

การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยของการให้บริการภายนอกด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

ตุลาคม 2556

การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยของการให้บริการภายนอกด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

ตุลาคม 2556

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยของการให้บริการภายนอกด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

ตุลาคม 2556

เพ็ญนภา จิตใหญ่. (2556). การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยของการให้บริการภายนอกด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร.อดุลย์ สุภนัท.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยของการให้บริการภายนอกด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็นลูกค้าประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) จำนวน 3 ราย ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) จำนวน 1 ราย และ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) จำนวน 1 ราย โดยผู้วิจัยได้จัดเก็บและรวบรวมข้อมูลจาก ผลประกอบการประจำปีของบริษัทผู้ให้บริการภายนอกด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงปี 2551-2552

ผลการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วย พบว่า ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมด (Totally Outsource) มีต้นทุนต่อหน่วยจากค่าเฉลี่ยของต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 5,540,809.83 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 461,734.15 บาท โดยสามารถผลักระยะค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้แก่ผู้ให้บริการภายนอกได้ร้อยละ 100 ส่วนศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงาน (Facility Rental) มีต้นทุนต่อหน่วยจากค่าเฉลี่ยของต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 4,694,326.58 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 391,193.88 บาท โดยสามารถผลักระยะค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ให้แก่ผู้ให้บริการภายนอกได้ร้อยละ 85 สำหรับศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทสุดท้าย คือ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) มีต้นทุนต่อหน่วยจากค่าเฉลี่ยของต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 846,483.25 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 70,540.27 บาท โดยสามารถผลักระยะค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ให้แก่ผู้ให้บริการภายนอกได้ร้อยละ 15

UNIT COST ANALYSIS OF OUTSOURCE CALL CENTER SERVICE



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Economics Degree in Managerial Economics
at Srinakharinwirot University

October 2013

Pennapa Jityai. (2013). *Unit cost analysis of outsource call center service*. Master's Project,
M.Econ. (Managerial Economics).Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University.
Project Advisor. Dr.Adul Supanut.

The objective of this study wishes to analyze unit cost of outsource call center service in Bangkok, by Totally Outsource service amount 3 company ,Facility Rental service amount 1 company and Outsource Agent service amount 1 company. The analysis store and collect data from company report of outsource call center service in Bangkok from 2008 – 2009

From the studying in unit cost of outsource call center, found Totally outsource service have unit cost per seat amount 5,540,809.93 baht /year and 461,734.15 baht/month. This service can be push expanses responsibility to outsourcing company 100 percentage. Facility Rental service have unit cost per seat amount 4,694,326.58 baht/year and 391,193.88 baht/month. This service can be push expanses responsibility to outsourcing company 85 percentage. The last type, Outsource Agent service have unit cost per seat 846,483.25 baht/year and 70,540.27 baht/month. This service can be push expanses responsibility to outsourcing company 15 percentage.

สารนิพนธ์

เรื่อง

การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยของการให้บริการภายนอกด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์

ของ

เพ็ญนภา จิตใหญ่

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย สันติวัฒนกุล)

วันที่ เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2556

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ประธาน
(อาจารย์ ดร. อดุลย์ ศุภนันท)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิรวัดน์ เจริญสถาพรกุล)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร. พลพัทธ์ โคตรจรัส)

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์และความช่วยเหลืออย่างยิ่งจากท่านอาจารย์ ดร.อดุลย์ สุภนต์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรวัฒน์ เจริญสถาพรกุล และอาจารย์ ดร.พลพัทธ์ โคตรจรัส กรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่ท่านทั้งสามได้สละเวลาในคำปรึกษาแนะนำที่ดีนับตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนสำเร็จ ช่วยเหลือและตรวจทานแก้ไขปรับปรุงให้สารนิพนธ์มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในสำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่านที่ช่วยให้ความรู้แก่ผู้วิจัยในทุกรายวิชาตลอดหลักสูตร เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ตลอดจนเจ้าหน้าที่สำนักงานทุกท่าน ที่ช่วยเหลือ แจ่มข่าว และประสานงานเพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ท้ายสุดผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ น้องสาวและครอบครัว ตลอดจนเพื่อนและผู้บังคับบัญชาที่ร่วมงาน ที่ทุกท่านให้การสนับสนุน คอยเตือนและเป็นกำลังใจที่ดีเยี่ยม ในการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยหวังว่า ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจเกี่ยวกับธุรกิจการให้บริการศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ในประเทศไทยต่อไป

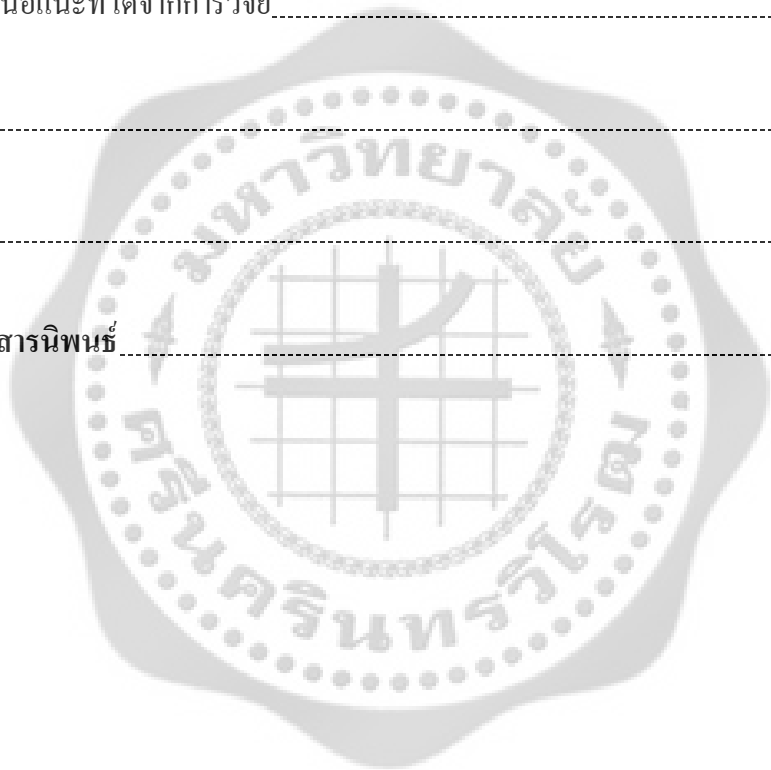
เพ็ญภา จิตใหญ่

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ความรู้ทั่วไปของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ Call Center.....	7
ความหมายและความรู้ทั่วไปของการทำ Outsource.....	9
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	11
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	18
การกำหนดข้อมูลและแหล่งข้อมูลในการวิจัย.....	18
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	19
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	19
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	22
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมด ในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource).....	22
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่ และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental).....	26
ผลการวิเคราะห์ต้นทุนของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent)	30

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	35
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	35
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	35
สรุปผลการวิจัย.....	36
อภิปราย.....	41
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	42
บรรณานุกรม.....	43
ภาคผนวก.....	45
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	47



บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงข้อมูลธุรกิจ 5 อันดับแรกที่ใช้บริการผู้ให้บริการภายนอก ระหว่างปี พ.ศ. 2549 - ปี พ.ศ. 2551.....	2
2 แสดงรายละเอียดวิธีการคิดคำนวณต้นทุน.....	20
3 ต้นทุนทางตรงที่ใช้ในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภท ให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) ของปี 2551 – 2552.....	23
4 แสดงต้นทุนทางอ้อมในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภท ให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource).....	24
5 ต้นทุนรวมของงบการลงทุนการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภท ให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) ระหว่างปี 2551 – 2552.....	25
6 ต้นทุนทางตรงที่ใช้ในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภท ให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงาน ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) ของปี 2551 – 2552.....	27
7 แสดงค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงาน ของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental)	28
8 ต้นทุนรวมของงบการลงทุนการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภท ให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของ ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) ระหว่างปี 2551 – ปี 2552.....	29
9 ต้นทุนทางตรงที่ใช้ในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภท ให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) ของปี 2551 – 2552.....	31
10 แสดงค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent).....	32
11 ต้นทุนรวมของงบการลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภท ให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) ระหว่างปี 2551 – ปี 2552.....	33

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันธุรกิจหลายประเภทได้มีนโยบายปรับลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง หรือปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น จึงได้เกิดการบริหารงานที่เรียกว่า “การดำเนินจากผู้ให้บริการภายนอก (Business Process Outsource) หรือ BPO” ขึ้นซึ่งการดำเนินงานดังกล่าว คือ การมอบระบบงาน หรือบริการภายในองค์กรออกไปให้บุคคลอื่นเข้ามาบริหารแทน (วันเพ็ญ หรุจิตติวัฒน์, 2552, ออนไลน์) โดยวิธีการหนึ่งที่เป็นที่นิยมคือการหันไปใช้บริการบางส่วนจากผู้ให้บริการภายนอก (Outsourcing) ที่มีความเชี่ยวชาญและมีต้นทุนในการดำเนินการที่ต่ำกว่า โดยเฉพาะศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Call Center) ซึ่งปัจจุบันถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมากของธุรกิจในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) โดยเฉพาะในยุคที่มุ่งเน้นกลยุทธ์ให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric Strategy) เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงตามความต้องการมากที่สุด ส่งผลให้ธุรกิจเกือบทุกประเภทจำเป็นต้องมีศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ที่จะตอบข้อซักถามและรับฟังปัญหาเพื่อนำส่งต่อไปให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับวิกฤตเศรษฐกิจก็ยิ่งผลักดันให้หลายธุรกิจหันมาใช้บริการศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์จากผู้ให้บริการภายนอกมากขึ้น

โดยแนวโน้มการเติบโตของการจ้างผู้ให้บริการภายนอกในส่วน of ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ มีแนวโน้มขยายตัวอย่างมาก ยกตัวอย่างเช่น ในปี พ.ศ. 2551-2552 มูลค่าธุรกิจศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ของประเทศอินเดียมีมูลค่าสูงถึงประมาณ 11,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือ คิดเป็นประมาณ 385,000 ล้านบาท ขณะที่ธุรกิจศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ในประเทศฟิลิปปินส์ก็มีมูลค่าสูงเช่นเดียวกัน โดยมีมูลค่าประมาณ 7,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นประมาณ 245,000 ล้านบาท สำหรับประเทศไทยธุรกิจศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์มีแนวโน้มที่เติบโตมากขึ้นเช่นเดียวกัน โดยที่ผ่านมามีธุรกิจศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ในปี พ.ศ. 2553 ประเทศไทยมีมูลค่าตลาด 3,000-3,500 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2552, ออนไลน์) ขณะเดียวกันธุรกิจประเภทอื่นๆ ได้มีนโยบายปรับลดค่าใช้จ่ายลง จึงหันมาใช้บริการจากผู้ให้บริการภายนอกมากขึ้น รวมทั้งมีการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านทางศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์มีมากขึ้นเช่นต้น ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 แสดงข้อมูลธุรกิจ 5 อันดับแรกที่ใช้บริการผู้ให้บริการภายนอก ระหว่างปี
พ.ศ. 2549 – ปี พ.ศ. 2551

ชื่อบริษัท	ประเภทธุรกิจ	ปี 2549	ปี 2550
ปี 2551			
การบินไทย	สายการบิน	28,999,000.00	29,262,000.00
29,423,000.00			
ธนาคาร	ธนาคาร	17,939,000.00	28,425,800.00
33,690,000.00			
นกแอร์ไลน์	สายการบิน	15,224,100 .00	21,488,300.00
22,399,000.00			
เอชพี ไทยแลนด์	เทคโนโลยี	6,120,000.00	10,103,000.00
14,483,000.00			
แมคโดนัลด์	อาหาร	5,224,400.00	8,616,200.00
11,027,000.00			

ที่มา: บริษัทวันทวัน จำกัด บริษัททรูทัทซ์ จำกัด และ บริษัทโมแคป จำกัด

ในปัจจุบัน ธุรกิจการให้บริการลูกค้าสัมพันธ์ได้จำแนกการให้บริการแก่ธุรกิจผู้ให้บริการ
แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์
(Totally Outsource)
2. ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของ
ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental)
3. ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย
(Outsource Agent)

ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์
(Totally Outsource) ซึ่งเป็นประเภทการให้บริการที่ธุรกิจบริการนิยมใช้บริการมากที่สุด เนื่องจากเพื่อ
ความสะดวกต่อการบริหารและจัดการ ในหน่วยงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ที่ธุรกิจผู้ให้บริการไม่

มีความถนัดในการดำเนินงาน ยกตัวอย่างเช่น แมคโดนัลด์ นกแอร์ไลน์ เป็นต้นประเภทที่สอง คือ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) ซึ่งธุรกิจผู้ให้บริการมีความถนัดในเรื่องการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ผู้รับสาย และรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ค่อนข้างซับซ้อน ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจการขายประกันภัยต่างๆ เป็นต้นประเภทสุดท้าย คือ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) ซึ่งธุรกิจผู้ให้บริการมีพื้นที่และระบบ เครื่องมือ สำหรับดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์อยู่แล้ว ยกตัวอย่างเช่น สายการบินไทย เป็นต้น สำหรับในประเทศไทยมีหน่วยธุรกิจที่ให้บริการประเภทนี้อยู่ 3 รายได้แก่ บริษัทวันทูวัน บริษัททรูทักซ์ และ บริษัทโมแคป

โดยปัจจัยในการเลือกประเภทของการให้บริการศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ในแต่ละประเภทนั้นมีข้อแตกต่างกันแต่ละประเภทดังนี้ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) ผู้เลือกใช้บริการภายนอกเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าประเภทอื่นๆ แต่ลดภาระในการบริหารงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ โดยให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการแทนซึ่งมีประสิทธิภาพมากกว่า ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) ธุรกิจผู้ให้บริการไม่มีสถานที่ในการให้บริการ จึงต้องการให้ผู้ให้บริการภายนอกจัดหาและเตรียมพื้นที่และระบบ สำหรับการให้บริการศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ประเภทสุดท้าย คือ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) โดยธุรกิจผู้ให้บริการมีพื้นที่และระบบการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ของตนเองอยู่แล้ว จึงตัดสินใจให้ผู้ให้บริการภายนอกจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย ซึ่งเป็นประเภทที่เสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจในการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยของการให้บริการด้านลูกค้าสัมพันธ์ ทั้ง 3 ประเภท เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของธุรกิจที่ต้องการใช้บริการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมาย เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยของการให้บริการภายนอกด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของธุรกิจที่ต้องการใช้บริการศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์

ขอบเขตของการวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะการให้บริการภายนอกด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ซึ่งไม่ได้รวมถึงการให้บริการภายนอกด้านอื่นๆ เช่น งานด้านบัญชี หรือ งานด้านการจัดสรรทรัพยากรบุคคล เป็นต้น
2. ศึกษาและวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยของการให้บริการภายนอกด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ระหว่างปี พ.ศ. 2551 – ปี พ.ศ. 2552

นิยามศัพท์เฉพาะ

การดำเนินงานโดยผู้ให้บริการภายนอก (Business Process Outsourcing :BPO) หมายถึง ธุรกิจที่รับจ้างบริหารระบบธุรกิจแทนเจ้าของกิจการ ซึ่งตัวแทนเหล่านี้มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารงานในด้านต่างๆ เช่น งานด้านระบบบัญชี ด้านทรัพยากรบุคคล ด้านเทคโนโลยีต่างๆ และด้านการให้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ เป็นต้น

ผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) หมายถึง ผู้ให้บริการจากภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะและมีประสิทธิภาพมาดำเนินการหลักของผู้ว่าจ้าง

ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Call Center) หมายถึง ศูนย์ให้บริการทางโทรศัพท์เพียงหนึ่งเดียวในองค์กร (ภายในหนึ่งศูนย์อาจแบ่งเป็นหลายกลุ่มก็ได้) โดยมีพนักงานที่ผ่านการอบรมในการให้บริการอย่างดี และสามารถนำพาผู้ติดต่อเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการทราบ หรือการทำรายการทางธุรกิจต่างๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยมีเทคโนโลยีด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และไอที ที่เหมาะสม และถูกออกแบบมาโดยเฉพาะเพื่ออำนวยความสะดวก สามารถวัดความพึงพอใจของผู้ติดต่อได้ค่อนข้างแม่นยำ และนำไปสู่การปรับปรุงการให้บริการที่ดีอยู่เสมอ

ต้นทุน หมายถึง ต้นทุนที่สามารถระบุได้ว่าเป็นต้นทุนของหน่วยงาน ของงาน ผลิตภัณฑ์ หรือแผนกใด โดยในงานวิจัยนี้หมายถึงต้นทุนในการลงทุน ค่าเช่าพื้นที่บริการ พร้อมทั้งต้นทุนในการดำเนินงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ด้วย

ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน หมายถึง ต้นทุนที่เกิดจากการไม่ได้รับประโยชน์จากทางเลือกอื่นเนื่องจากกิจการได้ตัดสินใจดำเนินการอีกทางเลือกหนึ่ง ต้นทุนค่าเสียโอกาสเกิดขึ้นและสามารถนำไปใช้ได้หลายทางเลือก เมื่อได้ใช้ทรัพยากรไปในทางเลือกหนึ่ง ทำให้ไม่สามารถนำไปใช้กับทางเลือกอื่นได้ทำให้พลาดโอกาสที่จะได้รับประโยชน์จากทางเลือกอื่นประโยชน์จากทางเลือกอื่นที่ดีที่สุดที่ไม่ได้รับนั้นจะถือเป็นต้นทุนของทางเลือกที่ดำเนินการนั้นด้วย

ต้นทุนต่อหน่วย หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงจากการให้บริการด้านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ต่อลูกค้า 1 ประเภท

ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) หมายถึง การดำเนินการศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์จากผู้ให้บริการภายนอก ซึ่งผู้ให้บริการภายนอกจะต้องดำเนินการตั้งแต่จัดตั้งระบบศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่รับสาย พร้อมทั้งจัดสรรพื้นที่ในการให้บริการด้วย โดยต้นทุนทั้งหมดจะเกิดจากผู้ให้บริการภายนอกและมีการเรียกเก็บเป็นค่าใช้จ่ายต่อผู้ให้บริการในภายหลัง

ประเภทการให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) หมายถึง การดำเนินการศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์จากผู้ให้บริการภายนอก ซึ่งผู้ให้บริการภายนอกจะต้องดำเนินการจัดสรรพื้นที่ในการให้บริการ และ จัดตั้งระบบศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ แต่ไม่ได้ดำเนินการจัดสรรเจ้าหน้าที่รับสายให้แก่ผู้ให้บริการ

ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) หมายถึง การดำเนินการศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์จากผู้ให้บริการภายนอก ซึ่งผู้ให้บริการภายนอกจะดำเนินการให้บริการการจัดหา ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ผู้รับสาย ตามคุณสมบัติที่ลูกค้าต้องการ แต่ไม่ได้ดำเนินการในส่วนของการจัดตั้งระบบศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ และจัดเตรียมพื้นที่การให้บริการ

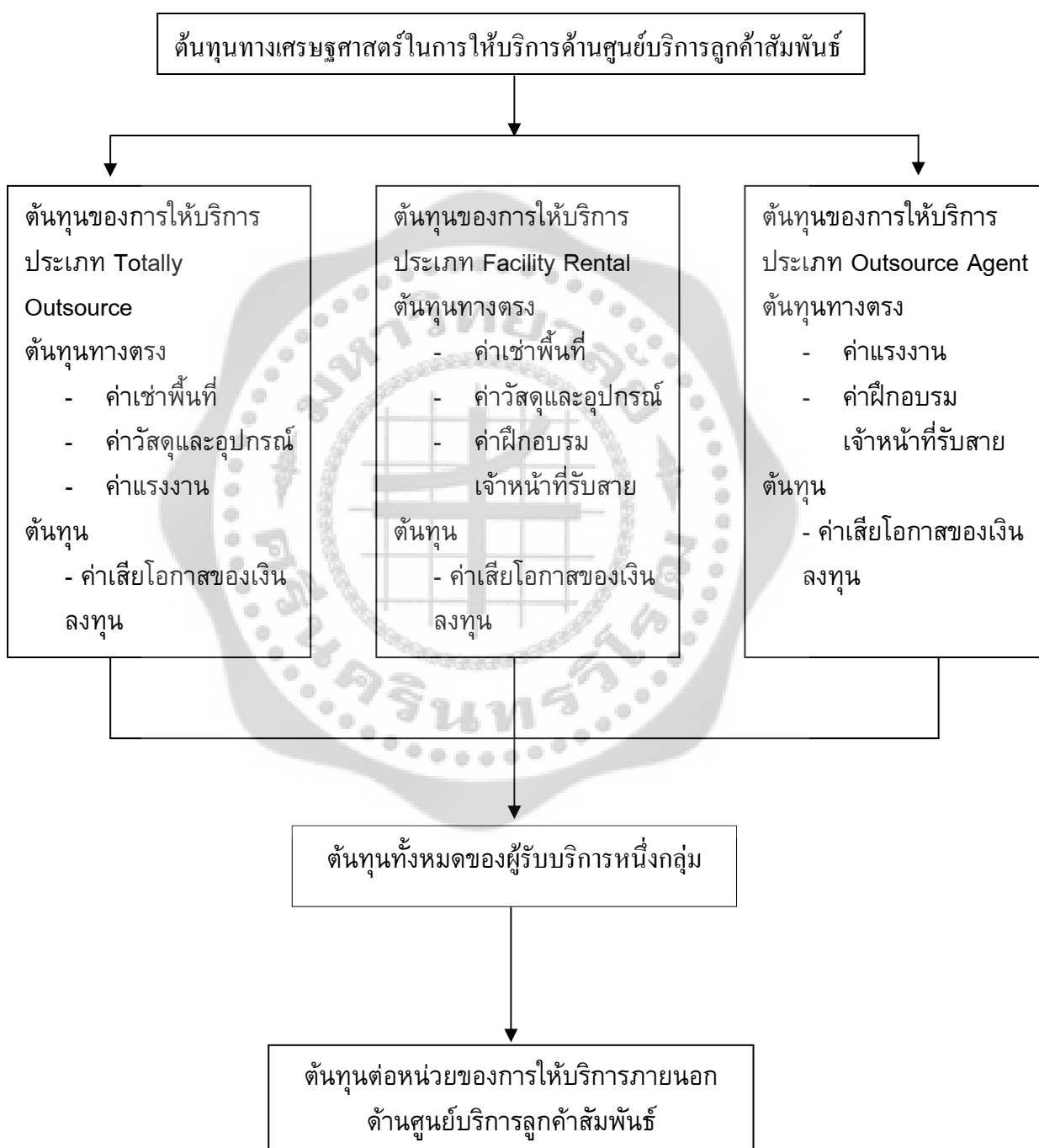
ข้อตกลงเบื้องต้น

1. การคำนวณต้นทุนต่อหน่วย จะไม่คำนวณค่าใช้จ่ายการลงทุนในทรัพย์สิน เนื่องจากตามแนวความคิดทางการบัญชี ที่ดินเป็นทรัพย์สินที่ไม่เสื่อมสภาพ สำหรับทรัพย์สินอื่น จะคำนวณค่าเสื่อมราคาโดยใช้หลักการและนโยบายการบัญชีสำหรับหน่วยงานภาครัฐ ฉบับที่ 1 ของกรมบัญชีกลางเป็นเกณฑ์

2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในส่วน of หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนการให้บริการด้านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ จะปันส่วนตามผลประโยชน์ที่ได้รับ ในที่นี้จะหมายถึงค่าใช้จ่ายของหน่วยงานสนับสนุนข้อมูล ถือว่าลูกค้าทุกกลุ่มได้รับการหรือได้รับประโยชน์เท่าเทียมกัน จึงคิดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากันหมด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์มาใช้ในการวิเคราะห์ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการดำเนินการจัดตั้งศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งสามารถสรุปเป็นภาพประกอบดังนี้



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. ความรู้ทั่วไปของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Call Center)
2. ความหมายและความรู้ทั่วไปของการดำเนินธุรกิจโดยผู้ให้บริการภายนอก (Outsource)
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความรู้ทั่วไปของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความรู้ทั่วไปของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ โดยอ้างอิงข้อมูลจากบริษัทผู้ให้บริการภายนอก

ความหมายของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์

ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานที่มีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการข้อมูล ข่าวสาร รวมถึงรับทำรายการทางธุรกิจต่างๆ โดยมีช่องทางการให้บริการทางโทรศัพท์ Email Fax และ Internet การทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ จะทำงานบนพื้นฐานของระบบคอมพิวเตอร์และระบบโทรศัพท์ ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็ว ถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจแทบทุกประเภท และใช้เป็นช่องทางสำหรับติดต่อสื่อสารและสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าผู้ให้บริการอีกด้วย

การจัดตั้ง ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ สามารถทำได้ 2 แบบ คือ

1. องค์กรหรือบริษัทจัดตั้ง ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ขึ้นมาเอง โดยแยกเป็นแผนกหนึ่งในองค์กร ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับขนาดขององค์กร เงินทุน และจำนวนลูกค้าที่ติดต่อมายัง ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ของธุรกิจนั้นๆ หากธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ก็จะนิยมจัดตั้ง ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ขึ้นมาเป็นของตัวเองซึ่งต้องมีการลงทุนจัดตั้งระบบรวมทั้งการหาพนักงาน การฝึกอบรมพนักงานและพัฒนาการบริการ ซึ่งจะต้องใช้เวลานาน สำหรับหน่วยงานราชการที่จัดตั้ง ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เอง เช่น กรมสรรพากร ซึ่งเจ้าหน้าที่ ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ จะเป็นผู้ที่มีความรู้เฉพาะและสามารถแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับกฎหมายเป็นส่วนใหญ่

2. ใช้บริการของบริษัทศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ภายนอก (Outsource) โดยพนักงานของบริษัทผู้ให้บริการภายนอก จะเป็นตัวแทนรับสายลูกค้าแทนเจ้าของธุรกิจ เพราะบริษัทผู้ให้บริการภายนอก จะมีความพร้อมด้านบุคลากร และ ระบบที่ใช้ในการบริการ ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ในแง่ของธุรกิจก็เป็นการลดเงินทุนในการจัดตั้งระบบและลดความยุ่งยากในการบริหารงาน อีกทั้งพนักงานของบริษัทผู้ให้บริการภายนอก จะมีทักษะและประสบการณ์ด้านงานบริการพร้อมให้บริการอยู่แล้ว ทั้งนี้ เจ้าของธุรกิจจะเป็นผู้อบรม ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ให้แก่พนักงานของบริษัทผู้ให้บริการภายนอก

ส่วนประกอบของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์

ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์จะประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่ๆ คือระบบ ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ และ เจ้าหน้าที่ทำงานใน ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์

เจ้าหน้าที่ที่ทำงานใน ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ นั้น จะมีความรับผิดชอบและหน้าที่แตกต่างกันไป ยกตัวอย่างเช่น

เจ้าหน้าที่รับสาย (Agent) ทำหน้าที่รับสายเข้าและโทรออก เป็นผู้ให้บริการโดยตรง เป็นผู้ที่มีความรู้ในสินค้าและบริการต่างๆ เป็นอย่างดี

หัวหน้างาน (Supervisor) จะปฏิบัติงานร่วมกับเจ้าหน้าที่รับสาย (Agent) อย่างใกล้ชิด หัวหน้างาน (Supervisor) เป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการต่างๆของลูกค้าและจะต้องเข้าใจขั้นตอนการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี สามารถแก้ปัญหาแทนเจ้าหน้าที่รับสาย (Agent) ได้ในกรณีที่เกิดให้บริการเกิดข้อผิดพลาด รวมทั้งสามารถประเมินผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่รับสาย (Agent) ได้

เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม (Trainer) มีหน้าที่ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Agent) ในเรื่องการให้บริการและทุกเรื่องที่เจ้าหน้าที่รับสายพึงปฏิบัติก่อนการปฏิบัติงาน รวมทั้งการให้ความรู้เพิ่มเติมในเรื่องใหม่ๆ ด้วย

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์คุณภาพ (Quality Analyst) ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพการบริการให้เป็นไปตามมาตรฐานและตามความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนั้นจะมีหน้าที่ให้คำแนะนำแก่เจ้าหน้าที่รับสาย (Agent) เกี่ยวกับเทคนิคการบริการลูกค้าให้มีคุณภาพ

เจ้าหน้าที่สนับสนุนระบบคอมพิวเตอร์ และระบบ ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (IT Support) มีหน้าที่ดูแลระบบให้การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่รับสาย ไม่ติดขัดในขณะให้บริการ รวมทั้งพัฒนาระบบต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานที่ถูกต้องและรวดเร็ว

ความหมายและความรู้ทั่วไปของการทำ Outsource

การจัดหาจากภายนอก (Outsourcing) เป็นวิธีการที่องค์กรธุรกิจจัดหาวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ซึ่งครั้งหนึ่งอาจจะเคยถูกดำเนินการภายในองค์กร มาเป็นการจัดหาจากแหล่งภายนอกแทน (Outsourcing) จะทำให้องค์กรเล็กลงแต่คล่องตัวขึ้น ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ ลงได้ และสามารถเน้นการดำเนินการเฉพาะแต่กิจกรรมที่เป็นกิจกรรมหลักซึ่งองค์กรมีความถนัดชัดเจน ทำให้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ความสำคัญของการทำ Outsourcing

การจัดหาจากภายนอก (Outsourcing) เป็นวิธีการที่องค์กรธุรกิจจัดหาวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ จากแหล่งภายนอก เพื่อเป็นการปลดภาระหน้าที่ที่ไม่ใช่ธุรกิจหลักขององค์กร ออกไปแทนที่จะดำเนินการเอง การใช้ผู้รับเหมาช่วงและคนงานจากภายนอกจะลดค่าดำเนินการและค่าเสียห่วยต่างๆ ในการจ้างพนักงานประจำเต็มเวลา แล้วยังเปิดโอกาสให้ได้ขายสินทรัพย์ บางส่วนออกไปได้ ทำให้ได้เงินทุนจำนวนหนึ่งเพื่อใช้ในการลงทุนในธุรกิจหลัก การมุ่งเน้น กิจกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม การทุ่มกำลังพลและทรัพยากรไปที่ธุรกิจที่มีความชำนาญเพียงอย่างเดียว จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดและรุ่งเรืองต่อไป โดยเฉพาะในสภาพเศรษฐกิจที่ไม่สู้ดีนัก

ประเด็นที่ควรพิจารณาในการดำเนินการโดยผู้ให้บริการภายนอก มีประเด็นใหญ่ๆ ดังนี้

- ผู้ให้บริการ (Outsourcer) ควรเป็นบริษัทที่มีความชำนาญและมีประสบการณ์ในการให้บริการด้าน Outsource ที่เป็นมาตรฐานสากล
- ระดับการให้บริการ Outsource ควรจะต้องคำนึงถึงความลับของข้อมูลขององค์กรนั้นๆ
- ควรมีบุคลากรเพื่อการบริหารและจัดการกับผู้ให้บริการเพื่อควบคุมระดับการให้บริการของผู้ให้บริการ
- การทำการ Outsource อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการในการปฏิบัติงานของหน่วยงานนั้นๆ ดังนั้นผู้บริหารระดับสูงควรให้การสนับสนุนเพื่อให้ความเข้าใจกับเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ
- ขอบเขตและระดับการ Outsource ควรพิจารณาอย่างรอบครอบเพื่อให้องค์กรนั้นยังสามารถกำหนดทิศทางและนโยบายทางด้านเทคโนโลยีได้ สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยในการเลือกใช้ผู้ให้บริการจากภายนอก ได้แก่

1. ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี

- 1.1 ความต้องการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกสารสนเทศที่มีอยู่
- 1.2 ประสิทธิภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่อย่างจำกัดและไม่เพียงพอ ซึ่งทำให้ไม่สามารถปรับปรุงงานที่ได้รับมอบหมายได้ตามที่ผู้ใช้งานต้องการหรือล่าช้ามาก และติดตามเทคโนโลยีไม่ทันคู่แข่ง ทำให้เกิดผลเสียกับองค์กร

1.3 ความต้องการในการติดตามเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ ความชำนาญและทักษะทางด้านระบบสารสนเทศ ซึ่งผู้ให้บริการภายนอกมีบุคลากรที่มีความชำนาญและมีเทคโนโลยีใหม่กว่าจะช่วยกระตุ้นแผนกสารสนเทศภายในให้มีความกระตือรือร้นในการพัฒนาตนเองและพัฒนางาน

2. ปัจจัยทางการเงิน

2.1 ความต้องการที่จะลดค่าใช้จ่ายทางด้านระบบสารสนเทศ และเงินลงทุนในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในระยะยาว

2.2 ความต้องการที่จะควบคุมเงินลงทุน และค่าใช้จ่ายทางด้านระบบสารสนเทศ เนื่องจากค่าบริการที่คิดจากหน่วยงานภายนอกและเป็นค่าใช้จ่ายที่คงที่ โดยกำหนดปริมาณของบริการไว้ ณ ระดับหนึ่ง ซึ่งสามารถคาดคะเนมูลค่าการลงทุนหรือค่าใช้จ่ายได้ถูกต้องแม่นยำ

3. ปัจจัยทางด้านการจัดการ

3.1 ความไม่พอใจในบริการที่ได้รับจากแผนกสารสนเทศภายใน

3.2 ความต้องการความยืดหยุ่นในการจัดการกับระบบสารสนเทศ การจ้างงานจากภายนอกมีความสามารถในการปรับปรุงระบบให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมได้อย่างรวดเร็ว คือสามารถรองรับกับปริมาณงานที่ไม่แน่นอน ซึ่งสามารถเพิ่มลดการจ้างงานได้ทันที ไม่มีปัญหาต่อการบริหารจัดการด้านบุคลากรขององค์กรและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ไม่มีเวลาอบรมหรือให้คำปรึกษาผู้ใช้ เพื่อลดภาระในการจัดการด้านพัฒนาบุคลากร และการจัดการงานด้านสารสนเทศ

3.3 ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจ ช่วยแบ่งปันผลประโยชน์และความเสี่ยงระหว่างองค์กรกับผู้ให้บริการภายนอก

3.4 การเปรียบเทียบมาตรฐานการทำงานของแผนกสารสนเทศภายในแบบมาตรฐานภายนอกในด้านคุณภาพ และประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นยุทธวิธีในการตัดสินใจว่าควรมีแผนกสารสนเทศภายในอยู่หรือไม่

3.5 ต้องการลดขนาดของแผนกสารสนเทศให้เล็กลงไว้แต่งานหลักๆ ที่จำเป็นเพื่อเป็นการลดต้นทุนในเรื่องค่าใช้จ่ายและลดตำแหน่งงาน

3.6 ความต้องการที่จะใช้ทรัพยากรให้เต็มที่กับกิจกรรมในระดับกลยุทธ์ขององค์กร องค์กรหลายแห่งต้องการที่จะลดภาระงานในเชิงสนับสนุนจากแผนกสารสนเทศภายใน ทำให้ทรัพยากรว่างลงสามารถนำกลับมาทำงานให้กับงานในระดับกลยุทธ์ได้อย่างเต็มที่

กลยุทธ์การลดต้นทุน

การลดต้นทุนด้วยการใช้วิธีการจัดจ้างบุคคลภายนอก (Outsourcing) เป็นการลดต้นทุนด้วยการหาผู้รับเหมาช่วงมาดำเนินการจัดการในกิจกรรมการปฏิบัติงานบางอย่างให้ เนื่องจากกิจการอาจไม่มีความเชี่ยวชาญเพียงพอ ซึ่งปัจจุบันเป็นวิธีการหนึ่งที่มีความนิยมมาก การดำเนินงานโดยผู้ให้บริการภายนอก สามารถพบได้ในธุรกิจประเภท การขนส่ง การดูแลรักษาความปลอดภัย เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น ตัวอย่างเช่น บริษัท เดอะฟิชชา คอมพานี จำกัด ใช้บริการผู้ให้บริการภายนอก ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัท IBM จำกัด เนื่องจากกิจการไม่มีความชำนาญด้านระบบและเทคโนโลยีในการทำงาน จึงมอบงานนี้ให้กับบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญมากกว่า ทำหน้าที่ดูแลระบบด้านระบบและเทคโนโลยีทั้งหมด ทำให้ผู้บริหารบริษัท เดอะฟิชชา คอมพานี จำกัด ทุ่มความสามารถในการทำตลาดฟิชชาเพียงอย่างเดียว ไม่ต้องวิตกกังวลในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีขึ้นมาเอง นับได้ว่าเป็นกลยุทธ์การลดต้นทุนที่ใช้ผู้ให้บริการภายนอกที่ประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี

การจัดประเภทของลูกค้า

สามารถจำแนกประเภทของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการบริการภายนอกด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ได้ดังนี้ (อ้างอิงจากการจัดแบ่งประเภทของลูกค้าจากบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร)

1. ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource)
2. ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental)
3. ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ต้นทุนการผลิต (Cost)

ในทางเศรษฐศาสตร์ต้นทุนการผลิตสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

- 1.1 ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost: FC) เป็นต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนผลิตผลสามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้ (สมคิด แก้วสนธิ. 2528: 20-24)

1.1.1 ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาโครงการ (Research and Development Cost) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นก่อนเริ่มดำเนินงาน เช่น การวิจัยตลาด การเก็บรวบรวมข้อมูลผลิตผลของคู่แข่งที่มีอยู่ก่อนการจดทะเบียนจัดตั้งกิจการ ฯลฯ ถือเป็นค่าใช้จ่ายในอดีตที่จม (Sunk Cost) โดยไม่มีผลกระทบต่อปริมาณการผลิต และสามารถตัดจำหน่ายให้หมดไปได้ภายในระยะเวลา 3-5 ปี

1.1.2 ค่าใช้จ่ายในการลงทุน (Investment Cost) เป็นค่าใช้จ่ายในระยะเริ่มต้นเพื่อให้โครงการอยู่ในภาวะที่จะดำเนินการผลิตได้ เช่น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับที่ดินและการก่อสร้างอาคาร รวมถึงสินทรัพย์ถาวรอื่นๆ เครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ ฯลฯ ค่าใช้จ่ายประเภทนี้เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะอยู่ไปได้นานโดยไม่ต้องจ่ายอีก จึงต้องจัดแบ่งค่าใช้จ่ายออกเป็นงวดๆ โดยการคำนวณหาค่าเสื่อมราคาของสินทรัพย์ประเภททุน เพื่อประเมินเป็นต้นทุนการผลิตของแต่ละงวด

1.1.3 ค่าใช้จ่ายดำเนินการบางส่วน (Operating Cost) เป็นค่าใช้จ่ายดำเนินการเฉพาะส่วนที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนผลผลิต เช่น ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เงินเดือนผู้จัดการ หรือพนักงานประจำ ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษา เป็นต้น

1.2 ต้นทุนผันแปร (Variable Cost: VC) เป็นต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนผลผลิต ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงเป็นสัดส่วนโดยตรงหรือไม่เป็นสัดส่วนโดยตรงก็ได้ โดยจะเพิ่มขึ้นเมื่อผลิตสินค้าเพิ่มขึ้น และจะลดลงเมื่อผลิตสินค้าน้อยลง เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน เป็นต้น

ดังนั้นต้นทุนรวม (Total Cost: TC) จึงเป็นผลรวมของต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการผลิตสินค้า ณ ปริมาณการผลิตหนึ่งๆ ซึ่งจะเท่ากับต้นทุนคงที่ทั้งหมด (TFC) บวกด้วยต้นทุนผันแปรทั้งหมด (TVC) สามารถเขียนแสดงได้ดังสมการต่อไปนี้

$$\text{ต้นทุนรวม} = \text{ต้นทุนคงที่รวม} + \text{ต้นทุนผันแปรรวม}$$

2. แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนและการวิเคราะห์ต้นทุน

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2545: 124-126) กล่าวถึง ต้นทุนโดยสรุปได้ดังนี้

1. ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ (economic cost) คือค่าตอบแทนปัจจัยการผลิตทั้งหมดประกอบด้วย

1) ต้นทุนชัดแจ้ง (explicit cost) ที่ป็นรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริงหรือจ่ายเป็นตัวเงิน

2) ต้นทุนแฝง (Implicit cost) ที่เกิดจากการที่ผู้ประกอบการไม่มีการคิดค่าเช่ากรณีที่น่าอาคารของตนเองไปใช้เป็นสำนักงาน หรือคิดในอัตราที่ต่ำกว่าราคาตลาด หรือผู้ประกอบการไม่คิดค่าแรงของตนเอง ทำให้ส่วนที่ขาดไปหรือไม่ได้จ่ายจริงนี้เป็นต้นทุนแฝงที่ต้องประเมินค่าเป็นตัวเงินและนำมารวมไว้เป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ด้วย ทั้งนี้ ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์จะมีแนวคิดที่เกี่ยวกับต้นทุนค่าเสียโอกาสเพื่อศึกษาและกระตุ้นให้สังคมได้ตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดด้วย

2. ต้นทุนทางบัญชี (accounting cost) คือต้นทุนที่รวมเฉพาะต้นทุนชัดเจนซึ่งมีการแสดงหลักฐานรับเงินและจ่ายเงินที่สามารถลงบันทึกบัญชีได้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายจ่ายจริงที่เป็นตัวเงิน ทั้งนี้อาจรวมต้นทุนแฝงบางรายการที่ประเมินมูลค่าได้ตามที่กฎหมายภาษีเงินได้บังคับบุคคลอนุญาติไว้

สมคิด แก้วสนธิ และ ภิรมย์ กมลรัตนกุล (2534: 139) กล่าวว่า ต้นทุนสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ต้นทุนทางบัญชีและต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ ต้นทุนทางบัญชีจะนับเฉพาะรายการที่เป็นตัวเงินซึ่งได้จ่ายจริงและมองเห็นเท่านั้น ส่วนต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์จะหมายถึงทรัพยากรที่ใช้ไปทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน รวมทั้งผลกระทบหรือผลสืบเนื่องทางลบ(Negative consequence) ซึ่งไม่ได้เป็นค่าใช้จ่ายและมองไม่เห็น แต่มีการกำหนดค่าประเมินขึ้นและนับรวมเข้าเป็นต้นทุนที่เรียกว่า “ต้นทุนค่าเสียโอกาส” (opportunity cost) ทำให้ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์สูงกว่าต้นทุนทางบัญชี

จิรุตม์ ศรีรัตนบัลล์ (2545: 159-167) กล่าวไว้ว่า ต้นทุน คือ มูลค่าทรัพยากรปัจจัยการผลิตหรือค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการดำเนินงาน แนวคิดเศรษฐศาสตร์พิจารณาว่า ต้นทุนเกิดจากค่าเสียโอกาส (opportunity cost) ของการใช้ทรัพยากร เนื่องจากทรัพยากรนั้นถูกใช้ไปกับกิจกรรมหนึ่งแล้วจะไม่สามารถนำมาใช้กับกิจกรรมอื่นได้อีกทำให้ต้องสูญเสียมูลค่าของการผลิตกิจกรรมที่เป็นทางเลือกอื่นไป แต่ในทางบัญชี ต้นทุนจะหมายถึงมูลค่าของทรัพยากรเมื่อตีค่าเป็นตัวเงิน ซึ่งสามารถจำแนกประเภทของต้นทุนได้ ดังนี้

1. ประเภทของต้นทุนตามแหล่งกำเนิด แบ่งเป็น

ต้นทุนลงทุน (Capital Cost) ได้แก่ ต้นทุนอันเนื่องมาจากค่าเสื่อมราคาประจำปีของอาคาร สิ่งก่อสร้าง ครุภัณฑ์ต่างๆ ที่มีการลงทุนก่อสร้างหรือจัดซื้อไว้เพื่อดำเนินงานในระยะยาว

ต้นทุนค่าแรง (Labor Cost) ได้แก่ ต้นทุนดำเนินงานจากการจ่ายผลตอบแทนทั้งหมดให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปตัวเงิน ได้แก่ เงินเดือน ค่าจ้าง ค่าตอบแทน สวัสดิการ รูปแบบต่างๆ ตลอดจนค่าล่วงเวลา เบี้ยเลี้ยง เงินช่วยเหลือบุตร ค่าเล่าเรียน ค่าเช่าบ้าน เป็นต้น

ต้นทุนค่าวัสดุ (Material Cost) ได้แก่ ต้นทุนจากมูลค่าของวัสดุสิ้นเปลืองต่างๆ ที่ใช้ไปรวมถึงค่าสาธารณูปโภคต่างๆ และเครื่องมือบางชนิดที่เป็นวัสดุไม่คงทนเพราะใช้แล้วหมดไป

2. ประเภทของต้นทุนตามความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น

ต้นทุนทางตรง (Direct Cost) เป็นต้นทุนค่าแรง ค่าวัสดุ และค่าลงทุนที่อาจเกิดขึ้นภายในหน่วยงานที่ดำเนินงานผลิตบริการหรือผลิตภัณฑ์

ต้นทุนทางอ้อม (Indirect Cost) เป็นต้นทุนค่าแรง ค่าวัสดุ และค่าลงทุนที่ส่งผ่านจากหน่วยงานอื่นไปสู่หน่วยงานบริการ เนื่องจากหน่วยบริการต้องอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นๆ ด้วย ดังนั้น ต้นทุนส่วนนี้จะได้รับการจัดสรรโดยอาศัยสัดส่วนการใช้บริการภายในองค์กรระหว่างหน่วยงานต่างๆ

3. ประเภทของต้นทุนตามพฤติกรรมของต้นทุน แบ่งเป็นต้นทุนคงที่ ซึ่งเป็นต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณการผลิต และต้นทุนผันแปร ซึ่งเป็นต้นทุนที่ผันแปรไปตามปริมาณการผลิต

รัตนา สายคณิต. (2548: 159-163) ได้กล่าวว่า

ต้นทุนทางบัญชี (Accounting cost) หมายถึง รายจ่ายต่างๆ ที่องค์กรธุรกิจจ่ายไปเป็นค่าซื้อวัตถุดิบ ค่าแรงและเงินเดือน ค่าสาธารณูปโภค ค่าเช่า ค่าดอกเบี้ย ค่าขนส่ง ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษาเครื่องจักร ค่าโฆษณา และค่าภาษี เป็นต้น และยังรวมถึงรายจ่ายที่มีได้จ่ายออกไปจริง แต่ต้องมีการประเมินขึ้น เช่น ค่าเสื่อมราคา ค่าขาดทุนจากการขายสินทรัพย์ เป็นต้น

ต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity cost) หมายถึง ต้นทุนที่เกิดจากการไม่ได้รับประโยชน์จากทางเลือกอื่นเนื่องจากกิจการได้ตัดสินใจดำเนินการอีกทางเลือกหนึ่ง ต้นทุนค่าเสียโอกาสเกิดขึ้นและสามารถนำไปใช้ได้หลายทางเลือก เมื่อได้ใช้ทรัพยากรไปในทางเลือกหนึ่ง ทำให้ไม่สามารถนำไปใช้กับทางเลือกอื่นได้ทำให้พลาดโอกาสที่จะได้รับประโยชน์จากทางเลือกอื่นประโยชน์จากทางเลือกอื่นที่ดีที่สุดที่ไม่ได้รับนั้นจะถือเป็นต้นทุนของทางเลือกที่ดำเนินการนั้นด้วย

ต้นทุนทางตรงและต้นทุนทางอ้อม ปัจจัยการผลิตแบ่งออกได้เป็น 3 ชนิด ได้แก่ ปัจจัยทางตรง ปัจจัยทางอ้อม และปัจจัยทุน อย่างไรก็ตาม ในทัศนะของนักบัญชี ได้แบ่งต้นทุนออกเป็น 2 ชนิดคือต้นทุนทางตรง (direct cost) และต้นทุนทางอ้อม (indirect cost) ต้นทุนทางตรง หมายถึง ต้นทุนที่สามารถวัดหรือระบุหรือแยกออกมา ได้ว่า มีส่วนเท่าใดในการผลิตผลผลิตแต่ละหน่วย เช่น วัตถุดิบที่ใช้ ชั่วโมงแรงงานที่ใช้ เวลาในการเดินเครื่องจักรในการผลิต เป็นต้น ซึ่งสามารถวัดและคำนวณออกมาเป็นตัวเลขได้ว่าเป็นค่าใช้จ่ายเท่าใดในการผลิตผลผลิตแต่ละหน่วย แต่รายจ่ายบางประเภทไม่สามารถวัดหรือแยกได้อย่างแน่ชัดว่ามีส่วนอย่างแน่ชัดเท่าใดในการผลิตผลผลิตแต่ละหน่วย เช่น ค่ากระแสไฟฟ้าที่ใช้ในโรงงาน ค่าน้ำประปา ค่าโทรศัพท์ ค่าใช้จ่ายในการบริหารสำนักงานค่าเสื่อมราคา เป็นต้น รายจ่ายเหล่านี้ถือเป็นต้นทุนทางอ้อม ต้นทุนทางตรงและต้นทุนทางอ้อมในทัศนะของนักบัญชีจึงแตกต่างกับต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรในทัศนะของนักเศรษฐศาสตร์ ต้นทุนคงที่ในทัศนะของนักเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ต้นทุนในการจัดหาปัจจัยคงที่ซึ่งไม่เปลี่ยนแปลงได้ตามระดับของ

ผลผลิตดังนั้นเพื่อให้ต้นทุนในทัศนะของนักบัญชีสอดคล้องกับต้นทุนในทัศนะของนักเศรษฐศาสตร์ จึงต้องมีการแบ่งต้นทุนทางอ้อมในทัศนะของนักบัญชีออกเป็น 2 ส่วน คือ ต้นทุนทางอ้อมส่วนที่ผันแปรไปกับระดับของผลผลิต และต้นทุนทางอ้อมส่วนที่ไม่ผันแปรไปกับระดับของผลผลิต ดังนั้น เมื่อรวมต้นทุนทางตรงเข้ากับต้นทุนทางอ้อมส่วนที่ผันแปรไปกับระดับของผลผลิตก็จะได้ต้นทุนผันแปรในทัศนะของนักเศรษฐศาสตร์

ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ ประกอบด้วยต้นทุนที่มองเห็นหรือที่จ่ายจริง (explicit cost) บวกกับต้นทุนที่มองไม่เห็นหรือไม่ได้จ่ายจริง (implicit cost) ต้นทุนรายการหลังมีหมายความว่า เป็นต้นทุนที่เกิดจากสิ่งของหรือวัสดุที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเนื่องจากผู้ใช้ส้ง ของ วัสดุ อุปกรณ์เหล่านั้นเป็นเจ้าของปัจจัย (มณีสรี พันธูลาภ และ อุดมศักดิ์ สีลประชาวศ์ (2546: 98)

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการภายนอก (Outsource) ในด้าน ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ นี้ยังไม่ค่อยมีแพร่หลายมากนักในประเทศไทย เนื่องจากการทำธุรกิจด้าน Outsource เริ่มจะเกิดขึ้นเมื่อ 4-5 ปีที่ผ่านมา แต่ก็ยังมีงานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาถึงการจ้างงานภายนอก เช่นงานวิจัยของ เมตตา จันทรแก้ว (2549) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย: กรณีศึกษาภาคตะวันออก ซึ่งการวิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการสำหรับการจ้างผู้อื่นทำ กิจกรรมโลจิสติกส์ ที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วยค่า ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยค่า Independent Sample T-Test พบว่าผู้ประกอบการทุกบริษัทมีประสบการณ์ในการจ้างผู้อื่นทำกิจกรรมโลจิสติกส์ และกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีผู้ประกอบการจ้างทำคือ การขนส่ง การบรรจุภัณฑ์ และการติดต่อสื่อสารค้าโลจิสติกส์

นอกจากนี้ยังมีผู้ศึกษาเกี่ยวกับการจ้างงานภายนอกนั้นคือ อภิชาติ ดนัยวรรณ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจ้างงานภายนอกของรัฐวิสาหกิจไทย ศึกษาเปรียบเทียบกรณี: บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) กับ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ หน่วยวิเคราะห์เป็นระดับบุคคล การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามพนักงาน และการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการเก็บข้อมูลจากฝ่ายบริหาร โดยการใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง รวมทั้งคำถามปลายเปิดที่สอบถามกลุ่มพนักงานจ้างด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถิติพรรณนาซึ่งได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและร้อยละ ในการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังพนักงานกลุ่มต่างๆ และใช้สถิติอนุมานซึ่งได้แก่ การทดสอบผลต่างค่าเฉลี่ยของลักษณะตัวแปรต่างๆ ระหว่างพนักงานของทั้งสององค์กร โดย

ใช้การทดสอบแบบ T-Test การทดสอบค่าเฉลี่ยของลักษณะตัวแปรต่างๆระหว่างพนักงานจากแต่ละองค์กร โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้การทดสอบแบบ Chi-Square Test นอกจากนี้ ยังใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อจัดกลุ่มตัวแปรตามโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ 15 ตัวที่ศึกษาและใช้การถดถอยลอจิสติกส์ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับ/ไม่ยอมรับการจ้างงานภายนอกและตัวแปรอิสระต่างๆ ได้ผลการศึกษา คือ ปัจจัยประสพการณ์ความเข้าใจการจ้างงานภายนอกเป็นปัจจัยใหม่ที่ได้จากตัวแปรความคิดเห็นการจ้างงานภายนอกและความรู้ความเข้าใจการจ้างงานภายนอก และยังทำให้ทราบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการจ้างงานภายนอกประกอบ พบว่า ระดับปัจจัยประสพการณ์ความเข้าใจการจ้างงานภายนอกเพิ่มสูงขึ้นทำให้โอกาสยอมรับการจ้างงานภายนอกเพิ่มสูงขึ้น

อัจฉรา ทองธารี (2549) ได้ทำการศึกษาสำรวจต้นทุนและผลประโยชน์ที่โรงเรียนได้รับจากการจัดสรรทุนการศึกษาแก่นักเรียนเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโท รุ่นปีการศึกษา 2542 และ 2543 กรณีศึกษาโรงเรียนอัสสัมชัญแผนกประถมเพื่อศึกษา สำรวจ ต้นทุนและผลประโยชน์ที่โรงเรียนได้รับจากการจัดสรรทุนการศึกษาแก่นักเรียนเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโท รุ่นปีการศึกษา 2542 และ 2543 กรณีศึกษาโรงเรียนอัสสัมชัญแผนกประถม ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ได้จาก 2 แหล่ง คือ แหล่งข้อมูลจากรายงานทางวิชาการ รายงานทางสถิติ และแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้เกี่ยวข้อง และผู้ได้รับทุนปีการศึกษา 2542 และ 2543

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบบันทึกต้นทุน โดยสูตรที่ใช้ในการคำนวณ ได้แก่ ต้นทุนรวม ต้นทุนรวมเฉลี่ย แบบบันทึกผลการดำเนินงาน โดยได้จากผลการตรวจประเมินตามข้อกำหนดมาตรฐานคุณภาพการศึกษา และแบบสัมภาษณ์ โดยเป็นการสัมภาษณ์ผู้บริหาร บุคลากรผู้เกี่ยวข้อง และผู้ได้รับการจัดสรรทุน ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

การศึกษาสำรวจด้านต้นทุนซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงินที่โรงเรียนจัดสรรให้แก่นักเรียนเพื่อศึกษาต่อระดับปริญญาโท รุ่นปีการศึกษา 2542 และ 2543 พบว่า ต้นทุนทางตรงค่าใช้จ่ายสูงสุดได้แก่ ค่าธรรมเนียมการเรียนหลักสูตรภาคพิเศษ ต้นทุนทางอ้อมซึ่งเป็นต้นทุนค่าเสียโอกาส ค่าใช้จ่ายสูงสุดได้แก่ เงินเดือนที่จ่ายให้กับผู้เรียนหลักสูตรภาคปกติ และค้นพบว่าต้นทุนรวม และต้นทุนรวมเฉลี่ย ที่เกิดขึ้นจริงนั้น สูงกว่าต้นทุนทางบัญชีที่เป็นข้อมูลของทางโรงเรียนเนื่องจากการวิจัยได้นำต้นทุนทางอ้อมซึ่งเป็นต้นทุนค่าเสียโอกาสมาคิดรวมด้วย สะท้อนให้เห็นว่า ในการจัดการวางแผน นำเสนองบประมาณ ที่จะจัดสรรให้นักเรียนในแต่ละปีการศึกษาเพื่อจะให้ได้ตัวเลขประมาณค่าใช้จ่ายใกล้เคียงกับความเป็นจริงนั้น ควรนำต้นทุนทางอ้อมซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายแฝง นอกจากต้นทุนทางบัญชี มาคิดรวมรายจ่ายต้นทุนทั้งหมดด้วย

ก้องเกียรติ กาญจนพันธ์ (2537) ทำการศึกษาการเปรียบเทียบประสิทธิภาพและต้นทุนของสายการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกกับการบินไทย โดยใช้ตัวเลขดัชนีเป็นเครื่องมือในการศึกษาประสิทธิภาพการผลิต และใช้สมการความสัมพันธ์ระหว่าง ความแตกต่างของต้นทุนต่อหน่วยของสายการบินต่างๆ กับการบินไทย กับ ความแตกต่างของต้นทุนของการใช้ปัจจัยการผลิต และจำนวนผลผลิตของสายการบินต่างๆ กับการบินไทย เพื่ออธิบายว่า ความแตกต่างของต้นทุนการใช้ปัจจัยชนิดใดที่ทำให้เกิดความแตกต่างของต้นทุนการผลิตต่อหน่วยของสายการบินต่างๆ กับการบินไทย

ผลการศึกษาทางด้านประสิทธิภาพการผลิตนั้นจะพบว่า สายการบินที่มีขนาดใหญ่กว่าการบินไทย จะเป็น สายการบินที่มีประสิทธิภาพสูงกว่าการบินไทย และสายการบินที่มีขนาดเล็กกว่าการบินไทยจะมีประสิทธิภาพในการผลิตต่ำกว่าการบินไทย ในการพิจารณาถึง สัดส่วนของต้นทุนการใช้ปัจจัยการผลิต จะเห็นว่า สัดส่วนดังกล่าวของปัจจัยการผลิตแต่ละประเภทของสายการบินต่างๆ มีความแตกต่างกันมาก เนื่องจากต้นทุนของการใช้ปัจจัยการผลิตแตกต่างในแต่ละประเทศ และเมื่อพิจารณาด้านต้นทุนต่อหน่วยของสายการบินพบว่าสายการบินต่างๆ มีต้นทุนต่อหน่วย ไม่สอดคล้องกับประสิทธิภาพการผลิต



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายของการวิจัย เพื่อศึกษาต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้าจากเอกสาร และสถิติ โดยดำเนินงานตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดข้อมูลและแหล่งข้อมูลในการวิจัย
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดข้อมูลและแหล่งข้อมูลในการวิจัย

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1.1. ข้อมูลกลุ่มประเภทลูกค้า

กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยเลือกจากกลุ่มลูกค้าของบริษัทแห่งหนึ่ง ดังนี้

1. ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource)
2. ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental)
3. ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent)

1.2 . ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นข้อมูลค่าใช้จ่ายของบริษัทผู้ให้บริการภายนอกด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

2. แหล่งข้อมูล

ในการศึกษากิจกรรมและต้นทุนต่อหน่วยของการให้บริการภายนอกด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์แก่ลูกค้าผู้ให้บริการจำนวน 5 ราย โดยแบ่งเป็นลูกค้าประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) จำนวน 3 ราย ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) จำนวน 1 ราย และ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) จำนวน 1 ราย โดยผู้วิจัยได้จัดเก็บและรวบรวมข้อมูลจาก ผลประกอบการประจำปีของบริษัทผู้ให้บริการภายนอกด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงปี 2551-2552

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การทำวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ศึกษาภาพรวมของธุรกิจประเภทผู้ให้บริการภายนอก (Outsourcing) เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลและรายละเอียดพื้นฐานของการให้บริการ
2. จัดกลุ่มข้อมูลต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ จำแนกออกเป็น ต้นทุนทางตรง และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน
 - 2.1 ต้นทุนทางตรง ได้แก่ ค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าตอบแทนแรงงาน ค่าเช่าอุปกรณ์สำหรับการดำเนินงาน และ ค่าใช้จ่ายระบบการทำงาน
 - 2.2 ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน ได้แก่ ค่าเสียโอกาสของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ที่เกิดจากการลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์
3. ศึกษาต้นทุนรวม จากผลรวมของต้นทุนทางตรง และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน
4. ศึกษาต้นทุนต่อหน่วย จากต้นทุนทั้งหมดที่เกิดจากการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ต่อ 1 ที่นั่งที่ให้บริการของเจ้าหน้าที่รับสาย 1 คน

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้มารวบรวมข้อมูลต้นทุนได้แก่ ต้นทุนทางตรงทั้งหมด และค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน ในปี พ.ศ. 2551 - 2552
2. วิเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์ต้นทุน

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive method) โดยรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับต้นทุนประเภทต่างๆ แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้มานำเสนอในรูปของตารางคำร้อยละ

โดยแบ่งขั้นตอนการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนดังนี้

 - 2.1 ประเมินค่าใช้จ่ายดำเนินงานและค่าใช้จ่ายลงทุน
 - 2.2 คำนวณหาต้นทุนรวมทั้งหมด (Full Cost) จาก เท่ากับต้นทุนทางตรง (Direct Cost) ได้แก่ ต้นทุนค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าตอบแทนแรงงาน ค่าเช่าอุปกรณ์ในการทำงาน และ ค่าใช้จ่ายระบบการทำงาน รวมกับต้นทุนทางอ้อม (Indirect Cost) ได้แก่ ค่าเสียโอกาสของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ที่เกิดจากการลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์
 - 2.3 คำนวณหาต้นทุนต่อหน่วย (Unit Cost Calculation) คำนวณค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อให้ได้ต้นทุนต่อหน่วยใช้ประโยชน์ในการประมาณการวางแผน กำหนดขนาดของการบริการ วิเคราะห์ต้นทุนหรือประสิทธิผลของต้นทุนโครงการต่างๆ หรือควบคุมค่าใช้จ่ายของหน่วยงาน โดย ต้นทุนต่อหน่วย คิดจากต้นทุนทั้งหมดหารด้วยปริมาณผลผลิต

3. การวิเคราะห์ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 1 คำนวณต้นทุนทางตรง (Direct Cost) และ ค่าเสียโอกาสจากเงินลงทุน
โดยคำนวณจาก

ตาราง 2 แสดงรายละเอียดวิธีการคิดคำนวณต้นทุน

รายการ	วิธีการ
1. ต้นทุนทางตรง	
1.1 ค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน	- คำนวณจากราคาเช่าพื้นที่ของเจ้าหน้าที่รับสายหนึ่งคนต่อเดือน x 12 เดือน
1.2 ค่าวัสดุอุปกรณ์	- คำนวณจาก(ค่าใช้จ่ายของ Computer and accessories + Phone set + Telephony Infrastructure + Network & Infrastructure + UPS and Generator link + Security system + Office Renovation + Office Furniture)ของปีแรก และปีที่สอง
1.3 ค่าตอบแทนแรงงาน	- คำนวณจาก (ค่าตอบแทนแรงงานของเจ้าหน้าที่รับสาย + ค่าตอบแทนแรงงานของหัวหน้างาน + ค่าตอบแทนแรงงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายสนับสนุน) x 12 เดือน
1.3.1 ค่าตอบแทนแรงงานของเจ้าหน้าที่รับสาย	- คำนวณจากเงินเดือนเจ้าหน้าที่รับสายหนึ่งคน (ไม่รวมผลประโยชน์อื่นๆ) x 12 เดือน
1.3.2 ค่าตอบแทนแรงงานของหัวหน้างาน	- คำนวณจากเงินเดือนของหัวหน้างานหนึ่งคน (ไม่รวมผลประโยชน์อื่นๆ) x 12 เดือน
1.3.3 ค่าตอบแทนแรงงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายสนับสนุน	- คำนวณจากค่าใช้จ่ายของฝ่ายสนับสนุนที่ให้การสนับสนุนและดูแลการทำงานของเจ้าหน้าที่รับสาย โดยคิดเป็นค่าเฉลี่ย ต่อที่นั่ง ต่อเดือน x 12 เดือน
1.4 ค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน	- คำนวณจากค่าเช่าอุปกรณ์ประกอบการทำงาน อันได้แก่ E1 Card, Digital Extension Card, Analog Card, Analog Extension Card, ACD login per Agent, CMS Supervisor license, CMS Agent license, IVR intervoice per E1, IVR Edify per E1, IVR Contarra per E1, Nice Stanalone per seat, Digital Phone + AMP + Headset, Analog Phone + Headset, Blackbox + Server, Digital seat, Analog seat, Nice Stanalone และ Analog Voice Recording ต่อเดือน ต่อที่นั่ง x 12 เดือน
1.5 ค่าใช้จ่ายระบบการทำงาน	- คำนวณจากค่าใช้จ่ายในการดูแลและสนับสนุนการทำงานของระบบต่อเดือน x 12 เดือน
2. ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน	- คำนวณจากผลรวมของต้นทุนทางตรง x ค่าเฉลี่ยของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ไทย 5 แห่งในปี 2555 เท่ากับร้อยละ 0.75
3. ต้นทุนรวม	- คำนวณจากผลรวมของต้นทุนทางตรง และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน

ขั้นตอนที่ 2 คำนวณต้นทุนรวม

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ

$$\text{ต้นทุนรวม} = \text{ต้นทุนทางตรง} + \text{ค่าเสียโอกาสจากเงินลงทุน}$$

ขั้นตอนที่ 3 คำนวณต้นทุนต่อหน่วย

ต้นทุนต่อหน่วยในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ โดยแยกตามประเภทของการให้บริการ ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

1. สูตรในการคำนวณค่าร้อยละ (%) เป็นการคำนวณจากค่าสัดส่วน โดยเทียบจากฐานที่มีค่า 100 โดยคำนวณจากสูตร

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{ค่าของตัวเลขที่ต้องการคำนวณค่าร้อยละ} \times 100}{\text{ค่าตัวเลขทั้งหมด}}$$

2. สูตรในการคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean)

ค่าเฉลี่ย (Mean) คำนวณได้จากสูตร

$$\overline{X} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ	$\overline{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่ม
	$\sum x$	แทน	ผลรวมข้อมูลของกลุ่ม
	N	แทน	จำนวนข้อมูลทั้งหมดของกลุ่ม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาต้นทุนต่อหน่วยในการให้บริการด้านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์จำนวน 5 ราย ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผลประกอบการประจำปีของบริษัทผู้ให้บริการ ในช่วงปี พ.ศ. 2551-2552 โดยผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลทางการเงิน ขั้นตอนการดำเนินการ การฝึกอบรมพนักงาน การศึกษาต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ ของการดำเนินการศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์โดยผู้ให้บริการภายนอก มีรายละเอียดดังนี้

ผลการวิเคราะห์ต้นทุนในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์โดยผู้ให้บริการภายนอก

1. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนทางตรง
2. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนทางอ้อม โดยศึกษาต้นทุนค่าเสียโอกาสจากการลงทุน
3. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนรวมทั้งหมด
4. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยของการดำเนินการศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ในแต่ละประเภทการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์ต้นทุนของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource)

การศึกษาต้นทุนในด้านของผู้ให้บริการภายนอกในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลย้อนหลังระหว่างปี พ.ศ. 2551 – ปี พ.ศ. 2552 โดยจำแนกผลการวิเคราะห์เป็นลำดับดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนทางตรง แสดงดังตาราง

เมื่อวิเคราะห์ต้นทุนทางตรงที่ใช้ในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ สามารถกำหนดหน่วยต้นทุนได้ คือ งบดำเนินการ โดยมีการศึกษาและวิเคราะห์ต้นทุนทางตรงแต่ละประเภท ต้นทุน ดังนี้ ต้นทุนค่าเช่าพื้นที่ ต้นทุนค่าวัสดุอุปกรณ์ ต้นทุนค่าตอบแทนแรงงาน ต้นทุนค่าเช่าอุปกรณ์ ในการดำเนินงาน ต้นทุนค่าใช้จ่ายเรื่องระบบการทำงาน

ตาราง 3 ต้นทุนทางตรงที่ใช้ในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอก
ดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) ของปี 2551 – 2552

รายการต้นทุน	ปีดำเนินงานแรก	ปีดำเนินงานที่สอง	ค่าเฉลี่ย
ค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน	6,000.00 (0.11)	6,000.00 (0.11)	6,000.00 (0.11)
ค่าวัสดุอุปกรณ์	194,162.50 (3.50)	97,081.25 (1.78)	145,621.88 (2.65)
ค่าตอบแทนแรงงาน	413,702.40 (7.46)	427,495.71 (7.83)	420,599.06 (7.64)
ค่าฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย	420,000.00 (7.58)	420,000.00 (7.69)	420,000.00 (7.63)
ค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน	1,330,072.84 (23.99)	1,330,072.84 (24.36)	1,330,072.84 (24.17)
ค่าใช้จ่ายระบบการทำงาน	3,180,000.00 (57.36)	3,180,000.00 (58.23)	3,180,000.00 (57.79)
ผลรวม	5,543,937.74 (100.00)	5,460,649.81 (100.00)	5,502,293.78 (100.00)

จากตาราง 3 พบว่า ค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนทางตรงของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 5,502,293.78 บาท และพบว่าต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภท Totally Outsource เป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายระบบการทำงานมากที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 57.79 รองลงมาคือ ต้นทุนค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน คิดเป็นร้อยละ 24.17 ต้นทุนค่าตอบแทนแรงงาน คิดเป็นร้อยละ 7.64 ต้นทุนค่าฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเป็นร้อยละ 7.63 ต้นทุนค่าวัสดุอุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 2.65 และต้นทุนที่ใช้น้อยที่สุดคือ ต้นทุนค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 0.11 ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ตาราง สามารถสรุปโดยจำแนกประเภทของต้นทุนตามปีได้ดังนี้ ในปีดำเนินงานแรก มีต้นทุนทางตรง เท่ากับ 5,543,937.74 บาท ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน 6,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.11 ต้นทุนค่าวัสดุอุปกรณ์ 194,162.50 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.50 ต้นทุนค่าตอบแทนแรงงาน 413,702.40 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.46 ต้นทุนค่าฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย 420,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.58 ต้นทุนค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน 1,330,072.84 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.99 และ ต้นทุนค่าใช้จ่ายระบบการทำงาน 3,180,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.36

ในปีดำเนินงานที่สอง มีต้นทุนทางตรง เท่ากับ 5,460,649.81 บาท ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน 6,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.11 ต้นทุนค่าวัสดุอุปกรณ์ 97,081.25 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.78 ต้นทุนค่าตอบแทนแรงงาน 427,495.71 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.83 ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย 420,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.69 ต้นทุนค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน 1,330,072.84 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.23 และต้นทุนค่าใช้จากระบบการทำงาน 3,180,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.23

2. ผลการวิเคราะห์ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน

การคำนวณค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) โดยวิเคราะห์ค่าเสียโอกาสจากเงินลงทุน โดยคิดจากค่าเฉลี่ยอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ ของ ธนาคารพาณิชย์ไทย 5 แห่ง โดยย้อนหลังของปี พ.ศ. 2552 ในอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.70 ก็จะได้อัตราเสียโอกาสของเงินลงทุน ดังนี้

ในปีดำเนินงานแรก ต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ทั้งหมด คือ 5,543,937.74 บาท ถ้าผู้ให้บริการภายนอกไม่นำเงินไปลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ แต่นำไปฝากธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์เฉลี่ย 0.70 บาทต่อปี อัตราดอกเบี้ยที่จะได้รับ เท่ากับ 38,807.56 บาท เมื่อเทียบกับต้นทุนทางตรงทั้งหมด

ในปีดำเนินงานที่สอง ต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ทั้งหมด คือ 5,460,649.81 บาท ถ้าผู้ให้บริการภายนอกไม่นำเงินไปลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ แต่นำไปฝากธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์เฉลี่ย 0.70 บาทต่อปี อัตราดอกเบี้ยที่จะได้รับ เท่ากับ 38,224.55 บาท เมื่อเทียบกับต้นทุนทางตรงทั้งหมด

ตาราง 4 แสดงต้นทุนทางอ้อมในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource)

รายการต้นทุน	ปีดำเนินงานแรก	ปีดำเนินงานที่สอง	ค่าเฉลี่ย
ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน	38,807.56	38,224.55	38,516.06
	(0.70)	(0.70)	(0.70)

จากตาราง 4 พบว่าต้นทุนค่าเสียโอกาสในการลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 38,516.06 โดยในปีดำเนินงานแรก เท่ากับ 38,807.56 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70 เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนรวม และ ปีดำเนินงานที่สอง เท่ากับ 38,224.55 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70 เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนรวม

3. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนรวม

ต้นทุนรวมของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) ประกอบด้วยต้นทุนทางตรง และ ต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน ได้แก่ ค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าตอบแทนแรงงาน ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย ค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายระบบการทำงาน และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน ดังตาราง

ตาราง 5 ต้นทุนรวมของงบการลงทุนการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) ระหว่างปี 2551 – ปี 2552

รายการต้นทุน	ปีดำเนินการแรก	ปีดำเนินการที่สอง	ค่าเฉลี่ย
ต้นทุนทางตรง	5,543,937.74 (99.30)	5,460,649.81 (99.30)	5,502,293.78 (99.30)
ค่าเสียโอกาสจากเงินลงทุน	38,807.56 (0.70)	38,224.55 (0.70)	38,516.06 (0.70)
ผลรวม	5,582,745.31 (100.00)	5,498,874.36 (100.00)	5,540,809.83 (100.00)

จากตาราง 5 เมื่อทำการวิเคราะห์ต้นทุนทางตรงและต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนพบว่า ต้นทุนรวมที่ใช้ไปในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 5,540,809.83 บาท โดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 5,502,293.78 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 38,516.06 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

ในปีดำเนินงานแรก เท่ากับ 5,582,745.31 บาท โดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 5,543,937.74 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 38,807.56 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

ในปีดำเนินงานที่สอง เท่ากับ 5,498,874.36 บาท โดยต้นทุนทางตรงเท่ากับ 5,460,649.81 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนเท่ากับ 38,224.55 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

4. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วย

การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) เป็นการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยจากจำนวนที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสายต่อเดือน ทั้งนี้สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยจากค่าเฉลี่ยของต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์เท่ากับ 5,540,809.83 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 461,734.15 บาท

ในปีดำเนินงานแรก ต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 5,582,745.31 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 465,228.78 บาท

ในปีดำเนินงานที่สอง ต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 5,498,874.36 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 458,239.53 บาท

กรณีศึกษา บริษัทเอ เงินลงทุนที่เกิดจากการดำเนินงานด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เฉลี่ยต่อปีดำเนินงาน เท่ากับ 5,540,809.83 บาท โดยสามารถลดภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ให้แก่ผู้ให้บริการภายนอกได้ร้อยละ 100

ผลการวิเคราะห์ต้นทุนของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental)

การศึกษาต้นทุนในด้านของผู้ให้บริการภายนอกในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลย้อนหลังระหว่างปี พ.ศ. 2551 – ปี พ.ศ. 2552 โดยจำแนกผลการวิเคราะห์เป็นลำดับดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนทางตรง แสดงดังตาราง

เมื่อวิเคราะห์ต้นทุนทางตรงที่ใช้ในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ สามารถกำหนดหน่วยต้นทุนได้ คือ งบดำเนินการ โดยมีการศึกษาและวิเคราะห์ต้นทุนทางตรงแต่ละประเภท ต้นทุน ดังนี้ ต้นทุนค่าเช่าพื้นที่ ต้นทุนค่าวัสดุอุปกรณ์ ต้นทุนค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน ต้นทุนค่าใช้จ่ายเรื่องระบบการทำงาน

ตาราง 6 ต้นทุนทางตรงที่ใช้ในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอก
ดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental)
ของปี 2551 – 2552

รายการต้นทุน	ปีดำเนินงานแรก	ปีดำเนินงานที่สอง	ค่าเฉลี่ย
ค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน	6,000.00 (0.13)	6,000.00 (0.13)	6,000.00 (0.13)
ค่าวัสดุอุปกรณ์	194,162.50 (4.12)	97,081.25 (2.10)	145,621.88 (3.12)
ค่าตอบแทนแรงงาน	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)
ค่าฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)
ค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน	1,330,072.84 (28.24)	1,330,072.84 (28.83)	1,330,072.84 (28.53)
ค่าใช้จากระบบการทำงาน	3,180,000.00 (67.51)	3,180,000.00 (68.93)	3,180,000.00 (68.22)
ผลรวม	4,710,235.34 (100.00)	4,613,154.09 (100.00)	4,661,694.72 (100.00)

จากตาราง 6 พบว่า ค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนทางตรงของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4,661,694.72 บาท และพบว่าต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภท Facility Rental เป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายระบบการทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.22 รองลงมาคือ ต้นทุนค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน คิดเป็นร้อยละ 28.53 ต้นทุนค่าวัสดุอุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 3.12 และต้นทุนที่ใช้จายน้อยที่สุดคือ ต้นทุนค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 0.13 ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ตาราง สามารถสรุปโดยจำแนกประเภทของต้นทุนตามปีได้ดังนี้ ในปีดำเนินงานแรกมีต้นทุนทางตรงเท่ากับ 4,710,235.34 บาท ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน 6,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.13 ต้นทุนค่าวัสดุอุปกรณ์ 194,162.50 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.12 ต้นทุนค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน 1,330,072.84 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.24 และ ต้นทุนค่าใช้จ่ายระบบการทำงาน 3,180,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 67.51

ในปีดำเนินงานที่สอง มีต้นทุนทางตรงเท่ากับ 4,613,154.09 บาท ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน 6,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.13 ต้นทุนค่าวัสดุอุปกรณ์ 97,081.25 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.10 ต้นทุนค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน 1,330,072.84 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.83 และ ต้นทุนค่าใช้จ่ายระบบการทำงาน 3,180,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 68.93

2. ผลการวิเคราะห์ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน

การคำนวณค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) โดยวิเคราะห์ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน โดยคิดจากค่าเฉลี่ยอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ ของธนาคารพาณิชย์ไทย 5 แห่ง โดยย้อนหลังของปี พ.ศ. 2552 ในอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.70 ก็จะได้ค่าเสียโอกาสจากเงินลงทุน ดังนี้

ในปีดำเนินงานแรก ต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ทั้งหมด คือ 4,710,235.34 บาท ถ้าผู้ให้บริการภายนอกไม่นำเงินไปลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ แต่นำไปฝากธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์เฉลี่ย 0.70 บาทต่อปี อัตราดอกเบี้ยที่จะได้รับ เท่ากับ 32,971.65 บาท เมื่อเทียบกับต้นทุนทางตรงทั้งหมด

ในปีดำเนินงานที่สอง ต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ทั้งหมด คือ 4,613,154.09 บาท ถ้าผู้ให้บริการภายนอกไม่นำเงินไปลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ แต่นำไปฝากธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์เฉลี่ย 0.70 บาทต่อปี อัตราดอกเบี้ยที่จะได้รับ เท่ากับ 32,292.08 บาท เมื่อเทียบกับต้นทุนทางตรงทั้งหมด

ตาราง 7 แสดงค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้

ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental)

รายการต้นทุน	ปีดำเนินงานแรก	ปีดำเนินงานที่สอง	ค่าเฉลี่ย
ค่าเสียโอกาสจากเงินลงทุน	32,971.65	32,292.08	32,631.86
	(0.70)	(0.70)	(0.70)

จากตาราง 7 พบว่าต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 32,631.86 โดยในปีดำเนินงานแรก เท่ากับ 32,971.65 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70 เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนรวม และ ปีดำเนินงานที่สอง เท่ากับ 32,292.08 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70 เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนรวม

3. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนรวม

ต้นทุนรวมของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) ประกอบด้วยต้นทุนทางตรง และ ต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน ได้แก่ ค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายระบบการทำงาน และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน ดังตาราง

ตาราง 8 ต้นทุนรวมของงบการลงทุนการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) ระหว่างปี 2551 – ปี 2552

รายการต้นทุน	ปีดำเนินการแรก	ปีดำเนินการที่สอง	ค่าเฉลี่ย
ต้นทุนทางตรง	4,710,235.34 (99.30)	4,613,154.09 (99.30)	4,661,694.72 (99.30)
ค่าเสียโอกาสจากเงินลงทุน	32,971.65 (0.70)	32,392.08 (0.70)	32,631.86 (0.70)
ผลรวม	4,743,206.99 (100.00)	4,645,446.17 (100.00)	4,694,326.58 (100.00)

จากตาราง 8 เมื่อทำการวิเคราะห์ต้นทุนทางตรงและค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน พบว่า ต้นทุนรวมที่ใช้ไปในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4,694,326.58 บาท โดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 4,661,694.72 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 32,631.86 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

ในปีดำเนินงานแรก เท่ากับ 4,743,206.99 บาท โดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 4,710,235.34 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 32,971.65 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

ในปีดำเนินงานที่สอง เท่ากับ 4,645,446.17 บาท โดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 4,613,154.09 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 32,392.08 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

4. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วย

การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) เป็นการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยจากจำนวนที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสายต่อเดือน ทั้งนี้สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยจากค่าเฉลี่ยของต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 4,694,326.58 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 391,193.88 บาท

ในปีดำเนินงานแรก ต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 4,743,206.99 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 395,267.25 บาท

ในปีดำเนินการสอง ต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 4,645,446.17 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 387,120.51 บาท

กรณีศึกษา บริษัทเอ เงินลงทุนที่เกิดจากการดำเนินงานด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เฉลี่ยต่อปีดำเนินงาน เท่ากับ 4,694,326.58 บาท โดยสามารถผลัดภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ให้แก่ผู้ให้บริการภายนอกได้ร้อยละ 85

ผลการวิเคราะห์ต้นทุนของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent)

การศึกษาต้นทุนในด้านของผู้ให้บริการภายนอกในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลย้อนหลังระหว่างปี พ.ศ. 2551 – ปี พ.ศ. 2552 โดยจำแนกผลการวิเคราะห์เป็นลำดับดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนทางตรง แสดงดังตาราง

เมื่อวิเคราะห์ต้นทุนทางตรงที่ใช้ในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ สามารถกำหนดหน่วยต้นทุนได้ คือ งบดำเนินการ โดยมีการศึกษาและวิเคราะห์ต้นทุนทางตรงแต่ละประเภท ต้นทุน ดังนี้ ต้นทุนค่าตอบแทนแรงงาน ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน

ตาราง 9 ต้นทุนทางตรงที่ใช้ในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอก
ดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) ของปี 2551 – 2552

รายการต้นทุน	ปีดำเนินงานแรก	ปีดำเนินงานที่สอง	ค่าเฉลี่ย
ค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)
ค่าวัสดุอุปกรณ์	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)
ค่าตอบแทนแรงงาน	413,702.40 (49.62)	427,495.71 (50.44)	420,599.06 (50.04)
ค่าฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย	420,000.00 (50.38)	420,000.00 (49.56)	420,000.00 (49.96)
ค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)
ค่าใช้จากระบบการทำงาน	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)
ผลรวม	833,702.40 (100.00)	847,495.71 (100.00)	840,599.06 (100.00)

จากตาราง 9 พบว่า ค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนทางตรงของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 840,599.06 บาท และพบว่าต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) เป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสายมากที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 50.38 รองลงมาคือ ต้นทุนตอบแทนแรงงาน คิดเป็นร้อยละ 49.62 ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ตาราง สามารถสรุปโดยจำแนกประเภทของต้นทุนตามปีได้ดังนี้ ในปีดำเนินการแรก มีต้นทุนทางตรง เท่ากับ 833,702.40 บาท ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนค่าตอบแทนแรงงาน 413,702.40 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.62 ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย 420,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.38

ในปีดำเนินการที่สอง มีต้นทุนทางตรง เท่ากับ 847,495.71 บาท ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนค่าตอบแทนแรงงาน 427,495.71 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.44 ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย 420,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.56

2. ผลการวิเคราะห์ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน

การคำนวณค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) โดยวิเคราะห์ค่าเสียโอกาสจากเงินลงทุน โดยคิดจากค่าเฉลี่ยอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ ของธนาคารพาณิชย์ไทย 5 แห่ง โดยย้อนหลังของปี พ.ศ. 2552 ในอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.70 ก็จะได้ค่าเสียโอกาสจากเงินลงทุน ดังนี้

ในปีดำเนินการแรก ต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ทั้งหมด คือ 833,702.40 บาท ถ้าผู้ให้บริการภายนอกไม่นำเงินไปลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ แต่นำไปฝากธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์เฉลี่ย 0.70 บาทต่อปี อัตราดอกเบี้ยที่จะได้รับ เท่ากับ 5,835.92 บาท เมื่อเทียบกับต้นทุนทางตรงทั้งหมด

ในปีดำเนินการที่สอง ต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ทั้งหมด คือ 847,495.71 บาท ถ้าผู้ให้บริการภายนอกไม่นำเงินไปลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ แต่นำไปฝากธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์เฉลี่ย 0.70 บาทต่อปี อัตราดอกเบี้ยที่จะได้รับ เท่ากับ 5,932.47 บาท เมื่อเทียบกับต้นทุนทางตรงทั้งหมด

ตาราง 10 แสดงค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent)

รายการต้นทุน	ปีดำเนินการแรก	ปีดำเนินการที่สอง	ค่าเฉลี่ย
ค่าเสียโอกาสจากเงินลงทุน	5,835.92	5,932.47	5,884.19
	(0.70)	(0.70)	(0.70)

จากตาราง 10 พบว่าต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภท Outsource Agent มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5,884.19 บาทโดยในปีดำเนินงานแรก เท่ากับ 5,835.92 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70 เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนรวม และ ปีดำเนินการที่สอง เท่ากับ 5,932.47 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70 เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนรวม

3. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนรวม

ต้นทุนรวมของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) ประกอบด้วยต้นทุนทางตรง และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน ได้แก่ ค่าตอบแทนแรงงาน ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน ดังตาราง

ตาราง 11 ต้นทุนรวมของงบการลงทุนการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการ
ภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent)
ระหว่างปี 2551 – ปี 2552

รายการต้นทุน	ปีดำเนินการแรก	ปีดำเนินการที่สอง	ค่าเฉลี่ย
ต้นทุนทางตรง	833,702.40 (99.30)	847,495.71 (99.30)	840,599.06 (99.30)
ค่าเสียโอกาสจากเงินลงทุน	5,835.92 (0.70)	5,932.47 (0.70)	5,884.19 (0.70)
ผลรวม	839,538.32 (100.00)	853,428.18 (100.00)	846,483.25 (100.00)

จากตาราง 11 เมื่อทำการวิเคราะห์ต้นทุนทางตรงและค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน พบว่า ต้นทุนรวมที่ใช้ไปในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอก ดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 846,483.25 บาท โดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 840,599.06 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 5,884.19 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

ในปีดำเนินการแรก เท่ากับ 839,538.32 บาท โดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 833,702.40 คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 5,835.92 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

ในปีดำเนินการที่สอง เท่ากับ 853,428.18 บาท โดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 847,495.71 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 5,932.47 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

4. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วย

การวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) เป็นการ วิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยจากจำนวนที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสายต่อเดือน ทั้งนี้สามารถสรุปผลการ วิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยจากค่าเฉลี่ยของต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 846,483.25 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 70,540.27 บาท

ในปีดำเนินการแรก ต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 839,538.32 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 69,961.53 บาท

ในปีดำเนินการที่สอง ต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 853,428.18 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 71,119.02 บาท

กรณีศึกษา บริษัทเอ เงินลงทุนที่เกิดจากการดำเนินงานด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เฉลี่ยต่อปีดำเนินงาน เท่ากับ 846,483.25 บาท โดยสามารถลดภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ให้แก่ผู้ให้บริการภายนอกได้ร้อยละ 15



บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย พร้อมทั้งอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยนำเสนอตามลำดับหัวข้อ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. วิธีดำเนินการวิจัย
3. สรุปผลการวิจัย
4. อภิปรายผล
5. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มี ความมุ่งหมายของการวิจัย เพื่อศึกษาวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยของการให้บริการภายนอกด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ในแต่ละประเภท เพื่อสามารถทำการประเมินงบประมาณในการดำเนินงานได้ในเบื้องต้น และ ทราบถึงต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ผู้ให้บริการภายนอกได้ดำเนินการ เพื่อเป็นข้อมูลในการเปรียบเทียบและตัดสินใจในการเลือกใช้บริการผู้ให้บริการภายนอกได้

วิธีการดำเนินการวิจัย

ข้อมูลที่นำมาศึกษาและวิจัยในครั้งนี้ เป็นการนำข้อมูลทุติยภูมิที่ได้รวบรวมไว้จากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยข้อมูลลักษณะของธุรกิจศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ข้อมูลของผู้ให้บริการภายนอก ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนทางตรงและต้นทุนทางอ้อม ซึ่งเป็นข้อมูลย้อนหลังระหว่างปี พ.ศ. 2551 – ปี พ.ศ. 2552

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาภาพรวมของธุรกิจการให้บริการศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และ กำหนดขอบเขตของการศึกษาด้านทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์

การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา วิเคราะห์ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ของต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ ออกเป็น ต้นทุนทางตรง ประกอบด้วย ค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน ค่าตอบแทนแรงงาน ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน และค่าใช้จ่ายระบบการทำงาน และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน พร้อมทั้งคำนวณหาต้นทุนรวม และ ต้นทุนต่อหน่วย ตามประเภทของการเลือกใช้บริการศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ ต้นทุนของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource)

ค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนทางตรงของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 5,502,293.78 บาท และพบว่าต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภท Totally Outsource เป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายระบบการทำงานมากที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 57.79 รองลงมาคือ ต้นทุนค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน คิดเป็นร้อยละ 24.17 ต้นทุนค่าตอบแทนแรงงาน คิดเป็นร้อยละ 7.64 ต้นทุนค่าฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเป็นร้อยละ 7.63 ต้นทุนค่าวัสดุอุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 2.65 และต้นทุนที่ใช้น้อยที่สุดคือ ต้นทุนค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 0.11 ตามลำดับ

ในปีดำเนินงานแรก มีต้นทุนทางตรง เท่ากับ 5,543,937.74 บาท ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน 6,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.11 ต้นทุนค่าวัสดุอุปกรณ์ 194,162.50 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.50 ต้นทุนค่าตอบแทนแรงงาน 413,702.40 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.46 ต้นทุนค่าฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย 420,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.58 ต้นทุนค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน 1,330,072.84 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.99 และ ต้นทุนค่าใช้จ่ายระบบการทำงาน 3,180,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.36

ในปีดำเนินงานที่สอง มีต้นทุนทางตรง เท่ากับ 5,460,649.81 บาท ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน 6,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.11 ต้นทุนค่าวัสดุอุปกรณ์ 97,081.25 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.78 ต้นทุนค่าตอบแทนแรงงาน 427,495.71 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.83 ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย 420,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.69 ต้นทุนค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน 1,330,072.84 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.23 และ ต้นทุนค่าใช้จ่ายระบบการทำงาน 3,180,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.23

การคำนวณค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) โดยวิเคราะห์ค่าเสียโอกาสจากเงินลงทุน โดยคิดจากค่าเฉลี่ยอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ ของธนาคารพาณิชย์ไทย 5 แห่ง โดยย้อนหลังของปี พ.ศ. 2552 ในอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.70 ก็จะได้อัตราเสียโอกาสของเงินลงทุน ดังนี้

ในปีดำเนินงานแรก ต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ทั้งหมด คือ 5,543,937.74 บาท ถ้าผู้ให้บริการภายนอกไม่นำเงินไปลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ แต่นำไปฝากธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์เฉลี่ย 0.70 บาทต่อปี อัตราดอกเบี้ยที่จะได้รับ เท่ากับ 38,807.56 บาท เมื่อเทียบกับต้นทุนทางตรงทั้งหมด

ในปีดำเนินงานที่สอง ต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ทั้งหมด คือ 5,460,649.81 บาท ถ้าผู้ให้บริการภายนอกไม่นำเงินไปลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ แต่นำไปฝากธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์เฉลี่ย 0.70 บาทต่อปี อัตราดอกเบี้ยที่จะได้รับ เท่ากับ 38,224.55 บาท เมื่อเทียบกับต้นทุนทางตรงทั้งหมด

เมื่อทำการวิเคราะห์ต้นทุนทางตรงและต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน พบว่า ต้นทุนรวมที่ใช้ไปในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 5,540,809.83 บาท โดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 5,502,293.78 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 38,516.06 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

ในปีดำเนินงานแรก เท่ากับ 5,582,745.31 บาท โดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 5,543,937.74 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 38,807.56 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

ในปีดำเนินงานที่สอง เท่ากับ 5,498,874.36 บาท โดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 5,460,649.81 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ต้นทุนค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนเท่ากับ 38,224.55 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

สรุปผลการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยจากค่าเฉลี่ยของต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงาน ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 5,540,809.83 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ย เป็นรายเดือน เท่ากับ 461,734.15 บาท

ในปีดำเนินงานแรก ต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 5,582,745.31 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 465,228.78 บาท

ในปีดำเนินงานที่สอง ต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 5,498,874.36 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 458,239.53 บาท

กรณีศึกษา บริษัทเอ เงินลงทุนที่เกิดจากการดำเนินงานด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เฉลี่ยต่อปีดำเนินงาน เท่ากับ 5,540,809.83 บาท โดยสามารถผลัดภาระค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ให้แก่ผู้ให้บริการภายนอกได้ร้อยละ 100

2. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ ผู้ใช้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental)

ค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนทางตรงของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้
ผู้ใช้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility
Rental) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4,661,694.72 บาท และพบว่าต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้า
สัมพันธ์ประเภท Facility Rental เป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายระบบการทำงานมากที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 68.22
รองลงมาคือ ต้นทุนค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน คิดเป็นร้อยละ 28.53 ต้นทุนค่าวัสดุอุปกรณ์ คิดเป็น
ร้อยละ 3.12 และ ต้นทุนที่ใช้จ่ายน้อยที่สุดคือ ต้นทุนค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน คิดเป็นร้อยละ 0.13 ตามลำดับ

ในปีดำเนินงานแรกมีต้นทุนทางตรง เท่ากับ 4,710,235.34 บาท ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุน
ค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน 6,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.13 ต้นทุนค่าวัสดุอุปกรณ์ 194,162.50 บาท คิดเป็น
ร้อยละ 4.12 ต้นทุนค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน 1,330,072.84 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.24 และ
ต้นทุนค่าใช้จ่ายระบบการทำงาน 3,180,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 67.51

ในปีดำเนินงานที่สอง มีต้นทุนทางตรง เท่ากับ 4,613,154.09 บาท ซึ่งประกอบด้วย
ต้นทุนค่าเช่าพื้นที่สำนักงาน 6,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.13 ต้นทุนค่าวัสดุอุปกรณ์ 97,081.25 บาท คิด
เป็นร้อยละ 2.10 ต้นทุนค่าเช่าอุปกรณ์ในการดำเนินงาน 1,330,072.84 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.83 และ
ต้นทุนค่าใช้จ่ายระบบการทำงาน 3,180,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 68.93

การคำนวณค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์
ประเภทให้ผู้ใช้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้า
สัมพันธ์ (Facility Rental) โดยวิเคราะห์ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน โดยคิดจากค่าเฉลี่ยอัตราดอกเบี้ยเงิน
ฝากออมทรัพย์ ของธนาคารพาณิชย์ไทย 5 แห่ง โดยย้อนหลังของปี พ.ศ. 2552 ในอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.70
ก็จะได้ค่าเสียโอกาสจากเงินลงทุน ดังนี้

ในปีดำเนินงานแรก ต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์
ทั้งหมด คือ 4,710,235.34 บาท ถ้าผู้ให้บริการภายนอกไม่นำเงินไปลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้า
สัมพันธ์ แต่นำไปฝากธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์เฉลี่ย 0.70 บาทต่อปี อัตราดอกเบี้ยที่จะ
ได้รับ เท่ากับ 32,971.65 บาท เมื่อเทียบกับต้นทุนทางตรงทั้งหมด

ในปีดำเนินงานที่สอง ต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์
ทั้งหมด คือ 4,613,154.09 บาท ถ้าผู้ให้บริการภายนอกไม่นำเงินไปลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้า
สัมพันธ์ แต่นำไปฝากธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์เฉลี่ย 0.70 บาทต่อปี อัตราดอกเบี้ยที่จะ
ได้รับ เท่ากับ 32,292.08 บาท เมื่อเทียบกับต้นทุนทางตรงทั้งหมด

เมื่อทำการวิเคราะห์ต้นทุนทางตรงและค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน พบว่า ต้นทุนรวมที่ใช้ไปในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4,694,326.58 บาท โดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 4,661,694.72 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 32,631.86 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

ในปีดำเนินงานแรก เท่ากับ 4,743,206.99 บาท โดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 4,710,235.34 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 32,971.65 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

ในปีดำเนินงานที่สอง เท่ากับ 4,645,446.17 บาท โดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 4,613,154.09 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 32,392.08 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.7

สรุปผลการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยจากค่าเฉลี่ยของต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 4,694,326.58 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 391,193.88 บาท

ในปีดำเนินงานแรก ต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 4,743,206.99 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 395,267.25 บาท

ในปีดำเนินการสอง ต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 4,645,446.17 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 387,120.51 บาท

กรณีศึกษา บริษัทเอ เงินลงทุนที่เกิดจากการดำเนินงานด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เฉลี่ยต่อปีดำเนินงาน เท่ากับ 4,694,326.58 บาท โดยสามารถผลักราคาใช้จ่ายในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ให้แก่ผู้ให้บริการภายนอกได้ร้อยละ 85

3. ผลการวิเคราะห์ต้นทุนของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent)

ค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนทางตรงของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 840,599.06 บาท และพบว่าต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) เป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสายมากที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 50.38 รองลงมาคือ ต้นทุนตอบแทนแรงงาน คิดเป็นร้อยละ 49.62 ตามลำดับ

ในปีดำเนินการแรก มีต้นทุนทางตรง เท่ากับ 833,702.40 บาท ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนค่าตอบแทนแรงงาน 413,702.40 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.62 ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย 420,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.38

ในปีดำเนินการที่สอง มีต้นทุนทางตรง เท่ากับ 847,495.71 บาท ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนค่าตอบแทนแรงงาน 427,495.71 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.44 ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย 420,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 49.56

การคำนวณค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) โดยวิเคราะห์ค่าเสียโอกาสจากเงินลงทุน โดยคิดจากค่าเฉลี่ยอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ ของธนาคารพาณิชย์ไทย 5 แห่ง โดยย้อนหลังของปี พ.ศ. 2552 ในอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ย 0.70 ก็จะได้ค่าเสียโอกาสจากเงินลงทุน ดังนี้

ในปีดำเนินการแรก ต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ทั้งหมด คือ 833,702.40 บาท ถ้าผู้ให้บริการภายนอกไม่นำเงินไปลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ แต่นำไปฝากธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์เฉลี่ย 0.70 บาทต่อปี อัตราดอกเบี้ยที่จะได้รับ เท่ากับ 5,835.92 บาท เมื่อเทียบกับต้นทุนทางตรงทั้งหมด

ในปีดำเนินการที่สอง ต้นทุนทางตรงในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ทั้งหมด คือ 847,495.71 บาท ถ้าผู้ให้บริการภายนอกไม่นำเงินไปลงทุนดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ แต่นำไปฝากธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์เฉลี่ย 0.70 บาทต่อปี อัตราดอกเบี้ยที่จะได้รับ เท่ากับ 5,932.47 บาท เมื่อเทียบกับต้นทุนทางตรงทั้งหมด

เมื่อทำการวิเคราะห์ต้นทุนทางตรงและค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน พบว่า ต้นทุนรวมที่ใช้ไปในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 846,483.25 บาท โดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 840,599.06 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 5,884.19 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

ในปีดำเนินการแรก เท่ากับ 839,538.32 บาทโดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 833,702.40 คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 5,835.92 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

ในปีดำเนินการที่สอง เท่ากับ 853,428.18 บาทโดยต้นทุนทางตรง เท่ากับ 847,495.71 บาท คิดเป็นร้อยละ 99.30 และ ค่าเสียโอกาสของเงินลงทุน เท่ากับ 5,932.47 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.70

สรุปผลการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยจากค่าเฉลี่ยของต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 846,483.25 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 70,540.27 บาท

ในปีดำเนินการแรก ต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 839,538.32 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 69,961.53 บาท

ในปีดำเนินการที่สอง ต้นทุนทั้งหมดในการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เท่ากับ 853,428.18 บาทต่อปี ต่อที่นั่ง 1 ที่นั่งของเจ้าหน้าที่รับสาย คิดเฉลี่ยเป็นรายเดือน เท่ากับ 71,119.02 บาท

กรณีศึกษา บริษัทเอ เงินลงทุนที่เกิดจากการดำเนินงานด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ เฉลี่ยต่อปีดำเนินงาน เท่ากับ 846,483.25 บาท โดยสามารถผลักราคาใช้จ่ายในการดำเนินงาน ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ให้แก่ผู้ให้บริการภายนอกได้ร้อยละ 15

อภิปรายผล

จากการศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์โดย ผู้ให้บริการภายนอก สามารถนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ต้นทุนต่อหน่วยของการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ พบว่า ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) มีต้นทุนต่อหน่วยมากที่สุด เนื่องจากเป็นผู้ให้บริการภายนอกได้จัดเตรียม และจัดสรรบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ ให้เป็นไปตาม วัตถุประสงค์และมาตรฐานของลูกค้าผู้ให้บริการ รองลงมาคือ การให้บริการประเภทให้ผู้ให้บริการ ภายนอกดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) และ ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอกดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) ตามลำดับ

2. จากการเปรียบเทียบต้นทุนทางตรงและค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนของการดำเนินงาน ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ทุกประเภทการให้บริการ พบว่าสัดส่วนของต้นทุนทางตรง มีค่าเท่ากับร้อยละ 99.30 และ สัดส่วนของต้นทุนทางอ้อม มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 0.70 เมื่อเปรียบเทียบจากข้อมูลต้นทุนรวม ทั้งหมด

3. การให้บริการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอก ดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) ที่มีต้นทุนต่อหน่วยมากที่สุด เหมาะสมกับลูกค้าผู้ให้บริการที่มีขนาดหน่วยธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งการมอบหมายให้ผู้ให้บริการภายนอก เป็นผู้ดำเนินงานให้จะเป็นการช่วยลดต้นทุน และ บริหารงานด้านศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลุ่มลูกค้าผู้ให้บริการประเภทที่เหมาะสมต่อการเลือกใช้บริการประเภทนี้ ยกตัวอย่าง เช่น บริษัทไมเนอร์ บริษัทนกแอร์ไลน์ เป็นต้น

4. การให้บริการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอก ดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) ที่มี ต้นทุนต่อหน่วยมากเป็นอันดับสอง เหมาะสมกับลูกค้าผู้ให้บริการที่มีความพร้อมด้านบุคลากรและ เจ้าหน้าที่รับสาย แต่ขาดความพร้อมด้านพื้นที่การดำเนินงาน และ ด้านเทคโนโลยี ระบบการทำงาน โดยกลุ่มลูกค้าผู้ให้บริการประเภทที่เหมาะสมต่อการเลือกใช้บริการประเภทนี้ ยกตัวอย่างเช่น บริษัท การขายประกันภัยทางโทรศัพท์ เป็นต้น

5. การให้บริการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอก ดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) ที่มีต้นทุนต่อหน่วยน้อยที่สุด เหมาะสมกับลูกค้าผู้ให้บริการที่มีความพร้อมด้านพื้นที่การดำเนินงาน และด้านเทคโนโลยี ระบบการทำงาน โดยกลุ่มลูกค้าผู้ให้บริการประเภทที่เหมาะสมต่อการเลือกใช้บริการประเภทนี้ ยกตัวอย่างเช่น บริษัทการบินไทย ธนาคารชนชาติ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถสรุปข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

1. การให้บริการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอก ดำเนินงานทั้งหมดในศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Totally Outsource) เป็นรูปแบบการดำเนินงาน ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ โดยผู้ให้บริการ สามารถผลักระค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้แก่ผู้ให้บริการภายนอกได้ ร้อยละ 100

2. การให้บริการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอก ดำเนินงานจัดเตรียมพื้นที่และระบบการทำงานของศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ (Facility Rental) เป็น รูปแบบการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ โดยผู้ให้บริการ สามารถผลักระค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงานให้แก่ผู้ให้บริการภายนอกได้ ร้อยละ 85

3. การให้บริการดำเนินงานศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ประเภทให้ผู้ให้บริการภายนอก ดำเนินการจัดสรรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่รับสาย (Outsource Agent) เป็นรูปแบบการดำเนินงาน ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ โดยผู้ให้บริการ สามารถผลักระค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้แก่ผู้ให้ บริการภายนอกได้ ร้อยละ 15

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนต่อหน่วยของการให้บริการศูนย์บริการลูกค้า สัมพันธ์จากผู้ให้บริการภายนอก โดยกำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเภทของผู้ให้บริการ



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กระทรวงอุตสาหกรรม.(2545). การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรเพื่อการเพิ่มผลผลิต.
วารสารกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 40(4): 63.
- ก้องเกียรติ กาญจนพันธ์. (2537). การเปรียบเทียบประสิทธิภาพและต้นทุนของสายการบินในภูมิภาค
เอเชียแปซิฟิกกับการบินไทย. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชัยยศ สันตวงษ์. (2533). การศึกษาความเป็นไปของโครงการ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชูชีพ พิพัฒนศิริ. (2539). เศรษฐศาสตร์การวิเคราะห์โครงการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:
สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฐาปนา ฉันทไพศาล; และ อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ. (2540). การบริหารโครงการและการศึกษาความเป็นไปได้.
กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- เบญจมาศ อภิสิทธิ์กัญญา. (2537). กลยุทธ์การบริหารต้นทุนเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ. กรุงเทพฯ:
ธรรมนิติเพรส.
- ประสิทธิ์ ดงยิ่งศิริ.(2544). การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สาวิกา อ่อนนนท์. (2542). การควบคุมทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2532). บัญชีเพื่อการจัดการและการบริหารต้นทุน. กรุงเทพฯ: ธรรมนิติเพรส.
- อรนุช ไทวระ. (2552). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเปิดธุรกิจร้านจัดดอกไม้บริเวณถนน
เพชรบุรีตัดใหม่ กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- Anju Mehta; et al. (2006). *Challenges and Opportunities of Business Process Outsourcing in India*.
Auburn University, Auburn, AL 36849
- Anonymous.(1996). *R&D outsourcing*. International Journal of Physical Distribution & Logistics
Management. ABI/INFORM Global. pp3.
- Joel Lanz; & Robert Tie. (2004) *Advise Businesses on External IT Resources*. Journal of Accountancy.
ABI/INFORM Global. pp55.
- Kelley, Bill. (1995). *Outsourcing marches on*. The Journal of Business Strategy. ABI/INFORM
Global. pp38.
- Shreefal Mehta; & Lois S Peters. (2007). *Outsourcing a Core Competency*. Research Technology
Management. ABI/INFORM Global. pp28.
- Stephen C Del Vecchio. (2005). *Analysis of the Outsourcing Decision*. Corporate Finance Review.
ABI/INFORM Global. pp21.



ตารางเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยธนาคาร



ThaiBond.com

by ThaiBMA

ทางเลือกเพื่อการลงทุนที่มั่นคง

หน้าแรก

เกี่ยวกับเรา

รู้จักตราสารหนี้

เริ่มลงทุน

ดาวน์โหลดเอกสารลงทุน

คำนวณราคา

เครื่องมือวิเคราะห์การลงทุน

FAQs

 ThaiBMA on facebook
  ThaiBMA on twitter

ตารางเปรียบเทียบอัตราดอกเบี้ยธนาคาร

	อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก						อัตราดอกเบี้ยเงินกู้		
	ออมทรัพย์	ประจำ 3 เดือน	ประจำ 6 เดือน	ประจำ 12 เดือน	ประจำ 24 เดือน	ประจำ 36 เดือน	MRR	MOR	MLR
ร. กรุงศรีอยุธยา จก.	0.6000	1.7000	2.0000	2.3500	2.6000	2.7000	8.4500	7.7500	7.3750
เงินใช้ส่งเดววันที่	2 ต.ค. 56	2 ต.ค. 56	2 ต.ค. 56	2 ต.ค. 56	2 ต.ค. 56	2 ต.ค. 56	29 ต.ค. 55	29 ต.ค. 55	29 ต.ค. 55
ร. กรุงไทย จก.	0.7500	1.6250	2.0000	2.3750	2.6250	2.7500	8.0000	7.3750	7.0000
เงินใช้ส่งเดววันที่	17 ก.ย. 56	17 ก.ย. 56	17 ก.ย. 56	17 ก.ย. 56	17 ก.ย. 56	17 ก.ย. 56	1 ก.พ. 56	1 ก.พ. 56	1 ก.พ. 56
ร. ออมสิน	1.0000	2.2500	2.5000	2.9000			8.0000	7.5000	7.2500
เงินใช้ส่งเดววันที่	15 ก.ย. 54	15 ก.ย. 54	15 ก.ย. 54	15 ก.ย. 54			15 ก.ย. 54	15 ก.ย. 54	15 ก.ย. 54
ร. กสิกรไทย จก.	0.7500	1.6000	1.9500	2.3000	2.5500	2.5500	8.1000	7.4800	7.0000
เงินใช้ส่งเดววันที่	4 ต.ค. 56	4 ต.ค. 56	4 ต.ค. 56	4 ต.ค. 56	4 ต.ค. 56	4 ต.ค. 56	24 ต.ค. 55	24 ต.ค. 55	24 ต.ค. 55
ร. กรุงไทย จก.	0.7500	1.6250	2.0000	2.2500	2.6250	2.6250	8.0000	7.3750	7.0000
เงินใช้ส่งเดววันที่	11 ต.ค. 56	11 ต.ค. 56	11 ต.ค. 56	11 ต.ค. 56	11 ต.ค. 56	11 ต.ค. 56	28 ธ.ค. 56	28 ธ.ค. 56	28 ธ.ค. 56
ร. ไทยพาณิชย์ จก.	0.7500	1.6000	2.0000	2.3500	2.6000	2.6000	8.1000	7.4250	7.0000
เงินใช้ส่งเดววันที่	11 ต.ค. 56	11 ต.ค. 56	11 ต.ค. 56	11 ต.ค. 56	11 ต.ค. 56	11 ต.ค. 56	22 ต.ค. 55	22 ต.ค. 55	22 ต.ค. 55
ร. ทหารไทย จก.	0.1250	1.7500	2.0000	2.2500	2.5000	2.7000	8.2750	7.9000	7.3750
เงินใช้ส่งเดววันที่	9 ต.ค. 56	9 ต.ค. 56	9 ต.ค. 56	9 ต.ค. 56	9 ต.ค. 56	9 ต.ค. 56	1 พ.ย. 55	1 พ.ย. 55	1 พ.ย. 55
ร. ยูเอสบี จก.	0.6500	1.7500	2.0000	2.4000	2.6000	2.7500	8.5000	8.1250	7.6250
เงินใช้ส่งเดววันที่	16 ก.ย. 56	16 ก.ย. 56	16 ก.ย. 56	16 ก.ย. 56	16 ก.ย. 56	16 ก.ย. 56	31 ต.ค. 55	31 ต.ค. 55	31 ต.ค. 55

หมายเหตุ

- MRR หมายถึง อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายย่อยชั้นดี (MRR)
- MOR หมายถึง อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี ประเภทเงินเบิกเกินบัญชี (MOR)
- MLR หมายถึง อัตราดอกเบี้ยลูกค้ารายใหญ่ชั้นดี ประเภทเงินกู้แบบมีระยะเวลา (MLR)
- อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประเภทออมทรัพย์ข้างต้น เป็นอัตราดอกเบี้ยสำหรับบุคคลธรรมดาเท่านั้น
- อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประเภทเงินใช้ส่งเดววันที่ข้างต้น เป็นอัตราดอกเบี้ยสำหรับเงินต้นสุดท้ายแต่ละรายการกำหนด หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติมโปรดสอบถามไปยังธนาคารโดยตรง
- ข้อมูลอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารข้างต้น เป็นการรวบรวมจากธนาคารต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและเป็นข้อมูลให้นักลงทุนเท่านั้น สามารถตรวจสอบตราสารหนี้ไทยไม่มีความสัมพันธ์กับความเสียหายหรือค่าใช้จ่าใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นอันเกี่ยวเนื่องกับการขาดผลขาดค่าลดหย่อนภาษีเงินได้ของนักลงทุน



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวเพ็ญภา จิตใหญ่
วันเดือนปีเกิด	17 สิงหาคม 2527
สถานที่เกิด	จังหวัดเชียงราย
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	145 หมู่ 8 ต. บ้านสา อ. แจ้ห่ม จ. ลำปาง 52120
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	พนักงานบริษัทเอกชน
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท ทรุทซ์ จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2545	การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัย จังหวัดลำปาง
พ.ศ. 2550	การศึกษาระดับปริญญาตรี (บธ.บ.) สาขาการจัดการธุรกิจ จากมหาวิทยาลัยนเรศวร
พ.ศ. 2556	การศึกษาระดับปริญญาโท (ศ.ม.) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ