

บทที่ 5

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

ผลการศึกษาโดยสรุปในเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารรูปแบบใหม่ ในกรณีห้างสรรพสินค้า จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคารพบว่า

ปัจจัยในการตัดสินใจเปิดสาขาในห้างสรรพสินค้านั้น ธนาคารขนาดใหญ่ คำนึงถึงความหลากหลายของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย พิจารณาความต้องการของลูกค้า ลักษณะลูกค้า และการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าในทิศทางใด ธนาคารขนาดกลาง คำนึงถึงลูกค้าและการขยายฐานจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น สำหรับธนาคารขนาดเล็ก ในการเปิดสาขาในห้างสรรพสินค้า ดูความเหมาะสมในเรื่องต้นทุน และทำเลที่จะเกิดธุรกิจให้แก่ธนาคาร โดยพิจารณากลุ่มลูกค้าของธนาคารเป็นองค์ประกอบสำคัญ

จากการวิจัย สรุปประเด็นได้ดังนี้

1. เรื่องของอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร แตกต่างกัน
2. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารในห้างสรรพสินค้า คือรูปแบบของสาขา เทคโนโลยีของธนาคาร และการโฆษณา
3. พฤติกรรมการใช้บริการ ในเรื่องของลักษณะการทำรายการ ช่วงเวลาการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ และ สถานที่ตั้งของธนาคาร แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารสรรพสินค้าแตกต่างกัน แต่ลักษณะการใช้บริการ แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารในห้างสรรพสินค้าไม่แตกต่างกัน
4. ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการในห้างสรรพสินค้า เป็นเรื่องของเครื่องบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด

จากข้อมูลที่ได้ศึกษาได้จากการทำวิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 ข้อเสนอแนะต่อผู้บริหารธนาคาร

ธนาคารขนาดใหญ่

ด้านการตลาด : จากข้อมูลประชากรศาสตร์ ช่วงอายุที่ใช้มากที่สุดคือ 21-30 ปี เห็นได้ว่า กลุ่มวัยรุ่นตอนต้น ควรมีส่วนหรือบริการ เพื่อสร้างแรงจูงใจและค่านิยม เป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มนี้ ซึ่งกลุ่มนี้สามารถเป็นรากฐานที่ดีให้กับธนาคารในระยะยาว ต่อไป จากหลักของ Pareto หรือ 80/20 Rule สำหรับการสร้างแรงจูงใจ กล่าวคือ ธนาคารมีการจัดกิจกรรมทางการตลาด พร้อมกับห้างสรรพสินค้าในช่วงเทศกาลต่างๆ และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่ นอกจากธนาคารให้ของขวัญกับลูกค้าตามปกติ แต่ร่วมกับห้างสรรพสินค้าให้คูปองในการซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ธนาคารควรสร้างค่านิยมกับกลุ่มวัยรุ่น ในเรื่องการออมหรือการลงทุน ทำให้กลุ่มวัยรุ่นตระหนักในการรับผิดชอบการใช้จ่ายมากขึ้น ควรพิจารณากลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มลูกค้ารายย่อยที่สามารถมาใช้เครดิตกับธนาคารได้ไม่แตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ ซึ่งลักษณะธุรกิจนี้อาจใกล้เคียงกับสถาบันที่ไม่ใช่ธนาคาร(Non-bank)

ด้านเทคโนโลยีที่มีต่อลูกค้า : จากข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการในเรื่องของเครื่องบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นเรื่องขั้นตอนและวิธีใช้ ดังนั้นธนาคารที่ตั้งในห้างสรรพสินค้า ควรมีการพัฒนากระบวนการเทคโนโลยีให้มีรูปแบบที่ทันสมัย โดยการทำการวิจัยและพัฒนากระบวนการเทคโนโลยีในองค์กรอย่างต่อเนื่อง ในเรื่องการวิจัยอาจมีการศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการเครื่องบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อพิจารณาความพึงพอใจของลูกค้า ทำให้สร้างความสะดวกและปลอดภัยแก่ลูกค้า เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบ ช่วยในการลดการคอยคิวนาน ระบบควรมีความรวดเร็ว ขั้นตอนไม่ซับซ้อน ง่ายต่อการทำรายการ ธนาคารควรคำนึงถึงปริมาณการใช้ของลูกค้า เนื่องจากการศึกษาพบว่าปัญหาในการใช้บริการในห้างสรรพสินค้าคือ เครื่องบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไม่เพียงพอ

ด้านบุคลากร : พบว่า มีพนักงานน้อยเกินไป ทำให้บริการลูกค้าไม่ทั่วถึง ลูกค้าต้องการคำแนะนำ และบริการที่ดีจากพนักงานธนาคาร รวมทั้งข่าวสารข้อมูลที่ให้ควรง่ายในการทำความเข้าใจ ดังนั้นช่วงวันเสาร์ - วันอาทิตย์ ธนาคารควรมีทีมงานสำรองในภาวะฉุกเฉิน เพื่อให้สาขามีจำนวนพนักงานที่มากกว่าเดิม เพื่อรองรับการให้บริการของลูกค้า นอกจากนี้ พนักงานของธนาคาร ควรมี 1-2 คน ทำหน้าที่ให้ข้อมูล หรือให้ความรู้ในผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการใช้บริการ

ด้านนวัตกรรมการให้บริการ : จากการศึกษาพบว่ารูปแบบสาขาเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของลูกค้า ธนาคารสามารถให้ลูกค้าใช้อินเทอร์เน็ตในเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลของธนาคารและบนอินเทอร์เน็ตของธนาคารควรมีระบบมัลติมีเดีย ให้ข่าวสารในรูปแบบที่น่าสนใจ ป้ายโฆษณาของสาขาสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อสื่อสารความรู้ให้กับลูกค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริการใหม่ของสาขา และผลิตภัณฑ์ที่กำลังมาถึง

ธนาคารขนาดกลาง

ด้านการตลาด : เนื่องจากฐานลูกค้าของธนาคารยังมีไม่มากเท่าธนาคารขนาดใหญ่ สาขาควรร่วมกับห้างสรรพสินค้านั้นๆ ในการสร้างตราयीให้เป็นที่รู้จัก เพราะสาขาในห้างสรรพสินค้าเป็นแหล่งที่มีลูกค้าหลากหลาย

ด้านเทคโนโลยีที่มีต่อลูกค้า : ธนาคารควรคำนึงถึงปริมาณการใช้ของลูกค้าเช่นเดียวกับธนาคารขนาดใหญ่ และพิจารณาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการให้บริการ

ด้านบุคลากร : การสร้างบุคลากรให้มีความพร้อมกับการขยายตัวของธนาคารมีความสำคัญ เท่ากับการเลือกทำเลสาขาในห้างสรรพสินค้า เช่น การฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องไปพร้อมกับปฏิบัติงาน (On the Job Training)

ด้านนวัตกรรมการให้บริการ : ธนาคารขนาดกลางมีความต้องการในการขยายฐานลูกค้า ดังนั้นข้อมูลที่ได้จากลูกค้าควรนำมาพิจารณาเพื่อทำเรื่องการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM : Customer Relationship Management) โดยใช้ข้อมูลเพื่อทำกิจกรรมและบริการให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธนาคาร ภายใต้การสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบกิจกรรมและการสร้างกลุ่มที่มีความต้องการที่เหมือนกัน

ธนาคารขนาดเล็ก

ด้านการตลาด : ธนาคารมีผลิตภัณฑ์ที่เด่นเฉพาะตัว ดังนั้นสร้างความเชื่อมโยงโดยอาศัยการขายไขว้ (Cross Selling) ผลิตภัณฑ์เดิมของธนาคาร และขยายฐานบริการ ตลอดจนฐานลูกค้า

ด้านเทคโนโลยีที่มีต่อลูกค้า : เครื่องบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ควรสร้างขึ้นพื้นฐาน เพื่อรองรับการขยายตัวในอนาคต

ด้านบุคลากร : พนักงานสาขาควรเพิ่มทักษะในการขายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าที่ใช้บริการได้รู้จักผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆเพิ่มขึ้น โดยการอบรมและให้ความรู้กับพนักงานให้มากกว่าเดิม

5.2 ข้อเสนอแนะต่อผู้ทำวิจัยต่อไป

ในส่วนของแบบสอบถาม ผู้ศึกษามีความตั้งใจแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่มตามขนาดของธนาคาร แต่เนื่องจากลูกค้าไม่มีเวลาในการตอบแบบสอบถาม ดังนั้นแบบสอบถามควรมีคำถามไม่มากจนเกินไป หากผู้ทำวิจัยต้องการสัมภาษณ์ลูกค้าในห้างสรรพสินค้า ต้องทำหนังสือขออนุญาตต่อเจ้าหน้าที่ของห้างสรรพสินค้าก่อน เพื่อไม่ให้เกิดอุปสรรคในการศึกษาหรือทำวิจัย

ในส่วนของการสัมภาษณ์ผู้บริหารธนาคาร เป็นการยากในการขอข้อมูลของธนาคารในเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากแต่ละธนาคารถือว่าเป็นความลับที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ ดังนั้นในการสอบถามควรเลือกธนาคารใดธนาคารหนึ่ง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาทำวิจัย

สำหรับการขยายผลการศึกษาศาสามารถศึกษาในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจของพนักงานธนาคารในห้างสรรพสินค้ากับการให้บริการ