

ชื่อเรื่อง	ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการ สหกรณ์ออมทรัพย์ครูมหาสารคาม จำกัด	
ผู้วิจัย	เพ็ญศรี แสนศักดิ์	ปริญญา บข.ม. (บริหารธุรกิจ)
กรรมการที่ปรึกษา	ดร.อัครพร เถลิ้มชิต	ประธานกรรมการ
	ผศ. ว่าที่ร้อยตรี ดร.อรัญ ชูยกระเคื่อง	กรรมการ

## มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2558

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์สหกรณ์ออมทรัพย์ครูมหาสารคาม จำกัด 2. คุณภาพการให้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ครูมหาสารคาม จำกัด 3. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ครูมหาสารคาม จำกัด และ 4. ข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ครูมหาสารคาม จำกัด กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สมาชิกผู้ใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูมหาสารคาม จำกัด จำนวน 386 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.96 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

#### ผลการวิจัย พบว่า

1. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูมหาสารคาม จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.62$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า ( $\bar{X} = 3.67$ ) ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.62$ ) ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ( $\bar{X} = 3.60$ ) และด้านการรักษาลูกค้า ( $\bar{X} = 3.59$ ) ตามลำดับ
2. คุณภาพการให้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ครูมหาสารคาม จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการรักษาภาพพจน์ ( $\bar{X} = 3.92$ ) ด้านให้บริการแบบสมัครใจและเต็มใจทำ ( $\bar{X} = 3.89$ ) ด้านตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ( $\bar{X} = 3.86$ ) และด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้า ( $\bar{X} = 3.85$ ) ตามลำดับ

3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับคุณภาพการให้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์นครราชสีมา จำกัด อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ( $r_{xy} = 0.674$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ข้อเสนอแนะของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์นครราชสีมา จำกัด พบว่า ข้อเสนอแนะด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีค่าความถี่สูงสุด คือ ด้านการรักษาลูกค้า ส่วนข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่ต่ำสุด คือ ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และข้อเสนอแนะด้านคุณภาพการให้บริการที่มีค่าความถี่สูงสุด คือ ด้านความนับถือและให้เกียรติลูกค้าและข้อเสนอแนะที่มีค่าความถี่ต่ำสุด คือ ด้านการรักษาภาพพจน์



**TITLE :** The Relations of the Customer Relationship Management with the Service Quality of Maha Sarakham Cooperative Company Limited

**AUTHOR :** Pensri Saensak                      **DEGREE :** M.B.A. (Business Administration)

**ADVISORS :** Dr. Atchara Chalermchit                      Chairperson  
Asst. Prof. Acting Sub. Lt. Dr. Aran Suikradeung      Committee

**RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY, 2015**

### **ABSTRACT**

The objectives of this research were to 1. explore the customer relationship management, 2. to assess the service quality of Maha Sarakham Cooperative Company Limited, 3. to identify the relations of the customer relationship management with the service quality, and to find some useful suggestions for improving the service quality. The target population was three hundred and eighty six members of Maha Sarakham Cooperative Company Limited. The instrument was a questionnaire with .96 reliability index. The statistics used were mean, standard deviation and Pearson's Correlation Coefficient. The research findings were as follows:

1. The findings showed that the average level of the customer relationship management of Maha Sarakham Cooperative Company Limited was high ( $\bar{X} = 3.63$ ). Four high rated areas of the customer relationship management were database of the customers ( $\bar{X} = 3.64$ ), designing a program for building the relationships customer relationship ( $\bar{X} = 3.64$ ), application of technology ( $\bar{X} = 3.60$ ), customer retention ( $\bar{X} = 3.59$ ) respectively

2. The findings showed that the average level of the service quality of Maha Sarakham Cooperative Company Limited was high ( $\bar{X} = 3.88$ ). Four high rated areas of the service quality were maintenance of the images ( $\bar{X} = 3.92$ ), friendly and kind service ( $\bar{X} = 3.89$ ), customer-based service ( $\bar{X} = 3.86$ ), respect on the customers ( $\bar{X} = 3.85$ ) respectively

3. The findings indicated that the customer relationship management was significantly

related to the service quality of Maha Sarakham Cooperative Company Limited at the .05 level. The index of the relations between the customer relationship management and the service quality was high ( $r_{xy} = .674$ ).

4. In conclusion, the study shows that the highest level of the frequency of the suggestion for the customer relationship management is customer retention, and the highest level of the frequency of the suggestion for improving the service quality is respect on the customers. Whereas, the lowest level of the frequency of the suggestion for improving the customer relationship management is specifying a program for building the customer relationship, and the lowest level of the frequency of the suggestion for improving the service quality is maintenance of the images.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY