

กระบวนการสร้างแนวคำถามและคำตอบสำหรับ
การพัฒนารูปแบบแชทบอท SMEs ไทย

มีแสน แก่นขวงค์¹

คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

E-mail: meesaen.ka@rmuti.ac.th

ชัชชัย รัตนพันธ์²

คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

E-mail: chudchai.ra@rmuti.ac.th

ดารีกา แสนพวง³

คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

E-mail: darika.ph@rmuti.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้นำเสนอกระบวนการสร้างแนวคำถามและคำตอบสำหรับการพัฒนารูปแบบแชทบอท SMEs ไทย นั้นเป็นอย่างไร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนและค้นหาทฤษฎีที่กล่าวถึงขั้นตอนการแนวทางการสร้างคำถามและคำตอบสำหรับระบบแชทบอท เพื่อค้นหาขั้นตอนการแนวทางการสร้างคำถามและคำตอบสำหรับระบบแชทบอท เพื่อนำแนวทางการสร้างคำถามและคำตอบสำหรับการพัฒนารูปแบบแชทบอท SMEs ไทยและนำไปใช้งานทางการตลาดต่อไป โดยดำเนินการศึกษาบทความวิชาการ บทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการสร้างคำถามและคำตอบทั้งในและต่างประเทศ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ด้วยการวิเคราะห์พร้อมทั้งใช้เทคนิคการสังเคราะห์เชิงทฤษฎีการจัดการสารสนเทศ ผลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม การวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหาเชิงทฤษฎี พบว่ามีแนวทางการสร้างคำถามและคำตอบสำหรับระบบแชทบอทแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การรวบรวมแนวคำถามและคำตอบ 2) การจัดหมวดหมู่และเรียงลำดับความสำคัญแนวคำถามและคำตอบ 3) การประมวลผลแนวคำถามและคำตอบ 4) การบำรุงรักษาแนวคำถามและคำตอบ นอกจากนี้เราควรกำหนดพื้นที่สำหรับคำถามใหม่ ๆ หรือคำถามที่ไม่ค่อยมีผู้ถามเข้ามาหรือคำถามที่ความถี่ค่อนข้างน้อย รวมถึงการใช้ภาษาที่สื่อสารง่ายมีทิศทางบวกทั้งผู้ให้บริการ จะสร้างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและระบบแชทบอทขององค์กรมีความราบรื่นเพิ่มความน่าสนใจในการใช้งานและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า ส่งผลให้มอบความไว้วางใจให้การสนับสนุนการดำเนินธุรกิจแก่หน่วยธุรกิจหรือองค์กรต่อไป

คำสำคัญ: การสร้างแนวคำถาม, การสร้างแนวคำตอบ, ระบบตอบกลับอัตโนมัติ, แชทบอท, วิสาหกิจขนาดกลางและขนาด

ย่อมไทย

The creating a question and answer process for
chatbot model development of Thai SMEs

Meesaen Kaenchuwong¹

Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Isan. Sakon Nakhon Campus

E-mail: meesaen.ka@rmuti.ac.th

Chudchai Rattanaphunt²

Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Isan. Sakon Nakhon Campus

E-mail: chudchai.ra@rmuti.ac.th

Darika Sangpong³

Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Isan. Sakon Nakhon Campus

E-mail: darika.ph@rmuti.ac.th

ABSTRACT

This article is a presentation how is the process of creating a question and answer for the development of a chatbot model for Thai SMEs ? The purpose of this research is to review and explore the theory discussed in the question and answer process for chatbot systems. To find out how to create a question and answer for a chatbot system. To bring the guidelines for creating questions and answers for the development of Thai SMEs chatbot model and Implement for further marketing benefits by conducting a study of academic articles. The author reviews literature from various sources by analyzing and using theoretical synthesis techniques for information organization theory. In the results from the analysis of literature and theoretical content found that there are creating questions and answers approach for discussions about dividing into 4 steps. 1) The question and answer collection 2) Categorizing and prioritizing the question and answer 3) The question and answer processing 4) The question and answer maintenance. We should also set up a space for new or less frequently asked questions or relatively low frequency questions. Including the use of language that is easy to communicate, has a positive direction for users. To create a interaction between users and the chatbot system and increase usability and create a good experience for customers. As a result, they are entrusted to support business operations for business units or organizations in the future.

Keywords: Questionnaire Creation, Answer Creation, Auto-Response, Chatbot, SMEs Thai

บทนำ

ยุค COVID-19 ในปัจจุบันเป็นตัวเร่งการเพิ่มจำนวนการใช้บริการข้อมูลทางออนไลน์เติบโตแบบก้าวกระโดดที่มีติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวันตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อค้นหาหรือสอบถามข้อมูลหรือข้อสงสัยในประเด็นปัญหาต่าง ๆ ผู้บริโภคบางรายมีความต้องการคำตอบทันทีและคำตอบต้องตรงกับคำถามทางออนไลน์รวมถึงมีความพึงพอใจต่อคำตอบที่ได้รับ ซึ่งนับเป็นความท้าทายแก่ผู้ให้บริการทางออนไลน์ต้องออกแบบเพื่อแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภคให้ตรงต่อพฤติกรรมการใช้งานที่มีการตอบสนทนอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและมีอยู่จำนวนมากต้องเร่งปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์นี้ โดยเฉพาะ SMEs ไทยนอกจากต้องเร่งปรับปรุงกระบวนการธุรกิจเพื่อการแข่งขันในยุค COVID-19 แล้วยังประสบปัญหาการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หรือองค์กรที่ต้องรวดเร็วและแม่นยำ อีกทั้งไม่สามารถจ้างพนักงานเพื่อจัดการข้อมูลและสารสนเทศที่มีค่าจ้างในอัตราที่สูง ปัญหาเหล่านี้ล้วนเป็นแรงกดดันให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการธุรกิจของตนเอง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) ฉะนั้นผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ไทยจะต้องเตรียมคำตอบบางส่วนไว้ในการตอบข้อซักคำถามของผู้ใช้บริการ การบริการข้อมูลหรือสารสนเทศเพื่อแก้ปัญหาหรือการสอบถามรายละเอียดการให้บริการเพิ่มเติมต่าง ๆ จึงถือเป็นหัวใจที่สำคัญอย่างยิ่งในการประกอบธุรกิจที่ให้บริการสื่อสารแบบออนไลน์ การรับเรื่องและการตอบคำถามแก่ผู้บริโภคหรือผู้ให้บริการต้องมีการยืนยันกับผู้ให้บริการด้วยว่าได้รับเรื่องแล้ว เพราะถ้าหากมีการตอบสนองล่าช้าและไม่ตรงตามความต้องการก็จะส่งผลให้ความน่าเชื่อถือหรือความจงรักภักดีที่มีต่ออัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือองค์กรจะลดลงอย่างต่อเนื่อง การบริหารธุรกิจทางออนไลน์นั้นจึงจำเป็นต้องใช้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์และการติดต่อพูดคุยกับลูกค้า ซึ่งในปัจจุบันทุก ๆ องค์กรก็เริ่มนิยมนำระบบการตอบกลับอัตโนมัติมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการบริการทางธุรกิจ เพื่อให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าด้านต่าง ๆ ได้ตลอดเวลาและพร้อมให้รายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรและผลิตภัณฑ์นั้นก็คือระบบแชทบอท (Chatbot) ที่ใช้แนวคิดแบบ Rule-Based Approach เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่จะโต้ตอบกับผู้ใช้งานด้วยคำสำคัญ (Keyword) หรือวลีต่าง ๆ ที่ใช้ในการตรวจจับความหมายและต้องวางเนื้อหาให้ครอบคลุมพร้อมทั้งมีกฎระเบียบในการการกำกับแนวคำถามและแนวคำตอบ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเตรียมการรวบรวมและวิเคราะห์เนื้อหาเหล่านี้ก่อนที่จะบรรจุข้อมูลและสารสนเทศไว้ในฐานข้อมูลในระบบแชทบอท ถ้าหากเนื้อหาที่มีอยู่ในแนวคำถามและแนวคำตอบนอกเหนือจากขอบเขตเหล่านี้ ระบบแชทบอทจะไม่เข้าใจหรือไม่สามารถค้นหาคำตอบจากคำสำคัญหรือวลีที่ผู้ให้บริการสอบถามหรือป้อนข้อมูลเข้ามาได้

ดังนั้นผู้ประกอบการ SMEs ไทยต้องตระหนักในเรื่องข้อมูลและสารสนเทศทางธุรกิจของตนเอง รวมถึงต้องให้ความสำคัญกระบวนการสร้างแนวคำถามและคำตอบเป็นอันดับต้นก่อนจะมีการบรรจุเนื้อหาในการบริการข้อมูลและสารสนเทศแก่ลูกค้าหรือผู้บริโภค เพื่อนำไปกำหนดและบันทึกเนื้อหาในคลังข้อมูลของระบบแชทบอทที่ผู้ใช้งานสามารถสอบถามหรือป้อนข้อมูล ข้อเท็จจริงบนเงื่อนไขที่เรากำหนดไว้สามารถทำการประมวลผลและตอบกลับไปได้ให้ตรงตามความต้องการ (Jiang He & Et al., 2007) การกำหนดเนื้อหาในคลังข้อมูลต้องมีกระบวนการและรูปแบบที่สอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ ตามความคาดหวังหรือประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคได้สอบถามหรือมีการให้ความคิดเห็นต่าง ๆ ไปยังผู้ให้บริการ เพื่อให้ผู้บริการได้รับฟังข้อเสนอแนะที่จะนำมาปรับปรุงและปรับเปลี่ยนเพื่อตอบสนองให้การแก้ปัญหาให้แก่ทางผู้บริโภค ซึ่งส่วนเนื้อหาต่าง ๆ เหล่านี้เราต้องจัดเตรียมก่อนนำเนื้อหาไปบันทึกในฐานข้อมูลในระบบแชทบอท ทั้งนี้แนวคำถามหรือเนื้อหาดังกล่าวจะถูกนำขึ้นไปตอบข้อสงสัยเมื่อมีการแสดงคำสำคัญหรือวลีที่ตรงกับเงื่อนไขหรือกฎระเบียบที่ระบบแชทบอทกำหนดไว้ การสร้างกระบวนการดังกล่าวจึงจำเป็นต้องใช้การสังเคราะห์เชิงทฤษฎีในการสร้างแนวคำถามและคำตอบเพื่อค้นหาและทบทวนแนวทางหรือองค์ความรู้ การออกแบบกระบวนการจัดเตรียมเนื้อหาแนวคำถามและคำตอบรวมถึง รูปแบบข้อมูลและสารสนเทศที่จะต้องให้บริการในการตอบประเด็นต่าง ๆ หรือการสอบถามเบื้องต้นของผู้บริโภคนั้น ควรจะมีขั้นตอนและ

ข้อกำหนดที่เป็นแนวคิดหรือหลักการนั้นควรจะเป็นอย่างไร เพื่อสนับสนุนการทำงานของระบบแชทบอทที่ตอบสนอง
ผู้ให้บริการได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ

การสังเคราะห์เชิงทฤษฎีการสร้างแนวคำถามและคำตอบ

การตอบสนองข้อคำถามและประเด็นที่มีความสงสัยต่าง ๆ ถือเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในระบบแชทบอทที่ทุก ๆ องค์กร
ต้องตระหนักและให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก หลักการในการสร้างแนวคำถามและคำตอบในระบบแชทบอทคล้าย ๆ กับการ
สร้างหน้าคำถามยอดนิยม หรือ Frequently Asked Question (FAQ) ที่มีกระบวนการรวบรวมคำถามยอดนิยมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
หรือบริการขององค์กรได้มากยิ่งขึ้น (Globallinker, 2019) จากที่เรามักจะเจอคำถามหรือข้อสงสัยจากลูกค้าที่สนใจในผลิตภัณฑ์
มักจะมีคำถามซ้ำ ๆ และบ่อย ๆ ที่ผู้ให้บริการมักจะตอบซ้ำ ๆ เช่นกันและเป็นแนวทางใกล้ ๆ กันมาโดยตลอด จึงเกิดคำถามว่า
เรามีวิธีหรือมีแนวทางอย่างไรที่จะช่วยตอบคำถามลูกค้าให้สะดวกรวดเร็วและได้รับความพึงพอใจในคำตอบที่ได้รับ ซึ่งจะเป็นสิ่งที่
ยืนยันและนำมาบรรจุอยู่ในฐานข้อมูลเพื่อให้บริการข้อมูลพื้นฐานรวมถึงรายละเอียดในด้านต่าง ๆ ทำให้องค์กรสามารถกำกับแนว
คำตอบเป็นแนวทางเดียวกัน (Sahathust, 2019) แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสร้างแนวคำถามและคำตอบเนื้อหา ส่วนมากจะ
เป็นคำถามที่มักถูกถามบ่อย ๆ และ FAQ มักจะเป็นข้อมูลที่ผู้ให้บริการเตรียมไว้สำหรับสิ่งที่ผู้บริโภคที่คาดว่าจะถามถึงประเด็น
ต่าง ๆ ในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือการใช้บริการ สามารถแสดงรายละเอียดในผลิตภัณฑ์ในรูปแบบการให้ข้อมูลเพิ่มเติมจากส่วนที่
ไม่ได้แสดงในการโฆษณาหลักในรูปแบบข้อมูลหรือสารสนเทศที่มากกว่าตัวเลข ตัวอักษร ในรูปแบบภาพ วิดีทัศน์ เสียง เป็นต้น
เพื่อช่วยลดภาระการตอบคำถามของบุคลากร (ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง, 2561) การบริการส่งมอบคำตอบต่าง ๆ แก่ผู้บริโภคใน
ยุค COVID-19 ที่มีการปฏิสัมพันธ์กันแบบออนไลน์นั้นจึงมีความจำเป็นหรือเป็นมาตรฐานในการบริการข้อมูลเบื้องต้นแก่
ผู้ให้บริการสอบถามข้อมูลทางธุรกิจ

การประยุกต์กระบวนการจัดเตรียมเนื้อหาเพื่อบรรจุลงในระบบแชทบอทมีความสำคัญอย่างยิ่ง (Jiang He & Et al.,
2007) การส่งมอบคำตอบแก่ผู้ให้บริการที่ป้อนข้อมูลหรือคำถามเข้ามาที่มากมายและความหลากหลายรวมถึงมีความซับซ้อน
เป็นอย่างมากและเป็นอุปสรรคของบริหารและจัดการในแนวคำตอบที่ต้องจัดการในระบบที่ไร้รูปแบบ ปัญหาดังกล่าวจึง
จำเป็นต้องมีการสร้างแนวคำถามและคำตอบในระบบแชทบอทให้มีรูปแบบ มีความชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้
ดำเนินการทบทวนวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ โดยได้คัดเลือกและทบทวนวรรณกรรมมาที่มีแนวทางในการสร้างแนว
คำถามและคำตอบตามที่ได้และใช้เทคนิคการสังเคราะห์เชิงทฤษฎีการจัดการสารสนเทศ มาจัดกลุ่มหัวข้อเพื่อใช้อธิบายในการ
ทบทวนวรรณกรรมโดยแยกได้เป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การรวบรวมสารสนเทศ เป็นการรวบรวมข้อมูลและสารสนเทศ จาก
แหล่งต่าง ๆ 2) การจัดหมวดหมู่ข้อมูลและสารสนเทศ 3) การประมวลผลข้อมูลและสารสนเทศ 4) การบำรุงรักษาข้อมูลและ
สารสนเทศ (Taylor, 2003 ; สมพร พุทธาพิทักษ์ผล, 2546) ผู้วิจัยได้ปรับเปลี่ยนหัวข้อให้สอดคล้องกระบวนการจัดการแนว
คำถามและคำตอบ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมแนวคำถามและคำตอบ เราสามารถรวบรวมได้จากทุกช่องทาง ซึ่งมักจะเกิดขึ้นจากการ
พูดคุยกับลูกค้าในเรื่องต่าง ๆ (ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง, 2561) ที่ผู้ให้บริการได้ร้องขอและส่งคำถามเข้ามาในปรากฏการณ์จริง
และนำเชื่อถือ (Jiang He & et al., 2007 ; ชลนที รอดสว่างและคนอื่น ๆ, 2020 ; นิตยา ชุ่มอภัยและอัคริมา สุ่มมาตย์, 2018 ;
ณภาพัช ทรัพย์ณเณร, 2562) และมักจะพบกับคำถามที่เกิดขึ้นเป็นประจำ ไม่ว่าจะเป็นพนักงานที่หน้าร้าน จากการสนทนาทาง

โทรศัพท์ ส่งข้อความหรือถามบนโซเชียลมีเดียทุกชนิด เราต้องรวบรวมคำถามที่เกิดขึ้นทั้งหมดและทดลองค้นหาและลองอ่านแนวคำถามและคำตอบของคู่แข่งทางธุรกิจ โดยพิจารณาว่ามีลูกค้าเข้ามาถามในส่วนใดบ้าง เพื่อใช้เป็นแนวทางให้แก่องค์กรของเรา (Sahathust, 2019) รวมถึงต้องแน่ใจว่าคำถามนั้นเป็นคำถามที่พบบ่อย ๆ ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ไม่ควรคาดเดาแทนผู้บริการว่าอาจจะต้องการรู้ ซึ่งอาจส่งผลให้การเตรียมหน้าคำถามที่พบบ่อยจะไม่มีประโยชน์สำหรับลูกค้าและสิ้นเปลืองเวลาในการเตรียมข้อมูล ต้องรวบรวมข้อมูลที่เป็นจริงเกี่ยวกับชนิดของคำถามที่ผู้บริการสอบถามเข้ามาบ่อย ๆ อีกแนวทางหนึ่งที่เพิ่มเติมก็คือเราสามารถสอบถามบุคลากรภายในองค์กร โดยตั้งแนวคำถามว่าพนักงานไม่พึงประสงค์ที่จะบริการตอบคำถามเรื่องอะไรของลูกค้าบ้างและหัวข้อใดที่ผู้บริการมักจะมีคำถามที่สับสนมากที่สุดในแนวคำตอบ นอกจากนี้การตรวจสอบผ่านอีเมลหรือบันทึกข้อความการโทรติดต่อฝ่ายบริการลูกค้าก่อนหน้านี้ สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาแนวคำถามและคำตอบที่มีประโยชน์อย่างมาก (Litwin, 2018) หรืออาจจะคาดเดาถึงคำถามต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทที่ผู้บริโภคอาจจะสอบถามเข้ามาในรายละเอียดต่าง ๆ (Globalinker, 2019) ดังนั้นเราต้องรวบรวมคำถามต่าง ๆ จากลูกค้าหรือผู้บริการและแนวคำตอบที่ได้จากภายในและภายนอกองค์กรทุก ๆ ช่องทางที่ส่งผ่านเข้ามา นำมารวมไว้ในฐานข้อมูลกลางเพื่อเป็นข้อมูลและสารสนเทศเอาไว้ใช้สำหรับบริการข้อมูลและสารสนเทศที่ตรงตามความต้องการของผู้บริการให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด ก่อนการดำเนินการจัดหมวดหมู่ของแนวคำถามและแนวคำตอบใหม่

ขั้นตอนที่ 2 การจัดหมวดหมู่แนวคำถามและคำตอบ การจัดการตามแนวคำถามมักจะแบ่งกลุ่มตามความสนใจของลูกค้าตามหลักการแบ่งส่วนการตลาดด้านหลักจิตวิทยา (ณภาพัช ทรัพย์เนตร, 2562) เมื่อรวบรวมคำถามจากแหล่งต่าง ๆ แล้วนำมาจัดกลุ่มโดยแยกตามประเภทของแนวคำถาม เช่น การใช้เวลาในการส่งสินค้าภายในกี่วัน สินค้านี้ได้รับค่าจัดส่งด้วยหรือไม่ ตัวอย่างในสองคำถามที่กล่าวมานี้ เราสามารถนำมารวมกันในหมวดคำถามสำหรับการจัดส่งสินค้าไว้เป็นประเภทเดียวกันได้ พร้อมทั้งใช้เป็นแนวทางในการตอบคำถามแก่ลูกค้าเกี่ยวกับการจัดส่งสินค้า เชื่อมโยงความเข้าใจกระบวนการในการสั่งซื้อและการขนส่งของลูกค้า เป็นต้น (Sahathust, 2019 ; ชลนที รอดสว่างและคนอื่น ๆ, 2020) การจัดระเบียบคำถามให้เป็นหมวดหมู่ที่ครอบคลุม เช่น การสั่งซื้อสินค้าหรือการชำระเงิน วิธีนี้จะช่วยให้แนวคำถามที่พบบ่อยอยู่ภายใต้การควบคุมสถานการณ์ของเราเอง (Litwin, 2018) เราสามารถแบ่งคำถามที่มีความถี่จากผู้บริการ ออกเป็น 3 กลุ่ม ตามช่วงเวลาการตัดสินใจ ด้วยการจัดประเภทของคำถามตามการใช้งานแต่ละกลุ่มในระบบแชทบอทเพื่อทำงานได้สะดวกยิ่งขึ้น ได้แก่ 1) ช่วงลูกค้าหาข้อมูลเพื่อจะนำมาประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ต้องเก็บและรวบรวมและคัดแยกข้อมูลว่ามีคำถามใดที่ลูกค้าเข้ามาเป็นจำนวนมาก ก่อนที่ลูกค้าจะนำข้อมูลนั้นไปตัดสินใจ ซึ่งส่วนนี้ค่อนข้างสำคัญอย่างยิ่งเพราะถ้าหากขาดการให้คำตอบที่ชัดเจนและประกอบกับกลุ่มเป้าหมายนั้นไม่เคยสัมผัสประสบการณ์ในการใช้งานผลิตภัณฑ์มาก่อนก็จะส่งผลทำให้เกิดจากความไม่มั่นใจในผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ของเราเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมกับบุคคลใดบ้าง มีความโดดเด่นเหนือกว่าคู่แข่งด้านไหนบ้าง มีตัวอย่างที่ชัดเจนในผลลัพธ์ที่ได้หรือไม่ 2) คำถามที่เกิดขึ้นระหว่างการใช้ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การดูแลบำรุงรักษา การเก็บผลิตภัณฑ์ให้คงทน เป็นต้น 3) คำถามที่เกี่ยวกับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และอยากได้รับคำแนะนำเพิ่มเติมเพื่อนำมาแก้ไขปัญหของตนเองจากการที่ใช้งานมายาวนาน (Tantisajjatham, 2018 ; นิติยา ชุ่มอภัยและอัศริมา สุ่มมาตย์, 2018) จากการจัดกลุ่มในแต่ละคำถามเราควรที่จะเลือกคำถามที่สำคัญ ๆ ก่อนนำมาเรียงลำดับแล้วเขียนแนวคำตอบเพื่ออธิบายในรายละเอียดในแต่ละแนวคำถามที่เรียงลำดับความสำคัญแล้ว (ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง, 2561) การให้ความสำคัญของการจัดหานั้นสำคัญอย่างยิ่งในการเริ่มต้นของการสร้างแนวคำถามและคำตอบที่จัดเป็น 3 หมวดหมู่ ได้แก่ 1) คำถามที่มีความถี่สูงและไม่ซ้ำกันในรายบุคคล 2)

คำถามเกี่ยวกับกระบวนการใช้ผลิตภัณฑ์ขององค์กร 3) คำถามเชิงแนะนำในการพัฒนาหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ขององค์กร เราจัดหมวดหมู่ตามลำดับความสำคัญของเนื้อหาและแนวทางคำตอบที่ยังไม่ชัดเจนคำตอบเอาไว้ก่อนเบื้องต้นเพื่อเตรียมเข้าสู่กระบวนการประเมินผลในขั้นถัดไป

ขั้นตอนที่ 3 การประมวลผลแนวคำถามและคำตอบ วิธีที่เขียนคำตอบสำหรับแนวคำถามที่พบเป็นประจำนั้นเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เปรียบเสมือนคำตอบพระคัมภีร์เพราะเราต้องการให้สิ่งเหล่านี้เป็นคำเริ่มต้นของคำตอบที่ต้องตอบไปทุก ๆ คำถามในรายการ นั้นหมายความว่าเราควรใช้เวลาในการเขียนคำตอบที่ชัดเจนและเหนือสิ่งอื่นใดคำตอบแต่ละข้อควรมีความกระชับตรงไปตรงมาและเป็นจริงอย่างแน่อน วิธีการเขียนคำตอบที่มีประสิทธิภาพ เราสามารถใช้รูปภาพหรือคลิปวิดีโอเมื่อมีความจำเป็นเพื่อใช้แสดงประกอบกับแนวคำตอบ วิธีการใช้มีลติมีเดียนี้มีประโยชน์อย่างมากต่อผู้ใช้บริการเพื่อความชัดเจนมากขึ้น (Litwin, 2018) และหลีกเลี่ยงการอธิบายของคำตอบที่มีเนื้อหามากเกินไป ควรสรุปให้กระชับได้ใจความอ่านเข้าใจง่าย ๆ เข้าประเด็นคำถามอย่างรวดเร็ว (Sahathust, 2019 ; นิติยา ชุ่มอภัยและอัคริมา สุ่มมาตย์, 2018) ควรเขียนเนื้อหาภาษาที่ใช้ในมุมมองของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจะเป็นการดีและใช้ภาษาที่เข้าถึงง่าย ควรจะหลีกเลี่ยงศัพท์เฉพาะทางให้ได้มากที่สุดและเลือกประเด็นที่เฉพาะเจาะจงแล้วเขียนคำตอบให้ตรงประเด็นและพยายามตอบทุก ๆ คำถามให้ตรงประเด็น บางครั้งเราควรตอบคำถามต่าง ๆ เหมือนการผ่านน้ำเสียงของมนุษย์ที่สะท้อนถึงความจริงใจไปสู่ลูกค้าให้มากที่สุดหรืออาจจะต้องจ้างผู้เชี่ยวชาญหรือที่ปรึกษาเฉพาะทางมาเพื่อช่วยเขียนแนวคำตอบให้มีความชัดเจน (Globallinker, 2019 ; ชลนที รอดสว่างและคนอื่น ๆ, 2020) ควรระมัดระวังเนื้อหาคำตอบที่ต้องการใช้ตอบคำถามของผู้ใช้บริการที่จะทำให้รู้สึกว้าวเมื่อได้รับแล้วก่อให้เกิดความสับสนในความเข้าใจและไม่มีประโยชน์ เพราะสิ่งนี้จะกลายมาเป็นต้นเหตุของทัศนคติเชิงลบที่ผู้ใช้บริการมีต่อเราหรือบางครั้งอาจจะเข้าประเด็นเรื่องการให้ความรู้ที่มอบแก่ผู้รับบริการน้ำหนักเบาไปกลายเป็นผลกระทบเชิงลบในสัมพันธ์จากกลุ่มเป้าหมายขององค์กรที่ยังไม่มาเป็นลูกค้าหรือลูกค้าประจำอาจจะเลิกจากการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของเราไปเลยก็เป็นได้ (Tantisajjatham, 2018 ; ฌภาภช ทรัพย์เนตร, 2562) จากการประมวลผลแนวคำถามเพื่อกำหนดเนื้อหาของคำตอบแต่ละคำถามต้องมีความระมัดระวังอย่างยิ่ง ต้องเข้าใจง่าย ใช้ภาษาที่ตรงไปตรงมา มีความกระชับ การผลิตคำตอบอาจจะต้องจ้างผู้เชี่ยวชาญมาตรวจสอบ ส่วนรูปแบบของการตอบนั้นเราสามารถใช้อักษรตัวหนังสือ รูปภาพ คลิปวิดีโอหรือภาพเคลื่อนไหวมาประกอบในแนวคำตอบเพื่อความชัดเจนในข้อความ

ขั้นตอนที่ 4 การบำรุงรักษาแนวคำถามและคำตอบ แนวคำถามและแนวตอบบางครั้งอาจจะเหมาะกับช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่งและบางครั้งก็ไม่ตรงกับข้อความถามแก่ผู้ใช้บริการในปัจจุบัน แนวคำถามและคำตอบนั้นมีความล้าสมัยอย่างรวดเร็วและอาจไม่เป็นประโยชน์กับผู้ใช้บริการตามที่เขาต้องการ ควรตรวจสอบให้แน่ใจว่าการปรับปรุงข้อมูล รูปภาพหรือคลิปวิดีโอของเราอย่างสม่ำเสมอ ควรตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าคำตอบทั้งหมดที่อยู่ในนั้นยังคงถูกต้องและแนวคำถามทั้งหมดยังคงเกี่ยวข้องกับแนวคำตอบให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เพราะถ้าหากไม่ดำเนินการอาจจะพบปัญหา เช่น คำตอบที่ยังคงมีการโต้ตอบสำหรับคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เราได้เลิกผลิตแล้ว นอกจากนี้เราต้องการประเมินผลแนวคำตอบเป็นระยะ ๆ บางทีต้องเขียนแนวคำตอบใหม่เพื่อความชัดเจนยิ่งขึ้น (Litwin, 2018)) เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการตอบกลับมักจะมีคำถามผูกพันกับผลิตภัณฑ์ จนนำไปสู่ความพึงพอใจหรือได้รับการตอบรับที่ดีส่งผลต่อด้านอารมณ์ไปในทิศทางบวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่เกิดความขัดข้องในการใช้บริการของเรานั้น ลูกค้าต้องการรับคำตอบที่ดีและรวดเร็ว (นิติยา ชุ่มอภัยและอัคริมา สุ่มมาตย์, 2018) ถ้าหากเป็นไปได้ควรนำแนวคำถามและคำตอบในฐานข้อมูลของระบบแชทบอทมานำเสนอในที่ประชุมและ

ทบทวนกับทีมงาน ยกตัวอย่างแนวคำถามขึ้นมาแล้วช่วยกันหาคำตอบ รวมถึงการทดลองให้ทีมงานอื่น ๆ ช่วยกันทบทวนแนวคำตอบเพื่อตรวจสอบความชัดเจนว่าตรงประเด็นหรือไม่จากแนวคำถามดังกล่าว (Sahathust, 2019) ขณะที่เรากำลังทบทวนแนวคำตอบหลายครั้ง เรามักจะทำการเปลี่ยนแปลงคำตอบของเราบ่อยครั้งที่ส่งผลกระทบต่อเนื้อหาในระบบเซทบอทในวงกว้าง ดังนั้นเราควรทำการตรวจสอบข้อมูลและสารสนเทศที่เราเตรียมเนื้อหาใหม่เพื่อจะบรรจุลงในระบบเซทบอทและต้องปรับปรุงในฐานข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ (Globalinker, 2019) รวมถึงการป้องกันไม่ให้ผู้ให้บริการเกิดคำถามที่สะท้อนเกี่ยวกับความไม่มั่นใจในการใช้งานของระบบเซทบอทจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นในบริการขององค์กร เราสามารถวิเคราะห์ความซับซ้อนของคำถามสามารถแยกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ คำถามที่ไม่มีคำตอบและคำถามที่คำตอบไม่ตรงเพื่อนำมาปรับปรุงเนื้อหาในฐานข้อมูลต่อไป (ชลนที รอดสว่างและคนอื่น ๆ, 2020) และต้องตั้งทีมงานมาเพื่อบริหารจัดการข้อมูลเหล่านี้ให้สอดคล้องต่อเหตุการณ์ (ณภาพัช ทรัพย์ณร, 2562) การค้นหาและปรับปรุงแนวคำตอบให้เป็นปัจจุบันมากที่สุดเป็นส่วนสำคัญในการบำรุงรักษาข้อมูล ยิ่งเป็นแนวคำถามเกี่ยวกับเทคโนโลยีของการผลิตมักจะมีอายุในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ควรระมัดระวังในส่วนคำตอบที่คิดว่าต้องมันปรับปรุงข้อมูลเกี่ยวกับข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบในการตอบคำถามแก่ผู้ให้บริการ

สรุปและอภิปรายผล

การสังเคราะห์เชิงทฤษฎีการจัดการสารสนเทศด้วยมุมมองจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการแนวคำถามและคำตอบ ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้อธิบายรายละเอียดของการจัดการและได้ดำเนินการสังเคราะห์เอกสารและจัดกลุ่มสรุปเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ที่มีความสอดคล้องกับหลักการการจัดการสารสนเทศ Taylor (2003) และ สมพร พุทธาพิทักษ์ผล (2546) ที่ได้นำเสนอไว้มีอยู่ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การรวบรวมข้อมูลและสารสนเทศ 2) การจัดหมวดหมู่ข้อมูลและสารสนเทศ 3) การประมวลผลข้อมูลและสารสนเทศ และ 4) การบำรุงรักษาข้อมูลและสารสนเทศ หลักการดังกล่าวนี้ได้ใช้กันอย่างแพร่หลาย ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดทางทฤษฎีในการสร้างแนวคำถามและคำตอบสำหรับระบบเซทบอทด้วยการใช้เทคนิคการสังเคราะห์เชิงทฤษฎี โดยผลจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์เชิงทฤษฎีได้นำมาเรียบเรียงและสร้างแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแนวคำถามและคำตอบสำหรับระบบเซทบอทใหม่ได้สรุปเป็นขั้นตอน 4 ขั้นตอน ดังแสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 การสังเคราะห์เชิงทฤษฎีกระบวนการจัดการแนวคำถามและคำตอบ

กระบวนการจัดการ แนวคำถามและคำตอบ	Jiang He & Et al. (2007)	Litwin (2018)	นิตยา ชุ่มอภัยและอัคริมา สุ่มมาตย์ (2018)	ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (2018)	Tantisajjatham (2018)	Sahathust (2019)	ณภาพัช ทรัพย์เนตร (2019)	Globalinker (2019)	ชลนที รอดสว่างและคนอื่น ๆ (2020)
1) การรวบรวมแนวคำถามและคำตอบ	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
2) การจัดหมวดหมู่และเรียงลำดับความสำคัญ แนวคำถามและคำตอบ		✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
3) การประมวลผลแนวคำถามและคำตอบ		✓	✓		✓	✓	✓	✓	
4) การบำรุงรักษาแนวคำถามและคำตอบ	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓

จากตารางที่ 1 การสังเคราะห์เชิงทฤษฎีกระบวนการจัดการแนวคำถามและคำตอบ ได้มีนักวิชาการหรือคณะต่าง ๆ ที่ได้ให้เหตุผลและมุมมองที่สอดคล้องในการจัดกลุ่มของขั้นตอนกระบวนการจัดการแนวคำถามและคำตอบ 1) การรวบรวมข้อมูลและสารสนเทศ 2) การจัดหมวดหมู่ข้อมูลและสารสนเทศ 3) การประมวลผลข้อมูลและสารสนเทศ และ 4) การบำรุงรักษาข้อมูลและสารสนเทศ ที่เป็นหมวดหมู่ดังกล่าว สามารถอธิบายตามในรายละเอียดในแต่ละขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมแนวคำถามและคำตอบจากแหล่งที่เกี่ยวข้อง เป็นขั้นตอนเริ่มต้นที่สำคัญและไม่ควรละเลยข้อคำถามทุก ๆ คำถามที่เกี่ยวข้องกับองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ จากทุกแหล่งที่ผลิตข้อคำถาม ข้อสงสัยหรือข้อสอบถามสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นขึ้นมา สามารถแยกการรวบรวมแนวคำถามได้จาก 2 แหล่ง ได้แก่

1) แนวคำถามจากภายนอก เราสามารถสังเกตได้จากประวัติในการดำเนินการทางธุรกิจหรือการปฏิบัติงานขององค์กรในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภค เช่น จากการพูดคุย สนทนา ตอบปัญหาโทรศัพท์ การรับส่งข้อความและข้อความเสียง การประชุมกับผู้ที่เกี่ยวข้องและการสื่อสารผ่านช่องทางโซเชียลเน็ตเวิร์ก เป็นต้น ควรรวบรวมและบันทึกรายละเอียดเนื้อหาแนวคำถามและถ้ามีคำตอบเบื้องต้นที่เคยตอบบ้างแล้วก็นำมารวบรวมอยู่ด้วยกันแล้วค่อยทำการคัดแยกตามประเภทและนำมาวิเคราะห์ภายหลัง

2) แนวคำถามจากแหล่งภายใน เราสามารถสอบถามหรือระดมสมองจากบุคลากรภายใน โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนงานที่มีหน้าที่ให้บริการข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการโดยตรง เพื่อทราบจำนวนความถี่เกี่ยวกับข้อคำถามหรือข้อสงสัยซ้ำ ๆ ว่ามีคำถามหรือข้อสงสัยประเภทใดที่ผู้ใช้บริการมักจะถามเข้ามาในองค์กรอยู่เสมอเป็นประจำทุกวัน รวมถึงยังมีแหล่งแนวคำถามอีกกลุ่มหนึ่งก็คือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ มักจะมีข้อคำถามหรือข้อสงสัยเกี่ยวกับองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

นอกจากการรวบรวมแนวคำถามจากภายนอกและภายในดังกล่าว เราควรมีมติระดมความคิดแนวคำถามที่เกี่ยวข้องว่าเป็นเรื่องที่จะต้องตอบหรือไม่ เพราะบางส่วนเป็นความลับทางการค้าหรือธุรกิจซึ่งมีผลกระทบตามมาอย่างกว้างขวาง ควรคัดกรองแนวคำถามกำหนดชั้นความลับไว้กำกับด้วยโดยเฉพาะแนวคำถามที่มีความถี่สูงและมีความจำเป็นจะต้องเผยแพร่แนวคำตอบสู่สาธารณชนภายนอก

ขั้นตอนที่ 2 การจัดกลุ่มและเรียงลำดับความสำคัญแนวคำถามและคำตอบ เมื่อดำเนินการรวบรวมคำถามหรือข้อสงสัยจากแหล่งทั้งภายในและภายนอกมาแล้ว เราต้องนำมาพิจารณาจัดการแต่ละประเภทคำถามและเรียงลำดับความสำคัญสามารถแยกกลุ่มแนวคำถามตามประเภทได้ 4 ประเภท ได้แก่

1) ประเภทการประชาสัมพันธ์ขององค์กร เช่น เมื่อมีผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ข่าวสารที่เผยแพร่เกี่ยวกับชื่อเสียงขององค์กร การเผยแพร่ทางเทคนิคใหม่ ๆ เป็นต้น

2) ประเภทเพื่อการตัดสินใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงที่ผู้บริโภคต้องการข้อมูลเบื้องต้นหรือความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ก่อนการตัดสินใจสั่งซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ช่วงระหว่างการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นมีการเก็บรักษาสินค้าให้ยาวนานเป็นอย่างไรและช่วงสุดท้ายจะเป็นคำถามที่เกี่ยวกับความต้องการคำแนะนำเพิ่มเติมและปรับเปลี่ยนการใช้งานหรือเทคนิคใหม่ ๆ เป็นต้น

3) ประเภทการให้บริการสอบถามตามกระบวนการทางธุรกิจ เช่น การสมัครสมาชิก การสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การสั่งซื้อ การยืนยันคำสั่งซื้อ วันที่ส่งมอบสินค้า การขนส่งสินค้า การชำระเงินหรือคู่มือการใช้งานผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

4) ประเภทการร้องเรียน เช่น การใช้งานยุ่งยาก ความคงทนของผลิตภัณฑ์ การตอบคำถามของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ค่าธรรมเนียมที่ซับซ้อน การคิดค่าสินค้าหรือบริการที่ไม่ถูกต้อง เป็นต้น

เมื่อแยกประเภทของแนวคำถามตามที่ยกตัวอย่างมาข้างต้นแล้ว เราจะนำมาพิจารณาแต่ละรายการเพื่อพิจารณาตามลำดับความสำคัญและความถี่ที่ได้สำรวจเบื้องต้นจากขั้นตอนที่ 1 โดยการรวบรวมจำนวนหัวข้อคำถามมาเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละประเภทที่จัดกลุ่มและลองพิจารณาให้ลำดับความสำคัญและความจำเป็นของแนวคำถามนั้น เพื่อจะได้รับทราบแนวคำตอบที่เราจะเตรียมไว้เพื่อจะกำหนดการตอบคำถามเหล่านั้นในขั้นตอนถัดไป

ขั้นตอนที่ 3 การประมวลผลแนวคำถามและคำตอบ การเขียนคำตอบที่ชัดเจนสำหรับคำถามแต่ละข้อ ควรเขียนแนวคำตอบในการอธิบายรายละเอียดเพื่อให้สอดคล้องกับข้อคำถามด้วยการใช้ภาษากระชับ สบายงาม ตรงไปตรงมา ความเป็นจริงง่ายต่อการอ่าน ชัดเจนในประเด็นของแนวคำถาม ผู้วิจัยได้กำหนดการประมวลผลแนวคำถามและคำตอบสามารถกำหนดได้ 4 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) การกำหนดและมอบหมายหน้าที่ผู้รับผิดชอบการประมวลผลแนวคำถามและคำตอบ
- 2) การกำหนดระยะเวลาในการประมวลผลและส่งผลลัพธ์ของคำตอบ เพื่อยืนยันในการค้นหาเพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่ทันเวลา สื่อสารเข้าใจง่าย ถูกต้องตามข้อเท็จจริงที่ได้ เป็นต้น
- 3) การกำหนดวิธีการค้นหาคำตอบ ด้วยการค้นหาภายในหรือจ้างผู้เชี่ยวชาญภายนอก ควรจะใช้ภาษาระดับเดียวกับที่ผู้ใช้บริการ เมื่ออ่านแล้วไม่ต้องตีความทำให้เข้าใจและเข้าใจง่ายในคำตอบ บางครั้งอาจจะต้องจัดจ้างผู้ชำนาญการเฉพาะเรื่องที่ทราบในรายละเอียดหรือเชี่ยวชาญเฉพาะทางมาช่วยกำหนดทิศทางของคำตอบ และควรอ้างอิงเชิงหลักทางวิชาการเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของคำตอบหรือเพิ่มน้ำหนักของแนวคำตอบในเชิงลึก บางครั้งควรที่จะเพิ่มหลักฐานประกอบคำตอบด้วยภาพ คลิปวิดีโอ กราฟสถิติต่าง ๆ จะใช้ให้แนวคำตอบมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น ควรหลีกเลี่ยงการใช้ภาษาที่คลุมเครือ อ่านแล้วเข้าใจยาก ไม่เหมาะสมหรือสอดคล้องกับแนวคำถามเพราะจะส่งผลในทิศทางลบ ลดความน่าเชื่อถือแก่องค์กรหรือผลิตภัณฑ์ จนกลายเป็นผลกระทบต่อกำหนดผู้ให้บริการหรือลูกค้ากลุ่มเป้าหมายลดลงอย่างต่อเนื่อง ควรระมัดระวังการเลือกคำตอบและลองทดสอบคำตอบนี้กับทีมงานหลาย ๆ ครั้งและหลาย ๆ กลุ่มเพื่อดูปฏิกิริยาตอบสนองและผลกระทบเบื้องต้นก่อนที่จะนำไปบรรจุจริงในฐานะข้อมูลธุรกิจในระบบเซพทพทที่บริการแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อไป
- 4) กำหนดผู้ทดสอบและตรวจสอบคำตอบก่อนเผยแพร่ออกสู่ภายนอกองค์กร ผู้ที่ทดสอบควรจะเป็นคนละฝ่ายกับผู้ส่งผลลัพธ์คำอธิบายหรือคำตอบ เพื่อรับรู้และตรวจสอบทิศทางที่ใช้ประโยชน์จากข้อมูลหรือสารสนเทศที่ได้รับว่าเป็นอย่างไร

ขั้นตอนที่ 4 การบำรุงรักษาแนวคำถามและคำตอบ ด้วยการปรับปรุงแนวคำตอบพร้อมทั้งทบทวนความเข้าใจในแนวคำถาม ควรหมั่นตรวจสอบคำตอบว่าเนื้อหาหรือข้อมูลที่เตรียมไว้ล้าสมัยหรือเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันหรือไม่ ควรปรับเปลี่ยนเป้าหมายในการสื่อสารข้อมูลและสารสนเทศใหม่ ๆ สำหรับลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ผู้วิจัยได้กำหนดการบำรุงรักษาแนวคำถามและคำตอบสามารถกำหนดได้ 5 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) การกำหนดและมอบหมายหน้าที่ผู้รับผิดชอบเพื่อดำเนินการบำรุงรักษาแนวคำถามและคำตอบ
- 2) การกำหนดระยะเวลาการตรวจสอบความล้าสมัยของคำตอบหรือกำหนดรอบในการตรวจสอบกำกับดูแลข้อมูลและสารสนเทศทางธุรกิจ
- 3) กำหนดรอบการรายงานผลการบำรุงรักษาแนวคำถามและคำตอบ ด้วยการประชุมทีมงานให้มีความสม่ำเสมอ
- 4) การกำหนดวิธีการตรวจสอบ การกำหนดขั้นความลับของคำถามและคำตอบที่ให้บริการพิเศษเฉพาะสมาชิกของเราด้วยหรือไม่ การเข้าถึง ความนิยม ความถี่ในการซักถามความคิดเห็นที่ได้จากการได้รับคำตอบของระบบเซพทพท การประกาศข้อมูล ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจใหม่ ๆ ตามสถานการณ์ เช่น สภาพปัจจุบัน กระแสสังคม วงจรอายุผลิตภัณฑ์หรือการเลิกผลิตบางรุ่น เป็นต้น การกำหนดปีรายงานแก่ผู้ใช้บริการอาจจะกำหนดไว้ไม่เกิน 3 ปีย้อนหลังเพื่อใช้ในการอ้างอิงบางที่ก็อาจจะเปลี่ยนรูปแบบในการนำเสนอเป็นในรูปแบบเสียงโต้ตอบ รูปภาพ คลิปวิดีโอคลิป กราฟ เป็นต้น
- 5) กำหนดผู้ตรวจสอบและประเมินผล ถ้าผลการประเมินของเราพบเนื้อหาที่มีความจำเป็นจะต้องเปลี่ยนแปลงหรือเตรียมคำตอบใหม่ให้ชัดเจนก็ต้องเร่งดำเนินการเขียนคำตอบใหม่ให้ทันสมัยอยู่เสมอหรือการใช้ระบบเซพทพทในเรื่องความพึงพอใจต่อการใช้งาน



ภาพที่ 1 กระบวนการจัดการแนวคำถามและคำตอบสำหรับระบบแชทบอท

นอกจากกระบวนการจัดการที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังส่วนที่ต้องเตรียมเพิ่มเติมอย่างหนึ่งก็คือ เราควรกำหนดพื้นที่สำหรับคำถามใหม่ ๆ หรือคำถามที่ไม่ค่อยมีผู้ถามเข้ามาหรือคำถามที่ความถี่ค่อนข้างน้อยซึ่งสอดคล้องคำอธิบายของ CharathBank (2015) ที่ได้อธิบายถึง Frequently Unasked Questions (FUQ) ที่สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแรกนั้นเป็นคำถามที่เราไม่เคยรับรู้มาก่อนที่ได้รับแนวคำถามมาจากผู้ใช้บริการหรือผู้ที่สนใจในผลิตภัณฑ์ที่มักจะเกิดขึ้นนาน ๆ ครั้ง กลุ่มที่สองเป็นคำถามน่าจะเป็นประเด็นสำคัญอย่างยิ่งแต่ยังไม่เคยมีผู้ใดได้นำมาตั้งเป็นคำถามเลยและกลุ่มสุดท้ายจะเป็นกลุ่มคำถามที่ถูกค่าหรือผู้ใช้บริการอาจจะทราบแต่ไม่ได้รับคำตอบ ขาดความชัดเจนในระบบแชทบอท แต่อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเป็นแนวคำถามที่ถูกถามบ่อย ๆ หรือเป็นคำถามที่มีความถี่ค่อนข้างน้อยแล้วแต่เป็นประเด็นที่เราต้องเตรียมคำตอบที่มีความชัดเจน การใช้ภาษาที่สื่อสารง่ายมีทิศทางบวกทั้งผู้ใช้บริการและองค์กรนั้นเป็นสิ่งที่ จะช่วยให้การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการและระบบแชทบอทขององค์กรมีความราบรื่น เพิ่มความน่าสนใจในการใช้งาน ความครอบคลุมด้วยเนื้อหาที่ตอบข้อสงสัยแก่ผู้ใช้บริการ เราควรปรับปรุงและเพิ่มข้อมูลรายละเอียดในส่วนที่ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาของผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ครอบคลุมหรือเพิ่มเติมในสิ่งที่ต้องการจะเน้นย้ำการพัฒนาอัตลักษณ์ ช่วยให้ผู้ใช้บริการมีพื้นฐานข้อมูลและสารสนเทศของผลิตภัณฑ์หรือองค์กรไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อลดภาระงานของบุคลากร สร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าส่งผลให้มอบความไว้วางใจให้การสนับสนุนการดำเนินธุรกิจแก่หน่วยธุรกิจหรือองค์กรต่อไป

จากรายละเอียดของกระบวนการจัดการแนวคำถามและคำตอบที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ผู้ประกอบการ SMEs ไทยจำเป็นในยุค COVID-19 จะต้องใช้ข้อมูลและสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพในกระบวนการธุรกิจ การจัดการให้ข้อมูลและสารสนเทศในส่วนลูกค้าสัมพันธ์ถือว่าเป็นหัวใจที่สำคัญอย่างยิ่ง เมื่อผู้ประกอบการ SMEs ต้องการนำระบบแชทบอทบนแพลตฟอร์มใด ๆ

มาประยุกต์ในกระบวนการธุรกิจต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดการฐานข้อมูลธุรกิจของตนเองในการเตรียมการและมอบหมายหน้าที่ในแต่ละกระบวนการแก่ทีมงานตนเอง ด้วยการประยุกต์ใช้กระบวนการใหม่ที่กล่าวมาข้างต้นทั้ง 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การรวบรวมแนวคำถามและคำตอบ 2) การจัดหมวดหมู่และเรียงลำดับความสำคัญแนวคำถามและคำตอบ 3) การประมวลผลแนวคำถามและคำตอบ 4) การบำรุงรักษาแนวคำถามและคำตอบ นอกจากนี้ผู้ประกอบการ SMEs ควรกำหนดพื้นที่สำหรับคำถามใหม่ ๆ หรือคำถามที่ไม่ค่อยพบบ่อยหรือคำถามที่มีความถี่ค่อนข้างน้อย รวมถึงการใช้ภาษาที่สื่อสารง่ายมีทิศทางบวกทั้งผู้ใช้บริการ สร้างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการและระบบเซพทอขององค์กรมีความราบรื่น เพิ่มความน่าสนใจในการใช้งานและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า ส่งผลให้มอบความไว้วางใจให้การสนับสนุนการดำเนินธุรกิจแก่หน่วยธุรกิจหรือองค์กรและสุดท้ายผู้ประกอบการ SMEs ควรเพิ่มช่องทางในการฝากที่อยู่หรือลิงก์ของเซพทอเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้แพร่กระจายไปให้ทั่วถึง เพิ่มช่องทางการรับรู้ข่าวสารและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หรือการบริการหลังการขายที่เหนือกว่าคู่แข่งสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจในยุค COVID-19 ที่ต้องมีข้อมูลและสารสนเทศที่ผ่านกระบวนการกลั่นกรองแม่นยำ รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- Brad Litwin. (2018). How to Put Together an Effective FAQ Page (In 5 Steps). Retrieved May 11, 2022, from <https://www.a2hosting.com/blog/create-an-faq-page/>
- CharathBank. (2015). FAQs และ FUQs อีกหนึ่งแนวทางในการทำการตลาดและการทำงานด้วย Content. สืบค้น 14 เมษายน 2565, จาก <https://www.thumbsup.in.th/faqs-fuqs-content>
- Globalinker Staff. (2019). การสร้างสื่อยอดหน้าคำถามยอดนิยม หรือ FAQ สำหรับเว็บไซต์ของคุณ. สืบค้น 16 เมษายน 2565, จาก <https://businesslinx.globalinker.com/bizforum/article/การสร้างสื่อยอดหน้าคำถามยอดนิยม หรือ FAQ สำหรับเว็บไซต์ของคุณ/34025>
- Jiang He, Tong Gao, Wei Hao, I-ling Yen, & Farokh Bastani. (2007). A Flexible Content Adaptation System Using a Rule-Based Approach. IEEE Transactions on Knowledge and Data Engineering .2007. Issue:1. p. 127-140
- Nuttawee Tantisajjatham. (2018). 7 ขั้นตอนการสร้าง คอนเทนต์ คุณภาพ จากคำถามที่ถูกลูกค้าถามบ่อย (Frequently Asked Questions). สืบค้น 1 พฤษภาคม 2565, จาก <https://stepstraining.co/content /7-steps-create-content-by-faq>
- Num Sahathust. (2019). ทำไมเราถึงต้องมี FAQ Page บนเว็บไซต์. สืบค้น 3 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.noonnum.com/post/why-do-we-have-a-faq-page-on-the-website>
- Taylor, A. G. (2003). The organization of information (2nd ed.). Westport, CT: Libraries Unlimited.
- ชลธิ์ รอดสว่าง, พงศ์สุธีร์ ทองเกลี้ยง, อธิพร อินต๊ะวงศ์, อภิสิทธิ์ สอนงค์, โยชิตา ฐิติวัฒนาและสุทัศน์ โชตนะพันธ์. (2020). การออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อสื่อสารความเสี่ยงในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โควโรนา 2019 (COVID-19). OSIR, June 2020, Volume 13, Issue 2, p.71-77
- ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง. (2561). FAQ – คอนเทนต์ดีๆ ที่ธุรกิจควรมี. สืบค้น 9 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.nuttaputch.com/what-is-faq>
- ณภาพัฒน์ ทรัพย์เนตร. (2562). การพัฒนาระบบการจัดการเนื้อหาเพื่อการเรียนรู้พฤติกรรมของลูกค้าผ่านระบบบัญชีไลน์ทางการของธนาคารธนชาต (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- นิตยา ชุ่มอภัยและอัศริมา สุ่มมาตย์. (2018). จาก "การรับฟังเสียงของลูกค้า (VoC)" สู่ "การสร้างนวัตกรรมบริการ . (Chat bot)" PULINET Journal Vol. 5, No. 1, January - April 2018 : pp.265-273
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2564. บทสรุปผู้บริหาร รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2564 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). กันยายน 2564
- สมพร พุทธาพิทักษ์ผล. (2546). การจัดการสารสนเทศ. ใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชา ศิลปศาสตร. (บรรณาธิการ). ประมวลสาระชุดวิชาเทคโนโลยีเพื่อการจัดการสารสนเทศ : Technology for information management หน่วยที่ 1-3. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช