

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	1
กิตติกรรมประกาศ.....	2
สารบัญตาราง.....	7
สารบัญแผนภาพ.....	8
บทที่	
1. บทนำ.....	9
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย.....	9
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	10
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	11
1.4 แนวคิด ทฤษฎี และแนววิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
1.5 สมมุติฐานการวิจัย.....	11
1.6 แผนงานวิจัย.....	12
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	13
2. ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.1 แนวความคิดและทฤษฎีของหลักการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า.....	15
2.1.1 คำจำกัดความและนิยามของระบบ บริหารความสัมพันธ์ลูกค้า.....	16
2.1.2 วิวัฒนาการและแนวความคิดของการบริหาร ความสัมพันธ์ลูกค้า.....	18
2.1.3 ประเภทของการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า.....	21

2.1.4 การจัดการเชิงยุทธศาสตร์และกระบวนการ	
บริหารความสัมพันธ์ลูกค้า.....	25
2.2 องค์ประกอบของระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า.....	28
2.2.1 กระบวนการ.....	28
2.2.2 บุคลากร.....	30
2.2.3 สถาปัตยกรรมคอมพิวเตอร์.....	32
2.2.4 สารสนเทศ.....	34
2.3 ประโยชน์ของการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า.....	35
2.3.1 ต้นทุนในการทำกิจกรรมทางการตลาดลดลง.....	35
2.3.2 การเพิ่มคุณค่าให้สินค้า.....	35
2.3.3 การสร้างความพอใจให้กับลูกค้า.....	36
2.3.4 ความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี.....	36
2.4 เหตุผลที่การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าล้มเหลว.....	36
2.4.1 การกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจ.....	37
2.4.2 การจัดระบบข้อมูลไม่ได้.....	37
2.4.3 ความล้มเหลวในการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้.....	38
2.4.4 โครงสร้างองค์การและกระบวนการทำงานในองค์การ.....	38
2.5 แนวทางและขั้นตอนในการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า.....	38
2.5.1 การกำหนดวิสัยทัศน์.....	39
2.5.2 การสร้างทีม.....	40
2.5.3 การวิเคราะห์สถานการณ์.....	40
2.5.4 การศึกษาความเป็นไปได้ในโครงการ.....	41
2.5.5 การสร้างกลยุทธ์.....	42
2.5.6 การดำเนินการ.....	42
2.5.7 การกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์.....	45
2.5.8 การวัดผล.....	46
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	50
3.1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม.....	51
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	51
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	52

3.4 การวิเคราะห์ผลการวิจัย.....	53
4. กรณีศึกษา.....	
.....	55
4.1 ความเป็นมาของโครงการ.....	55
4.2 พัฒนาการของระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า.....	56
4.2.1 ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในอดีต.....	56
4.2.2 ระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าของ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) (CRM Call Center).....	61
4.3 งบประมาณ.....	64
4.3.1 งบประมาณสำหรับโครงการ.....	64
4.3.2 งบประมาณในการดำเนินการรายปี.....	64
4.4 ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	65
5. ผลการวิจัย.....	67
5.1 ผลการวิจัยโดยการสัมภาษณ์.....	68
5.1.1 กระบวนการ Planning.....	69
5.1.2 กระบวนการ Implementing.....	75
5.1.3 กระบวนการ Measurement.....	85
6. สรุปผลการวิจัย.....	93
6.1 สรุปผลการวิจัย.....	93
6.1.1 ปัญหาและอุปสรรคในการนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า มาใช้ในองค์กรและข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหา.....	93
6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง.....	103

ก แบบสอบถามชุดที่ 1 เกี่ยวกับกระบวนการ Management.....	99
ข แบบสอบถามชุดที่ 2 เกี่ยวกับกระบวนการ Implement.....	107
ค แบบสอบถามชุดที่ 3 เกี่ยวกับกระบวนการ Measurement.....	116
ง คำให้สัมภาษณ์ในกระบวนการที่ 1-5 จากผู้บริหารคนที่ 1-2.....	128
จ คำให้สัมภาษณ์ในกระบวนการที่ 1-5 จากผู้ปฏิบัติงาน.....	132
ฉ คำให้สัมภาษณ์ในกระบวนการที่ 6 จากผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการคนที่ 1.....	138
ช คำให้สัมภาษณ์ในกระบวนการที่ 6 จากผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการคนที่ 2 .....	145
ซ คำให้สัมภาษณ์ในกระบวนการที่ 7-8 จากผู้บริหาร .....	152
ญ คำให้สัมภาษณ์ในกระบวนการที่ 7-8 จากผู้ปฏิบัติงานคนที่ 1-3.....	160
ณ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์.....	168
ด ข้อเสนอแนะ.....	176
บรรณานุกรม.....	179
ประวัติการศึกษา.....	182

