

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภูมิ	ฉ
สารบัญตารางภาคผนวก	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	5
สมมติฐานการวิจัย	6
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามคำศัพท์เฉพาะ	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	12
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบในการแข่งขัน	30
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบริบท	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	54
กรอบแนวคิดของการวิจัย	67
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	68
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	68
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	70

หัวข้อเรื่อง	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล	72
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	73
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	75
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	78
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	78
ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	79
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	79
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	100
วัตถุประสงค์การวิจัย	100
วิธีดำเนินการวิจัย	100
สรุปผลการวิจัย	101
อภิปรายผล	106
ข้อเสนอแนะ	110
บรรณานุกรม	112
ภาคผนวก	117
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	118
ภาคผนวก ข ค่า IOC และค่าอำนาจจำแนกรายชื่อของแบบสอบถาม	128
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	128
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์	143
ประวัติผู้วิจัย	146

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	69
2 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์	80
3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน	83
4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้าจำแนกรายข้อ	84
5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมจำแนกรายข้อ	85
6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ จำแนกรายข้อ	87
7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการรักษาลูกค้า จำแนกรายข้อ ..	88
8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน	90
9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุนจำแนกรายข้อ	90

10	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการสร้าง ความแตกต่าง	92
11	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการจำกัดขอบเขต จำแนกรายชื่อ	93
12	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความ ได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นรายด้านและโดยรวม	95
13	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบ ทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน จำแนกเป็นรายด้านและรายคู่	96
14	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบ ทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการสร้างความแตกต่าง จำแนกเป็นรายด้านและรายคู่	97
15	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบ ทางการแข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการจำกัด ขอบเขต จำแนกเป็นรายด้านและรายคู่	98

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1 แนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	18
2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	67



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางภาคผนวกที่	หน้า
1 ระดับคะแนนความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (IOC)	129
2 ระดับคะแนนค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation	138



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY