

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาคำคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของ ห้างหุ้นส่วน จำกัด เติบโตทาง อำเภอดอน จังหวัดลำปาง ในครั้งนี้ได้แบ่งผลการศึกษา ออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประเภทร้านค้า ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า ความถี่ในการสั่งซื้อ ปริมาณสั่งซื้อต่อเดือน สถานะของผู้ให้ข้อมูล สถานภาพ อายุ และระดับการศึกษา (ตารางที่ 4.1 – ตารางที่ 4.8)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท (ตารางที่ 4.9 – ตารางที่ 4.12)

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท จำแนกตามพื้นที่ในการให้บริการ (ตารางที่ 4.13 – ตารางที่ 4.16)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 4.17 – ตารางที่ 4.20)

ส่วนที่ 5 คำแนะนำและความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับเกี่ยวกับกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เติบโตทาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสาขา

สาขา	จำนวน	ร้อยละ
สาขาเดิน	100	50.00
สาขาสบปราบ	100	50.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด เถินพัฒนกิจ จังหวัดลำปาง สาขาเดิน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเป็นลูกค้าของสาขาสบปราบ คิดเป็นร้อยละ 50.00 ซึ่งเป็นไปตามประชากรที่กำหนด

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามประเภทร้านค้า

ประเภทร้านค้า	จำนวน	ร้อยละ
ร้านขายปลีก	181	90.50
ร้านขายส่ง	19	9.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะร้านค้าเป็นประเภทร้านขายปลีกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.50 รองลงมาคือ ร้านขายส่ง คิดเป็นร้อยละ 9.50

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระยะเวลาในการเป็นลูกค้า

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3 ปี	38	19.00
3-4 ปี	87	43.50
5-6 ปี	70	35.00
7 ปี ขึ้นไป	5	2.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลูกค้าของห้างหุ้นส่วนจำกัด เถินพัฒนกิจมาเป็นระยะเวลา 3-4 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมา คือ 5-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.00 ต่ำกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.00 และ 7 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความถี่ในการสั่งซื้อ

ความถี่ในการสั่งซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง ต่อสัปดาห์	6	3.00
2 ครั้ง ต่อสัปดาห์	30	15.00
3 ครั้งต่อสัปดาห์	36	18.00
มากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์	128	64.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการสั่งซื้อมากกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 18.00 2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 15.00 และ 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามปริมาณสั่งซื้อต่อเดือน

ปริมาณสั่งซื้อต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 ถุง	130	65.00
501 – 1,000 ถุง	52	26.00
1,001 – 2,000 ถุง	16	8.00
มากกว่า 2,000 ถุง	2	1.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีปริมาณในการสั่งซื้อต่อเดือนต่ำกว่า 500 ถุง คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ 501 – 1,000 ถุง คิดเป็นร้อยละ 26.00 1,001 – 2,000 ถุง คิดเป็นร้อยละ 8.00 และ มากกว่า 2,000 ถุง คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	92	46.00
หญิง	108	54.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือ เพศชายคิดเป็นร้อยละ 46.00

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ปี	3	1.50
30-40 ปี	44	22.00
41—50 ปี	153	76.50
51 ปีขึ้นไป	0	0.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมาคือ 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.00 และไม่เกิน 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ม.6	136	68.00
ระดับ ปวช หรือ ปวส	57	28.50
ปริญญาตรี	7	3.50
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า ม.6 คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาคือ ระดับ ปวช หรือ ปวส คิดเป็นร้อยละ 28.50 และปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

4.2 ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของระดับความคิดเห็นในเรื่องการระบุตัวลูกค้า

การระบุตัวลูกค้า (Identify)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ท่านยินดีจะให้บริษัทเก็บ ข้อมูล ประวัติส่วนตัว เช่น ชื่อ วันเกิด สถานภาพ เพื่อ นำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้า สัมพันธ์	122 (61.00)	64 (32.00)	14 (7.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.54 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านยินดีจะให้บริษัทเก็บ ข้อมูล ช่องทางการติดต่อ เช่น เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล เพื่อนำไปพัฒนา กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	96 (48.00)	88 (44.00)	15 (7.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.39 (เห็นด้วย)
ท่านยินดีจะให้บริษัทเก็บ ข้อมูล ความชอบ หรือ กิจกรรมที่ท่านมีความสนใจ เป็นพิเศษ เพื่อนำไปพัฒนา กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	88 (44.00)	91 (45.50)	21 (10.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.34 (เห็นด้วย)
ท่านยินดีจะให้บริษัทเก็บ ข้อมูล ปริมาณการสั่งซื้อ สินค้า ของท่าน เพื่อนำไป พัฒนา กิจกรรมลูกค้า สัมพันธ์	71 (35.50)	85 (42.50)	42 (21.00)	2 (1.00)	0 (0.00)	4.13 (เห็นด้วย)
ท่านยินดีจะให้บริษัทเก็บ ข้อมูล ความถี่ในการสั่งซื้อ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรม ลูกค้าสัมพันธ์	63 (31.50)	92 (46.00)	45 (22.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.09 (เห็นด้วย)

ตารางที่ 4.9 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของระดับความคิดเห็นในเรื่องการระบุตัวลูกค้า

การระบุตัวลูกค้า (Identify)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ท่านมีความคิดเห็นว่าข้อมูลที่บริษัทบันทึก สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการทำกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อจัดทำสิทธิพิเศษสำหรับท่าน ซึ่งเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป	69 (34.50)	88 (44.00)	43 (21.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.13 (เห็นด้วย)
หากท่านทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้น	68 (34.00)	95 (47.50)	37 (18.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.16 (เห็นด้วย)
หากท่านทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าบ่อยมากขึ้น	80 (40.00)	81 (40.50)	39 (19.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.21 (เห็นด้วย)
หากท่านทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้ากับทางบริษัทเท่านั้น	80 (40.00)	75 (37.50)	45 (22.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.17 (เห็นด้วย)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.24 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการระบุตัวลูกค้า (Identify) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.24)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการระบุตัวลูกค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เช่น ชื่อ วันเกิด สถานภาพ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ช่องทางการติดต่อ เช่น เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมาคือยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ความชอบ หรือกิจกรรมที่ท่านมีความสนใจเป็นพิเศษ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าบ่อยมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.21) ทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้ากับทางบริษัทเท่านั้น (ค่าเฉลี่ย 4.17) ทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.16) ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ปริมาณการสั่งซื้อสินค้า ของท่าน เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ และมีความคิดเห็นว่าคุณสมบัติที่บริษัทบันทึก สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการทำกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อจัดทำสิทธิพิเศษสำหรับท่าน ซึ่งเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) และยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ความถี่ในการสั่งซื้อ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปลผลของระดับความคิดเห็นในเรื่องการจัดกลุ่มลูกค้า

การจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ท่านคิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการบริการที่แตกต่าง สำหรับลูกค้าในแต่ละระดับ มีความจำเป็น	127 (63.50)	73 (36.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.63 (เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง)
ท่านคิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการเสนอสิทธิประโยชน์ แก่ลูกค้าในแต่ละระดับมี ความจำเป็น	79 (39.50)	121 (60.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.39 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่า การจัดกลุ่มลูกค้า มีความสำคัญในการตัดสินใจ ซื้อสินค้าของบริษัท	67 (33.50)	132 (66.00)	1 (0.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.33 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่าสินค้าของบริษัท เป็นสินค้าหลัก ในร้าน ซึ่ง สามารถทำกำไรให้กับร้าน ของท่าน และไม่สามารถขาด สินค้านี้ในร้านของท่านได้	122 (61.00)	75 (37.50)	3 (1.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.60 (เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่มีการซื้อ สินค้ากับทางบริษัท มาเป็น ระยะเวลานาน ควรได้รับ สิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้า ท่านอื่น	124 (62.00)	74 (37.00)	1 (0.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.60 (เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่ไม่ได้ซื้อ สินค้ากับทางบริษัทมาเป็น ระยะเวลานานควรได้รับสิทธิ พิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น	4 (2.00)	7 (3.50)	69 (34.50)	79 (39.50)	41 (20.50)	2.27 (ไม่เห็นด้วย)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการจัดกลุ่มลูกค้า

การจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ท่านคิดว่าลูกค้าที่มีปริมาณ การสั่งซื้อ มาก ควรได้รับ สิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้า ท่านอื่น	139 (69.50)	57 (28.50)	1 (0.50)	3 (1.50)	0 (0.00)	4.66 (เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่มียอดสั่งซื้อ น้อย ควรได้รับสิทธิพิเศษ เหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น	4 (2.00)	2 (1.00)	22 (11.00)	114 (57.00)	58 (29.00)	1.90 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่มีการซื้อ สินค้า เป็นประจำ ควรได้รับ สิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้า ท่านอื่น	130 (65.00)	67 (33.50)	3 (1.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.62 (เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่มีการสั่งซื้อ เป็น บางครั้ง ควรได้รับสิทธิ พิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น	3 (1.50)	4 (2.00)	7 (3.50)	107 (53.50)	79 (39.50)	1.73 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้า ของทางบริษัทเพียง เจ้าเดียว ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือ ลูกค้าท่านอื่น	131 (65.50)	66 (33.00)	1 (0.50)	1 (0.50)	1 (0.50)	4.63 (เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้า ของ บริษัทคู่แข่งบ้าง เป็น บางครั้ง ควรได้รับสิทธิ พิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น	3 (1.50)	3 (1.50)	7 (3.50)	84 (42.00)	103 (51.50)	1.59 (ไม่เห็นด้วย)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.66 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.66)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดกลุ่มลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อ มาก ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.66) รองลงมาคือ การจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการบริการที่แตกต่างสำหรับลูกค้าในแต่ละระดับ มีความจำเป็น และลูกค้าที่ซื้อสินค้าของทางบริษัทเพียง เจ้าเดียว ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.63) ลูกค้าที่มีการซื้อสินค้า เป็นประจำ ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.62) สินค้าของบริษัทเป็นสินค้าหลัก ในร้านซึ่งสามารถทำกำไร ให้กับร้านของท่าน และไม่สามารถขาดสินค้านี้ในร้านของท่านได้ และลูกค้าที่มีการซื้อสินค้ากับทางบริษัท มาเป็นระยะเวลาานาน ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการเสนอสิทธิประโยชน์ แก่ลูกค้าในแต่ละระดับมีความจำเป็น (ค่าเฉลี่ย 4.39) และการจัดกลุ่มลูกค้า มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.33) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ลูกค้าที่ไม่ได้ ซื้อสินค้ากับทางบริษัทมาเป็นระยะเวลาานานควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 2.27) รองลงมาคือ ลูกค้าที่มียอดสั่งซื้อ น้อย ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 1.90) ลูกค้าที่มีการสั่งซื้อเป็น บางครั้ง ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 1.73) และคิดว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าของ บริษัทคู่แข่งบ้าง เป็นบางครั้ง ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 1.59) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ท่านต้องการให้บริษัท ติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทาง โทรศัพท์	127 (63.50)	71 (35.50)	2 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.63 (เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง)
ท่านต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทาง อีเมลล์	3 (1.50)	5 (2.50)	50 (25.00)	116 (58.00)	26 (13.00)	2.22 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับท่าน ผ่านทาง จดหมาย	2 (1.00)	10 (5.00)	86 (43.00)	82 (41.00)	20 (10.00)	2.46 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทาง เว็บไซต์ (Website)	3 (1.50)	7 (3.50)	50 (25.00)	106 (53.00)	34 (17.00)	2.19 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทาง พนักงานขาย	120 (60.00)	79 (39.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.59 (เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง)
ท่านต้องการให้บริษัทแจ้ง ข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับการ ดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท	54 (27.00)	112 (56.00)	32 (16.00)	2 (1.00)	0 (0.00)	4.09 (เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทแจ้ง ข้อมูลและแนะนำสินค้า และ บริการ ใหม่ๆ ของทางบริษัท	60 (30.00)	123 (61.50)	17 (8.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.21 (เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทแจ้ง ข้อมูล เกี่ยวกับ โปรโมชัน สินค้า และส่วนลดต่างๆ	117 (58.50)	71 (35.50)	12 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.52 (เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปลผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ท่านต้องการให้บริษัทแจ้ง ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิพิเศษ สำหรับลูกค้า	126 (63.00)	56 (28.00)	17 (8.50)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.53 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านต้องการให้บริษัทมีการ ติดตามความคิดเห็นและ ความพึงพอใจ เกี่ยวกับสินค้า และบริการของบริษัท	94 (47.00)	90 (45.00)	16 (8.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.39 (เห็นด้วย)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.78 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทในส่วนของ การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.78)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้บริษัท ติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทาง โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาคือ การให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทาง พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.59) การให้บริษัทแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับสิทธิพิเศษ สำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.53) และการให้บริษัทแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับ โปรโมชันสินค้า และส่วนลดต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้บริษัทมีการ ติดตามความคิดเห็น และความพึงพอใจ เกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมาคือ การให้บริษัทแจ้งข้อมูลและแนะนำสินค้า และบริการ ใหม่ๆ ของทางบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.21) และการให้บริษัทแจ้งข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับท่าน ผ่านทาง จดหมาย (ค่าเฉลี่ย 2.46) รองลงมาคือ การให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทาง อีเมลล์ (ค่าเฉลี่ย 2.22) และการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทาง เว็บไซต์ (Website) (ค่าเฉลี่ย 2.19) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า

การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า (Customize)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ท่านคิดว่าท่านควรได้รับบริการการส่งสินค้าที่รวดเร็วกว่าลูกค้าทั่วไป	144 (72.00)	56 (28.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.72 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าอยากใช้บริการกับบริษัท หากมีพนักงานต้อนรับ และพนักงานส่งสินค้า ที่บริการท่านเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป	91 (45.50)	108 (54.00)	1 (0.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.45 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่าการทำบัตรสมาชิก VIP กับทางบริษัทเพื่อรับบริการ และโปรโมชั่นต่างๆ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป มีความสำคัญต่อการสั่งซื้อสินค้า	77 (38.50)	115 (57.50)	6 (3.00)	2 (1.00)	0 (0.00)	4.34 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่าการทำกิจกรรมสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล Premium จากทางบริษัท มีความน่าสนใจ	24 (12.00)	84 (42.00)	92 (46.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.66 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการมอบส่วนลดพิเศษ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป เมื่อซื้อสินค้าจากทางบริษัท ทำให้ท่านรู้สึกเป็นบุคคลพิเศษ	106 (53.00)	63 (31.50)	31 (15.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.37 (เห็นด้วย)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปลผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการเสนอ การบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า

การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า (Customize)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ท่านคิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการมอบของขวัญในวันพิเศษของท่าน เช่น วันเกิด เทศกาลปีใหม่ หรือวันครบรอบบริษัท มีความน่าสนใจ และทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ	130 (65.00)	67 (33.50)	3 (1.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.64 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการให้คู่มือส่วนลด เพื่อนำไปแลกเปลี่ยนกับร้านค้าที่ร่วมรายการ ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษและอยากเป็นลูกค้าต่อไป	61 (30.50)	100 (50.00)	38 (19.00)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.11 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการมอบของสมนาคุณเป็นสินค้าตราหือของทางบริษัท เพื่อนำไปทำกำไรให้กับธุรกิจของท่านต่อไป ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษและอยากเป็นลูกค้าต่อไป	132 (66.00)	54 (27.00)	12 (6.00)	1 (0.50)	1 (0.50)	4.57 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.36 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.36)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ควรได้รับการส่งสินค้าที่รวดเร็วกว่าลูกค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.72) รองลงมาคือ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการมอบของขวัญในวันพิเศษของท่าน เช่น วันเกิด เทศกาลปีใหม่ หรือวันครบรอบบริษัท มีความน่าสนใจ และทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.64) และกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการมอบของสมนาคุณเป็นสินค้าตราห้อยของทางบริษัท เพื่อจะนำไปทำกำไรให้กับธุรกิจของท่านต่อไป ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ และอยากเป็นลูกค้าต่อไป (ค่าเฉลี่ย 4.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ อยากใช้บริการกับบริษัท หากมีพนักงานต้อนรับ และพนักงานส่งสินค้า ที่บริการท่านเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมาคือ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการมอบส่วนลดพิเศษ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป เมื่อซื้อสินค้าจากทางบริษัท ทำให้ท่านรู้สึกเป็นบุคคลพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.37) การทำบัตรสมาชิก VIP กับทางบริษัทเพื่อรับบริการ และ โปรโมชั่นต่างๆ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป มีความสำคัญต่อการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.34) กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการให้คูปองส่วนลด เพื่อนำไปแลกสินค้า กับร้านค้าที่ร่วมรายการ ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษและอยากเป็นลูกค้าต่อไป (ค่าเฉลี่ย 4.11) และการทำกิจกรรมสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล Premium จากทางบริษัท มีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3 ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท จำแนกตามพื้นที่ในการให้บริการ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการระบุตัวลูกค้า จำแนกตามพื้นที่ในการให้บริการ

การระบุตัวลูกค้า (Identify)	พื้นที่ในการให้บริการ	
	สาขาเถิน	สาขาสบปราบ
	n=100	n=100
ท่านยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เช่น ชื่อ วันเกิด สถานภาพ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.36 (เห็นด้วย)	4.72 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ช่องทางการติดต่อ เช่น เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.28 (เห็นด้วย)	4.51 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ความชอบ หรือกิจกรรมที่ท่านมีความสนใจเป็นพิเศษ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.33 (เห็นด้วย)	4.34 (เห็นด้วย)
ท่านยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ปริมาณการสั่งซื้อสินค้า ของท่าน เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.11 (เห็นด้วย)	4.14 (เห็นด้วย)
ท่านยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ความถี่ในการสั่งซื้อ เพื่อนำไปพัฒนา กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	3.98 (เห็นด้วย)	4.20 (เห็นด้วย)
ท่านมีความคิดเห็นว่าข้อมูลที่บริษัทบันทึก สามารถนำไปใช้ประโยชน์ ในการทำกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อจัดทำสิทธิพิเศษสำหรับท่าน ซึ่งเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป	4.09 (เห็นด้วย)	4.17 (เห็นด้วย)
หากท่านทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้น	4.12 (เห็นด้วย)	4.19 (เห็นด้วย)
หากท่านทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าบ่อยมากขึ้น	4.15 (เห็นด้วย)	4.26 (เห็นด้วย)
หากท่านทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้ากับทางบริษัทเท่านั้น	4.10 (เห็นด้วย)	4.25 (เห็นด้วย)
รวมค่าเฉลี่ย	4.17 (เห็นด้วย)	4.31 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเงิน มีความคิดเห็นต่อ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการระบุตัวลูกค้า (Identify) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ปัจจัยย่อยในเรื่องการระบุตัวลูกค้าโดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเงิน มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เช่น ชื่อ วันเกิด สถานภาพ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ความชอบ หรือกิจกรรมที่ท่านมีความสนใจเป็นพิเศษ เพื่อนำไปพัฒนา กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูลช่องทางการติดต่อ เช่น เบอร์ โทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าบ่อยมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.15) ทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.12) ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ปริมาณการสั่งซื้อ สินค้าของท่าน เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ทราบข้อมูลประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้ากับทางบริษัทเท่านั้น (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีความคิดเห็นว่าข้อมูลที่บริษัทบันทึก สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการทำกิจกรรม ลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อจัดทำสิทธิพิเศษสำหรับท่าน ซึ่งเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.09) และยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ความถี่ในการสั่งซื้อ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ ของบริษัทในส่วนของ การระบุตัวลูกค้า (Identify) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ปัจจัยย่อยในเรื่องการระบุตัวลูกค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เช่น ชื่อ วันเกิด สถานภาพ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.72) รองลงมาคือ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ช่องทางการติดต่อ เช่น เบอร์ โทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล เพื่อนำไปพัฒนา กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.51) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ความชอบ หรือกิจกรรมที่ท่านมีความสนใจเป็นพิเศษ เพื่อนำไปพัฒนา กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาคือ ทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าบ่อยมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.26) ทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้ากับทางบริษัทเท่านั้น (ค่าเฉลี่ย 4.25) ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ความถี่ในการ

สั่งซื้อ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของ
ท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย
4.19) มีความคิดเห็นว่าข้อมูลที่บริษัทบันทึก สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการทำกิจกรรมลูกค้า
สัมพันธ์ เพื่อจัดทำสิทธิพิเศษสำหรับท่าน ซึ่งเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.17) และยินดีจะให้
บริษัทเก็บข้อมูล ปริมาณการสั่งซื้อสินค้า ของท่าน เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย
4.14) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปลผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการจัดกลุ่มลูกค้า จำแนกตามพื้นที่ในการให้บริการ

การจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate)	พื้นที่ในการให้บริการ	
	สาขาเดิน	สาขาสบปราบ
	n=100	n=100
ท่านคิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการบริการที่แตกต่าง สำหรับลูกค้า ใน แต่ละระดับ มีความจำเป็น	4.72 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.55 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการเสนอสิทธิประโยชน์ แก่ลูกค้าใน แต่ละระดับมีความจำเป็น	4.41 (เห็นด้วย)	4.38 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่า การจัดกลุ่มลูกค้า มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้า ของบริษัท	4.30 (เห็นด้วย)	4.36 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่าสินค้าของบริษัทเป็นสินค้าหลัก ในร้าน ซึ่งสามารถทำ กำไรให้กับร้านของท่าน และไม่สามารถขาดสินค้านี้ในร้านของท่าน ได้	4.65 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.54 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่มีการซื้อสินค้ากับทางบริษัท มาเป็นระยะเวลา นาน ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น	4.49 (เห็นด้วย)	4.72 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่ "ไม่ได้" ซื้อสินค้ากับทางบริษัทมาเป็นระยะ เวลานานควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น	1.78 (ไม่เห็นด้วย)	2.76 (ไม่แน่ใจ)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อ มาก ควรได้รับสิทธิพิเศษ เหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น	4.47 (เห็นด้วย)	4.85 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่มียอดสั่งซื้อ น้อย ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่า ลูกค้าท่านอื่น	1.65 (ไม่เห็นด้วย)	2.15 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่มีการซื้อสินค้า เป็นประจำ ควรได้รับสิทธิพิเศษ เหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น	4.51 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.73 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่มีการสั่งซื้อเป็น บางครั้ง ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือ ลูกค้าท่านอื่น	1.66 (ไม่เห็นด้วย)	1.79 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าของทางบริษัทเพียง เจ้าเดียว ควรได้รับ สิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น	4.66 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.59 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าของ บริษัทคู่แข่งบ้าง เป็นบางครั้ง ควร ได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น	1.58 (ไม่เห็นด้วย)	1.61 (ไม่เห็นด้วย)
รวมค่าเฉลี่ย	3.57 (เห็นด้วย)	3.75 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นต่อ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.57)

โดยปัจจัยย่อยในการจัดกลุ่มลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ คิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการบริการที่แตกต่าง สำหรับลูกค้าในแต่ละระดับ มีความจำเป็น (ค่าเฉลี่ย 4.72) รองลงมาคือ คิดว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าของทางบริษัทเพียง เจ้าเดียว ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.66) คิดว่าสินค้าของบริษัทเป็นสินค้าหลัก ในร้าน ซึ่งสามารถทำกำไรให้กับร้านของท่าน และไม่สามารถขาดสินค้านี้ในร้านของท่านได้ (ค่าเฉลี่ย 4.65) และคิดว่าลูกค้าที่มีการซื้อสินค้า เป็นประจำ ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.51) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ คิดว่าลูกค้าที่มีการซื้อสินค้ากับทางบริษัท มาเป็นระยะเวลาานาน ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือ คิดว่าลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อมาก ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.47) คิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการเสนอสิทธิประโยชน์ แก่ลูกค้าในแต่ละระดับมีความจำเป็น (ค่าเฉลี่ย 4.41) และ คิดว่า การจัดกลุ่มลูกค้า มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.30) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ คิดว่าลูกค้าที่ไม่ได้ ซื้อสินค้ากับทางบริษัทมาเป็นระยะเวลาานานควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 1.78) รองลงมาคือ คิดว่าลูกค้าที่มีการสั่งซื้อเป็นบางครั้ง ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 1.66) คิดว่าลูกค้าที่มียอดสั่งซื้อ น้อย ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 1.65) และคิดว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าของ บริษัทคู่แข่งบ้าง เป็นบางครั้ง ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 1.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบมีความคิดเห็นต่อ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.75)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการแยกกลุ่มและวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบ มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ คิดว่าลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อ มาก ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.85) รองลงมาคือ คิดว่าลูกค้าที่มีการซื้อสินค้า เป็นประจำ ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่า

ลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.73) คิดว่าลูกค้าที่มีการซื้อสินค้ากับทางบริษัท มาเป็นระยะเวลาานาน ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.72) คิดว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าของทางบริษัทเพียง เจ้าเดียว ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.59) คิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการบริการที่แตกต่าง สำหรับลูกค้าในแต่ละระดับ มีความจำเป็น (ค่าเฉลี่ย 4.55) และคิดว่าสินค้าของบริษัทเป็นสินค้าหลัก ในร้าน ซึ่งสามารถทำกำไรให้กับร้านของท่าน และไม่สามารถขาดสินค้านี้ในร้านของท่านได้ (ค่าเฉลี่ย 4.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบ มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ คิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการเสนอสิทธิประโยชน์ แก่ลูกค้าในแต่ละระดับมีความจำเป็น (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ คิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.36) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบ มีความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจ ได้แก่ คิดว่าลูกค้าที่ไม่ได้ซื้อสินค้ากับทางบริษัทมาเป็นระยะเวลาานานควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 2.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบ มีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ คิดว่าลูกค้าที่มียอดสั่งซื้อ น้อย ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 2.15) รองลงมาคือ คิดว่าลูกค้าที่มีการสั่งซื้อเป็น บางครั้ง ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 1.79) และคิดว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าของ บริษัทคู่แข่งบ้าง เป็นบางครั้ง ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 1.61) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปลผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า จำแนกตามพื้นที่ในการให้บริการ

การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact)	พื้นที่ในการให้บริการ	
	สาขาเงิน	สาขาสบปราบ
	n=100	n=100
ท่านต้องการให้บริษัท ติดต่อ แจงข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทางโทรศัพท์	4.72 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.53 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านต้องการให้บริษัทติดต่อ แจงข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทางอีเมลล์	2.05 (ไม่เห็นด้วย)	2.38 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทติดต่อ แจงข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทางจดหมาย	2.43 (ไม่เห็นด้วย)	2.49 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทติดต่อ แจงข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทางเว็บไซต์ (Website)	2.09 (ไม่เห็นด้วย)	2.30 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทติดต่อ แจงข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทางพนักงานขาย	4.62 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.57 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท	4.25 (เห็นด้วย)	3.93 (เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูลและแนะนำสินค้าและบริการ ใหม่ๆ ของทางบริษัท	4.25 (เห็นด้วย)	4.18 (เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับ โปรโมชันสินค้า และส่วนลดต่างๆ	4.72 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.33 (เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับสิทธิพิเศษ สำหรับลูกค้า	4.77 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.30 (เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทมีการ ติดตามความคิดเห็น และความพึงพอใจเกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัท	4.36 (เห็นด้วย)	4.42 (เห็นด้วย)
รวมค่าเฉลี่ย	3.82 (เห็นด้วย)	3.74 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเงิน มีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.82)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเงิน มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับสิทธิพิเศษ สำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.77) ต้องการให้บริษัท ติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทาง โทรศัพท์ และต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับ โปรโมชันสินค้า และส่วนลดต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.72) และต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทาง พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.62) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเงิน มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ต้องการให้บริษัทมีการ ติดตามความคิดเห็น และความพึงพอใจ เกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.36) ต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับการดำเนินงานและ กิจกรรมต่างๆ ของบริษัท และต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูลและแนะนำสินค้า และบริการ ใหม่ๆ ของทางบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเงิน มีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับท่าน ผ่านทาง จดหมาย (ค่าเฉลี่ย 2.43) รองลงมาคือต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทาง เว็บไซต์ (Website) (ค่าเฉลี่ย 2.09) และ ต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทาง อีเมลล์ (ค่าเฉลี่ย 2.05) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบ มีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.74)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบ มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทาง พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาคือ ต้องการให้บริษัท ติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทาง โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.53) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบ มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ต้องการให้บริษัทมีการ ติดตามความคิดเห็น และความพึงพอใจ เกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมาคือต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับ โปรโมชันสินค้า และส่วนลดต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.33) ต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับสิทธิพิเศษ สำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.30) ต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูลและแนะนำสินค้า และบริการ ใหม่ๆ ของทางบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.18) และต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับการดำเนินงานและ กิจกรรมต่างๆ ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบ มีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ต้องการให้บริษัทติดต่อ แจงข้อมูลข่าวสารให้กับท่าน ผ่านทาง จดหมาย (ค่าเฉลี่ย 2.49) รองลงมาคือ ต้องการให้บริษัทติดต่อ แจงข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทางอีเมลล์ (ค่าเฉลี่ย 2.38) และต้องการให้บริษัทติดต่อ แจงข้อมูลข่าวสารให้กับท่าน ผ่านทาง เว็บไซต์ (Website) (ค่าเฉลี่ย 2.30) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปลผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า จำแนกตามพื้นที่ในการให้บริการ

การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า (Customize)	พื้นที่ในการให้บริการ	
	สาขาเถิน	สาขาสบปราบ
	n=100	n=100
ท่านคิดว่า ท่านควร ได้รับการการส่งสินค้าที่รวดเร็วกว่าลูกค้าทั่วไป	4.71 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.73 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าอยากใช้บริการกับบริษัท หากมีพนักงานต้อนรับ และพนักงานส่งสินค้า ที่บริการท่านเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป	4.32 (เห็นด้วย)	4.58 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าการทำบัตรสมาชิก VIP กับทางบริษัทเพื่อรับบริการ และโปรโมชั่นต่างๆ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป มีความสำคัญต่อการสั่งซื้อสินค้า	4.38 (เห็นด้วย)	4.29 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่าการทำกิจกรรมสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล Premium จากทางบริษัท มีความน่าสนใจ	3.63 (เห็นด้วย)	3.69 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการมอบส่วนลดพิเศษ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป เมื่อซื้อสินค้าจากทางบริษัท ทำให้ท่านรู้สึกเป็นบุคคลพิเศษ	4.27 (เห็นด้วย)	4.48 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการมอบของขวัญในวันพิเศษของท่าน เช่น วันเกิด เทศกาลปีใหม่ หรือวันครบรอบบริษัท มีความน่าสนใจ และทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ	4.70 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.57 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการให้คูปองส่วนลด เพื่อนำไปแลกสินค้า กับร้านค้าที่ร่วมรายการ ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษและอยากเป็นลูกค้าต่อไป	4.38 (เห็นด้วย)	3.83 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการมอบของสมนาคุณเป็นสินค้าตราห้อยของทางบริษัท เพื่อจะนำไปทำกำไรให้กับธุรกิจของท่านต่อไป ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ และอยากเป็นลูกค้าต่อไป	4.73 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.42 (เห็นด้วย)
รวมค่าเฉลี่ย	4.39 (เห็นด้วย)	4.32 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นต่อ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า (Customize) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.39)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ คิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการมอบของสมนาคุณเป็นสินค้าตราห้อยของทางบริษัท เพื่อนำไปทำกำไรให้กับธุรกิจของท่านต่อไป ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ และอยากเป็นลูกค้าต่อไป (ค่าเฉลี่ย 4.73) คิดว่า ท่านควรได้รับบริการการส่งสินค้าที่รวดเร็วกว่าลูกค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.71) และคิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการมอบของขวัญในวันพิเศษของท่าน เช่น วันเกิด เทศกาลปีใหม่ หรือวันครบรอบบริษัท มีความน่าสนใจ และทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.70) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาเถิน มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ คิดว่าการทำบัตรสมาชิก VIP กับทางบริษัทเพื่อรับบริการ และโปรโมชั่นต่างๆ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป มีความสำคัญต่อการสั่งซื้อสินค้า และคิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการให้คูปองส่วนลด เพื่อนำไปแลกสินค้า กับร้านค้าที่ร่วมรายการ ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษและอยากเป็นลูกค้าต่อไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ คิดว่าอยากใช้บริการกับบริษัท หากมีพนักงานต้อนรับ และพนักงานส่งสินค้า ที่บริการท่านเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.32) คิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการมอบส่วนลดพิเศษ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป เมื่อซื้อสินค้าจากทางบริษัท ทำให้ท่านรู้สึกเป็นบุคคลพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และคิดว่าการทำกิจกรรมสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล Premium จากทางบริษัท มีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบ มีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทในส่วนของการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า (Customize) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.32)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบ มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ คิดว่า ท่านควรได้รับบริการการส่งสินค้าที่รวดเร็วกว่าลูกค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.73) รองลงมาคืออยากใช้บริการกับบริษัท หากมีพนักงานต้อนรับ และพนักงานส่งสินค้า ที่บริการท่านเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.58) และคิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการมอบของขวัญในวันพิเศษของท่าน เช่น วันเกิด เทศกาลปีใหม่ หรือวันครบรอบบริษัท มีความน่าสนใจ และทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่สาขาสบปราบ มีความคิดเห็นในระดับเห็น เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการมอบส่วนลดพิเศษ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป เมื่อซื้อสินค้าจากทางบริษัท ทำให้ท่านรู้สึกเป็นบุคคลพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาคือ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการมอบของสมนาคุณเป็นสินค้าพรีเมียมหรือของทางบริษัท เพื่อจะนำไปทำกำไรให้กับธุรกิจของท่านต่อไป ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ และอยากเป็นลูกค้าต่อไป (ค่าเฉลี่ย 4.42) การทำบัตรสมาชิก VIP กับทางบริษัทเพื่อรับบริการ และโปรโมชั่นต่างๆ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป มีความสำคัญต่อการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.29) กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการให้คูปองส่วนลด เพื่อนำไปแลกสินค้า กับร้านค้าที่ร่วมรายการ ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษและอยากเป็นลูกค้าต่อไป (ค่าเฉลี่ย 3.83) และคิดว่าการทำกิจกรรมสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล Premium จากทางบริษัท มีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.4 ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็น ในเรื่องการระบุตัวลูกค้า จำแนกตามเพศ

การระบุตัวลูกค้า (Identify)	เพศ	
	ชาย	หญิง
	n=92	n=108
ท่านยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เช่น ชื่อ วันเกิด สถานภาพ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.38 (เห็นด้วย)	4.68 (เห็นด้วย)
ท่านยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ช่องทางการติดต่อ เช่น เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.39 (เห็นด้วย)	4.40 (เห็นด้วย)
ท่านยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ความชอบ หรือกิจกรรมที่ท่านมีความสนใจเป็นพิเศษ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.23 (เห็นด้วย)	4.43 (เห็นด้วย)
ท่านยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ปริมาณการสั่งซื้อสินค้า ของท่าน เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.14 (เห็นด้วย)	4.11 (เห็นด้วย)
ท่านยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ความถี่ในการสั่งซื้อ เพื่อนำไปพัฒนา กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์	4.03 (เห็นด้วย)	4.14 (เห็นด้วย)
ท่านมีความคิดเห็นว่าข้อมูลที่บริษัทบันทึก สามารถนำไปใช้ประโยชน์ ในการทำกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อจัดทำสิทธิพิเศษสำหรับท่าน ซึ่ง เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป	4.11 (เห็นด้วย)	4.15 (เห็นด้วย)
หากท่านทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิ ประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้น	4.12 (เห็นด้วย)	4.19 (เห็นด้วย)
หากท่านทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิ ประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าบ่อยมากขึ้น	4.18 (เห็นด้วย)	4.22 (เห็นด้วย)
หากท่านทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิ ประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้ากับทางบริษัทเท่านั้น	4.14 (เห็นด้วย)	4.20 (เห็นด้วย)
รวมค่าเฉลี่ย	4.19 (เห็นด้วย)	4.28 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทในส่วนของ การระบุตัวลูกค้า (Identify) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.19)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการระบุตัวลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ช่องทางการติดต่อ เช่น เบอร์

โทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมาคือ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เช่น ชื่อ วันเกิด สถานภาพ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ความชอบ หรือกิจกรรมที่ท่านมีความสนใจเป็นพิเศษ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าบ่อยมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.18) ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ปริมาณการสั่งซื้อสินค้า ของท่าน เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์และ ทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้ากับทางบริษัทเท่านั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.14) ทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.12) ข้อมูลที่บริษัทบันทึก สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการทำกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อจัดทำสิทธิพิเศษสำหรับท่าน ซึ่งเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.11) และยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูลความถี่ในการสั่งซื้อเพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการระบุตัวลูกค้า (Identify) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.28)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการระบุตัวลูกค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ประวัติส่วนตัว เช่น ชื่อ วันเกิด สถานภาพ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ความชอบ หรือกิจกรรมที่ท่านมีความสนใจเป็นพิเศษ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือ ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ช่องทางการติดต่อ เช่น เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ อีเมล เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าบ่อยมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.22) ทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้ากับทางบริษัทเท่านั้น (ค่าเฉลี่ย 4.20) ทราบข้อมูล ประวัติในการสั่งซื้อของท่าน เพื่อนำไปใช้สิทธิประโยชน์ ที่ทางบริษัทจัดให้ ท่านจะซื้อสินค้าในปริมาณที่เพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีความคิดเห็นว่าข้อมูลที่บริษัทบันทึก สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการทำกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อจัดทำสิทธิพิเศษสำหรับท่าน ซึ่งเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.15) ยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ความถี่ในการสั่งซื้อ เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และยินดีจะให้บริษัทเก็บข้อมูล ปริมาณการสั่งซื้อสินค้า ของท่าน เพื่อนำไปพัฒนากิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปลผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate) จำแนกตามเพศ

การจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate)	เพศ	
	ชาย	หญิง
	n=92	n=108
ท่านคิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการบริการที่แตกต่าง สำหรับลูกค้าในแต่ละระดับ มีความจำเป็น	4.64 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.63 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการเสนอสิทธิประโยชน์ แก่ลูกค้าในแต่ละระดับมีความจำเป็น	4.45 (เห็นด้วย)	4.35 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่า การจัดกลุ่มลูกค้า มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของบริษัท	4.38 (เห็นด้วย)	4.29 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่าสินค้าของบริษัทเป็นสินค้าหลัก ในร้าน ซึ่งสามารถทำกำไรให้กับร้านของท่าน และไม่สามารถขาดสินค้านี้ในร้านของท่าน ได้	4.53 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.65 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่มีการซื้อสินค้ากับทางบริษัท มาเป็นระยะเวลานาน ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น	4.67 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.55 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่ไม่ได้ ซื้อสินค้ากับทางบริษัทมาเป็นระยะเวลานานควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น	2.23 (ไม่เห็นด้วย)	2.31 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อ มาก ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น	4.70 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.63 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่มียอดสั่งซื้อ น้อย ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น	1.78 (ไม่เห็นด้วย)	2.00 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่มีการซื้อสินค้า เป็นประจำ ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น	4.51 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.71 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่มีการสั่งซื้อเป็น บางครั้ง ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น	1.79 (ไม่เห็นด้วย)	1.67 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าของทางบริษัทเพียง เจ้าเดียว ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น	4.68 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.57 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าของ บริษัทคู่แข่งบ้าง เป็นบางครั้ง ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น	1.54 (ไม่เห็นด้วย)	1.64 (ไม่เห็นด้วย)
รวมค่าเฉลี่ย	3.66 (เห็นด้วย)	3.67 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.66)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดกลุ่มลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ คิดว่าลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อ มาก ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.70) รองลงมาคือ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าของทางบริษัทเพียงเจ้าเดียว ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.68) คิดว่าลูกค้าที่มีการซื้อสินค้ากับทางบริษัท มาเป็นระยะเวลาไม่นาน ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.67) คิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการบริการที่แตกต่าง สำหรับลูกค้าในแต่ละระดับ มีความจำเป็น (ค่าเฉลี่ย 4.64) สินค้าของบริษัทเป็นสินค้าหลัก ในร้าน ซึ่งสามารถทำกำไรให้กับร้านของท่าน และไม่สามารถขาดสินค้านี้ ในร้านของท่านได้ (ค่าเฉลี่ย 4.53) และคิดว่าลูกค้าที่มีการซื้อสินค้า เป็นประจำ ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.51) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านคิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการเสนอสิทธิประโยชน์ แก่ลูกค้าในแต่ละระดับมีความจำเป็น (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมาคือ การจัดกลุ่มลูกค้า มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.38) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ลูกค้าที่ ไม่ได้ ซื้อสินค้ากับทางบริษัทมาเป็นระยะเวลาไม่นาน ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 2.23) รองลงมาคือลูกค้าที่มีการสั่งซื้อเป็น บางครั้ง ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 1.79) ลูกค้าที่มียอดสั่งซื้อ น้อย ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 1.78) ลูกค้าที่ซื้อสินค้าของ บริษัทคู่แข่งบ้าง เป็นบางครั้ง ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 1.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนการจัดกลุ่มลูกค้า (Differentiate) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.67)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดกลุ่มลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ คิดว่าลูกค้าที่มีการซื้อสินค้า เป็นประจำ ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาคือ คิดว่าสินค้าของบริษัทเป็นสินค้าหลัก ในร้าน ซึ่งสามารถทำกำไรให้กับร้านของท่าน และไม่สามารถขาดสินค้านี้ ในร้านของท่านได้ (ค่าเฉลี่ย 4.65) คิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการบริการที่แตกต่าง สำหรับลูกค้าในแต่ละระดับ มีความจำเป็น และคิดว่าลูกค้าที่มีปริมาณการสั่งซื้อ มาก ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.63) คิดว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าของทางบริษัทเพียง เจ้าเดียว ควรได้รับสิทธิพิเศษ

เหนือลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.57) และคิดว่าลูกค้าที่มีการซื้อสินค้ากับทางบริษัท มาเป็นระยะเวลา นาน ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.55) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ คิดว่าการจัดกลุ่มลูกค้า เพื่อการเสนอสิทธิประโยชน์ แก่ลูกค้าในแต่ละระดับมีความจำเป็น (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมาคือ คิดว่า การจัดกลุ่มลูกค้า มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.29) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ คิดว่าลูกค้าที่ไม่ได้ซื้อสินค้ากับทางบริษัทมาเป็นระยะเวลานานควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น(ค่าเฉลี่ย 2.31) รองลงมาคือ คิดว่าลูกค้าที่มียอดสั่งซื้อ น้อย ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือกว่าลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 2.00) คิดว่าลูกค้าที่มีการสั่งซื้อเป็น บางครั้ง ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 1.67) และคิดว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าของ บริษัทคู่แข่งบ้าง เป็นบางครั้ง ควรได้รับสิทธิพิเศษเหนือลูกค้าท่านอื่น (ค่าเฉลี่ย 1.64) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปลผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact) จำแนกตามเพศ

การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact)	เพศ	
	ชาย	หญิง
	n=92	n=108
ท่านต้องการให้บริษัท ติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทางโทรศัพท์	4.63 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.62 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทางอีเมลล์	2.23 (ไม่เห็นด้วย)	2.20 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทางจดหมาย	2.43 (ไม่เห็นด้วย)	2.48 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทางเว็บไซต์ (Website)	2.12 (ไม่เห็นด้วย)	2.26 (ไม่เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทางพนักงานขาย	4.71 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.50 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท	4.09 (เห็นด้วย)	4.09 (เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูลและแนะนำสินค้าและบริการ ใหม่ๆ ของทางบริษัท	4.21 (เห็นด้วย)	4.22 (เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับ โปรโมชันสินค้า และส่วนลดต่างๆ	4.57 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.49 (เห็นด้วย)
ท่านต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับสิทธิพิเศษ สำหรับลูกค้า	4.50 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.56 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านต้องการให้บริษัทมีการ ติดตามความคิดเห็น และความพึงพอใจเกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัท	4.38 (เห็นด้วย)	4.40 (เห็นด้วย)
รวมค่าเฉลี่ย	3.79 (เห็นด้วย)	3.79 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.79)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทาง พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.71) รองลงมาคือ ต้องการให้บริษัท ติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทาง โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.63) ต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับโปรโมชั่นสินค้า และส่วนลดต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.57) และต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับสิทธิพิเศษ สำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.50) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ต้องการให้บริษัทมีการ ติดตามความคิดเห็น และความพึงพอใจ เกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ ต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูลและแนะนำสินค้า และบริการ ใหม่ๆ ของทางบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.21) และต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับท่าน ผ่านทาง จดหมาย (ค่าเฉลี่ย 2.43) รองลงมาคือ ต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทาง อีเมลล์ (ค่าเฉลี่ย 2.23) และต้องการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทาง เว็บไซต์ (Website) (ค่าเฉลี่ย 2.12) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของ การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Interact) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.79)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ต้องการให้บริษัท ติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทาง โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมาคือ การให้บริษัทแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับสิทธิพิเศษ สำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.56) การให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทาง พนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.50) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ต้องการให้บริษัทแจ้งข้อมูล เกี่ยวกับ โปรโมชั่นสินค้า และส่วนลดต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือ การให้บริษัทมีการ ติดตามความคิดเห็น และความพึงพอใจ เกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัท(ค่าเฉลี่ย 4.40)การให้บริษัทแจ้งข้อมูลและแนะนำสินค้า และบริการ ใหม่ๆ ของทางบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.22) และการให้บริษัทแจ้งข้อมูล ข่าวสาร เกี่ยวกับการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.09) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับท่าน ผ่านทาง จดหมาย (ค่าเฉลี่ย 2.48) รองลงมา

คือ การให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่าน ผ่านทาง เว็บไซต์ (Website) (ค่าเฉลี่ย 2.26) และการให้บริษัทติดต่อ แจ้งข้อมูลข่าวสาร ให้กับท่านผ่านทาง อีเมลล์ (ค่าเฉลี่ย 2.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปลผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า จำแนกตามเพศ

การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า (Customize)	เพศ	
	ชาย	หญิง
	n=92	n=108
ท่านคิดว่า ท่านควรได้รับบริการการส่งสินค้าที่รวดเร็วกว่าลูกค้าทั่วไป	4.64 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.79 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าอยากใช้บริการกับบริษัท หากมีพนักงานต้อนรับ และพนักงานส่งสินค้า ที่บริการท่านเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป	4.37 (เห็นด้วย)	4.52 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่าการทำบัตรสมาชิก VIP กับทางบริษัทเพื่อรับบริการ และโปรโมชั่นต่างๆ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป มีความสำคัญต่อการสั่งซื้อสินค้า	4.32 (เห็นด้วย)	4.35 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่าการทำกิจกรรมสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล Premium จากทางบริษัท มีความน่าสนใจ	3.47 (เห็นด้วย)	3.82 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการมอบส่วนลดพิเศษ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป เมื่อซื้อสินค้าจากทางบริษัท ทำให้ท่านรู้สึกเป็นบุคคลพิเศษ	4.38 (เห็นด้วย)	4.37 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการมอบของขวัญในวันพิเศษของท่าน เช่น วันเกิด เทศกาลปีใหม่ หรือวันครบรอบบริษัท มีความน่าสนใจ และทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ	4.57 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.69 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
ท่านคิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการให้คูปองส่วนลด เพื่อนำไปแลกสินค้า กับร้านค้าที่ร่วมรายการ ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษและอยากเป็นลูกค้าต่อไป	4.14 (เห็นด้วย)	4.07 (เห็นด้วย)
ท่านคิดว่า กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์โดยการมอบของสมนาคุณเป็นสินค้า ครายี่ห้อของทางบริษัท เพื่อจะนำไปทำกำไรให้กับธุรกิจของท่านต่อไป ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ และอยากเป็นลูกค้าต่อไป	4.64 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.52 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)
รวมค่าเฉลี่ย	4.32 (เห็นด้วย)	4.39 (เห็นด้วย)

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทในส่วนของ การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า(Customize) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.32)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านควรได้รับบริการการส่งสินค้าที่รวดเร็วกว่าลูกค้าทั่วไป และกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการมอบของสมนาคุณเป็นสินค้าตราห้อยของทางบริษัท เพื่อจะนำไปทำกำไรให้กับธุรกิจของท่านต่อไป ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ และอยากเป็นลูกค้าต่อไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมาคือ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการมอบของขวัญในวันพิเศษของท่าน เช่น วันเกิด เทศกาลปีใหม่ หรือวันครบรอบบริษัท มีความน่าสนใจ และทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการมอบส่วนลดพิเศษ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป เมื่อซื้อสินค้าจากทางบริษัท ทำให้ท่านรู้สึกเป็นบุคคลพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ ยากใช้บริการกับบริษัท หากมีพนักงานต้อนรับ และพนักงานส่งสินค้า ที่บริการท่านเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.37) การทำบัตรสมาชิก VIP กับทางบริษัทเพื่อรับบริการ และ โปรโมชันต่างๆ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป มีความสำคัญต่อการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.32) กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการให้คูปองส่วนลด เพื่อนำไปแลกสินค้า กับร้านค้าที่ร่วมรายการ ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษและอยากเป็นลูกค้าต่อไป (ค่าเฉลี่ย 4.14) และการทำกิจกรรมสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล Premium จากทางบริษัท มีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ในส่วนของ การเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า(Customize) โดยรวมในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 4.39)

โดยปัจจัยย่อยในเรื่องการเสนอการบริการตามความเหมาะสมแก่ลูกค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่านควรได้รับบริการการส่งสินค้าที่รวดเร็วกว่าลูกค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.79) รองลงมาคือ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการมอบของขวัญในวันพิเศษของท่าน เช่น วันเกิด เทศกาลปีใหม่ หรือวันครบรอบบริษัท มีความน่าสนใจ และทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.69) ยากใช้บริการกับบริษัท หากมีพนักงานต้อนรับ และพนักงานส่งสินค้า ที่บริการท่านเหนือกว่าลูกค้าทั่วไป และ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการมอบของสมนาคุณเป็นสินค้าตราห้อยของทางบริษัท เพื่อจะนำไปทำกำไรให้กับธุรกิจของท่านต่อไป ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษ และอยากเป็นลูกค้าต่อไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการมอบส่วนลดพิเศษ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป เมื่อซื้อสินค้าจากทางบริษัท ทำให้ท่านรู้สึกเป็นบุคคลพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาคือ การทำบัตรสมาชิก VIP กับทางบริษัทเพื่อรับบริการ และโปรโมชั่นต่างๆ ที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป มีความสำคัญต่อการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.35) กิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ โดยการให้คูปองส่วนลด เพื่อนำไปแลกสินค้า กับร้านค้าที่ร่วมรายการ ทำให้ท่านรู้สึกพิเศษและอยากเป็นลูกค้าต่อไป (ค่าเฉลี่ย 4.07) และการทำกิจกรรมสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล Premium จากทางบริษัท มีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

4.5 ส่วนที่ 5 คำแนะนำและความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับเกี่ยวกับกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เณิพัฒน์กิจ

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ คำแนะนำและความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เณิพัฒน์กิจ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
อยากให้ทางบริษัทแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆทางโทรศัพท์	10	5.00
อยากให้บริการส่งรวดเร็วกว่านี้	3	1.50
อยากได้ส่วนลดมากๆ หากซื้อในปริมาณมากควรจะได้ส่วนลดมากกว่านี้	5	5.00

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีคำแนะนำและความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ ของห้างหุ้นส่วนจำกัด เณิพัฒน์กิจ อันดับแรก ได้แก่ ขอให้ทางบริษัทแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆทางโทรศัพท์ จำนวน 10 รายคิดเป็นร้อยละ 5.00 รองลงมาคือ อยากได้ส่วนลดมากๆ หากซื้อในปริมาณมากควรจะได้ส่วนลดมากกว่านี้ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอยากให้บริการส่งรวดเร็วกว่านี้ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50