

ชัยพจน์ ตันตระกูลวิวัฒน์ 2550: การพัฒนาแบบสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าและคุณภาพ
การบริการหลังการขาย กรณีศึกษาของระบบเครื่องจัดลำดับคิวอัตโนมัติ ปรินญา
วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการวิศวกรรม) สาขาการจัดการวิศวกรรม ภาควิชา
วิศวกรรมอุตสาหกรรม ภาควิชาการศึกษาระดับปริญญาโท: รองศาสตราจารย์ก้องกิติ พุสวัตต์,
Ph.D. 58 หน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาและทดสอบความเหมาะสมของเครื่องมือสำรวจ
คุณภาพการบริการหลังการขายของระบบเครื่องจัดลำดับคิวอัตโนมัติ ไม่รวมถึงการวิเคราะห์
ข้อมูลเชิงคุณภาพ การตรวจเอกสารทำให้ทราบว่า การวัดคุณภาพการบริการที่แท้จริงนั้นต้องวัดที่
ลูกค้า (คุณภาพการบริการ = ความคาดหวัง - การบริการที่ได้รับ) จึงได้พัฒนาแบบสำรวจขึ้น 2 ชุด
(ชุดที่ 1 เพื่อวัดความคาดหวังของลูกค้า, ชุดที่ 2 เพื่อวัดคุณภาพการบริการที่ลูกค้ารับรู้)
คณะกรรมการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับงานบริการหลังการขายเป็นทีมกลั่นกรองและปรับปรุง
หัวข้อการสำรวจซึ่งได้ผลลัพธ์ทั้งสิ้น 15 หัวข้อ ครอบคลุมมิติการให้บริการทั้ง 5 ได้แก่ สิ่งที่
มองเห็น, ความถูกต้อง, การตอบสนอง, ความมั่นใจและการเอาใจใส่ลูกค้า ได้ส่งแบบสำรวจไปยัง
กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันเพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสำรวจ ซึ่งประกอบไป
ด้วยการทดสอบ Communalities ได้ค่าต่ำสุดคือ 0.634, 0.585 (> 0.3) แสดงว่าแต่ละหัวข้อ
สอดคล้องกับเนื้อหาโดยรวม จากนั้นทดสอบ Internal Consistency โดยใช้ค่า Cronbach's alpha
เป็นดัชนีได้ค่า 0.943 (> 0.7) ในข้อมูลทั้ง 2 ชุด แสดงให้เห็นว่าหัวข้อการสำรวจทั้ง 15 หัวข้อให้ค่า
การวัดที่น่าเชื่อถือ นอกจากนี้ได้ทำการสำรวจ Predictability ซึ่งแสดงให้เห็นประโยชน์ของการ
สำรวจคุณภาพการบริการหลังการขายในด้านต่างๆ อย่างไรก็ตามการนำแบบสำรวจที่พัฒนาขึ้น
ไปประยุกต์ใช้ควรมีการทบทวนหัวข้อการสำรวจเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่
บริษัทสนใจในขณะนั้น และทดสอบทางสถิติยืนยันก่อนทุกครั้ง

คำสำคัญ: แบบสำรวจ, คุณภาพการบริการหลังการขาย, การทดสอบแบบสำรวจ, ความเที่ยงตรง,
ความน่าเชื่อถือ