

บทที่ 8

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะกล่าวถึงงานวิจัยทั้งหมดโดยสรุป และได้นำเสนอข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปศึกษาต่อไป

8.1 สรุปงานวิจัย

จากการทดลองใช้ QFD ในแบบที่ได้ปรับปรุงมากับกรณีศึกษา พบว่าวิธีการของ AHP สามารถประยุกต์ใช้ได้กับแต่ละส่วนของ QFD ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการทำการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า การให้ค่าน้ำหนักความสำคัญ การเปรียบเทียบจุดขาย ฯลฯ ในการดำเนินการทดลองใช้ในระดับต้นได้นำเอาแนวความคิดของการเปรียบเทียบเป็นคู่ (Pairwise-Comparison) มาเป็นหลักในการให้คะแนน พบว่าการเปรียบเทียบเป็นคู่ไม่เหมาะสมกับบางส่วนของ QFD และภายหลังได้นำเอา Direct Rating ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งของ AHP เข้ามาช่วย

8.1.1 QFD ที่ปรับปรุงมากับการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

ภายหลังจากการนำแบบสอบถามที่ได้ทั้ง 5 ชุดมาประเมินในส่วนของความพึงพอใจของลูกค้า พบว่าการเปรียบเทียบโดยใช้การเปรียบเทียบเป็นคู่เป็นวิธีที่ไม่เหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากวิธีการดังกล่าวไม่สามารถบอกระดับความพึงพอใจของแต่ละบริษัทที่ได้รับจากลูกค้าแตกต่างจากระดับความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าได้อย่างไร ยกตัวอย่างเช่น จากแบบสอบถามที่ 1 ของแบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับความต้องการของลูกค้า "การให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้ท่อ HDPE" ผู้กรอกแบบสอบถามเห็นว่า บริษัท A และบริษัท B สามารถสร้างความพึงพอใจได้เท่ากัน และบริษัททั้งสองสามารถสร้างความพึงพอใจได้ต่ำกว่าระดับความพึงพอใจสูงสุดเพียงเล็กน้อย (มีค่าเป็น 2) ซึ่งสามารถนำมาสร้าง Pairwise-Comparison Matrix ได้ดังแสดงในรูปที่ 8.1

	A	B	C
A	1	1	½
B	1	1	½
C	2	2	1

รูปที่ 8.1 Pairwise-Comparison Matrix สำหรับการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า

คำนวณค่าน้ำหนักที่ให้แก่แต่ละตัวได้เป็น $A = 0.25$, $B = 0.25$, $C = 0.5$ นำค่าทั้งหมดมาปรับสเกล โดยให้ระดับความพึงพอใจสูงสุด (C) มีค่าเป็น 10 ระดับความพึงพอใจที่บริษัท A ได้รับมีค่าเป็น 5 และระดับความพึงพอใจที่บริษัท B ได้รับมีค่าเป็น 5 จะเห็นว่าบริษัท A และบริษัท B สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้เท่ากัน ซึ่งสอดคล้องกับแบบสอบถามที่ลูกค้าให้ไว้ ในขณะที่ทั้ง 2 บริษัทได้รับค่าแทนระดับความพึงพอใจเพียง 5 จากระดับความพึงพอใจสูงสุดที่มีค่าถึง 10 ซึ่งระดับคะแนนที่ได้รับไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นที่ลูกค้าให้ไว้ในแบบสอบถาม

จากที่กล่าวมาแล้วในข้างต้น จะเห็นว่าทำให้คะแนนโดยการเปรียบเทียบเป็นคู่ไม่เหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า จึงได้นำเสนอวิธี Direct Rating เข้ามาช่วยในการให้คะแนน เพราะวิธี Direct Rating เป็นการให้คะแนนแบบ Absolute ซึ่งเป็นวิธีที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน แต่จะมีความแตกต่างจากวิธีการให้คะแนนแบบเดิมคือ ให้ผู้กรอกแบบสอบถามเป็นผู้กำหนดคะแนนแทนค่าพูดด้วยตนเองในขณะที่วิธีการให้คะแนนแบบเดิมจะกำหนดค่าตัวเลขแทนค่าพูดแล้วให้ผู้กรอกแบบสอบถามพิจารณาเลือกค่าพูดที่ตรงกับความรู้สึกข้อดีของวิธี Direct rating คือ ความรู้สึกที่ผู้กรอกแบบสอบถามจะสอดคล้องกับค่าพูดที่ใช้แทนระดับความรู้สึก ในขณะที่การใช้การให้คะแนนแบบ Absolute ผู้สร้างแบบสอบถามจะเป็นผู้กำหนดระดับคะแนนแทนค่าพูด

8.1.2 QFD ที่ปรับปรุงมากับการหาน้ำหนักความสำคัญของความต้องการของลูกค้า (Importance)

ในการใช้วิธีการของกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ หรือ AHP เข้ามาให้คะแนนในส่วนของความสำคัญของความต้องการของลูกค้า ในขั้นต้นจะต้องเข้าใจถึงแผนผังความต้องการของลูกค้าที่ได้แบ่งกลุ่มและระดับของความต้องการตามที่แสดงในรูปที่ 5.7 ข แล้วใช้การเปรียบเทียบแบบเป็นคู่ของวิธีการของกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ในการให้คะแนน จากการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า จะพบว่าค่าน้ำหนักความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่ได้จากการใช้ AHP จะสามารถให้น้ำหนักความสำคัญที่แตกต่างของความต้องการของลูกค้าได้อย่างชัดเจน ในขณะที่การใช้การให้คะแนนแบบ Absolute ลูกค้าทุกคนที่ได้ทำการสอบถามมา มีพฤติกรรมในการให้น้ำหนักความสำคัญเหมือนกันคือ ความต้องการของลูกค้าที่ทำการสอบถามไปล้วนแต่มีความสำคัญต่อลูกค้าอย่างมาก ทำให้วิธีการดังกล่าวไม่สามารถแสดงน้ำหนักความสำคัญที่แตกต่างของความต้องการของลูกค้าได้

จะเห็นว่าการใช้ AHP เข้ามาให้คะแนนในส่วนนี้นอกจากจะช่วยลดจุดอ่อนในการให้คะแนนแล้ว ยังเสริมวัตถุประสงค์ของ QFD ในการจัดลำดับความสำคัญเพื่อให้สามารถถ่ายโอนลำดับความสำคัญดังกล่าวไปสู่ขั้นตอนของแผนการดำเนินงานต่อไป

8.1.3 QFD ที่ปรับปรุงมากับการหาความสามารถในการปรับปรุงของความต้องการของลูกค้ำ (Improvement)

เนื่องจากการหาหน้าหนักความสำคัญของความต้องการ และการหาความสามารถในการปรับปรุงของความต้องการของลูกค้ำ ใช้วิธีการเปรียบเทียบและคำนวณเหมือนกัน ดังนั้นผลของการใช้ AHP เพื่อหาความสามารถในการปรับปรุง คือสามารถหาความแตกต่างของความสามารถในการปรับปรุงได้อย่างชัดเจน แต่วิธีการแบบเก่าที่ใช้ในการหาค่าความสามารถในการปรับปรุงไม่ใช้การให้คะแนนโดยตรง แต่ค่าดังกล่าวนิยามมาจากอัตราส่วนระหว่างค่าความพึงพอใจที่เป็นเป้าหมายที่ทีมงานตั้งไว้ส่วนด้วยค่าความพึงพอใจที่บริษัทได้รับในปัจจุบัน โดยวิธีการดังกล่าวจะมองว่า ถ้าบริษัทสามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ในระดับสูงอยู่แล้วจะสามารถปรับปรุงได้น้อยกว่า ในขณะที่ในความเป็นจริงมีความเป็นไปได้ว่าความต้องการของลูกค้ำที่มีระดับความพึงพอใจสูงจะสามารถปรับปรุงได้ง่ายกว่าความต้องการของลูกค้ำที่มีระดับความพึงพอใจต่ำ

ดังนั้นการใช้ AHP เข้ามาให้คะแนนจะสามารถให้ค่าสอดคล้องกับความรู้สึกของทีมงานได้มากกว่าการหาค่าความสามารถในการปรับปรุงจากอัตราส่วนดังกล่าวข้างต้น

8.1.4 QFD ที่ปรับปรุงมากับการให้น้ำหนักความสำคัญกับแต่ละเกณฑ์

จากเดิมการให้น้ำหนักความสำคัญกับแต่ละเกณฑ์ จะใช้ความแตกต่างของสเกลเป็นตัวกำหนดความแตกต่างของน้ำหนักความสำคัญ ดังนั้นความแตกต่างของน้ำหนักความสำคัญของแต่ละเกณฑ์จะเป็นค่าคงที่ซึ่งไม่สอดคล้องกับความรู้สึกของผู้ตัดสินใจ จากกรณีศึกษาที่เกณฑ์การตัดสินใจประกอบไปด้วย น้ำหนักความสำคัญของความต้องการของลูกค้ำ (Importance) มีสเกลอยู่ในระหว่าง 1-5 ความสามารถในการปรับปรุงของความต้องการของลูกค้ำ (Improvement) เป็นอัตราส่วนซึ่งมักมีค่าต่ำกว่า 2 และจุดขาย (Sale Point) มีสเกลสูงสุดเป็น 1.5 ซึ่งเกณฑ์การตัดสินใจในที่นี้สามารถเพิ่ม หรือตัดออกได้ตามความเหมาะสม

การนำการเปรียบเทียบเป็นคู่เข้ามาใช้ในการหาหน้าหนักความสำคัญของแต่ละเกณฑ์จะเข้ามาช่วยให้หน้าหนักความสำคัญแต่ละเกณฑ์เปลี่ยนแปลงไปตามความรู้สึกของผู้ตัดสินใจ

8.1.5 QFD ที่ปรับปรุงมากับการหาหน้าหนักความแตกต่างของจุดขาย (Sale Point)

การปรับปรุงในส่วนของการหาหน้าหนักความแตกต่างของจุดขาย ในส่วนนี้การเปรียบเทียบเป็นคู่จะสามารถช่วยให้เห็นความแตกต่างที่ชัดเจนยิ่งขึ้น จากเดิมค่าของจุดขายจะกำหนดเป็น 3 ระดับ คือ ความต้องการที่เป็นจุดขายอย่างมากให้มีค่าเป็น 1.5 ความต้องการที่เป็นจุดขายให้มีค่าเป็น 1.2 และความต้องการของลูกค้ำที่ไม่ใช่จุดขายให้มีค่าเป็น 1

และสำหรับการคำนวณค่าความไม่มั่นคงและไม่สม่ำเสมอ จะต้องทำการคำนวณก่อนที่จะนำข้อมูลมาใส่ใน Sale Point Matrix เพื่อให้ได้ค่าความไม่มั่นคงและไม่สม่ำเสมอของการตัดสินใจที่แท้จริง

8.1.6 QFD ที่ปรับปรุงมากับการเปรียบเทียบระดับความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเชิงเทคนิคและความต้องการของลูกค้า (Relationships)

การเปรียบเทียบระดับความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเชิงเทคนิคและความต้องการของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการเชิงเทคนิคนั้น ในกรณีที่ความต้องการเชิงเทคนิคมีความสัมพันธ์กับความต้องการของลูกค้าจำนวนมากจะทำให้การเปรียบเทียบเป็นคู่ทำได้ยากและไม่เหมาะสม

เมื่อไม่สามารถทำการเปรียบเทียบเป็นคู่ทำระหว่างความต้องการของลูกค้าในระดับ 3 ได้โดยตรง จะสามารถทำการเปรียบเทียบโดยใช้การพิจารณาแบบเป็นลำดับขั้นเข้ามาช่วย โดยดูจากผังความต้องการของลูกค้าที่ได้จัดทำไว้แล้วและพิจารณาเปรียบเทียบเฉพาะความต้องการและกลุ่มความต้องการที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการเชิงเทคนิคตัวที่พิจารณาอยู่เท่านั้น

8.2 การวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ของ QFD ที่ได้ปรับปรุงมา

จากการทดลองใช้ QFD กับกรณีศึกษา พบว่าวิธีที่ได้ปรับปรุงโดยใช้ AHP เข้ามาช่วยมีข้อดี ข้อเสีย ดังต่อไปนี้

8.2.1 ข้อดีของ QFD ที่ได้ปรับปรุงมา

1. สามารถตรวจสอบความไม่มั่นคงและไม่สม่ำเสมอของการตัดสินใจได้ เนื่องจากวิธีการเปรียบเทียบเป็นคู่จะทำการวัดความสอดคล้องของข้อมูลที่ได้จากการตัดสินใจ ยกตัวอย่างเช่น A มีความสำคัญเท่ากับ B และ A มีความสำคัญมากกว่า C ดังนั้น B ก็ควรมีความสำคัญมากกว่า C และทำการคำนวณค่าความสอดคล้องของข้อมูลออกมาในรูปของ Consistency Ratio จึงทำให้สามารถรู้ได้ว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีคุณภาพเพียงพอที่จะยอมรับได้หรือไม่ ในขณะที่การให้คะแนนโดยใช้วิธีเดิมไม่สามารถบอกได้ว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีค่าความไม่มั่นคงและไม่สม่ำเสมอของการตัดสินใจ ซึ่งอาจเกิดจากความไม่ใส่ใจต่อการตัดสินใจ ทำให้ข้อมูลไม่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง
2. ช่วยให้เห็นน้ำหนักความแตกต่างของสำคัญของความต้องการของลูกค้าได้ชัดเจนกว่า จากค่าน้ำหนักความสำคัญของความต้องการของลูกค้าที่ได้จากแบบสอบ

- ถามทั้งหมด พบว่าในการให้คะแนนในแบบเดิมผู้กรอกแบบสอบถามมักจะเห็นว่าการต้องการของลูกค้าทุกๆ ตัวล้วนแต่มีความสำคัญทั้งสิ้น ทำให้ไม่เห็นน้ำหนักความแตกต่างของความสำคัญที่ได้ แต่การให้คะแนนโดยใช้การเปรียบเทียบเป็นคู่ผู้กรอกแบบสอบถามจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าการ 2 ตัวที่ทำการเปรียบเทียบกันอยู่ตัวใดสำคัญกว่า ทำให้เห็นความแตกต่างของความสำคัญได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
3. สามารถให้น้ำหนักความสำคัญของเกณฑ์น้ำหนักความสำคัญของลูกค้า จุดขาย และความสามารถในการปรับปรุง ได้ตามความรู้สึกของผู้ตัดสินใจ จากเดิมความแตกต่างของน้ำหนักความสำคัญของเกณฑ์ทั้ง 3 จะเกิดขึ้นจากการให้ค่าสเกลสูงสุดของแต่ละเกณฑ์ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ น้ำหนักความสำคัญของลูกค้ามักจะนิยมให้คะแนนซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 1-5 หมายความว่าคะแนนสูงสุดที่จะได้รับเป็น 5 ส่วนความสามารถในการปรับปรุงจะเป็นอัตราส่วนระหว่าง ระดับความพึงพอใจที่เป็นเป้าหมายส่วนด้วยระดับความพึงพอใจที่บริษัทได้รับในปัจจุบัน ซึ่งค่าที่เป็นไปได้จะอยู่ระหว่าง 1-5 และสำหรับจุดขายจะแบ่งคะแนนเป็น 3 ระดับ คือ 1 1.2 และ 1.5 และการหาค่า Raw Weight ทำได้โดยนำค่าทั้ง 3 มาคูณกัน ค่าที่แตกต่างกันทำให้แต่ละเกณฑ์ส่งผลต่อค่า Raw Weight แตกต่างกันไป แต่สำหรับการให้คะแนนโดยใช้ AHP เข้ามาช่วยผู้ตัดสินใจจะสามารถกำหนดค่าความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ได้ตามความรู้สึก
 4. การเปรียบเทียบแบบสัมพัทธ์ ซึ่งใช้พิจารณาเป็นคู่ ทำให้การพิจารณาในขณะหนึ่งคำนึงถึงความต้องการเพียงแค่ครั้งละ 2 ตัวทำให้ตัดสินใจได้ง่าย ในการให้คะแนนแบบเดิมผู้ตัดสินใจอาจมองว่าเป็นการตัดสินใจโดยคำนึงถึงความต้องการครั้งละ 1 ตัวแล้วพิจารณาถึงความสำคัญและให้ค่าความสำคัญแก่ความต้องการนั้นได้ทันที แต่ในความเป็นจริงแล้วการพิจารณาในแบบเดิมผู้ตัดสินใจจะต้องพิจารณาถึงความต้องการพร้อมกันแล้วจึงให้คะแนนแก่แต่ละตัว ซึ่งผลที่เกิดจากการพิจารณาถึงความต้องการครั้งละ 1 ตัวก็คือการที่ผู้ตัดสินใจมองว่าทุกความต้องการล้วนแล้วแต่มีความสำคัญทั้งสิ้นทำให้ไม่สามารถแยกความแตกต่างของระดับความสำคัญได้
 5. การตัดสินใจในการเปรียบเทียบแบบสัมพัทธ์ไม่จำเป็นต้องมี Base เนื่องจากการตัดสินใจในแต่ละครั้งจะทำการเปรียบเทียบระหว่างความต้องการที่ละ 2 ตัว ในขณะที่การตัดสินใจแบบเดิมผู้ตัดสินใจจะต้องตั้งมาตรฐานในการตัดสินใจไว้จึงจะสามารถตัดสินใจได้ ซึ่งมาตรฐานในการตัดสินใจของผู้ตัดสินใจแต่ละคนจะแตกต่างกัน และในบางครั้งสำหรับผู้ตัดสินใจคนเดิมแต่เมื่อทำการตัดสินใจที่เวลาต่างกันมาตรฐานในการตัดสินใจก็อาจไม่เหมือนเดิม
 6. สามารถจัดการกับข้อมูลทั้งที่เป็นแบบการให้น้ำหนักความสำคัญโดยใช้ความรู้สึกของผู้ตัดสินใจ และข้อมูลที่เป็นตัวเลข

7. สามารถใช้วิธี Direct Rating เข้ามาช่วยในกรณีที่การเปรียบเทียบแบบเป็นคู่ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์

8.2.2 ข้อเสียของ QFD ที่ได้ปรับปรุงมา

จากการทดลองใช้ QFD ที่ได้ปรับปรุงมากับกรณีศึกษา พบว่าวิธีดังกล่าวมีข้อเสียซึ่งจะสามารถเห็นได้ก็ต่อเมื่อมีการนำไปใช้จริง ข้อเสียดังกล่าวคือ

1. แบบสอบถามของการเปรียบเทียบเป็นคู่จะดูเหมือนวุ่นวายและยืดเยื้อ ใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามมาก ทำให้ผู้กรอกแบบสอบถามสับสนได้ง่าย เนื่องจากการเปรียบเทียบเป็นคู่จะต้องทำการเปรียบเทียบทุกคู่ของความต้อการ ดังนั้นเมื่อมีความต้อการที่ต้องทำการเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นจะทำให้จำนวนครั้งในการเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นอย่างมาก ยกตัวอย่างเช่น จากเดิมมีความต้อการที่ต้องทำการเปรียบเทียบจำนวน 3 ตัว จะต้องทำการเปรียบเทียบทั้งหมด 3 ครั้ง แต่เมื่อเพิ่มความต้อการที่ต้องทำการเปรียบเทียบเป็น 4 ตัว จำนวนการเปรียบเทียบจะเพิ่มขึ้นเป็น 6 ครั้ง ในขณะที่การให้คะแนนแบบเดิมเมื่อความต้อการที่ต้องทำการพิจารณาเพิ่มขึ้นจาก 3 เป็น 4 ตัว จำนวนครั้งในการตัดสินใจจะเพิ่มจาก 3 เป็น 4 ครั้งเช่นเดียวกัน
2. เนื่องจากการเปรียบเทียบเป็นคู่ซึ่งต้องทำการเปรียบเทียบให้ครบทุกคู่ ในการพิจารณาถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างความต้อการเชิงเทคนิคและความต้อการของลูกค้า สำหรับความต้อการเชิงเทคนิคที่มีความสัมพันธ์กับความต้อการของลูกค้านั้นจำนวนมากทำให้ต้องทำการตัดสินใจหลายครั้ง
3. เมื่อได้ผลจากการตัดสินใจแล้วต้องนำผลที่ได้ไปทำการคำนวณ ทำให้เกิดความยุ่งยาก ในขณะที่การให้คะแนนแบบเดิมจะสามารถนำค่าที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยได้ทันที
4. ทำความเข้าใจได้ยากกว่าแบบเดิม เพราะนอกจากทีมงานจะต้องทำความเข้าใจถึงทฤษฎีเกี่ยวกับ QFD แล้วยังต้องทำความเข้าใจถึงทฤษฎีเกี่ยวกับ AHP ด้วย

8.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ถึงข้อดีและข้อเสียของ QFD ที่ใช้วิธีการให้คะแนนแบบ AHP เข้ามาช่วย พบว่ามีข้อเสียที่เกิดขึ้น แต่ข้อเสียดังกล่าวก็สามารถแก้ไขได้โดย

1. ข้อเสียที่ 1 ที่กล่าวถึงลักษณะการเปรียบเทียบเป็นคู่ที่สร้างปัญหาทำให้ผู้ตัดสินใจสับสนได้ง่าย เนื่องจากจะต้องทำการเปรียบเทียบให้ครบทุกคู่ เมื่อจำนวนความต้อการที่ต้องทำการพิจารณาเปรียบเทียบจำนวนมากขึ้น 1 ตัว จำนวนครั้งในการเปรียบเทียบไม่ได้เพิ่มขึ้นเพียงหนึ่งครั้ง แต่จะเพิ่มขึ้นตามจำนวนความต้อการที่มี

- อยู่เดิม เช่น เดิมมีความต้องการที่จะต้องทำการเปรียบเทียบ 5 ตัว จะต้องทำการเปรียบเทียบ 10 ครั้ง เมื่อเพิ่มความต้องการที่จะต้องทำการพิจารณาเป็น 6 ตัว จะต้องทำการเปรียบเทียบเป็น 15 ครั้ง ดังนั้นจะเห็นได้ว่าจำนวนของความต้องการที่จะต้องพิจารณามีผลอย่างมากต่อจำนวนครั้งที่ต้องทำการตัดสินใจ ดังนั้นในการสร้างแบบสอบถามจำนวนครั้งในการพิจารณาซึ่งส่งผลต่อความยาวของแบบสอบถามจะขึ้นกับการจัดกลุ่มความต้องการของลูกค้า เพื่อให้แบบสอบถามที่ได้ไม่ยืดเยื้อและสร้างความสับสน ทีมงานควรเอาใจใส่ในการจัดกลุ่มความต้องการของลูกค้าให้เหมาะสม โดยนอกจากจะต้องคำนึงความคล้ายคลึงกันแล้วยังต้องคำนึงถึงจำนวนความต้องการในแต่ละกลุ่มด้วย
2. สำหรับการพิจารณาในส่วนของการเปรียบเทียบระดับความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการเชิงเทคนิคและความต้องการของลูกค้า ทีมงานควรพิจารณาเลือกเฉพาะความต้องการของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการเชิงเทคนิคที่ทำการพิจารณาจริงๆ และหากไม่สามารถลดจำนวนความต้องการของลูกค้าลงได้ก็สามารถใช้การตัดสินใจแบบเป็นลำดับขั้นเข้ามาช่วย
 3. ที่ได้กล่าวถึงความยุ่งยากในการคำนวณ ซึ่งข้อเสียดังกล่าวไม่ใช่ปัญหาใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจุบันวิทยากรด้านคอมพิวเตอร์ที่ได้รับการพัฒนามานาน สามารถช่วยลดความยุ่งยากในส่วนนี้ได้ทั้งหมด
 4. สำหรับความยุ่งยากที่ทีมงานจะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎี AHP ก่อนที่จะทำการตัดสินใจเลือกใช้การให้คะแนนแบบ AHP ทีมงานควรร่วมกันทำการตัดสินใจเปรียบเทียบวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียระหว่างการให้คะแนนแบบเดิม และการใช้คะแนนโดยใช้ AHP เข้ามาช่วยไม่ว่าจะเป็น ความง่ายสะดวกต่อการดำเนินงาน และประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อนำการให้คะแนนโดยใช้ AHP เข้ามาช่วย เพราะ QFD เป็นกระบวนการที่ต้องทำเป็นทีมดังนั้นความคิดเห็นของทีมงานย่อมเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด
 5. การหาค่าเฉลี่ยที่ได้จากแบบสอบถาม ในกรณีที่แบบสอบถามมีจำนวนไม่มาก แล้วข้อมูลที่ได้มีความไม่แน่นอนและไม่สม่ำเสมอมากกว่าที่กำหนดไว้ ทีมงานจะสามารถติดต่อไปยังผู้กรอกแบบสอบถามเพื่อแก้ไขการให้คะแนน เพื่อให้ค่าความไม่แน่นอนไม่สม่ำเสมออยู่ในขอบเขตที่กำหนดไว้ แต่ในความเป็นจริงแล้วมักจะมีแบบสอบถามจำนวนมาก ทำให้การติดตามแก้ไขข้อมูลทำได้ยาก เสียเวลาและค่าใช้จ่ายมาก ดังนั้นจึงควรตัดข้อมูลในส่วนที่ไม่สามารถยอมรับได้ทิ้งไป ซึ่งแบบสอบถามแต่ละชุดจะประกอบไปด้วย Pairwise-Comparison Matrix มากกว่า 1 Matrix โดยแต่ละ Matrix จะมีค่าความไม่แน่นอนและไม่สม่ำเสมอ 1 ค่า การตัดข้อมูลที่ยอมรับไม่ได้ทิ้งไปไม่ได้หมายความว่า จะตัดแบบสอบถามชุดที่มี Matrix ใน Matrix หนึ่งไม่เป็นที่ยอมรับ ทิ้งไปทั้งชุด แต่จะตัดเฉพาะส่วนของ Matrix นั้นทิ้งไป

ยกตัวอย่างเช่น มีแบบสอบถาม 100 ชุด ในการเปรียบเทียบความต้องการของลูกค้าในระดับที่ 1 มี 65 ชุดที่ให้ค่าความไม่แน่นอนและไม่สม่ำเสมออยู่ในขอบเขตที่ยอมรับได้ก็นำค่าน้ำหนักความสำคัญของทั้ง 65 ชุดมาหาค่าเฉลี่ยเพื่อใช้ต่อไป

6. การทำ QFD เป็นการตัดสินใจที่อ้างอิงถึงความเห็นของทีมงานเป็นหลัก ดังนั้นการเลือกใช้วิธีการให้การให้คะแนนก็ควรเป็นไปตามความเห็นของทีมงานเช่นกัน โดยทีมงานควรพิจารณาถึงประโยชน์ที่จะได้รับ ข้อดีข้อเสียของทั้งสองวิธี ความเหมาะสมกับกรณีศึกษาที่จะนำ QFD ไปประยุกต์ใช้

8.4 บทสรุป

จากที่ได้วิเคราะห์ถึงข้อดี และข้อเสีย ที่ได้กล่าวมาในข้างต้น จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าวิธีการของ QFD ภายหลังจากที่ได้ทำการปรับปรุงมา มีข้อดีที่เด่นชัดอยู่จำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถในการวัดความไม่มั่นคงและไม่สม่ำเสมอ ทำให้ทีมงานสามารถเลือกใช้เฉพาะข้อมูลที่มีคุณภาพได้ ในขณะที่ข้อเสียที่เกิดขึ้นจากวิธีการภายหลังจากการปรับปรุงเป็นข้อเสียที่เกิดขึ้นขั้นตอนการประยุกต์ใช้ ได้แก่ ความยุ่งยากและสับสนในการประยุกต์ใช้งาน ซึ่งข้อเสียดังกล่าวจะสามารถแก้ไขได้ ดังนั้น QFD ที่ได้ภายหลังจากการปรับปรุงจึงเป็นวิธีที่ดี เหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการทำ QFD เพื่อให้ได้ข้อมูลจากการตัดสินใจที่ตรงกับความรู้สึกของทีมงานและลูกค้ามากที่สุด