



248767

**การพัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษา: บริษัท ลานนาคอม จำกัด**

**ธีรชริน ชันอัสวะ**

**วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์**

**บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
กุมภาพันธ์ 2555**

๖๐๐๒๕๕๕๙๑

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



248767

การพัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษา: บริษัท ลานนาคอม จำกัด



ธีรชริน จันทร์อัสวะ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
กุมภาพันธ์ 2555

การพัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษา: บริษัทลานนาคอม จำกัด

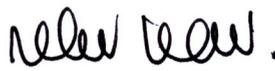
ธีรชรินทร์ ชันอัสวะ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์

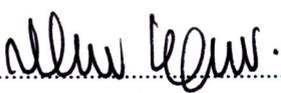
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

  
.....ประธานกรรมการ  
อาจารย์ ดร. ลิชณา ระมิงค์วงศ์

  
.....  
รองศาสตราจารย์ ดร. ตรัสพงษ์ ไทยอุปลัมภ์

  
.....กรรมการ  
นายไกรสิทธิ์ ชัยพงษ์พันธ์

  
.....กรรมการ  
รองศาสตราจารย์ ดร. ตรัสพงษ์ ไทยอุปลัมภ์

  
.....กรรมการ  
อาจารย์ ดร. ศักดิ์กษิต ระมิงค์วงศ์

26 กุมภาพันธ์ 2555

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเพราะได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ตรีพงษ์ ไทยอุบลรัตน์ ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้ให้ คำปรึกษา คำแนะนำที่ดี และหนังสือต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งคนตรวจแก้ไขงานการค้นคว้าแบบ อิสระนี้เสร็จสมบูรณ์ อาจารย์ ดร. ลัสนา ระมิงค์วงศ์, อาจารย์ ดร. ศักดิ์กษิต ระมิงค์วงศ์ ที่ ให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทางรวมทั้งความร่วมมือในการศึกษาครั้งนี้ ผู้เขียนขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณะผู้บริหาร และพนักงาน บริษัท ลานนาคอม จำกัด ทุกท่านที่กรุณา เป็นกรณีศึกษาและให้ความร่วมมือในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ทุกท่าน ที่ให้คำแนะนำเป็น อย่างดีตลอดมา

ขอขอบคุณนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ รหัส 53 ทุกท่านที่ให้ความ ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ และขอบคุณ เจ้าหน้าที่ประสานงานสาขา วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ ที่คอยประสานงานกับทางมหาวิทยาลัย รวมทั้ง คุณพ่อ คุณแม่ ญาติพี่น้อง และเพื่อนๆ ทุกคน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้

สุดท้ายนี้ หากมีสิ่งใดขาดตกบกพร่องหรือผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับและ ขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย และผู้เขียนหวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้คงมีประโยชน์บ้างไม่มากก็ น้อยสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ธีรชริน ชันอัสวะ

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

การพัฒนากระบวนการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

กรณีศึกษา: บริษัท ลานนาคอม จำกัด

ผู้เขียน

นายธีรชริน ชันอัสวะ

ปริญญา

วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (วิศวกรรมคอมพิวเตอร์)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร. ตรีสพงศ์ ไทยอุบลมณี

### บทคัดย่อ

การทำธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันกันระหว่างบริษัทเอกชนที่สูงมาก ซึ่งหากบริษัทไหนสามารถรักษาคุณภาพของสินค้าและการให้บริการ รวมไปถึงความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้ ก็จะมีโอกาสทางธุรกิจที่ดีกว่าบริษัทคู่แข่งอื่นๆ ซึ่งจะสามารถเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจของบริษัทได้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัท ลานนาคอม จำกัด กับลูกค้าของบริษัทที่เป็นกลุ่มสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา โดยมุ่งเน้นไปที่การให้บริการหลังการขายซึ่งระบบเดิมที่ใช้อยู่ในปัจจุบันไม่สามารถตอบสนองต่อการทำธุรกิจที่ขยายใหญ่ขึ้นได้อย่างเต็มที่จึงเกิดปัญหาต่างๆขึ้นมาก เช่น ไม่สามารถติดตามการให้บริการได้ ไม่สามารถจัดทำรายงานการให้บริการได้ เป็นต้น จึงต้องนำระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relation Management: CRM) ผ่านทางชุดแอปพลิเคชันของบริษัท ไมโครซอฟต์ ที่มีชื่อว่า Microsoft Dynamics CRM 2011 เข้ามาเป็นเครื่องมือในการศึกษาทดลองในครั้งนี้

ผลการทดลองพบว่าระบบใหม่ที่ใช้ Microsoft Dynamics CRM 2011 นั้นสามารถเพิ่มรายละเอียดในการบันทึกข้อมูลการให้บริการได้มากขึ้น มีความยืดหยุ่นในการบริหารบริษัทจัดการได้มากกว่าระบบเดิม และสามารถทำรายงานที่เป็นสถิติการให้บริการให้ผู้บริหารดูได้ง่ายขึ้น แต่ในทางกลับกันพนักงานบริษัทก็มีเสียงตอบกลับว่าต้องทำงานเพิ่มขึ้นในการใช้งานระบบใหม่ เพราะต้องทำการบันทึกด้วยตัวเองจากเดิมที่โทรศัพท์แจ้งผู้จัดการฝ่ายบริการทางเดียว

<b>Independent Study Title</b>	Customer Relationship Management System Development, Case Study: Lannacom Co., Ltd.
<b>Author</b>	Mr. Teeratcharin Kanasawa
<b>Degree</b>	Master of Engineering (Computer Engineering)
<b>Independent Study Advisor</b>	Assoc.Prof.Dr. Trasapong Thaiupathump

#### ABSTRACT

**248767**

Now, there is a high competition between companies. This is a one challenge for doing business. The companies will have a good and better chance for business if they can keep the quality of product and service as they were, including keep the good relationship with customer. You will have more opportunity than competitor. This can increase the value of a company's business to continue growing.

This study aims to develop a good relationship between the company; Lannacom, Ltd. and the customer who is a group of institutions of higher education level. Focus on providing after-sales service system. Due to the existing system at present cannot meet the business growth. Thus there are many problems such as cannot track the service, can't prepare a report about service etc. The customer relation management systems are used via Microsoft application named Microsoft Dynamic CRM 2011 to be one of tool in the study.

**248767**

The results showed that the new system using Microsoft Dynamic CRM 2011 can add more details to provide more information for service. Also it's more flexibility in management than the old system. The statistical report that provide to executives also easy to understand. On the other hand, the employee had some feedback that they need more working time to use this new system. Due to their need to record information by themselves from informing Service Manager directly.

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาของปัญหาที่นำไปสู่การค้นคว้าวิจัย และแนวทางแก้ปัญหา	1
1.2 สรุปสาระสำคัญจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง	2
1.3 หลักการและเหตุผล	2
1.4 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.5 ขอบเขตการทำวิจัย	3
บทที่ 2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
2.1 Custom Relation Management (CRM)	5
2.2 แนวคิดพื้นฐานของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	5
2.3 ขั้นตอนการบริหาร CRM ให้ประสบความสำเร็จ	6
2.4 หลักการสำคัญในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	6
2.5 Active Directory	7
บทที่ 3 โครงสร้างและขั้นตอนการทำงานของระบบ	
3.1 โครงสร้างของระบบ Service เดิมของ บริษัท ลานนาคอม จำกัด	8
3.2 โครงสร้างการให้บริการของ Microsoft Dynamics CRM 2011	13

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 โครงสร้างโปรแกรมและการทดลอง	19
4.1 พื้นฐานการทำงานของ CRM 2011	26
4.2 องค์ประกอบของ Service ใน CRM 2011	35
4.3 การทดลอง	40
4.4 ผลจากการสำรวจการใช้งานจากผู้ใช้	
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	44
5.2 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็น	57
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป	57
บรรณานุกรม	58
ภาคผนวก	59
ประวัติผู้เขียน	104

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
3.1 ตารางแสดงแต่ละส่วนประกอบของ Microsoft Dynamic CRM 2011	17
4.1 แสดงการบันทึกงานในระบบเดิม	36
4.2 รายละเอียดในแต่ละช่องของตารางการให้บริการ	36
4.3 ผลการเปรียบเทียบเวลาในแต่ละขั้นตอนการดำเนินการ	38
4.4 เปรียบเทียบประสิทธิภาพของทั้งสองระบบ	40
5.1 เปรียบเทียบการแก้ไขปัญหาที่พบของทั้งสองระบบ	43
5.2 ความเห็นของผู้ใช้ต่อข้อดีและข้อจำกัดของทั้งสองระบบ	46

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
3.1 รูปแสดงระบบปัจจุบันของโครงสร้างโปรแกรมการให้บริการระบบเก่า	8
3.2 กระบวนการลำดับการทำงานของระบบเดิม	9
3.3 รูปแสดงหน้าเว็บเพจที่ฝ่ายบริการกรอกข้อมูล	10
3.4 ข้อมูลที่แสดงออกมาหลังจากการกดปุ่ม Apply Filter	11
3.5 ระบบปฏิบัติการ Microsoft Windows Server 2008 R2	12
3.6 Microsoft Exchange Server 2010	13
3.7 Microsoft SQL Server 2008	13
3.8 Microsoft Office Outlook 2010	13
3.9 แสดงลำดับการทำงานบริษัทเมื่อปรับใช้กับ Microsoft Dynamic CRM 2011	14
3.10 แสดงรายงานการให้บริการที่เป็นแผนภูมิต่างๆ	15
3.11 แสดงส่วนการประสานงานกับผู้ใช้ในส่วนของการบันทึกการให้บริการ	15
4.1 ส่วนที่เกี่ยวข้อง	18
4.2 หน้าต่างการเข้าถึงการสร้าง user	19
4.3 การสร้าง user ใหม่ให้กับ CRM 2011	20
4.4 การเพิ่ม Security Role ให้กับ user ที่สร้างใหม่	21
4.5 การปรับแต่ง CRM 2011 E-mail Router	22
4.6 แสดง Microsoft Dynamic CRM 2011 สำหรับ Microsoft Office Outlook 2010	23
4.7 แสดงส่วนประสานงานผู้ใช้ของ Microsoft SQL Server 2008	24
4.8 แสดงปฏิทินการให้บริการ	25
4.9 แสดงการสร้าง case ใหม่และสามารถใส่ข้อมูลรายละเอียดได้มากกว่าระบบเดิม	26
4.10 แสดง case ที่ยังอยู่ในกระบวนการแก้ไข	27
4.11 แสดงการเลือกดูเฉพาะข้อมูลที่ต้องการ	27
4.12 แสดง case ที่แก้ไขเรียบร้อยแล้ว	28
4.13 แสดงรายชื่อลูกค้าทั้งหมดของบริษัท	29

## สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพ	หน้า
4.14 แสดงหน้าตาंतरการแก้ไขข้อมูลของลูกค้า	30
4.15 แสดงการติดต่อลูกค้าทั้งหมดของบริษัท	31
4.16 แสดงหน้าตาंतरการแก้ไขรายชื่อผู้ติดต่อ	31
4.17 แสดงชนิดของ Articles	32
4.18 แสดงรายการของ Articles ทั้งหมด	33
4.19 แสดงรายการสินค้าและบริการของบริษัททั้งหมด	33
4.20 แสดงการให้บริการที่ทำการวางแผนเอาไว้	34
4.21 แสดงรายละเอียดของการให้บริการของกรณีศึกษาเดียวกันนี้	37
4.22 แสดง dashboard ที่ประกอบไปด้วยแผนภูมิต่างๆ	38
5.1 แสดงการรวมข้อมูลการให้บริการไว้ในที่เดียวกัน	47
5.2 แสดงถึงทรัพยากรบุคคลที่สามารถใช้งานได้	48
5.3 แสดงการปรับแต่งรูปแบบการกรอกข้อมูลได้เอง	49
5.4 แสดงการกำหนดผู้รับผิดชอบการบริการ	50
5.5 แสดงการให้บริการของพนักงาน	51
5.6 แสดงถึงรูปแบบการใส่ข้อมูลของพนักงาน	52
5.7 แสดงการส่งอีเมลถึงผู้รับผิดชอบถึงการติดตามการให้บริการ	53
5.8 แสดงแผนภูมิที่สามารถนำมาวัดความพึงพอใจลูกค้าได้	54
5.9 แสดงส่วนความพึงพอใจของลูกค้า	55
5.10 แสดงการติดตามการให้บริการของลูกค้า	55
5.11ราคาของ Microsoft Dynamics CRM 2011	55