

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การประเมินกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของ ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขา เชียงใหม่ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 การประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากความพึงพอใจของ ลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมุติฐาน

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลการศึกษาดังนี้

ด้านเพศ และ อายุ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และอายุ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 22.25 เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36 - 45 ปี รองลงมาร้อยละ 20.00 เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 46 - 55 ปี และร้อยละ 13.75 เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 46 - 55 ปี และเมื่อแบ่งประเภทพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ปัจจัยด้านเพศ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 59.75 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 40.25 เป็นเพศชาย และปัจจัยด้านอายุ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.75 มีอายุระหว่าง 46 - 55 ปี รองลงมา ร้อยละ 28.50 มีอายุระหว่าง 36 - 45 ปีและร้อยละ 20.00มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปีดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และ อายุ

อายุ	เพศ				จำนวน (คน)	ร้อยละ
	ชาย		หญิง			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
25 - 35 ปี	27	6.75	53	13.25	80	20.00
36 - 45 ปี	25	6.25	89	22.25	114	28.50
46 - 55 ปี	80	20.00	55	13.75	135	33.75
สูงกว่า 55 ปี	29	7.25	42	10.50	71	17.75
รวม	161	40.25	239	59.75	400	100.00

ด้านสถานภาพ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 55.75 มีสถานภาพสมรสแล้ว รองลงมา ร้อยละ 27.75 มีสถานภาพโสด และร้อยละ 16.50 มีสถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมรสแล้ว	223	55.75
โสด	111	27.75
หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่	66	16.50
รวม	400	100.00

ด้านระดับการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 51.00 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาร้อยละ 24.25 มีการศึกษาในระดับปวส. ร้อยละ 19.50 มีการศึกษาระดับปริญญาโท และร้อยละ 5.25 มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาโท ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับปวส.	97	24.25
ระดับปริญญาตรี	204	51.00
ระดับปริญญาโท	78	19.50
ระดับสูงกว่าปริญญาโท	21	5.25
รวม	400	100.00

ด้านอาชีพ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 43.00 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาร้อยละ 35.25 ประกอบอาชีพค้าขาย และร้อยละ 15.00 ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ดังแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	172	43.00
ค้าขาย	141	35.25
รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60	15.00
แม่บ้าน	18	4.50
เกษตรกร	9	2.25
รวม	400	100.00

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 30.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท รองลงมาร้อยละ 23.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ร้อยละ 16.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ ร้อยละ 12.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ดังแสดงในตาราง 5

ตาราง 5 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	65	16.25
10,000 - 20,000 บาท	122	30.50
20,001 - 30,000 บาท	50	12.50
30,001 - 40,000 บาท	93	23.25
40,001 - 50,000 บาท	30	7.50
สูงกว่า 50,000 บาท	40	10.00
รวม	400	100.00

ส่วนที่ 2 การประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์จาก ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาการประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่ โดยกำหนดปัจจัยย่อยจากกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ ด้านฐานข้อมูล ด้านการใช้เทคโนโลยี ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และด้านการรักษาลูกค้า มีผลการศึกษา ดังนี้

ด้านฐานข้อมูล

จากการศึกษาการประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านฐานข้อมูลพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างประเมินผลการให้บริการในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 และเมื่อแยกตามปัจจัยย่อยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับปานกลางในปีจชัย มีการติดต่อ หรือแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับบริการของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 พนักงานจดจำการบริการที่ใช้เป็นประจำได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 และ พนักงานติดต่อเพื่อขอข้อมูลเช่น ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ดังแสดงในตาราง 6

ตาราง 6 การประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านฐานข้อมูล

กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านฐานข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ การประเมิน
มีการติดต่อ หรือแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้อง กับบริการของธนาคาร	3.01	1.403	ปานกลาง
พนักงานจดจำการบริการที่ใช้เป็นประจำได้ เป็นอย่างดี	2.98	1.322	ปานกลาง
พนักงานติดต่อเพื่อขอข้อมูลเช่น ที่อยู่ หมายเลข โทรศัพท์ที่ติดต่อได้	2.96	1.303	ปานกลาง
พนักงานสามารถจดจำข้อมูลส่วนตัว เช่น ทักษทายชื่อลูกค้าได้อย่างแม่นยำ	2.83	1.317	ปานกลาง
มีจดหมายหรือสิ่งพิมพ์ที่ธนาคารส่งให้เป็น ประจำ	2.67	1.325	ปานกลาง
รวม	2.89	1.334	ปานกลาง

อาชีพ กับ กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านฐานข้อมูล

จากการศึกษาการประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านฐานข้อมูลในภาพรวม แยกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า อาชีพแม่บ้าน มีความพึงพอใจกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านฐานข้อมูลในระดับน้อย เมื่อเทียบกับกลุ่มอาชีพที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ อาชีพเกษตรกร พนักงานบริษัทเอกชน ค้าขาย และ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มอาชีพที่มีความพึงพอใจในระดับมาก คือ อาชีพเกษตรกร ดังแสดงในตาราง 7

ตาราง 7 อาชีพ กับ กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านฐานข้อมูล

อาชีพ	กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านฐานข้อมูลในภาพรวม		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการประเมิน
พนักงานบริษัทเอกชน	3.08	0.491	ปานกลาง
ค้าขาย	2.77	0.682	ปานกลาง
รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.71	0.762	ปานกลาง
แม่บ้าน	2.40	0.000	น้อย
เกษตรกร	3.20	0.469	ปานกลาง

ด้านการใช้เทคโนโลยี

จากการศึกษาการประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านการใช้เทคโนโลยีพบว่า ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างประเมินผลการให้บริการในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 และเมื่อแยกตามปัจจัยย่อยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากในปัจจัย ธนาคารบันทึกข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับปานกลางในปัจจัย ธนาคารให้บริการผ่านช่องทางอื่น ๆ เช่น ย้ายค่าสาธารณูปโภค หรือ ย้ายค่าสมัครเรียน ผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือผู้กดเงินสดของทางธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 ธนาคารนำระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้สื่อสารกับลูกค้าเช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ ทวิตเตอร์ (Twitter) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 และ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับน้อยในปัจจัยธนาคารมีตู้กดเงินสด (ATM) เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ และเครื่องปรับสมุดเงินฝากเพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.47 ดังแสดงในตาราง 8

ตาราง 8 การประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านการใช้เทคโนโลยี

กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการใช้เทคโนโลยี	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการประเมิน
ธนาคารบันทึกข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย	3.51	1.360	มาก
ธนาคารให้บริการผ่านช่องทางอื่น ๆ เช่น จ่ายค่าสาธารณูปโภค หรือ จ่ายค่าสมัครเรียน ผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือตู้กดเงินสดของทางธนาคาร	3.16	1.248	ปานกลาง
ธนาคารนำระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้สื่อสารกับลูกค้าเช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ ทวิตเตอร์ (Twitter)	2.91	1.092	ปานกลาง
สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลบริการต่าง ๆ ของธนาคารผ่านทางคอลเซ็นเตอร์ (Call Center) ของธนาคารตลอด 24 ชม.	2.57	1.366	ปานกลาง
ธนาคารมีตู้กดเงินสด (ATM) เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ และเครื่องปรับสมุดเงินฝากเพียงพอต่อความต้องการ	2.47	1.242	น้อย
รวม	2.92	1.262	ปานกลาง

อาชีพ กับ กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการใช้เทคโนโลยี

จากการศึกษาการประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านการใช้เทคโนโลยีในภาพรวม แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ด้านอาชีพ พบว่าทุกกลุ่มอาชีพที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งได้แก่ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เกษตรกร ค้าขาย และ แม่บ้าน ดังแสดงในตาราง 9

ตาราง 9 อาชีพ กับ กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการใช้เทคโนโลยี

อาชีพ	กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการใช้เทคโนโลยีในภาพรวม		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับการประเมิน
พนักงานบริษัทเอกชน	3.14	0.649	ปานกลาง
ค้าขาย	2.72	0.770	ปานกลาง
รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.86	0.588	ปานกลาง
แม่บ้าน	2.64	0.110	ปานกลาง
เกษตรกร	2.76	0.713	ปานกลาง

ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์

จากการศึกษาการประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์พบว่า ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างประเมินผลการให้บริการในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 และเมื่อแยกตามปัจจัยย่อยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากในปัจจัยธนาคารแจกของแถมที่เป็นเอกลักษณ์ของธนาคาร เนื่องในโอกาสต่าง ๆ เช่น หมวก ร่ม ปฏิทิน แก้วน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับปานกลางในปัจจัยธนาคารมอบสิทธิพิเศษบ่อยครั้ง เช่น การให้ส่วนลดจากร้านค้าหรือสินค้า เมื่อชำระผ่านบริการของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และ ธนาคารกำหนดสิทธิในการร่วมรับของรางวัลเมื่อสมัครใช้บริการต่าง ๆ ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 ดังแสดงในตาราง 10

ตาราง 10 การประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์

กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ การประเมิน
ธนาคารแจกของแถมที่เป็นเอกลักษณ์ของ ธนาคาร เนื่องในโอกาสต่าง ๆ เช่น หมวก ร่ม ปฏิทิน แก้วน้ำ	3.52	1.230	มาก
ธนาคารมอบสิทธิพิเศษบ่อยครั้ง เช่น การให้ ส่วนลดจากร้านค้าหรือสินค้า เมื่อชำระผ่าน บริการของธนาคาร	3.18	1.365	ปานกลาง
ธนาคารกำหนดสิทธิในการร่วมรับของรางวัลเมื่อ สมัครใช้บริการต่าง ๆ ของธนาคาร	2.88	1.360	ปานกลาง
เข้าร่วมกิจกรรมที่ธนาคารจัดขึ้น เช่น การมอบ ของกำนัล หรือ การจัดประกวดต่าง ๆ	2.77	1.132	ปานกลาง
รวม	3.09	1.272	ปานกลาง

อาชีพ กับ กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์

จากการศึกษาการประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในภาพรวมแยกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า ทุกกลุ่มอาชีพที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งได้แก่ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รัฐบาล พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย แม่บ้าน และ เกษตรกร ดังแสดงในตาราง 11

ตาราง 11 อาชีพ กับ กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้าง
ความสัมพันธ์

อาชีพ	กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการกำหนดโปรแกรม เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในภาพรวม		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับการประเมิน
พนักงานบริษัทเอกชน	3.14	0.598	ปานกลาง
ค้าขาย	3.03	0.658	ปานกลาง
รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.11	0.849	ปานกลาง
แม่บ้าน	2.99	0.059	ปานกลาง
เกษตรกร	2.92	0.810	ปานกลาง

ด้านการรักษาลูกค้า

จากการศึกษาการประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านการรักษาลูกค้าพบว่า ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างประเมินผลการให้บริการในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และเมื่อแยกตามปัจจัยย่อยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากในปัจจัยพนักงานให้การต้อนรับและอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และธนาคารสามารถแก้ไขปัญหาในการบริการได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับปานกลางในปัจจัยมีการชักชวนให้ใช้บริการใหม่ ๆ ของธนาคารอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ดังแสดงในตาราง 12

ตาราง 12 การประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านการรักษาลูกค้า

กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ด้านการรักษาลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ การประเมิน
พนักงานให้การต้อนรับและอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี	3.62	1.296	มาก
ธนาคารสามารถแก้ไขปัญหาในการบริการได้เป็นอย่างดี	3.59	1.285	มาก
มีการชักชวนให้ใช้บริการใหม่ ๆ ของธนาคารอยู่เสมอ	3.11	1.169	ปานกลาง
รวม	3.44	1.250	ปานกลาง

อาชีพ กับ กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการรักษาลูกค้า

จากการศึกษาการประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านการรักษาลูกค้าในภาพรวม แยกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มอาชีพที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และแม่บ้าน และกลุ่มอาชีพที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ อาชีพเกษตรกร ค้าขาย และรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ดังแสดงในตาราง 13

ตาราง 13 อาชีพ กับ กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการรักษาลูกค้า

อาชีพ	กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการรักษาลูกค้า		
	ในภาพรวม		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับการประเมิน
พนักงานบริษัทเอกชน	3.78	0.884	มาก
ค้าขาย	3.17	0.624	ปานกลาง
รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.04	0.327	ปานกลาง
แม่บ้าน	3.67	0.000	มาก
เกษตรกร	3.44	0.687	ปานกลาง

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมุติฐาน

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้มีการตั้งสมมุติฐานในการวิจัย คือ ปัจจัยส่วนบุคคลมีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมุติฐานในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ และ ความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยหาค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านฐานข้อมูล ด้านการใช้เทคโนโลยี ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และด้านการรักษาลูกค้า

วิธีการทดสอบ t - test จะใช้ในการทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และวิธีการทดสอบ F - test จะใช้ในการทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดคือ 0.05 ($P = 0.05$)

ผู้วิจัยได้มีการกำหนดสมมุติฐานย่อยในการทดสอบไว้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลมีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ($\mu_1 = \mu_2 = \mu_3$)

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลมีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์แตกต่างกัน ($\mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3$)

จากการทดสอบสมมติฐานข้างต้นพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทุกปัจจัย ได้แก่ เพศ (0.000) อายุ (0.000) สถานภาพ (0.000) การศึกษา (0.000) อาชีพ (0.000) และรายได้ (0.000) มีค่านัยสำคัญน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดไว้คือ 0.05 ($P = 0.05$) หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้มีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P = 0.05$) ดังแสดงในตาราง 14

ตาราง 14 ปัจจัยส่วนบุคคล กับ ความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ย	นัยสำคัญ
เพศ	3.12	0.000*
อายุ	3.06	0.000*
สถานภาพ	3.08	0.000*
การศึกษา	2.98	0.000*
อาชีพ	3.03	0.000*
รายได้	3.06	0.000*

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ 0.05