



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขาย
ที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์-notification ในแอปพลิเคชันไลน์

**True Home Internet Outage Notification System for Effective After-Sale
Service with LINE Notify in LINE Application**

โดย

นาย สุภกิจ หมั่นเข้ม 5904400153

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 116 - 495 สหกิจศึกษา

ภาควิชาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และการบริการ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2564

หัวข้อโครงการ ระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขาย
ที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์แจ้งเตือนในแอปพลิเคชันไลน์
True Home Internet Outage Notification System for Effective After-Sale
Service with LINE Notify in LINE Application

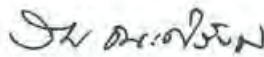
รายชื่อผู้จัดทำ นายศุภกิจ หมั่นเข็ม

ภาควิชา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์อัคร ณะศิริงกุล

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาอุตสาหกรรมการ
ท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2564

คณะกรรมการสอบโครงการ



.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์อัคร ณะศิริงกุล)



.....พนักงานที่ปรึกษา
(นายชยางกูร เสาเสนา)



.....กรรมการกลาง
(อาจารย์ปัทมา เปมะโยชิน)



.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์)

จดหมายนำส่งรายงาน

วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2565

เรื่อง ขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรียน อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
อาจารย์อัคร ณะศิริงกุล

ตามที่คุณจัดทำ นายสุภกิจ หมั่นเข้ม นักศึกษาภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษาตั้งแต่วันที่ 17 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 6 พฤษภาคม 2565 ในตำแหน่งการจัดการลูกค้าและการขาย (Customer Management and Sales) ส่วนงานขายสินค้าและบริการ ได้รับมอบหมายจากพนักงานที่ปรึกษาให้ศึกษาและทำรายงาน เรื่อง ระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรู เพื่อการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์อัตโนมัติในแอปพลิเคชันไลน์

บัดนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดแล้ว ผู้จัดทำ นายสุภกิจ หมั่นเข้ม จึงขอส่งงานรายงานดังกล่าวมาพร้อมกันนี้ จำนวน 1 เล่ม และ CD จำนวน 1 แผ่น เพื่อขอรับคำปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อทราบเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

นายสุภกิจ หมั่นเข้ม

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
มหาวิทยาลัยสยาม

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่วันที่ 17 มกราคม 2565 ถึง 6 พฤษภาคม 2565 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้ และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการเรียนและการปฏิบัติงานในอนาคต เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตำแหน่งการจัดการลูกค้าและการขาย (Customer Management and Sales) ส่วนงานขายสินค้าและบริการ สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต โดยได้รับความร่วมมือจากบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ได้สอนได้เรียนรู้งานและปัญหาที่พบในการทำงานในแผนกต่าง ๆ จึงขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ และสนับสนุนจากหลายฝ่าย ดังนี้

1. อาจารย์ อัคร ณะศิริกุล อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา
2. นาย ชยางกูร เสาศนา ผู้จัดการทั่วไป

และบุคคลท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวชื่อนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล และเป็นที่ปรึกษาในการทำโครงการฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแล และให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ
นายศุภกิจ หมั่นเข็ม

ชื่อโครงการ	: ระบบปรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตที่บ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์นोटติฟายด์ในแอปพลิเคชัน ไลน์
หน่วยกิต	: 5
ผู้จัดทำ	: นายศุภกิจ หมั่นเข้ม
อาจารย์ที่ปรึกษา	: อาจารย์อัคร ณะศิริกุล
ระดับการศึกษา	: ปริญญาตรี
สาขาวิชา	: การท่องเที่ยว
คณะ	: ศิลปศาสตร์
ภาคการศึกษา / ปีการศึกษา	: 2 / 2564

บทคัดย่อ

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาการให้บริการหลังการขายล่าช้าของอินเทอร์เน็ตบ้าน บริษัททรู และเพื่อพัฒนางานบริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัททรูให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาบริษัททรู สาขาสุโขทัย พบว่ามีการติดต่อหาลูกค้าเพื่อสอบถามปัญหาและรายละเอียด และแนะนำวิธีการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น กรณีลูกค้าไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ ทางบริษัทจะออกไปงานและส่งช่างเข้าไปดูแลลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง นับจากเวลาที่ได้รับแจ้งปัญหา และรายงานผลการแก้ไขปัญหาให้กับพนักงานขายที่ได้รับแจ้งปัญหาจากลูกค้าทราบผ่านไลน์กลุ่มบนแอปพลิเคชัน ไลน์ แต่เนื่องจากเกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงานจึงทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจในการให้บริการกับลูกค้า จากปัญหาดังกล่าวผู้จัดทำจึงมีแนวคิดที่จะแก้ไขปัญหาการบริการหลังการขายของลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านทรูให้เร็วขึ้น โดยใช้ระบบปรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์ นोटติฟายด์ในแอปพลิเคชัน ไลน์ หลังการใช้ระบบดังกล่าว พบว่าลูกค้าได้รับการบริการที่รวดเร็วขึ้น

คำสำคัญ : อินเทอร์เน็ตบ้านทรู การบริการหลังการขาย ไลน์นोटติฟายด์ในแอปพลิเคชัน ไลน์

Project Title : True Home Internet Outage Notification System for Effective After-Sale Service with LINE Notify in LINE Application

Credits : 5

By : Mr. Supakij Muenkhem

Advisor : Mr. Akhara Thanasirangkul

Degree : Bachelor of Arts

Major : Travel

Faculty : Liberal Arts

Semester / Academic year : 2 / 2021

Abstract

This project aimed to fix the delay in after-sales service of True Home Internet, and to help True's home internet after-sales service to be more efficient at True Cooperative Education, Sukhothai Branch. It was found that they contacted customers to ask about problems and details and suggest ways to fix basic problems. If the customer was unable to use the internet, the company issued a work sheet and sent technicians to take care of customers within 24 hours from the time the problem was reported. The problem resolution was reported to the salesperson who was been notified of the problem from the customer through the LINE group on the LINE application of group. Due to the delay of work, the customer was dissatisfied with the service. The student had an idea to solve the after-sales service problems of customers by using the True Home Internet service interruption notification system for efficient after-sales service with LINE Notification. After using the system it was found that customers received faster service.

Keywords: True Home Internet, after sales service, LINE application

Approved by



.....

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่ง	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.....	3
บทที่ 2 รายละเอียดการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ	
2.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ.....	4
2.2 ประวัติและความเป็นมาเกี่ยวกับบริษัท.....	4
2.3 ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ.....	6
2.4 สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ.....	6
2.5 รูปแบบการจัดองค์การและบริหารงานองค์กร.....	6
2.6 ตำแหน่งและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย.....	6
2.7 ชื่อและตำแหน่งงานพนักงานที่ปรึกษา.....	7
2.8 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	7
2.9 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	8
2.10 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	8
2.11 ข้อเสนอแนะ.....	9

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3 การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 เทคโนโลยีและเทคโนโลยีสื่อสาร.....	10
3.2 แอปพลิเคชัน LINE และ LINE Notify.....	12
3.3 อินเทอร์เน็ตบ้านทรู.....	14
3.4 การบริการหลังการขาย.....	16
3.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24

บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

4.1 การเตรียมการและการวางแผนโครงการ.....	27
4.2 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินโครงการ.....	28
4.3 ผลการดำเนินงานผ่าน LINE Notify.....	38
4.4 ผลการใช้โครงการ LINE Notify.....	40
4.5 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านทรู.....	41

บทที่ 5 สรุปผลการปฏิบัติงานและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการทำโครงการ.....	44
5.2 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดทำโครงการ.....	45
5.3 ข้อเสนอแนะในการทำโครงการครั้งต่อไป.....	45

บรรณานุกรม.....	46
-----------------	----

ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก ภาพการปฏิบัติงาน
- ภาคผนวก ข แบบสอบถาม
- ภาคผนวก ค บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา
- ภาคผนวก ง บทความวิชาการ
- ภาคผนวก จ โปสเตอร์

ประวัติผู้จัดทำ

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	8
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกเพศ.....	41
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกอายุ.....	42
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรู.....	42



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 แผนที่ บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สาขา จ.สุโขทัย.....	4
ภาพที่ 2.2 พนักงาน.....	7
ภาพที่ 2.3 ผู้จัดการทั่วไป.....	7
ภาพที่ 3.1 แอปพลิเคชันไลน์ LINE.....	12
ภาพที่ 3.2 LINE Notify.....	13
ภาพที่ 3.3 ระบบการแจ้งเตือนผ่านทางไลน์.....	21
ภาพที่ 4.1 หน้าต่างแสดงหน้าเว็บ LINE Notify.....	28
ภาพที่ 4.2 หน้าต่างแสดงการกรอกข้อมูลเพื่อทำการล็อกอินเข้าสู่ระบบ LINE.....	28
ภาพที่ 4.3 แสดงการเลือกหน้าของอินเพื่อทำการออก Token	29
ภาพที่ 4.4 หน้าต่างแสดงหน้าต่าง ออก Token	29
ภาพที่ 4.5 หน้าต่างแสดงขั้นตอนการกำหนดการออก LINE Token	30
ภาพที่ 4.6 รูปภาพแสดงหน้าต่างเมื่อกดออก LINE Token	30
ภาพที่ 4.7 หน้าต่างแสดง การสร้างแบบฟอร์มใน Google Form	31
ภาพที่ 4.8 ข้อมูลแบบฟอร์มที่บันทึกไว้	31
ภาพที่ 4.9 แสดงข้อมูลใน Google Sheet ที่ตั้งไว้	32
ภาพที่ 4.10 การเขียน Script.....	32
ภาพที่ 4.11 การกำหนดโค้ด.....	33
ภาพที่ 4.12 แสดงหน้าต่างให้กด Allow.....	33
ภาพที่ 4.13 แสดงหน้าต่างให้กด Allow	34
ภาพที่ 4.14 แสดงค่า Log	34
ภาพที่ 4.15 แสดง Code โปรแกรม	35
ภาพที่ 4.16 แสดง Log	35
ภาพที่ 4.17 แสดงขั้นตอนการตั้งค่า Trigger(1).....	36
ภาพที่ 4.18 แสดงขั้นตอนการตั้งค่า Trigger(2).....	36
ภาพที่ 4.19 แสดง Code ที่ใช้ในการเขียน Script ส่งข้อความไปที่ LINE Notify	37
ภาพที่ 4.20 แสดง Code ที่เรียกใช้ function send Message() ลงใน Code ขั้นตอนที่ 13.....	37
ภาพที่ 4.21 แบบฟอร์มสำหรับแจ้งปัญหาการใช้งานใน Google form.....	38
ภาพที่ 4.22 กลุ่มห้องช่างและพนักงานขายไว้ใช้แจ้งเตือนเหตุขัดข้องและประสานงาน.....	39
ภาพที่ 4.23 กลุ่มห้องการประสานงานระหว่างช่างและพนักงานขาย แจ้งผลการดูแลลูกค้า.....	40

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการทำงานถือเป็นเรื่องปกติทั่วไปเช่นเดียวกับแผนกงานบริการ บริษัททรูคอร์ปอเรชั่น ที่มีการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการทำงาน รวมถึงการใช้ติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์หรือการบริการผ่านโทรศัพท์ที่เป็นเครื่องมือสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งทั้งการปรึกษาโปรแกรมเมอร์และแจ้งปัญหาการใช้งาน จากที่ได้ปฏิบัติงานสหกิจในแผนกงานขายและบริการ บริษัททรูคอร์ปอเรชั่น พบว่าทางบริษัทมีนโยบายให้บริการลูกค้าที่ใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่บ้านทรูออนไลน์ แจ้งปัญหาการใช้งานผ่านคอลเซ็นเตอร์ จึงมีข้อกำหนดว่าลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่บ้านทรู เมื่อเกิดปัญหาหรือต้องการปรึกษาโปรแกรมเมอร์เปลี่ยนโปรแกรมเมอร์แจ้งปัญหาการใช้งานจะต้องติดต่อผ่านคอลเซ็นเตอร์ของบริษัท พบว่าการใช้คอลเซ็นเตอร์ให้บริการลูกค้ายังเกิดความล่าช้าเนื่องจากลูกค้ามีการร้องเรียน เรื่องการติดต่อคอลเซ็นเตอร์ที่ใช้เวลานานกว่าจะได้รับบริการเข้ามาผ่านทางศูนย์บริการ (True Shop) และการให้บริการที่ไม่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า และบางท่านไม่สะดวกรอสายต่อกิวคอลเซ็นเตอร์ ทำให้ช่างแก้ไขปัญหาลูกค้าล่าช้าส่งผลให้ลูกค้ารอนาน

จากข้อมูลปัญหาที่พบของการให้บริการต่อลูกค้าที่ไม่รวดเร็ว และไม่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดการร้องเรียนต่อผู้ขายสินค้าและบริการของบริษัท จึงได้ทำโครงการนี้เพื่อแก้ไขปัญหาโดยเลือกใช้แอปพลิเคชัน LINE เป็นฐานในการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้าพนักงานขายสินค้าและบริการและทีมช่าง เนื่องจากเป็นแอปพลิเคชันที่สามารถสื่อสารบนโทรศัพท์มือถือที่เป็นที่นิยมมากในประเทศไทย และเป็นแอปพลิเคชันที่รองรับกับระบบปฏิบัติการมือถือได้ทั้งระบบ IOS และ Android รวมไปถึงยังสามารถใช้งานบนคอมพิวเตอร์ได้อีกด้วย ทำให้สามารถแจ้งปัญหาการใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาสร้างความสะดวกสบายกว่าการโทรหรือติดต่อผ่านคอลเซ็นเตอร์ โดยมีวิธีแก้ไขปัญหาดังนี้ คือเมื่อพนักงานขายสินค้าและบริการให้กับลูกค้า พนักงานจะต้องทำการเพิ่มเพื่อนบนแอปพลิเคชันไลน์และบันทึกเบอร์ติดต่อพนักงานขาย เพื่อให้ลูกค้าได้แจ้งปัญหาการใช้งานหรือปรึกษาโปรแกรมเมอร์ แล้วดำเนินการสร้างกลุ่มบนแอปพลิเคชันไลน์ ที่มีช่างที่เชี่ยวชาญและทีมพนักงานขายอยู่ในกลุ่ม โดยใช้ line notify เป็นตัวกลางในการแจ้งปัญหาการใช้งาน (line notify คือบริการที่ LINE ให้เราส่งข้อความ หรือแจ้งเตือนอัตโนมัติ ไม่ว่าจะส่งเข้าผ่าน Group หรือบัญชีส่วนตัว ผ่าน API ของ LINE โดยตรง) หลังจากนั้นสร้างแบบฟอร์มแจ้งปัญหาการใช้งานผ่าน Google form เพื่อให้พนักงานขายแจ้งปัญหาของลูกค้าได้ด้วยตนเองโดยกรอกข้อมูลผ่าน Google form และเชื่อมโยงระหว่าง Google form กับ line notify เมื่อพนักงานขายกรอกข้อมูลรายละเอียด

ปัญหาและเบอร์โทรศัพท์สำหรับติดต่อกลับลงแบบฟอร์มใน Google form จากนั้น line notify จะเป็นตัวกลางในการส่งข้อมูลไปแจ้งเตือนในกลุ่มบนแอปพลิเคชันไลน์ ที่มีพนักงานขายและช่างอยู่ในกลุ่มโดยทันที โดยจะมีทีมช่างคอยติดต่อลูกค้าตั้งแต่ เวลา 08.00-21.00 น. ดังนั้น หากเหตุ หากมีการแจ้งปัญหาการใช้หลังเวลา 21.00 น. ทางทีมช่างจะติดต่อลูกค้ากลับเวลา 08.00 น. ในวันถัดไป โดยหลังจากนั้นช่างจะนำข้อมูลที่ได้รับไปตรวจสอบสัญญาฉบับเบื้องต้น และจะมีการติดต่อไปหาลูกค้าเพื่อสอบถามปัญหาและรายละเอียด และแนะนำวิธีการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น หากลูกค้ายังไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ ทางบริษัทจะออกไปงานและส่งช่างเข้าดูแลลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง นับจากเวลาที่ได้รับการแจ้งปัญหา และรายงานผลการแก้ไขปัญหาให้กับพนักงานขายที่ได้รับแจ้งปัญหาจากลูกค้าทราบผ่านไลน์กลุ่มบนแอปพลิเคชันไลน์ต่อไป

จากวิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ผู้จัดทำจึงมีแนวคิดที่จะแก้ไขปัญหาการบริการหลังการขายของลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านทรู เพื่อพัฒนาการให้บริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัททรูให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น และเพื่อพัฒนางานบริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัท โดยเน้นการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนจากการที่เดิมลูกค้าต้องติดต่อคอลเซ็นเตอร์เพียงอย่างเดียว เป็นการติดต่อผ่านพนักงานขายสินค้าและบริการซึ่งจะมีความรวดเร็วที่มากกว่า และส่งผลให้ระบบงานบริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัททรูมีประสิทธิภาพ และการให้บริการที่ดียิ่งขึ้นเกิดความประทับใจให้กับลูกค้า

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อแก้ไขการให้บริการหลังการขายล่าช้าอินเทอร์เน็ตบ้านบริษัททรู
- 1.2.2 เพื่อพัฒนางานบริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัททรูให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.3 ขอบเขตของโครงการ

- 1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านจำนวน 30 คน ของบริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) แผนกขาย สาขาสุโขทัย
- 1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สาขาสุโขทัย
- 1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระหว่างวันที่ 17 มกราคม 2565 – 6 พฤษภาคม 2565

1.3.4 ขอบเขตด้านเครื่องมือ

ฮาร์ดแวร์ ประกอบด้วย ดังนี้

- คอมพิวเตอร์
- โทรศัพท์มือถือ

ซอฟต์แวร์ ประกอบด้วย ดังนี้

- โปรแกรม Microsoft office
- แอปพลิเคชัน LINE
- เว็บไซต์ www.notify-bot.line.me/th/
- เว็บไซต์ www.google.com/intl/th_th/forms/about/

1.3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบ

- แบบสอบถาม

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.4.1 บริษัทได้แก้ไขให้บริการที่เร็วขึ้น รวดเร็วทันเวลา เกี่ยวกับการติดต่อคอลเซ็นเตอร์ซึ่งลูกค้ารอสายนาน และการส่งช่างเข้าแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าที่ปัจจุบันเกิดความล่าช้า

1.4.2 บริษัททราูได้พัฒนาและจัดการระบบงานบริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัททราูให้มีประสิทธิภาพ และนับว่าตอบสนองความต้องการของลูกค้า

บทที่ 2

รายละเอียดการปฏิบัติงานในสถานประกอบการ

2.1 ชื่อและสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ

- ชื่อสถานประกอบการ : บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สาขาสุโขทัย
- สถานที่ตั้ง : 22/26 ถนนปากแควสายหน้า ต.ธานี อ.เมือง จ.สุโขทัย 64000
- เบอร์โทรศัพท์ : 02-6995021
- เว็บไซต์ : <http://www.truecorp.co.th>
- แผนที่ : <https://www.google.co.th/maps/> ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 2.1 แผนที่ บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สาขาสุโขทัย

ที่มา : ผู้จัดทำ

2.2 ประวัติและความเป็นมาเกี่ยวกับบริษัท

บริษัทก่อตั้งขึ้นครั้งแรกในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2533 เป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน ภายใต้สัญญาร่วมงานและร่วมลงทุนกับบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) ในปี พ.ศ. 2536 บริษัทได้เปลี่ยนเป็นบริษัทมหาชน และเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในชื่อ บริษัท เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2536 มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TA” ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2547 บริษัทได้มีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ภายใต้แบรนด์ทรู และได้เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีชื่อย่อหลักทรัพย์ว่า “TRUE”

นอกเหนือจากการให้บริการโทรศัพท์พื้นฐาน และการบริการเสริมต่างๆ ซึ่งรวมถึงบริการโทรศัพท์สาธารณะและบริการโทรศัพท์พื้นฐานพกพา WE PCT ในปี พ.ศ. 2544 บริษัทได้เปิดให้บริการโครงข่ายข้อมูลความเร็วสูง ประกอบด้วยบริการ ADSL และบริการ Cable Modem และในปี พ.ศ. 2546 โดยได้เปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงแบบไร้สายหรือบริการ Wi-Fi ต่อมาในปี พ.ศ. 2550 บริษัทย่อยได้เปิดให้บริการโครงข่ายอินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศ (International Internet Gateway) และเปิดบริการโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ ในปี พ.ศ. 2551

ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2544 บริษัทได้เข้าถือหุ้นในบริษัทกรุงเทพ อินเทอร์เน็ตเทเลเทค จำกัด (มหาชน) หรือ “BITCO” ซึ่งเป็นบริษัทที่ถือหุ้นในบริษัท ทีเอ ออเรนจ์ จำกัด ในอัตราร้อยละ 41.1 ซึ่งนับเป็นการเริ่มเข้าสู่ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งนี้ ทีเอ ออเรนจ์ ได้เปิดให้บริการอย่างเต็มรูปแบบในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2545 และได้เปลี่ยนชื่อเป็น “ทรูมูฟ” เมื่อต้นปี พ.ศ. 2549 บริษัทได้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นใน BITCO มากขึ้นตามลำดับ โดยในปี พ.ศ. 2552 บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นใน BITCO คิดเป็นร้อยละ 98.9 เปอร์เซนต์

ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2553 กลุ่มทรูได้เริ่มขยายการให้บริการ 3G ได้เปิดบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูง โดยหลังการลงนามในสัญญาเพื่อเข้าซื้อโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศและหุ้น 4 บริษัท ในกลุ่มฮัทซัน

ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2549 บริษัทได้เข้าซื้อหุ้น ยูบีซี จาก MIH ทั้งหมด และต่อมาได้เข้าซื้อหุ้นสามัญจากรายย่อย (Tender Offer) โดยทำให้บริษัทมีสัดส่วนการถือหุ้นทางอ้อมในยูบีซี ร้อยละ 91.8 ภายหลังจากเข้าซื้อหุ้นจากผู้ถือหุ้นรายย่อยเสร็จสิ้นในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2549 ทั้งนี้ยูบีซีได้เปลี่ยนชื่อเป็นทรูวิชั่นส์ เมื่อต้นปี พ.ศ. 2550 นอกจากนี้หลังการปรับโครงสร้างของกลุ่มบริษัททรูวิชั่นส์ในช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2553 บริษัทได้เริ่มซื้อคืนหุ้นจากผู้ถือหุ้นส่วนน้อยในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553 เพื่อเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทในกลุ่มบริษัททรูวิชั่นส์

บริษัทเริ่มดำเนินธุรกิจภายใต้ยุทธศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์ และผสมผสานบริการภายในกลุ่มเข้าด้วยกันเพื่อรองรับการเปิดธุรกิจใหม่ๆ โดยภายใต้ยุทธศาสตร์ของบริษัท โดยในวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2546 บริษัทได้เปิดให้บริการ ทรูมันนี่ (บริษัททรู มันนี่ จำกัด) เพื่อให้บริการธุรกรรมทางการเงินแบบออนไลน์สำหรับกลุ่มทรู ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2552 บริษัท ทรูมันนี่ได้รับใบอนุญาตจากคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ให้เป็นผู้ให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นระยะเวลา 10 ปี

ทรูไลฟ์ เป็นกลุ่มธุรกิจบริการดิจิทัลคอนเทนต์ ประกอบด้วยบริษัท ทรู ไลฟ์ พลัส หรือ “TLP” เดิมชื่อบริษัท ทรู ดิจิตอล เอ็นเตอร์เทนเมนท์ ซึ่งเป็นบริษัทที่ทรูถือหุ้นโดยตรงทั้งหมด และบริษัท NC True จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมลงทุนกับ บริษัท NC Soft จำกัด หนึ่งในผู้พัฒนาและผลิตเกมออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดของประเทศเกาหลี นอกจากนี้ ทรู ไลฟ์ พลัส ยังให้บริการดิจิทัลคอนเทนต์ต่างๆ อาทิ บริการดาวน์โหลดเพลง เว็บไซต์ทอล์ และสื่อสิ่งพิมพ์และแอปพลิเคชันต่างๆ ทั้งนี้

ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2552 ทรูเปิด ทรู แอป เซ็นเตอร์ (True App Center) สถาบันศูนย์กลางการศึกษาเพื่อสร้างนักพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือ และเพื่อเป็นการเสริมสร้างการพัฒนาคอนเทนต์และเพิ่มรายได้จากบริการที่ไม่ใช่เสียง

2.3 ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ

ประเภทธุรกิจ

- บริษัท โทรคมนาคม

2.4 สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

- รถยนต์สำหรับไว้เดินทางไปขายสินค้าตามสถานที่ต่างๆ
- แท็บเล็ต
- โทรศัพท์มือถือ

2.5 รูปแบบการจัดองค์การและการบริการงานองค์กร

2.5.1 ฮาร์ดแวร์ ประกอบด้วย

- คอมพิวเตอร์
- โทรศัพท์มือถือ

2.5.2 ซอฟต์แวร์ ประกอบด้วย

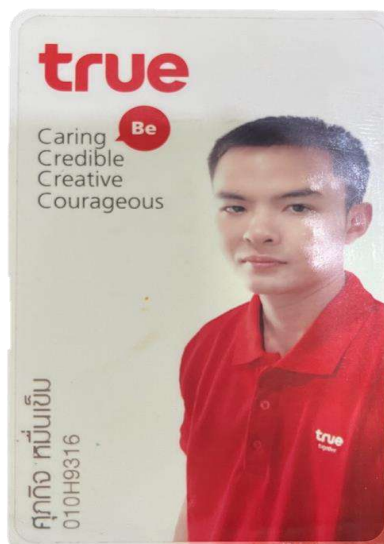
- โปรแกรม Microsoft office
- แอปพลิเคชัน Line
- เว็บไซต์ www.notify-bot.line.me/th/
- เว็บไซต์ www.google.com/intl/th_th/forms/about/

2.6 ตำแหน่งและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

2.6.1 ชื่อ – นามสกุล : นายศุภกิจ หมั่นเข็ม

2.6.2 ตำแหน่งงาน : การจัดการลูกค้าและการขาย (Customer Management and Sales.)

2.6.3 หน้าที่ได้รับมอบหมาย : ขายสินค้าและบริการ



ภาพที่ 2.2 พนักงาน

ที่มา : ผู้จัดทำ

2.7 ชื่อและตำแหน่งงานพนักงานที่ปรึกษา

คุณชยางกูร เสาศสนา ตำแหน่ง ผู้จัดการทั่วไป



ภาพที่ 2.3 ผู้จัดการทั่วไป

ที่มา : ผู้จัดทำ

2.8 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ผู้จัดทำโครงการฝึกปฏิบัติสหกิจศึกษา ณ บริษัท ทูธ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สาขาสุโขทัย ตั้งแต่วันที่ 17 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 6 พฤษภาคม 2565

2.9 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

ตารางที่ 2.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	สัปดาห์															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1. นิยามปัญหาที่จะทำวิจัย																
2. หาปัญหาในสถานที่ทำงาน																
3. รวบรวมข้อมูลที่จะทำ - ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา - ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง																
4. ออกแบบและวางแผนงาน																
5. ประสานงานกับผู้จัดการ แผนก																
6. ดำเนินการจัดทำ LINE Notify																
7. เก็บรวบรวมข้อมูล																
8. วิเคราะห์ข้อมูล																
9. สรุปและจัดทำรายงานวิจัย																

2.10 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ดังนี้

1. ได้การบริหารจัดการเวลา และมีความรับผิดชอบต่อน้ำที่ของงานที่ได้รับมอบหมาย
2. ได้เรียนรู้การแก้ไขสถานการณ์ตรงหน้าซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ และช่วยในการเตรียมความพร้อมในการก้าวเข้าสู่ชีวิตการทำงาน
3. ได้เรียนรู้โปรแกรมต่างๆ ที่จำเป็นในการทำงาน
4. พัฒนาความคิดสร้างสรรค์ รู้จักคิดต่อยอดจากสิ่งที่ทำ และเกิดประโยชน์ไม่ทำงานซ้ำซ้อน
5. ฝึกฝนให้เป็นคนละเอียด รอบคอบ
6. จัดการอารมณ์และรับมือกับความกดดันได้

ปัญหาที่พบในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาและแนวทางแก้ไข

1. ไม่ชำนาญเส้นทางในการลงพื้นที่ใหม่ๆ ในช่วงแรกของการฝึกงาน
2. ขาดความคล่องแคล่วในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในช่วงแรก และมีการพูดติดขัด ไม่ลื่นไหล คิดคำพูดไม่ออก บางครั้งทำให้ฟังไม่รู้เรื่อง
3. ต้องศึกษาเรียนรู้งานเป็นเวลานานกว่าจะเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าถามและต้องการ

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหา

1. ควรเรียนรู้กฎระเบียบขององค์กรอย่างเคร่งครัดเพื่อลดปัญหาการถูกต่อว่า ซึ่งจะเป็นการสร้างความเสียหาย และเสียชื่อเสียงให้กับมหาวิทยาลัยได้
2. ควรศึกษาเรียนรู้การบริการงานฝ่ายขายในองค์กรมาก่อนเพื่อลดปัญหาในการเกิดข้อผิดพลาดต่างๆ
3. ตำแหน่งพนักงานขาย ควรมีทักษะในการสื่อสารที่ดีและมีไหวพริบในการแก้ไขปัญหาลเฉพาะหน้าได้ดี

2.11 ข้อเสนอแนะ

1. ขั้นตอนในการประสานงานมีคำศัพท์ใหม่ๆ ที่ไม่คุ้นเคย และผู้ศึกษายังไม่เข้าใจ จึงมีปัญหาในการติดต่อเล็กน้อยทำให้การติดต่อคลาดเคลื่อนได้ ข้อเสนอแนะควรเตรียมความพร้อมในการสื่อสารในเรื่องของการเตรียมคำศัพท์ให้มากขึ้น
2. ในการทำงานแต่ละครั้งการติดต่อประสานงานอาจเกิดการผิดพลาด การติดต่อประสานงานซึ่งบางครั้ง ไม่ได้ระบุความต้องการของงาน หรือเนื้อหางานไม่ชัดเจนเท่าที่ควร จึงทำให้เกิดความผิดพลาดในการประสานงานกับแผนกอื่นๆ เช่น การให้ออกแบบรูปแบบในงานไม่ตรงตามที่ต้องการ ซึ่งผู้ส่งงานไม่ได้ระบุให้ชัดเจนและละเอียดถี่ถ้วน จึงทำงานออกมาแบบผิดๆ ข้อเสนอแนะคือ สอบถามผู้ที่เป็นเจ้าของงาน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความละเอียดของงานทุกครั้ง เพื่อหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิดและการทำงานแบบไม่ถูกต้องในการส่งงาน มอบหมายงาน
3. การลืมนปฏิบัติงานต่างๆ การลืมนปฏิบัติงานตามคำสั่ง เช่น การเก็บเอกสารต่างๆ การเก็บรายละเอียดของงาน การลืมนส่งงานให้กับทางลูกค้า เป็นต้น ซึ่งบางครั้งมีผลกระทบในการทำงานเป็นอย่างมาก ข้อเสนอแนะคือ จดคำสั่งต่างๆ ในกระดาษโน้ต หรือเขียนกระดาษแปะติดกับโต๊ะที่ทำงานเพื่อหลีกเลี่ยงการลืมนที่เคยเกิดขึ้น

บทที่ 3

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการกรณีศึกษา : ระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์นोटติฟายด์ในแอปพลิเคชันไลน์ ได้มีการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็นหัวข้อ ดังนี้

- 3.1 เทคโนโลยีและเทคโนโลยีการสื่อสาร
- 3.2 แอปพลิเคชัน LINE และ LINE Notify
- 3.3 อินเทอร์เน็ตบ้านทรู
- 3.4 การบริการหลังการขาย
- 3.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 เทคโนโลยีและเทคโนโลยีการสื่อสาร

3.1.1 เทคโนโลยี

เทคโนโลยี (Technology) คือการใช้ความรู้ การประยุกต์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์มาใช้ให้เกิดประโยชน์กับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การสร้างวิธีการดำเนินงาน และรวมถึงอุปกรณ์ต่างๆ ที่ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาตินั้น โดยในปัจจุบันมนุษย์ได้นำเทคโนโลยีต่างๆ นี้มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการดำเนินชีวิตประจำวันต่างๆ มากมาย และส่วนคำว่า สารสนเทศ หมายถึงผลลัพธ์ที่เกิดจากการประมวลผลข้อมูลดิบด้วยการรวบรวมข้อมูลดิบจากแหล่งต่างๆ แล้วนำมาผ่านกระบวนการประมวลผล ไม่ว่าจะเป็นการจัดการกลุ่มข้อมูลการเรียงลำดับข้อมูล การคำนวณ และการสรุปผลแล้วหลังจากนั้นก็นำข้อมูลสารสนเทศที่ได้มานำเสนอในรูปแบบของรายงานที่เหมาะสมต่อการใช้งานต่อไป ดังนั้นเทคโนโลยี สารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีเพื่อใช้กับการจัดการสารสนเทศ ซึ่งหมายรวมถึงเทคโนโลยีการผลิต การจัดเก็บข้อมูล การประมวลผลข้อมูล การวิเคราะห์และเผยแพร่การสื่อสาร โทรคมนาคม รวมถึงอุปกรณ์การสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านสารสนเทศที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้งานร่วมกัน เพื่อให้ได้ประโยชน์ ประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความแม่นยำและทันต่อเหตุการณ์ซึ่งเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีการสื่อสาร โทรคมนาคม (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2551, หน้า 14-15)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมาย เทคโนโลยี หมายถึง วิทยาการที่เกี่ยวกับศิลปะในการนำเอาวิทยาศาสตร์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ในทางปฏิบัติและอุตสาหกรรม แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. เทคโนโลยีในแบบกระบวนการ (process) เป็นการใช้อย่างเป็นระบบของ วิธีการทาง วิทยาศาสตร์หรือความรู้ต่างๆ ที่ได้รวบรวมไว้เพื่อนำไปสู่ผลในทางปฏิบัติโดยเชื่อว่าเป็น กระบวนการที่เชื่อถือได้และนำไปสู่การแก้ปัญหาต่างๆ

2. เทคโนโลยีในแบบของผลผลิต (product) หมายถึง วัสดุและอุปกรณ์ที่เป็นผลมาจากการ ใช้กระบวนการทางด้านเทคโนโลยี

3. เทคโนโลยีในแบบผสมของกระบวนการและผลผลิต (process and product) เช่น ระบบ คอมพิวเตอร์ โดยมีการทำงานเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเครื่องกับ โปรแกรม

การนำเทคโนโลยี (Technology) มาใช้ในงานในสาขาใดสาขาหนึ่งเพื่อที่จะมีส่วนช่วย สำคัญ 3 ประการ และถือเป็นเกณฑ์ในการพิจารณานำเทคโนโลยีมาใช้งาน คือ

1. ประสิทธิภาพ (Efficiency) เป็นการนำเทคโนโลยีจะมาช่วยให้การทำงานบรรลุผลตาม เป้าหมายได้ อย่างเที่ยงตรง และรวดเร็ว

2. ประสิทธิภาพ (Productivity) เป็นการทำงานเพื่อให้ได้ผลผลิตออกมาอย่างเต็มที่มากที่สุด เท่าที่จะมากได้เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด

3. ประหยัด (Economy) เป็นการประหยัดทั้งเวลา และแรงงานในการทำงานด้วยการลงทุน น้อยแต่ได้ผลมากกว่าที่ลงทุนไป

3.1.2 เทคโนโลยีการสื่อสาร

เทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Technology) คือเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) ประเภทหนึ่ง ซึ่งได้พัฒนาตัวเพื่อเอื้อต่อการจัดการ “การสื่อสาร (Communication)” หรือ “การขนส่งข่าวสาร (Transfer of Information)” เทคโนโลยีการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นทางด้าน ภาพ (Image) เสียง (Voice) หรือ ทางด้านข้อมูล (Data) ได้รับการพัฒนาจนมนุษย์สามารถเชื่อมโยง ติดต่อกันได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และเป็นเครือข่ายที่ติดต่อสื่อสารกันได้ทั่วโลกเป็นยุคของ สารสนเทศ (Information Age) และเป็นสังคมสารสนเทศ (Information Society) ที่นับวันจะมีอัตรา การเติบโตขึ้นทุกที่ทั้งในด้านขนาดและปริมาณข่าวสารที่ไหลเวียนอยู่ในสังคม (รัชชชัย พานิชขจรณ์, 2539) หมายถึง เทคโนโลยีในการสื่อสารยุคใหม่ 4 กลุ่ม ได้แก่

1. เทคโนโลยีการแพร่ภาพและเสียง (Broadcast and Motion Picture Technology)

2. เทคโนโลยีการพิมพ์ (Print and Publishing Technology)

3. เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ (Computer Technology)

4. เทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunication Technology)

3.2 แอปพลิเคชัน LINE และ LINE Notify

3.2.1 แอปพลิเคชัน LINE

แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) แอปพลิเคชันการสื่อสารยอดนิยมที่เปิดแนะนำตัวในเดือนมิถุนายน 2554 ให้บริการ Messaging ร่วมกับ Voice Over IP ที่ให้บริการทั้งบนอุปกรณ์สมาร์ตโฟนและคอมพิวเตอร์ที่มีความสามารถหลายด้าน ทั้งการสื่อสารด้วยตัวอักษร รูปภาพ วิดีโอ หรือสื่อสารด้วยเสียง ที่มีจุดเด่นคือการให้บริการที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ นอกจากค่าบริการทางอินเทอร์เน็ตง่ายต่อการใช้งานสำหรับทุกเพศทุกวัย และสามารถใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา LINE ได้เติบโตขึ้นมาอย่างรวดเร็ว ผู้การเป็นบริการระดับสากล



ภาพที่ 3.1 แอปพลิเคชันไลน์ LINE

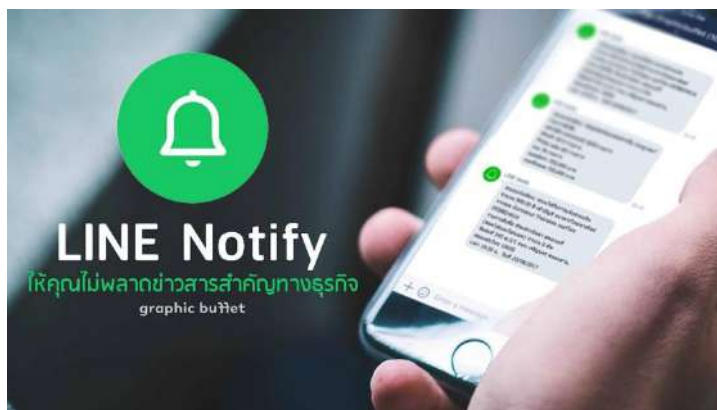
ที่มา : <https://notify-bot.line.me/th/>

จากบทความข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า แอปพลิเคชัน LINE คือ แอปพลิเคชันสำหรับการสื่อสารที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในยุคปัจจุบัน สามารถใช้สื่อสารได้ทั้งทางข้อความทางเสียง ทางภาพ และทางวิดีโอ ที่ไม่มีการเก็บค่าใช้จ่ายในการใช้งาน เพียงแค่เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตก็สามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาทั้งบน โทรศัพท์มือถือแล็ปท็อป และคอมพิวเตอร์

3.2.2 LINE Notify

LINE Notify คือบริการที่ LINE ให้เราส่งข้อความหรือแจ้งเตือนอัตโนมัติ ไม่ว่าจะส่งเข้าผ่าน Group หรือบัญชีส่วนตัว ผ่าน API ของ LINE โดยตรง ดังนี้

1. ส่ง Notification มายังผู้ใช้งาน
2. ส่ง Notification ไปยัง LINE Group ที่ผู้ใช้งานอยู่ (โดยการเพิ่ม LINE Notify เข้ามาใน LINE Group นั้น)
3. ส่งข้อความ Text, รูปภาพ และ Sticker ได้



ภาพที่ 3.2 LINE Notify

ที่มา : <https://notify-bot.line.me/th/>

การใช้งาน LINE Notify เพื่อแจ้งสถานะการทำงานออนไลน์ไปอีกระบบปลายทางได้ จึงจะทำให้สามารถส่งข้อความการแจ้งเตือนจากบริการต่างๆ หรืออุปกรณ์ใดๆ ก็ตามที่ทำงานเชื่อมต่อกับ Internet และสามารถเชื่อมต่อด้วย http post มายัง Account ได้ ซึ่งในการใช้งานโดยรวมของ LINE Notify จะมีรูปแบบการทำงาน คือเริ่มต้นสร้าง Token ของ Account ในระบบของ LINE ก่อน จากนั้นเก็บ Token เอาไว้ แล้วเมื่อต้องการที่จะส่งข้อความแจ้งเตือนต่างๆ ก็จะใช้ Token เพื่อส่งข้อความในการแจ้งเตือนผ่านทาง http post โดยมีวิธีการเชื่อมต่อ LINE Notify ดังนี้

วิธีเชื่อมต่อ LINE Notify แจ้งเตือนอัตโนมัติ

LINE Notify เป็นบริการที่ LINE ให้ส่งข้อความ หรือแจ้งเตือนอัตโนมัติ ไม่ว่าจะส่งเข้าผ่าน Group หรือบัญชีส่วนตัว ผ่าน API ของ LINE ได้โดยตรงนั้น

สิ่งที่ต้องเตรียมก่อนเริ่มต้นดำเนินการสร้าง LINE Notify ดังนี้

1. แอด LINE Notify เป็นเพื่อน โดยเข้าไปที่แอป LINE แล้วค้นหา “LINE Notify”
2. สำหรับท่านที่ต้องการทำ LINE Notify ผ่าน Group ต้องแอด LINE Notify เข้าไป
3. ดาวน์โหลดโปรแกรม Postman ที่ <https://www.getpostman.com/> โดยใช้ได้ทั้งระบบปฏิบัติการ OS และระบบปฏิบัติการ Windows

เริ่มต้นดำเนินการสร้าง LINE Notify ดังนี้

1. เข้าไปที่ <https://notify-bot.line.me/th/> และ Login ด้วย LINE account ของผู้ใช้งาน
2. ไปที่ My Page (หน้าของฉัน) โดยเมื่อเข้าไปจะมีทั้งแบบสร้างเองโดยผ่าน access token และเชื่อมต่อผ่านผู้ให้บริการต่างๆ เช่น Github, IFTTT และ Mackerl

การเชื่อมต่อผ่าน API ที่ชื่อ Postman เป็นเครื่องมือที่ใช้ง่ายอย่างหนึ่งโดยไม่ต้องรู้โค้ดอะไร มากก็สามารถทำได้ทันที เพราะฉะนั้นทำการ Generate access token ออกมาก่อนแล้วเลื่อนลงไป ข้างล่าง จากหน้า My Page > คลิก Generate Token

3.3 อินเทอร์เน็ตบ้านทรู

3.3.1 การบริการ True Gigatex Tech Pro และระบบเทคโนโลยี AI

กรุงเทพฯ 21 กุมภาพันธ์ 2565 โดย ทรูออนไลน์ ผู้นำเน็ตบ้านไฟเบอร์ อันดับ 1 ของคนไทย ที่ได้รับการยอมรับและการันตีในระดับโลกด้วยรางวัล "สุดยอดแบรนด์ของโลกแห่งปี 2021 - 2022" สาขาผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์ 5 ปีซ้อน จาก World Branding Awards ประเทศอังกฤษ รวมทั้งรางวัลอินเทอร์เน็ตบ้านอันดับหนึ่งในไทย 2 ปีซ้อน จาก nPerf กับรางวัล "บรอดแบนด์ดีที่สุดในไทย" และ "ไฟเบอร์ดีที่สุดในไทย" ประจำปี 2564 ยกระดับการดูแลให้เหนือกว่า เร็ว ครบ แรง ล้ำ กับการให้บริการ "True Gigatex Tech Pro" ดูแลครบทุกด้านระดับโปร รวดเร็ว ทันใจ แก้ปัญหาฉับไวใน 24 ชั่วโมง ด้วยเทคโนโลยี AI อัจฉริยะกับระบบการทำงานที่สามารถตรวจสอบและวิเคราะห์เชิงลึกเสริมประสิทธิภาพการดูแลคุณภาพเครือข่ายแบบ Proactive Maintenance ซึ่งเป็นการบำรุงรักษาเชิงรุกแนวป้องกันเสริมทัพด้วยทีมช่างผู้เชี่ยวชาญกว่า 4,000 คน พร้อมให้บริการทุกพื้นที่ ครอบคลุม 77 จังหวัดทั่วไทย และอีกหนึ่งบริการที่เหนือกว่ากับช่องทางให้บริการผ่านคอลเซ็นเตอร์ 1242 โดยลูกค้าทรูออนไลน์สามารถติดต่อได้รวดเร็วขึ้น ลดขั้นตอนการเลือกเมนู เข้าถึงพนักงานได้ทันทีสะดวกครบจบทุกปัญหาในสายเดียว

นายชนภูมิ ภาควิศวศ ผู้อำนวยการและหัวหน้าสายงานการพาณิชย์ทรูออนไลน์ บมจ. ทรู คอร์ปอเรชั่น กล่าวว่า "ทรูออนไลน์ได้สร้างมาตรฐานใหม่ให้ตลาดบรอดแบนด์เมืองไทยมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านนวัตกรรมสินค้าและบริการ ตลอดจนการดูแลหลังการขาย ทั้งนี้ เพื่อมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า โดยปีนี้ได้ยกระดับการดูแลไปอีกขั้นกับบริการ "True Gigatex Tech Pro" ดูแลครบทุกด้านระดับโปร ซึ่งใช้แนวทางดูแลลูกค้าเชิงรุก เข้าซ่อมทันที แก้ปัญหาฉับไว ภายใน 24 ชั่วโมง อีกทั้งยังใช้เทคโนโลยี AI มาเสริมการดูแลคุณภาพเครือข่ายเน้นการซ่อมก่อนเสีย การบำรุงรักษาแนวป้องกัน และยังสามารถวิเคราะห์เชิงลึก ทำให้ทีมวิศวกรเครือข่ายสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและปรับปรุงคุณภาพสัญญาณได้ก่อนที่ลูกค้าจะพบปัญหานั้นๆ ยังมีทีมช่างผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการรับรองและการฝึกอบรมเข้ามาเสริมทัพกว่า 4,000 คน พร้อมให้บริการทุกพื้นที่ ครอบคลุม 77 จังหวัดของประเทศไทย ยิ่งไปกว่านั้น สำหรับลูกค้าทรูออนไลน์ที่ติดต่อเข้ามาทางคอลเซ็นเตอร์ 1242 จะสามารถติดต่อได้รวดเร็วยิ่งขึ้น และลดขั้นตอนในการเลือกเมนูต่างๆ ทำให้เข้าถึงพนักงานได้ทันที โดยจะได้รับบริการแบบจบ ครบทุกปัญหาในสายเดียว นับว่าเป็นการยกระดับการดูแลครบทุกด้านอย่างแท้จริง"

ทั้งนี้ กลุ่มทรู ยังคงปฏิบัติตามมาตรการแนวทางป้องกัน โควิด-19 อย่างเคร่งครัด ก่อนเข้าให้บริการที่บ้านลูกค้า มีขั้นตอน ดังนี้

1. ก่อนปฏิบัติงานทุกเช้า ช่างทรูทุกคนจะทำการตรวจวัด จดบันทึกผลอุณหภูมิร่างกายในแต่ละวัน และแนบติดกับบัตรพนักงาน เตรียมพร้อมแสดงให้ลูกค้าดู
2. ช่างทรูสวมหน้ากากอนามัยตลอดการเดินทาง และการปฏิบัติงานล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอล์ทุกครั้งหลังการสัมผัส
3. ช่างทรูต้องสแกน QR Code ไทยชนะ (ถ้ามี) ที่บ้าน อาคาร หรือสำนักงานลูกค้า และแนะนำตัว แสดงบัตรพนักงาน พร้อมบัตรผลตรวจวัดอุณหภูมิ ก่อนขออนุญาตเข้าบ้านลูกค้า รวมทั้งสวมถุงมือตลอดเวลาปฏิบัติงานติดตั้งหรือซ่อมอุปกรณ์
4. เว้นระยะห่างจากลูกค้าไม่ต่ำกว่า 1.5 - 2 เมตร ตามมาตรฐาน Social Distancing
5. ทำความสะอาดอุปกรณ์ด้วยแอลกอฮอล์ทุกครั้ง ทั้งก่อน-หลังติดตั้ง และทำความสะอาดมือทุกครั้งหลังปฏิบัติงานเสร็จ
6. งดเว้นการสัมผัสสิ่งของในบ้านลูกค้า หากจำเป็นต้องทำความสะอาดด้วยแอลกอฮอล์ทุกครั้งที่ปฏิบัติงาน

3.3.2 TRUE ดูแลลูกค้าเน็ตบ้านและการแก้ปัญหา และใช้ AI เสริมประสิทธิภาพ

นายชนภูมิ ภาควิศวกร ผู้อำนวยการและหัวหน้าสายงานการพาณิชย์ทรูออนไลน์ บมจ.ทรูคอร์ปอเรชั่น (TRUE) กล่าวว่าจากสถานการณ์โควิดในช่วงที่ผ่านมา ทำให้เห็นความชัดเจนของปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ตเน็ตบ้านในภาพรวมที่เพิ่มสูงขึ้นมากถึง 40% จากต้นปีที่ผ่านมา ขณะเดียวกันปัจจัยเรื่องการดูแลลูกค้าและการรักษาความเสถียรในการใช้งานของเน็ตบ้านก็เป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะบ้านที่มีการเรียนออนไลน์ทำงานออนไลน์ที่จะต้องมีเน็ตคุณภาพต่อเนื่องไม่พลาดการออนไลน์แบบข้ามวัน ซึ่งทรูออนไลน์ ได้นำทุกความต้องการของลูกค้ามาพัฒนาสินค้าบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อดูแลลูกค้าที่มีอยู่ปัจจุบัน กว่า 4.4 ล้านราย

โดยใช้แนวทางดูแลลูกค้าเชิงรุกที่ใช้เทคโนโลยี AI เสริมประสิทธิภาพดูแลคุณภาพเครือข่ายแบบเน้นการซ่อมก่อนเสีย การบำรุงรักษา แนวป้องกัน และยังสามารถวิเคราะห์เชิงลึกทำให้ทีมวิศวกรเครือข่ายสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและปรับปรุงคุณภาพสัญญาณได้ก่อนที่ลูกค้าจะพบปัญหาลดการเข้าหน้างานของช่าง ตอบโจทย์มาตรการการเว้นระยะห่างที่ลูกค้าเป็นกังวลรวมทั้งได้นำเสนออุปกรณ์ “True Gigatex Fiber PRO เราเตอร์ WiFi 6” รุ่นใหม่ที่ดีที่สุดในตลาดขณะนี้ อัปเดตด้วยเทคโนโลยีอัจฉริยะสุดล้ำกับ 6 เสากระจายสัญญาณสามารถเชื่อมต่อรับ-ส่งสัญญาณได้เร็วแรงกว่าเดิมถึง 3 เท่ารองรับความเร็วสูงสุดได้ถึง 1Gbps หรือ 1,000 Mbps ใช้งานได้พร้อมกันหลายอุปกรณ์ในเวลาเดียวกันซึ่งช่วยลดจุดอับสัญญาณและตัดสัญญาณรบกวนจึงครอบคลุมพื้นที่มากกว่าเดิม ทั้งยังมีนวัตกรรม Band Steering และเลือกสัญญาณที่ดีที่สุดให้แบบอัตโนมัติทั้งคลื่น

ความถี่ 2.4 GHz และ 5 GHz เพิ่มประสิทธิภาพในการรับส่งข้อมูลและมีอัตราความหน่วงต่ำ ยิ่งไปกว่านั้นยังยกระดับรูปแบบบริการหลังการขายหากลูกค้าพบปัญหาการใช้งานสามารถแก้ไขให้ลูกค้าได้ทันทีผ่านระบบ Remote Service และล่าสุดได้มีออกมาตรการการันตีสำหรับการติดตั้งดูแลแก้ปัญหาภายใน 24 ชั่วโมง โดยทีมช่างผู้เชี่ยวชาญเข้าแก้ไขตรงเวลา ทั้งยังสามารถเช็คสถานะการทำงานได้ด้วยตัวเองผ่านแอปทรูโอเซอร์วิส

ทั้งนี้ หากทำไม่ได้ตามที่ได้ตกลงไว้ภายใต้สถานการณ์ที่บริษัทฯ ควบคุมได้ โทรออนไลน์ พร้อมชดเชยให้ลูกค้าด้วยการมอบเน็ตมือถือ 10 GB ใช้งาน 7 วัน ฟรี กรณีช่างไม่สามารถแก้ปัญหาภายใน 24 ชั่วโมง มอบทรูพอยท์ 100 คะแนน กรณีช่างมาไม่ตรงเวลานัด และดูแลส่วนลดค่าบริการรายเดือน (สูงสุดไม่เกิน 1 เดือน) กรณีช่างไม่สามารถติดตั้งเร็วใน 24 ชม.

3.4 การบริการหลังการขาย

3.4.1 กลยุทธ์ในการบริการหลังการขาย มี 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. **อธิบายให้ชัดเจนก่อนการขาย** คือบริการหลังการขายที่ดีต้องถูกสื่อสารให้กับลูกค้าอย่างชัดเจน และแน่นอนว่าต้องสื่อสารให้ลูกค้ารู้ก่อนที่จะทำการซื้อขาย การชี้แจงให้ลูกค้ารู้ตั้งแต่แรกจะทำให้ลูกค้าทราบถึงมูลค่าของบริการ ซึ่งก็จะทำให้ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะซื้ออีก นอกจากนั้นแล้วการชี้แจงยังทำให้ลูกค้าสามารถเข้าหาลูกค้าได้ง่ายขึ้น เพราะลูกค้ารู้ว่าองค์กรให้บริการอะไรบ้าง และลูกค้าควรที่จะแก้ปัญหาหรือหาคนช่วยอย่างไร

2. **การจัดเก็บข้อมูลลูกค้า** คือขั้นตอนการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าควรเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์บริการหลังการขาย การที่องค์กรมีข้อมูลลูกค้าอยู่ในมือจะทำให้องค์กรสามารถบริการลูกค้าได้ดีมากขึ้น องค์กรจะสามารถตรวจสอบได้ว่าลูกค้าคนไหนซื้อสินค้าตัวไหนไป ทำให้การให้ความรู้ การซ่อมแซมสินค้า หรือการตรวจสอบสินค้าก่อนรับเปลี่ยนหรือรับคืนทำได้ง่าย เป็นทางการลดความเสี่ยงขององค์กร และให้ความสะดวกสบายกับลูกค้า

3. **แบบสอบถามความพึงพอใจ** คือเป็นแบบสอบถามสามารถใช้ได้ทั้งการตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อวัดผลของบริการหลังการขาย และใช้ได้กับการนำข้อมูลลูกค้ามาพัฒนาบริการหลังการขายให้ดีขึ้น

4. **การจัดการข้อร้องเรียน** คือการเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าผ่านการแก้ปัญหา ซึ่งรวมถึงการเตรียม ‘ระเบียบบริษัท’ เพื่อให้พนักงานรู้ว่าในแต่ละสถานการณ์ควรจะทำอย่างไร และควรจะทำอย่างไรกับลูกค้า ในส่วนนี้องค์กรควรเริ่มจากข้อร้องเรียนพื้นฐานก่อน แล้วค่อยปรับพัฒนาตามข้อมูลจริงที่ได้รับอีกที หลายองค์กรพลาดตรงส่วนจัดการข้อร้องเรียนจนทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีลงไปโซเชียล

5. **เพิ่มคุณค่าตามที่ถูกค้าต้องการ** คือกลยุทธ์บริการหลังการขายควรเป็นสิ่งที่ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยที่บริการควรจะถูกปรับให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ตัวอย่างการเพิ่มคุณค่าให้ลูกค้าผ่านบริการหลังการขายได้แก่ การอบรมการใช้งาน การติดตั้งฟรี การให้ประกัน การสนับสนุนวิธีการใช้งาน การรับคืนรับเปลี่ยน การอัปเดตสินค้า เป็นต้น

บริการหลังการขายใช้หลักการเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าและการพัฒนาบริการ หมายความว่าต้องทำให้ดี และทำให้เร็ว ข้อคืออย่างหนึ่งก็คือธุรกิจสมัยนี้ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับบริการหลังการขายมากนัก ทำให้บริการหลังการขายเป็น ‘ข้อได้เปรียบทางธุรกิจ’ ที่สามารถสร้างได้ง่าย และธุรกิจอื่นยังไม่มีความต้องการที่จะ ‘ลอกเลียนแบบ’ (ไทเกอร์ ลอนดรี, 2563)

3.4.2 บริการหลังการขายเพื่อการพัฒนาที่เต็มศักยภาพ

บริการหลังการขายเพื่อการพัฒนาที่เต็มศักยภาพ เพราะเราคือผู้เชี่ยวชาญที่เข้าใจถึงความต้องการและปัญหาของคุณอย่างแท้จริง จึงพร้อมให้คำปรึกษา ตรวจสอบ และจัดการทุกปัญหา ตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง ด้วยทีมงานวิศวกรผู้เชี่ยวชาญด้านอินเทอร์เน็ต และฝ่ายบริการลูกค้า โดยเจ้าหน้าที่ทั้งหมดจะเฝ้าระวังประจำศูนย์ควบคุมเครือข่ายและศูนย์บริการ ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้คุณดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่น และพร้อมที่จะพัฒนาได้อย่างเต็มศักยภาพ ดังนี้

1. **ดูแลทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง** สะดวกกว่า รวดเร็วกว่าในการติดต่อแบบครบวงจร เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง ตั้งแต่โครงข่ายเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตพื้นฐาน ไปจนถึงโครงข่ายอินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศ

2. **หลากหลายช่องทางการติดต่อ** ทั้งทางโทรศัพท์ อีเมล หรือข้อความเอสเอ็มเอส ไม่ต้องรอเมื่อเกิดปัญหา เพราะเรามีบริการตรวจสอบสัญญาณการใช้งานตลอด 24 ชั่วโมง และรายงานปัญหาทันทีก่อนเกิดผลกระทบการใช้งาน พร้อมประสานงานไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง งานติดตั้ง และซ่อมบำรุง และดำเนินการแก้ไขอย่างรวดเร็วโดยทีมเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญ

3. **ความพร้อมด้วยทีมงานมืออาชีพ** วิเคราะห์สาเหตุและปัญหาอย่างมืออาชีพ โดยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับปรุงและป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต พร้อมพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง

3.4.3 หลักการและเหตุผลการบริการหลังการขาย

การบริการหลังการขาย เป็นงานที่สำคัญทั้งต่อผู้ขายสินค้า และลูกค้าที่ได้ซื้อสินค้าไป เนื่องจากสินค้าแต่ละอย่างมีอายุการใช้งาน ซึ่งสินค้าหลายชนิดอายุการใช้งานก็ขึ้นอยู่กับงานบริการหลังการขายด้วย ดังนั้นเพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการใช้สินค้านั้น ได้นานๆ คู่ค้ากับเงินที่ได้จ่ายไป การบริการจึงเป็นงานที่ลูกค้าคาดหวังจากเจ้าของสินค้า

การบริการหลังการขาย นอกจากเป็นงานที่ต้องให้บริการลูกค้าที่ซื้อสินค้าไปแล้วเท่านั้น แต่การบริการหลังการขาย มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าในครั้งต่อไปด้วย เพราะการได้รับการบริการที่ดีสร้างความประทับใจ มั่นใจในใช้สินค้า รวมถึงการแนะนำสินค้าให้ญาติเพื่อน และคนอื่นๆ ได้

พนักงานที่ให้บริการหลังการขาย ต้องมีความรู้ความสามารถ ทักษะต่างๆ ในหลายๆ ด้าน เพราะ นอกจากความรู้ในหน้าที่ที่ตัวเองต้องมีแล้ว ทักษะทางการขาย มนุษย์สัมพันธ์ ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมี เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า สินค้าหลายๆ ชนิดมักจะพบว่า สินค้าชิ้นแรกขายจากฝ่ายขาย และสินค้าในชิ้นต่อไป มักจะถูกขายจากฝ่ายบริการหลังการขาย

สินค้าปัจจุบันมีความแตกต่างทางด้านการใช้งานหรือคุณสมบัติไม่มาก ดังนั้น งานบริการหลังการขายจึงเป็นส่วนสำคัญที่ต้องใส่ใจกันมากขึ้นเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน องค์กรเติบโตได้อย่างยั่งยืนจากงานบริการหลังการขาย (ชนภณ รวยอารี, 2565)

3.4.4 บริการหลังการขายโดยการดูแลรักษาลูกค้าให้คงอยู่

การบริการหลังการขาย (After services) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ไม่ว่าจะเป็นการขายแบบ B2C (Business-to-Customer ขายปลีกทั่วไป) หรือ B2B (Business-to-Business ขายเข้าองค์กร) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความไว้วางใจ (Trust) ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อทำให้เกิดการซื้อขาย การแนะนำ การบอกต่อ เป็นต้น ดังนี้

1. วางแผนเรื่องระบบการบริการหลังการขายก่อนทุกครั้ง เรื่องนี้สามารถทำได้ทันทีไม่ว่าคุณจะทำของทั่วไป ขายของออนไลน์หรือขายเข้าองค์กร ตัวอย่างเช่นระบบการประกันสินค้าชำรุด สามารถเปลี่ยนได้ภายในกี่วัน มีทีมช่างเข้าไปดูที่หน้างานอย่างรวดเร็วภายในกี่ชั่วโมง มีช่องทางการสื่อสารที่รวดเร็วและทันสมัยภายในหลักนาที เช่น การสร้างไลน์กรุ๊ประหว่างเราและลูกค้าเพื่อสื่อสารให้เป็นลายลักษณ์อักษร ทำให้ไม่พลาดหรือลืมและเพิ่มความไว้วางใจในการตอบรับลูกค้าได้อีก

2. เมื่อลูกค้ามีปัญหา ให้เข้าพบทันทีโดยเร็วที่สุด เมื่อใดที่ลูกค้ามีปัญหาจากการใช้สินค้าของเรา ตัวอย่าง เช่น สินค้าหรือบริการที่เกี่ยวกับอิเล็กทรอนิกส์หรืองานรับเหมาก่อสร้าง เป็นต้น ถ้าได้รับข้อมูลแล้วให้คุณรีบเข้าพบลูกค้าทันที ควรเป็นตัวคุณเองดีที่สุด แต่ถ้าไม่ว่างจริงๆ แนะนำให้ส่งทีมแก้ปัญหาโดยเฉพาะ (ซึ่งอาจจะเป็นตัวคุณเอง) ลงหน้างานเพื่อพบลูกค้าและวางแผนแก้ปัญหา ไม่ว่าจะปัญหาหายากหรือง่ายก็ควรแก้ไขให้เร็วที่สุด วิเคราะห์ปัญหาและแจ้งระยะเวลาในการแก้ปัญหา

3. อย่าหนีปัญหา “การหนีปัญหา” ยิ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกแย่ ภาพลักษณ์ของคุณจะติดลบทันที ความเชื่อมั่นในตัวคุณที่ได้มาจากการขายครั้งแรกก็ไม่มีเหลือ อย่างแย่คือลูกค้าจะโทรมาค่าคุณ เลวร้ายกว่านั้นคือโทรไปค่าบริษัทฯ คุณแถมโดนคู่แข่งเสียบอีกต่างหาก เลวร้ายที่สุดคือเอาดราม่า

เรื่องการบริการของคุณไปลงพื้นที่หรือเฟสบุ๊ค นอกจากคุณจะไม่ได้ยอดขายในครั้งหน้าแล้ว คุณนี่แหละอาจเป็นต้นเหตุให้บริษัทฯ ที่คุณสังกัดหรือธุรกิจที่คุณสร้างมาเสื่อมเสียชื่อเสียง ไม่มียอดขาย ถึงขั้นเจ๊งได้เลย

4. สถานการณ์สร้างวิบุรุษ สิ่งที่สร้างความแตกต่างระหว่างนักขายทั่วไปกับนักขายมืออาชีพคือความสามารถในการแก้ปัญหา ถึงแม้ว่าสินค้าของคุณจะไม่ดีจริงๆ แกรมมีคู่แข่งมารอเสียบ แต่ถ้าคุณลงมือแก้ปัญหาอย่างสุดความสามารถ มีอาชีพ ลูกค้าจะจำคุณได้เพราะคุณเป็นที่พึ่งให้เขาได้ คุณจะเข้าไปนั่งในใจลูกค้าในฐานะ “เชลล์ที่ปรึกษามืออาชีพ” ทันที และสิ่งนั้นจะติดตัวคุณไปตลอด คุณย้ายบริษัทฯ ไปอยู่กับคู่แข่งหรือขายอย่างอื่น ว่าลูกค้าคนนี้จะซื้อคุณแน่นอน เพราะเค้าให้ความไว้วางใจแล้ว

5. สร้างระบบป้องกันปัญหาให้ลูกค้าล่วงหน้า คำที่ว่า “กันไว้ดีกว่าแก้” เป็นวลีอมตะเสมอ คุณควรลองออกแบบระบบป้องกันปัญหาต่างๆ ล่วงหน้า (Proactive) ทำทุกอย่างให้เป็นตารางสม่ำเสมอ เช่นมีระบบโทรสอบถามการใช้งานของลูกค้าทุกๆ เดือน ระบบส่งทีมช่างตรวจเช็คสินค้าและบริการเข้าหน้างานฟรีทุกเดือนและมีรายงานสุขภาพของสินค้าและบริการเป็นเช็คลิสต์ เป็นต้น

6. ผู้ดูแลหลังการขาย ง่ายที่สุดก็คือตัวนักขายเองนี่แหละครับที่ เป็นผู้ดูแลวางแผนเข้าพบลูกค้าหลังการขายทุกครั้งถึงแม้ว่าสินค้าจะไม่มีปัญหาเลยก็ตาม มองให้ไกลกว่านั้นคือคุณจะได้บริหารความสัมพันธ์และทำให้รู้คำรู้สึกว่าคุณไม่หายหัวไปไหนแน่นอนครับ คู่แข่งจะเข้ามาแทรกคุณยากมากๆ โอกาสขายเพิ่มก็เยอะมากๆ เพราะเขาไว้วางใจและพร้อมเปิดใจสิ่งใหม่ๆ จากคุณ เรื่องนี้ใช้เวลาไม่มาก แทบไม่ต้องลงทุนอะไรนอกจากเวลา แต่ได้ใจลูกค้าที่สุดแล้วครับบริการหลังการขายเป็นเรื่องใกล้ตัวและเรามักพูดถึงเรื่องนี้อยู่เป็นประจำครับ สังเกตว่าแม้แต่ตัวเราเองเวลาจะซื้ออะไร บางทีเลือกซื้อแบรนด์ดังเพราะเชื่อมั่นคุณภาพของสินค้าและบริการหลังการขาย แบรนด์ไม่ดังก็สามารถดังได้ถ้าทำให้ลูกค้า “Trust” ในตัวสินค้าและบริการให้ได้ ตัวนักขายเองก็เช่นกัน ถ้าคุณเป็นนักขายและผู้ดูแลหลังการขายที่ขยันเยี่ยม จะมีแต่ลูกค้าที่วิ่งเข้ามาซื้อคุณเองเลยก็เป็นได้ (พรพัฒน์ วัฒนนิมขจร, 2565)

3.4.5 การบริการหลังการขายที่น่าจดจำ

เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าและบริการไปแล้ว ใจว่าภารกิจการขายจะสิ้นสุดลง เพราะเราไม่ได้ต้องการขายของเพียงแค่ครั้งเดียวแล้วจบกันไป จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการบริการหลังการขายที่ดี เพื่อให้ลูกค้าจดจำและเกิดการซื้อซ้ำในครั้งต่อไป

การที่ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอีกครั้งและยังพบกับพนักงานบริการลูกค้าคนเดิมที่คุ้นเคยกัน จะเกิดความรู้สึกที่เป็นกันเอง และไม่ลังเลใจที่จะซื้อสินค้าตัวใหม่ๆ ที่เราแนะนำ ส่วนบริษัทที่ไม่เคยติดต่อลูกค้าอีกเลยหลังการขาย อาจเสียฐานข้อมูลลูกค้าไปได้โดยง่าย เพราะหากเนิ่นนานไปอาจ

ติดต่อลูกค้าไม่ได้อีก เนื่องจากไม่มีการอัปเดตข้อมูลลูกค้าเป็นระยะ ในที่สุดเราก็จะค่อยๆ เลื่อนหายไปจากใจของลูกค้าแล้วจะมีวิธีการอย่างไรให้ลูกค้าจดจำเราได้อย่างแม่นยำ

ขั้นตอนวิธีการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้า ดังนี้

1. หลังการขายหรือให้บริการ ส่งอีเมลไปขอบคุณลูกค้าเสียหน่อย ทำให้ลูกค้าประหลาดใจ และจะจดจำเราไปได้อีกนานเลยเชียว

2. ส่งของขวัญเล็กๆ น้อยๆ ไปให้ลูกค้าใหม่ แทนคำขอบคุณที่เขาให้ความไว้วางใจเลือกซื้อสินค้าและบริการจากเรา สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าที่ใช้บริการเป็นครั้งแรก จะได้กลับมาซื้อสินค้าและใช้บริการกับเราอีก

3. ส่ง E-newsletter อัปเดตข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าทราบความเป็นไปของบริษัท ผ่านกิจกรรมของบริษัท ตลอดจนรู้จักสินค้าใหม่ๆ ของบริษัทด้วย

4. โทรศัพท์หาลูกค้าทุกๆ 6 เดือน เพียงเพื่อบอกว่าเรายังนึกถึงเขาเสมอ และเพื่อไม่ให้ขาดการติดต่อกันเป็นเวลานาน ซึ่งลูกค้าอาจย้ายที่อยู่ เปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ไปได้ การที่เรายังติดต่อลูกค้าอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้เรารักษาฐานข้อมูลลูกค้าไว้ได้

5. ส่งการ์ดให้ลูกค้าตามโอกาสและเทศกาลต่างๆ เช่น วันเกิด วันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น และจะดียิ่งขึ้นถ้าเราแปะรูปตัวเองไปกับการ์ดนั้นด้วย ลูกค้าจะได้จำเราได้ขึ้นใจ

6. ส่งของขวัญเล็กๆ น้อยๆ ที่เป็นสัญลักษณ์แห่งความซาบซึ้งใจที่เรามีต่อลูกค้าชั้นดีในโอกาสและเทศกาลสำคัญ

7. ถ้ามีโอกาส ควรกล่าวถึงธุรกิจ สินค้าและบริการของเราด้วย แต่อย่าให้ดูเป็นการขายของจนน่าเกลียดเกินไปล่ะ

การให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพที่น่าจดจำ การทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจลูกค้าจะไม่มีวันหนีหายไปไหน เพราะเราได้ใจลูกค้า

3.4.6 “Lifetime Warranty” แนวโน้มกลยุทธ์การบริการหลังการขายที่สำคัญที่สุดในธุรกิจการให้บริการ

สำหรับในธุรกิจบริการแล้ว ภาษากายกับภาษาพูด ของพนักงานคือ ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งยวด เพราะว่า ธุรกิจบริการและธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้า ต้องมีพนักงานที่เป็นผู้ให้ข้อมูล ให้คำแนะนำ ตอบคำถาม และดูแลลูกค้า

ถ้าหากพนักงานคนใดคนหนึ่งขององค์กรให้บริการดูแลลูกค้าไม่ดีแล้ว ย่อมจะส่งผลให้แก่องค์กร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการที่ลูกค้ายกเลิกการใช้บริการ ลูกค้าไม่มาใช้บริการอีก ลูกค้าไปบอกเพื่อนว่าอย่ามาใช้บริการ หรือแม้กระทั่งลูกค้าโพสต์ในสื่อโซเชียล มีเดีย ต่อว่าองค์กรเราให้ผู้คนรับรู้ รับทราบ และอาจลุกลามไปถึงสื่อต่างๆ เอาไปขยายผลต่อก็สามารถเป็นไปได้

การบริการในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่ระหว่างการขายเท่านั้น แต่ยังเหมารวมถึงการบริการหลังการขาย ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างคุณค่าของแบรนด์ในระยะยาว และกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำ กลไกการบริการหลังการขาย แบบครบวงจร ทำให้ลูกค้าเกิดความผูกพันระยะยาว เพราะเป็นสินค้าที่ลูกค้าซื้อแล้วสามารถแจ้งซ่อมสอบถามข้อมูลหรือแม้กระทั่งเรียกช่างมาแก้ไขได้ตลอดการใช้งาน (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศลกุล, 2560)

3.4.7 ระบบแจ้งเตือนผ่านทาง LINE notify (ไลน์ โนทีไฟ)

LINE (ไลน์) หรือ Application LINE (แอปพลิเคชัน ไลน์) เริ่มเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการประกอบธุรกิจ เช่น บริษัท ร้านค้า เว็บไซต์ และอื่นๆ นอกจากไลน์เป็นแอปพลิเคชันให้บริการ Messaging Voice รูปภาพ และวิดีโอแล้ว ไลน์ยังเป็นช่องทางหนึ่งในการให้ลูกค้าติดต่อเข้ามา ซึ่งจุดเด่นของ LINE (ไลน์) คือการเพิ่มเพื่อนที่สะดวกมาก โดย ไลน์ มีช่องทางเพิ่มเพื่อน 2 ช่องทาง 1.การเพิ่มเพื่อนด้วย LINE ID , 2.การเพิ่มเพื่อนด้วย LINE QR Code เพียงผู้ใช้สแกน QR Code ของผู้ประกอบการก็สามารถเพิ่มเพื่อนกันได้แล้ว เป็นระบบ CRM เพื่อซัพพอร์ตผู้ใช้งาน หรือลูกค้าได้



ภาพที่ 3.3 ระบบแจ้งเตือนผ่านทางไลน์ Line notify ไลน์โนทีไฟ

ที่มา : <https://notify-bot.line.me/th/>

LINE Notify (ไลน์ โนทีไฟ) กับระบบ CRM ซีอาร์เอ็ม คือการเชื่อมต่อแอปพลิเคชันไลน์เข้ากับระบบ หรือเว็บบอร์ด เว็บไซต์ E-commerce (อีคอมเมิร์ซ) ข้อมูลของ LINE (ไลน์) จะเชื่อมต่อกับ Account (แอคเคาท์) ของเว็บไซต์ เมื่อเว็บไซต์ หรือเว็บบอร์ดมีการตอบกระทู้ อัปเดตข่าวสาร และตอบคำถามต่างๆ ระบบจะทำการแจ้งเตือนไปยังไลน์ของผู้ใช้งาน ผู้ใช้สามารถรับรู้ข่าวสารจากเว็บบอร์ด ได้จากการแจ้งเตือนผ่านช่องทางไลน์ ซึ่งการทำงานของระบบ LINE Notify (ไลน์ โนทีไฟ) กรณีเป็นเว็บบอร์ดซอฟต์แวร์ ผู้ใช้จำเป็นต้องเป็นมี Account (แอคเคาท์) ของเว็บบอร์ด โดยทางเว็บบอร์ดจะมีช่องทางในการเพิ่มเพื่อนด้วยไลน์ เมื่อเพิ่มเพื่อนแล้วระบบจะแจ้ง Code (รหัสยืนยันตัวตน) ผ่านแชทไลน์ และนำโค้ดมาใส่ที่เว็บบอร์ด ก็สามารถรับการแจ้งเตือนจากเว็บบอร์ดผ่านช่องทางไลน์

ข้อดีของ LINE Notify ไลน์ โนทีไฟ

1. สามารถรับรู้ของเว็บ ผ่านการแจ้งเตือนทางไลน์
2. เพิ่มความสะดวกให้กับผู้ใช้งานและลูกค้าได้เป็นอย่างดี
3. ผู้ใช้สามารถรับรู้และตอบคำถามได้ทุกสถานที่

บริการหลังการขาย มีรายละเอียด ดังนี้

การสร้างธุรกิจในยุคปัจจุบันให้เจริญเติบโตก้าวหน้าและประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องมีสินค้าคุณภาพดีอาจมีสิ่งอื่นมาเป็นปัจจัยร่วมในการตัดสินใจซื้อด้วย ซึ่งในแต่ละร้านค้าหรือธุรกิจจะมีกลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจให้ประสบความสำเร็จแตกต่างกันออกไป ทั้งยังการแข่งขันกันอย่างดุเดือด ทำให้การมีลูกค้าประจำกลับมาซื้อแล้วซื้ออีกนั้นอาจเป็นเรื่องยากแต่มีใช้สิ่งที่เกิดขึ้นไม่ได้

การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าสามารถเกิดขึ้นได้หลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพของสินค้าความสวยงามของสินค้าและบริการ รวมทั้งการบริการ โดยเฉพาะธุรกิจด้านการบริการต่างๆ อาทิ โรงแรม ร้านอาหาร ฯลฯ จำเป็นต้องดูแลเอาใจใส่ลูกค้าให้มากหรือตามมาตรฐานที่พึงมี หากมีความผิดพลาดหรือให้บริการไม่ดีเพียงนิดก็อาจเสียลูกค้าไปได้โดยง่าย

‘การบริการ’ ที่กล่าวถึงนี้ มิใช่เพียงการบริการระหว่างการขายเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการบริการหลังการขายด้วย ซึ่งการบริการหลังการขาย เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่คนทำธุรกิจควรมี เพราะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ว่าหากเกิดปัญหาหลังจากซื้อสินค้าไปแล้ว จะได้รับการช่วยเหลือและดูแลจากผู้ขายอย่างแน่นอน ทั้งยังเป็นสิ่งที่จะช่วยสร้างความผูกพันกับให้ร้านค้าหรือธุรกิจ และกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมกรซื้อซ้ำ พร้อมทั้งสร้างความผูกพันระหว่างลูกค้าและธุรกิจได้ในระยะยาว และสร้างโอกาสเพิ่มลูกค้าใหม่ จากการแนะนำบอกต่ออีกด้วยนั้น

รูปแบบขั้นตอน 5 วิธี การบริการหลังการขายที่ดีกับลูกค้า

1. **บริการด้วยความจริงใจ พุดคุยด้วยความสุภาพและเป็นกันเอง** การสื่อสารเป็นวิธีการสำคัญที่ส่งผลในการตัดสินใจของลูกค้าค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุยต่อหน้าหรือแบบไม่เห็นหน้าผ่านช่องทางออนไลน์ในต่างๆ การพูดคุยจึงควรใช้ถ้อยคำที่สุภาพ น่ารัก และเป็นกันเองกับลูกค้าเพื่อไม่ให้เกิดความตึงเครียดจนเกินไป ไม่ใช่ลูกค้าทุกคนจะเข้าใจง่ายไปเสียหมด บ่อยครั้งที่ลูกค้ามีคำถามมากมายพร้อมทั้งน้ำเสียงที่ทำให้เรารู้สึกไม่ดีส่วนนี้เป็นสิ่งที่เราควรระวังทั้งในการใช้คำพูดและน้ำเสียงตอบกลับให้มาก ไม่เช่นนั้นลูกค้าอาจตัดสินใจไม่ซื้อสินค้าจากเราก็ได้ด้านการตอบคำถามออนไลน์ก็เช่นกัน แม้ว่าจะไม่เห็นสีหน้าระหว่างการพูดคุย แต่การเลือกใช้คำเป็นสิ่งที่ต้องระวังเช่นกันหากเลือกใช้คำที่อาจดูไม่ดี อาจเป็นการสร้างประสบการณ์ด้านลบให้กับลูกค้าไปได้ง่ายๆ

2. **การเข้าถึงง่ายและความรวดเร็วในการให้บริการ** เมื่อลูกค้ามีคำถามหรือมีปัญหาที่ต้องการสอบถาม แต่มีช่องทางการติดต่อที่จำกัด ทำให้การติดต่อกับร้านค้านั้นกลายเป็นเรื่องยากลำบาก อีกทั้งการปล่อยให้ลูกค้าต้องรอคำตอบนานๆ โดยไม่มีจุดหมาย อาจทำให้เขารู้สึกเสียเวลาและอาจเข้าใจไปได้ว่าร้านค้าไม่พร้อมที่จะบริการก็อาจเป็นไปได้ ดังนั้นการมีช่องทางการติดต่อที่หลากหลายมากขึ้น จะทำให้ลูกค้าเข้าถึงเราได้ง่ายและมากขึ้น และเป็นการกระจายลูกค้าเพื่อเลี่ยงการตกหล่นในการให้บริการ อีกทั้งควรมีความรวดเร็วในการตอบกลับลูกค้าให้มากที่สุดเพื่อรักษาลูกค้าเอาไว้

3. **เปลี่ยนสินค้าได้ทันที เมื่อสินค้าชำรุด-เสียหาย** วิธีการนี้ เป็นวิธีที่สามารถซื้อใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี เพราะการให้สิทธิ์ลูกค้านำสินค้ามาเปลี่ยนเมื่อพบปัญหาถือเป็นการรับประกันคุณภาพสินค้าไปแล้วส่วนหนึ่ง แต่หากเกิดปัญหาการใช้งานจริง ร้านค้าก็ยอมรับการเปลี่ยน/คืนสินค้าได้ทันทีภายใต้เงื่อนไขนั้นๆ เพื่อเป็นการแสดงความรับผิดชอบและขอโทษกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ยังสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้ในระยะยาว

4. **จัดส่งสินค้าให้รวดเร็วและตรงเวลา** ความรวดเร็วเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ลูกค้าต้องการ ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการตอบคำถาม การแก้ไขปัญหา หรือการจัดส่งสินค้า โดยเฉพาะร้านค้าออนไลน์ ที่ต้องทำการจัดส่งสินค้าตามรายการคำสั่งซื้อที่มีเข้ามาทุกวัน ซึ่งในบางครั้งการรอให้ถึงรอบวันจัดส่ง อาจไม่ตอบโจทย์ของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความกังวลว่าจะไม่ได้รับสินค้า และได้ทำการชำระค่าสินค้าเรียบร้อยแล้วทำให้ร้านค้าอาจดูไม่น่าเชื่อถือน้อยลง และไม่น่าซื้อสินค้าในทันที ดังนั้นร้านค้าควรระบุรอบวันจัดส่งสินค้าให้ชัดเจน และควรเพิ่มรอบการจัดส่งให้มากขึ้น เพื่อความรวดเร็วและความสบายใจของลูกค้า รวมไปถึงสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อให้เกิดพฤติกรรมมารซื้อซ้ำได้ในอนาคต

5. **ส่งการ์ดขอบคุณหรือของขวัญสมนาคุณ** เพราะการบริการในบางครั้งก็ยังไม่พอ ลองส่งการ์ดหรือของขวัญเล็กๆ น้อยๆ ให้ลูกค้า ตามโอกาสและเทศกาลต่างๆ เช่น วันเกิดวันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น แทนคำขอบคุณที่ให้ความไว้วางใจเลือกซื้อสินค้า และบริการแบบนี้ทำให้ลูกค้ารู้สึกผูกพันกับร้านค้าของเรามากขึ้นด้วยนั้น

จากรูปแบบขั้นตอน 5 วิธี การให้บริการลูกค้าที่ดีนั้น ที่ได้กล่าวมาเป็นสิ่งที่ร้านค้าหรือธุรกิจควรมี ไม่ว่าจะป็นร้านค้าออนไลน์หรือร้านค้าที่มีหน้าร้านขายทั่วไปก็ตามสิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างความผูกพันและพฤติกรรมการซื้อซ้ำ ส่งผลให้ธุรกิจมีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้นอย่างไรก็ตามเราต้องรักษาระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้าและการให้บริการของเราให้ดีเสียก่อนรับรองว่าสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นนี้จะช่วยให้ลูกค้าอยู่กับคุณไปได้ยาวนานแน่นอน บริการหลังการขายจะสร้างประสบการณ์ที่ดี และพิชิตใจลูกค้าได้ในที่สุด

3.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชนภัทร บุศราทิส (2559) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการสื่อสารเนื้อหาโปรแกรมลูกค้าสัมพันธ์ผ่านสื่อ Chatbot ต่อระดับการมีส่วนร่วมของลูกค้า ได้ผลการวิจัยว่า การสื่อสารเนื้อหาโปรแกรมลูกค้าสัมพันธ์ในเรื่องการสนับสนุน ลูกค้า (customer support) และการร้องเรียนของลูกค้า (customer complaint) ผ่านสื่อ Chatbot มีอิทธิพลต่อระดับการมีส่วนร่วมของลูกค้าที่สูงขึ้น

นิสา จันทร์หอม และคณะ (2558) อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการหลังการขายต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าธุรกิจนำเข้าเครื่องมือแพทย์ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนา การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (Model) กับความสัมพันธ์เชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการบริการหลังการขายต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจของลูกค้า และความจงรักภักดีของลูกค้า ธุรกิจนำเข้าเครื่องมือแพทย์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเพื่อเป็นการวิจัยเชิงประจักษ์ โดยเครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากลูกค้า 450 คน ใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูล คือการแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ และการหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดล (Model) จากสมการโครงสร้าง โดยผลการวิจัยพบว่า โมเดล (Model) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีค่าไคแอสควร์ (χ^2) เท่ากับ 422.15 ค่าองศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 573 ค่าความน่าจะเป็น (p-value) มีค่าเท่ากับ 1.000 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 0.736 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.959 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.929 และค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งผลการวิจัยยังพบว่า (1) คุณภาพการให้บริการ หลังการขายในมิติสิ่งที่สัมผัสได้ มีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้า (2) คุณภาพการให้บริการหลังการขายในมิติ

ความเชื่อถือ และไว้วางใจมีอิทธิพลบวกต่อความไว้นื้อเชื่อใจของลูกค้า (3) คุณภาพการให้บริการของลูกค้า

ชวลิต สัมปทาณรักษ์ (2548) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ ซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สอดคล้องกับงานวิจัยของณัญญา ศิริภัทร์ธาดา (2549) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า ผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ซื้อสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง ซึ่งจะขัดแย้งแตกต่างกับงานวิจัยของยุพเรศ พิริยพลพงษ์ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้โมบายแอปพลิเคชันซื้อสินค้าผ่านทางสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร นั้น พบว่าเพศชายและเพศหญิง มีระดับการตัดสินใจในการใช้งานโมบายแอปพลิเคชันส่งซื้อสินค้าจำนวน 14 ออนไลน์ (Online) ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจะไม่แตกต่างกัน

แสงสิทธิ พัฒน โสภณ (2549) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง จากบริษัท ทีโอที (TOT) จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร โดยในการศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที (TOT) จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่มาใช้บริการกับทางศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีโอที (TOT) จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยมีความพึงพอใจด้านสถานที่บริการมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้าน 29 พนักงานผู้ให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบริการ และด้านราคา ค่าบริการตามลำดับ ในส่วนของปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการ พบว่า มี 3 ด้าน คือ 1) ด้านบริการ 2) ด้านราคาค่าบริการ และ 3) ด้านการส่งเสริมการตลาด

ณัฐปรีญา ทัทมาลี (2551) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พบว่าผู้บริโภคส่วนมากให้ความสำคัญในเรื่องของการติดตามสอบถามหลังการขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ranganathan และ Ganapathy (2002) ที่ได้กล่าวถึงความแตกต่างของร้านค้าปลีกแบบเดิมกับร้านค้าออนไลน์ โดยพบว่า ช่องทางการติดต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าของร้านออนไลน์ (Online) นั้นเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากจะทำให้ร้านค้าออนไลน์ (Online) มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น และทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในการให้บริการจากการที่ลูกค้าสามารถสอบถามผ่านทางช่องทางหน้าเว็บไซต์ หรืออีเมลได้

นพวรรณ มีสมบูรณ์ (2552) ศึกษาปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและให้บริการผ่านทางตลาดออนไลน์ (Online) บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากกรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยระบุว่าช่องทางทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยการศึกษาเชิงประจักษ์ของความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในการค้าทางอินเทอร์เน็ตของทิววรรณ จันทร์เชื้อ (2553) พบว่าคำสัญญาในการส่งสินค้าจากเว็บไซต์จะมีผลต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เนื่องจากการช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า สามารถทำการได้ทุกที่ทุกเวลา และทราบระยะเวลาจัดส่งสินค้าที่แน่นอน

ณพวุฒิ (2561) ศึกษาเรื่องอุปกรณ์แจ้งเตือนอัตโนมัติผ่าน LINE, SMS และ E-Mail จากการศึกษาทดลอง พบว่า ระบบสามารถส่งข้อมูลแจ้งเตือนไปยังกลุ่มผู้รับปลายทางได้ครบถ้วนทั้ง 3 ช่องทางที่ตั้งไว้ โดยพบว่า การส่งผ่าน LINE มีความรวดเร็วที่สุด ผู้พัฒนาจึงตัดสินใจเลือกเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology) ทำงานร่วมกับเทคนิค Line notify API เนื่องจากเป็นช่องทางสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมในการสื่อสารสารสนเทศองค์กร โดยการประยุกต์รูปแบบการทำงานที่เน้นการแจ้งเตือน ให้ลดเวลาในการเข้าถึงข้อมูล ด้วยการสื่อสารข้อมูลสารสนเทศเชิงรุกแก่องค์กรใน สถานการณ์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต



บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

จากการไปปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ณ บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สาขาสุโขทัย ได้จัดทำโครงการ เรื่อง ระบบรับแจ้งเหตุข้อร้องเรียนอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์นोटติฟายด์ในแอปพลิเคชันไลน์ โดยมีผลการปฏิบัติงาน ดังนี้

- 4.1 การเตรียมการและการวางแผนโครงการ
- 4.2 ขั้นตอนวิธีการดำเนินการเชื่อมต่อ LINE notify กับ Google form จากเว็บไซต์
- 4.3 สรุปผลการดำเนินงาน ผ่าน LINE Notify
- 4.4 ผลการใช้งาน LINE Notify
- 4.5 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านทรู

4.1 การเตรียมการและการวางแผนโครงการ

4.1.1 ขั้นตอนของโครงการจากการไปปฏิบัติงานการขายและการบริการหลังการขาย ดังนี้

- การแสวงหาลูกค้า และการกลั่นกรองกรองคุณสมบัติของลูกค้า
- การเตรียมตัวก่อนการเข้าพบ และการเข้าพบลูกค้า
- การเสนอขาย การสาธิต และการปิดการขาย
- การติดตามผลและการให้บริการหลังการขาย

การบริการลูกค้ามีอยู่ 3 ขั้นตอน การบริการที่ดี service mind คือการเตรียมการบริการ ระหว่างบริการ และหลังบริการ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ดังนี้

1. ขั้นตอนการเตรียมการบริการ พนักงานที่มีหน้าที่ให้บริการลูกค้า เตรียมตัวมาอย่างดีเมื่อไปอยู่หน้างาน จะเป็นตัวหลักที่ทำให้ลูกค้าพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ แต่เป้าหมายคือการทำให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด ดังนั้นเราจึงต้องมาเตรียมการที่คนให้บริการ โดยเน้นในเรื่องของทัศนคติซึ่งเป็นหัวใจของการให้บริการ

2. ขั้นตอนระหว่างการให้บริการที่ดี service mind ขั้นตอนนี้พบกับลูกค้าหน้าต่อหน้า หรือคุยกันทางโทรศัพท์ก็ตาม จึงมีความสำคัญมากที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจ

3. ขั้นตอนการบริการหลังการขาย ในขั้นตอนนี้มีหลากหลายวิธีที่จะทำให้ลูกค้าจดจำและเกิดความประทับใจ

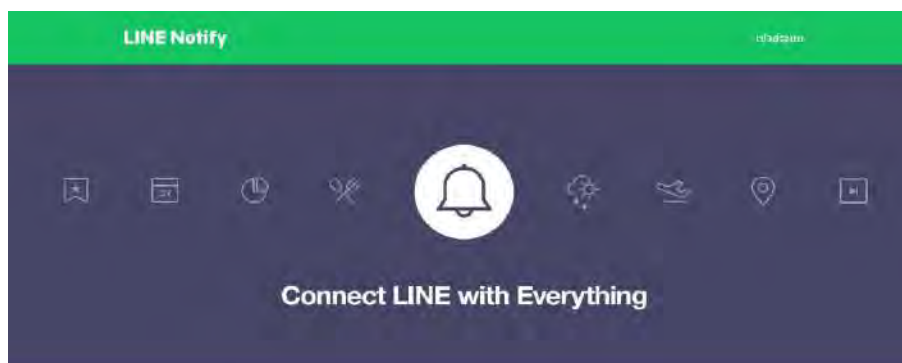
จาก 3 ขั้นตอนของการให้บริการที่ดี service mind ลูกค้าใช้บริการสินค้าและบริการแล้วลูกค้าอาจพบข้อบกพร่องในภายหลัง และร้องเรียนเรื่องสินค้าและบริการเข้ามา เมื่อได้รับข้อร้องเรียน ต้องทำการแก้ไขและเจรจาปัญหาดังกล่าวให้คลายความสงสัยทันที

4.2 ขั้นตอนวิธีการดำเนินการเชื่อมต่อ LINE notify กับ Google form จากเว็บไซต์

(<https://adamblog.co/google-form-line-notify/>)

4.2.1 ขั้นตอนการเชื่อมต่อ LINE notify กับ Google form

ขั้นตอนที่ 1 ไปที่ <https://notify-bot.line.me/th/>



รับการแจ้งเตือนจากเว็บเซอร์วิสทาง LINE

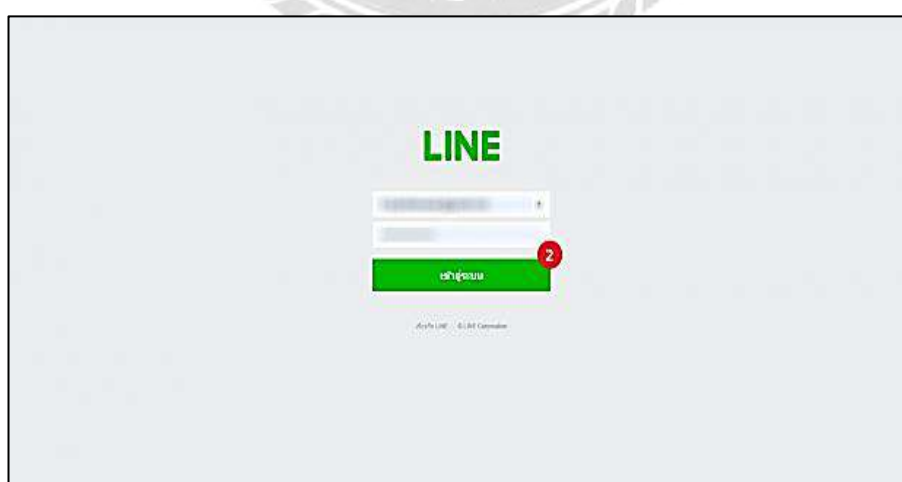
หลังเสร็จสิ้นการเชื่อมต่อกับเว็บเซอร์วิสแล้ว คุณจะได้รับการแจ้งเตือนจากนักพัฒนาทาง "LINE Notify" ซึ่งให้บริการโดย LINE
คุณจะสามารถเชื่อมต่อกับบริการที่หลากหลาย และรับการแจ้งเตือนทางคุณได้แล้ว

ภาพที่ 4.1 หน้าต่างแสดงหน้าเว็บ LINE Notify

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 2 เลือกกดเข้าสู่ระบบ แล้วกรอกข้อมูล

<https://www.makewebeasy.com/th/blog/manual/ระบบแจ้งเตือน-line-notify/>



ภาพที่ 4.2 หน้าต่างแสดงการกรอกข้อมูลเพื่อทำการล็อกอินเข้าสู่ระบบ LINE

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 3 เมื่อทำการล็อกอินแล้วจะได้หน้าต่างนี้เพื่อเชื่อมต่อระบบ Line Notify กับระบบ Line ของผู้ใช้งาน จากนั้นเลือกคำสั่ง หน้าของฉัน (My page)

<https://www.makewebeasy.com/th/blog/manual/ระบบแจ้งเตือน-line-notify/>

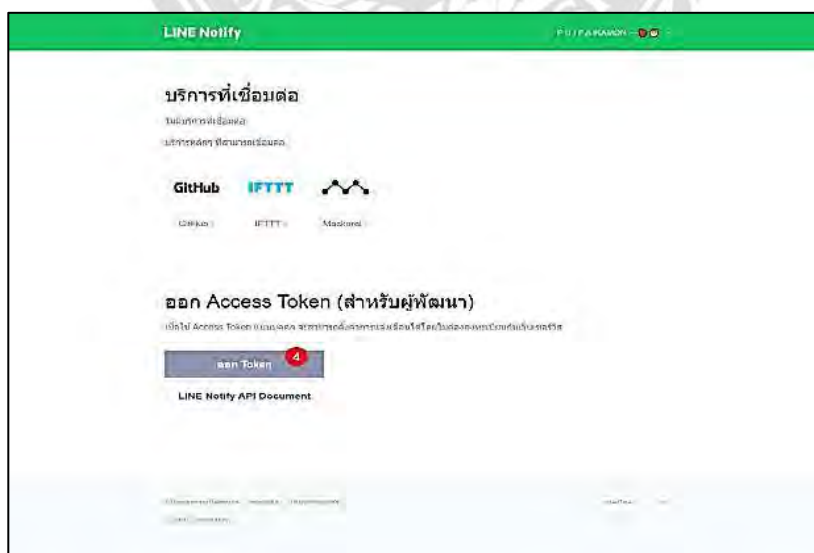


ภาพที่ 4.3 แสดงการเลือกหน้าของฉันเพื่อทำการออก Token

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 4 เลือก ออก Token

<https://www.makewebeasy.com/th/blog/manual/ระบบแจ้งเตือน-line-notify/>



ภาพที่ 4.4 หน้าต่างแสดงหน้าต่าง ออก Token

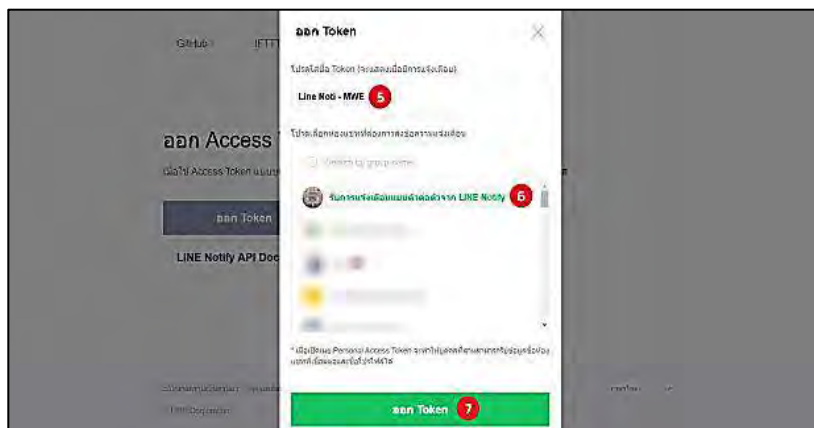
ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 5 กำหนดชื่อ Token เวลาแสดงแจ้งเตือน

ขั้นตอนที่ 6 เลือกแชทที่ต้องการส่งข้อความแจ้งเตือน แล้วเลือกแบบส่วนตัวหรือกลุ่มแชท ในกรณีที่มีการจัดการหลายคน ก็ให้เลือกการกลุ่มแชท เมื่อเลือกกลุ่มแชทและออก Token แล้วให้ดึง Line Notify เข้ากลุ่ม

ขั้นตอนที่ 7 เลือกออก Token

<https://www.makewebeasy.com/th/blog/manual/ระบบแจ้งเตือน-line-notify/>

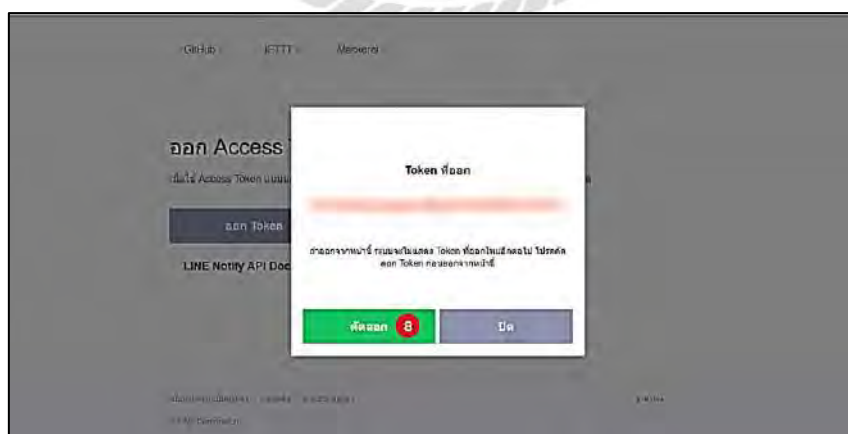


รูปภาพที่ 4.5 หน้าต่างแสดงขั้นตอนการกำหนดการออก Line Token

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 8 กดคัดลอก Token เพื่อนำไปเชื่อมต่อกับ Google Form

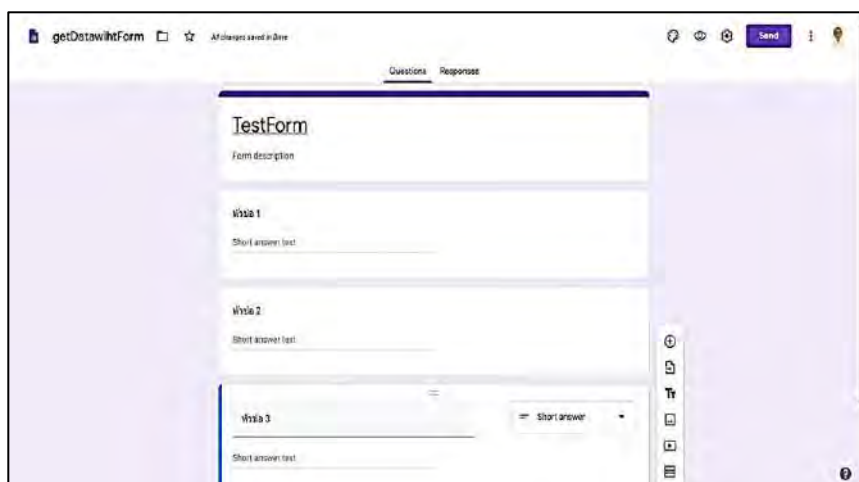
<https://www.makewebeasy.com/th/blog/manual/ระบบแจ้งเตือน-line-notify/>



ภาพที่ 4.6 รูปภาพแสดงหน้าต่างเมื่อกดออก Line Token

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 9 สร้างแบบฟอร์มด้วย Google Form ให้ผู้ใช้งานกรอก โดยแบบฟอร์มนี้จะต้องตั้งค่าให้บันทึกข้อมูลไว้ที่ Google Sheet (<https://adamblog.co/google-form-line-notify/>)



รูปภาพที่ 4.7 หน้าต่างแสดง การสร้างแบบฟอร์มใน Google Form

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 10 กด Preview ดูฟอร์ม แล้วทดลองกรอกข้อมูล
<https://adamblog.co/google-form-line-notify/>

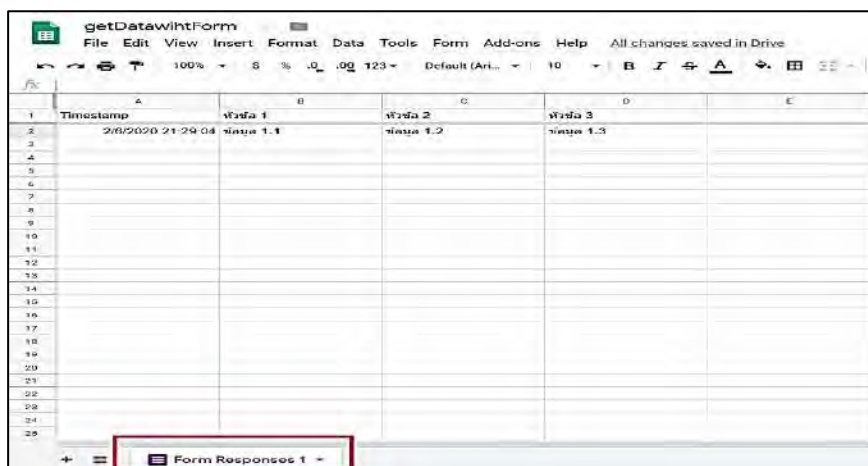


ภาพที่ 4.8 ข้อมูลแบบฟอร์มที่บันทึกไว้

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 11 กด Submit แล้วข้อมูลมาอยู่ Google Sheet ที่ตั้งไว้ จากนั้นหา Google Sheet ID และชื่อ Sheet ที่จะทำการอ่านข้อมูล โดย Google Sheet ID จะอยู่ที่ช่อง URL แบบนี้ ให้ทำการ Copy มาไว้พร้อมกับชื่อ Sheet ในที่นี้ตั้งไว้เป็น Form Responses 1

<https://adamblog.co/google-form-line-notify/>

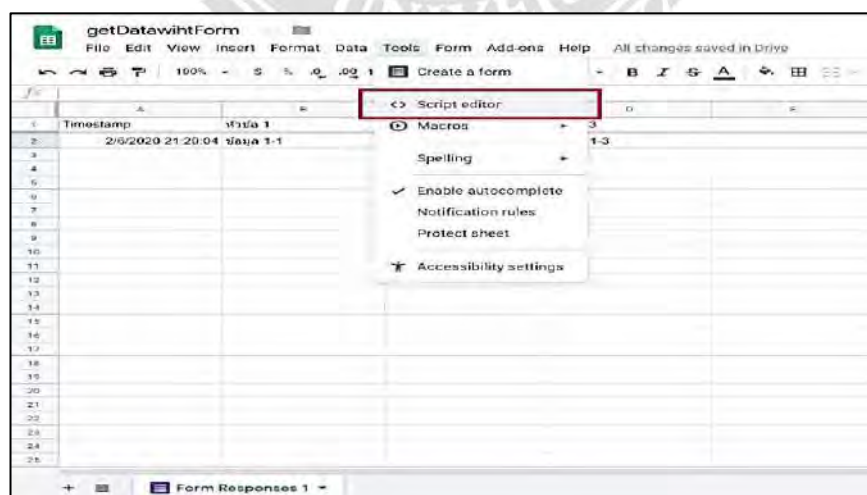


ภาพที่ 4.9 แสดงข้อมูลใน Google Sheet ที่ตั้งไว้

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 12 เขียน Script เพื่อส่งข้อมูลไปที่ LINE Notify โดยกำหนดให้ข้อความที่ส่งไปนั้นคือคอลัมน์ B, C และ D เริ่มจากไปที่เมนู Tools -> Script editor

<https://adamblog.co/google-form-line-notify/>



ภาพที่ 4.10 การเขียน Script

ที่มา : ผู้จัดทำ


ขั้นตอนที่ 13 กำหนด Code ตามตัวอย่างด้านล่าง แล้วนำ GOOGLE SHEET ID ที่ได้มา แทนลงในตัวแปร sheet ID ได้เลย และในบรรทัดที่ 6-7 เป็นการอ่านค่าของแถวสุดท้าย และคอลัมน์สุดท้ายที่มีข้อมูลเข้ามาล่าสุด แล้วทำการ Log ค่าทั้งสองมาดูในบรรทัดที่ 9-10 ว่าถูกต้องหรือไม่

<https://adamblog.co/google-form-line-notify/>

```

1 function getData() {
2 //get sheet
3 var sheetId = "Your Google Sheet ID";
4 var currentSheet = SpreadsheetApp.openById(sheetId).getSheetByName("Form Responses 1");
5
6 var lastRow = currentSheet.getLastRow();
7 var lastColumn = currentSheet.getLastColumn();
8
9 Logger.log("Last Row :" + lastRow);
10 Logger.log("Last Column :" + lastColumn);
11 }

```

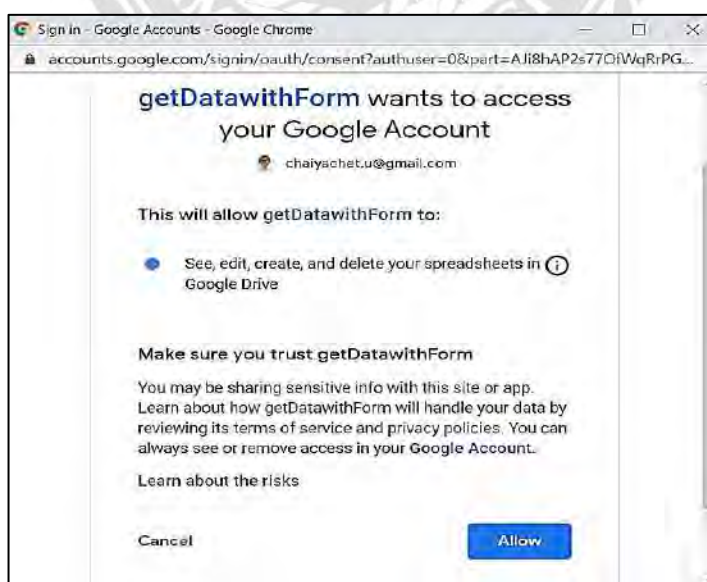
FormSheetNotify-1.gs hosted with  by GitHub view raw

ภาพที่ 4.11 การกำหนดโค้ด

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 14 ทำการกด Run Code และกด Allow

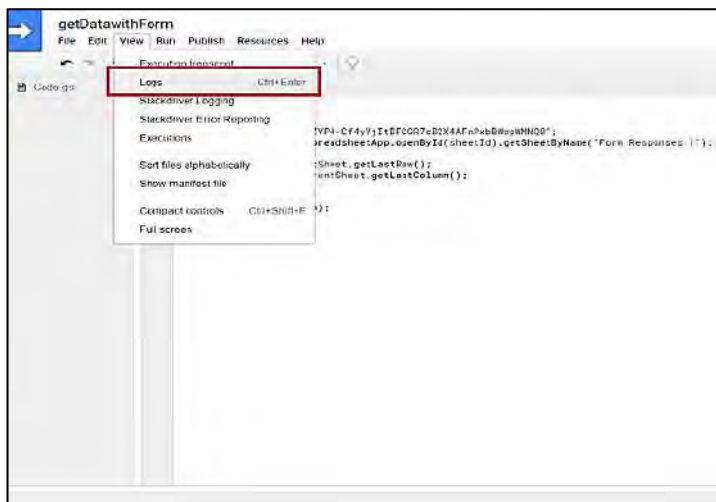
<https://adamblog.co/google-form-line-notify/>



ภาพที่ 4.12 แสดงหน้าต่างให้กด Allow

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 15 กดดู Log ที่เมนู View -> Logs เพื่อดูค่าของแถวสุดท้าย และคอลัมน์สุดท้าย ว่าตรงกับข้อมูลที่มีอยู่หรือไม่ (<https://adamblog.co/google-form-line-notify/>)



ภาพที่ 4.13 แสดงหน้าต่างให้กด Allow

ที่มา : ผู้จัดทำ

ค่าที่ Log แสดงออกมาตามรูป ก็จะได้ แถวสุดท้าย เท่ากับ 2 และคอลัมน์สุดท้าย เท่ากับ 4 ซึ่งก็ตรงตามข้อมูลที่ทดลองกรอกเข้ามาในข้อ 1 <https://adamblog.co/google-form-line-notify/>



ภาพที่ 4.14 แสดงค่า Log

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 16 เพิ่ม Code เพื่อกำหนดข้อความที่จะส่ง ไปยัง Line Notify

<https://adamblog.co/google-form-line-notify/>

```

1 var headerData = currentSheet.getRange("B1:D1").getValues()[0];
2 var lastRowData = currentSheet.getRange("B" + LastRow + ":D" + LastRow).getValues()[0];
3
4 Logger.log("Header :" + headerData);
5 Logger.log("Last Row Data :" + lastRowData);
6
7 //set message
8 var message = "";
9 for (i = 0; i < lastColumn - 1; i++) {
10   message += "\n" + headerData[i] + " : " + lastRowData[i];
11 }
12
13 Logger.log("Data Message :" + message);

```

FormSheetNotify-2.gs hosted with ♥ by GitHub view raw

ภาพที่ 4.15 แสดง Code โปรแกรม

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 17 ทดสอบ โดยการกด Run Script จะได้ Log แสดงค่าของข้อความตามภาพ
ด้านล่าง <https://adamblog.co/google-form-line-notify/>

Logs

```

[20-02-07 15:00:00:642 ICT] Last Row :3
[20-02-07 15:00:00:642 ICT] Last Column :4
[20-02-07 15:00:00:718 ICT] Header :หัวข้อ 1,หัวข้อ 2,หัวข้อ 3
[20-02-07 15:00:00:719 ICT] Last Row Data :ข้อมูล 2-1,ข้อมูล 2-2,ข้อมูล 2-3
[20-02-07 15:00:00:719 ICT] Data Message :
หัวข้อ 1 : ข้อมูล 2-1
หัวข้อ 2 : ข้อมูล 2-2
หัวข้อ 3 : ข้อมูล 2-3

```

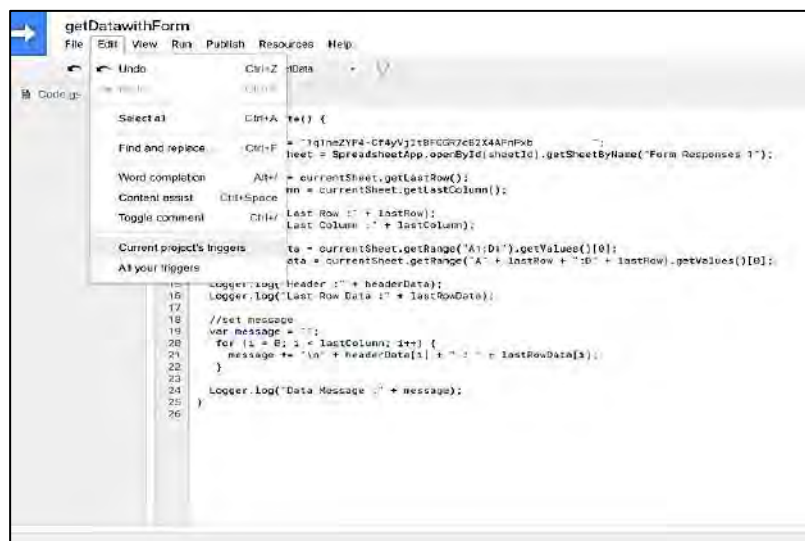
Stackdriver logs for other executions are available in the Apps Script Dashboard.

ภาพที่ 4.16 แสดง Log

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 18 ตั้งค่า Trigger ให้ Run Code แบบอัตโนมัติเมื่อผู้ใช้งานกด Submit แบบฟอร์ม
เริ่มจากไปที่ เมนู Edit -> Current's project triggers

<https://adamblog.co/google-form-line-notify/>



```

getDatawithForm
File Edit View Run Publish Resources Help
Code.gs
15
16
17
18
19 //set message
20 var message = "";
21 for (i = 0; i < lastColumn; i++) {
22   message += "\n" + headerData[i] + " : " + lastRowData[i];
23 }
24 Logger.log("Data Message : " + message);
25
26

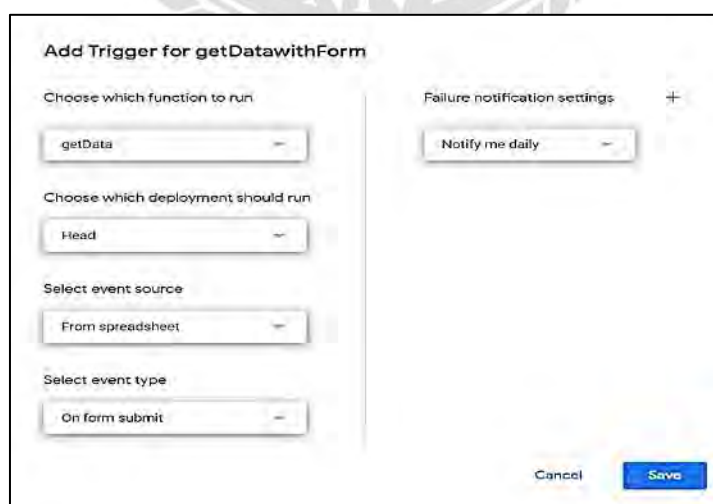
```

ภาพที่ 4.17 แสดงขั้นตอนการตั้งค่า Trigger(1)

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 19 ทำการ Add Trigger และตั้งค่าตามรูปด้านล่าง

<https://adamblog.co/google-form-line-notify/>



Add Trigger for getDatawithForm

Choose which function to run:

Choose which deployment should run:

Select event source:

Select event type:

Failure notification settings:

Cancel Save

รูปภาพที่ 4.18 แสดงขั้นตอนการตั้งค่า Trigger(2)

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 20 เขียน Script ให้ส่งข้อความที่ได้ไปที่ LINE Notify โดยเขียน Script function ในการนำข้อความในตัวแปร message ที่ได้ในขั้นตอนที่ 12 ส่งไปที่ LINE Notify จากนั้นใส่ Code ตามรูปภาพด้านล่างโดยจะต้องนำค่าที่ Access Token ที่ได้ในการสร้าง Notify ในขั้นตอนที่ 8 มาใส่

```

1 function sendMessage(message) {
2   var lineNotifyEndPoint = "https://notify-api.line.me/api/notify";
3   var accessToken = "Your Access Token";
4
5   var formData = {
6     "message": message
7   };
8
9   var options = {
10    "headers": {"Authorization": "Bearer " + accessToken},
11    "method": "post",
12    "payload": formData
13  };
14
15  try {
16    var response = UrIFetchApp.fetch(lineNotifyEndPoint, options);
17  }
18  catch (error) {
19    Logger.log(error.name + ": " + error.message);
20    return;
21  }
22
23  if (response.getResponseCode() !== 200) {
24    Logger.log("Sending message completed.");
25  }
26 }

```

ภาพที่ 4.19 แสดง Code ที่ใช้ในการเขียน Script ส่งข้อความไปที่ LINE Notify

ที่มา : ผู้จัดทำ

ขั้นตอนที่ 21 บรรทัดที่ 27 ทำการเพิ่ม Code เรียกใช้ function sendMessage() ลงใน Code ในขั้นตอนที่ 13 หลังจากนั้นทดลอง Run Script หากไม่มี error และข้อความในแถวสุดท้ายส่งแจ้งไปที่ LINE Notify จะได้ Code ตามรูปภาพด้านล่าง <https://adamblog.co/google-form-line-notify/>

```

1 function getData() {
2   //get sheet
3   var sheetId = "Your Google Sheet ID";
4   var currentSheet = SpreadsheetApp.openById(sheetId).getSheetByName("For
5
6   var lastRow = currentSheet.getLastRow();
7   var lastColumn = currentSheet.getLastColumn();
8
9   Logger.log("Last Row : " + lastRow);
10  Logger.log("Last Column : " + lastColumn);
11
12  var headerData = currentSheet.getRange("B1:D1").getValues()[0];
13  var lastRowData = currentSheet.getRange("B" + lastRow + ":D" + lastRow);
14  Logger.log("Header : " + headerData);
15  Logger.log("Last Row Data : " + lastRowData);
16
17  //set message
18  var message = "";
19  for (i = 0; i < lastColumn - 1; i++) {
20    message += "\n" + headerData[i] + " : " + lastRowData[i];
21  }
22
23  Logger.log("Data Message : " + message);
24
25  //set line notify
26  if (message !== "") {
27    sendMessage(message);
28  }
29 }
30
31
32 function sendMessage(message) {
33   var lineNotifyEndPoint = "https://notify-api.line.me/api/notify";
34   var accessToken = "Your Access Token";
35
36   var formData = {
37     "message": message
38   };
39
40   var options = {
41     "headers": {"Authorization": "Bearer " + accessToken},
42     "method": "post",
43     "payload": formData
44   };
45
46   try {
47     var response = UrIFetchApp.fetch(lineNotifyEndPoint, options);
48   }
49   catch (error) {
50     Logger.log(error.name + ": " + error.message);
51     return;
52   }
53
54   if (response.getResponseCode() !== 200) {
55     Logger.log("Sending message failed.");
56   }
57 }

```

ภาพที่ 4.20 แสดง Code ที่เรียกใช้ function send Message() ลงใน Code ขั้นตอนที่ 13

ที่มา : ผู้จัดทำ

4.3 สรุปผลการดำเนินงาน ผ่าน LINE Notify

4.3.1 ผลการปฏิบัติงานลูกค้าหรือพนักงานกรอกแบบฟอร์ม แจ้งปัญหาการใช้งานสินค้าและบริการทรูออนไลน์ สาขาสุโขทัย โดยมีผลลำดับขั้นตอน ดังนี้

ลิงค์สำหรับการกรอกข้อมูล <https://forms.gle/WSf3Ve5gSsrocyys7>

1. พิมพ์ ชื่อ –นามสกุล
2. กรอกเลขบัตรประชาชนผู้ติดตั้ง (ลูกค้า)
3. กรอกสมาชิกทรู (ขึ้นต้นด้วย 960 หรือ 961)
4. กรอกเบอร์โทรติดต่อกลับ (ลูกค้า เบอร์หลัก)
5. กรอกเบอร์โทรติดต่อกลับ (ลูกค้า เบอร์สำรอง)
6. ลูกค้ากรอก ปัญหาการใช้งาน/อาการเสีย
7. กดส่ง (Submit)

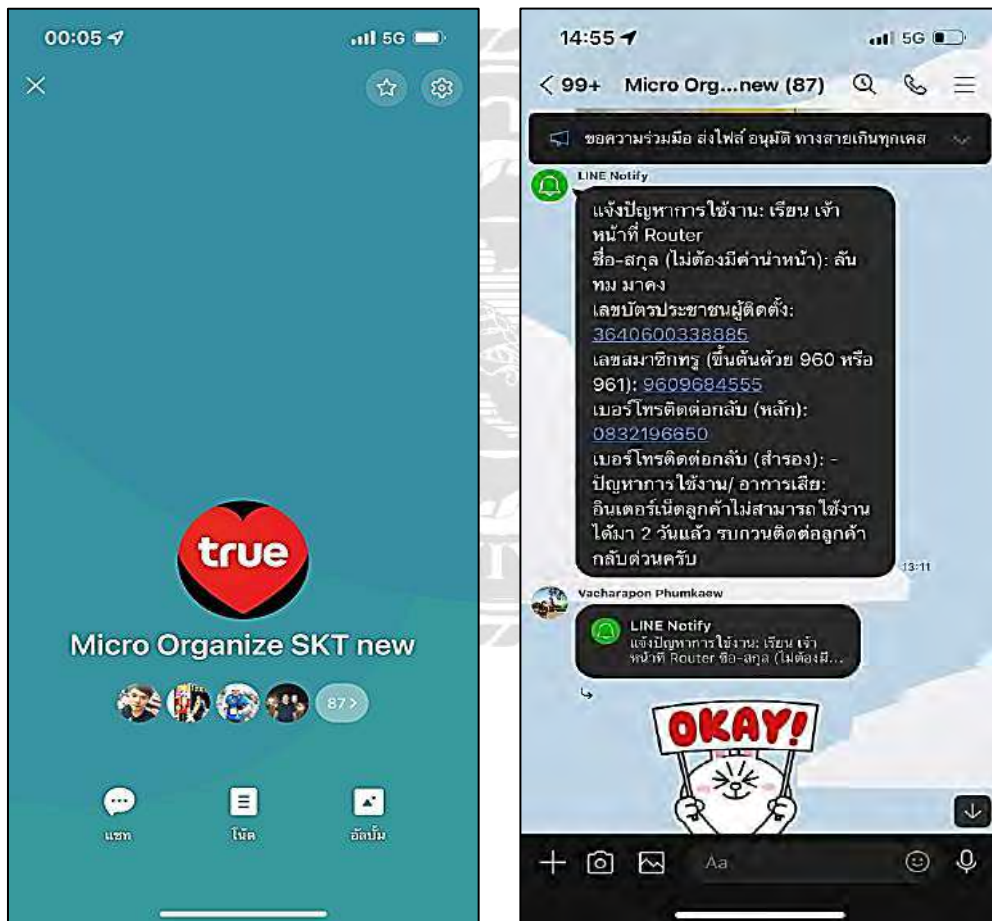
The image displays two screenshots of a Google Form. The left screenshot shows the top portion of the form, including the header with the 'จากใจทรู' logo and the title 'แจ้งปัญหาการใช้งานสินค้าและบริการทรูออนไลน์ จ.สุโขทัย'. Below the title, there is contact information: 'littleduck.286@gmail.com (ยังไม่แชร์) สลับบัญชี', 'ปิดใช้งานบันทึกอยู่', and '*จำเป็น'. There is also a field for 'ชื่อ-สกุล (ไม่ต้องมีคำนำหน้า) *' and a field for 'เลขบัตรประชาชนผู้ติดตั้ง *'. The right screenshot shows the main content area of the form, featuring a text input field for 'ปัญหาการใช้งาน/ อาการเสีย *', a video player with the title 'แจ้งปัญหาเน็ตบ้านพร้อมคิดตามบริการได้ด้วยตัวคุณเอง', and a 'Submit' button. At the bottom, there is a 'Clear form' button and a warning: 'Never submit passwords through Google Forms'. The form footer includes the text 'This form was created outside of your domain. Report Abuse - Terms of Service - Privacy Policy' and the 'Google Forms' logo.

ภาพที่ 4.21 แบบฟอร์มสำหรับแจ้งปัญหาการใช้งานใน Google form

ที่มา : ผู้จัดทำ

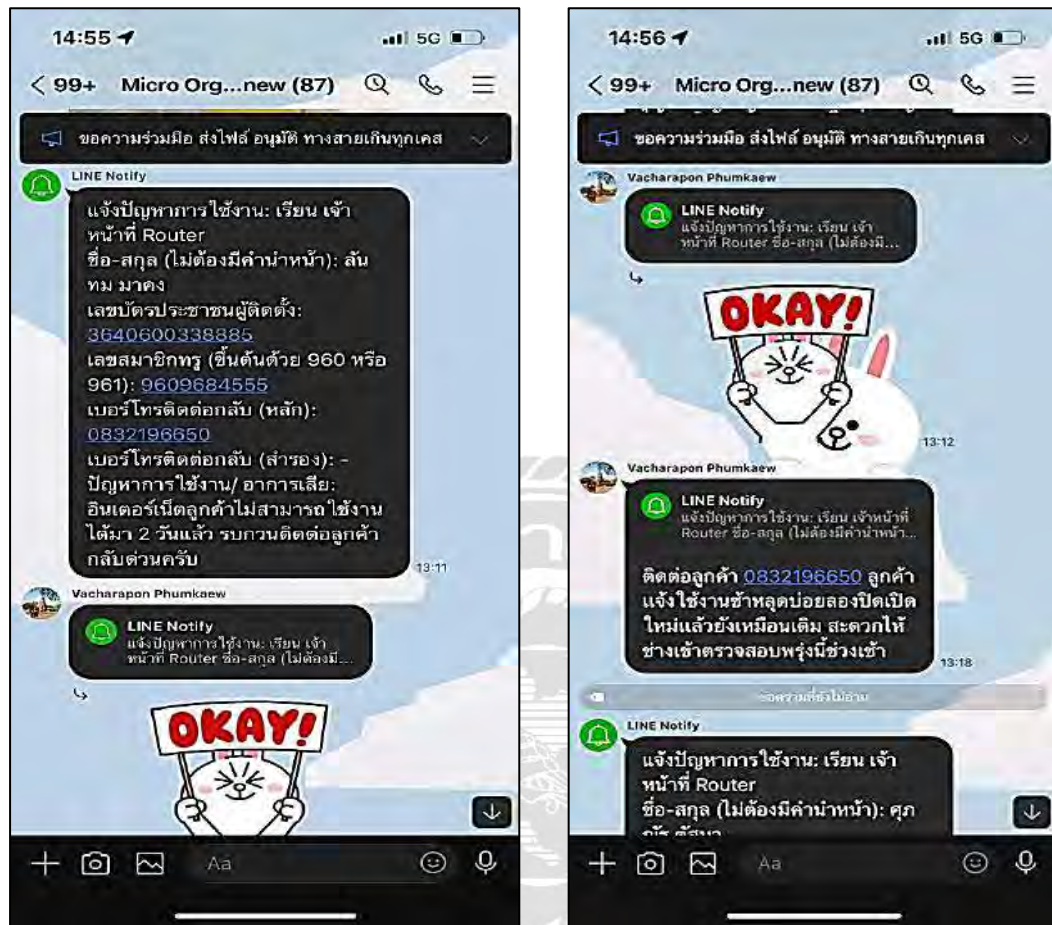
4.3.2 ผลการปฏิบัติงานพนักงานขายในกลุ่มไลน์ ที่มีพนักงานขาย และช่างผู้เชี่ยวชาญอยู่ในกลุ่ม โดยจะมีลำดับขั้นตอนการปฏิบัติ ดังนี้

1. LINE Notify ทำการแจ้งเตือนข้อมูลแจ้งปัญหาการใช้งานสินค้าและบริการทรูออนไลน์ สู่มือ
2. รอช่างประสานงานกับลูกค้า เรื่องปัญหา/อาการเสีย
3. ช่างจะติดต่อประสานงานไปพบลูกค้า
4. ช่างจะดำเนินการนัดวันเข้าซ่อม
5. ช่างจะดำเนินการซ่อมตามปัญหา/อาการเสีย ที่ลูกค้าได้แจ้งไว้
6. หลังจากนั้น คอลเซ็นเตอร์จะโทรสอบถามการให้บริการกับลูกค้า



ภาพที่ 4.22 กลุ่มห้องช่างและพนักงานขายไว้ใช้แจ้งเตือนเหตุขัดข้องและประสานงาน
ที่มา : ผู้จัดทำ

4.3.3 ผลการปฏิบัติงานการแจ้งเตือน LINE Notify ปัญหาการใช้งานสินค้าและบริการทรูออนไลน์ สาขาสุโขทัย



ภาพที่ 4.23 กลุ่มห้องการประสานงานระหว่างช่างและพนักงานขาย แจ้งผลการดูแลลูกค้า
ที่มา : ผู้จัดทำ

4.4 ผลการใช้งาน LINE Notify

4.4.1 พนักงานขาย ได้ใช้ไลน์นี้ोटติฟายค์ในแอปพลิเคชันไลน์ คือทำให้พนักงานขายติดต่อกับช่างได้รวดเร็วและแม่นยำ ทางทีมขายสามารถรู้ผลการดำเนินงานของช่างว่าเข้าดูแลลูกค้าแล้วหรือไม่

4.4.2 ลูกค้า ได้ใช้ไลน์นี้ोटติฟายค์ในแอปพลิเคชันไลน์ คือลดขั้นตอนการติดต่อประสานงานการแจ้งปัญหา/อาการเสีย ทำให้รวดเร็วขึ้น ช่างดำเนินการประสานงานซ่อมให้ลูกค้ารวดเร็วทันใจ

4.4.3 ช่างซ่อม/ติดตั้งงาน ได้ใช้ไลน์นี้ोटติฟายค์ในแอปพลิเคชันไลน์ คือช่างซ่อม/ติดตั้ง ได้ทราบข้อมูลก่อน และโทรสอบถามปัญหา/อาการเสีย เบื้องต้นแนะนำลูกค้าเพื่อแก้ปัญหาให้ทำด้วยตนเองได้ก่อนถ้าทำได้ ถ้าไม่ได้ก็ดำเนินการจัดเตรียมเข้าไปซ่อมให้กับลูกค้า

4.5 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านทรู

ผู้จัดทำ ได้ดำเนินการจัดทำระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์เน็ตติฟายด์ในแอปพลิเคชันไลน์ เมื่อจัดทำเสร็จเรียบร้อยแล้วได้ให้กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านทรู จำนวน 30 คน ทำการประเมินผ่านแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อระบบดังกล่าวโดยผ่าน Google form เพื่อทำการวิเคราะห์และอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

- 1) ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางสถิติ คือ ค่าแจกแจงความถี่ (frequency) และหาค่าร้อยละ
- 2) ส่วนที่ 2 ตำรวจความพึงพอใจต่อระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขายใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางสถิติ คือ การหาค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยวิธีการแปรผลของอาจารย์บุญชม ศรีสะอาด (2556)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 แปลความว่า ความพึงพอใจระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 แปลความว่า ความพึงพอใจระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 แปลความว่า ความพึงพอใจระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 แปลความว่า ความพึงพอใจระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 แปลความว่า ความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

- 3) ส่วนที่ 3 ความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะ
 - ข้อคิดเห็นด้านการให้บริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านทรู.....
 -
 - ข้อคิดเห็นด้านการบริการรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรู.....
 -
 - ข้อเสนอแนะอื่นๆ.....

4.5.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม คือลูกค้าผู้ใช้บริการ จำนวน 30 คน สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	10	33.30
ชาย	20	66.70
รวม	30	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 66.70 และเพศหญิงร้อยละ 33.30

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
21 - 40 ปี	21	70.00
41 - 60 ปี	8	21.70
60 ปีขึ้นไป	1	3.30
รวม	30	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 21 – 40 ปี ร้อยละ 70 รองลงมาคือ อายุมากกว่า 41-60 ปี ร้อยละ 21.70 ต่ำสุดอายุมากกว่า 60 ปี ร้อยละ 3.30

4.5.2 ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรู

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 30 ท่าน ได้ทำแบบประเมินความพึงพอใจด้านเวลา ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรู

ประเด็นที่ประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
ด้านเวลา			
การให้บริการเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด	4.41	0.50	มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.59	0.50	มากที่สุด
ด้านขั้นตอนการให้บริการ			
การแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการ	4.10	0.72	มาก
การจัดลำดับขั้นตอนการให้บริการตามที่ระบุไว้	4.34	0.61	มาก
การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง	4.24	0.58	มาก
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ			
ความเหมาะสมของผู้ให้บริการ	4.07	0.46	มาก
ความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ	4.50	0.58	มาก

ความรู้ความสามารถ การให้บริการ เช่น สามารถ ตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัยให้คำแนะนำได้ เป็นต้น	4.17	0.47	มาก
ความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน ไม่รับสินบน ไม่หาผลประโยชน์ในทางมิชอบ	4.48	0.51	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
ความชัดเจนของการประชาสัมพันธ์ของการบริการ	4.14	1.13	มาก
การให้บริการมีความเหมาะสมและเข้าถึงได้ สะดวก	4.41	0.57	มาก
ท่านมีความพึงพอใจไม่พึงพอใจต่อการให้บริการ/ ในภาพรวมอยู่ในระดับ	4.31	0.47	มาก
รวม	4.31	0.59	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้ามีความพึงพอใจต่อระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 หากพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากหากพิจารณารายประเด็นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดที่ประเด็นความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 และมีความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ความเต็มใจของบุคลากรและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมาคือความซื่อสัตย์สุจริต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมาคือ การให้บริการเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด และการให้บริการมีความเหมาะสมและเข้าถึงสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.41 รองลงมาคือ การจัดลำดับขั้นตอนตามที่ระบุไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมา คือ ท่านมีความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.31 รองลงมาคือ การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมา คือ ความรู้ความสามารถการให้บริการ เช่น สามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัยให้คำแนะนำได้ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมาคือ ความชัดเจนของการประชาสัมพันธ์ของการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมาคือ การแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และรองลงมาสุดท้ายคือ ความเหมาะสมของผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

4.5.3 ส่วนที่ 3 ความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะ

- ไม่มี

บทที่ 5

สรุปผลการปฏิบัติงานและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการทำโครงการ

โครงการเพื่อแก้ไขการให้บริการหลังการขายล่าช้าของอินเทอร์เน็ตบ้านบริษัททรู และเพื่อพัฒนาบริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัททรูให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จากการศึกษาปฏิบัติงานสหกิจศึกษาบริษัททรู สาขาสุโขทัย พบว่ามีการติดต่อลูกค้าเพื่อสอบถามปัญหาและรายละเอียด และแนะนำวิธีการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น ถ้าลูกค้าไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ ทางบริษัทจะออกไปงานและส่งช่างเข้าไปดูแลลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง นับจากเวลาที่ได้รับแจ้งปัญหา และรายงานผลการแก้ไขปัญหาให้กับพนักงานขายที่ได้รับแจ้งปัญหาจากลูกค้าทราบผ่านไลน์กลุ่มบนแอปพลิเคชันไลน์ แต่เนื่องจากเกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงานจึงทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจในการให้บริการกับลูกค้า จากปัญหาดังกล่าวคณะผู้จัดทำจึงมีแนวคิดที่จะแก้ไขปัญหาคือการบริการหลังการขายของลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านทรู โดยได้ออกแบบระบบแจ้งเตือนและรับทราบปัญหาที่เกิดขึ้นหลังการขายให้กับลูกค้าได้ โดยใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน LINE ทำงานร่วมกับ LINE Notify เพื่อให้ลูกค้าแจ้งปัญหาที่เกิดขึ้นหลังการขายได้อย่างรวดเร็ว เมื่อได้ทดลองระบบดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ได้จัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านทรู ต่อระบบดังกล่าวในรูปแบบออนไลน์ จำนวน 30 คน

ผลการประเมินความคิดเห็นในแบบสอบถามที่ได้ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 หากพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากหากพิจารณารายประเด็นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเรื่องประเด็นความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 และมีความพึงพอใจในประเด็นอื่นๆ ในระดับมากทั้งหมด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ความเต็มใจของบุคลากรและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมาคือความซื่อสัตย์สุจริต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมาคือ การให้บริการเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด และ การให้บริการมีความเหมาะสมและเข้าถึงสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.41 รองลงมาคือ การจัดลำดับขั้นตอนตามที่ระบุไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมา คือ ท่านมีความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.31 รองลงมาคือ การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมา คือ ความรู้ความสามารถในการให้บริการ เช่น สามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัยให้คำแนะนำได้ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมาคือ ความชัดเจนของการประชาสัมพันธ์ของการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมาคือ การแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาการ

ให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และรองลงมาสุดท้าย คือ ความเหมาะสมของผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

5.2 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการทำโครงการ

5.2.1 ปัญหาที่พบ การแจ้งปัญหาผ่านระบบ LINE มีลูกค้าบางกลุ่มที่ยังไม่สามารถเข้าถึงแอปพลิเคชันได้ เช่น คนแก่ที่ลูกหลานติดตั้งอินเทอร์เน็ตบ้านไว้ให้ไม่สามารถใช้งานแอปพลิเคชันเองได้ และโทรศัพท์มือถือที่ยังไม่รองรับแอปพลิเคชัน LINE จึงทำให้ไม่สามารถแจ้งปัญหาผ่านระบบ LINE Notify ได้ ดังนี้ คือไม่ชำนาญเส้นทางในการลงพื้นที่ใหม่ๆ ในช่วงแรกของการฝึกงาน และขาดความคล่องแคล่วในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในช่วงแรก มีการพูดติดขัด ไม่คล่อง คิดคำพูดไม่ออก บางครั้งทำให้ฟังไม่รู้เรื่อง

5.2.2 ข้อเสนอแนะ

1. การเรียนรู้กฎระเบียบขององค์กรอย่างเคร่งครัดเพื่อลดปัญหาการถูกต่อว่า ซึ่งจะเป็นการสร้างความเสียหายและเสียชื่อเสียงให้กับมหาวิทยาลัยได้
2. การศึกษาเรียนรู้การบริการงานฝ่ายขายในองค์กรมาก่อนเพื่อลดปัญหาในการเกิดข้อผิดพลาดต่างๆ
3. ตำแหน่งพนักงานขาย ควรมีทักษะในการสื่อสารที่ดีและมีไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำโครงการครั้งต่อไป

- 5.3.1 ระบบการรายงานสรุปยอดขายอัตโนมัติผ่านไลน์นोटติฟายเพื่อให้รู้ข้อมูลปัจจุบัน
- 5.3.2 ระบบการติดตามการจ่ายบิลลูกค้าอัตโนมัติผ่านไลน์นोटติฟายเพื่อให้ทราบข้อมูล

บรรณานุกรม

- จักรินทร์ สันติรัตนภักดี. (2561). การตลาดออนไลน์และบริการลูกค้าด้วยแชทบอท กรณีศึกษา: การใช้ Chatfuel ปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านเมสเซนเจอร์. วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 10, 71-87.
- ณพวุฒิ. (2561). ศึกษาเรื่องอุปกรณ์แจ้งเตือนอัตโนมัติผ่าน LINE, SMS และ E-Mail จากการศึกษาทดลอง. เข้าถึงได้จาก ibdoc.dpu.ac.th/thesis/Noppavut.Poh.pdf
- ณัฐปริยา ทัทมาลี. (2551). ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. เข้าถึงได้จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/mmm24-1/6014133071.pdf>
- ไทเกอร์ ลอนครี่. (2563). บริการหลังการขาย. เข้าถึงได้จาก <https://thaiwinner.com/after-sales-services/>
- ชนภณ รวยอารี. (ม.ป.ป.). งานบริการหลังการขาย. เข้าถึงได้จาก <https://www.entaining.net/course/>
- ชนภัทร บุศราทิศ. (2559). อิทธิพลของการสื่อสารเนื้อหาโปรแกรมลูกค้าสัมพันธ์ผ่านสื่อ Chatbot ต่อระดับการมีส่วนร่วมของลูกค้า. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนภูมิ ภาคยี่สาธ. (2565). ปฏิบัติตามมาตรการแนวทางป้องกันโควิด-19 อย่างเคร่งครัด ก่อนเข้าให้บริการที่บ้านลูกค้า. เข้าถึงได้จาก <https://www.true.th/trueonline/site/news-detail/2/522>
- ธวัชชัย พานิชยกรณ์. (2539). เทคโนโลยีการสื่อสาร. เข้าถึงได้จาก https://sites.google.com/site/2200405_muthita/e-book/bth-thi-1
- นพวรรณ มีสมบุรณ์. (2552). ศึกษาปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านทาง การตลาดออนไลน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่. เข้าถึงได้จาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/saujournalssh/article/view/243816>
- นิตา จันท์หอม และคณะ. (2558). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการหลังการขายต่อความไว้วางใจและความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าธุรกิจนำเข้าเครื่องมือแพทย์. เข้าถึงได้จาก <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/48952>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1 (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประกาศรี สวัสดิ์อ่าไพรัชย์. (2553). ความสำคัญและความหมายของการขายโดยพนักงานขาย. เข้าถึงได้จาก <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit9/SUBM1/U911-1.htm>
- ประกาศรี สวัสดิ์อ่าไพรัชย์. (2557). กระบวนการขาย. เข้าถึงได้จาก <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit9/SUBM1/U913-1.htm>

พรพัฒน์ วัฒนนิมขจร. (2565). บริการหลังการขายโดยการดูแลรักษาลูกค้าให้คงอยู่. เข้าถึงได้จาก

<https://www.sales100million.com/about-me/>

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. (2560). “Lifetime Warranty” แนวโน้มกลยุทธ์การบริการหลังการขายที่สำคัญที่สุดในธุรกิจการให้บริการ. เข้าถึงได้จาก

<https://propholic.com/branding-etc/lifetime-warranty>

มหาวิทยาลัยนเรศวร. (2561, 20 กันยายน). NILA แชนบอทสุดเจ๋ง กว่าแชมป์ LINE HACK 2018.

เข้าถึงได้จาก <https://www.nu.ac.th/?p=11314>

มหาวิทยาลัยบูรพา. คณะการตลาด. (2560). แนวคิดและทฤษฎีทักษะการทำงาน. เข้าถึงได้จาก

http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/53920775/chapter2.pdf

มหาวิทยาลัยบูรพา. คณะการตลาด. (2560). แนวความคิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน. เข้าถึงได้จาก

http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/53920775/chapter2.pdf

แสลงสิทธิ์ พัฒน์โสภณ. (2549). ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็ว

สูงของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน). เข้าถึงได้จาก [http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/](http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Marketing2554/APIYA%20%20TIEMSINSANGWORN/06ch2.pdf)

[Marketing2554/APIYA%20%20TIEMSINSANGWORN/06ch2.pdf](http://mslib.kku.ac.th/elib/multim/books/Marketing2554/APIYA%20%20TIEMSINSANGWORN/06ch2.pdf)

อดิชาติ พชรภัก. (2559). ระบบการแจ้งเตือนและตอบโต้ของ ZABBIX ด้วยแอปพลิเคชัน LINE, (สาร

นิพนธ์ตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.

โอกาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2551). เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการสื่อสาร โทรคมนาคม

2560IFTTT เมื่อจับ Service ทุกอย่างมารวมกัน แล้วสั่งให้มันทำงานอัตโนมัติ. เข้าถึงได้จาก

<https://www.mangozero.com/review-ifttt-automate-all-service/>

ADPT NEWS. (2560). งานวิจัยคาด Chatbot จะช่วยลดต้นทุนธุรกิจปีละ 8 พันล้านเหรียญภายในปี

2022. เข้าถึงได้จาก <https://www.adpt.news/2017/05/10/chatbots- will-save-8bn-a-year-in-2022/>

LINE Notify. (2558). LINE Notify. เข้าถึงได้จาก <https://notify-bot.line.me/th/> Nokkaew

prosoft. (ม.ป.ป.). รูปแบบขั้นตอน 5 วิธี การบริการหลังการขายที่ดีกับลูกค้า. เข้าถึงได้จาก

<https://www.prosoft.co.th/Article/Detail/110001/>



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
ภาพการปฏิบัติงาน



ภาพกิจกรรม การอบรมเรียนรู้วิธีการขายแบบมืออาชีพ



ภาพกิจกรรม การลงพื้นที่สำรวจการใช้งานลูกค้าทรู เขตอำเภอเมืองสุโขทัย



ภาพกิจกรรม การแนะนำสินค้าและการบริการของพนักงานขาย



ภาพกิจกรรม การแนะนำสินค้าและการบริการของทูลูให้กับลูกค้า อำเภอศรีษะนาถาย จังหวัดสุโขทัย



ภาคผนวก ข
แบบสอบถามความพึงพอใจ

แบบประเมินความพึงพอใจ (สำหรับลูกค้า)
เรื่อง ระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขาย
ที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์นोटติฟายดีในแอปพลิเคชันไลน์

แบบประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์นोटติฟายดีในแอปพลิเคชันไลน์ สำหรับการให้บริการ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ด้านที่ 2 การให้บริการ

ด้านที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ระดับความพึงพอใจ กำหนดให้มีระดับคะแนน ดังนี้

5 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

4 หมายถึง พึงพอใจมาก

3 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

2 หมายถึง พึงพอใจน้อย

1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

ข้อชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหน้าข้อความที่ตรงกับความจริง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ 1) ต่ำกว่า 20 ปี 2) 21 - 40 ปี 3) 41 - 60 ปี 4) 60 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ โดยพิจารณาข้อความในแต่ละข้อแล้วทำเครื่องหมาย “✓” ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่าน

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ด้านเวลา					
1.1 การให้บริการเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด					
1.2 ความรวดเร็วในการให้บริการ					
2. ด้านขั้นตอนการให้บริการ					
2.1 การแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการ					
2.2 การจัดลำดับขั้นตอนการให้บริการตามที่ระบุไว้					
2.3 การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง					
3. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ					
3.1 ความเหมาะสมของผู้ให้บริการ					
3.2 ความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ					
3.3 ความรู้ ความสามารถ การให้บริการ เช่น สามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัยให้คำแนะนำได้					
3.4 ความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน, รับสินบน, ไม่หาผลประโยชน์ในทางมิชอบ					

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
4.1 ความชัดเจนของการประชาสัมพันธ์ของบริการ					
4.2 การให้บริการมีความเหมาะสมและเข้าถึงได้สะดวก					
4.3 ท่านมีความพึงพอใจ / ไม่พอใจต่อการให้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับใด					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะ

- ข้อคิดเห็นด้านการให้บริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านทรู.....
-
- ข้อคิดเห็นด้านการบริการรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรู.....
-
- ข้อเสนอแนะอื่นๆ.....
-

ขอขอบคุณในความร่วมมือนี่ท่านได้เสียสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ทางบริษัทในครั้งนี้



ภาคผนวก ค
บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

คำสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

บทสัมภาษณ์ของพนักงานที่ปรึกษาที่เกี่ยวกับโครงการ เรื่อง “ระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรู เพื่อการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์นोटติฟายด์ในแอปพลิเคชันไลน์”

โครงการ เรื่อง “ระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรู เพื่อการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์นोटติฟายด์ในแอปพลิเคชันไลน์” สามารถนำมาใช้ได้จริงสำหรับพนักงานและช่าง ได้แก้ไขการให้บริการที่เร็วขึ้น รวดเร็วทันเวลา เกี่ยวกับการติดต่อคอลเซ็นเตอร์ซึ่งลูกค้ารอสายนาน และการส่งช่างเข้าแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าที่ปัจจุบันเกิดความล่าช้าได้พัฒนาและจัดการระบบงานบริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัททรูให้มีประสิทธิภาพ และฉับไวตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น



Chun

(นาย ชยางกูร เสาเสนา)

พนักงานที่ปรึกษา



ภาคผนวก ง
บทความวิชาการ

ระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขาย
ที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์นोटติฟายดีในแอปพลิเคชันไลน์

True Home Internet Outage Notification System for Effective After-Sale

Service with Line Notify in LINE Application

ศุภกิจ หมีนเข็ม

38 ถนนพหลโยธิน เขตภาษีเจริญ กทม. 10160

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

Email : Kijclub@cloud.com

บทคัดย่อ

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขการให้บริการหลังการขาย
สาขาอินเทอร์เน็ตบ้านบริษัททรู และเพื่อพัฒนาคุณภาพบริการหลังการขาย
ของอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัททรูให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จากการ
ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาบริษัททรู สาขาสุขโขทัย พบว่ามีการติดต่อลูกค้า
ที่เจอสอบถามปัญหาและรายละเอียด และแนะนำวิธีจัดการแก้ไขปัญหา
เบื้องต้น กรณีลูกค้าไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ ทางบริษัทจะออก
ใบรอนและส่งช่างเข้าไปดูแลลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง นับจากเวลาที่ได้รับ
แจ้งปัญหา และรายงานผลการแก้ไขปัญหาให้กับพนักงานขายที่ได้รับ
แจ้งปัญหาจากลูกค้าทราบผ่านไลน์กลุ่มบนแอปพลิเคชันไลน์ แต่
เนื่องจากเกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงานจึงทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ
ในการให้บริการกับลูกค้า จากปัญหาดังกล่าวผู้จัดทำจึงมีแนวคิดที่จะ
แก้ไขปัญหาคารับบริการหลังการขายของลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน
ทรูให้มีดีขึ้น โดยใช้ระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อ
การบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพคือ ไลน์นोटติฟายดีใน
แอปพลิเคชันไลน์ หลังการแจ้งระบบดังกล่าว พบว่าลูกค้าได้รับบริการ
ที่รวดเร็วขึ้น

คำสำคัญ : อินเทอร์เน็ตบ้านทรู การบริการหลังการขาย ไลน์นोटติฟายดี
ในแอปพลิเคชันไลน์

Abstract

This project aimed to fix the delay in after-sales service of True
Home Internet, and to help True's home internet after-sales service to be
more efficient at True Cooperative Education, Suikhothai Branch. It was
found that they contacted customers to ask about problems and details
and suggest ways to fix basic problems. If the customer was unable to
use the internet, the company issued a work sheet and sent technicians
to take care of customers within 24 hours from the time the problem
was reported. The problem resolution was reported to the salesperson

who was been notified of the problem from the customer through the
LINE group on the LINE application of group. Due to the delay of
work, the customer was dissatisfied with the service. The student had an
idea to solve the after-sales service problems of customers by using the
True Home Internet service interruption notification system for efficient
after-sales service with LINE Notification. After using the system it was
found that customers received faster service.

Keywords: True Home Internet, after sales service, LINE application

ที่มาของปัญหา

ในยุคปัจจุบันการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการทำงานถือเป็น
เรื่องปกติทั่วไปเช่นเดียวกับแผนกงานบริการ บริษัททรูจอร์ปอเรชั่น ที่มี
การนำคอมพิวเตอร์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการทำงาน รวมถึงการใช้
ติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์หรือการบริการผ่านโทรศัพท์ที่เป็นเครื่องมี
สื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งซึ่งการบริการโทรโมชั่นและ
แจ้งปัญหาการไร้งาน จากที่ได้ปฏิบัติงานสหกิจในแผนก ขายและ
การบริการ บริษัททรูจอร์ปอเรชั่น พบว่าทางบริษัทมีนโยบายให้บริการ
ลูกค้าที่ได้รับบริการอินเทอร์เน็ตบ้านทรูออนไลน์ แจ้งปัญหาการใช้
งานผ่านคอลเซ็นเตอร์ ซึ่งมีข้อกำหนดว่าลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน
ทรูเมื่อเกิดปัญหาหรือต้องการปรึกษาโทรโมชั่นเปลี่ยนโทรโมชั่นแจ้ง
ปัญหาการไร้งานจะต้องติดต่อผ่านคอลเซ็นเตอร์ พบว่าการใช้คอลเซ็น
เตอร์ให้บริการลูกค้าอันเกิดความล่าช้าเนื่องจากลูกค้ามีการร้องเรียนเรื่อง
การติดต่อคอลเซ็นเตอร์ที่ใช้เวลานานกว่าจะได้รับบริการเข้ามาผ่านทาง
ศูนย์บริการ (True Shop) และการให้บริการที่ไม่ตรงต่อความต้องการของ
ลูกค้าและบางท่านไม่สะดวกรอคอยคือคิว คอลเซ็นเตอร์ ทำให้ช่างแก้ไข
แจ้งปัญหาให้ลูกค้าช้าลงผลให้ลูกค้ารอนาน

จากข้อมูลปัญหาที่พบของการให้บริการต่อลูกค้าที่ไม่รวดเร็ว และ
ไม่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดการร้องเรียนต่อผู้ขายสินค้า
และบริการของบริษัท จึงได้ทำโครงการนี้เพื่อแก้ไขปัญหาโดยเลือกวิธี

แอปพลิเคชัน LINE เป็นฐานในการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้าพนักงานขายสินค้าและบริการและทีมช่าง เนื่องจากเป็นแอปพลิเคชันที่สามารถสื่อสารบนโทรศัพท์มือถือที่เป็นที่นิยมมากในประเทศไทยและเป็นแอปพลิเคชันที่รองรับกับระบบปฏิบัติการมือถือได้ทั้งระบบ IOS และ Android รวมไปถึงยังสามารถใช้งานบนคอมพิวเตอร์ได้อีกด้วย ทำให้สามารถแจ้งปัญหาการใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาสร้างความสะดวกสบายกว่าการโทรหรือติดต่อผ่านคอลเซ็นเตอร์

โดยมีวิธีแก้ไขปัญหาดังต่อไปนี้

1.) เมื่อพนักงานขายสินค้าและบริการให้กับลูกค้า พนักงานจะต้องทำการเพิ่มเพื่อนบนแอปพลิเคชันไลน์และบันทึกเบอร์ติดต่อของพนักงานขาย เพื่อให้ลูกค้าได้แจ้งปัญหาการใช้งานหรือปรึกษาโปรโมชัน

2.) สร้างกลุ่มบนแอปพลิเคชันไลน์ ที่มีช่างที่เชี่ยวชาญเฉพาะทีมพนักงานขายอยู่ในกลุ่ม โดยใช้ line notify เป็นตัวกลางในการแจ้งปัญหาการใช้งาน (line notify คือบริการที่ LINE ให้เราส่งข้อความ หรือแจ้งเตือนอัตโนมัติ ไม่ว่าจะผ่านช่องทาง Group หรือบัญชีส่วนตัว ผ่าน API ของ LINE โดยตรง)

3.) สร้างแบบฟอร์มแจ้งปัญหาการใช้งาน ผ่าน Google form เพื่อให้พนักงานขายแจ้งปัญหาของลูกค้าได้ด้วยตนเอง โดยกรอกข้อมูลผ่าน Google form และเชื่อมไว้กับ Google form กับ line notify เมื่อพนักงานขายกรอกข้อมูลรายละเอียดปัญหาและเบอร์โทรศัพท์สำหรับติดต่อกลับลงแบบฟอร์มใน Google form จากนั้น line notify จะเป็นตัวกลางในการส่งข้อมูลไปแจ้งเตือนในกลุ่มบนแอปพลิเคชันไลน์ ที่มีพนักงานขายและช่างอยู่ในกลุ่ม โดยทันที โดยจะมีทีมช่างคอยติดต่อลูกค้าตั้งแต่เวลา 08.00-21.00 น. ดังนั้น หากมีกรณีแจ้งปัญหาการใช้งานให้หลังจากเวลา 21.00 น. ทางทีมช่างจะติดต่อลูกค้ากลับเวลา 08.00 น. ในวันถัดไป

4.) จากนั้นช่างจะมีข้อมูลที่ได้รับไปตรวจสอบสาเหตุตามเบื้องต้น และจะมีการติดต่อไปหาลูกค้าที่ขอสอบถามปัญหาและรายละเอียดและแนะนำวิธีการแก้ปัญหาเบื้องต้น หากลูกค้ายังไม่สามารถใช้งานได้ อินเทอร์เน็ตได้ ทางบริษัทจะออกใบงานและส่งช่างเข้าดูแลลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมงนับจากเวลาที่ได้รับแจ้งปัญหา และรายงานผลการแก้ปัญหาให้กับพนักงานขายที่ได้รับแจ้งปัญหาจากลูกค้าทราบผ่านไลน์กลุ่มบนแอปพลิเคชันไลน์

จากวิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ผู้ใช้ที่แจ้งมีแนวโน้มที่ขอแก้ไขปัญหาลงบริการหลังการขายของลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเน็ตที่พัฒนาการให้บริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของทรูเน็ตให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น และเพื่อพัฒนาบริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัท โดยเน้นการแก้ปัญหาเกี่ยวกับบริการเปลี่ยนอุปกรณ์ที่เดิมลูกค้าต้องติดต่อคอลเซ็นเตอร์เพื่อรออย่างเดียว เป็นการติดต่อผ่านพนักงานขายสินค้าและบริการซึ่งจะมีเวลารวดเร็วที่

มากกว่า และส่งผลให้ระบบงานบริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัทที่มีประสิทธิภาพและการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อแก้ไขการให้บริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัท
2. เพื่อพัฒนาบริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัทให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ขอบเขตของโครงการ

1. ขอบเขตด้านประชากร
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบ้าน จำนวน 30 คน ของบริษัท ทรู เนท จำกัด อังหริดสุโขทัย
2. ขอบเขตด้านพื้นที่
บริษัท ทรู สาขาสุโขทัย
3. ขอบเขตด้านเวลา
ระหว่างวันที่ 17 มกราคม 2563 – 6 พฤษภาคม 2563
4. ขอบเขตด้านเครื่องมือ
ฮาร์ดแวร์ ประกอบด้วย
- คอมพิวเตอร์
- โทรศัพท์มือถือ
ซอฟต์แวร์ ประกอบด้วย
- โปรแกรม Microsoft office
- แอปพลิเคชัน Line
- เว็บไซต์ www.notify-bot.line.me/th
- เว็บไซต์ www.google.com/in/th/forms/about/
5. เครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบ
- แบบสอบถาม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บริษัท ได้แก้ไขให้บริการที่เร็วขึ้น ชวดเร็วทันเวลา เพื่อบริการติดต่อคอลเซ็นเตอร์ซึ่งลูกค้ารอสายนานและการส่งช่างเข้าแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าที่ปัจจุบันเกิดความเข้าใจ
2. บริษัท ทรู ได้พัฒนาและจัดการระบบงานบริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัทให้มีประสิทธิภาพและจับใจครอบคลุมความต้องการของลูกค้า

ขั้นตอนและวิธีในการดำเนินงาน

1. ระบบการทำงานของระบบการแจ้งเตือนผ่าน Line Notify
1.1 เพื่อเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตบ้าน เพื่อทำการแจ้งเตือน



Connect LINE with Everything

1.2 เลือกกดเข้าสู่ระบบ แล้วกรอกข้อมูล



1.3 เมื่อทำการล็อกอินแล้วจะได้หน้าค่างนี้เพื่อเชื่อมต่อระบบ Line Notify กับระบบ Line ของผู้ใช้งาน จากนั้นเลือกคำสั่ง หน้าของฉัน



My Profile

1.4 เลือก ออก Token

กรอกข้อมูลที่ต้องการ แล้วเลือกว่าจะแจ้งแบบรายบุคคล หรือรายกลุ่ม



1.5 เลือก ออก Token แล้วเก็บข้อมูลไว้ จะได้หน้าค่างนี้ที่เชื่อมต่อ Line Notify และ Line ของผู้ใช้งาน



Access Token (for Notify)

1.6 เมื่อเข้ามาใน Line จะพบว่ามีบัญชีผู้ใช้งานที่ชื่อว่า Line Notify

1.7 ทำการดึงบัญชี LINE Notify เข้ากลุ่มที่ต้องการ



1.8 ทำการเชื่อมต่อ IFTTT ให้ทำงานร่วมกับ LINE Notify ข้างหน้าเพื่อ LINE Notify เลือก เชื่อมต่อกับ IFTTT

Primary services available

GitHub IFTTT

1.9 กด Connect กดเห็นคือและเชื่อมต่อ เพื่อเชื่อมต่อกับระบบ Line จะแสดงหน้าค่าง IFTTT ที่เชื่อมต่อกับระบบ Line แล้ว

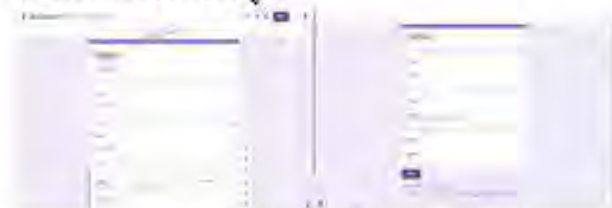


1.10 เมื่อเปิดใน LINE จะพบข้อมูลที่ LINE Notify ส่งมา



2. Line Notify - แจ้งเตือนข้อความจาก Google Form

ใช้ Google Form ขึ้นมาให้ผู้ใช้งานกรอกข้อมูล เริ่มจากสร้างแบบฟอร์มด้วย Google Form ให้ผู้ใช้งานกรอก โดยแบบฟอร์มนี้จะต้องตั้งค่าให้บันทึกข้อมูลที่ Google Sheet ด้วย โดยทดลองให้กรอกข้อมูลเป็นข้อความสั้นๆ ง่ายๆ ตามรูป



กด Preview ดูฟอร์ม แล้วทดลองกรอกข้อมูล

สรุปผลโครงการ

โครงการเพื่อแก้ไขการให้บริการหลังการขายล่าช้าของอินเทอร์เน็ท บรอดแบนด์ และเพื่อพัฒนาบริการหลังการขายอินเทอร์เน็ทที่บ้าน ของบริษัททรู ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จากผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา นวัตกรรม สาขาสุขภาพใจที่พบว่ามีการคิดต่อลูกค้าที่เจอจนถามปัญหา และรออะเจียด และแนะนำวิธีการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น ถ้าลูกค้าไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ทได้ ทางบริษัทจะออกใบงานและส่งช่างเข้าไปดูแลลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง นับจากเวลาที่ได้รับแจ้งปัญหา และรายงานผลการแก้ไขปัญหาให้กับพนักงานขายที่ได้รับแจ้งปัญหาจากลูกค้าทราบ ผ่านไลน์กลุ่มแชทแอฟฟิเคชั่น ไลน์มีแค่เนื่องจากเกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงานซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจในการให้บริการกับลูกค้า จากปัญหาดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มความคิดที่จะแก้ไขปัญหาคือการบริการหลังการขายของลูกค้านี้ใช้บริการอินเทอร์เน็ทที่บ้านทรู โดยได้ออกแบบระบบ แจ้งเตือนและรับทราบปัญหาที่เกิดขึ้นหลังการขายให้กับลูกค้าได้ โดยใช้งานผ่านแอฟฟิเคชั่น LINE ที่ทำงานร่วมกับ LINE Notify เพื่อให้ลูกค้าแจ้งปัญหาที่เกิดขึ้นหลังการขายได้อย่างรวดเร็ว เมื่อได้ทดลองระบบดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว ได้จัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ทที่บ้านทรูต่อระบบดังกล่าวในรูปแบบออนไลน์จำนวน 30 คน

ผลการประเมินความคิดเห็นในแบบสอบถามที่ได้ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ทที่บ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.31 หากพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเรื่องการแจ้งเตือนความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.59 และมีความพึงพอใจในระดับอื่นๆ ในระดับมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ความเต็มใจของบุคลากรและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือความซื่อสัตย์สุจริต มีค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมาคือ การให้บริการเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด และ การให้บริการมีความเหมาะสมและเข้าใจอะลุ่มอล่วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 4.41 รองลงมาคือ การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมา คือ ท่านมีความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับคือ 4.31 รองลงมาคือ การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมา คือ ความรู้ความสามารถในการให้บริการ เช่น สามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำได้ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาคือ ความชัดเจนของการประชาสัมพันธ์แจ้งสถานการณ์การให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมา คือ การแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.10 และ รองลงมาสุดท้าย คือ ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการ มีค่าเฉลี่ย 4.07

ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. ไม่ชำนาญเส้นทางการจราจรในพื้นที่ใหม่ๆ ในช่วงแรกของการปฏิบัติงาน
2. ขาดความคล่องแคล่วในการคิดค้นสื่อสารกับลูกค้าในช่วงแรก มีการพูดติดขัด ไม่สั้น ไม่ชืด คำพูดไม่ออก บางครั้งทำให้ฟังไม่รู้เรื่อง
3. ต้องศึกษาเรียนรู้งานเป็นเวลานานกว่าจะเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าถาม และต้องการ

ปัญหาและข้อเสนอแนะในการทำโครงการ

การแจ้งปัญหาผ่านระบบ LINE มีลูกค้าบางกลุ่มที่แจ้งไม่สามารถเข้าอินเทอร์เน็ตได้ เช่น คนแก่ที่ถูกถามคิดตั้งอินเทอร์เน็ตบ้านไว้ทำไมไม่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ และ โทรศัพท์มือถือที่ยังไม่รองรับแอฟฟิเคชั่น LINE จึงทำให้ไม่สามารถแจ้งปัญหาผ่านระบบ LINE Notify ได้ ดังนั้น คือ ไม่ชำนาญเส้นทางการจราจรในพื้นที่ใหม่ๆ ในช่วงแรกของการปฏิบัติงาน และขาดความคล่องแคล่วในการคิดค้นสื่อสารกับลูกค้าในช่วงแรก มีการพูดติดขัด ไม่คล่อง ฉืดคำพูด ไม่ออก บางครั้งทำให้ฟังไม่รู้เรื่อง

ข้อเสนอแนะ

1. การเรียนรู้กฎระเบียบขององค์กรอย่างเคร่งครัดเพื่อลดปัญหาการถูกกล่าวหา ซึ่งจะเป็นการสร้างความปลอดภัยและเลือกซื้อเลือกให้กับมหาวิทยาลัยได้
2. การศึกษาเรียนรู้การบริการงานฝ่ายขายในองค์กรมาก่อนเพื่อลดปัญหาในการเกิดข้อผิดพลาดต่าง ๆ
3. คำแนะนำพนักงานขาย ควรมีทักษะในการสื่อสารที่ดีและมีไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

ข้อเสนอแนะในการทำโครงการครั้งต่อไป

1. ระบบการรายงานสรุปยอดขายอีกในมิติผ่านไลน์นี้อาจศึกษาเพื่อให้รู้ข้อมูลปัจจุบัน
2. ระบบการติดตามการจ่ายบิลลูกค้าอีกในมิติผ่านไลน์นี้อาจศึกษาเพื่อให้ทราบข้อมูล

เอกสารอ้างอิง

จักรินทร์ สันติวิรัตนศักดิ์. (2561). การตลาดออนไลน์และปฏิบัติการลูกค้าใจดี และพอท กรณ์ศึกษา: การไว้ (Gangneung) ปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าตาม เมลเซนเซอร์. วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 10, 71-87.

พรทิพย์ วิชานเนียมขจร. (2565). บริการหลังการขายโคเคอเรลผลิตภัณฑ์ลูกค้าให้คงอยู่. เข้าถึงได้จาก

<https://www.sales100million.com/about-me/>

สมัครปวีธา ทัทมาสี. (2551). ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. เข้าถึงได้จาก <https://mmn.ru.ac.th/MIM/IS-mm24-1/6014133071.pdf>

ณพวิษี. (2561). ศึกษาเรื่องอุปกรณ์แจ้งเตือนจัด โนมีคิวผ่าน LINE, SMS และ E-Mail จากกรณีศึกษา. เข้าถึงได้จาก <http://doc.dpu.ac.th/thesis/Noppavisi.Pob.pdf>

ไทเลอร์ ลอนด์รี. (2565). บริการหลังการขาย. เข้าถึงได้จาก <https://thainwinner.com/after-sales-services/>

ธนภัทร บุตรเทิด. (2559). อิทธิพลของบริการสื่อสารเนื้อหาโปรแกรมลูกค้าสัมพันธ์ผ่านสื่อ Chatbot ต่อระดับการมีส่วนร่วมของลูกค้า. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เจนภูมิ ฉางอวีธาต. (2565). ปฏิบัติการมาครจัดการแนวทางป้องกันโควิด-19 อย่างแพร่หลาย ก่อนเข้าให้บริการที่บ้านลูกค้า. เข้าถึงได้จาก <https://www.true.th/trueonline/sirawnews-detail/2/322>

ธนภณ รวดจารี. (น.ป.ป.). งานบริการหลังการขาย. เข้าถึงได้จาก <https://www.entaining.net/course>

ขวัญชัย ทานิชกรรณ์. (2539). เทคโนโลยีการสื่อสาร. เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/2200405/kuuhtu/e-book/ob-tdi-1>

นพวรรณ มีลมบูรณ์. (2552). ศึกษาปัจจัยการทดลองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านการทางการตลาดออนไลน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่. เข้าถึงได้จาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sajjournals/article/view/243816>

นิลา อินทร์หอม และคณะ. (2558). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการหลังการขายต่อความไว้วางใจและความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าธุรกิจนำเข้เครื่องมือแพทย์. เข้าถึงได้จาก <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/48952>

บุญชน ศรีระจาด. (2556). วิธีการทบทวนผลิตภัณฑ์บริการวิจัย (เล่ม 1 (พิมพ์ครั้งที่ 5)). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ประภาศรี สวัสดิ์คำไพรัช. (2557). กระบวนการขาย. เข้าถึงได้จาก https://www.stou.ac.th/stouonline/om/data/sms_market/Unit9/SUBM1/U913-1.htm

ประภาศรี สวัสดิ์คำไพรัช. (2553). ความสำคัญและความหมายของการขายโดยพนักงานขาย. เข้าถึงได้จาก https://www.stou.ac.th/stouonline/om/data/sms_market/Unit9/SUBM1/U911-1.htm

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โศภากุล. (2560). "Lifetime Warranty" แนวโน้มกลยุทธ์การบริการหลังการขายที่สำคัญที่สุดในธุรกิจการให้บริการ. เข้าถึงได้จาก <https://grapholite.com/branding-etc/lifetime-warranty>

มหาวิทยาลัยบูรพา. คณะการศึกษ. (2560). แนวคิดและทฤษฎีทางการทำงาน. เข้าถึงได้จาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/opus/file/53920775/chapter2.pdf

มหาวิทยาลัยบูรพา. คณะการศึกษ. (2560). แนวความคิดปรัชญาการศึกษาในการปฏิบัติงาน. เข้าถึงได้จาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/opus/file/53920775/chapter2.pdf

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ. (2561, 20 กันยายน). NILA แชนบอทสุดเจ๋งคว้าแชมป์ LINE HACK 2018. เข้าถึงได้จาก <https://www.asu.ac.th/?p=11314>

เอสสิริวิภา พิเศษ โสภณ. (2549). ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงของบริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน)

อติชาต พันธ์ภัก. (2559). ระบบการแจ้งเตือนและตอบโต้ของ ZABEX ด้วยแอปพลิเคชัน LINE. (สารนิพนธ์ชั้นมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร. คณะวิทยาการและเทคโนโลยีสารสนเทศ, สาขาวิชาวิศวกรรมเครือข่าย.

โอกาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2551). เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสื่อสาร โทรคมนาคม

2560FITIT เมื่อจับ Service ทุกอย่างมารวมกัน แล้วสั่งให้มันทำงานอัตโนมัติ. เข้าถึงได้จาก <https://www.mangozero.com/review/กูรู-automate-all-service/>

ADPT NEWS. (2560). งานวิจัยล่าสุด Chatbot จะช่วยลดต้นทุนธุรกิจปีละ 8 พันล้านบาทภายในปี 2022. เข้าถึงได้จาก <https://www.adpt.news/2017/05/10/chatbots-will-save-8-billion-a-year-in-2022/>

LINE Notify. (2558). LINE Notify. เข้าถึงได้จาก <https://notify-bot.line.me/th/Notification>

สุรอรุณี. (น.ป.ป.). รูปแบบขั้นตอน 5 วิธี การบริการหลังการขายที่ลูกค้า. เข้าถึงได้จาก <https://www.prozofi.co.th/Article/Detail/110001/>



ภาคผนวก จ

โปสเตอร์



ระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์นोटติฟายดีในแอปพลิเคชันไลน์

True Home Internet Outage Notification System for Effective After-Sale Service with Line Notify in LINE Application.

พนักงานที่ปรึกษา คุณชยางกูร เสาศานา

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์อัคร ณะศิริรุ่งกุล

สถานประกอบการ ทรูคอร์ปอเรชัน

บทคัดย่อ

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาการให้บริการหลังการขายล่าช้าของอินเทอร์เน็ตบ้านบริษัททรู และเพื่อพัฒนางานบริการหลังการขายให้แก่ครอบครัวคนไทยที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จากการศึกษาเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับบริษัท ทรู จากข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับปัญหาและรายละเอียด และแนวทางการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น กรณีลูกค้าไม่อ่านหรือใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ ทางบริษัทจะออกใบงานและส่งช่างเข้าไปดูแลลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง นับจากเวลาที่ได้รับแจ้งปัญหา และรายงานผลการแก้ไขปัญหาให้กับพนักงานขายที่ได้รับแจ้งปัญหาจากลูกค้าทางผ่านไลน์กลุ่มบนแอปพลิเคชันไลน์ แต่เนื่องจากเกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงานจึงทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจในการให้บริการกับลูกค้า จากปัญหาดังกล่าวผู้จัดทำจึงมีแนวคิดที่จะแก้ไขปัญหาการบริการหลังการขายของลูกค้ายี่ห้อทรูอินเทอร์เน็ตบ้านทรูให้เร็วขึ้น โดยมีระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์นोटติฟายดีในแอปพลิเคชันไลน์ หลังการวิจัยระบบดังกล่าว พบว่าลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็วขึ้น

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อแก้ไขปัญหาการให้บริการหลังการขายล่าช้าอินเทอร์เน็ตบ้านบริษัททรู
2. เพื่อพัฒนางานบริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัททรูให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. บริษัทได้แก้ไขปัญหาการที่เร็วขึ้น รวดเร็วกว่าเดิม เกี่ยวกับ การติดต่อคอลเซ็นเตอร์ซึ่งลูกค้ารอคอยนานและการส่งช่างแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าที่ปัจจุบันเกิดความล่าช้า
2. บริษัทได้พัฒนาและจัดการระบบงานบริการหลังการขายอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัทที่มีประสิทธิภาพและสนับสนุนลูกค้าอย่างมีความต้องการของลูกค้า

สรุปผลโครงการตามวัตถุประสงค์

โครงการแก้ไขและให้การให้บริการหลังการขายล่าช้าของอินเทอร์เน็ตบ้านบริษัททรู และสื่อว่าด้วยงานบริการหลังการขายของอินเทอร์เน็ตบ้านของบริษัททรูให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จากการศึกษาเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับบริษัท ทรู จากข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับปัญหาและรายละเอียด และแนวทางการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น กรณีลูกค้าไม่อ่านหรือใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ ทางบริษัทจะออกใบงานและส่งช่างเข้าไปดูแลลูกค้าภายใน 24 ชั่วโมง นับจากเวลาที่ได้รับแจ้งปัญหา และรายงานผลการแก้ไขปัญหาให้กับพนักงานขายที่ได้รับแจ้งปัญหาจากลูกค้าทางผ่านไลน์กลุ่มบนแอปพลิเคชันไลน์ แต่เนื่องจากเกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงานจึงทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจในการให้บริการกับลูกค้า จากปัญหาดังกล่าวผู้จัดทำจึงมีแนวคิดที่จะแก้ไขปัญหาการบริการหลังการขายของลูกค้ายี่ห้อทรูอินเทอร์เน็ตบ้านทรูให้เร็วขึ้น โดยมีระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูเพื่อการบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพด้วยไลน์นोटติฟายดีในแอปพลิเคชันไลน์ หลังการวิจัยระบบดังกล่าว พบว่าลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็วขึ้น

ผลการประเมินความพึงพอใจในแบบสอบถามที่เก็บคือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูที่ให้บริการหลังการขาย 100 เปอร์เซ็นต์ มีค่าเฉลี่ย 4.51 จาก 5 ระดับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูที่ให้บริการหลังการขาย 100 เปอร์เซ็นต์ มีค่าเฉลี่ย 4.51 จาก 5 ระดับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูที่ให้บริการหลังการขาย 100 เปอร์เซ็นต์ มีค่าเฉลี่ย 4.51 จาก 5 ระดับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูที่ให้บริการหลังการขาย 100 เปอร์เซ็นต์ มีค่าเฉลี่ย 4.51 จาก 5 ระดับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูที่ให้บริการหลังการขาย 100 เปอร์เซ็นต์ มีค่าเฉลี่ย 4.51 จาก 5 ระดับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูที่ให้บริการหลังการขาย 100 เปอร์เซ็นต์ มีค่าเฉลี่ย 4.51 จาก 5 ระดับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อระบบรับแจ้งเหตุขัดข้องอินเทอร์เน็ตบ้านทรูที่ให้บริการหลังการขาย 100 เปอร์เซ็นต์ มีค่าเฉลี่ย 4.51 จาก 5 ระดับความพึงพอใจ

นาย สุกกิจ ทวีพันธ์ 5904400155
ภาควิชาอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวและ การบริการ
คณะ ศิษย์สาคร มหาวิทยาลัยสยาม

ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ - นามสกุล : นายศุภกิจ หมื่นเข็ม
รหัสนักศึกษา : 5904400153
ภาควิชา : อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และการบริการ
คณะ : ศิลปศาสตร์
ที่อยู่ปัจจุบัน : เลขที่ 20/5 หมู่ 2 ต.วังลึก อ.บ้านด่านลานหอย
จ.สุโขทัย 64140