

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	ง
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ฅ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภูมิ	ค
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
นิยามคำศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ...	10
หลักการการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	10
องค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	14
การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า	16
การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม	21
การกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์	24
การรักษาลูกค้า	26

สารบัญ (ต่อ)

หัวเรื่อง	หน้า
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบในการแข่งขัน	31
ความหมายและความสำคัญของความได้เปรียบในการแข่งขัน	31
กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	35
กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	39
กลยุทธ์การจำกัดขอบเขต	42
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบริบท	44
ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจบริการขนาดย่อม	44
การตลาดของธุรกิจบริการขนาดย่อม	48
สภาพโดยรวมของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง	
จังหวัดมหาสารคาม	52
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	58
งานวิจัยในประเทศ	58
งานวิจัยต่างประเทศ	64
กรอบแนวคิดในการวิจัย	68
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	69
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	69
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	72
การเก็บรวบรวมข้อมูล	75
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	75
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	79

สารบัญ (ต่อ)

หัวเรื่อง	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	83
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	83
ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	84
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	85
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	114
วัตถุประสงค์การวิจัย	114
สมมติฐานการวิจัย	115
วิธีดำเนินการวิจัย	115
สรุปผลการวิจัย	117
อภิปรายผล	123
ข้อเสนอแนะ	130
บรรณานุกรม	133
ภาคผนวก	137
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	137
ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	149
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์	168
ประวัติผู้วิจัย	173

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	มูลค่าเพิ่มสาขาบริการชุมชน สังคม และบริการส่วนบุคคลอื่น ๆ	57
2	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจบริการขนาด ย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ	70
3	จำนวน และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นผู้ที่จดทะเบียนกับ องค์การบริหารส่วนจังหวัดมหาสารคาม	85
4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลองค์ประกอบทาง การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน	88
5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลองค์ประกอบทาง การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า จำแนกรายข้อ	89
6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลองค์ประกอบทาง การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม จำแนกรายข้อ	90
7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลองค์ประกอบทาง การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้าง ความสัมพันธ์ จำแนกรายข้อ	92
8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลองค์ประกอบทาง การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการรักษาลูกค้า จำแนกรายข้อ	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมจำแนกและรายด้าน 95
10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน จำแนกรายข้อ 96
11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการสร้างความแตกต่าง จำแนกรายข้อ 98
12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจำกัดขอบเขต จำแนกรายข้อ 99
13	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 101
14	ผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายคู่ 102
15	ผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า กับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รายคู่ 103

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	ผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม กับการได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ราชคู่	105
17	ผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ กับการได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ราชคู่	106
18	ผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการรักษาลูกค้า กับการได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ราชคู่	108
19	ความถี่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กับการได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม	110

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1 กระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	15
2 การใช้ข้อมูลในระบบประมวลผลแบบเพิ่มข้อมูล	17
3 การใช้ข้อมูลในระบบประมวลผลแบบฐานข้อมูล	18
4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	68



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY