

สรรเสริญ จิวจินดา: การปรับปรุงคุณภาพงานบริการบำรุงรักษาโดยใช้กระบวนการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ (IMPROVEMENT OF MAINTENANCE SERVICE QUALITY USING CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PROCESS) อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ.ประเสริฐ อัคราประถมพงศ์, 168 หน้า ISBN 974-53-1122-7

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาปัจจัยด้านการบริการบำรุงรักษาที่ทำให้ลูกค้าไม่เข้ามาใช้บริการ รักษาฐานลูกค้าเดิมหรือดึงลูกค้าเก่ากลับมาใช้บริการ และเพิ่มระดับคะแนนความพึงพอใจแก่ลูกค้าในด้านการบริการบำรุงรักษาโดยกระบวนการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์

เพื่อที่จะทำการปรับปรุงคุณภาพงานบริการบำรุงรักษาให้ได้ดังกล่าว จำเป็นที่จะต้องทราบถึงความ ต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้กระบวนการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ และเครื่องมือคุณภาพต่างๆ ได้ ถูกนำมาใช้เพื่อที่จะกำหนดเงื่อนไขที่เหมาะสมต่อความพึงพอใจ เช่น เครื่องมือคุณภาพ 7 ประการ (7QC Tools) เช่น แผนผังก้างปลา (Cause and Effect Diagram), แผนภูมิพารโต (Pareto Chart) และ เครื่องมือคุณภาพใหม่ 7 ประการ(7 New QC Tools) เช่น แผนภูมิต้นไม้(Tree Diagram) หลังจากนั้นทำการวางแผนปรับปรุงคุณภาพงาน บริการบำรุงรักษาโดยกระบวนการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า

1. ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าไม่เข้ามาใช้บริการคือ ความล่าช้าในการมาให้บริการ ปัญหาด้านการติดต่อสื่อสาร เช่น ขาดการแจ้งวันเวลาที่เข้ามาทำการบริการบำรุงรักษา การเลื่อนวันเวลาดังกล่าว การแต่งกายที่ไม่สุภาพ ความไม่พร้อมในการให้บริการ ขาดอุปกรณ์ และอะไหล่ที่จำเป็นและ หลังจากทำการบำรุงรักษาเสร็จเรียบร้อย ควรทำความสะอาดตัวรถฟอร์คลิฟท์ การเก็บรถฟอร์คลิฟท์ในที่ที่มีการจัดเก็บไว้ให้
2. จำนวนลูกค้าทั้งหมด 36 บริษัท มีจำนวน 12 บริษัท ก่อนการวิจัยที่บริษัทตัวอย่างไม่สามารถให้บริการบำรุงรักษาได้ แต่หลังจากทำการวิจัยโดยใช้กระบวนการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์แล้ว พบว่า จำนวนลูกค้าที่บริษัทตัวอย่างไม่สามารถให้บริการลดลงจากเดิม 12 บริษัท เหลือเพียง 3 ราย ดังนั้นอัตราการสูญเสียลูกค้าจากเดิม 33.33% ลดลงเหลือเพียง 8.33%
3. ระดับคะแนนความพึงพอใจก่อนการวิจัยพบว่ามีความพึงพอใจอยู่เพียง 68.89 % แต่หลังจากที่ได้ทำการปรับปรุงคุณภาพการบริการบำรุงรักษาพบว่า % ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากเดิมเป็น 89.56 % โดยมีอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้น = 30 %

ภาควิชา วิศวกรรมอุตสาหกรรม
สาขาวิชา วิศวกรรมอุตสาหกรรม
ปีการศึกษา 2547

ลายมือชื่อนิสิต สรรเสริญ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ประเสริฐ

T 167778

4471451521 : MAJOR INDUSTRIAL ENGINEERING

KEY WORD: IMPROVEMENT QUALITY SERVICE / MAINTENANCE SERVICE / CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT / FORKLIFT / 7 QC Tools / CUSTOMER SATISFATION / CUSTOMER
RETENTION / WORD OF MOUTH / THE SERVICE-PROFIT CHAIN / RADAR CHART

SANSERN JEWJINDA: IMPROVEMENT OF MAINTENANCE SERVICE QUALITY USING
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PROCESS. THESIS ADVISOR: ASSIT. PROF.
PRASERT AKKHARAPRATHOMPONG, 168 PP. ISBN 974-53-1122-7

The purpose of this research is to find for the maintenance service factors causing former customers not to use the service, keeping former customers to be existing customers or stimulating former customers to use the service and increasing the satisfaction of customers regarding the service of maintenance, by the process of customer relations management.

In order to improve the quality of maintenance service, it is necessary to know the desire and satisfaction of customers, by using the process of customer relations management; and quality tools were used for determining the appropriate condition for the satisfaction, for example, 7 QC Tools, such as Cause and Effect Diagram, Pareto Chart, 7 New QC Tools, Tree Diagram, after that the plan was made for improving the maintenance service quality by the customer relations management process.

The result of research, it can be summarized that:

1. The factor that made customers not to use the service continuously is the delay in providing service, problems of contact, for example, lacking the informing of date and time to provide the service for maintenance, postponing of such day and time, impolite dressing, unavailability for providing service, lacking of equipment and necessary spare parts and after completing the maintenance, forklift shall be cleaned, forklift shall be kept in the place for keeping.

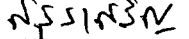
2. The total numbers of customers are 36 sample companies, 12 sample companies of which before the research could not provide service of maintenance. After the research by using customer relations process, it was found that the numbers of customers that the sample companies cannot provide service are reduced from the former companies, to be remaining only three companies; therefore the rate of losing of customers was reduced from 33.33%, to be remaining 8.33%.

3. Regarding the level of customer satisfaction marks before the research, the satisfaction was 68.89 % but after the quality of maintenance service was improved, it was found that % of satisfaction was increased from the former one to be 89.56 %, the ratio was increased by 30 %.

Department Industrial Engineering

Field of study Industrial Engineering

Academic year 2004

Student's signature 

Advisor's signature 