ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามผู้ประกอบการ

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

แบบสอบถาม

เรื่อง กลยุทธ์การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) และแผนธุรกิจประเภทร้านอาหารคาราโอเกะ ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ใช้สำหรับสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าในร้านอาหารคาราโอเกะ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (MM.in SMEs) มหาวิทยาลัยบูรพา

แบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 4 ตอน จำนวน 7 หน้า ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันในร้านอาหารคาราโอเกะ ในส่วนของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 3 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับ การจัดความสัมพันธ์กับลูกค้า ของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านอาหารคาราโอเกะ

ซึ่งข้อมูลในแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ข้อมูลที่กรอกนี้ข้าพเจ้าจะถือเป็นความลับของธุรกิจและไม่มีใครทราบว่าผู้กรอกคือใคร และในโอกาสนี้ข้าพเจ้าขอขอบคุณในความร่วมมือของท่าน ในครั้งนี้เป็นอย่างสูง

นายนิตินัย ปาละนิติเสนา

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง กลยุทธ์การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) ประเภทร้านอาหารคาราโอเกะ

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดกา □ ลงในที่ตรงกับความจริงมากที่สุดเกี่ยวกับตัวท่านและร้านอาหาร

ID เจ้าหน้าที่
IV1 ( )
IV2 ( )
IV3 ( )
IV4 ( )
IV5 ( )
IV6 ( )
IV7 ( )

1. ระดับการศึกษาสูงสุด

( ) 1. ประถมศึกษา ( ) 2. มัธยมต้น/มัธยมปลาย / ปวช.

( ) 3. อนุปริญญา/ปวส. ( ) 4. ปริญญาตรี ( ) 5. สูงกว่าปริญญาตรี

2. ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับร้านอาหารหรือคาราโอเกะ

( ) 1. น้อยกว่า 1 ปี ( ) 2. 1-3 ปี ( ) 3. 4-7 ปี

( ) 4. 8-11 ปี ( ) 5. มากกว่า 11 ปี

3. ร้านอาหารคาราโอเกะของท่านดำเนินธุรกิจแบบใด

( ) 1. ห้างหุ้นส่วนบุคคลธรรมดา

( ) 2. ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล

( ) 3. บริษัท จำกัด

( ) 4. ไม่ได้จดทะเบียน

( ) 5. อื่น ๆ _____

4. ความรู้ทางธุรกิจของท่าน

( ) 1. ไม่เคยรับการศึกษาความรู้ทางธุรกิจ ( ) 2. ได้รับความรู้ทางธุรกิจในช่วงเรียน

( ) 3. จบปริญญาตรีทางสายธุรกิจ ( ) 4. ศึกษาปริญญาโททางสายธุรกิจ

( ) 5. อื่น ๆ _____ (โปรดระบุ)

5. บิดา - มารดา ท่านประกอบธุรกิจมาก่อน

( ) 1. ใช่ ( ) 2. ไม่ใช่

6. ร้านอาหารคาราโอเกะแห่งนี้ได้ดำเนินกิจการมานานเป็นระยะเวลานานกี่ปี

( ) 1. น้อยกว่า 1 ปี ( ) 2. 1-3 ปี ( ) 3. 4-7 ปี

( ) 4. 8-11 ปี ( ) 5. มากกว่า 12 ปี

7. ประเภทสถานที่ดำเนินธุรกิจ

( ) 1. เป็นของธุรกิจเอง

( ) 2. เช่า

( ) 3. อื่น ๆ _____ (โปรดระบุ)

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันในร้านอาหารคาราโอเกะ ในส่วนของผู้ประกอบการ
คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ☑ ที่ตรงกับความจริงมากที่สุดเกี่ยวกับตัวท่านและร้านอาหาร

ปัจจัย	ความสำคัญด้านกลยุทธ์					สำหรับเจ้าหน้าที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ด้านผลิตภัณฑ์						
1.ท่านให้ความสำคัญกับความพร้อมของเครื่องเสียง						DV1 ( )
2.ท่านให้ความสำคัญกับคุณภาพของเสียงจากเครื่อง						DV2 ( )
3.ท่านให้ความสำคัญความหลากหลายของรายการอาหาร						DV3 ( )
4.ท่านให้ความสำคัญกับความหลากหลายของแนวเพลง						DV4 ( )
5.ท่านให้ความสำคัญกับความทันสมัยของเพลง						DV5 ( )
ด้านราคา						
6.มีราคาที่ยุติธรรมเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย						DV6 ( )
7.มีการตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ						DV7 ( )
8.ราคาเป็นเงื่อนไขที่สำคัญให้เกิดการใช้บริการทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ						DV8 ( )
ด้านลักษณะสถานที่						
9.มีสถานที่จอดรถเพียงพอ						DV9 ( )
10.สถานที่ภายในร้านอาหารมีความสะอาด						DV10( )
11.การตกแต่งภายนอกภายสวยงามโดดเด่นดึงดูด						DV11( )
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
12.มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุอย่างสม่ำเสมอ						DV12( )
13.มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลดกับสมาชิกหรือลูกค้าขาประจำ						DV13( )
14.ส่วนใหญ่ท่านรู้จักชื่อเสียงและข่าวสารผ่านปากต่อปาก						DV14( )
15.ท่านชอบส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องของร้าน						DV15( )
16. มีการร่วมมือการส่งเสริมการขายกับร้านอื่น ๆ เช่น ร้านขายสุรา ร้านคาราโอเกะคู่แข่ง เป็นต้น						DV16( )

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ตอนที่ 3 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับ CRM ของผู้ประกอบการ

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อ CRM					สำหรับเจ้าหน้าที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
แนวคิดหลักที่สำคัญของ CRM						
1.แนวคิดด้านลูกค้า						
1.1 ท่านให้ความสำคัญกับการกำหนดจุดมุ่งหมายในการให้บริการลูกค้าว่ามีความสำคัญ						DV 1.1( )
1.2 ท่านมีแนวคิดที่จะทำให้ลูกค้าเห็นถึงคุณประโยชน์ในการเป็นลูกค้าประจำของกิจการ						DV 1.2( )
1.3 ท่านจัดระบบการดำเนินงานด้านลูกค้าที่เน้นลูกค้าเป็นหลัก						DV 1.3( )
1.4 ท่านคิดว่าการสร้างความสัมพันธ์ติดต่อกับลูกค้ามีความสำคัญ						DV 1.4 ( )
2.แนวคิดในด้านตัวสินค้าหรือบริการ						
2.1 ท่านคิดว่าการพัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่จะสามารถสร้างความน่าสนใจให้แก่ลูกค้า						DV 2.1 ( )
2.2 ท่านคิดว่าพนักงานต้อนรับมีส่วนสำคัญในการสร้างความแตกต่างกับคู่แข่ง						DV 2.2 ( )
2.3 จำนวนพนักงานต้อนรับมีผลต่อการให้บริการ						DV 2.3 ( )
2.4 ท่านคิดว่าการรักษามาตรฐานการให้บริการทั้งในด้านคุณภาพของพนักงานต้อนรับหรือการให้บริการมีส่วนทำให้ลูกค้าพึงพอใจ						DV 2.4 ( )
3.การนำ CRM ไปปฏิบัติ						
3.1 ท่านคิดว่าการเก็บข้อมูลลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในลักษณะสมัครสมาชิกมีความสำคัญ						DV 3.1 ( )
3.2 ท่านมีการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการลูกค้าอยู่เสมอ						DV 3.2 ( )
3.3 ท่านคิดว่าเครื่องมือในการช่วยเก็บบันทึกข้อมูลของลูกค้ามีความจำเป็นต่อร้านคาราโอเกะของท่าน						DV 3.3 ( )
3.4 ท่านตอบสนองตรงกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ						DV 3.4 ( )

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ตอนที่ 3 ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับ CRM ของผู้ประกอบการ

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อ CRM					สำหรับเจ้าหน้าที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
3.5 ท่านทราบพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าดี						DV 3.5 ( )
3.6 ท่านมีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและข้อร้องเรียนของลูกค้า						DV 3.6 ( )
3.7 ท่านมีการแก้ไข ปรับปรุง ข้อร้องเรียนของลูกค้า						DV 3.7 ( )
3.8 พนักงานทุกคนเข้าใจหน้าที่รับผิดชอบและแนวทางปฏิบัติของตนอย่างชัดเจน						DV 3.8 ( )
4.ด้านโครงสร้างองค์กร 4.1 ท่านมีการกำหนดการรับผิดชอบงานพัฒนาคุณภาพ ด้านบริการอย่างสม่ำเสมอ						DV 4.1 ( )
4.2 ท่านมีการปลูกฝังความเชื่อเรื่องการพัฒนาคุณภาพบริการจะเกิดผลต่องานของกิจการ						DV 4.2 ( )
4.3 พนักงานเห็นความสำคัญและตื่นตัวในเรื่องการพัฒนาคุณภาพบริการ						DV 4.3 ( )
4.4 มีการร่วมมือกันในการทำให้เกิดการพัฒนาด้านคุณภาพการบริการ						DV 4.4 ( )
4.5 มีการฝึกอบรมพนักงานในการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ						DV 4.5 ( )

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ตอนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านอาหารคาราโอเกะ

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย √ ลงใน □ ที่ตรงกับความจริงมากที่สุดเกี่ยวกับตัวท่าน

1. ลูกค้าหลักของร้านอาหารคาราโอเกะของท่าน คือ

( ) 1. กลุ่มลูกค้าต่างชาติ ( ) 2. กลุ่มลูกค้าวัยรุ่น ( ) 3. กลุ่มลูกค้าวัยทำงาน

( ) 4. อื่น ๆ _____ (โปรดระบุ)

2. ท่านมีการตั้งราคาอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีการเปรียบเทียบกับร้านคู่แข่งขันก่อนหรือไม่

( ) 1. มี ( ) 2. ไม่มี

3. ลูกค้าของท่านส่วนใหญ่มีการชำระเงินค่าอาหารและเครื่องดื่มในรูปแบบใด

( ) 1. เงินสด ( ) 2. เครดิตการ์ด

( ) 3. อื่น ๆ _____ (โปรดระบุ)

4. ผู้เข้ามาใช้บริการร้านอาหารคาราโอเกะของท่านส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประเภทใด

( ) 1. ลูกค้าเก่า ( ) 2. ลูกค้าใหม่ ( ) 3. ลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่

5. ท่านขายดีในช่วงเวลาใดของวัน

( ) 1. ก่อนสามทุ่ม ( ) 2. สามทุ่มถึงเที่ยงคืน

( ) 3. หลังเที่ยงคืนไปแล้ว ( ) 4. อื่น ๆ _____ (โปรดระบุ)

6. พนักงานต้อนรับที่เป็นจุดเด่นของร้านส่วนใหญ่ท่านมีการจัดหาอย่างไร

( ) 1. สรรหามาเอง ( ) 2. ประกาศรับสมัคร

( ) 3. อื่น ๆ _____ (โปรดระบุ)

7. ท่านคิดว่าจุดเด่นของร้านอาหารคาราโอเกะของท่าน คือ อะไร

( ) 1. ความสวยของพนักงานต้อนรับ

( ) 2. ความน่ารักของพนักงานต้อนรับ ที่ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ

( ) 3. บรรยากาศในการตกแต่งหน้าร้านและภายในร้าน

( ) 4. เครื่องเสียงที่มีคุณภาพ เสียงดี ไพเราะ เกิดความพอใจในลูกค้าเวลาร้องเพลง

( ) 5. การส่งเสริมการขายที่ดี เช่น เสนอให้สั่งเพิ่ม การบริการหลังเลิกงาน เป็นต้น

( ) 6. การให้อิสระลูกค้าในการตัดสินใจ

8. จำนวนพนักงานทั้งหมดในร้านอาหารคาราโอเกะ (ทุกคนที่ทำงานในร้าน)

( ) 1. จำนวน 2-5 คน ( ) 2. จำนวน 6-10 คน ( ) 3. จำนวน 11-15 คน

( ) 4. จำนวน 16-20 คน ( ) 5. มากกว่า 21 คน

9.จำนวนลูกค้าที่ร้านสามารถรองรับได้สูงสุด (หรือจำนวนที่นั่งทั้งหมดที่รองรับลูกค้า)

( ) 1. 10-20 คน ( ) 2. 30-40 คน

( ) 4. 50-60 คน ( ) 5. มากกว่า 70 คน

10.จำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวันที่มาใช้บริการในร้าน

( ) 1. 10-20 คน ( ) 2. 30-40 คน

( ) 4. 50-60 คน ( ) 5. มากกว่า 70 คน

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ตอนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับร้านอาหารคาราโอเกะ

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ☑ ที่ตรงกับความจริงมากที่สุดเกี่ยวกับตัวท่านและร้านอาหาร

	สำหรับเจ้าหน้าที่
11.ท่านคิดว่าผลประกอบการในปีนี้เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ท่านคิดว่าในปีนี้มีแนวโน้มอย่างไร ( ) 1. เพิ่มขึ้น ( ) 2. ปานกลาง ( ) 3. ลดลง	IV11 ( )
12. ธุรกิจร้านอาหารคาราโอเกะของท่านประสบความสำเร็จในการดำเนินงานมากน้อยเพียงใด ( ) 1. มากที่สุด ( ) 2. มาก ( ) ปานกลาง ( ) 4. น้อย ( ) 5. ยังไม่ประสบผลสำเร็จ	IV12 ( )

13. ท่านมีวิธีในการฝึกอบรมพนักงานต้อนรับ ให้เป็นที่พอใจของลูกค้าได้อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

14. ท่านคิดว่าร้านอาหารคาราโอเกะของท่านควรมีการปรับปรุงในด้านใดเพิ่มเติมหรือไม่

.....

.....

.....

.....

.....

15.ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามผู้บริโภค

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

แบบสอบถาม

เรื่อง กลยุทธ์การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) และแผนธุรกิจประเภทร้านอาหาร คาราโอเกะ ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ใช้สำหรับสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการความสัมพันธ์ร้านอาหารคาราโอเกะ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (MM.in SMEs) มหาวิทยาลัยบูรพา

แบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 3 ตอน จำนวน 3 หน้า ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารคาราโอเกะ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคร้านอาหารคาราโอเกะ

ซึ่งข้อมูลในแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ข้อมูลที่กรอกนี้ข้าพเจ้าจะถือเป็นความลับและไม่มีใครทราบว่าผู้กรอกคือใคร และในโอกาสนี้ข้าพเจ้าขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านในครั้งนี้เป็นอย่างสูง

นายนิตินัย ปาละนิติเสนา

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ID เจ้าหน้าที่

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ☑ ตรงกับความจริงมากที่สุดเกี่ยวกับตัวท่านและร้านอาหาร

1. เพศ

( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง — IV1 ( )

2. อายุ

( ) 1. 15 - 20 ปี ( ) 2. 21 - 25 ปี ( ) 3. 26 - 30 ปี — IV2 ( )

( ) 4. 31 - 35 ปี ( ) 5. 36 - 40 ปี ( ) 6. 40 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

( ) 1. โสด — IV3 ( )

( ) 2. สมรส

( ) 3. อื่น ๆ (หม้าย, หย่า)

4. การศึกษาสูงสุด หรือ กำลังศึกษาอยู่

( ) 1. มัธยมศึกษาตอนต้น ( ) 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ( ) 3. อนุปริญญา / ปวส. — IV4 ( )

( ) 4. ปริญญาตรี ( ) 5. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

( ) 1. นักเรียน / นักศึกษา ( ) 2. พนักงานบริษัท/ห้างร้าน — IV5 ( )

( ) 3. ประกอบธุรกิจส่วนตัว ( ) 4. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

( ) 5. อื่น ๆ _____

6. รายได้ต่อเดือน

( ) 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท ( ) 2. 5,001 - 15,000 บาท — IV6 ( )

( ) 4.25,001 - 35,000 บาท ( ) 5. 35,001 - 45,000 บาท

ID เจ้าหน้าที่

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารคาราโอเกะ

1. เหตุผลที่สำคัญในการเลือกใช้บริการของร้านอาหารคาราโอเกะ(เลือกที่เป็นที่สุดข้อเดียว)

( ) 1. ติดใจในพนักงานต้อนรับคนใดคนหนึ่ง ( ) 2. ราคาไม่แพงเกินงบที่ตั้งไว้ — PV1 ( )

( ) 3. เป็นที่พักผ่อนทางใจหลังเลิกงาน ( ) 4. ชอบร้องคาราโอเกะ

( ) 5. หาประสบการณ์ใหม่ ( ) 6. อื่น ๆ _____

2. อิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของร้านอาหารคาราโอเกะ

( ) 1. เพื่อนแนะนำ ( ) 2. ชื่อเสียงของร้านแห่งนี้ ( ) 3. กระแสความนิยม — PV2 ( )

( ) 4. อิทธิพลทางสื่อโฆษณาอื่น ๆ ( ) 5. อื่น ๆ _____

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

เจ้าหน้าที่ ID
PV3 ( )
PV4 ( )
PV5 ( )
PV 6 ( )
PV 7 ( )
PV 8 ( )

3. วันที่ใช้บริการร้านอาหารคาราโอเกะบ่อยที่สุด

( ) 1. วันธรรมดา (วันจันทร์ - วันศุกร์) ( ) 2. วันเสาร์ - อาทิตย์

( ) 3. วันหยุดเทศกาล

4. ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านอาหารคาราโอเกะบ่อยที่สุด

( ) 1. เวลา 19.00 น. - 21.00 น. ( ) 2. เวลา 21.00 น. - เที่ยงคืน

( ) 3. เวลา เที่ยงคืน - 03.00 น. ( ) 3. ตั้งแต่ 03.00 น. เป็นต้นไป

5. ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารคาราโอเกะ

( ) 1. เดือนละหนึ่งครั้ง หรือต่ำกว่า ( ) 2. 1 ครั้ง / อาทิตย์

( ) 3. 2 ครั้ง / อาทิตย์ ( ) 4. 3 - 4 ครั้ง / อาทิตย์

( ) 4. มากกว่า 5 ครั้ง / อาทิตย์ ( ) 6. อื่น ๆ _____

6. ท่านเลือกพนักงานต้อนรับมานั่ง ด้วยวิธีการใดต่อไปนี้

( ) 1. ให้มาม่าซังเรียกมาให้ยืนเลือก ( ) 2. เลือกตามที่รู้จัก จากการมาครั้งที่แล้ว

( ) 3. ให้มาม่าซังแนะนำ ( ) 4. ฟังกระแสความนิยมจากคนทั่วไป

7. ท่านเลือกใช้บริการของร้านอาหารคาราโอเกะ อย่างไรต่อไปนี้มากที่สุด

( ) 1. ใช้ร้องคาราโอเกะอย่างเดียว ( ) 2. รับทานอาหารและร้องคาราโอเกะ

( ) 3. รับประทาน,ร้อง,เรียกพนักงานต้อนรับนั่ง ( ) 4. อื่น ๆ _____

8. ระยะเวลาในการใช้บริการอาหารภายในร้าน

( ) 1. น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ( ) 2. มากกว่า 1 แต่ไม่ถึง 2 ชั่วโมง

( ) 3. 2 ชั่วโมง ขึ้นไป

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารคาราโอเกะ

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย √ ลงใน ที่ตรงกับความจริงมากที่สุดเกี่ยวกับตัวท่านและร้านอาหาร

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อ CRM					สำหรับเจ้าหน้าที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
แนวคิดหลักที่สำคัญของ CRM						
1.แนวคิดด้านลูกค้า						
1.1 ร้านอาหารคาราโอเกะที่ดีควรมีการวางแผนทางด้านการตลาดและ การขาย						DV1.1( )
1.2 ร้านอาหารคาราโอเกะที่มีกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องมีส่วนทำให้ท่านเกิดการใช้บริการซ้ำ						DV1.2( )
1.3 การลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เป็นตัวเลือกให้ท่านจดจำและเลือกใช้บริการ						DV1.3( )
1.4 ร้านอาหารคาราโอเกะที่มีรูปการให้บริการแบบใหม่ๆ ไม่ช่วยทำให้น่าดึงดูดใจในการใช้บริการ						DV1.4( )
1.5 รูปแบบภาพลักษณ์ของกิจการและบริการที่ดีมีส่วนต่อการใช้บริการของท่าน						DV1.5( )
1.6 การส่งเสริมการตลาดไม่ช่วยดึงดูดให้ท่านเข้าไปใช้บริการ						DV1.6( )
2. แนวคิดเกี่ยวกับความภักดี						
2.1 ท่านให้ความสำคัญกับความภักดีของร้านอาหารคาราโอเกะที่ให้ความสำคัญกับลูกค้า						DV2.1( )
2.2 ท่านจะมีการบอกต่อไปยังบุคคลอื่นเมื่อได้รับการบริการที่ประทับใจจากร้านอาหารคาราโอเกะ						DV2.2( )
2.3 ท่านชอบร้านอาหารคาราโอเกะที่ให้ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการและเป็นเหตุผลให้ท่านซื้อซ้ำ						DV2.3( )
2.4 ท่านพึงพอใจที่เป็นลูกค้าประจำของร้านอาหารคาราโอเกะที่ท่านใช้บริการ						DV2.4( )

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อ CRM					สำหรับเจ้าหน้าที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
3.แนวคิดด้านลูกค้า 3.1 ท่านเลือกร้านอาหารที่เน้นให้ความสำคัญในการให้บริการลูกค้า						DV 3.1( )
3.2 ท่านเห็นถึงประโยชน์ของการเป็นลูกค้าประจำของร้านอาหารในด้านการให้ส่วนลดในครั้งต่อไป						DV 3.2( )
3.3 ร้านอาหารที่มีการจัดระบบการทำงานที่ดีมีส่วนทำให้ท่านตัดสินใจในการใช้บริการ						DV 3.3( )
3.4 ท่านอยากให้ร้านอาหารมีการสร้างความสัมพันธ์ติดต่อกับลูกค้าในการแจ้งข่าวสารหรือโปรโมชั่นต่าง ๆ						DV 3.4 ( )
4.แนวคิดในด้านตัวสินค้าหรือบริการ 4.1 การพัฒนารูปแบบบริการใหม่ ๆ จะช่วยสามารถสร้างความน่าสนใจให้แก่ท่านได้						DV4.1 ( )
4.2 ท่านคิดว่าจำนวนพนักงานมีผลต่อการให้บริการ						DV4.2( )
4.3 ท่านต้องการให้ร้านมีการรักษามาตรฐานการให้บริการทั้งในด้านคุณภาพ และการให้บริการ						DV 4.3 ( )
4.4 ท่านคำนึงถึงคุณภาพเครื่องเสียงมากกว่าการให้บริการของร้านอาหารคาราโอเกะ						DV 4.4 ( )
5.การนำ CRM ไปปฏิบัติ 5.1 ท่านให้ข้อมูลส่วนตัวแก่ร้านอาหารที่เข้ามาใช้บริการในลักษณะสมัครสมาชิก เช่น บัตรสมาชิก						DV 5.1 ( )
5.2 การแก้ไขและปรับปรุงการให้บริการลูกค้าของร้านอาหารเป็นสิ่งที่สมควรทำ						DV 5.2 ( )
5.3 การนำเครื่องมือในการช่วยเก็บบันทึกข้อมูลที่ทันสมัยมีส่วนทำให้ท่านมั่นใจว่าข้อมูลของท่านจะไม่รั่วไหล						DV 5.3 ( )
5.4 ท่านมีความคาดหวังว่าร้านอาหารสามารถตอบสนองตรงกับความต้องการของท่าน						DV 5.4 ( )
5.5 การให้บริการของพนักงานมีส่วนในการใช้บริการ						DV 5.5 ( )
5.6 ท่านต้องการให้ร้านอาหารเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและข้อร้องเรียนของลูกค้า						DV 5.6 ( )
5.7 ท่านต้องการให้มีการแก้ไข ปรับปรุง ข้อร้องเรียนของลูกค้า						DV 5.7 ( )

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อ CRM					สำหรับเจ้าหน้าที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
6.ด้านโครงสร้างองค์กร 6.1 ร้านควรมีการกำหนดการรับผิดชอบงานพัฒนาคุณภาพด้านบริการอย่างสม่ำเสมอ						DV 6.1( )
6.2 ร้านควรมีการปลูกฝังความเชื่อเรื่องการพัฒนาคุณภาพบริการแก่พนักงาน						DV 6.2( )
6.3 พนักงานควรเห็นความสำคัญและตื่นตัวในเรื่องการพัฒนาคุณภาพบริการ						DV 6.3( )
6.4 ร้านควรมีการฝึกอบรมพนักงานในการปฏิบัติงานอย่างเป็นมาตรฐานในการให้บริการ						DV 6.4( )

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ภาคผนวก ค

รายชื่อร้านอาหารคาราโอเกะ

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

รายชื่อร้านอาหารคาราโอเกะในเขตอำเภอ ศรีราชา จังหวัด ชลบุรี

ลำดับที่	รายชื่อร้านอาหาร	หมายเหตุ
1	เฟิร์น	
2	กินรี	
3	ไวโอลิน	
4	ชุมบา	
5	เชอร์รี่ ฮิลล์	
6	ครัวคุณแดง	
7	MERMAID	
8	ROPPONGGI	
9	คริสตัล	
10	สะกุรันโบ	
11	เท็นซึ	
12	โยอุเซอิ	
13	มิตซู KAI	
14	นากาโยชิ	
15	เท็นเนียว	
16	ชิโนบุ	
17	NO .19	
18	ดูเอท	
19	(ไม่สามารถเปิดเผย)	
20	(ไม่สามารถเปิดเผย)	
21	(ไม่สามารถเปิดเผย)	
22	(ไม่สามารถเปิดเผย)	
23	(ไม่สามารถเปิดเผย)	
24	(ไม่สามารถเปิดเผย)	
25	(ไม่สามารถเปิดเผย)	
26	(ไม่สามารถเปิดเผย)	
27	(ไม่สามารถเปิดเผย)	

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ภาคผนวก ง

ค่า IOC

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ค่า IOC

ผู้ประกอบการ

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ข้อคำถาม	คะแนน	ค่า IOC
1	5	1.0
2	5	1.0
3	5	1.0
4	0	0*
5	3	0.6*
6	3	0.6*
7	3	0.6*
8	1	0.2*
9	5	1.0
10	5	1.0
11	5	1.0
12	3	0.6*
13	3	0.6*
14	5	1.0
15	5	1.0
16	5	1.0
17	3	0.6*
18	3	0.6*
19	5	1.0
20	5	1.0
21	5	1.0
22	5	1.0
23	3	0.6*
24	5	1.0

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ CRM ของผู้ประกอบการ

ข้อคำถาม	คะแนน	ค่า IOC
1.1	5	1.0
1.2	5	1.0
1.3	5	1.0
1.4	5	1.0
1.5	5	1.0
1.6	5	1.0
1.7	3	0.6*
1.8	5	1.0
2.1	5	1.0
2.2	4	0.8
2.3	3	0.6*
2.4	5	1.0
3.1	5	1.0
3.2	5	1.0
3.3	5	1.0
3.4	5	1.0
3.5	3	0.6*
4.1	5	1.0
4.2	5	1.0
4.3	5	1.0
4.4	5	1.0
5.1	5	1.0
5.2	5	1.0
5.3	5	1.0
5.4	5	1.0
5.5	5	1.0
5.6	5	1.0
5.7	5	1.0
5.8	5	1.0

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ข้อคำถาม	คะแนน	ค่า IOC
6.1	5	1.0
6.2	5	1.0
6.3	4	0.8
6.4	5	1.0
6.5	5	1.0

ผู้บริโภค

ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับ CRM ที่ผู้บริโภคต้องการ

ข้อคำถาม	คะแนน	ค่า IOC
1.1	5	1.0
1.2	5	1.0
1.3	5	1.0
1.4	5	1.0
1.5	5	1.0
1.6	4	0.8
2.1	5	1.0
2.2	5	1.0
2.3	3	0.6*
2.4	5	1.0
2.5	5	1.0
3.1	5	1.0
3.2	5	1.0
3.3	5	1.0
3.4	5	1.0
4.1	5	1.0
4.2	3	0.6*
4.3	5	1.0
4.4	5	1.0
4.5	5	1.0

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ข้อคำถาม	คะแนน	ค่า IOC
5.1	5	1.0
5.2	5	1.0
5.3	5	1.0
5.4	5	1.0
5.5	4	0.8
5.6	5	1.0
5.7	5	1.0
6.1	5	1.0
6.2	5	1.0
6.3	5	1.0
6.4	5	1.0

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University