

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาการนำเอาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาใช้ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพิจารณานำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาใช้ โดยนำกระบวนการตัดสินใจในนวัตกรรมของ Everett M. Rogers มาใช้ ผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษานี้มาจากหลายฝ่ายดังนี้คือ หัวหน้าฝ่ายการตลาด หัวหน้าฝ่ายขาย และ ผู้จัดการฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ ปัจจัยที่ศึกษาในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ของการนำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาใช้ ลักษณะองค์กร (ขนาดองค์กร กลยุทธ์องค์กร ระบบสารสนเทศขององค์กร) ลักษณะผลิตภัณฑ์ และลักษณะของผู้บริหาร (อายุและการศึกษา) ผลจากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาใช้ ได้แก่ ขนาดองค์กร อายุของผู้บริหาร กลยุทธ์ขององค์กร ประเภทของผลิตภัณฑ์

## **Abstract**

This research studied the adoption on the Customer Relationship Management (CRM) theories from the listed companies on the Stock Exchange of Thailand. The objectives are to study factors influencing the adoption on the CRM theories. This research applied the decision-making process in the innovation of the Everett M. Rogers. The questionnaires data were collected from various parties as follows marketing managers, sales managers, and customer relationship managers. Factors studied in this research include perceived benefits of implementing customer relationship management, organization to the styles (corporate strategy, organizational size, Corporate Information System), product characteristics, and styles of management (Age and education). The results of the study showed that factors influencing the use of CRM are the size of the companies, ages of corporate executive, corporate strategies, and types of product.