

ทศพร จันทมงคลเลิศ : การพัฒนาระบบสนับสนุนการบริหารเพื่อความพึงพอใจของ

ลูกค้า : กรณีศึกษา โรงงานผลิตสีและทินเนอร์ (DEVELOPMENT OF A

MANAGEMENT SUPPORT SYSTEM FOR CUSTOMER SATISFACTION : A

PAINT AND THINNER FACTORY CASE STUDY). อ.ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ประเสริฐ อัครประภพพงศ์, 263 หน้า. ISBN 974-17-6882-6

งานวิจัยฉบับนี้ ได้ทำการศึกษาและกำหนดแนวทางในการพัฒนาระบบสนับสนุนการบริหารเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้กรณีศึกษาโรงงานผลิตสีและทินเนอร์

ขั้นตอนการพัฒนาระบบ ได้นำเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ(Thailand Quality Award:TQA) ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ใช้วัดประเมินผลในระดับประเทศ ในหมวดการมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ซึ่งประกอบด้วยด้านความรู้เกี่ยวกับลูกค้าและตลาด และด้านความสัมพันธ์และความพึงพอใจของลูกค้า มาใช้ประเมินสภาพปัจจุบัน และกำหนดแนวทางพัฒนา โดยในการพัฒนาระบบได้นำหลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management :CRM)มาประยุกต์ใช้ ต่อจากนั้นได้พัฒนาฐานข้อมูลลูกค้าจากความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลลูกค้า(ฝ่ายขายและเทคนิค) และความต้องการของระบบที่พัฒนาขึ้น ทำการรวบรวมข้อมูลที่ต้องการ สรุปผลรายงานข้อมูลลูกค้า และนำมาใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด ซึ่งในกรณีศึกษานี้กลุ่มลูกค้าที่มุ่งเน้นคือ กลุ่มลูกค้าร้านค้า(ซึ่งเป็นดีลเลอร์ เอเยนต์ ที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจร่วมกันแบบ Business to Business) เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก ที่มียอดขายรวมมากกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ของยอดขายทั้งหมด

กลยุทธ์หลักที่ได้จากการประยุกต์เกณฑ์ TQA และหลักการ CRM โดยสรุปคือ รักษา/เพิ่มความสัมพันธ์ลูกค้าเก่า มุ่งเน้นความสัมพันธ์ลูกค้าหลัก (ลูกค้าเกรด A) และขยายความสัมพันธ์ลูกค้าใหม่ ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์ที่ดีโดยการปรับฐานความสัมพันธ์ แก้ไขปรับปรุงสิ่งที่ปัญหา(คำร้องเรียน ปัญหาของลูกค้า) พัฒนาระดับความสัมพันธ์กับลูกค้า (ปรับปรุงสิ่งที่ลูกค้าไม่พึงพอใจ พึงพอใจน้อยให้สูงขึ้น และสูงกว่าคู่แข่ง) และสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ใหม่ (เพิ่มหรือยกระดับความพึงพอใจ โดยสร้างความประทับใจให้ลูกค้า โดยตอบสนองความต้องการ/คาดหวังรวมถึงข้อเสนอแนะของลูกค้า) โดยจะสรุปมาเป็นประเด็นในการปรับปรุงพัฒนาในด้านสินค้า บริการ และอื่นๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ สำหรับมาตรการสำคัญที่สนับสนุนกลยุทธ์หลัก คือ มาตรการเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้าให้สูงขึ้น และดีกว่าคู่แข่ง โดยตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งด้านสินค้า บริการ และด้านอื่นๆที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม และมาตรการพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม โดยจะให้ความสำคัญทุ่มเทงบประมาณและทรัพยากรกับลูกค้าแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ซึ่งกรณีศึกษานี้จะมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าเกรด A มากที่สุด

ภาควิชา วิศวกรรมอุตสาหการ

สาขาวิชา วิศวกรรมอุตสาหการ

ปีการศึกษา 2547

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

KEYWORD : CUSTOMER AND MARKET FOCUS / CUSTOMER SATISFACTION / CUSTOMER
RELATIONSHIP / THAILAND QUALITY AWARD / CASE STUDY

TOSSAPORN CHANTAMONGKOLLERT : DEVELOPMENT OF A MANAGEMENT
SUPPORT SYSTEM FOR CUSTOMER SATISFACTION : A PAINT AND THINNER

FACTORY CASE STUDY. THESIS ADVISOR : ASST.PROF.PRASERT

AKKHARAPRATHOMPHONG. 263 pp. ISBN 974-17-6882-6.

The research has an objective to study and set a guideline of CRM (Customer Relationship Management) development in painting and thinner manufacturer.

In the stage of system development, the team uses the TQA (Thailand Quality Award) as a benchmark to assess the current quality system status and to identify the development opportunities. During development process, the team applies CRM (Customer Relationship Management) and develops customer master database from internal users requirements (Sales and Technical Department). Besides, the team gathers required information and summarizes it into a customer data report in order to provide strategic planning and action plan. In the case study, the team mainly focuses on a group of dealers, which have business-to-business relationship and contribute to 80% of total company sales.

In summary, the strategy developed from applying TQA and CRM is to maintain the current customer base, give main priority/resource to grade-A customers, and ultimately expand relationship to new customers. This improvement is to be done by listening to customer complaints and feedback, and promptly response to customer concerns. This customer feedback will lead to opportunities to improve service level (to beyond competitors), thereby developing customer satisfaction.