาร และระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ในการฉีดวัคซีน



รูปที่ 2.4 นักศึกษาสหกิจ

ที่มา : คณะผู้จัดทำ

ชื่อผู้ปฏิบัติงาน นางสาวสายสวาท ศรีวรรณทนะ

แผนก / ส่วนงาน เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการบันทึกข้อมูล ศูนย์ฉีดวัคซีน โควิด-19 ซีคอนบางแค

หน้าที่ที่ได้รับมอบหมายในการปฏิบัติงาน

- แนะนำวัตถุประสงค์ในการฉีดวัคซีน
- แนะนำขั้นตอนปฏิบัติในการฉีดวัคซีน
- แนะนำการดูแลตนเอง ก่อนและหลัง การฉีดวัคซีน
- การ process ด้านเอกสาร และระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ในการฉีดวัคซีน



รูปที่ 2.5 รูปนักศึกษาสหกิจ

ที่มา : คณะผู้จัดทำ

ชื่อผู้ปฏิบัติงาน นาย สิทธิชัย ดั่งขวางนา

แผนก / ส่วนงาน เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการบันทึกข้อมูล ศูนย์ฉีดวัคซีน โควิด-19 ชีคอนบาง

แค

หน้าที่ที่ได้รับมอบหมายในการปฏิบัติงาน

- แนะนำวัตถุประสงค์ในการฉีดวัคซีน
- แนะนำขั้นตอนปฏิบัติในการฉีดวัคซีน
- แนะนำการดูแลตนเอง ก่อนและหลัง การฉีดวัคซีน
- การ process ด้านเอกสาร และระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ในการฉีดวัคซีน

2.5 ชื่อและตำแหน่งงานพนักงานที่ปรึกษา



รูปที่ 2.6 พนักงานที่ปรึกษา

ที่มา : บริษัท คูตี ทัวร์

ชื่อพนักงานที่ปรึกษา : คุณปัทมา สุขสมจินต์

ตำแหน่งงาน : Managing Director

2.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน บริษัท คูตี ทัวร์ จำกัด เริ่มมาปฏิบัติงานตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม 2564 ถึง 28 สิงหาคม 2564 เป็นระยะเวลา 15 สัปดาห์ ตั้งแต่เวลา 07.00 ถึง 17.00 น. ซึ่งจะปฏิบัติงาน 5 วันต่อสัปดาห์ วันหยุด(เสาร์-อาทิตย์)

2.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

| ขั้นตอนในการดำเนินงาน | พ.ค | มิ.ย | ก.ค | ส.ค |
|------------------------|-----|------|-----|-----|
| ตั้งหัวข้อของโครงการ | | ➔ | | |
| รวบรวมข้อมูลของโครงการ | | | ➔ | |
| เริ่มเขียนโครงการ | | | ➔ | |
| ตรวจสอบโครงการ | | | | ➔ |
| โครงการเสร็จเรียบร้อย | | | | ➔ |

2.8 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

2.8.1 ผลที่ได้รับจากการฝึกงานสหกิจศึกษา

1. ได้รู้จักความอดทนและกล้าแสดงออกรวมทั้งความคิดเห็นในการทำงาน
2. รู้จักการคบมิตรและมารยาทในหมู่สังคมของคนทำงานและต่อผู้ใหญ่
3. มีความคิดริเริ่มในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

2.8.2 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. ผู้รับวัคซีนจำนวนมากมีพฤติกรรมหลากหลายและแสดงอารมณ์เมื่อไม่ได้ตั้งใจ
2. การที่ผู้รับวัคซีนจำนวนมากรวมตัวกันก็อาจเกิดการระบาดของโควิดได้
3. ต้องใช้ความอดทนสูงในการให้บริการการพักทำงานของเจ้าหน้าที่จึงมีความไม่แน่นอน

บทที่ 3

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้จัดทำได้ศึกษาและได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาโครงการเรื่องระบบสนทนาโต้ตอบอัตโนมัติโดยผ่าน Application LINE Official โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร

3.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ Application LINE

3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) ภาษาอังกฤษใช้คำว่า Communication ซึ่งรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า Communice แปลว่า Make Common ซึ่งมาจากความหมายแปลเป็นไทยว่า ทำให้มีสภาพร่วมกันหรือทำให้เหมือนกัน ดังนั้น จึงอธิบายต่อไปได้ว่า การสื่อสารทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันและตรงกัน

การสื่อสาร (Communication) เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตมนุษย์ในทุกๆ สังคม และทุกยุคทุกสมัย หากนักปราชญ์กล่าวว่ามีมนุษย์เป็นสัตว์สังคม เป็นสัตว์การเมืองและเป็นสัตว์เศรษฐกิจ ในการอยู่รวมกลุ่มกันเป็นชุมชนและสังคม มนุษย์ทุกคนย่อมเป็นสัตว์สื่อสารด้วย เพราะการอยู่รวมกันต้องมีการสื่อสาร (Communicate) ด้วยภาษา (Language) หรือระบบสัญลักษณ์ (Symbolic System) เพื่อเชื่อมโยงสัมพันธ์ระหว่างกันในมิติทางสังคม การเมืองและเศรษฐกิจ ซึ่งกลายมาเป็นวัฒนธรรมพื้นฐานในการอยู่รวมกันของมนุษย์เรา (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2540)

ราชบัณฑิตยสถาน (2546, น. 116) ได้ให้ความหมายว่า การสื่อสาร คือ "การนำถ้อยคำ ข้อความ หรือหนังสือ จากบุคคลหนึ่ง หรือสถานที่หนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งหรือสถานที่หนึ่ง"

ปรมะ สตะเวทิน (2546) สรุปความหมายของการสื่อสารว่า เป็นกระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่าผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

มาลีวรรณ สุขวัฒน์ (2554) สรุปความหมายว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการในการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูลหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ไปยังบุคคลหนึ่ง (ผู้รับสาร) โดยผ่านสื่อ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะพฤติกรรม เกิดความเข้าใจและสามารถที่จะกระทำโต้ตอบไปกลับมาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้

อูล์รด์นั ศิริยวศักดิ์ (2550) กล่าวว่า การสื่อสารขอมมนุษย์เป็นทั้งศาสตร์ (Science) และ ศิลป์ (Arts) เป็นกระบวนการในการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ข่าวสารข้อมูล ความรู้ ภูมิปัญญา ค่านิยมความเชื่อ มรดกทางวัฒนธรรม หรือที่กล่าวโดยรวมว่า เป็นการถ่ายทอดสารจากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง เพื่อวัตถุประสงค์ในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์กัน ทำงานร่วมกัน กระชับมิตรไมตรีระหว่างกัน ถ่ายทอดความบันเทิงเรีงรมย์ การรังสรรค์สุนทรียรส หรือเพื่อประโยชน์ด้านธุรกิจการค้า

สรุปได้ว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการในการถ่ายทอด อารมณ์ความรู้สึก ข่าวสาร ความรู้ ภูมิปัญญา ค่านิยม ความเชื่อ มรดกทางวัฒนธรรม ข้อมูลจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ไปยังอีกบุคคลหนึ่ง (ผู้รับสาร) โดยผ่านสื่อ ด้วยภาษา (Language) หรือระบบสัญลักษณ์ (Symbolic System) เพื่อเชื่อมโยงสัมพันธ์และสามารถที่จะกระทำโต้ตอบกลับไปกลับมาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ในกระบวนการสื่อสารนั้น

3.1.1 รูปแบบการสื่อสาร

รูปแบบการสื่อสารสามารถจำแนกได้เป็น 4 ลักษณะ (อริสรา ธนุเพลง, 2544) คือ

- 1) จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร
- 2) จำแนกตามลักษณะการใช้
- 3) จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร
- 4) จำแนกตามการไหลของข่าวสาร

3.1.1.1 จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1) การสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication)

หมายถึง การส่งสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดสาร ไปยังผู้รับสารแต่เพียงฝ่ายเดียวโดยไม่เปิด โอกาสให้ผู้รับสาร ได้ซักถามข้อสงสัยหรือแสดงความคิดเห็น จึงไม่มีปฏิกริยา ย้อนกลับจากผู้รับสารเป็นเส้นตรง การสื่อสารแบบนี้มีลักษณะเป็นเส้นตรง ปราศจากการคำนึงถึง ปฏิกริยาตอบโต้กลับจากผู้รับสาร ทำให้ปริมาณของข้อมูลสะท้อนกลับ (Feedback) จากผู้รับสารมี น้อยหรือไม่มีเลย

การสื่อสารในลักษณะนี้จะออกมาในรูปของการสื่อสารการตลาดเพื่อการขายโดยผ่านสื่อ ชนิดต่างๆ เช่น เอกสาร สิ่งพิมพ์ โดยส่วนใหญ่แล้ว การสื่อสารแบบทางเดียวมักเกิดขึ้นกับสื่อ เฉพาะกิจ เช่น โปสเตอร์ วารสาร เอกสารเย็บเล่ม เป็นต้น

2) การสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-way Communication)

หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่ผู้รับสารได้รับข้อมูลแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะเดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้ส่งสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน มีการโต้ตอบกัน ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน การสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิกิริยาได้กลับ (Feedback) ของผู้รับสาร

ทั้งนี้การสื่อสารแบบสองทางมีผลทำให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะการให้ความสำคัญต่อการสื่อสารกลับ (Feedback) นั้น เป็นวิธีการที่ทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความเสมอภาคกันในการติดต่อสื่อสารโดยไม่มีฝ่ายใดมีอิทธิพลเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง ได้แก่ การสื่อสารระหว่างคณะทำงานของโครงการและสมาชิกโครงการ หรือการสื่อสารระหว่างคณะทำงานด้วยกันเองและ การสื่อสารระหว่างสมาชิกด้วยกันเอง

3.1.1.2 จำแนกตามลักษณะการใช้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

1) การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication)

หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่คำนึงถึงบทบาทหน้าที่และตำแหน่งระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารเป็นสำคัญ ตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น ประกาศ นโยบาย คำสั่งปฏิบัติงาน เป็นต้น

2) การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication)

หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น โดยไม่พิจารณาถึงตำแหน่งหน้าที่และมิได้ดำเนินไปตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ แต่เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากความสนิทสนมคุ้นเคย และจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในทางส่วนตัวมากกว่า การติดต่อสื่อสารลักษณะนี้ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสาร โดยใช้คำพูด ได้แก่ การพบปะ พูดคุย สนทนากัน สำหรับกลุ่มป็นคณะที่มีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ระหว่างแกนนำกับสมาชิก และระหว่างสมาชิกด้วยกันเอง

3.1.1.3 จำแนกตามสัญลักษณ์การที่ใช้ในการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1) การสื่อสารแบบใช้ถ้อยคำหรือแบบวจนะ (Verbal Communication)

หมายถึง การสื่อสารที่อาศัย คำพูด (Words) หรือ ตัวเลข (Number) เป็นสัญลักษณ์ของข่าวสาร สัญลักษณ์นี้อาจเป็นรูปของภาษาพูด ภาษาเขียน หรือภาษาทางคณิตศาสตร์ก็ได้ เพื่อใช้ในการสื่อความหมายให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายได้อย่างชัดเจนและตรงตามกับผู้ส่งสารต้องการลักษณะการสื่อสารแบบวัจนะนี้ ได้แก่ การสนทนา การสัมภาษณ์ การเขียนบันทึก การเขียนรายงาน การประกาศข่าวสาร การประชุม เป็นต้น ซึ่งการสื่อความหมายโดยใช้วัจนภาษานั้นจะสิ้นสุดลงเมื่อผู้สื่อสารหยุดพูดหรือหยุดเขียน

2) การสื่อสารแบบ ไม่ใช่ถ้อยคำหรือแบบอวัจนะ (Non-verbal Communication)

หมายถึง การสื่อสารโดยปราศจากคำพูด แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ภาษากายหรือการเคลื่อนไหวของร่างกาย (Body Language / Body Movement: Kinesics) การนำเสนอตนเองหรือการแสดงออกของบุคคล (Self-Presentation) ปริภาษา (Paralanguage) และการจัดสภาพแวดล้อมรอบตัว (Management of Environment) ซึ่งแต่ละบุคคลก็สื่อสารกับบุคคลอื่นโดยมีความหมายเฉพาะตัวเอง ซึ่งทำให้ผู้อื่นเข้าใจว่าเราอยู่ในสภาพเช่นใด เช่น การสั่นศีรษะแสดงถึงการปฏิเสธ การพยักหน้าแสดงถึงการตอบรับหรือเห็นด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การตีความหมายของแต่ละคนที่รับข่าวสารว่าจะสอดคล้องและตรงตามกับผู้ส่งสารต้องการหรือไม่

3.1.1.4 จำแนกตามทิศทางการไหลของข่าวสาร แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

1) การสื่อสารตามแนวดิ่ง (Vertical Communication) โดยแบ่งออกเป็น

(1) การสื่อสารจากบนลงล่าง (Top-down หรือ Downward Communication)

หมายถึง การส่งข่าวสารจากบุคคลที่มีตำแหน่งสูงกว่าลงมายังตำแหน่งที่ต่ำกว่า ซึ่งการสื่อสารรูปแบบนี้จะทำให้ผู้รับสารที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่าไม่เกิดการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ขาดความริเริ่ม คอยรับฟังคำสั่งอยู่เสมอ หลีกเลี่ยงการตัดสินใจและ ไม่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

(2) การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Bottom-up หรือ Upward Communication)

หมายถึง การส่งข่าวสารจากผู้ส่งสารซึ่งอยู่ในระดับหรือตำแหน่งที่ต่ำกว่า ขึ้นไปสู่ผู้รับสารซึ่งอยู่ในระดับหรือตำแหน่งที่สูงกว่า ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมได้ติดต่อสื่อสารกันโดยมีทั้งส่งสารและรับสารอย่างเท่าเทียมกัน ทำให้สมาชิกทุกส่วนของสังคมมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างเต็มที่

(3) การสื่อสารตามแนวนอน หรือ แนวราบ (Horizontal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ที่มีระดับหรือตำแหน่งที่เสมอกันใกล้เคียงกัน โดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว เช่น เพื่อนกับเพื่อน พี่กับน้อง การสื่อสารรูปแบบนี้จะช่วยเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของกลุ่ม ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด และเป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคมนอกจากรูปแบบการสื่อสารดังกล่าวข้างต้นแล้ว เนื่องจากโครงการจิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์ ต้องสื่อสารกับทั้งสมาชิกภายในโครงการและประสานงานกับบุคคลหรือองค์กรภายนอกด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึง ได้นำแนวคิดรูปแบบการสื่อสารในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์มาใช้เป็นกรอบในการศึกษาครั้งนี้ด้วย เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน

3.1.2 รูปแบบการสื่อสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2546) ได้จำแนกการสื่อสารไว้หลายประเภทตามเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการพิจารณา ในที่นี้ผู้วิจัยเลือกใช้เกณฑ์จำนวนของผู้สื่อสารที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสถานการณ์การสื่อสาร (Communication Situation) เป็นเกณฑ์ในการแบ่งประเภท ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

3.1.2.1 การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication)

คือ การสื่อสารของบุคคลคนเดียว โดยบุคคลคนเดียวก็นั้นทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร กล่าวคือ ระบบประสาทส่วนกลางของบุคคลนั้นจะทำหน้าที่ทั้งส่งสารและรับสาร ตัวอย่างของการ สื่อสารภายในบุคคล ได้แก่ การพูดกับตัวเอง การร้องเพลงในใจ การฮัมเพลง การตรวจทานข้อสอบก่อนส่ง การคิดงาน เป็นต้น

3.1.2.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว (Person-to-Person) กล่าวคือ ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (Direct) ในขณะที่คนหนึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่นๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร ดังนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นได้ทั้งในกรณีสองคน การเขียนจดหมายถึงกัน และการใช้โทรศัพท์คุยกัน เป็นต้น ในทำนองเดียวกัน การสื่อสารระหว่างบุคคลก็เกิดขึ้นได้ในกรณีของกลุ่มย่อย (Small Group) ซึ่งมีคนมากกว่า 2 คนขึ้นไปมารวมตัวกันในลักษณะที่สามารถติดต่อและแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง เช่น การประชุมกลุ่มย่อย การเรียนในชั้นเรียน เป็นต้น

จากนิยามข้างต้นจะเห็นได้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลครอบคลุมไปถึงการสื่อสารกลุ่มย่อย ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มเติมเรื่องของการ สื่อสารกลุ่มย่อย ดังนี้

การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างคนที่ มีจำนวนตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป หรือมากกว่านั้น แต่ไม่ควรเกิน 7 คน ซึ่งการสื่อสารกลุ่มย่อยนี้อาจเป็น ลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร การรักษาผูก ความสัมพันธ์เพื่อความสามัคคี หรือการรวมกลุ่มกันเพื่อแก้ปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งสมาชิก ภายในกลุ่มแต่ละคนจำเป็นจะต้องทำความรู้จักเกี่ยวกับอุปนิสัยซึ่งกันและกันของคนในกลุ่มให้ ถูกต้อง การสื่อสารภายในกลุ่มจึงจะประสบความสำเร็จ (กิติมา สุรสนธิ, 2545)

3.1.2.3 การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication)

เป็นการสื่อสาร ระหว่างคนจำนวนมากซึ่งอยู่ในที่เดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน เช่น การอภิปรายในห้องประชุม การพูดหาเสียงเลือกตั้ง การสอนที่มีกลุ่มผู้เรียนจำนวนมาก ซึ่งอยู่ใน หลายห้องเรียน จำเป็นต้องอาศัยสื่อการสอน เช่น โทรทัศน์วงจรปิดเข้าช่วย และการปราศรัยในงาน สังคม เป็นต้น การสื่อสารในกลุ่มใหญ่นี้ โอกาสที่ผู้ส่งสารและผู้รับสาร จะติดต่อแลกเปลี่ยนสารกัน โดยตรงมีอยู่น้อย และขาดลักษณะของการสื่อสารแบบตัวต่อตัว

3.1.2.4 การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication)

เป็นการสื่อสารระหว่างผู้เป็นสมาชิกขององค์กรหรือหน่วยงานเพื่อปฏิบัติการกิจ ของหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยการสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับ บัญชา การสื่อสารระหว่างผู้ร่วมงานในระดับเดียวกัน ตัวอย่างของการสื่อสารในองค์กร ได้แก่ การ สื่อสารในบริษัทและการสื่อสารในหน่วยงานราชการ เป็นต้น

3.1.2.5 การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคลที่สามารถส่ง ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากและอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลา อันรวดเร็ว เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

สำหรับการวิจัยเรื่องการใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวน ลูกค้า (Use of Chatbot System for Line Application for Boosting Customers) ณ บริษัท ดุติทิวรี่ จำกัด นั้น LINE Official Account จึงมีบทบาทอย่างมากในด้านการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ บริษัทฯ อีกทั้งยังสามารถเผยแพร่ข้อมูล และเป็นช่องทางการสื่อสาร ทั้งด้านการนัดหมาย การแจ้ง โปรโมชันต่าง ๆ การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า

3.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ Application LINE

3.2.1 ความหมายของ LINE Official Account

LINE คือแอปพลิเคชันที่มีการผสมผสานบริการ messaging และ Voice over IP นำมาผนวกเข้าด้วยกัน จึงทำให้เกิดเป็นแอปพลิเคชันที่สามารถพูดคุย สร้างกลุ่ม ส่งข้อความ โฟโต้รูปหรือจะโทรคุยกันแบบเสียงก็ได้ โดยการส่งข้อมูลดังกล่าวไม่ต้องเสียเงิน หากเราใช้งานโทรศัพท์มือถือที่มีแพลตฟอร์มอินเทอร์เน็ตรองรับอยู่แล้วแถมยังสามารถใช้งานร่วมกันระหว่าง IOS และ Android รวมทั้งระบบปฏิบัติการอื่น ๆ ได้อีกด้วย การทำงานของ LINE นั้นมีลักษณะคล้าย ๆ กับ WhatsApp ที่ต้องใช้เบอร์โทรศัพท์เพื่อเป็นการยืนยันการใช้งาน แต่ LINE ได้เพิ่มลูกเล่นอื่น ๆ เข้ามาทำให้ LINE มีจุดเด่นที่เหนือกว่า WhatsApp (สุธาธินันท์ ช่างทำ ,2558)

LINE Official Account หมายถึง บัญชี Account ของคนดัง บริษัทที่มีชื่อเสียง ซึ่งทาง LINE ได้ให้บริการลงทะเบียน (แต่มีค่าใช้จ่าย) ซึ่งในฐานะของคนใช้แอปฯ LINE เราสามารถเป็นเพื่อนกับ LINE Official Accounts ได้ด้วย ทั้งนี้ เพื่อเราจะได้อัปเดตข่าวสารของคน ๆ นั้น หรือบริษัทนั้น ๆ อย่างไม่รู้ลืม การสื่อสาร ของ LINE Official Accounts บางครั้ง บางเวลานั้น อาจไม่ใช่ตัวจริงอาจเป็นแค่ตัวแทนที่ช่วยตอบ แต่อย่างไรก็ตาม เราก็สามารถอัปเดตข่าวสารประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี ตัวอย่าง LINE Official Accounts ในนามบริษัท เช่น AIS DIAC Kantana Major FriendsPPT Group Thai Airways Singha เป็นต้น ตัวอย่าง LINE Official Accounts แบบส่วนตัวเช่น 2AM 25 Hours Channel [V] Thailand GTH channel Girls' Generation เป็นต้น (สุธาธินันท์ ช่างทำ ,2558)

3.2.2 ข้อมูลทั่วไปและการใช้งานของ Application LINE Official

Application LINE Official เป็นบัญชีไลน์ประเภทหนึ่งที่ถูกออกแบบมาให้ใช้ในเชิงธุรกิจ สำหรับองค์กร หน่วยงาน หรือบุคคลที่ต้องการสื่อสารกับผู้ติดตามจำนวนมาก และเพื่อไม่กระทบกับ LINE ส่วนบุคคล โดยที่บัญชี LINE OA (ชื่อย่อ) มีความแตกต่างจากไลน์ส่วนตัวตรงที่มีฟีเจอร์พิเศษ เช่น

- Broadcast ที่ส่งข้อความหาผู้ติดตามพร้อมกัน และยังสามารถเลือก Filter ตามที่เรากำหนดเองได้ (ซึ่งจาก LINE มีข้อกำหนดว่าต้องซื้อแพ็คเกจหากส่งเกิน 1,000 ข้อความต่อเดือน)
- Admin ซึ่งสามารถมีได้สูงสุด 100 คน เพื่อตัดปัญหาการตอบข้อความไม่ทัน
- ระบบจัดการ Chat ที่มีประสิทธิภาพ เช่น การทำ Quick Reply ตอบกลับแบบด่วน ฯลฯ
- ระบบบอท ตอบกลับอัตโนมัติเมื่ออยู่นอกเวลาการทำงาน

- Rich Content การทำคอนเทนต์รูปแบบใหม่ ๆ เช่น Rich Message / Rich Video Message
- Rich Menu ซึ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าด้วยปุ่มต่าง ๆ ซึ่งแบ่งได้สูงสุด 6 ช่อง และรูปแบบใหม่ล่าสุดของทาง Application LINE Official คือการซื้อโฆษณาเพื่อเพิ่มผู้ติดตาม (Go Online Thailand, 2020)

3.2.3 Application LINE Official กับธุรกิจท่องเที่ยว และที่พัก

การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่เติบโตเป็นอย่างมากในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก หรือบริการต่าง ๆ ล้วนแต่ต้องใช้ Application เป็นตัวช่วยในการสนทนากับนักท่องเที่ยวซึ่ง เป็นตัวเลือกที่น่าสนใจอย่างมากในธุรกิจนี้ ซึ่งเป็นช่องทางหลักที่คนไทยนิยมใช้ในการสื่อสารกันบนโลกออนไลน์ แต่สิ่งที่ยังขาดไม่ได้คือบริการหลังการขายหรือ Support ในกรณีที่ลูกค้าต้องการสอบถามหรือแจ้งปัญหา LINE ก็จะช่วยตอบโจทย์เรื่องนี้ได้เป็นอย่างดี (Go Online Thailand, 2020)

3.2.4 Application LINE Official กับธุรกิจหรือหน่วยงานที่มีสาขา

หากมีสาขาที่ต้องบริหารจัดการ จะไม่ใช่เรื่องยุ่งยากอีกต่อไป เพราะใน Application LINE Official Manager มีฟังก์ชันมากมายไม่ว่าจะเป็นการทำ Account Group เป็นการจัดหมวดหมู่ให้ดูได้ง่าย ๆ ซึ่งเมื่อคุณสร้าง Account Group ไว้แอดมินที่ดูแลก็จะสามารถทำการ Broadcast เพียงครั้งเดียว แต่ข้อความจะถูกส่งไปถึงผู้ติดตามของบัญชีแต่ละสาขาได้ด้วย ข้อดีก็คือแต่ละสาขายังสามารถใช้บัญชีแยกกันได้ไม่ปนกันจัดการเรื่องแยกกันไป

ในอีกกรณีที่ธุรกิจไม่ต้องการเปิด LINE OA หลายบัญชี อาจเพราะยังมีสาขาไม่มาก หรือแต่ละสาขาใกล้กันจนไม่จำเป็นต้องแยก ก็สามารถใช้รวมกันได้ แล้วเวลามีลูกค้าทักมา ให้กำกับไว้ในแชทด้วยฟิเจอร์ Chat Tag ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับสถานการณ์และขนาดของแต่ละธุรกิจ (กรณีตัวอย่างเป็นหน่วยงานขนาดใหญ่ประจำจังหวัด ด้วยเหตุผลนี้จึงแนะนำเป็นการเปิดบัญชีแยกจังหวัดละ 1 บัญชี เพราะแต่ละจังหวัดก็จะสามารถดำเนินการได้สะดวกกว่า) (Go Online Thailand, 2020)

3.2.5 Application LINE Official กับการสื่อสารภายใน

สำหรับองค์กรขนาดใหญ่ ที่มีพนักงานหลายคน เวลาจะประชาสัมพันธ์ จะส่ง Email ซึ่งบางคนก็เปิดบ้าง ไม่เปิดบ้าง ทาง Application LINE Official โดยใช้ Broadcast ส่งข้อความไป สามารถรับรองถึงผู้ติดตามทุกคนแน่นอน เพราะ LINE เป็นแชทแอปที่ผู้คนสามารถเข้าถึงได้ง่าย และใช้งานแทบทุกวันอยู่แล้ว ดังนั้นฟิเจอร์หลักที่จะช่วยให้การสื่อสารภายในเป็นไป

ได้ดีคือการ Broadcast นอกจากนั้นยังสามารถทำ Rich Menu เพื่อความสะดวกสบายของคนภายในองค์กร อาจจะใส่ลิงก์ที่ลือกอินเข้าระบบต่าง ๆ เอาไว้ การแจ้งผลงาน การทำเรื่องขอเบิก หรือจะเป็นการดาวน์โหลดเอกสารต่าง ๆ ที่ใช้บ่อย ขึ้นอยู่กับความจำเป็นของแต่ละหน่วยงาน

อีกหนึ่งเทคนิคสำหรับบัญชี LINE OA สำหรับสื่อสารภายในคือ ไม่จำเป็นต้องขอเป็นบัญชีรับรอง (Verified Account) เพราะถ้าหากเป็นบัญชีแบบนั้น (เปลี่ยนจากโล่เทาเป็นโล่สีน้ำเงิน) จะทำให้คนนอกองค์กรสามารถค้นหาชื่อบัญชีของบริษัทเจอได้ ถึงแม้จะไม่รู้ ID ก็ตาม (Go Online Thailand, 2020)

3.2.6 Application LINE Official กับธุรกิจบริการ

เบื้องต้นต้องแจ้งลูกค้าให้ติดตาม LINE ของทางบริษัทก่อน ไม่ว่าจะเป็นการสแกน QR Code หรือบอก Premium ID ให้กับลูกค้า หลังจากนั้นลูกค้าจะได้รับ Greeting Message และเห็น Rich Menu ที่แสดงผลอยู่ในหน้าแชท ซึ่งตรงนี้เราสามารถดีไซน์ปุ่มต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้ ซึ่ง Rich Menu นี้สามารถแบ่งออกได้สูงสุดถึง 6 ช่องและสามารถใส่ลิงค์ออกไปยังเว็บไซต์ หรือ Social Media ช่องทางอื่น ๆ ได้ หรืออาจจะใส่เป็นเบอร์โทรให้กดแล้วโทรมาเลยก็ได้เช่นกัน เหมาะอย่างยิ่งกับธุรกิจบริการ นอกจากนี้ หากทางบริษัทต้องการให้มีรีวิวจากลูกค้าที่มาใช้บริการก็สามารถเอารีวิวเหล่านั้นมาใช้เป็นผลงานให้ลูกค้าใหม่ดูประกอบการตัดสินใจ ซึ่งเป็นผลดีต่อการสร้างความเชื่อมั่น (Go Online Thailand, 2020)

นอกเหนือจากธุรกิจที่กล่าวมาแล้ว ธุรกิจอื่น ๆ ก็ยังสามารถนำ Application LINE Official ใช้เป็นตัวช่วยในการสนทนากับลูกค้าได้อีกด้วย ซึ่ง Application LINE Official ช่วยลดช่องว่างระหว่างลูกค้ากับร้านค้าเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าที่สนใจเข้ามาใช้บริการและช่วยในการสื่อสารที่สะดวกอย่างรวดเร็ว (Go Online Thailand, 2020)

3.2.7 ข้อดีของ Application LINE Official

Advanced iService (2021) ได้กล่าวว่า LINE Official Account คือ บัญชี LINE เพื่อธุรกิจ ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างธุรกิจกับลูกค้า ซึ่งมีวิธีการใช้งานเหมือนกับบัญชี LINE ส่วนตัว สามารถใช้ฟีเจอร์พื้นฐานได้ทั้งหมด ทั้งการคุยแชท ส่งรูปภาพหรือวิดีโอไปยังผู้ติดตาม แต่จะมีฟีเจอร์การใช้งานอื่นๆ เพิ่มเติมเข้ามาสำหรับการใช้งานในเชิงพาณิชย์ เช่น คุปอง ริชเมนู ริชเมสเสจ การบรอดแคสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ ถึงผู้รับได้หลายคนพร้อมกันในครั้งเดียว และยังมีรองรับบริการเสริมอื่นๆ อย่าง Chatbot LINE Official ที่จะช่วยดูแลลูกค้าแทนเราอยู่ตลอดเวลา โดยบริษัทสามารถส่งได้ทั้งข้อมูลทั่วไป กิจกรรมทางการขายและการตลาด หรือ โปรโมชันพิเศษไปยัง

ลูกค้า และสามารถจัดการข้อความหรือรูปภาพและวิดีโอต่างๆ ได้ด้วยตัวเองผ่านระบบจัดการคอนเทนต์ผ่าน LINE Official Account Manager ซึ่งมีข้อดีต่าง ๆ ดังนี้

1. ไม่ต้องจ่ายเงินมีพีเจอรี่ให้ใช้ตั้งแต่แรก LINE Official Account มีพีเจอรี่ที่น่าสนใจที่ไม่เคยมีมาก่อนใน LINE@ เยอะแยะมากมาย ยกตัวอย่างง่ายๆ เช่น Rich Menu ซึ่งหากเป็น LINE@ ต้องใช้งบประมาณต่อเดือนเฉลี่ยเดือนละ 2,000 บาทเลยทีเดียว ถึงจะสามารถใช้งาน Rich Menu ได้

2. มีระบบการ TAG User สามารถแยกประเภทลูกค้าที่อยู่ในแชทได้อย่างสะดวกเลือกคุยได้ และที่สำคัญสามารถบรอดแคสต์ หรือยิงโฆษณาได้ตามประเภทลูกค้าเพื่อให้สินค้าตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

3. มีระบบ Note User สามารถเพิ่มรายละเอียดเกี่ยวกับ User ที่กำลังแชทอยู่ โดยที่เขาไม่รู้ เป็นข้อมูลที่ทีม Admin จะเห็นพร้อมๆ กันเท่านั้น ทำให้สามารถปฏิบัติต่อเรื่องราวเกี่ยวกับการแชทได้ดี

4. มีระบบสร้างข้อความตอบกลับที่ถามตอบบ่อยๆ (FAQ) สามารถเลือกทำชุดข้อความตอบกลับที่เราตั้งค่าไว้ และกดแค่ปุ่มเดียวก็ส่งไปหาลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว แถมยังระบุชื่อ User ได้โดยอัตโนมัติอีกด้วย

5. มีระบบ Card Message Card Message มีให้เลือกใช้ 4 ประเภทด้วยกัน คือ

- Products เหมาะสำหรับการนำเสนอสินค้าพร้อมกับแสดงราคา และสามารถเพิ่มปุ่ม Call to Action เพื่อให้ลูกค้าสามารถคลิกลิงก์ไปยังหน้าข้อมูลสินค้าตามที่ต้องการได้

- Places เหมาะสำหรับธุรกิจที่มีหน้าร้าน (เช่น ร้านอาหาร เป็นต้น) หรือการนัดหมายงาน Event ต่างๆ

- People เหมาะกับธุรกิจที่จัดงาน Event และต้องการนำเสนอโปรไฟล์สั้นของวิทยากร

- Pictures จะคล้ายกับ Rich Message ที่เป็นภาพ ต่างกันเพียงแค่รูปร่างหน้าตา แต่จุดเด่นของ Card-based message คือ สามารถมี Card ได้สูงสุด 9 Cards หรือเรียกอีกอย่างว่าเป็นรูปแบบการส่งข้อความแบบ Carousel คือการสไลด์ภาพไปด้านข้าง และแต่ละภาพจะมีลิงก์ที่สามารถกดไปหน้าอื่นได้

สรุปแล้ว LINE Official Account นั้นเหมาะกับธุรกิจทุกประเภท เพราะการติดต่อสื่อสารกับลูกค้านั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากในยุคปัจจุบัน ยังมีผู้ติดตามในบัญชี LINE Official Account เยอะมากเท่าไร ก็ยังมีโอกาสในการสร้างกำไรในธุรกิจมากขึ้นเท่านั้น

3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติกับลูกค้าที่เข้าใช้บริการกับทางบริษัท เพื่อการรับมือกับลูกค้าจำนวนมาก และในสถานการณ์ เช่น นอกเวลาการทำงานของเจ้าหน้าที่ หรือเรียกว่า “บอท” อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3.1 ระบบโต้ตอบโดยใช้แชทบอท

Chatbot หรือ แชทบอท เดิมทีเป็นโปรแกรมอัตโนมัติที่คอยโต้ตอบกับผู้ใช้งานตามเงื่อนไขที่กำหนดและแชทบอทได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยในปัจจุบัน แชทบอทได้ผสมความสามารถของปัญญาประดิษฐ์ หรือ เทคโนโลยีเชื่อมโยงปัญญาประดิษฐ์กับมนุษย์ด้วยภาษา เพื่อให้แชทบอทเข้าใจภาษาธรรมชาติ สามารถรับคำสั่งหรือโต้ตอบการสนทนากับผู้ใช้งานได้ ซึ่งในระยะแรกของการพัฒนา เป็นการสร้างโปรแกรมสำหรับโต้ตอบกับผู้ใช้งาน ผ่านหน้าเว็บ เพื่อใช้ตอบคำถามเกี่ยวกับข้อมูลได้พัฒนาด้วยภาษา ASP ต่อมา มีการใช้งานในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, LINE ทำให้ แชทบอท ได้ถูกปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อให้สามารถใช้งานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าว และยังมีพัฒนาเพื่อประยุกต์ใช้งานด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาต้นแบบแชทบอทสำหรับให้คำแนะนำระบบขอทุนอุดหนุนการวิจัย งบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ซึ่งเป็นการพัฒนาแชทบอทเพื่อให้คำแนะนำแก่ผู้ขอทุนอุดหนุนการวิจัย พัฒนาโดยใช้ LINE API ร่วมกับภาษา PHP (ณรงค์ โคตรรสกิจ, 2552; จิรินทร์ บัวสวดใช้, 2017)

จากเดิมที่การพัฒนาแชทบอทเพื่อใช้งาน ผู้พัฒนาจำเป็นต้องมีความรู้ในการเขียนโปรแกรม ได้เปลี่ยนเป็นการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยที่ผู้พัฒนาไม่จำเป็นต้องมีความรู้ด้านการเขียนโปรแกรมมากนัก ทำให้การพัฒนาแชทบอทที่มีความง่ายขึ้น Chatfuel เป็นโปรแกรมสำเร็จรูปที่นิยมใช้งาน เช่น การใช้งานด้านการตลาดออนไลน์เพื่อพูดคุยโต้ตอบกับลูกค้า และประยุกต์ใช้กับงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์บรรณสารและสื่อศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งโปรแกรมสำเร็จรูปเหล่านี้ สามารถเชื่อมต่อกับ Facebook และโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้ทันที และได้เพิ่มความสามารถในการตอบคำถามเกี่ยวกับส่วนผสมให้กับผู้ใช้งาน โดยผู้ใช้งานสามารถใช้รูปหรือพิมพ์ชื่อขนมไทย ซึ่งเป็นการประยุกต์ใช้งาน TensorFlow, GoogLeNet ร่วมกับ LINE API (จักรินทร์ สันติรัตนภักดี, 2018; มินตร์ธัญญา พรหมสุทธิพันธ์, 2018; วิไล จันทรแก้ว, 2018)

3.3.2 การพัฒนาแชทบอท

ทิพย์วรรณ พู่เฟื่อง และคณะ (2564) ได้นำเสนอในการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยได้ทำการพัฒนาแชทบอทให้ความรู้ด้านดิจิทัล ความพึงพอใจของผู้ใช้แชทบอทให้ความรู้ด้านดิจิทัลแชทบอท ให้ความรู้ด้านดิจิทัล ที่สร้างด้วยแพลตฟอร์ม Chat fuel และแบบประเมินความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การพัฒนาแชทบอทให้ความรู้ด้านดิจิทัลใช้หลักการพัฒนาแบบถูกกำหนดด้วยกฎที่ชัดเจน (Rule-Based approach) สามารถ เข้าถึงได้ง่ายผ่าน แอปพลิเคชัน (LINE) หรือ แอปพลิเคชัน (Facebook) ที่มีบุคคลิกลักษณะและการใช้ภาษาตามที่เรากำหนดไว้หน้าที่เป็นผู้ช่วยในการทบทวนความรู้ (Online Tutor) จากผลจากการประเมินความพึงพอใจพบว่า ผู้ใช้แชทบอทให้ความรู้ด้านดิจิทัลมีความพึงพอใจอย่างมากในด้านความสะดวกในระดับหนึ่งในระหว่างการเข้าถึงเจ้าหน้าที่จริง

3.3.3 ระบบ Chatbot ในแอปพลิเคชัน (LINE) สำหรับพนักงานในโรงแรมแชนกรี – ลา กรุงเทพฯ

เจนจิรา หาญบุรณะพงศ์ และ ศศิธร ทองนวล (2561) ได้ทำการศึกษากรณี ระบบ Chatbot ในแอปพลิเคชัน (LINE) สำหรับพนักงานในโรงแรมแชนกรี – ลา กรุงเทพฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อลดความล่าช้าและความผิดพลาดในการแจ้งเดือนกิจกรรมอบรมพนักงานภายในแผนกบุคคลของโรงแรมแชนกรี – ลา กรุงเทพฯ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลแสดงความพึงพอใจของพนักงานในแผนกบุคคล จำนวน 4 คน

ผลการประเมินความพึงพอใจหลังจากการทดลองใช้ระบบหุ่นยนต์สนทนาได้ตอบอัตโนมัติพบว่า ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพและด้านการตอบรับวัตถุประสงค์ของการอบรม ผลรวมของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.15 และ 4.15 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับเกณฑ์ที่ใช้ในการสรุปผลความพึงพอใจได้ผลอยู่ที่ระดับ “ความพึงพอใจมาก”

3.3.4 การพัฒนาระบบแชทบอทเพื่อบริการผู้ใช้งานด้านเครือข่าย ผ่านโปรแกรมสนทนาไลน์

บุญหลง ขำบางโพธิ์ (2563) ได้กล่าวถึงการสร้างช่องทางการบริการเกี่ยวกับระบบเครือข่ายแก่ผู้ใช้งาน ออกแบบและพัฒนาระบบแชทบอทสำหรับผู้ให้บริการงานวิจัย ฉบับนี้ เลือกลุ่มตัวอย่าง จากผู้ใช้งาน จำนวน 30 คน เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้งาน ที่มีต่อการนำ แชทบอทมาใช้งานในการบริการด้านเครือข่ายโดยใช้เครื่องมือ Dialog Flow, Webhooks ร่วมกับ LINE API ผลจากการศึกษา กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ การแจ้งปัญหาการใช้งาน การประยุกต์ใช้งานแชทบอท กับงานบริการด้านเครือข่าย และการลงทะเบียนใช้งาน เมื่อพิจารณาความคิดเห็น

โดยรวมเกี่ยวกับระบบเซทบอทแล้ว พบว่าการนำเซทบอทมาใช้ในการบริการด้านเครือข่ายการ
สนทนาโดยผ่าน LINE API อยู่ในระดับมาก



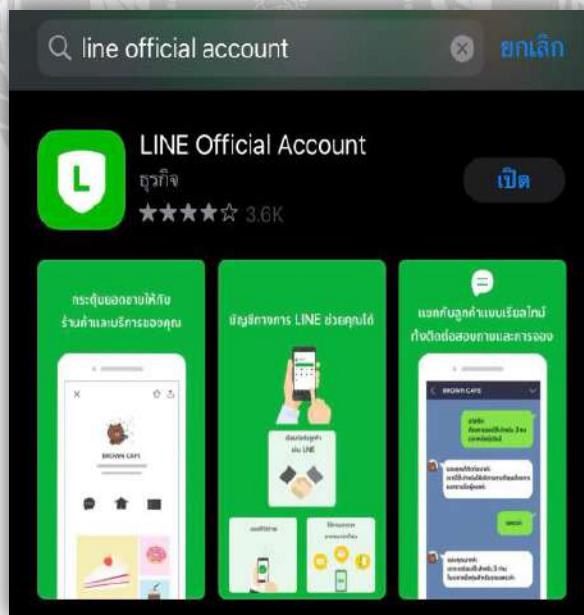
บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

โครงการเรื่องการใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า (Use of Chatbot System for Line Application for Boosting Customers) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยด้านการสื่อสารกับลูกค้าของบริษัทคูตีทัวร์ จำกัด และเพื่อสร้างระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการสื่อสารและจำนวนลูกค้า โดยคณะผู้จัดทำโครงการได้ศึกษากระบวนการ เพื่อแก้ไขปัญหาการตอบโต้ลูกค้า 24 ชั่วโมงไม่ได้ ซึ่งเป็นข้อจำกัดของการสื่อสาร และนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยอื่น ๆ บูรณาการออกมาเป็นรูปธรรม จนสามารถสร้างระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์ได้ และคณะผู้จัดทำได้แสดงถึงขั้นตอนและวิธีการ จัดทำระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์ ดังนี้

4.1 ขั้นตอนการสร้างระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า

4.1.1 เริ่มจากดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน LINE Official Account ผ่าน Appstore หรือ Playstore



รูปที่ 4.1 ดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน LINE Official Account

ที่มา : คณะผู้จัดทำ

4.1.2 สมัครบัญชีเพื่อใช้งานแอปพลิเคชัน LINE Official Account

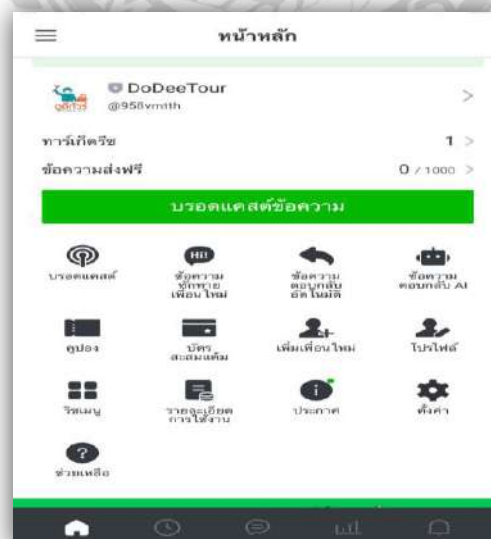
The screenshot shows the 'สร้างแอคเคาท์' (Create Account) form for a LINE Official Account. The form includes the following fields and options:

- ชื่อแอคเคาท์** (Account Name): Dodeetour
- ประเภทธุรกิจ** (Business Category): การท่องเที่ยว (Travel)
- บริการท่องเที่ยว** (Travel Service): (Dropdown menu)
- ชื่อบริษัท/ธุรกิจ** (Company/Business Name): Dodeetour
- อีเมล** (Email): dodeetour@gmail.com
- ข้าพเจ้าต้องการรับข้อมูลข่าวสารจาก LINE@ for Business**
- เมื่อเป็นเพื่อนกับ LINE@ for Business คุณจะได้รับข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับ LINE ออฟฟิเชียลแอคเคาท์
- [ข้อกำหนดการใช้งาน LINE ออฟฟิเชียลแอคเคาท์](#)
- ข้าพเจ้ายอมรับข้อกำหนดการใช้งานบริการด้านบน
- ตกลง** (Submit)

รูปที่ 4.2 สร้างบัญชีเพื่อใช้งาน

ที่มา : คณะผู้จัดทำ

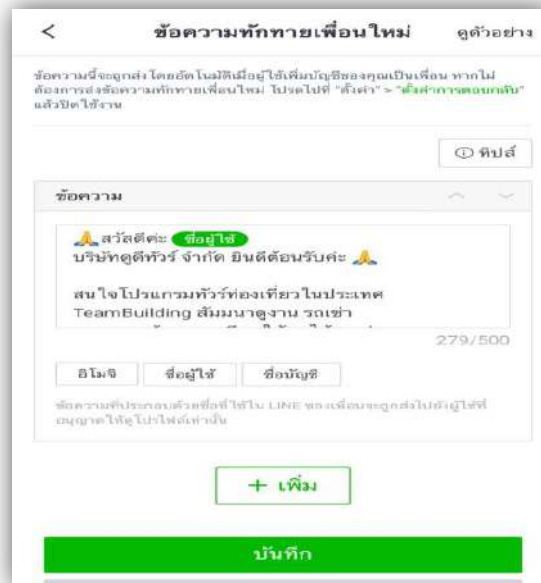
4.1.3 เมื่อเข้าสู่ระบบ จะพบหน้าหลักสามารถเริ่มสร้างระบบได้ตอบอัตโนมัติได้เลย



รูปที่ 4.3 หน้าหลักของแอปพลิเคชัน

ที่มา : คณะผู้จัดทำ

4.1.4 เริ่มสร้างระบบโต้ตอบอัตโนมัติจากการสร้างข้อความทักทายเพื่อนใหม่



รูปที่ 4.4 การสร้างข้อความทักทายเพื่อนใหม่

ที่มา : คณะผู้จัดทำ

4.1.5 จากนั้นสร้างระบบโต้ตอบอัตโนมัติแบบตัวเลือก เป็นตัวเลข 1,2,3 ตามลำดับ



รูปที่ 4.5 สร้างระบบโต้ตอบอัตโนมัติแบบตัวเลือก

ที่มา : คณะผู้จัดทำ

4.1.6 ทำการสร้างผลลัพธ์จากระบบโต้ตอบอัตโนมัติแบบตัวเลือก เช่น กค 1 จะสามารถตอบกลับอัตโนมัติโดยการแนะนำโปรแกรมทัวร์ในประเทศของบริษัทดูดีทัวร์ จำกัด



รูปที่ 4.6 การสร้างผลลัพธ์จากระบบโต้ตอบอัตโนมัติแบบตัวเลือก
ที่มา : คณะผู้จัดทำ

4.1.7 สร้างตัวเลือกช่องทางการชำระเงิน



รูปที่ 4.7 การสร้างระบบตอบกลับช่องทางการชำระเงิน
ที่มา : คณะผู้จัดทำ

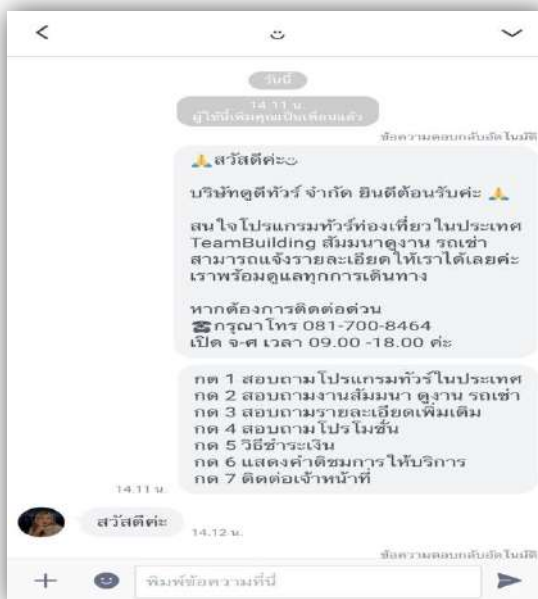
4.1.8 สร้างตัวเลือกตอบรับคำติชมจากผู้ใช้บริการ

รูปที่ 4.8 การสร้างระบบตอบรับคำติชมจากผู้ใช้บริการ
ที่มา : คณะผู้จัดทำ

4.1.9 สร้างตัวเลือกการติดต่อเจ้าหน้าที่โดยตรง

รูปที่ 4.9 การสร้างตัวเลือกการติดต่อเจ้าหน้าที่
ที่มา : คณะผู้จัดทำ

4.1.10 ทำการทดสอบระบบตอบโต้อัตโนมัติโดยการใช้บัญชี LINE ทัวไปส่งข้อความมาสอบถามกับ LINE Official ของบริษัท คูตีทัวร์ จำกัด



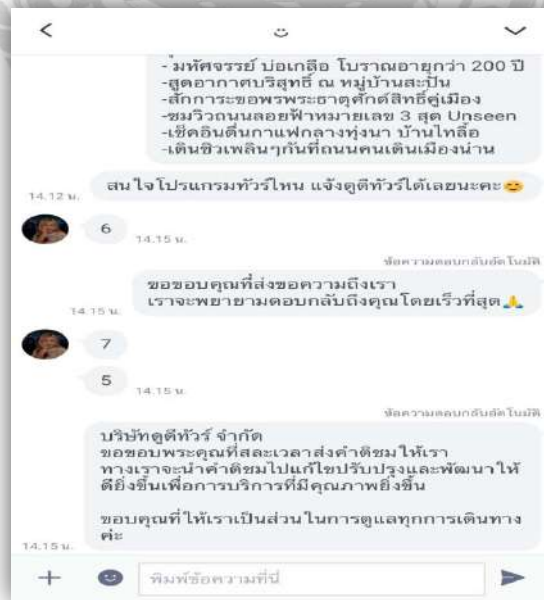
รูปที่ 4.10 การทดสอบระบบโต้ตอบอัตโนมัติจากการสร้างข้อความทักทายเพื่อนใหม่
ที่มา : คณะผู้จัดทำ



รูปที่ 4.11 การทดสอบระบบโต้ตอบอัตโนมัติแบบตัวเลือกสอบถามโปรแกรมทัวร์ในประเทศ
ที่มา : คณะผู้จัดทำ



รูปที่ 4.12 การทดสอบระบบโต้ตอบอัตโนมัติตัวเลือกรหัสการเงิน
ที่มา : คณะผู้จัดทำ



รูปที่ 4.13 การทดสอบระบบโต้ตอบอัตโนมัติแบบตัวเลือกแสดงคำติชมการให้บริการ
ที่มา : คณะผู้จัดทำ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม

โครงการ : การใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า

คณะผู้จัดทำได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้เครื่องมือวิเคราะห์ คือ ค่าแจกแจงความถี่ (frequency) และหาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 สำรวจความพึงพอใจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางสถิติ คือการหาค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้วิธีการแปลผลของ (อาจารย์บุญชม ศรีสะอาด, 2553) โดยกำหนดการแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 –5.00 หมายถึง ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 –4.50 หมายถึง ความพึงพอใจในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 –3.50 หมายถึง ความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 –2.50 หมายถึง ความพึงพอใจในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 –1.50 หมายถึง ความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3: ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------|------------|--------|
| ชาย | 7 | 35 |
| หญิง | 13 | 65 |
| รวม | 20 | 100 |

จากตารางที่ 4.1 ผู้ประเมินแบบสอบถามเป็นเพศหญิงจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65 รongลงมาคือ เพศชายจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------|------------|--------|
| ต่ำกว่า 21 ปี | 0 | - |
| 21-25 ปี | 14 | 70 |
| 26-30 ปี | 6 | 30 |
| 31-35 ปี | 0 | - |
| มากกว่า 35 ปี | 0 | - |
| รวม | 20 | 100 |

จากตารางที่ 4.2 ผู้ประเมินแบบสอบถามมีอายุ 21-25 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาอายุ 26-30 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------|------------|--------|
| นักเรียน/นักศึกษา | 13 | 65 |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 0 | - |
| พนักงานบริษัท | 2 | 10 |
| ธุรกิจส่วนตัว | 3 | 15 |
| อาชีพอิสระ | 2 | 10 |
| รวม | 20 | 100 |

จากตารางที่ 4.3 ผู้ประเมินแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมาอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 10 เท่ากับอาชีพอิสระ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจที่มีต่อโครงการ

| ความพึงพอใจ | ค่าเฉลี่ย | ค่าS.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---|-----------|---------|------------------|
| 1. รูปแบบแอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการใช้งาน | 4.70 | 0.64 | มากที่สุด |
| 2. การเรียงลำดับเนื้อหาและภาษาที่เข้าใจง่าย | 4.40 | 0.49 | มาก |
| 3. ความรวดเร็วในการโต้ตอบกลับของ Chatbot | 4.75 | 0.54 | มากที่สุด |
| 4.ความถูกต้องและทันสมัยของข้อมูล | 4.60 | 0.49 | มากที่สุด |
| 5.ความสอดคล้องระหว่างคำถามและคำตอบ | 4.55 | 0.59 | มากที่สุด |
| รวม | 4.60 | 0.55 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 4.4 สอบถามความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อโครงการการใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าพบว่า ผลรวมของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากับ 4.60 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.55 ถ้าพิจารณารายชื่อพบว่า ความรวดเร็วในการโต้ตอบกลับของ ChatBot มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ 4.75 รองลงมาคือรูปแบบแอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการใช้งาน เท่ากับ 4.70 และน้อยที่สุดคือการเรียงลำดับเนื้อหาและภาษาที่เข้าใจง่าย เท่ากับ 4.40

ส่วน 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลโครงการ

5.1.1 สรุปผลโครงการ

จากการจัดทำโครงการเรื่อง การใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า (Use of Chatbot System for Line Application for Boosting Customers) ณ บริษัท ดุติท้าว จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารกับลูกค้าของบริษัทดุติท้าว จำกัด และเพื่อสร้างระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการสื่อสารและจำนวนลูกค้า ภายหลังจากได้ทบทวนศึกษาข้อมูล, ทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการจัดเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิจึงได้จัดทำการใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์ หลังจากนั้นคณะผู้จัดทำได้จัดทำแบบสอบถาม เพื่อศึกษาความมีประสิทธิภาพของระบบ และได้รับการตอบกลับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบถ้วนจำนวน 20 ชุด จึงได้นำมาประมวลผลและวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของโครงการ พบว่าผลลัพธ์นั้นตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ โดยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นประชากรเพศหญิง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-25 ปีมากที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70 อยู่ในอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ด้านความพึงพอใจผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.60 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.55 ถ้าพิจารณารายข้อพบว่า ความรวดเร็วในการโต้ตอบกลับของ ChatBot มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.75 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 รองลงมาคือรูปแบบแอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.70 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64 และน้อยที่สุดคือการเรียงลำดับเนื้อหาและภาษาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.40 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49

5.1.2 ปัญหาที่พบในการทำโครงการ

5.1.2.1 เนื่องจากเป็นระบบ IT ไม่ได้ใช้บุคคลจริงจึงไม่สามารถแสดงความรู้สึก การโต้ตอบและอารมณ์ได้และหากผู้ถามมีปัญหาต้องการคำตอบนอกเหนือจาก IT ได้ตั้งโปรแกรมไว้ผู้ถามก็ต้องรอคอยให้ผู้ตอบมาตอบคำถามให้ทำให้ไม่ได้คำตอบในบัดนั้นซึ่งเป็นการเสียเวลา

5.1.2.2 การตั้งค่าหรือการแก้ไขจะต้องให้ผู้รู้เป็นผู้ดำเนินการซึ่งอาจทำให้การดำเนินการไม่เป็นไปตามที่ตั้งตามความต้องการได้

5.1.2.3 ต้องใช้ Internet ในการดำเนินการหากบริเวณนั้นสัญญาณ Internet ไม่เสถียรก็ไม่อาจดำเนินการได้

5.1.3 การแก้ปัญหาและข้อเสนอแนะในการทำโครงการ

5.1.3.1 ควรจัดให้มีเบอร์โทรศัพท์สายด่วนของเจ้าหน้าที่เพื่อตอบคำถามของผู้ที่มีปัญหาในการซักถามที่ชัดเจน

5.1.3.2 ควรจัดให้มีการอบรมในการแก้ไขปัญหา IT ให้แก่ผู้ดูแลทุกๆ ไป เพื่อให้แก้ไข IT ในกรณีชัดเจนของระบบได้

5.1.3.3 ควรมีเบอร์โทรศัพท์ (02) เพื่อใช้ในการซักถาม กรณี Internet ไม่เสถียร หรือไม่มีสัญญาณในบริเวณนั้นๆ

บรรณานุกรม

- จักรินทร์ สันติรัตนภักดี. (2561). การตลาดออนไลน์และบริการลูกค้าด้วยแชทบอท กรณีศึกษา: การใช้ Chatfuel ปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านเมสเซนเจอร์. *Sripatum Review of Science and Technology*, 10(1), 71-87.
- จิรันดร บัณฑิตใช้. (2560). แนวทางการพัฒนาต้นแบบแชทบอทสำหรับให้คำแนะนำ ระบบขอทุนอุดหนุนการวิจัย งบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. เข้าถึงได้จาก <https://publication.npru.ac.th/jspui/handle/123456789/479>
- เจนจิรา หาญบุรณะพงศ์ และ ศศิธร ทองนวล. (2561). กรณีศึกษา: ระบบ Chatbot ในแอปพลิเคชัน LINE สำหรับพนักงานใน โรงแรมแชนกรี – ลา กรุงเทพฯ. (สหกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ณรงค์ โคตรสกิจ. (2552). การพัฒนาต้นแบบแชทบอทภาษาไทย กรณีศึกษา เรื่องอัญมณี. เข้าถึงได้จาก <http://cmuir.cmu.ac.th/jspui/handle/6653943832/14718>
- ทิพย์วรรณ พู่เฟื่อง, อนุสรณ์ เจริญนาน, วันดี ไชกช่วยพัฒนากิจ, พงศ์ปณต ทองงาม และ เรเน่ ชมิตท์. (2564). การพัฒนาแชทบอทให้ความรู้ด้านจิตวิทยาสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- บุญหลง ขำบางโพธิ์. (2563). การพัฒนาระบบแชทบอทเพื่อบริการผู้ใช้งานด้านเครือข่ายผ่านโปรแกรมสนทนาไลน์. พิษณุโลก: วิทยาลัยอาชีวศึกษาพิษณุโลก.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มาถิ์วรรณ สุขวัฒน์. (2552). กระบวนการสื่อสารกับสาธารณชน กระบวนการตัดสินใจและปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการ "จิตประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์" ของเสถียร ธรรมสถาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มินทร์ธำภา พรหมสุทธิพันธ์. (2561). *แชทบอทขงมไทย*. เข้าถึงได้จาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/64146>

วิไล จันทร์แก้ว. (2561). การประยุกต์ใช้โปรแกรม *Chat fuel* กับงานประชาสัมพันธ์ ของศูนย์บรรณ
สารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา. เข้าถึงได้จาก

<https://pulinet.oas.psu.ac.th/index.php/journal/article/view/322>

สุธาธินันท์ ช่างทำ. (2558). คุณสมบัติของ *Line Official Account* ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้.

ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

อริสรา ธนุแสง. (2544). รูปแบบการสื่อสารในการบริหารจัดการธนาคารขยะชุมชนวัดกลาง ซอย
ลาดพร้าว 132. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2540). สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม (พิมพ์ครั้งที่
4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2550). สื่อมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม (พิมพ์ครั้งที่
2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Admin AI. (2564). ข้อดีของ *LINE Official Account* มีอะไรบ้าง. เข้าถึงได้จาก

<https://www.advancedis.co.th/>

Go Online Thailand. (2563). วิธีใช้ *LINE Official Account* ให้เกิดประโยชน์กับแต่ละธุรกิจ.

เข้าถึงได้จาก <https://goonlinethailand.com/blog/social-media/line-official-account>



ภาคผนวก ก

ภาพปฏิบัติงานสหกิจศึกษา



จัดเตรียมอุปกรณ์ในการป้องกันเชื้อไวรัส covid-19



คีย์ข้อมูลของผู้ประกันตนเข้าระบบเพื่อออกใบรับรองการรับวัคซีน



ตรวจสอบรายชื่อผู้ประกันตนที่เข้ามารับวัคซีน



ตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารที่ใช้ในการยื่นยันตัวตน



ติดตั้งอุปกรณ์คอมพิวเตอร์



ภาพระหว่างการทำงาน



การสนับสนุนจากองค์กรต่างๆ



ภาพทีมงานออกเaignซ์



ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง การใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1

ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง

กรุณาคลิกเลือกคำตอบที่ท่านต้องการเลือก

1. เพศ

หญิง

ชาย

2. อายุ

ต่ำกว่า 21 ปี

21-25 ปี

26-30 ปี

31-35 ปี

มากกว่า 35 ปี

3. อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา

ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัท

ธุรกิจส่วนตัว

อาชีพอิสระ



ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์

คำชี้แจง กรุณาคลิกเลือกช่องว่างที่ท่านมีความคิดเห็นในหัวข้อต่างๆดังต่อไปนี้

ระดับความพึงพอใจ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

| ด้านความพึงพอใจต่อการใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์ | ระดับความพึงพอใจ | | | | |
|--|------------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1. รูปแบบแอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการใช้งาน | | | | | |
| 2. การเรียงลำดับเนื้อหาและภาษาที่เข้าใจง่าย | | | | | |
| 3. ความรวดเร็วในการโต้ตอบกลับของ Chatbot | | | | | |
| 4. ความถูกต้องและทันสมัยของข้อมูล | | | | | |
| 5.. ความสอดคล้องระหว่างคำถามและคำตอบ | | | | | |

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....



ภาคผนวก ค
บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

คำสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

“การใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า”

จากที่คณะผู้จัดทำได้สัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษาเกี่ยวกับโครงการ “การใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า” พนักงานที่ปรึกษามีความคิดเห็นว่า ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์นำมาใช้ได้จริงสำหรับการใช้โต้ตอบสื่อสารข้อความอัตโนมัติตลอด 24 ชั่วโมงเพื่อลดความล่าช้า และยังสามารถนำระบบแชทบอทมาช่วยในการตอบคำถามแทนพนักงานทำให้สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึงภายในเวลาอันรวดเร็ว

ข้าพเจ้า นางสาวสุกัญญา
(นางปัทมา สุขสมจิ) พนักงานที่ปรึกษา
DcDee Tour Co., Ltd.



ภาคผนวก ง
บทความทางวิชาการ

การใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า

Use of Chatbot System for Line Application for Boosting Customers

สายสวาท ศรีวรรณทนะ, โชติกา แก้วเขียว, สิทธิชัย ค้างขวานนา

ภาควิชาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

38 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160

Email: toonsaisawat0210@gmail.com, shotika120242@gmail.com, Sittichaidoungchawna@gmail.com

บทคัดย่อ

การจัดทำโครงการสหกิจศึกษาเรื่องการใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารกับลูกค้าของบริษัทคูดีทัวร์ จำกัด และเพื่อสร้างระบบสนทนาอัตโนมัติ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการสื่อสาร โดยคณะผู้จัดทำได้เล็งเห็นถึงปัญหาด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ที่ผู้ให้บริการไม่สามารถตอบข้อความได้ตลอด 24 ชั่วโมง ส่งผลให้เกิดความล่าช้าและทำให้ลูกค้าเกิดการรอคอยข้อมูลจากทางผู้ให้บริการนานจนเกินไป คณะผู้จัดทำจึงได้ศึกษาและพัฒนาระบบโต้ตอบอัตโนมัติ โดยเลือกใช้แอปพลิเคชัน LINE Official Account เข้ามามีส่วนช่วยในการโต้ตอบสื่อสารข้อความอัตโนมัติตลอด 24 ชั่วโมง

หลังจากที่ได้ทำการทดลองใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์ คณะผู้จัดทำได้สอบถามความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งาน จำนวน 20 คน ผลการประเมินแบบสอบถามพบว่า ความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55 ถ้าพิจารณารายข้อพบว่า ความรวดเร็วในการโต้ตอบกลับของ ChatBot มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ 4.75 รองลงมาคือรูปแบบแอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการใช้งานเท่ากับ 4.70 และน้อยที่สุดคือการเรียงลำดับเนื้อหาและภาษาที่เข้าใจง่าย เท่ากับ 4.40

คำสำคัญ: ไลน์ / แชทบอท

Abstract

The cooperative education project aimed to study communication factors of DoDee Tour Co.Ltd. and to create a Chatbot system for increasing effective communication with customers Due to the lack of 24 hrs. real-time customer communication, the chatbot system was developed via LINE (LINE Official Account) for solving the problem.

After using the chatbot system on LINE for boosting customers, 20 users were asked to identify the level of satisfaction. The result showed that the overall satisfaction towards the project was very high, with a mean of 4.60 and a standard deviation of 0.55. The respondents highly satisfied with the aspects of real-time communication with the chatbot, with a mean of 4.75. Secondly, they were satisfied with the user-friendly format of the application, with a mean of 4.70. The respondents were least satisfied with the arrangement of the content and understandability of the language, with a mean of 4.40.

Keywords: LINE, Chatbot

ที่มาของปัญหา

การสื่อสาร เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายโน้มน้าวจิตใจให้เกิดผลในการให้เกิดการรับรู้หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจ การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ต้องการบอกผู้อื่นให้รู้ว่าคุณเองต้องการอะไร อย่างไร โดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ที่เหมาะสมให้เข้าใจตรงกัน การสื่อสารในโลกยุคปัจจุบันได้เข้าสู่ยุคของโลกดิจิทัลโดยมีเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันและการดำเนินธุรกิจมากขึ้น โดยปัจจุบันแอปพลิเคชันไลน์เป็นแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาที่สร้างเครือข่ายการติดต่อสื่อสารได้ทั้งระหว่างบุคคล แบบกลุ่ม แบบองค์กร การซื้อขายสินค้าออนไลน์ การบริการเรียกแท็กซี่ การบริการสั่งอาหาร เป็นต้น โดยการใช้งานสามารถรองรับการสนทนาได้ทั้งการพิมพ์โต้ตอบด้วยข้อความ การส่งข้อความเสียง การโทร การแสดงอารมณ์และความรู้สึกผ่านสติ๊กเกอร์ไลน์ การแชร์รูปภาพ วิดีโอ และแชร์ตำแหน่งสถานที่โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ อีกทั้งยังมี LINE Official Account ที่ช่วยให้การสื่อสารโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้ทุกช่วงเวลา โดยเกือบทุกบริษัทและร้านค้าต่างใช้แอปพลิเคชัน LINE Official Account มาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดช่องว่างระหว่างลูกค้าและร้านค้า เพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าที่สนใจเข้ามาใช้บริการและช่วยในการสื่อสารเป็นไปได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

จากที่กล่าวมาข้างต้นคณะผู้จัดทำจึงปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับพี่เลี้ยงและอาจารย์ที่ปรึกษาเรื่องปัญหาการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่ทำให้เกิดความล่าช้าเนื่องจากพนักงานไม่สามารถตอบข้อความได้ตลอด 24 ชั่วโมงส่งผลให้เกิดความล่าช้า

และความผิดพลาดในการตอบข้อความลูกค้าซ้ำจนเกินไปในเวลาเดียวกันจึงทำให้ลูกค้าเกิดการรอคอยข้อมูลจากทางผู้ให้บริการและเกิดความลังเลใจในการใช้บริการ จึงทำให้เสียโอกาสในการขายแพคเกจทัวร์ดังนั้นทางคณะผู้จัดทำจึงได้สร้างระบบตอบโต้ตอบอัตโนมัติโดยเลือกใช้แอปพลิเคชัน LINE Official Account เข้ามาช่วยในการตอบโต้ตอบสื่อสารข้อความอัตโนมัติตลอด 24 ชั่วโมงเพื่อลดความล่าช้าและสามารถนำระบบเซพทอมาช่วยในการตอบคำถามแทนพนักงานทำให้สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึงภายในเวลาอันรวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าได้ข้อมูลที่ต้องการในทันทีและพนักงานบริษัทดูดีทัวร์ จำกัด สามารถทำงานที่สำคัญได้อย่างมากขึ้นแต่ใช้เวลาลดน้อยลง ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นและเกิดการซื้อซ้ำ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารกับลูกค้าของบริษัทดูดีทัวร์ จำกัด
2. เพื่อสร้างระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการสื่อสารและจำนวนลูกค้า

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. บริษัทดูดีทัวร์ สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ 24 ชั่วโมง ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น
2. พนักงานสามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากภาระงานลดลงจากการใช้เทคโนโลยีเข้าช่วย
3. ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเกิดการซื้อซ้ำ

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. เริ่มจากดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน LINE Official Account ผ่าน Appstore หรือ Playstore
2. สมัครบัญชีเพื่อใช้งานแอปพลิเคชัน LINE Official Account
3. เมื่อเข้าสู่ระบบ จะพบหน้าหลักสามารถเริ่มสร้างระบบได้ตอบอัตโนมัติได้เลย
4. เริ่มสร้างระบบได้ตอบอัตโนมัติจากการสร้างข้อความทักทายเพื่อนใหม่
5. จากนั้นสร้างระบบได้ตอบอัตโนมัติแบบตัวเลือก เป็นตัวเลข 1,2,3 ตามลำดับ
6. ทำการสร้างผลลัพธ์จากระบบได้ตอบอัตโนมัติแบบตัวเลือก เช่น กด 1 จะสามารถตอบกลับอัตโนมัติโดยการแนะนำโปรแกรมทัวร์ในประเทศของบริษัทคูตีทัวร์ จำกัด
7. สร้างตัวเลือกช่องทางการชำระเงิน
8. สร้างตัวเลือกตอบรับคำติชมจากผู้ใช้บริการ
9. สร้างตัวเลือกการติดต่อเจ้าหน้าที่โดยตรง

สรุปผลโครงการ

จากการจัดทำโครงการเรื่อง การใช้ระบบได้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า (Use of Chatbot System for Line Application for Boosting Customers) ณ บริษัท คูตีทัวร์ จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารกับลูกค้าของบริษัทคูตีทัวร์ จำกัด และเพื่อสร้างระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการสื่อสารและจำนวนลูกค้า ภายหลังจากได้ทบทวนศึกษาข้อมูล,

ทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการจัดเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิจึงได้จัดทำการใช้ระบบได้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์ หลังจากนั้นคณะผู้จัดทำได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อศึกษาความมีประสิทธิภาพของระบบ และได้รับการตอบกลับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบถ้วนจำนวน 20 ชุด จึงได้นำมาประมวลผลและวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของโครงการ พบว่าผลลัพธ์นั้นตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ โดยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นประชากรเพศหญิง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-25 ปีมากที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70 อยู่ในอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ด้านความพึงพอใจผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.60 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.55 ถ้าพิจารณารายข้อพบว่า ความรวดเร็วในการได้ตอบกลับของ ChatBot มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.75 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 รองลงมาคือรูปแบบแอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.70 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64 และน้อยที่สุดคือการเรียงลำดับเนื้อหาและภาษาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.40 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49

กิตติกรรมประกาศ

การที่คณะผู้จัดทำได้เข้าปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท คูดีทัวร์ จำกัด ตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม จนถึง 28 สิงหาคม พ.ศ. 2564 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพในอนาคต ได้ฝึกฝน ทำให้ได้เรียนรู้การทำงานในหลากหลายด้าน และรู้จักการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า โดยได้รับความร่วมมือจากบุคคลต่างๆดังนี้

1. คุณปัทมา สุขสมจินต์
Managing Director
2. ดร.นันทิรา ภูขาว สนใจ
อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา

และบุคคลท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวชื่อนามทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำและช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งคณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ ด้วย

บรรณานุกรม

จักรินทร์ สันติรัตนภักดี. (2561).

การตลาดออนไลน์และบริการลูกค้าด้วยแชทบอท ศึกษาศาสตร์: การใช้ Chatfuel ปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านเมสเซนเจอร์. *Sripatum Review of Science and Technology*, 10(1), 71-87.

จิรันดร นัฐวดี. (2560).

แนวทางการพัฒนาต้นแบบแชทบอทสำหรับให้คำแนะนำ ระบบของทุนอุดหนุนการวิจัย

งบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ

นครปฐม. เข้าถึงได้จาก

<https://publication.npru.ac.th/jspui/handle/123456789/479>

เจนจิรา หาญบูรณะพงศ์ และ ศศิธร ทองนวล. (2561).

กรณีศึกษา: ระบบ Chatbot ในแอปพลิเคชัน LINE สำหรับพนักงานใน โรงแรมแห่งกรี - ลากูนา กรุงเทพฯ. (สหกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.

ณรงค์ โภตรสกิจ. (2552). การพัฒนาต้นแบบแชทบอท

ภาษาไทย กรณีศึกษา เรื่องอัญมณี. เข้าถึงได้จาก <http://cmuir.cmu.ac.th/jspui/handle/6653943832/14718>

ทิพย์วรรณ พู่เฟื่อง, อนุสรณ์ เจริญนาน, วันดี โชคช่วย

พัฒนากิจ, พงศ์ปณต ทองงาม และ เรเน่ ชมิตท์. (2564). การพัฒนาแชทบอทให้ความรู้ด้านดิจิทัลสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

บุญหลง ขำบางโพธิ์. (2563). การพัฒนาระบบแชทบอท

เพื่อบริการผู้ใช้งานด้านเครือข่ายผ่านโปรแกรมสนทนาไลน์. พิษณุโลก : วิทยาลัยอาชีวศึกษาพิษณุโลก.

ประมะ สตะเวทิน. (2546). หลักและทฤษฎีการสื่อสาร

หน่วยที่ 9-15. นนทบุรี :

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

มาถิวรรณ สุขวัฒน์. (2552). กระบวนการสื่อสารกับ

สาธารณชน กระบวนการตัดสินใจและปัจจัย

การสื่อสารที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการ "จิต
ประภัสสรตั้งแต่นอนอยู่ในครรภ์" ของเสถียร
ธรรมสถาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
การศึกษาดุษฎีบัณฑิต).
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มินทร์ธำภา พรหมสุทธิพันธ์. (2561). *แหบทอทขนมไทย*.
เข้าถึงได้จาก
[http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/64
146](http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/64146)

วิไล จันทรแก้ว. (2561). การประยุกต์ใช้โปรแกรม *Chat
fuel* กับงานประชาสัมพันธ์ ของศูนย์บรรณสาร
และสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา. เข้าถึงได้
จาก
[https://pulinet.oas.psu.ac.th/index.php/journal/ar
ticle/view/322](https://pulinet.oas.psu.ac.th/index.php/journal/article/view/322)

สุธาธินันท์ ช่างทำ. (2558). *คุณสมบัติของ Line Official
Account* ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้. ปทุมธานี :
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

อริสรา ธนุแสง. (2544). *รูปแบบการสื่อสารในการบริหาร
จัดการธนาคารชุมชนวัดกลาง ซอยลาดพร้าว
132*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหา
บัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2540). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น
สื่อสารมวลชน วัฒนธรรม และสังคม*. (พิมพ์ครั้งที่
4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2550). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น* :

สื่อสารมวลชน วัฒนธรรม และสังคม. (พิมพ์ครั้งที่ 2).
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

Admin AI. (2564). *ข้อดีของ LINE Official Account* มี
อะไรบ้าง. เข้าถึงได้จาก
<https://www.advancedis.co.th/>

Go Online Thailand. (2563). *วิธีใช้ LINE Official Account*
ให้เกิดประโยชน์กับแต่ละธุรกิจ. เข้าถึงได้จาก
[https://goonlinethailand.com/blog/social-
media/line-official-account](https://goonlinethailand.com/blog/social-media/line-official-account)



ภาคผนวก จ

โปสเตอร์



การใช้ระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า

Use of Chatbot System for Line Application for Boosting Customers

อาจารย์ที่ปรึกษา
ดร.นันทิรา กุขาว สนใจ

พนักงานที่ปรึกษา
คุณปิกมา สุขสมจินต์
สถานประกอบการ ดุติทิวร์ จำกัด

คณะผู้จัดทำ
นางสาวสายสวาท ศรีวรรณกะ
นางสาวโยติกา แก้วเขียว
นายสิทธิชัย ดั่งขานา

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินงานธุรกิจปัจจุบันนี้มีแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาที่สร้างเครือข่ายการติดต่อสื่อสารได้ทั้งระหว่างบุคคล แบบกลุ่ม แบบองค์กรจากที่กล่าวมาคณะผู้จัดทำจึงเห็นปัญหาเรื่องของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าทำให้เกิดความล่าช้า เนื่องจากไม่สามารถตอบข้อความลูกค้าได้ตลอด 24 ทางคณะผู้จัดทำจึงได้สร้างระบบแชทบอทโดยเลือกใช้ LINE OFFICIAL ACCOUNT มาช่วยในการนำระบบแชทบอทมาให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึงภายในเวลาอันรวดเร็ว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

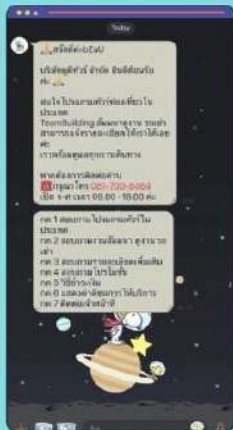
- 1.บริษัทดุติทิวร์ สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ 24 ชั่วโมง ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น
- 2.พนักงานสามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากการะงานลดลงจากการใช้เทคโนโลยีเข้าช่วย
- 3.ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเกิดการซื้อซ้ำ

วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการสื่อสารกับลูกค้าของ บริษัทดุติทิวร์ จำกัด
- 2.เพื่อสร้างระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการสื่อสารและจำนวนลูกค้า

สรุปผลโครงการ

ด้านความพึงพอใจผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.60 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.55 หากพิจารณารายข้อจะพบว่าความรวดเร็วในการโต้ตอบกลับของ ChatBot มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.75 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 รองลงมาคือรูปแบบแอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.70 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64 และน้อยที่สุดคือการเรียงลำดับเนื้อหาและภาษาที่เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.40 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49



ขั้นตอนการสร้างระบบโต้ตอบอัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า

1. เริ่มจากดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน LINE Official Account ผ่าน Appstore หรือ Playstore
2. สมัครบัญชีเพื่อใช้งานแอปพลิเคชัน LINE Official Account
3. เมื่อเข้าสู่ระบบ จะพบหน้าหลักสามารถเริ่มสร้างระบบโต้ตอบอัตโนมัติได้เลย
4. เริ่มสร้างระบบโต้ตอบอัตโนมัติจากการสร้างข้อความทักทายเพื่อนใหม่
5. จากนั้นสร้างระบบโต้ตอบอัตโนมัติแบบตัวเลือก เป็นตัวเลข 1,2,3 ตามลำดับ
6. ทำการสร้างผลลัพธ์จากระบบโต้ตอบอัตโนมัติแบบตัวเลือก เช่น กด 1 จะสามารถตอบกลับอัตโนมัติโดยการแนะนำโปรแกรมทัวร์ในประเทศของ บริษัทดุติทิวร์ จำกัด
7. สร้างตัวเลือกช่องทางการชำระเงิน
8. สร้างตัวเลือกตอบรับคำติชมจากผู้ใช้บริการ
9. สร้างตัวเลือกการติดต่อเจ้าหน้าที่โดยตรง





ภาคผนวก ฉ

บันทึกการปฏิบัติงาน



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

| ลำดับที่ | ระหว่างวันที่ | หัวข้อการเรียนรู้ | ลงชื่อ นักศึกษา | ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา |
|----------|---------------------------|---|--------------------|----------------------------|
| 7 | 28 ต.ค. 64 - 2 ก.ย. 64 | - แจกบัตรอวยให้กับผู้สมัครเข้า - เขียนเอกสาร - ตรวจสอบเอกสารของพี่บ๊วย - คัดข้อสอบ พี่บ๊วย - ทำเอกสาร - เก็บผลทำเอกสาร | ทิชชู่ | ทิชชู่ |
| 8 | 5-9 ก.ย. 64 | - แจกบัตรอวยให้กับผู้สมัครเข้า - เขียนเอกสาร - ตรวจสอบเอกสาร - ใช้เอกสารของพี่บ๊วย - คัดข้อสอบ พี่บ๊วย | ทิชชู่ | ทิชชู่ |



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

| ลำดับที่ | ระหว่างวันที่ | หัวข้อการเรียนรู้ | ลงชื่อ นักศึกษา | ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา |
|----------|-------------------------|--|--------------------|----------------------------|
| 5 | 14-18 ส.ย. 64 | Work form HOME | โรติม | จิตมา |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| 6 | 21-25 ส.ย. 64 | เริ่มฝึกงานที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ด้านเอกเทคโนที่ศูนย์จัดซื้อ เพื่อปรับแก้ตาม ม. 93 - จัดทำเอกสารแนะนำตัวและรับฟัง สั่งงานของหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย | โรติม. | จิตมา. |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| 7 | 28 ส.ย. 64 2 ก.อ. 64 | - แยกเอกสารใบคัดกรองคำร้อง มีติดขัดคือ - ตรวจสอบเอกสารพร้อมข้อชี้แจง - ทำความสะอาดสถานที่ | โรติม | จิตมา. |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| 8 | 5-9 ก.อ. 64 | - ตรวจสอบเอกสาร - จัดเอกสารของพื้นที่ที่ ที่เป็นข่าวข่าว - ดึงข้อมูลพื้นที่ที่ สองที่ว่าง | โรติม | จิตมา. |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

| ลำดับที่ | ระหว่างวันที่ | หัวข้อการเรียนรู้ | ลงชื่อ นักศึกษา | ลงชื่อพนักงาน ผู้ปรึกษา |
|----------|---------------|---|--------------------|----------------------------|
| 13 | 9-13 ก.ค. 64 | - เติบโตสมรรถนะที่จัดเรียงโต๊ะ เก้าอี้, เครื่องปิ้ง, เครื่องชงกาแฟ - ตรวจสอบความปลอดภัยทางอาหาร - ทำอาหารสำเร็จรูป | โศภิต | จกมล |
| 14 | 16-20 ก.ค. 64 | - ตรวจสอบความปลอดภัย - จัดเรียงของ - ตรวจสอบสิทธิ์ประกันชีวิต พ. 33 - ดึงข้อมูลพร้อมข้อมูลระบบ คอมพิวเตอร์ | โศภิต | จกมล |
| 15 | 23-27 ก.ค. 64 | - เติบโตสมรรถนะที่จัดเรียงเก้าอี้ ใช้ในระเบียบ - ดึงข้อมูลพร้อมข้อมูลระบบ คอมพิวเตอร์ | โศภิต | จกมล |



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

| สัปดาห์ที่ | ระหว่างวันที่ | หัวข้อการเรียนรู้ | ลงชื่อ นักศึกษา | ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา |
|------------|-----------------------------|--|--------------------|----------------------------|
| 4 | 7-11 ส.ย. 64 | Work from Home | กิติรัชชัย | จิตภา |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| 5 | 14-18 ส.ย. 64 | Work from Home | กิติรัชชัย | จิตภา |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| 6 | 21-25 ส.ย. 64 | เฝ้าปฏิบัติงานเกี่ยวกับสายคอมพิวเตอร์ ที่ตู้พ่วงตู้เซิร์ฟเวอร์ที่ห้อง ม. 33 - แนะนำฮาร์ดแวร์และอิมพอร์ทฮาร์ดแวร์ แนะนำที่งานที่ได้อบรมจนสามารถ - เฝ้าสังเกตการเชื่อมต่อเกี่ยวกับ 10กสาร์ | กิติรัชชัย | จิตภา |
| 7 | 28 ส.ย. 64 ถึง 2 ก.อ. 64 | - จัดอบรม - ศึกษารายละเอียดของตู้เซิร์ฟเวอร์และ ฮาร์ดแวร์ - ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับงานระบบ คอมพิวเตอร์ เซิร์ฟเวอร์ | กิติรัชชัย | จิตภา |



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

| ลำดับที่ | ระหว่างวันที่ | หัวข้อการเรียนรู้ | ลงชื่อ นักศึกษา | ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา |
|----------|---------------|---|--------------------|----------------------------|
| 8 | 5-9 ก.ธ. 64 | - ไร่ขิงเวกส์ - ศึกษาสอบเวกส์ของพืชไร่ - ศึกษาค้นคว้าพืชไร่ในระบบ - ทำตามคำแนะนำที่ | กิติชัย | พี่ทมา |
| 9. | 12-16 ก.ธ. 64 | - ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับพืชไร่ - ไร่ขิงเวกส์ - ศึกษาค้นคว้า - ศึกษาค้นคว้าในระบบ - ทำตามคำแนะนำที่ | กิติชัย | พี่ทมา |
| 10 | 19-23 ก.ธ. 64 | - ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับพืชไร่ - ศึกษาค้นคว้าในระบบ - ทำตามคำแนะนำที่ | กิติชัย | พี่ทมา |
| 11 | 26-30 ก.ธ. 64 | - ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับพืชไร่ - ศึกษาค้นคว้าในระบบ - ทำตามคำแนะนำที่ - ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ - ศึกษาค้นคว้า | กิติชัย | พี่ทมา |



แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

| ลำดับที่ | ระหว่างวันที่ | หัวข้อการเรียนรู้ | ลงชื่อ นักศึกษา | ลงชื่อพนักงาน ที่ปรึกษา |
|----------|---------------|-------------------|--------------------|----------------------------|
| 12 | 2-6 ส.ค. 64 | Work form Home | สิทธิชัย | จกมล |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| 13 | 9-13 ส.ค. 64 | Work form Home | สิทธิชัย | จกมล |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| 14 | 16-20 ส.ค. 64 | Work form Home | สิทธิชัย | จกมล |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| 15 | 23-27 ส.ค. 64 | Work form Home | สิทธิชัย | จกมล |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |



ประวัติผู้จัดทำ

ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ-สกุล นางสาวโชติกา แก้วเขียว
รหัสนักศึกษา 6104400094
คณะ ศิลปศาสตร์
ภาควิชา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ



ชื่อ-สกุล

นางสาวสายสวาท ศรีวรรณทนะ

รหัสนักศึกษา

6104400063

คณะ

ศิลปศาสตร์

ภาควิชา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ



ชื่อ-สกุล

นายสิทธิชัย ต้วงชานา

รหัสนักศึกษา

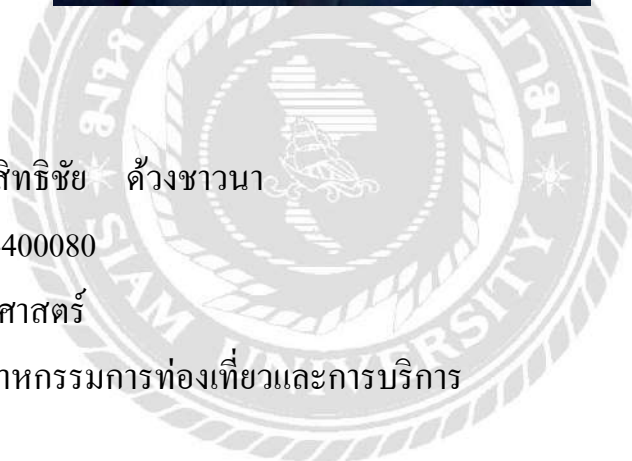
5904400080

คณะ

ศิลปศาสตร์

ภาควิชา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ





ประวัติผู้จัดทำ

ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ-สกุล นางสาวโชติกา แก้วเขียว
รหัสนักศึกษา 6104400094
คณะ ศิลปศาสตร์
ภาควิชา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ



ชื่อ-สกุล

นางสาวสายสวาท ศรีวรรณทนะ

รหัสนักศึกษา

6104400063

คณะ

ศิลปศาสตร์

ภาควิชา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ



ชื่อ-สกุล

นายสิทธิชัย ต้วงชานา

รหัสนักศึกษา

5904400080

คณะ

ศิลปศาสตร์

ภาควิชา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

