

งานวิจัยนี้นำเสนอ เครื่องมือหนึ่งในการช่วยทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า โดยการใช้โมเดลของคาโนเพื่อแยกประเภทของความพึงพอใจ และ หาสัมประสิทธิ์ของความพึงพอใจของความต้องการลูกค้าแต่ละหัวข้อ เพื่อให้ผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถเข้าใจความต้องการของตลาดได้อย่างละเอียดยิ่งขึ้น

งานวิจัยนี้ใช้รถยนต์เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ขั้นตอนการวิจัยประกอบด้วย การศึกษา ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้เลือกซื้อรถยนต์จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ แล้วทำการหาปัจจัยหลัก ปัจจัยรองที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของลูกค้า จากนั้น ออกแบบสอบถามความคิดเห็น ตามแนวทางโมเดลของคาโน ควบคู่ไปกับการสร้างโปรแกรมด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Visual Basic ฐานข้อมูล Microsoft SQL Server ทำการสำรวจข้อมูลกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุ 25-35 ปีในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เมื่อได้ข้อมูลแล้วนำมากรอกเข้าสู่โปรแกรมที่สร้างขึ้น เพื่อทำการแยกประเภทตามแนวทางของคาโน และ วิเคราะห์ผลต่อไป

จากผลการวิจัยพบว่าเครื่องมือที่สร้างขึ้นสามารถใช้แบ่งความต้องการของลูกค้าออกเป็นประเภทต่างๆตามโมเดลของคาโนได้ ส่วนในการใช้งานนั้นสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้หลากหลายมาก ขึ้นอยู่กับผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นควรเน้นไปที่ความต้องการประเภทสิ่งที่ทำให้ลูกค้าพอใจ (One-dimensional Requirement) เนื่องจากเป็นสิ่งที่ผลกระทบโดยตรงต่อลูกค้า แต่หากต้องการสร้างความประหลาดใจให้กับลูกค้า หรือ ต้องการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งควรพัฒนาในประเภทสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเบิกบาน (Attractive) หากผู้ผลิตไม่สามารถพัฒนาได้ทั้งหมดให้พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจในแต่ละประเภท โดยเลือกพัฒนาความต้องการที่มีค่าสัมประสิทธิ์ความพึงพอใจมากที่สุดเป็นอันดับแรก

This research presents a tool to help understand the customer requirements. By using the Kano's model, the types of satisfaction could be sorted out and the coefficient of satisfaction for each customer's need could be calculated. This tool helped product developers to understand the needs of customers in greater detail.

By employing automobile market as a case study, the research began with studying the requirements of customers that affected the buying decision of purchasers from relevant literature and customer interview. The main factors and secondary factors were identified from the results. Then another questionnaire was constructed along the concept of the Kano's model through the use of Visual Basic and Microsoft SQL Server. The tool was tested on a sample of 400 customers belonging to the 25-35 years old age group in Bangkok. Finally the requirements were classified according to the Kano's model for further analysis.

The results showed that the implemented tool had the capability to categorize the customer requirements into different types. However, the software usage could be applied in a large diversity of applications, depending on the product developers. In practice, product developers should focus on one-dimensional requirement since this type of customer requirement directly affects the customer satisfaction. If the developer wants to surprise the customers or differentiate its products from competitors, it should focus on the customer needs that fall into the category of attractive quality feature. However, if the manufacturer could not satisfy all requirements, it should focus on the requirements that have the highest coefficient of satisfaction.