

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

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ของธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่ ทำการคัดเลือกจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง จากกลุ่มลูกค้าของธนาคาร ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้ค่าความ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก และการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย 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

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

การทดสอบสมมติฐานพบว่า 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

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 ($P = 0.05$).