

จาก "การรับฟังเสียงของลูกค้า (VoC)" สู่ "การสร้างนวัตกรรมบริการ (Chat bot)" From Voice of Customer to Creating Innovative Service (Chat bot)

นิตยา ชุ่มอภัย อัคริมา สุ่มมาตย์

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น e-mail: nitiyach@kku.ac.th

บทคัดย่อ

ภารกิจประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์ สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สำคัญประการหนึ่งคือ การให้ความสำคัญกับการรับฟังเสียงของลูกค้าบนพื้นฐานการบริหารงานโดยใช้ข้อเท็จจริง ด้วยการนำข้อมูล(Data) ที่ได้รับจากการตอบคำถาม ข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ คำติชมจากผู้ใช้งานแต่ละช่องทาง โดยเฉพาะ จากช่องทางเครือข่ายทางสังคม นำข้อมูลมารวบรวมผ่าน Google Form เพื่อเก็บบันทึกข้อมูลที่ได้รับมาจากผู้ใช้งานประมวลผล สรุปจัดทำสถิติ (Information) และรายงานแก่ผู้บริหารทุก 3 เดือน รวมถึงการสามารถทำการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้งานเสียงของผู้ใช้ที่สะท้อนกลับมาได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีการสกัดสารสนเทศที่ได้รับเป็นความรู้ (Knowledge) โดยบูรณาการข้อมูลต่างๆ ของผู้ใช้แต่ละกลุ่ม ซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกันและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้แต่ละประเภท ควบคู่กับการมอบหมายผู้รับผิดชอบงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเตรียมความพร้อมในการพัฒนาบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้มากที่สุด เมื่อสารสนเทศข้อคำถามข้อร้องเรียนต่างๆ ได้ถูกนำมาสังเคราะห์และต่อยอดไปสู่การพัฒนาบริการ (Innovation) เป็นคลังคำถามคำตอบ ซึ่งพัฒนาระบบตอบคำถามอัตโนมัติที่เรียกว่า Chat bot ร่วมกับฝ่าย IT ชื่อว่า “สินสมุด” นำคำถามจากข้อร้องเรียนตามช่องทางต่างๆ มาเพิ่มในระบบเพื่อป้องกันการเกิดคำถามซ้ำ ซึ่งถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ในการให้บริการและเป็นอีกหนึ่งช่องทางในรับฟังเสียงของผู้ใช้

คำสำคัญ:

การรับฟังเสียงของลูกค้า, นวัตกรรมบริการ, ระบบตอบคำถามอัตโนมัติ, สินสมุด, หอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Abstract

Mission of PR & CRM of Khon Kaen University Library with a focus on listening to the voice of the customer on the basis of management by facts. The data by answering, complaints and feedback from each channel, particularly through the Social Network was collected through Google Form to record information received from the processor. The Information is summary and statistical reports every three months to analyze the needs of the users of the user's voice feedback better extraction care

information with the knowledge by integrating data. Various user groups. The needs vary and analyze the needs of each user category. Coupled with the delegation responsible for preparing the work involved in developing services to meet the needs of most users. Once the information has been synthesized Led to the development of innovative services. Innovation capped off questions, complaints are made archives FAQs. Development with the automatic answer. IT is called **Chat bot** named "**Sin-Samud**" questions from complaints brought by various channels were added in the system to prevent a repeat question. Which is regarded as an innovative service and be one-channel audio users another channel.

Keyword:

Voice of Customer, Service Innovation, Chat Bot, KKU Library

บทนำ

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น ให้ความสำคัญกับการรับฟังเสียงของลูกค้าเป็นหัวใจหลักในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award) พ.ศ. 2553-2554 ได้นิยามว่า Voice of Customer Management หรือ VOC ย่อมาจาก Voice of Customer หมายถึง “เสียงของลูกค้า” เป็น การค้นหาความคิด ความรู้สึก และความปรารถนาของลูกค้า โดยมีเป้าหมายเพื่อต้องการให้ลูกค้าเกิดความผูกพัน ใน ปีงบประมาณ 2559 ภารกิจประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์ (PR & CRM) ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเพื่อเป็น เครื่องมือในการบันทึก ตรวจสอบ และรวบรวมข้อมูลเสียงของลูกค้าบนพื้นฐานการบริหารงานโดยใช้ข้อเท็จจริง โดย ข้อเท็จจริงเหล่านี้ได้มาจากข้อมูลการใช้บริการและการรับฟังเสียงของลูกค้าที่สะท้อนกลับมา ไม่ว่าจะเป็นการตอบ คำถาม ข้อร้องเรียน รวมถึงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะผ่านทาง Social Network ซึ่งปัจจุบันต้องยอมรับว่าเป็น ช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการ และนำข้อมูล(Data) เหล่านี้มาประมวลผล สรุปและรายงาน (Information) ผู้บริหารเพื่อไปสู่การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น(Knowledge) เมื่อสารสนเทศถูกนำมา สังเคราะห์ นำมาพัฒนากระบวนการสู่การพัฒนาวัตกรรมการบริการ (Innovation) ด้วยกระบวนการแปลงข้อมูลจาก ลูกค้าให้เป็นสารสนเทศ และความรู้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาลังคำถามคำตอบของสำนักหอสมุด ไปสู่ระบบตอบคำถามอัตโนมัติ
2. เพื่อนำสารสนเทศจากการรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการ มาพัฒนานวัตกรรมบริการ
3. เพื่อเพิ่มช่องทางสื่อสารกับผู้ใช้บริการ

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

แนวคิด

ภารกิจประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์มีหน้าที่รับผิดชอบสำคัญประการหนึ่งคือการติดต่อสื่อสารกับ ผู้ใช้บริการ การรับฟังเสียงลูกค้า Voice of Customer ในการตอบคำถาม การรับข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ ดิชม จาก

ผู้ใช้บริการ ในทุกช่องทางของห้องสมุดตลอดจนการจัดสัมมนาผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การ Focus group ที่ผ่านมาข้อมูลลูกค้าได้กระจายตามจุดบริการต่างๆ ไม่มีการรวมศูนย์ และไม่เคยมีการนำข้อมูลเหล่านี้มารวบรวม วิเคราะห์ และสรุปผล เพื่อให้เกิดกระบวนการดำเนินงานที่ยั่งยืนและส่งผลถึงความพึงพอใจสูงสุดของผู้รับบริการ จึงได้มีการสื่อสารกระบวนการรับฟังเสียงของผู้บริการโดย ผู้บริหารทุกระดับ บุคลากรทุกคน เข้าใจและมุ่งไปสู่ผลลัพธ์เดียวกัน



ภาพที่ 1 กระบวนการแปลงข้อมูลจากลูกค้าให้เป็นสารสนเทศ และความรู้

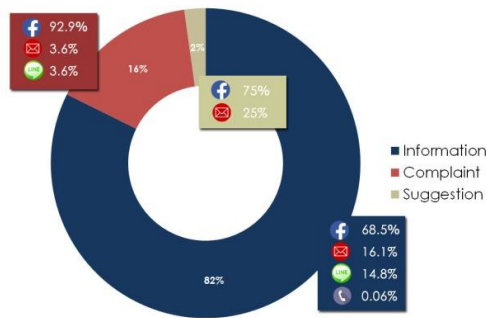
การดำเนินการ

ภารกิจประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์เป็นศูนย์กลางหลักในการรวบรวมเสียงของผู้รับบริการ ที่มาจากทุกช่องทาง ทุกจุดบริการ มีหน้าที่สื่อสารโดยตรงในนามตัวแทนสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยขอนแก่น และดำเนินการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. Data ข้อมูลความต้องการของผู้ใช้บริการทั้ง การตอบคำถาม การรับข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ ดิชม จากผู้ใช้บริการ ในแต่ละช่องทาง โดยเฉพาะผ่านเครือข่าย Social Network ที่ผ่านมาไม่เคยมีการนำข้อมูลเหล่านี้มารวบรวม วิเคราะห์ และสรุปผล เพื่อให้การทำงานเป็นระบบมากขึ้น จึงนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่เรียกว่า Google Form เพื่อเก็บบันทึกข้อมูลการตอบข้อซักถาม รวมถึงข้อร้องเรียนต่างๆ ที่ได้รับมาจากผู้ใช้บริการ ช่องทางที่ได้รับการติดต่อจากผู้ใช้ ประเด็นข้อคำถามหรือข้อร้องเรียนที่ผู้ใช้แจ้งมาจะมีข้อมูล ดังนี้ 1) ข้อมูลการให้บริการ ได้แก่ ลักษณะการให้บริการ ประเภทของผู้ใช้บริการ ช่องทางในการติดต่อสื่อสาร และประเภทของบริการที่สอบถาม 2) การดำเนินการจัดการ เพื่อบันทึกแนวทางในการบริหารจัดการเสียงของลูกค้าที่ได้ดำเนินการไป โดยดูรายละเอียดได้ที่ <https://goo.gl/0p5Wqb>



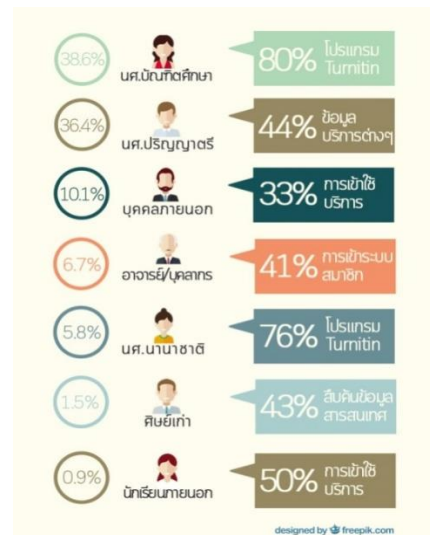
ภาพที่ 2 กระบวนการรับฟังเสียงลูกค้า



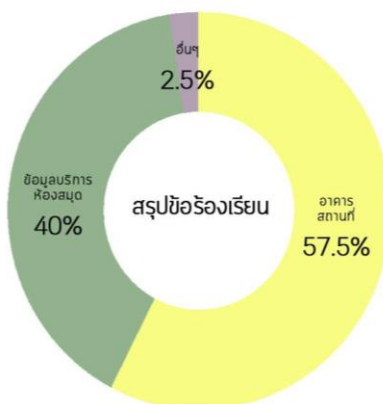
ภาพที่ 3 ข้อมูลการวิเคราะห์เสียงลูกค้า

2. Information สรุปเป็นสถิติทำให้การทำงานเป็นระบบ รายงานผู้บริหารทุก 3 เดือน และสามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังได้ รวมถึงสามารถวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้ใช้บริการจากเสียงของผู้ใช้บริการที่สะท้อนกลับมาได้ดียิ่งขึ้น เสียงของผู้ใช้บริการจะเป็นแหล่งข้อมูลที่ชัดเจนที่สุดในการปรับปรุงบริการของห้องสมุด และสิ่งสำคัญคือผู้บริหารได้เห็นข้อมูลข้อเท็จจริงในการตอบคำถาม ตอบข้อร้องเรียน รวมถึงการนำเสนอแนะที่ได้จากการวิเคราะห์ไปใช้วางแผนในการดำเนินงานต่อไป

3. Knowledge การสกัดสารสนเทศที่มีเป็นความรู้ในขั้นตอนนี้ภารกิจประชาสัมพันธ์และผู้ให้บริการบูรณาการข้อมูลต่างๆ ของผู้ใช้บริการในแต่ละกลุ่ม ซึ่งความต้องการของผู้ใช้บริการมีความแตกต่างกันจึงได้จำแนกกลุ่มผู้รับบริการหลักของห้องสมุดเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ 1) นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา 2) นักศึกษาระดับปริญญาตรี 3) อาจารย์/บุคลากร 4) นักศึกษานานาชาติ 5) ศิษย์เก่า 6) บุคคลภายนอก และ 7) นักเรียนภายนอก และได้วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าแต่ละประเภทว่าต้องการรับบริการในด้านใด ควบคู่กับการมอบหมายให้บุคลากรที่รับผิดชอบงานที่เกี่ยวข้องเตรียมความพร้อมในการพัฒนาบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด รวมถึงการคิดพัฒนาบริการให้เหนือความคาดหมาย จนก่อให้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด



ภาพที่ 4 สังเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้แต่ละกลุ่ม



ภาพที่ 5 สังเคราะห์ข้อร้องเรียน/ความต้องการ

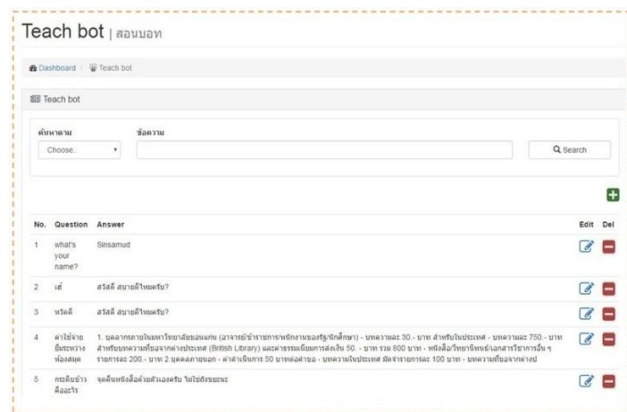
นอกจากการสังเคราะห์ความต้องการแล้ว สำนักหอสมุดยังนำข้อมูลการสังเคราะห์ข้อร้องเรียนต่างๆ นี้ไปใช้ในการวางแผนจัดการเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าให้เหมาะสม ข้อร้องเรียนที่ได้รับมากที่สุดเป็นเรื่องเกี่ยวกับอาคารสถานที่ เช่น เครื่องปรับอากาศไม่เย็น หลอดไฟฟ้าชำรุด ขยะ เป็นต้น แนวทางการบริหารจัดการข้อร้องเรียนเช่นนี้ จะแจ้งไปยังฝ่ายอาคารสถานที่ที่พื้นที่ได้รับข้อร้องเรียนเพื่อรีบดำเนินการแก้ไข พร้อมแจ้งไปยังผู้ร้องเรียนเพื่อให้ทราบผลการดำเนินการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ หากกรณีที่ยื่นนอกเหนือการจัดการได้ในทันที เช่น การเปลี่ยนเครื่องปรับอากาศ จะต้องเกี่ยวกับการของบประมาณ ผู้บริหารจะนำข้อมูลจากการร้องเรียนเหล่านี้ไปนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารสำนักหอสมุดเพื่อพิจารณาต่อไป

4. Innovation จากผลสรุปข้อมูลต่างๆจากการรับฟังเสียงของลูกค้าแล้วนั้น การกิจประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์ได้ต่อยอดจากข้อคำถามข้อร้องเรียนต่างๆที่มีจัดทำเป็นคลังคำถามคำตอบ นำมาใช้ประโยชน์ด้วยการร่วมพัฒนาระบบตอบคำถามอัตโนมัติร่วมกับฝ่าย IT ศึกษาระบบที่จะนำมาใช้ ออกแบบหน้าจอแสดงผล และหน้าจัดการระบบเบื้องหลังของการทำงาน ซึ่งเขียนด้วยโปรแกรม Codeigniter Framework , MySQL , Iquery , Bootstrap เมื่อได้คำถามแล้ว การกิจ PR & CRM ทำหน้าที่เพิ่มข้อมูลคำถามและคำตอบเข้าระบบ หรือที่เรียกว่า Teachbot นอกจากคำถามที่ได้มาจากการรับฟังเสียงของผู้รับบริการแล้วนั้น ยังได้นำคำถามจากข้อร้องเรียนตามช่องทางต่างๆมาเพิ่มในระบบเพื่อป้องกันการเกิดคำถามซ้ำ ในปีงบประมาณ 2559 นี้ สำนักหอสมุดประยุกต์ Chat bot ให้เป็นคลังคำถามคำตอบอัตโนมัติที่ใหญ่ และน่าเชื่อถือ ซึ่งถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ในการให้บริการและเป็นอีกหนึ่งช่องทางในรับฟังเสียงของลูกค้า

คุณลักษณะการทำงานของ Chat bot

Chat bot ระบบตอบคำถามอัจฉริยะที่ชื่อ “สินสมุทร” นี้ มาจาก 2 คำรวมกันคือ สินทรัพย์ + สำนักหอสมุด รวมชื่อว่า “สินสมุทร” โดยมีขั้นตอนกระบวนการดังนี้

1. การสอนบอท (Teach bot) ให้รู้จักคำถาม โดยการนำข้อคำถามที่ได้รับรวมไว้ หรือที่ได้มาจากการถามของผู้ใช้บริการ เริ่มต้นด้วยการสืบค้นว่าคำถามนั้นมีในระบบหรือไม่ การสืบค้นได้ 2 ทางเลือกคือ ค้นจากคำถาม หรือ ค้นจากคำตอบ โดยใส่คำค้นในช่องข้อความ จากนั้นกดปุ่ม Search หากมีคำถามแล้วระบบจะแสดงให้เห็นคำถามคำตอบจากคำค้นนั้นๆ



ภาพที่ 6 การสอนบอท (Teach bot)

2. การสร้างคำถามคำตอบ (Create question/answer for bot)

การเพิ่มคำถามใหม่ให้ทดเครื่องหมาย + จะเข้าสู่ระบบ Tech bot ดังภาพตัวอย่าง คำถาม: Book drop คืออะไร? คำตอบ: ตู้รับคืนหนังสือที่กระจายอยู่ 10 จุดทั่วมหาวิทยาลัยขอนแก่นครับ จากนั้นกด Submit ดังนั้น เมื่อมีบริการใหม่ๆที่เกิดขึ้นของห้องสมุด ตลอดจนมีการเปลี่ยนแปลงบริการ กฎระเบียบ วันเวลาทำการ การกิจประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์มีหน้าที่อัปเดตข้อมูลในระบบ Chat bot ใหม่มีความใหม่และทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ปัจจุบันในระบบมีคำถามคำตอบประมาณ 350 รายการ

ภาพที่ 7 การสร้างคำถามคำตอบ (Create question/answer for bot)

3. การให้บริการ Chat bot

การใช้งาน “น้องสินสมุทร” ได้ที่หน้าเว็บไซต์ของสำนักหอสมุด ด้านล่างสุดขวามือของเว็บไซต์ หรือสามารถเข้าใช้งานผ่านเว็บไซต์ <https://library1.kku.ac.th/chatbotv2> จะปรากฏหน้าจอ โดยผู้ใช้บริการกรอกคำถามที่ช่อง Chat จากนั้นกด Send Message หากคำถามนั้นได้ป้อนคำตอบเข้าระบบเรียบร้อยแล้ว จะแสดงคำตอบในช่อง Message หากคำถามที่ผู้ใช้บริการถามยังไม่ได้มีในระบบ คำตอบจะแสดงผลว่า “@Sinsamud: ผู้สร้างยังไม่ได้สอนสินสมุทรครับ ขอโทษด้วยนะครับ” ซึ่งคำถามใหม่ที่ใช้ถามมานั้นจะถูกนำมาหาคำตอบและเพิ่มเข้าในระบบ



ภาพที่ 8 Chat bot “สินสมุทร” นวัตกรรมบริการตอบคำถามอัตโนมัติ

นอกจากนี้ยังสามารถดูสถิติการใช้งาน Chat bot แบบ Real Time แสดงผลเป็น Visitors per Day / Per Month / Per Year

สรุป จากการนำแนวคิดกระบวนการแปลงข้อมูลจากลูกค้าให้เป็นสารสนเทศ และความรู้ที่ได้กล่าวมาแล้ว

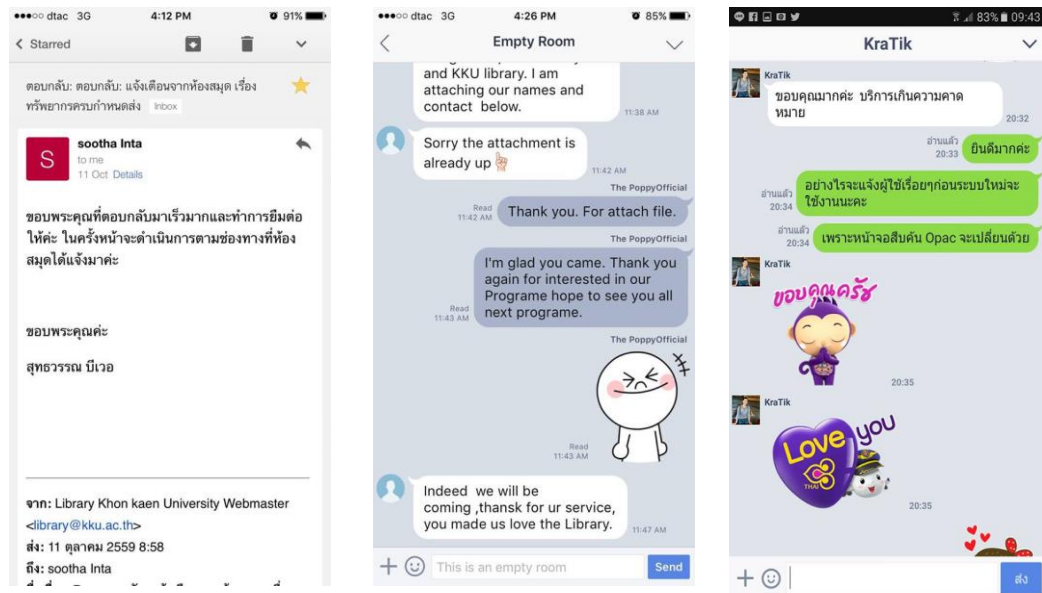


ภาพที่ 9 กระบวนการ VOC สู่นวัตกรรมบริการ Chat Bot

ข้างต้น จนพัฒนาเป็นนวัตกรรมบริการใหม่นั้นมีทั้งเสียงสะท้อนจากผู้บริการ ว่าน้องสินสมุทรยังไม่สามารถตอบคำถามได้ครอบคลุม หรือคำถามส่วนใหญ่ที่ถามมาเป็นคำถามเพื่อความบันเทิง ตลอดจนบุคลากรของสำนักหอสมุดที่เข้ามาทดลองใช้งานน้องสินสมุทรเอง ก็จะเข้ามามีส่วนร่วมในการเพิ่มคำถามคำตอบ ซึ่งในปีงบประมาณ 2560 นี้ภารกิจประชาสัมพันธ์และลูกค้าสัมพันธ์ร่วมกับการกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ จะได้พัฒนาและออกแบบความสามารถของ Chat Bot จากปีงบประมาณ 2559 ที่เป็น Version 1 เป็น Version 2 ให้สามารถตอบและสื่อสารกับผู้ใช้บริการบนแพลตฟอร์มอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากเว็บไซต์ และพัฒนาลังคำถามคำตอบให้เป็นภาษาอังกฤษเพิ่มความเป็นสากลรองรับผู้ใช้บริการชาวต่างชาติต่อไป

ผลการศึกษา

1. จากการรับฟังเสียงของผู้ใช้บริการตามช่องทางต่างๆทำให้ทราบความถึงต้องการและความไม่ต้องการของผู้ใช้ต่อบริการต่างๆ ของห้องสมุด
2. ผู้รับบริการได้รับการตอบสนองอย่างทันท่วงทีที่เกิดข้อร้องเรียน หรือข้อคำถามที่เกิดขึ้นกับการใช้บริการห้องสมุด ทราบว่าปัญหานั้นจะใหญ่หรือจะเล็ก หากมีการตอบสนองได้ทันท่วงทีผู้ใช้จะเกิดความพึงพอใจมากกว่าการไม่มีการตอบรับจากผู้ให้บริการ
3. นอกเหนือจากข้อร้องเรียน คำติ ยังมีคำชมจากผู้ใช้บริการ เกิดความภาคภูมิใจและเป็นกำลังใจต่อบุคลากรเป็นอย่างดี



ภาพที่ 10 กำลังใจจากผู้ใช้บริการ

4. ได้รับข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาบริการและออกแบบบริการ จนเกิดนวัตกรรมใหม่ในการให้บริการ Chat bot เป็นคลังคำถามคำถามตอบอัตโนมัติ <http://www.allourideas.org/sinsamud>



ภาพที่ 11 ผลสำรวจความคิดเห็นต่อ Chat bot

อภิปรายผล

เสียงของลูกค้า (Voice of Customer) คือเสียงสวรรค์ เพราะคือเสียงสะท้อนถึงการให้บริการของห้องสมุด และยังเป็นการให้บริการแก่ผู้ใช้ที่ตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ เมื่อผู้ใช้เกิดปัญหา ต้องการช่วยเหลือ ต้องการข้อมูล ต้องการบอกเล่าถึงสะท้อนถึงการให้บริการที่ได้รับ เมื่อผู้ใช้ส่งเสียงมาไม่ว่าช่องทางใด เสียงของผู้ใช้ต้องได้รับการตอบกลับจากห้องสมุด เมื่อผู้ใช้ได้รับการตอบกลับ จะทำให้เกิดความผูกพันและเกิดความพึงพอใจหรือได้รับการเยียวยาจิตใจในการกรณีที่เกิดความขัดข้องในการใช้บริการมากขึ้น เสียงสะท้อนของผู้ใช้มีความหมายต่อการทำงานบริการของห้องสมุด หากเป็นเสียงในทางไม่ดี เราจะนำเสียงเหล่านั้นมาเป็นข้อมูลปรับปรุงแก้ไขบริการของเรา หากเป็นเสียงในทิศทางที่ดี เสียงนี้จะเป็นกำลังใจให้กับคนทำงานบริการทุกคน ส่งผลให้การทำงานด้วยความสุขมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการสำรวจและพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการกับกลุ่มผู้ที่ไม่เคยมาใช้บริการของห้องสมุด เพื่อให้ทราบความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการกว้างขวางครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
2. ควรเพิ่มคำถามและคำตอบที่คาดว่าผู้ใช้บริการต้องการให้มากขึ้น ด้วยการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ให้บริการเข้ามาใช้งาน Chat bot เพื่อจะได้ทราบประเภทของคำถามต่อไป

การนำไปใช้ประโยชน์

ประโยชน์ต่อผู้รับบริการ

การพัฒนานวัตกรรมเป็นระบบตอบคำถามอัตโนมัติที่ห้องสมุดเรียกว่า “น้องสินสมุด” เป็นการนำคลังคำถามคำตอบมาต่อยอดให้เกิดช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการ นอกจากจะเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการแล้ว อีกนัยหนึ่งยังถือประโยชน์ด้านความบันเทิงให้แก่ผู้ใช้บริการ เสน่ห์ของChat botคือความสนุกของการได้คุยกับตัวการ์ตูนที่ตอบถูกบ้างผิดบ้าง ไม่เข้าใจคำถามบ้างสร้างสีสันให้ความบันเทิง ก็เหมือนกับเรานั่งคุยกับ Siri ที่เข้าใจบ้างไม่เข้าใจบ้าง ถือเป็นความบันเทิงของชาวดิจิทัลอีกรูปแบบหนึ่ง

ประโยชน์ในงานห้องสมุด

ได้ต่อยอดคำถาม ข้อสงสัย ข้อร้องเรียน ให้เกิดมีชีวิตชีวาขึ้นมาด้วยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาให้เป็นเครื่องมือติดต่อกับผู้ใช้บริการแบบ 24 ชั่วโมง ทุกที่ทุกเวลา ให้บริการทั้งแบบ PC และ Mobile เมื่อเกิดมีบริการ Chat bot ในวงการห้องสมุด ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของห้องสมุดในยุคสมัยนี้ดูน่าสนใจ มีความเคลื่อนไหวและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา แม้ว่าคำถามคำตอบส่วนใหญ่ที่ผู้ใช้บริการถามมาจะเป็นคำถามทั่วไปมากกว่าคำถามเชิงวิชาการ แต่ก็ทำให้ทราบว่าผู้ใช้ใน Generation นี้ยังให้ความสนใจห้องสมุดอยู่ นอกจากนี้จุดเด่นของการพัฒนาโปรแกรมคือไม่ใช้งบประมาณใดๆเพิ่มเติม เป็นการพัฒนางานประจำให้เกิดนวัตกรรม

ประโยชน์ของผู้ให้บริการ

บุคลากรได้พัฒนาตัวเองอยู่ตลอดเวลา สร้างคุณค่าในตัวเองในการสร้างสรรค์ผลงานหรือนวัตกรรมให้เกิดบริการใหม่ๆที่ผู้ใช้บริการจะได้รับประโยชน์ เพราะแม้ว่าจะมีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในงานห้องสมุดให้ทุกอย่างง่ายขึ้น แต่การบูรณาการเทคโนโลยียังต้องอาศัยมนุษย์ในการป้อนข้อมูล ซึ่งถือว่าเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน

รายการอ้างอิง

- ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์. (2555). *จัดการเสียงของลูกค้าอย่างไรให้ได้ใจลูกค้า: VOC Management and Process Improvement*. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- ถึงเวลาเริ่มต้นใช้ Chat Bot ช่วยธุรกิจ. ค้นเมื่อ 27 ตุลาคม 2559 สืบค้นจาก <http://www.digithun.com/chatbots/>
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. (2549). *เทคนิคการสร้างระบบบริการให้เป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศศิธร ดิณะมาศ. (2552). *พฤติกรรมผู้ใช้ในยุคดิจิทัล*. ค้นเมื่อ 27 ตุลาคม 2559 สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/289641>
- สำนักงานรางวัลคุณภาพแห่งชาติ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2553). *TQA Criteria for Performance Excellence 2553 – 2554*. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.