

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญตาราง	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	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	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	17
3.1 ขอบเขตการศึกษา	17
3.2 วิธีการศึกษา	17
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	18
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	18
3.5 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	19
3.6 ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 สรุปผลการศึกษา	14
4.1 ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	21
4.2 ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่	28
4.3 ส่วนที่ 3: ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของ ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	40
4.4 ส่วนที่ 4 : ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของ ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	51
4.5 ส่วนที่ 5: ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของ ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	65
4.6 ส่วนที่ 6: ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของ ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้	79
4.7 ส่วนที่ 7: ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของ ธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	96
4.8 ส่วนที่ 8: ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม	107
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	108
5.1 สรุปผลการศึกษา	106
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	120
5.3 ข้อค้นพบ	123
5.4 ข้อเสนอแนะ	125
บรรณานุกรม	127
ภาคผนวก	129
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม	130
ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม	137
ประวัติผู้เขียน	138

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	21
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	21
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	22
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	23
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	26
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงดาว	24
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงดาว	25
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาเชียงดาว	26
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของระดับความคิดเห็นในเรื่องการสร้างกลุ่มเป้าหมาย	28
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ	30
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการติดตาม	32
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของระดับความคิดเห็นในเรื่องการจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ	34
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการประมวลผลการขาย	36
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการ สร้างกลุ่มเป้าหมาย จำแนกตามเพศ	40
ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการ ส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ จำแนกตามเพศ	42
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการ ติดตาม จำแนกตามเพศ	44
ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยแปรผลของระดับความคิดเห็นในเรื่องการ จัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อจำแนกตามเพศ	45
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของระดับความคิดเห็นในเรื่องการ ประมวลผลการขายจำแนกตามเพศ	47
ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของระดับความคิดเห็นในเรื่องการ ติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าจำแนกตามเพศ	49
ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการ สร้างกลุ่มเป้าหมาย จำแนกตามอายุ	51
ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการ ส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ จำแนกตามอายุ	53
ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของระดับความคิดเห็นในเรื่องการ ติดตาม จำแนกตามอายุ	56
ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการ จัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ จำแนกตามอายุ	58
ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการ ประมวลผลการขาย จำแนกตามอายุ	60
ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่องการ ติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า จำแนกตามอายุ	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การสร้างกลุ่มเป้าหมาย จำแนกตามระดับการศึกษา	65
ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ จำแนกตาม ระดับการศึกษา	67
ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การติดตาม จำแนกตามระดับการศึกษา	70
ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ จำแนกตาม ระดับการศึกษา	72
ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การประมวลผลการขาย จำแนกตามระดับการศึกษา	74
ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของระดับความคิดเห็นในเรื่อง การติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าจำแนกตามระดับการศึกษา	76
ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การสร้างกลุ่มเป้าหมาย จำแนกตามรายได้	79
ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ จำแนกตาม รายได้	82
ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การติดตาม จำแนกตามรายได้	86
ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ จำแนกตาม รายได้	88
ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การประมวลผลการขายจำแนกตามรายได้	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า จำแนกตามรายได้	93
ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การสร้างกลุ่มเป้าหมาย จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	96
ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การส่งลูกค้าเป้าหมายไปให้กับพนักงานขายที่รับผิดชอบ จำแนกตาม ระยะเวลาการเป็นลูกค้า	98
ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของ ระดับความคิดเห็นในเรื่อง การติดตาม จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	100
ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของระดับความคิดเห็นในเรื่อง การจัดการในด้านคำสั่งซื้อและการตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ จำแนกตาม ระยะเวลาการเป็นลูกค้า	101
ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของระดับความคิดเห็นในเรื่อง การประมวลผลการขาย จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	103
ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของระดับความคิดเห็นในเรื่อง การติดตามของปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	105