

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาโครงการเฉพาะบุคคลเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อแผนกลูกค้าสัมพันธ์บริษัท ลอสคัม (ประเทศไทย) จำกัด” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการจับฉลากจากบริษัทที่เป็นลูกค้าของแผนกลูกค้าสัมพันธ์บริษัท ลอสคัม (ประเทศไทย) จำกัด จาก 283 บริษัท รวมทั้งสิ้น 165 ตัวอย่าง ได้ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
บริการคลังสินค้า	28	17.0
อุปโภค	27	16.4
บริโภค	24	14.4
อื่น ๆ	26	15.8
ค้าปลีก	33	20.0
ขนส่ง	27	16.4
รวม	165	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 165 คน เป็นประเภทธุรกิจค้าปลีกมากที่สุด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมาคือ บริการคลังสินค้า จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ขนส่งและอุปโภค จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 ประเภทอื่น ๆ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และประเภทธุรกิจบริโภคมีน้อยที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการใช้บริการ

รูปแบบการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ในระบบกระจายสินค้า	119	72.1
ใช้ภายในบริษัท	46	27.9
รวม	165	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 165 คน มีรูปแบบการใช้ในระบบกระจายสินค้ามากกว่าให้บริการแบบใช้ภายในบริษัทคือ 119 คน คิดเป็นร้อยละ 72.1 และใช้ภายในบริษัทจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระยะเวลาของการเป็นลูกค้า

ระยะเวลาของการเป็นลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
1 - 3 ปี	28	17.0
4 - 6 ปี	46	27.9
7 - 9 ปี	77	46.7
10 ปีขึ้นไป	14	8.4
รวม	165	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 165 คน มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้า 7 – 9 ปีมากที่สุด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ 4 - 6 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 เป็นลูกค้า 1 – 3 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และเป็นลูกค้า 10 ปีขึ้นไปมีน้อยที่สุด คือ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามจำนวนไม้พาละที่เช่า (เฉลี่ยต่อเดือน)

จำนวนไม้พาละที่เช่า (เฉลี่ยต่อเดือน)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหลักร้อย	22	13.3
หลักร้อย	17	10.3
หลักพัน	53	32.2
หลักหมื่น	65	39.4
หลักแสน	8	4.8
รวม	165	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 165 คน เช่าไม้พาละในหลักหมื่นมากที่สุด คือ 65 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมาคือใช้หลักพัน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 ต่ำกว่าหลักร้อย 22 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 หลักร้อย 17 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และหลักแสนมีน้อยที่สุด 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ส่วนที่ 2

ความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกลูกค้าสัมพันธ์

รายละเอียด	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
<u>การสนองต่อความต้องการของลูกค้า</u>								
1. การสอบถามปัญหาในการรับบริการเป็นระยะ ๆ	93 (56.4)	39 (23.6)	13 (7.9)	5 (3.0)	- -	4.21	1.11	มากที่สุด
2. การจัดทำคู่มือการบริหารและควบคุมไม่พาดพิงในระบบการเช่า	15 (9.1)	34 (20.6)	81 (49.1)	23 (13.9)	12 (7.3)	3.11	0.99	มาก
3. เอกสารแนะนำวิธีการจัดเรียงกล่องสินค้าบนไม้พาดพิง	22 (13.3)	13 (7.9)	8 (4.8)	71 (43.0)	51 (30.9)	2.29	1.33	น้อย
4. การตรวจสอบและรายงานข้อมูลให้ลูกค้าทราบก่อนทำใบแจ้งหนี้	23 (13.9)	16 (9.7)	6 (3.6)	49 (29.9)	41 (24.8)	2.40	1.33	น้อย
5. การอบรมลูกค้าในการใช้ไม้พาดพิง	2 (1.2)	19 (11.5)	89 (53.9)	37 (22.5)	18 (10.9)	2.69	0.85	ปานกลาง
6. การอบรมลูกค้าในการใช้โปรแกรมการควบคุมไม้พาดพิง	19 (11.5)	23 (13.9)	51 (30.9)	26 (15.8)	46 (27.9)	2.65	1.32	ปานกลาง
ความพึงพอใจโดยรวม						3.65	0.78	มาก

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

<u>การลดค่าใช้จ่ายลูกค้า</u>								
7. การติดตั้งโปรแกรม HMS โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	40 (24.2)	111 (67.3)	11 (6.7)	2 (1.3)	1 (0.5)	4.13	0.62	มาก
8. การติดตั้งโปรแกรม EziTrak โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	55 (33.3)	49 (29.7)	31 (18.8)	19 (11.5)	11 (6.7)	3.71	1.22	มาก
9. การแก้ไข/ซ่อมแซมโปรแกรม โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	49 (29.7)	64 (38.8)	26 (15.8)	13 (7.9)	13 (7.9)	3.74	0.79	มาก
10. การให้เอกสาร ECD โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	110 (66.7)	31 (18.8)	8 (4.8)	11 (6.7)	5 (3.0)	4.39	1.05	มากที่สุด
ความพึงพอใจโดยรวม						4.20	0.68	มาก
<u>ความสะดวกสบายของลูกค้า</u>								
11. การแก้ปัญหาโดยให้บริการถึงที่หมาย	108 (65.5)	38 (23.0)	13 (7.9)	4 (2.4)	2 (1.2)	4.49	0.83	มากที่สุด
12. การแก้ไขปัญหาได้ทันที	13 (7.9)	84 (50.9)	56 (33.9)	1 (0.6)	11 (6.7)	3.52	0.90	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม						4.23	0.88	มากที่สุด
<u>การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า</u>								
13. การพบปะลูกค้า/เยี่ยมเยียนถึงบริษัท	91 (55.2)	35 (21.2)	9 (5.5)	13 (7.9)	17 (10.3)	4.03	1.36	มาก
14. การให้บริการข้อมูลใหม่ ๆ	2 (1.2)	28 (17.0)	78 (47.3)	42 (25.5)	15 (9.1)	2.75	0.88	ปานกลาง
15. ประโยชน์จากข้อมูลที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์	11 (6.7)	7 (4.2)	26 (15.8)	69 (41.8)	52 (31.5)	2.12	1.11	น้อย
ความพึงพอใจโดยรวม						3.76	0.97	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 165 คน มีความพึงพอใจในการสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าในเรื่องการสอบถามปัญหาในการรับบริการเป็นระยะ ๆ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.21 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การจัดทำคู่มือการบริหารและควบคุมไม้พาลาเทในระบบการเช่า ที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.11 โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก อันดับสามคือการอบรมลูกค้าในการใช้ไม้พาลาเท โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 2.69 โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.65

การลดค่าใช้จ่ายให้ลูกค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการให้เอกสาร ECD โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.39 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การติดตั้งโปรแกรม HMS โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.13 โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก อันดับสามคือ การแก้ไข/ซ่อมแซม โปรแกรม โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.74 โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการลดค่าใช้จ่ายให้ลูกค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.20

ด้านความสะดวกสบายแก่ลูกค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการแก้ปัญหาโดยให้บริการถึงที่หมาย โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.49 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การแก้ไขปัญหาได้ทันเวลาที่ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.52 โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการความสะดวกสบายแก่ลูกค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.23

ส่วนด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการพบปะลูกค้า/เยี่ยมเยียนถึงบริษัท โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.03 โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมาคือ การให้บริการข้อมูลใหม่ ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 2.75 โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจประโยชน์จากข้อมูลที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์น้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 2.12 โดยมีความพึงพอใจในระดับน้อย และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.76

ตารางที่ 4.6

แสดงภาพรวมความพึงพอใจในแต่ละด้านลูกค้าที่มีต่อแผนกลูกค้าสัมพันธ์

ภาพรวมความพึงพอใจแต่ละด้าน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Customer)	3.65	0.78	มาก
การลดค่าใช้จ่ายให้ลูกค้า (Cost)	4.20	0.68	มาก
ความสะดวกสบายของลูกค้า (Convenience)	4.23	0.88	มากที่สุด
การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Communication)	3.76	0.97	มาก
ความพึงพอใจโดยรวม	3.96	0.95	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 165 คน มีความพึงพอใจในการสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Customer) อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.65

มีความพึงพอใจในการการลดค่าใช้จ่ายให้ลูกค้า (Cost) อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20

มีความพึงพอใจในด้านความสะดวกสบายของลูกค้า (Convenience) อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23

มีความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (Communication) อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 3.96

ส่วนที่ 3

ข้อเสนอแนะ

ด้านการสนองต่อความต้องการของลูกค้า

เมื่อลูกค้ามีปัญหาแล้วติดต่อกลับไปแผนกลูกค้าสัมพันธ์ ก็จะได้รับความร่วมมือทุกครั้ง ยกเว้นบางปัญหาที่ต้องผ่านขั้นตอนการตรวจสอบก็จะใช้เวลาในการตอบกลับพอสมควร

โดยเฉพาะพาเลทที่เสียหายเกินซ่อมแซมเมื่อลูกค้านำมาคืนที่คลังสินค้าของบริษัทแล้วการแจ้งกลับไปที่ลูกค้ายังช้าควรจะตอบกลับให้รวดเร็วขึ้นและการประสานงานกับลูกค้าให้ดีขึ้น บริษัทควรมีการทำแบบสอบถามหรือทำการติดตามปัญหาต่างๆเป็นระยะๆ เพื่อให้การแก้ปัญหาหรือการป้องกันได้อย่างตรงจุด ตรงประเด็น นอกจากนี้ควรเพิ่มช่องทางในการติดต่อกับลูกค้าที่รวดเร็วและหลากหลายเพราะลูกค้าต้องการความรวดเร็วความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร รวมถึงการติดตามถึง End User เพื่อตอบปัญหาให้ลูกค้าอย่างทันท่วงที

ด้านการลดค่าใช้จ่ายให้ลูกค้า

ค่าใช้จ่ายบางส่วนมาจากการแฟกซ์เอกสารเป็นส่วนใหญ่ เพราะทุกครั้งที่ที่ออกเอกสารหรือมีการโอนออก ต้องแฟกซ์ เอกสารเพื่อแจ้งให้บริษัท ลอสคัม ทราบทุกครั้ง เพราะเนื่องจากปัจจุบันสำนักงานรวมทั้งคลังสินค้าของบริษัทลอสคัมอยู่ที่จังหวัดอยุธยา ทางบริษัทควรมี Center ในกรุงเทพฯ ด้วยเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการโทรศัพท์ติดต่อกัน

ด้านความสะดวกสบายของลูกค้า

บริษัท ลอสคัมฯ ให้ความสำคัญรวดเร็วดี บริการเป็นที่น่าพอใจ แต่เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีน้อย จะมีปัญหาในช่วงเทศกาล เช่น เทศกาลสงกรานต์และปีใหม่ ซึ่งลูกค้ามีความต้องการในการใช้ไม้พาเลทมากกว่าปกติเพราะต้องสต็อกสินค้ามากเป็นพิเศษในช่วงเทศกาลซึ่งบางครั้งบริษัท ลอสคัมฯ มีไม้พาเลทไม่พอจ่าย ทำให้เกิดปัญหาในการเตรียมงานประจำวันของลูกค้า จึงอยากให้บริษัท ลอสคัมฯ ส่งเสริมการดูแลลูกค้าให้มากกว่านี้

ด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า

บริษัท ลอสคัมฯ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบว่าหน่วยงานหรือแผนกใดบุคคลชื่ออะไร ที่มีหน้าที่รับเรื่องราวร้องทุกข์ในด้านต่าง ๆ จากลูกค้า พร้อมทั้งหมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้สะดวก เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันต่อเหตุการณ์ ถึงแม้บางเรื่องจะไม่เกี่ยวข้องกับผู้รับเรื่อง แต่สามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปกระจายให้ส่วนที่รับผิดชอบเพื่อแก้ปัญหาต่อไปได้

การส่งเอกสาร ECD บางครั้งส่งของให้ล่าช้า ต้องติดตามหลายครั้ง รวมทั้งเรื่องความผิดพลาดของข้อมูล และการนับสต็อก ทุก ๆ รอบบัญชี รวมถึงการเปลี่ยนแปลงผู้รับผิดชอบ ยังไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควร ตลอดจนการสอบถามข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับไม้พาเลท ยังเป็นลักษณะขึ้น ๆ ลง ๆ บางจุดดี บางจุดก็ยังคงต้องปรับปรุง แต่ก็นับได้ว่าการให้บริการของบริษัท ลอสคัมฯ ดีพอสมควร และคาดว่าในอนาคตจะพัฒนาการให้บริการได้ดียิ่งขึ้น

ส่วนที่ 4
การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ประเภทธุรกิจของบริษัทลูกค้าแตกต่างกัน ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการใช้บริการแตกต่างกัน ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าแตกต่างกัน ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 จำนวนไม้พาเลทที่เช่าต่อเดือนแตกต่างกัน ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1 ประเภทธุรกิจของบริษัทลูกค้าแตกต่างกัน ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7

แสดงความแตกต่างระหว่างประเภทธุรกิจและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกลูกค้าสัมพันธ์

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
บริการคลังสินค้า	28	3.73	.69	1.877	0.101
อุปโภค	27	3.68	.66		
บริโภค	24	3.81	.58		
อื่นๆ	26	3.61	.49		
ค้าปลีก	33	4.03	.49		
ขนส่ง	27	3.68	.47		
รวม	165	3.76	.58		

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางการศึกษา ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ โดยมีค่าสถิติที่นัยสำคัญมากกว่า 0.05 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างทางประเภทรักจะมี ความพึงพอใจต่อแผนลูกค้าสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการใช้บริการแตกต่างกัน ลูกค้ามีความพึงพอใจในการ ให้บริการของแผนลูกค้าสัมพันธ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8

แสดงความแตกต่างระหว่างรูปแบบการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อแผนลูกค้าสัมพันธ์

รูปแบบการใช้บริการ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig.
ใช้ในระบบกระจาย สินค้า	119	3.80	.46	0.237	0.627
ใช้ภายในบริษัท	46	3.75	.61		
รวม	165	3.76	.58		

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางการศึกษา ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ โดยมีค่าสถิติที่นัยสำคัญมากกว่า 0.05 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างทางรูปแบบการใช้ บริการมีความพึงพอใจต่อแผนลูกค้าสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าแตกต่างกัน ลูกค้ามีความพึงพอใจในการ ให้บริการของแผนลูกค้าสัมพันธ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9

แสดงความแตกต่างระหว่างระยะเวลาการเป็นลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้า
ที่มีต่อแผนกลูกค้าสัมพันธ์

ระยะเวลาของการ เป็นลูกค้า	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig.
1 – 3 ปี	28	3.64	.48	2.667	0.051
4 - 6 ปี	46	3.71	.65		
7 – 9 ปี	77	3.75	.59		
10 ปีขึ้นไป	14	4.11	.33		
รวม	165	3.76	.58		

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานทางการศึกษา ยอมรับสมมติฐานทางสถิติ โดยมีค่าสถิติที่นัยสำคัญมากกว่า 0.05 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างทางระยะเวลาของการเป็นลูกค้ามีความพึงพอใจต่อแผนกลูกค้าสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 จำนวนไม้พาเลทที่เช่าต่อเดือนแตกต่างกัน ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10

แสดงความแตกต่างระหว่างจำนวนไม้พาละที่เข้า (เฉลี่ยต่อเดือน)

และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแผนกลูกค้าสัมพันธ์

จำนวนไม้พาละที่เข้า (เฉลี่ยต่อเดือน)	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่าหลักร้อย	22	2.90	.30	5.768	0.000*
หลักร้อย	17	3.47	.51		
หลักพัน	53	3.74	.43		
หลักหมื่น	65	4.00	.31		
หลักแสน	8	5.00	.00		
รวม	165	3.76	.58		

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ยอมรับสมมติฐานทางการศึกษา ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ โดยมีค่าสถิติที่นัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างทางจำนวนไม้พาละที่เข้า (เฉลี่ยต่อเดือน) มีความพึงพอใจต่อแผนกลูกค้าสัมพันธ์แตกต่างกัน โดยลูกค้าที่เข้าจำนวนหลักแสนมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่เข้าหลักอื่น