

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTART	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ประวัติความเป็นมา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	18
3.1 ขอบเขตและวิธีการศึกษา	18
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	19
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	19
3.4 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	20
3.5 ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา	20
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	20
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
4.2 ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ ของบริษัท	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของ บริษัท จำแนกตามพื้นที่ในการให้บริการ	37
4.4 ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของ บริษัท จำแนกตามเพศ	49
4.5 ส่วนที่ 5 คำแนะนำและความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับเกี่ยวกับกิจกรรมลูกค้า สัมพันธ์ ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เติ้นพัฒนกิจ	58
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	59
5.1 สรุปผลการศึกษา	59
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	64
5.3 ข้อค้นพบ	65
5.4 ข้อเสนอแนะ	66
บรรณานุกรม	69
ภาคผนวก	71
แบบสอบถาม	72
ประวัติผู้เขียน	77

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสาขา	21
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามประเภทร้าน	21
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระยะเวลาในการเป็นลูกค้า	22
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อ	22
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามปริมาณสั่งซื้อต่อเดือน	23
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ	23
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ	24
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา	24
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของระดับความคิดเห็นในเรื่องการระบุตัวลูกค้า	25
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของระดับความคิดเห็นในเรื่องการจัดกลุ่มลูกค้า	28
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า	31
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า	34
ตารางที่ 4.13	ดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการระบุตัวลูกค้า จำแนกตามพื้นที่ในการให้บริการ	37
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการจัดกลุ่มลูกค้า จำแนกตามพื้นที่ในการให้บริการ	40
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า จำแนกตามพื้นที่ในการให้บริการ	43
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า จำแนกตามพื้นที่ในการให้บริการ	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การระบุตัวลูกค้า จำแนกตามเพศ	49
ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate) จำแนกตามเพศ	51
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact) จำแนกตามเพศ	54
ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า จำแนกตามเพศ	56
ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ คำแนะนำและความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับกิจกรรม ลูกค้าสัมพันธ์ ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เติณพัฒนกิจ	58

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved