

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



250108

การประเมินกลยุทธ์การบริหารลูกค้าที่มีพันธกิจของธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย
สารเชิงพิมพ์

เปรมจิต เวียงทอง

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2554

600254029

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



250108

การประเมินกลยุทธ์การบริหารถูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย
สาขาเชียงใหม่



เปรมจิต เวียงทอง

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
สำนักบริหารและพัฒนาวិชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ชื่อเรื่อง
การประเมินกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย
สาขาเชียงใหม่

โดย
เปรมจิต เวียงทอง

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(อาจารย์ ดร.อายุต หนูเย็น)

วันที่ 28 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2554

กรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ดลกร ขวัญคำ)

วันที่ 28 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2554

กรรมการที่ปรึกษา

(อาจารย์ ดร.กัญญพัตวี กล่อมขงเจริญ)

วันที่ 28 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2554

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร

(อาจารย์ ดร.ภูษณิศา เศษเดกิง)

วันที่ 28 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2554

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร ยศราช)

ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

วันที่ 9 เดือน พ.ย. พ.ศ. 2554

ชื่อเรื่อง	การประเมินกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวเปรมจิต เวียงทอง
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.อายุส หยูเย็น

บทคัดย่อ

250108

การศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ของธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่ ทำการคัดเลือกจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง จากกลุ่มลูกค้าของธนาคาร ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้ค่าความ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก และการทดสอบสมมุติฐานในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ t - test และ F - test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($P = 0.05$)

การศึกษานี้วิจัยส่วนบุคคล วิจัยส่วนบุคคลด้านเพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 46 - 55 ปี สถานภาพสมรสแล้ว มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท

การประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจาก ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ ในภาพรวมในระดับปานกลางจากปัจจัยด้านด้านการรักษาลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.43) ด้านการกำหนด โปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.09) ด้านการใช้เทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 2.92) และด้าน ฐานข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 2.89)

การทดสอบสมมุติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้มีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05 ($P = 0.05$)

Title	Assessment of the Strategy on Client Relations Management of CIMB Thai Bank, Chiang Mai Branch
Author	Miss Premjid Wiangthong
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr. Aryuth Yooyen

ABSTRACT**250108**

The objectives of this study were to: 1) explore client satisfaction with client relations management of CIMB bank, Chiang Mai Branch and 2) assess the strategy on client relations management of the bank. The sample group in this study in this study consisted of 400 clients of 4 branches of the bank: Chiang Mai, Central Airport Plaza, Suthep, and Changkhlan. A set of questionnaires was used for data collection and analyzed by using the Statistical Package. Frequency, percentage, mean, and an average weight mean score were used for the statistical treatment. F-test and t-test were used for hypothesis testing with the significance level at 0.05 (P= 0.05).

Results of the study revealed that most of the respondents were females, 36-45 years, married, bachelor's degree graduates, and private company employees. Less than one-half of the respondents (30.5 percent) had an average monthly income of 10,000 - 20,000 baht. It was found that, as a whole, the respondents had a moderate level of satisfaction with the strategy on client relation management of the bank ($\bar{x} = 3.43$). They were satisfied with the determination of the relation creation program at a moderate level (3.09), followed by technology using ($\bar{x} = 2.92$), and data base ($\bar{x} = 2.89$).

Based on the hypothesis testing, there was a difference in satisfaction with the strategy on client relation management of the bank based on data base, technology using and client keeping. This was also true with sex, age, marital status, educational attainment, and income. There was a statistically significant difference in satisfaction with the determination of client relation creation program of the bank based on sex, age, marital status, educational management, and income (P = 0.05).

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง จากอาจารย์ ดร.อายุส หยูเย็น ประธานกรรมการที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์คณกร ขวัญคำ และอาจารย์ ดร.กัญญพัทธ์วี กล่อมขงเจริญ กรรมการที่ปรึกษา ที่คอยชี้แนะ แนะนำ ตรวจสอบ แก้ไข ข้อบกพร่องการจัดทำปัญหาพิเศษนี้ ให้มีความสมบูรณ์ครบถ้วน จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ ๆ น้อง ๆ และเพื่อน ๆ ร่วมชั้นเรียน ที่คอยให้กำลังใจในการศึกษาครั้งนี้ สำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ เพื่อนพนักงานธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่ ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ด้านเอกสาร ข้อมูลวิชาการ คำแนะนำต่าง ๆ และการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งลูกค้าทุกท่านที่ได้ให้ข้อมูลในการกรอกแบบสอบถามและให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ

เปรมจิต เวียงทอง

พฤศจิกายน 2554

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	8
ประวัติความเป็นมาของธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่	8
กลยุทธ์การให้บริการและการวางแผนกลยุทธ์ ของธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่	20
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	54
กรอบแนวคิดในการวิจัย	57
สมมุติฐานในการวิจัย	57
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	58
สถานที่ดำเนินการวิจัย	58
ประชากรและการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	58
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	59
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	59
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	60

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	62
ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล	62
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่	65
ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมุติฐาน	73
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	75
สรุปผลการวิจัย	75
อภิปรายผลการวิจัย	78
ข้อเสนอแนะ	79
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	81
บรรณานุกรม	82
ภาคผนวก	86
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	87
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	92

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และ อายุ	63
2	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ	63
3	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา	64
4	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ	64
5	ปัจจัยส่วนบุคคลด้านราย ได้เฉลี่ยต่อเดือน	65
6	การประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านฐานข้อมูล	66
7	อาชีพ กับ กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านฐานข้อมูล	67
8	การประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านการใช้เทคโนโลยี	68
9	อาชีพ กับ กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการใช้เทคโนโลยี	69
10	การประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์	70
11	อาชีพ กับ กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์	71
12	การประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าด้านการรักษาลูกค้า	72
13	อาชีพ กับ กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการรักษาลูกค้า	73
14	ปัจจัยส่วนบุคคล กับ ความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	74

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	กระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์	32
2	ความสัมพันธ์ของขั้นตอนการปฏิบัติงานตามโครงการ	39
3	กรอบแนวคิดในการวิจัย	57