

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอผลการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นที่เข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

X แทน การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง

Y แทน ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง

X_1 แทน ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า

X_2 แทน ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม

X_3 แทน ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์

X_4 แทน ด้านการรักษาลูกค้า

Y_1 แทน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน

Y_2 แทน ด้านการสร้างความแตกต่าง

Y_3 แทน ด้านการจำกัดขอบเขต

r_{xy} แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

* แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการดำเนินงาน ขนาดเงินลงทุน และจำนวนพนักงานและลูกจ้าง โดยนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์ การหาค่าสถิติพื้นฐาน ความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ประกอบด้วย ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ และด้านการรักษาลูกค้า โดยนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ประกอบด้วย ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง และด้านการจำกัดขอบเขต โดยนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์การหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์ของ 2 ตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติทีเทส

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อ

เดือน ระยะเวลาในการดำเนินงาน ขนาดเงินลงทุน และจำนวนพนักงานและลูกจ้าง ซึ่งนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวน และร้อยละ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	184	85.98
หญิง	30	14.02
รวม	214	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	3	1.40
25-30 ปี	33	15.42
31-35 ปี	63	29.44
36-40 ปี	78	36.45
41-45 ปี	34	15.89
46 ปีขึ้นไป	3	1.40
รวม	214	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ไม่ได้ศึกษา	4	1.87
ประถมศึกษา	24	11.21
มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	26	12.15
ปวส.หรือเทียบเท่า-ปริญญาตรี	145	67.76
สูงกว่าปริญญาตรี	15	7.01
รวม	214	100.00

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4	1.87
10,000-15,000 บาท	32	14.95
15,001-20,000 บาท	93	43.46
20,001-30,000 บาท	71	33.18
มากกว่า 30,000 บาท	14	6.54
รวม	214	100.00
5. ระยะเวลาดำเนินงาน		
ต่ำกว่า 5 ปี	21	9.81
5-10 ปี	126	58.88
11-15 ปี	61	28.51
16 ปีขึ้นไป	6	2.80
รวม	214	100.00
6. ขนาดเงินลงทุน		
ต่ำกว่า 500,000	35	16.35
500,000-1,000,000 บาท	106	49.53
1,000,001-2,000,000 บาท	57	26.64
มากกว่า 2,000,000 ขึ้นไป	16	7.48
รวม	214	100.00
7. จำนวนพนักงานและลูกจ้าง		
1-5 คน	45	21.03
6-10 คน	86	40.19
11-15 คน	59	27.57
15 คนขึ้นไป	24	11.21
รวม	214	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 85.98 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.02

อายุส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 36.45 รองลงมา คืออายุ 31-35 ปี จำนวน 63 คน คิดเป็น ร้อยละ 29.44 อายุ 41-45 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 15.89 อายุ 25-30 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 15.42 อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.40 และอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.40

การศึกษาระดับ ปวส.หรือเทียบเท่า -ปริญญาตรี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 67.76 รองลงมา คือ มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 12.15 ประถมศึกษา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.21 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.01 และไม่ได้ศึกษา จำนวน 4คน คิดเป็นร้อยละ 1.87

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 43.46 รองลงมา คือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็น ร้อยละ 33.18 รายได้ 10,000-15,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 14.95 รายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.54 และรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.87

ระยะเวลาดำเนินงาน 5-10 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 58.88 รองลงมา คือ 11-15 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 28.51 ระยะเวลาดำเนินงานต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 9.81 และระยะเวลา 16 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80

ขนาดเงินลงทุน 500,000-1,000,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 49.53 รองลงมา คือ 1,000,001-2,000,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 26.64 ต่ำกว่า 500,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 16.35 และมากกว่า 2,000,000 บาทขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.48

จำนวนพนักงานและลูกจ้าง 6-10 คน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 40.19 รองลงมา คือ 11-15 คน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 27.57 พนักงาน 1-5 คน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 21.03 และพนักงาน 15 คนขึ้นไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.21

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์

2.1 ผลการวิเคราะห์โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ 4 ด้าน คือ ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ และด้านการรักษาลูกค้า ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 3 ถึงที่ 7

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการ เกี่ยวกับการก่อสร้าง	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า	3.61	0.69	มาก
2. ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม	3.59	0.69	มาก
3. ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้าง ความสัมพันธ์	3.56	0.67	มาก
4. ด้านการรักษาลูกค้า	3.63	0.68	มาก
ภาพรวม	3.60	0.68	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการรักษาลูกค้า ($\bar{X} = 3.63$) ด้านการสร้างฐานข้อมูลการค้ำ ($\bar{X} = 3.61$) ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.59$) และด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านเกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า จำแนกรายข้อ

ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการต้องมีการจัดเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัวเกี่ยวกับลูกค้า เช่น วันเดือนปี เกิด เป็นต้น	3.72	0.72	มาก
2. กิจการสามารถใช้ฐานข้อมูลที่จัดเก็บเพื่อติดต่อกับสมาชิก	3.66	0.69	มาก
3. ฐานข้อมูลของลูกค้าเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงกิจกรรมการเสริมสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้า	3.51	0.67	มาก
4. กิจการต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้าจากแบบสอบถาม	3.47	0.78	ปานกลาง
5. กิจการต้องมีการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า	3.49	0.63	ปานกลาง
6. กิจการต้องดำเนินการแก้ไขฐานข้อมูลตามที่ลูกค้าแจ้งข้อมูลล่าสุดทันที	3.57	0.75	มาก
7. กิจการต้องมีการปรับปรุงฐานข้อมูลของลูกค้าให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง	3.87	0.60	มาก
ภาพรวม	3.61	0.69	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 5 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กิจการต้องมีการปรับปรุงฐานข้อมูลของลูกค้าให้ทันสมัยอย่าง

ต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.87$) กิจการต้องมีการจัดเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัวเกี่ยวกับลูกค้า เช่น วันเดือนปีเกิด เป็นต้น ($\bar{X} = 3.72$) กิจการสามารถใช้ฐานข้อมูลที่จัดเก็บเพื่อติดต่อกับสมาชิก ($\bar{X} = 3.66$) กิจการต้องดำเนินการแก้ไขฐานข้อมูลตามที่ลูกค้าแจ้งข้อมูลล่าสุดทันที ($\bar{X} = 3.57$) ฐานข้อมูลของลูกค้าเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงกิจกรรมการเสริมสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้า ($\bar{X} = 3.51$) กิจการต้องมีการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้า ($\bar{X} = 3.49$) และกิจการต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้าจากแบบสอบถาม ($\bar{X} = 3.47$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม จำแนกรายข้อ

ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กิจการต้องมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับการรับคำติชมของลูกค้าและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้	3.74	0.65	มาก
2. กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเท่าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	3.51	0.68	มาก
3. กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อแสวงหาลูกค้ารายใหม่	3.31	0.63	ปานกลาง
4. กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้า	3.73	0.72	มาก
5. กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า	3.89	0.72	มาก
6. กิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาพัฒนาสมรรถนะและความแม่นยำในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น	3.39	0.67	ปานกลาง

ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
7. กิจกรรมต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาจัดการดำเนินงานและส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	3.82	0.66	มาก
8. กิจกรรมต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาให้บริการในระหว่างก่อนและหลังการขาย	3.58	0.74	มาก
9. กิจกรรมกับลูกค้าต้องมีความสัมพันธ์ที่ยาวนานเกิดจากการติดต่อกับลูกค้าด้วยโปรแกรมที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง	3.34	0.69	ปานกลาง
10. กิจกรรมต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับวิธีการดำเนินงานให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป	3.64	0.74	มาก
ภาพรวม	3.59	0.69	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้างจังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 7 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 3 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กิจกรรมต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า ($\bar{X} = 3.89$) กิจกรรมต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาจัดการดำเนินงานและส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ($\bar{X} = 3.82$) กิจกรรมต้องมีการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับการรับคำติชมของลูกค้าและแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้ ($\bar{X} = 3.74$) กิจกรรมต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้า ($\bar{X} = 3.73$) กิจกรรมต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับวิธีการดำเนินงานให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ($\bar{X} = 3.64$) กิจกรรมต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาให้บริการในระหว่างก่อนและหลังการขาย ($\bar{X} = 3.58$) กิจกรรมต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ($\bar{X} = 3.51$) กิจกรรมต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาพัฒนาสมรรถนะและความแม่นยำในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

($\bar{X} = 3.39$) กิจการกับลูกค้าต้องมีความสัมพันธ์ที่ยาวนานเกิดจากการติดต่อกับลูกค้าด้วยโปรแกรมที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.34$) และกิจการต้องมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อแสวงหาลูกค้ารายใหม่ ($\bar{X} = 3.31$) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ จำแนกรายข้อ

ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้าง ความสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการกำหนดกิจกรรมการสร้างสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	3.45	0.78	ปานกลาง
2. กิจการกำหนดเบอร์โทรศัพท์ Call Center ที่จดจำได้ง่าย	3.46	0.79	ปานกลาง
3. กิจการให้บริการได้อย่างตรงตามความต้องการของลูกค้าและสะดวกรวดเร็ว	3.30	0.69	ปานกลาง
4. กิจการได้กำหนดโปรโมชันให้เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า	3.43	0.70	ปานกลาง
5. กิจการกำหนดมาตรฐานการให้บริการในรูปแบบเดียวกัน	3.76	0.61	มาก
6. กิจการสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย	3.89	0.50	มาก
7. กิจการต้องสามารถติดต่อได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว	3.50	0.69	ปานกลาง
9. กิจการจัดส่งเอกสาร เช่น แค็ตตาล็อก โบรชัวร์ ให้กับลูกค้าทุกเดือน	3.85	0.64	มาก
10. กิจการจัดกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ เป็นต้น	3.42	0.61	ปานกลาง
ภาพรวม	3.56	0.67	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 4 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 6 ข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กิจการสามารถให้บริการ

แก่ลูกค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย ($\bar{X} = 3.89$) กิจกรรมจัดส่งเอกสาร เช่น เค็ตตาบล็อก โบรชัวร์ ให้กับลูกค้าทุกเดือน ($\bar{X} = 3.85$) กิจกรรมกำหนดมาตรฐานการให้บริการในรูปแบบเดียวกัน ($\bar{X} = 3.76$) กิจกรรมมีการจัดส่งข่าวสาร บัตรอวยพรในโอกาสต่าง ๆ ให้กับลูกค้า ($\bar{X} = 3.55$) กิจกรรมต้องสามารถติดต่อได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.50$) กิจกรรมกำหนดเบอร์โทรศัพท์ Call Center ที่จดจำได้ง่าย ($\bar{X} = 3.46$) กิจกรรมกำหนดกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.45$) กิจกรรมได้กำหนดโปรโมชั่นให้เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 3.43$) กิจกรรมจัดกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.42$) และกิจกรรมให้บริการได้อย่างตรงตามความต้องการของลูกค้าและสะดวกรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.30$) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการรักษาลูกค้า จำแนกรายข้อ

ด้านการรักษาลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ไม่จำกัดเวลา	3.46	0.81	ปานกลาง
2. กิจกรรมตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัย / ที่ทำงาน เพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการ	3.74	0.67	มาก
3. กิจกรรมมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอและปลอดภัย	4.05	0.61	มาก
4. กิจกรรมได้พัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น ความสะอาด ความสว่าง ความรวดเร็ว บริเวณหน้าร้านสะอาด เข้าถึงง่าย	3.11	0.46	ปานกลาง
5. การสมัครสมาชิกเพื่อให้ส่วนลดพิเศษกับลูกค้า	3.68	0.74	มาก
6. สร้างภาพพจน์ที่ดีทำให้ลูกค้าประทับใจ	3.61	0.65	มาก
7. ขยายความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยการขายต่อเนื่องให้กับคู่สมรส และบุตร / ธิดา	3.67	0.71	มาก
8. จัดกิจกรรมการแข่งขันระหว่างลูกค้า เพื่อให้เกิดการรู้จักและสร้างความสัมพันธ์ในระหว่างกลุ่มลูกค้าและธุรกิจ	3.53	0.67	มาก

ด้านการรักษาลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
9. กิจกรรมที่สรรค์สร้างขึ้นมาเป็นไปเพื่อเพิ่มจำนวน สายใยความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า	3.79	0.70	มาก
10. กิจกรรมต้องหาวิธีการให้ลูกค้ามีการลงทุนร่วมกับบริษัท	3.62	0.75	มาก
ภาพรวม	3.63	0.68	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการรักษาลูกค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) และเมื่อ พิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 8 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยเรียงลำดับตาม ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กิจกรรมมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอและปลอดภัย ($\bar{X} = 4.05$) กิจกรรมที่สรรค์สร้างขึ้นมาเป็นไปเพื่อเพิ่มจำนวนสายใยความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า ($\bar{X} = 3.79$) กิจกรรมตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัย / ที่ทำงาน เพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการ เดินทางไปใช้บริการ ($\bar{X} = 3.74$) การสมัครสมาชิกเพื่อให้ส่วนลดพิเศษกับลูกค้า ($\bar{X} = 3.68$) ขยายความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยการขายต่อเนื่องให้กับคู่สมรส และบุตร / ธิดา ($\bar{X} = 3.67$) กิจกรรมต้องหาวิธีการให้ลูกค้ามีการลงทุนร่วมกับบริษัท ($\bar{X} = 3.62$) สร้างภาพพจน์ที่ดีทำให้ ลูกค้าประทับใจ ($\bar{X} = 3.61$) จัดกิจกรรมการแข่งขันระหว่างลูกค้า เพื่อให้เกิดการเรียนรู้จักและ สร้างความสัมพันธ์ในระหว่างกลุ่มลูกค้า ($\bar{X} = 3.53$) กิจกรรมสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ไม่ จำกัดเวลา ($\bar{X} = 3.46$) และกิจกรรมได้พัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น ความสะอาด ความสว่าง ความรวดเร็ว บริเวณหน้าร้านสะอาด เข้าถึงง่าย ($\bar{X} = 3.11$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการ เกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการ
เกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ 3 ด้าน คือ ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการสร้าง
ความแตกต่าง และด้านการจำกัดขอบเขต ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามมาคำนวณ

โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางที่ 8 ถึงที่ 11

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน	3.69	0.74	มาก
2. ด้านการสร้างความแตกต่าง	3.94	0.78	มาก
3. ด้านการจำกัดขอบเขต	3.97	0.81	มาก
ภาพรวม	3.87	0.78	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการจำกัดขอบเขต ($\bar{X} = 3.97$) ด้านการสร้างความแตกต่าง ($\bar{X} = 3.94$) และด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านและจำแนกรายข้อ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน จำแนกรายข้อ

ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กิจการต้องควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด	3.75	0.79	มาก
2. กิจการต้องใช้วัสดุที่ราคาถูกลง	3.57	0.78	มาก
3. กิจการต้องลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นต่าง ๆ	3.74	0.80	มาก
4. กิจการต้องส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรอย่างจำกัด คุ่มค่า และเป็นประโยชน์สูงสุด	3.64	0.79	มาก

ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
5. กิจการต้องเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น	3.65	0.78	มาก
6. กิจการต้องมีการรณรงค์ช่วยกันปิดน้ำเมื่อไม่ใช้งาน	3.71	0.74	มาก
7. กิจการต้องเลือกใช้เทคโนโลยีที่จะทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง	3.73	0.69	มาก
8. กิจการต้องลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน	3.70	0.71	มาก
9. กิจการต้องลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่เกิดประโยชน์	3.74	0.68	มาก
10. กิจการต้องลดต้นทุนในระบบการขนส่งต่ำลง	3.67	0.67	มาก
ภาพรวม	3.69	0.74	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กิจการต้องควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด ($\bar{X} = 3.75$) กิจการต้องลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.74$) กิจการต้องลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่เกิดประโยชน์ ($\bar{X} = 3.74$) กิจการต้องเลือกใช้เทคโนโลยีที่จะทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง ($\bar{X} = 3.73$) กิจการต้องมีการรณรงค์ช่วยกันปิดน้ำเมื่อไม่ใช้งาน ($\bar{X} = 3.71$) กิจการต้องลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน ($\bar{X} = 3.70$) กิจการต้องลดต้นทุนในระบบการขนส่งต่ำลง ($\bar{X} = 3.67$) กิจการต้องเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ($\bar{X} = 3.65$) กิจการต้องส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรอย่างจำกัด คุ่มค่า และเป็นประโยชน์สูงสุด ($\bar{X} = 3.64$) และกิจการต้องใช้วัตถุดิบที่ราคาถูกลง ($\bar{X} = 3.57$) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของ
ธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการสร้างความแตกต่าง
จำแนกรายข้อ

ด้านการสร้างความแตกต่าง	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. การสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ	3.89	0.74	มาก
2. การสร้างความแตกต่างด้านการให้บริการ	3.95	0.67	มาก
3. การสร้างความแตกต่างด้านราคา	3.69	0.83	มาก
4. การสร้างความแตกต่างด้านการรับประกัน	4.23	0.80	มาก
5. การสร้างความแตกต่างด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม	3.95	0.82	มาก
6. การเน้นความแตกต่างทางด้านนวัตกรรมทางด้าน เทคโนโลยี	3.88	0.83	มาก
7. การเน้นความแตกต่างทางด้านความสามารถของ พนักงาน	4.04	0.78	มาก
8. เสริมความแตกต่างของธุรกิจบริการให้โดดเด่นมาก ยิ่งขึ้น	3.84	0.83	มาก
9. กิจการต้องมีการแนะนำ และให้คำปรึกษาลูกค้าเกี่ยวกับ พื้นฐานการก่อสร้าง	4.04	0.74	มาก
10. กิจการต้องให้บริการที่เพียงพอครบถ้วน	3.92	0.85	มาก
ภาพรวม	3.94	0.78	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการ
ก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการสร้างความแตกต่าง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 3.94$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย
จากมากไปหาน้อย ดังนี้ การสร้างความแตกต่างด้านการรับประกัน ($\bar{X} = 4.23$) การเน้นความ
แตกต่างทางด้านความสามารถของ พนักงาน ($\bar{X} = 4.04$) กิจการต้องมีการแนะนำ และให้
คำปรึกษาลูกค้าเกี่ยวกับพื้นฐานการก่อสร้าง ($\bar{X} = 4.04$) การสร้างความแตกต่างด้านการ
ให้บริการ ($\bar{X} = 3.95$) การสร้างความแตกต่างด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.95$)
กิจการต้องให้บริการที่เพียงพอครบถ้วน ($\bar{X} = 3.92$) การสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพ

($\bar{X} = 3.89$) การเน้นความแตกต่างทางด้านนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยี ($\bar{X} = 3.88$) เสริมความแตกต่างของธุรกิจบริการให้โดดเด่นมากยิ่งขึ้น ($\bar{X} = 3.84$) และการสร้างความแตกต่างด้านราคา ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการจำกัดขอบเขต จำนวนกรายข้อ

ด้านการจำกัดขอบเขต	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตของผู้บริโภคมากขึ้นซึ่งแบ่งตามเพศ อายุ และรูปแบบการดำเนินชีวิต	3.83	0.90	มาก
2. กิจการต้องสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งแบ่งตามสถานะทางการเงิน	4.05	0.73	มาก
3. กิจการต้องสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งแบ่งตามมุมมองทางความคิด	3.91	0.87	มาก
4. กิจการต้องให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมุ่งเจาะตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง	3.99	0.70	มาก
5. กิจการต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามการใช้ชีวิต	4.02	0.85	มาก
7. ผู้บริโภคส่วนใหญ่เปิดรับเร็วและมีระดับการศึกษาที่ดีขึ้น	3.93	0.85	มาก
8. การตลาดในปัจจุบันทุกกิจการต้องการให้ลูกค้าพึงพอใจทำให้การแข่งขันสูง	3.88	0.82	มาก
9. กิจการต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า ความเชื่อถือได้ และความสม่ำเสมอให้เป็นไปตามมาตรฐาน	3.99	0.86	มาก
10. กิจการต้องมีรูปแบบที่ทันสมัย เหมาะสมกับการใช้งาน	4.08	0.79	มาก
ภาพรวม	3.97	0.81	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการจำกัดขอบเขตโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) และ

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กิจกรรมต้องมีรูปแบบที่ทันสมัย เหมาะสมกับการใช้งาน ($\bar{X} = 4.08$) กิจกรรมต้องสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งแบ่งตามสถานะทางการเงิน ($\bar{X} = 4.05$) กิจกรรมต้องตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามการใช้ชีวิต ($\bar{X} = 4.02$) กิจกรรมต้องให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมุ่งเจาะตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ($\bar{X} = 3.99$) กิจกรรมต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า ความเชื่อถือได้ และความสม่ำเสมอให้เป็นไปตามมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.99$) กิจกรรมต้องตระหนักถึงการสรรหา คิดค้น และการปรับปรุงการให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง เชื่อถือได้ ($\bar{X} = 3.98$) ผู้บริโภคส่วนใหญ่เปิดรับเร็วและมีระดับการศึกษาที่ดีขึ้น ($\bar{X} = 3.93$) กิจกรรมต้องสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งแบ่งตามมุมมองทางความคิด ($\bar{X} = 3.91$) การตลาดในปัจจุบันทุกกิจกรรมต้องการให้ลูกค้าพึงพอใจทำให้การแข่งขันสูง ($\bar{X} = 3.88$) และกิจกรรมต้องตอบรับการใช้ชีวิตของผู้บริโภคมากขึ้นซึ่ง แบ่งตามเพศ อายุ และรูปแบบการดำเนินชีวิต ($\bar{X} = 3.83$) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) (r_{xy}) ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตารางวิเคราะห์โดยรวม จำแนกเป็นรายด้าน และรายคู่ รายละเอียด ดังตารางที่ 12 ถึงที่ 15

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความ
ได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์
เป็นรายด้านและโดยรวม

	X	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y
X	1								
X ₁	.669*	1							
X ₂	.834*	.507*	1						
X ₃	.834*	.501*	.581*	1					
X ₄	.762*	.202*	.476*	.561*	1				
Y ₁	.635*	.148*	.475*	.478*	.770*	1			
Y ₂	.140*	.232*	.054	.226*	.227*	.409*	1		
Y ₃	.063	.078	.187*	.051	.243*	.039	.187*	1	
Y	.469*	.127	.203*	.356*	.687*	.788*	.692*	.561*	1

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 12 พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (X) มีความสัมพันธ์กับความ
ได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง (Y) จังหวัดกาฬสินธุ์ อยู่ใน
ระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.469$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (X) มีความสัมพันธ์กับ
ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง ด้านการใช้เทคโนโลยีที่
เหมาะสม (X₂) อยู่ในระดับสูง ($r_{xy} = 0.834$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รองลงมา
ได้แก่ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (X) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของ
ธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ (X₃) อยู่
ในระดับสูง ($r_{xy} = 0.834$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (X)
มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง ด้าน
การรักษาลูกค้า (X₄) อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($r_{xy} = 0.762$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (X) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ
บริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า (X₁) อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

($r_{xy} = 0.669$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (X) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Y_1) อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($r_{xy} = 0.635$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (X) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง ด้านการสร้างความแตกต่าง (Y_2) อยู่ในระดับต่ำ ($r_{xy} = 0.140$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (X) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง ด้านการจำกัดขอบเขต (Y_3) อยู่ในระดับต่ำ ($r_{xy} = 0.063$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายด้านและจำแนกรายคู่

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน จำแนกเป็นรายด้านและรายคู่

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการ เกี่ยวกับการก่อสร้าง	ด้านการเป็นผู้นำ ด้านต้นทุน	ระดับ ความสัมพันธ์
	ค่า r	
1. ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า	.148*	ต่ำ
2. ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม	.475*	ปานกลาง
3. ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้าง ความสัมพันธ์	.478*	ปานกลาง
4. ด้านการรักษาลูกค้า	.770*	ค่อนข้างสูง

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 13 พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการรักษาลูกค้า (X_4) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Y_1) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($r_{xy} = .770$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รองลงมาได้แก่ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (X_3) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการเป็นผู้นำด้าน

ต้นทุน (Y_1) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = .478$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม (X_2) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Y_1) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = .475$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า (X_1) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Y_1) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ ($r_{xy} = .148$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการสร้างความแตกต่าง จำแนกเป็นรายด้านและรายคู่

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการ เกี่ยวกับการก่อสร้าง	ด้านการสร้างความแตกต่าง	ระดับความสัมพันธ์
	ค่า r	
1. ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า	.232*	ค่อนข้างต่ำ
2. ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม	.054	ต่ำ
3. ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์	.226*	ค่อนข้างต่ำ
4. ด้านการรักษาลูกค้า	.227*	ค่อนข้างต่ำ

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 14 พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า (X_1) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการสร้างความแตกต่าง (Y_2) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = .232$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รองลงมาได้แก่ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการรักษาลูกค้า (X_4) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการสร้างความแตกต่าง (Y_2) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = .227$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (X_3) มีความสัมพันธ์กับความ

ได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการสร้าง ความแตกต่าง (Y_2) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = .226$) อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม (X_2) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการสร้าง ความแตกต่าง (Y_2) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ ($r_{xy} = .054$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบ ทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการ จำกัคขอบเขต จำแนกเป็นรายด้านและรายคู่

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการ เกี่ยวกับการก่อสร้าง	ด้านการจำกัดขอบเขต	ระดับ
	ค่า r	ความสัมพันธ์
1. ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า	.078	ต่ำ
2. ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม	.187*	ต่ำ
3. ด้านการกำหนด โปรแกรมเพื่อการสร้าง ความสัมพันธ์	.051	ต่ำ
4. ด้านการรักษาลูกค้า	.243*	ค่อนข้างต่ำ

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 15 พบว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการรักษาลูกค้า (X_4) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการจำกัดขอบเขต (Y_3) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ($r_{xy} = .243$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รองลงมาได้แก่ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการใช้ เทคโนโลยีที่เหมาะสม (X_2) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของ ธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการจำกัดขอบเขต (Y_3) ไปในทิศทาง เดียวกันอยู่ในระดับต่ำ ($r_{xy} = .187$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การบริหารลูกค้า สัมพันธ์ ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า (X_1) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการจำกัดขอบเขต (Y_3) ไปใน ทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ ($r_{xy} = .078$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และการ บริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการกำหนด โปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ (X_3) มี

ความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัด
กาฬสินธุ์ ด้านการจำกัดขอบเขต (Y_3) ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ ($r_{xy} = .051$) อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY