


ภาคผนวก



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัย โดยผู้วิจัยจะขอความร่วมมือจากท่านได้โปรดกรุณาตอบแบบสอบถามที่ตรงกับความเป็นจริงและความรู้สึกของท่าน ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์ และมีคุณค่าอย่างสูงยิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้ คำตอบของท่านจะไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่ประการใด

2. แบบสอบถามฉบับนี้จะแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

2.1 ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นผู้ที่จดทะเบียนกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 7 ข้อ

2.2 ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 40 ข้อ

2.3 ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 30 ข้อ

2.4 ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 7 ข้อ

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ท่านจะกรุณาให้ความร่วมมือและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(นางสาวสิรินธร กิตติยาวัฒน์)

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจบริการขนาดย่อม ใน
อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นผู้ที่จดทะเบียนกับองค์การบริหารส่วนจังหวัด
มหาสารคาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ท่านคิดว่าเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 20 ปี () 20 – 29 ปี
() 30 – 39 ปี () 40 – 49 ปี
() 50 – 59 ปี () 60 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

() ไม่ได้ศึกษา () ประถมศึกษา
() มัธยมศึกษาตอนต้น () มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
() อนุปริญญา/ปวส. () ปริญญาตรี
() ปริญญาโท

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

() ต่ำกว่า 10,000 บาท () 10,000 – 20,000 บาท
() 20,001 – 30,000 บาท () 30,001 – 40,000 บาท
() 40,001 – 50,000 บาท () 50,001 บาท ขึ้นไป

5. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

() ต่ำกว่า 5 ปี () 5-10 ปี
() 11-15 ปี () 16 ปี ขึ้นไป

6. ขนาดเงินลงทุน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 500,000 บาท | <input type="checkbox"/> 500,000-1,000,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 1,000,001-1,500,000 บาท | <input type="checkbox"/> 1,500,001-2,000,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 2,000,000 บาท | |

7. จำนวนพนักงานและลูกจ้าง

- | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1-5 คน | <input type="checkbox"/> 6-10 คน |
| <input type="checkbox"/> 11-15 คน | <input type="checkbox"/> 15 คน ขึ้นไป |



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการ
ขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางช่องคะแนน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ขอให้ท่านเลือกเพียงหมายเลขเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ โดยแต่ละหมายเลข
มีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

- | | | |
|---|---------|-----------------------|
| 5 | หมายถึง | ความคิดเห็นมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | ความคิดเห็นมาก |
| 3 | หมายถึง | ความคิดเห็นปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | ความคิดเห็นน้อย |
| 1 | หมายถึง | ความคิดเห็นน้อยที่สุด |

คำตอบของท่านไม่มีถูกหรือผิด โปรดตอบให้ครบทุกข้อและขอให้ท่านตอบตามที่
ท่านเห็นว่าเป็นจริงมากที่สุด คำตอบของท่านไม่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจบริการของท่านแต่
อย่างไร

ลำดับ	องค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ของธุรกิจบริการขนาดย่อม	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า						
1.	กิจการต้องสอบถามชื่อ-สกุล ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ของลูกค้าจากลูกค้าโดยตรง					
2.	กิจการต้องมีการจัดเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เกี่ยวกับลูกค้า เช่น วัน เดือน ปีที่เกิด เป็นต้น					
3.	กิจการสามารถใช้ฐานข้อมูลที่จัดเก็บเพื่อติดต่อกับสมาชิก					
4.	ฐานข้อมูลของลูกค้าเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงกิจกรรม การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า					
5.	กิจการต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้าจากแบบสอบถาม					
6.	กิจการต้องมีการติดต่อสอบถามข้อมูลลูกค้าทางโทรศัพท์					
7.	กิจการต้องมีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้า					

ลำดับ	องค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ของธุรกิจบริการขนาดย่อม	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า (ต่อ)						
8.	กิจการต้องมีการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ ของลูกค้า					
9.	กิจการต้องดำเนินการแก้ไขฐานข้อมูลตามที่ลูกค้า แจ้งข้อมูลล่าสุดทันที					
10.	กิจการต้องมีการปรับปรุงฐานข้อมูลของลูกค้า ให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง					
การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม						
11.	กิจการต้องมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับการรับคำติชมของลูกค้าและ แก้ไขปัญหาของลูกค้าได้					
12.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเก่า ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น					
13.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้เพื่อแสวงหาลูกค้ารายใหม่					
14.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้า					
15.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า					
16.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนา สมรรถนะและความแม่นยำในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น					
17.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาจัด การดำเนินงานและส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพขึ้น					
18.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามา ให้บริการในระหว่างก่อนและหลังการขาย					

ลำดับ	องค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ของธุรกิจบริการขนาดย่อม	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม (ต่อ)						
19.	กิจการกับลูกค้าต้องมีความสัมพันธ์ที่ยาวนาน เกิดจากการติดต่อกับลูกค้าด้วย โปรแกรมที่เหมาะสม อย่างต่อเนื่อง					
20.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับ วิธีการดำเนินงานให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป					
การกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์						
21.	กิจการกำหนดกิจกรรมการสร้างสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง					
22.	กิจการกำหนดเบอร์โทรศัพท์ Call Center ที่จดจำได้ง่าย					
23.	กิจการให้บริการได้อย่างตรงตามความต้องการของลูกค้า และสะดวกรวดเร็ว					
24.	กิจการได้กำหนดโปรโมชั่นให้เหมาะสม ตามความต้องการ ของลูกค้า					
25.	กิจการกำหนดมาตรฐานการให้บริการในรูปแบบเดียวกัน					
26.	กิจการสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ตรงกับความต้องการ ของลูกค้าเฉพาะราย					
27.	กิจการต้องสามารถติดต่อได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว					
28.	กิจการมีการจัดส่งข่าวสาร บัตรอวยพรใน โอกาสต่าง ๆ ให้กับลูกค้า					
29.	กิจการจัดส่งเอกสาร เช่น แค็ตตาล็อก โปรซัวร์ ให้กับลูกค้าทุกเดือน					
30.	กิจการจัดกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ เป็นต้น					

ลำดับ	องค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ของธุรกิจบริการขนาดย่อม	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
การรักษาลูกค้า						
31.	กิจการสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ไม่จำกัดเวลา					
32.	กิจการตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัย/ที่ทำงาน เพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ					
33.	กิจการมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ และปลอดภัย					
34.	กิจการได้พัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น ความสะอาด ความสว่าง ความรวดเร็ว บริเวณหน้าร้านสะอาด เข้าถึงง่าย					
35.	การสมัครสมาชิกเพื่อให้ส่วนลดพิเศษกับลูกค้า					
36.	สร้างภาพพจน์ที่ดีทำให้ลูกค้าประทับใจ					
37.	ขยายความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยการขายต่อเนื่องให้กับคู่สมรส และ บุตร/ธิดา					
38.	จัดกิจกรรมการแข่งขันระหว่างลูกค้า เพื่อให้เกิดการรู้จักและสร้างความสัมพันธ์ในระหว่างกลุ่มลูกค้าและธุรกิจ					
39.	กิจกรรมที่สรรค์สร้างขึ้นมานั้นเป็น ไปเพื่อเพิ่มจำนวนสายใยความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า					
40.	กิจการต้องหาวิธีการให้ลูกค้ามีการลงทุนร่วมกับบริษัท					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม
ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางช่องคะแนน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ขอให้ท่านเลือกเพียงหมายเลขเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ โดยแต่ละหมายเลข
มีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	ความคิดเห็นมากที่สุด
4	หมายถึง	ความคิดเห็นมาก
3	หมายถึง	ความคิดเห็นปานกลาง
2	หมายถึง	ความคิดเห็นน้อย
1	หมายถึง	ความคิดเห็นน้อยที่สุด

คำตอบของท่านไม่มีถูกหรือผิด โปรดตอบให้ครบทุกข้อและขอให้ท่านตอบตามที่
ท่านเห็นว่าเป็นจริงมากที่สุด คำตอบของท่านไม่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจบริการของท่านแต่
อย่างไร

ลำดับ	ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
การเป็นผู้นำด้านต้นทุน						
1.	กิจการต้องควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด					
2.	กิจการต้องใช้วัตถุดิบที่ราคาถูกลง					
3.	กิจการต้องลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นต่าง ๆ					
4.	กิจการต้องส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากร อย่างจำกัด คุ่มค่า และเป็นประโยชน์สูงสุด					
5.	กิจการต้องเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ใน ปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น					
6.	กิจการต้องมีการรณรงค์ช่วยกันปิด ไฟ ปิดน้ำ เมื่อไม่ใช้งาน					
7.	กิจการต้องเลือกใช้เทคโนโลยีการเพื่อที่จะทำให้ต้นทุน การผลิตลดลง					

ลำดับ	ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (ต่อ)						
8.	กิจการต้องลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน					
9.	กิจการต้องลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่เกิดประโยชน์					
10.	กิจการต้องการลดต้นทุนในระบบการขนส่งต่ำลง					
การสร้างความแตกต่าง						
11.	การสร้างความแตกต่างทางด้านคุณภาพ					
12.	การสร้างความแตกต่างด้านการให้บริการ					
13.	การสร้างความแตกต่างทางด้านราคา					
14.	การสร้างความแตกต่างทางการรับประกัน					
15.	การสร้างความแตกต่างทางด้านนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยี					
16.	การเน้นความแตกต่างทางการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม					
17.	การเน้นความแตกต่างทางด้านความสามารถของพนักงาน					
18.	เสริมความแตกต่างของธุรกิจบริการให้โดดเด่นมากยิ่งขึ้น					
19.	กิจการต้องส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจบริการให้โดดเด่นมากยิ่งขึ้น					
20.	กิจการต้องการให้บริการที่เพียงพอครบถ้วน					
การจำกัดขอบเขต						
21.	กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามเพศ					
22.	กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามกลุ่มอายุ					
23.	กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามการใช้ชีวิต					
24.	กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามสถานะทางการเงิน					

ลำดับ	ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
การจำกัดขอบเขต (ต่อ)						
25.	กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภค แบ่งตามมุมมองทางความคิด					
26.	ผู้บริโภคมีความต้องการรับประโยชน์อย่างมี ไลฟ์สไตล์ของแต่ละวัยมากขึ้น					
27.	กิจการต้องให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมุ่งเจาะ ตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง					
28.	คนรุ่นใหม่เป็นตัวของตัวเองมากขึ้น					
29.	ผู้บริโภคส่วนใหญ่เปิดรับเร็วและมีระดับการศึกษาที่ดีขึ้น					
30.	การตลาดในปัจจุบันทุกกิจการต้องการให้ลูกค้าพึงพอใจ ทำให้การแข่งขันสูง					

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และความได้เปรียบในการแข่งขันของลูกค้าธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

คำชี้แจง โปรดเขียนปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของท่าน ตามความเป็นจริง

1. องค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

1.1 ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า

1.1.1 ปัญหาและอุปสรรค.....

.....

1.1.2 ข้อเสนอแนะ.....

.....

1.2 ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม

1.2.1 ปัญหาและอุปสรรค.....

.....

1.2.2 ข้อเสนอแนะ.....

.....

1.3 ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์

1.3.1 ปัญหาและอุปสรรค.....

.....

1.3.2 ข้อเสนอแนะ.....

.....

1.4 ด้านการรักษาลูกค้า

1.4.1 ปัญหาและอุปสรรค.....

.....

1.4.2 ข้อเสนอแนะ.....

.....

2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน

2.1 ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน

2.1.1 ปัญหาและอุปสรรค.....

.....

2.1.2 ข้อเสนอแนะ.....

.....

2.2 ด้านการสร้างความแตกต่าง

2.2.1 ปัญหาและอุปสรรค.....

.....

2.2.2 ข้อเสนอแนะ.....

.....

2.3 ด้านการจำกัดขอบเขต

2.3.1 ปัญหาและอุปสรรค.....

.....

2.3.2 ข้อเสนอแนะ.....

.....



ภาคผนวก ข
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางภาคผนวกที่ 1 ระดับคะแนนความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (IOC)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนนความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจบริการขนาดย่อม

1. เพศ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2. อายุ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3. ระดับการศึกษา	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
5. ระยะเวลาในการดำเนินงาน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
6. ขนาดเงินลงทุน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
7. จำนวนพนักงานและลูกจ้าง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

องค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการขนาดย่อม

ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า

1. กิจการต้องสอบถามชื่อ-สกุล ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ของลูกค้าจากลูกค้าโดยตรง	+0	+1	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
2. กิจการต้องมีการจัดเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เกี่ยวกับลูกค้า เช่น วัน เดือน ปี ที่เกิด เป็นต้น	+1	+1	+0	+2	0.67	สอดคล้อง
3. กิจการสามารถใช้ฐานข้อมูลที่จัดเก็บเพื่อติดต่อกับสมาชิก	+1	+0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
4. ฐานข้อมูลของลูกค้าเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงกิจกรรมการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนน ความน่าเชื่อถือของ แบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
5. กิจการต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ลูกค้าจากแบบสอบถาม	+1	+0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
6. กิจการต้องมีการติดต่อสอบถามข้อมูล ลูกค้าทางโทรศัพท์	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
7. กิจการต้องมีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ การใช้บริการของลูกค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
8. กิจการต้องมีการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
9. กิจการต้องดำเนินการแก้ไขฐานข้อมูล ตามที่ลูกค้าแจ้งข้อมูลล่าสุดทันที	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
10. กิจการต้องมีการปรับปรุงฐานข้อมูล ของลูกค้าให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
องค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการขนาดย่อม ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม						
11. กิจการต้องมีการพัฒนาระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อ ดำเนินการเกี่ยวกับการรับคำติชมของ ลูกค้าและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้	+1	+0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
12. กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยี สารสนเทศมาใช้เพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าเท่าให้มี ประสิทธิภาพมากขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนน ความน่าเชื่อถือของ แบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
13. กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาเพื่อแสวงหาลูกค้ารายใหม่	+1	+0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
14. กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
15. กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
16. กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาสมรรถนะและความแม่นยำในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
17. กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาจัดการดำเนินงานและส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
18. กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาให้บริการในระหว่างก่อนและหลังการขาย	+1	+0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
19. กิจการกับลูกค้าต้องมีความสัมพันธ์ที่ยาวนานเกิดจากการติดต่อกับลูกค้าด้วยโปรแกรมที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง	+1	+0	+0	+2	0.67	สอดคล้อง

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนน ความน่าเชื่อถือของ แบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
20. กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับวิธีการดำเนินงานให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป	+1	+1	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
องค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการขนาดย่อม						
ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์						
21. กิจการกำหนดกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
22. กิจการกำหนดเบอร์โทรศัพท์ Call Center ที่จดจำได้ง่าย	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
23. กิจการให้บริการได้อย่างตรงตามความต้องการของลูกค้า และสะดวกรวดเร็ว	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
24. กิจการได้กำหนดโปรโมชั่นให้เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
25. กิจการกำหนดมาตรฐานการให้บริการในรูปแบบเดียวกัน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
26. กิจการสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย	+1	+0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
27. กิจการต้องสามารถติดต่อได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
28. กิจการมีการจัดส่งข่าวสาร บัตรอวยพร ในโอกาสต่าง ๆ ให้กับลูกค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนน ความน่าเชื่อถือของ แบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
29. กิจกรรมจัดส่งเอกสาร เช่น แค็ตตาล็อก โบรชัวร์ ให้กับลูกค้าทุกเดือน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
30. กิจกรรมจัดกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ เป็นต้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
องค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการขนาดย่อม						
ด้านการรักษาลูกค้า						
31. กิจกรรมสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ ไม่จำกัดเวลา	+1	+0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
32. กิจกรรมตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัย/ที่ ทำงาน เพื่อให้ลูกค้าสะดวกใน การเดินทางไปใช้บริการ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
33. กิจกรรมมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ และปลอดภัย	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
34. กิจกรรมได้พัฒนารูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น ความสะอาด ความสว่าง ความรวดเร็ว บริเวณหน้าร้านสะอาด เข้าถึงง่าย	+1	+0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
35. การสมัครสมาชิกเพื่อให้ส่วนลดพิเศษ กับลูกค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
36. สร้างภาพพจน์ที่ดีทำให้ลูกค้า ประทับใจ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนน ความน่าเชื่อถือของ แบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
37. ขยายความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยการขายต่อเนื่องให้กับคู่สมรส และบุตร/ธิดา	+1	+0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
38. จัดกิจกรรมการแข่งขันระหว่างลูกค้า เพื่อให้เกิดการเรียนรู้จักและสร้าง ความสัมพันธ์ในระหว่างกลุ่มลูกค้า และธุรกิจ	+1	+0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
39. กิจกรรมที่สรรสร้างขึ้นมาขึ้นเป็นไป เพื่อเพิ่มจำนวนสายใยความสัมพันธ์ ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
40. กิจการต้องหาวิธีการให้ลูกค้า มีการลงทุนร่วมกับบริษัท	+1	+0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน						
1. กิจการต้องควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2. กิจการต้องใช้วัตถุดิบที่ราคาถูกลง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3. กิจการต้องลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นต่าง ๆ	+1	+0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
4. กิจการต้องส่งเสริมทำให้พนักงานมี จิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ อย่างจำกัดให้เกิดความคุ้มค่า และเป็น ประโยชน์สูงสุด	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนน ความน่าเชื่อถือของ แบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
5. กิจการต้องเพิ่มประสิทธิภาพ การดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
6. กิจการต้องมีการรณรงค์ช่วยกันปิดไฟ ปิดน้ำ เมื่อไม่ใช้งาน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
7. กิจการต้องเลือกใช้เทคโนโลยี เพื่อที่จะทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง	+0	+1	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
8. กิจการต้องลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน ที่ซ้ำซ้อน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
9. กิจการต้องลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน ที่ไม่เกิดประโยชน์	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
10. กิจการต้องการลดต้นทุนในระบบ การขนส่งต่ำลง	+1	+1	+0	+2	0.67	สอดคล้อง

ความได้เปรียบในการแข่งขันของรัฐกิจบริการขนาดย่อม

ด้านการสร้างความแตกต่าง

11. การสร้างความแตกต่างทาง ด้านคุณภาพ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
12. การสร้างความแตกต่างทาง ด้านการให้บริการ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
13. การสร้างความแตกต่างทางด้านราคา	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
14. การสร้างความแตกต่างทาง ด้านการรับประกัน	+1	+0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนน ความน่าเชื่อถือของ แบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
15. การสร้างความแตกต่างทาง ด้านนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยี	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
16. การเน้นความแตกต่างทาง ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
17. การเน้นความแตกต่างทาง ด้านความสามารถของพนักงาน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
18. เสริมความแตกต่างของธุรกิจบริการ ให้โดดเด่นมากยิ่งขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
19. กิจการต้องส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ของธุรกิจบริการให้โดดเด่นมากยิ่งขึ้น	+0	+1	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
20. กิจการต้องการให้บริการที่เพียงพอ ครบถ้วน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม

ด้านการจำกัดขอบเขต

21. กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้น ของผู้บริโภคแบ่งตามเพศ	+1	+0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
22. กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้น ของผู้บริโภคแบ่งตามกลุ่มอายุ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
23. กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้น ของผู้บริโภคแบ่งตามการใช้ชีวิต	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
24. กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้น ของผู้บริโภคแบ่งสถานะทางการเงิน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนน ความน่าเชื่อถือของ แบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
25. กิจกรรมต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้น ของผู้บริโภคแบ่งมุมมองทางความคิด	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
26. ผู้บริโภคมีความต้องการรับประโยชน์ อย่างมีไลฟ์สไตล์ของแต่ละวัยมากขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
27. กิจกรรมต้องให้บริการลูกค้าได้อย่างมี ประสิทธิภาพมุ่งเจาะตลาดลูกค้าเฉพาะ กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
28. คนรุ่นใหม่เป็นตัวของตัวเองมากขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
29. ผู้บริโภคส่วนใหญ่เปิดรับเร็วและมี ระดับการศึกษาที่ดีขึ้น	+0	+1	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
30. การตลาดในปัจจุบันทุกกิจกรรมต้องการ ให้ลูกค้าพึงพอใจทำให้การแข่งขันสูง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ตารางภาคผนวกที่ 2 ระดับคะแนนค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation

ลำดับ	รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ
1. องค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์		
1.1 การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า		.3665-.7792
1.	กิจการต้องสอบถามชื่อ-สกุล ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ของลูกค้าจากลูกค้าโดยตรง	.4918
2.	กิจการต้องมีการจัดเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เกี่ยวกับลูกค้า เช่น วัน เดือน ปีที่เกิด เป็นต้น	.6358
3.	กิจการสามารถใช้ฐานข้อมูลที่จัดเก็บเพื่อติดต่อกับสมาชิก	.4918
4.	ฐานข้อมูลของลูกค้าเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงกิจกรรม การเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	.7792
5.	กิจการต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้าจากแบบสอบถาม	.3665
6.	กิจการต้องมีการติดต่อสอบถามข้อมูลลูกค้าทางโทรศัพท์	.4052
7.	กิจการต้องมีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้า	.6565
8.	กิจการต้องมีการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและ ข้อเสนอแนะของลูกค้า	.6823
9.	กิจการต้องดำเนินการแก้ไขฐานข้อมูลตามที่ลูกค้า แจ้งข้อมูลล่าสุดทันที	.4483
10.	กิจการต้องมีการปรับปรุงฐานข้อมูลของลูกค้า ให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง	.4000
1.2 การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม		.3850-.6952
11.	กิจการต้องมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามา ใช้เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับการรับคำติชมของลูกค้าและ แก้ไขปัญหาของลูกค้าได้	.4696
12.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเก่า ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	.6582

ตารางภาคผนวกที่ 2 (ต่อ)

ลำดับ	รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ
13.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อแสวงหาลูกค้ารายใหม่	.5625
14.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้า	.6301
15.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า	.5071
16.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาสมรรถนะและความแม่นยำในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น	.6052
17.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาจัดการดำเนินงานและส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพขึ้น	.5895
18.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาให้บริการในระหว่างก่อนและหลังการขาย	.6952
19.	กิจการกับลูกค้าต้องมีความสัมพันธ์ที่ยาวนานเกิดจากการติดต่อกับลูกค้าด้วยโปรแกรมที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง	.6146
20.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับวิธีการดำเนินงานให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป	.3850
1.3 การกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์		.2057-.5861
21.	กิจการกำหนดกิจกรรมการสร้างสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	.2961
22.	กิจการกำหนดเบอร์โทรศัพท์ Call Center ที่จดจำได้ง่าย	.2602
23.	กิจการให้บริการได้อย่างตรงตามความต้องการของลูกค้าและสะดวกรวดเร็ว	.2057
24.	กิจการได้กำหนดโปร โมชั่นให้เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า	.2144
25.	กิจการกำหนดมาตรฐานการให้บริการในรูปแบบเดียวกัน	.3406

ตารางภาคผนวกที่ 2 (ต่อ)

ลำดับ	รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ
26.	กิจการสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย	.2350
27.	กิจการต้องสามารถติดต่อได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว	.5861
28.	กิจการมีการจัดส่งข่าวสาร บัตรอวยพรในโอกาสต่าง ๆ ให้กับลูกค้า	.3650
29.	กิจการจัดส่งเอกสาร เช่น แค็ตตาล็อก โบรชัวร์ ให้กับลูกค้าทุกเดือน	.3242
30.	กิจการจัดกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ เป็นต้น	.3791
1.4 การรักษาลูกค้า		.2463-.5887
31.	กิจการสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ไม่จำกัดเวลา	.2463
32.	กิจการตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัย/ที่ทำงาน เพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ	.4327
33.	กิจการมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ และปลอดภัย	.3601
34.	กิจการได้พัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น ความสะอาด ความสว่าง ความรวดเร็ว บริเวณหน้าร้านสะอาด เข้าถึงง่าย	.4246
35.	การสมัครสมาชิกเพื่อให้ส่วนลดพิเศษกับลูกค้า	.4767
36.	สร้างภาพพจน์ที่ดีทำให้ลูกค้าประทับใจ	.5269
37.	ขยายความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยการขายต่อเนื่อง ให้กับคู่สมรส และ บุตร/ธิดา	.5506
38.	จัดกิจกรรมการแข่งขันระหว่างลูกค้า เพื่อให้เกิดการรู้จัก และสร้างความสัมพันธ์ในระหว่างกลุ่มลูกค้าและธุรกิจ	.5887
39.	กิจกรรมที่สรรค์สร้างขึ้นมานั้นเป็นไปเพื่อเพิ่มจำนวนสายใยความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า	.5168
40.	กิจการต้องหาวิธีการให้ลูกค้ามีการลงทุนร่วมกับบริษัท	.5415

ตารางภาคผนวกที่ 2 (ต่อ)

ลำดับ	รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ
2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน		
2.1 การเป็นผู้นำด้านต้นทุน		.5887-.8762
1.	กิจการต้องควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด	.8762
2.	กิจการต้องใช้วัสดุคิปรที่ราคาถูกลง	.7377
3.	กิจการต้องลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นต่าง ๆ	.7928
4.	กิจการต้องส่งเสริมพนักงานให้มีจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรอย่างจำกัด คุ่มค่า และเป็นประโยชน์สูงสุด	.5175
5.	กิจการต้องเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น	.5887
6.	กิจการต้องมีการรณรงค์ช่วยกันปิดไฟ ปิดน้ำ เมื่อไม่ใช้งาน	.6952
7.	กิจการต้องเลือกใช้เทคโนโลยีการเพื่อที่จะทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง	.5380
8.	กิจการต้องลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน	.6210
9.	กิจการต้องลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่เกิดประโยชน์	.6837
10.	กิจการต้องการลดต้นทุนในระบบการขนส่งต่ำลง	.5321
2.2 การสร้างความแตกต่าง		.4368-.6987
11.	การสร้างความแตกต่างทางด้านคุณภาพ	.6031
12.	การสร้างความแตกต่างด้านการให้บริการ	.4906
13.	การสร้างความแตกต่างทางด้านราคา	.4368
14.	การสร้างความแตกต่างทางการรับประกัน	.6037
15.	การสร้างความแตกต่างทางด้านนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยี	.5400
16.	การเน้นความแตกต่างทางการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	.5516
17.	การเน้นความแตกต่างทางด้านความสามารถของพนักงาน	.6987
18.	เสริมความแตกต่างของธุรกิจบริการให้โดดเด่นมากยิ่งขึ้น	.6519

ตารางภาคผนวกที่ 2 (ต่อ)

ลำดับ	รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ
19.	กิจการต้องส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจบริการให้โดดเด่นมากยิ่งขึ้น	.6003
20.	กิจการต้องการให้บริการที่เพียงพอครบถ้วน	.5755
2.3 การจำกัดขอบเขต		.3322-.6559
21.	กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามเพศ	.3563
22.	กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามกลุ่มอายุ	.3360
23.	กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามการใช้ชีวิต	.6559
24.	กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามสถานะทางการเงิน	.4778
25.	กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามมุมมองทางความคิด	.4368
26.	ผู้บริโภคมีความต้องการรับประโยชน์อย่างมีไลฟ์สไตล์ของแต่ละวัยมากขึ้น	.3521
27.	กิจการต้องให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมุ่งเจาะตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง	.3422
28.	คนรุ่นใหม่เป็นตัวของตัวเองมากขึ้น	.3991
29.	ผู้บริโภคส่วนใหญ่เปิดรับเร็วและมีระดับการศึกษาที่ดีขึ้น	.4212
30.	การตลาดในปัจจุบันทุกกิจการต้องการให้ลูกค้าพึงพอใจทำให้การแข่งขันสูง	.3322

ตารางภาคผนวกที่ 3 ระดับคะแนนค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า

ลำดับ	รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า
1. องค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์		
1.1 การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า		
1.	กิจการต้องสอบถามชื่อ-สกุล ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ของลูกค้าจากลูกค้าโดยตรง	.9204
2.	กิจการต้องมีการจัดเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เกี่ยวกับลูกค้า เช่น วัน เดือน ปีที่เกิด เป็นต้น	.9187
3.	กิจการสามารถใช้ฐานข้อมูลที่จัดเก็บเพื่อติดต่อกับสมาชิก	.9204
4.	ฐานข้อมูลของลูกค้าเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงกิจกรรมการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	.9191
5.	กิจการต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้าจากแบบสอบถาม	.9218
6.	กิจการต้องมีการติดต่อสอบถามข้อมูลลูกค้าทางโทรศัพท์	.9213
7.	กิจการต้องมีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของลูกค้า	.9182
8.	กิจการต้องมีการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า	.9193
9.	กิจการต้องดำเนินการแก้ไขฐานข้อมูลตามที่ลูกค้าแจ้งข้อมูลล่าสุดทันที	.9206
10.	กิจการต้องมีการปรับปรุงฐานข้อมูลของลูกค้าให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง	.9211
1.2 การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม		
11.	กิจการต้องมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับการรับคำติชมของลูกค้าและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้	.9204
12.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเท่าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	.9185

ตารางภาคผนวกที่ 3 (ต่อ)

ลำดับ	รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา
13.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อแสวงหาลูกค้ารายใหม่	.9194
14.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้า	.9188
15.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า	.9199
16.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาพัฒนาสมรรถนะและความแม่นยำในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น	.9189
17.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาจัดการดำเนินงานและส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพขึ้น	.9189
18.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาให้บริการในระหว่างก่อนและหลังการขาย	.9183
19.	กิจการกับลูกค้าต้องมีความสัมพันธ์ที่ยาวนานเกิดจากการติดต่อกับลูกค้าด้วยโปรแกรมที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง	.9193
20.	กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับวิธีการดำเนินงานให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป	.9213
1.3 การกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์		
21.	กิจการกำหนดกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	.9224
22.	กิจการกำหนดเบอร์โทรศัพท์ Call Center ที่จดจำได้ง่าย	.9223
23.	กิจการให้บริการได้อย่างตรงตามความต้องการของลูกค้าและสะดวกรวดเร็ว	.9230
24.	กิจการได้กำหนดโปรโมชั่นให้เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า	.9227
25.	กิจการกำหนดมาตรฐานการให้บริการในรูปแบบเดียวกัน	.9218

ตารางภาคผนวกที่ 3 (ต่อ)


ลำดับ	รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา
26.	กิจการสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย	.9230
27.	กิจการต้องสามารถติดต่อได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว	.9189
28.	กิจการมีการจัดส่งข่าวสาร บัตรอวยพรในโอกาสต่าง ๆ ให้กับลูกค้า	.9215
29.	กิจการจัดส่งเอกสาร เช่น แค็ตตาล็อก โบรชัวร์ ให้กับลูกค้าทุกเดือน	.9218
30.	กิจการจัดกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ เป็นต้น	.9219
1.4 การรักษาลูกค้า		
31.	กิจการสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ไม่จำกัดเวลา	.9227
32.	กิจการตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัย/ที่ทำงาน เพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ	.9208
33.	กิจการมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ และปลอดภัย	.9216
34.	กิจการได้พัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น ความสะอาด ความสว่าง ความรวดเร็ว บริเวณหน้าร้านสะอาด เข้าถึงง่าย	.9208
35.	การสมัครสมาชิกเพื่อให้ส่วนลดพิเศษกับลูกค้า	.9203
36.	สร้างภาพพจน์ที่ดีทำให้ลูกค้าประทับใจ	.9199
37.	ขยายความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยการขายต่อเนื่องให้กับคู่สมรส และ บุตร/ธิดา	.9195
38.	จัดกิจกรรมการแข่งขันระหว่างลูกค้า เพื่อให้เกิดการรู้จัก และสร้างความสัมพันธ์ในระหว่างกลุ่มลูกค้าและธุรกิจ	.9190
39.	กิจกรรมที่สรรสร้างขึ้นมาขึ้นเป็นไปเพื่อเพิ่มจำนวนสายใยความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า	.9198
40.	กิจการต้องหาวิธีการให้ลูกค้ามีการลงทุนร่วมกับบริษัท	.9197

ตารางภาคผนวกที่ 3 (ต่อ)

ลำดับ	รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา
2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน		
2.1 การเป็นผู้นำด้านต้นทุน		
1.	กิจการต้องควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด	.9234
2.	กิจการต้องใช้วัสดุดิบที่ราคาถูกลง	.9247
3.	กิจการต้องลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นต่าง ๆ	.9238
4.	กิจการต้องส่งเสริมพนักงานให้มีจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรอย่างจำกัด คุ่มค่า และเป็นประโยชน์สูงสุด	.9276
5.	กิจการต้องเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น	.9284
6.	กิจการต้องมีการรณรงค์ช่วยกันปิดไฟ ปิดน้ำ เมื่อไม่ใช้งาน	.9252
7.	กิจการต้องเลือกใช้เทคโนโลยีการเพื่อที่จะทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง	.9272
8.	กิจการต้องลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน	.9260
9.	กิจการต้องลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่เกิดประโยชน์	.9251
10.	กิจการต้องการลดต้นทุนในระบบการขนส่งต่ำลง	.9273
2.2 การสร้างความแตกต่าง		
11.	การสร้างความแตกต่างทางด้านคุณภาพ	.9263
12.	การสร้างความแตกต่างด้านการให้บริการ	.9279
13.	การสร้างความแตกต่างทางด้านราคา	.9284
14.	การสร้างความแตกต่างทางการรับประกัน	.9263
15.	การสร้างความแตกต่างทางด้านนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยี	.9271
16.	การเน้นความแตกต่างทางการดูแลรักษาสั่งแวดล้อม	.9270
17.	การเน้นความแตกต่างทางด้านความสามารถของพนักงาน	.9248
18.	เสริมความแตกต่างของธุรกิจบริการให้โดดเด่นมากยิ่งขึ้น	.9257

ตารางภาคผนวกที่ 3 (ต่อ)

ลำดับ	รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา
19.	กิจการต้องส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจบริการให้โดดเด่นมากยิ่งขึ้น	.9264
20.	กิจการต้องการให้บริการที่เพียงพอครบถ้วน	.9267
2.3 การจำกัดขอบเขต		
21.	กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามเพศ	.9294
22.	กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามกลุ่มอายุ	.9296
23.	กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามการใช้ชีวิต	.9260
24.	กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามสถานะทางการเงิน	.9310
25.	กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามมุมมองทางความคิด	.9285
26.	ผู้บริโภคมีความต้องการรับประโยชน์อย่างมีไลฟ์สไตล์ของแต่ละวัยมากขึ้น	.9292
27.	กิจการต้องให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมุ่งเจาะตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง	.9292
28.	คนรุ่นใหม่เป็นตัวของตัวเองมากขึ้น	.9289
29.	ผู้บริโภคส่วนใหญ่เปิดรับเร็วและมีระดับการศึกษาที่ดีขึ้น	.9287
30.	การตลาดในปัจจุบันทุกกิจการต้องการให้ลูกค้าพึงพอใจทำให้การแข่งขันสูง	.9299



ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ที่ ศษ ๐๕๔๐.๐๑/ ๐๐๘๓



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๒๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ

ด้วยนางสาวสิรินทร กิตติวัฒน์ รหัสประจำตัว ๕๑๑๒๕๑๗๑๑๘ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขันของ
ธุรกิจบริการขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม"

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือและ
เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี
ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘

ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/๐๐๘๔



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๕๐๐๑

๒๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ

ด้วยนางสาวสิรินทร กิตติวัฒน์ รหัสประจำตัว ๕๑๑๒๕๑๗๑๑๘ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขันของ
ธุรกิจบริการขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม"

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าเก็บรวบรวมข้อมูล
การวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง ตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี
ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โทร. ๓๐๐

ที่ บว. ๖๐๑๐๗/๒๕๕๓

วันที่ ๒๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ดร.ธีระวัฒน์ เขียมแสง

ด้วยนางสาวสิรินธร กิตติวัฒน์ รหัสประจำตัว ๕๑๑๒๕๑๗๑๑๘ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขันของ
ธุรกิจบริการขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม" เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย
บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ
เครื่องมือการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษา สถิติ การวัดและประเมินผล
ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ
มา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โทร. ๓๐๐

ที่ บว. ๖๐๑๐๗/๒๕๕๓

วันที่ ๒๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ดร.ไพศาล วรรณคำ

ด้วยนางสาวสิรินทร กิตติยาวัฒน์ รหัสประจำตัว ๕๑๑๒๕๑๗๑๑๘ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขันของ
ธุรกิจบริการขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม" เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย
บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ
เครื่องมือการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษา ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ
มา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/ ๐๐๓๕



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๕๐๐๑

๒๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิราวัฒน์ ชมระกา

ด้วยนางสาวสิรินทร กิตติยาวัฒน์ รหัสประจำตัว ๕๑๑๒๕๑๗๑๑๘ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์
เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขันของ
ธุรกิจบริการขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม" เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย
บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ
เครื่องมือการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษา ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ
มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพโรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘