

ทองพูน ทองดี 2551: การพัฒนาแผนที่เส้นทางความสัมพันธ์เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า กรณีศึกษาบริษัทอุปกรณ์ไฟฟ้าแรงสูง ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการวิศวกรรม) สาขาการจัดการวิศวกรรม ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม ปรธานกรรมการที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ก้องกิติ พุสวัตต์, Ph.D. 121 หน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ในการสร้างแผนที่เส้นทาง (Roadmap) ความสัมพันธ์เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ให้กับบริษัท พีริโซซ อิเล็กทริก แมนูแฟคเจอร์ริง จำกัด เพื่อที่จะนำไปปฏิบัติ (Implement) ในการเพิ่มความพึงพอใจลูกค้าและตอบข้อกำหนดของ ISO 9001 ตามการตรวจประเมินระบบคุณภาพจากภายนอก (External Auditor) โดยเริ่มทำการศึกษาดำเนินการตั้งสมมุติฐานปัจจัย (Factors) ที่อาจจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ด้วยการกำหนด Focus Areas ในเบื้องต้นซึ่งประกอบด้วย คุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of work life) ประสิทธิภาพของกระบวนการ (Process Efficiency) คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product Quality) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation) และความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) จากนั้นก็กำหนดดัชนีชี้วัดที่ใช้เป็นตัวแทนแต่ละ Focus Areas ซึ่งจะมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ทำการศึกษา และต่อมาก็นำตัววัดนั้นไปรวบรวมข้อมูลให้อยู่ในรูปของสัดส่วน (Ratio Format) ซึ่งค่าของการวัดที่ได้จะถูกนำมาคำนวณด้วยเทคนิค MCPMT และการหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ผ่านเทคนิคทางสถิติ ด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation) และสมการถดถอย (Regression) จากนั้นก็สร้าง Roadmap ความพึงพอใจของลูกค้าจากความสัมพันธ์ที่คำนวณได้ด้วยเทคนิคทางสถิติ อย่างไรก็ตาม Roadmap ที่ได้นั้นอยู่บนพื้นฐานและบริบทขององค์กรที่ทำการศึกษาเท่านั้น หากต้องการนำไปประยุกต์ใช้ในที่อื่นๆ ควรมีการทบทวน Focus Areas ที่ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กรก่อน และทำการทดสอบทางสถิติก่อนที่จะนำไปใช้งานด้วยทุกครั้ง

คำสำคัญ: แผนที่เส้นทาง, ความสัมพันธ์ความพึงพอใจลูกค้า, การวิเคราะห์ความพึงพอใจลูกค้า

---

ลายมือชื่อนิติ

---

ลายมือชื่อประธานกรรมการ