

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การประเมินกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของ ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าของธนาคาร ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นจำนวน 11,818 ราย และทำการคัดเลือกจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ โดยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Mean Score; WMS) และการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ t - test และ F - test โดยได้กำหนดระดับนัยสำคัญไว้ที่ระดับ 0.05 ($P = 0.05$)

สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ปัจจัยส่วนบุคคล การประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่ และการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาวิจัยปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ข้อมูลด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 59.75 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 40.25 เป็นเพศชาย ด้านอายุ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33.75 มีอายุระหว่าง 46 - 55 ปี รองลงมาร้อยละ 28.50 มีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี และร้อยละ 20.00 มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี ด้านสถานภาพ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 55.75 มีสถานภาพสมรสแล้ว ร้อยละ 27.75 มีสถานภาพโสด และร้อยละ 16.50 มีสถานภาพหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่

ด้านระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 51.00 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 24.25 มีการศึกษาในระดับปวส. และร้อยละ 19.50 มีการศึกษาระดับปริญญาโท ด้านอาชีพ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 43.00 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 35.25 ประกอบอาชีพค้าขาย และร้อยละ 15.00 ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 30.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 23.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท และร้อยละ 16.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

ส่วนที่ 2 การประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์จากความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่

การศึกษาการประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่ ได้กำหนดปัจจัยย่อยจากกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ ด้านฐานข้อมูล ด้านการใช้เทคโนโลยี ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และด้านการรักษาลูกค้า มีผลการศึกษาดังนี้

ด้านฐานข้อมูล ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างประเมินผลการให้บริการในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 และเมื่อแยกตามปัจจัยย่อยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับปานกลางในปัจจัย มีการติดต่อ หรือแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับบริการของธนาคาร (3.01) พนักงานจดจำการบริการที่ใช้เป็นประจำได้เป็นอย่างดี (2.98) และพนักงานติดต่อเพื่อขอข้อมูล เช่น ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้ (2.96)

ด้านการใช้เทคโนโลยี ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างประเมินผลการให้บริการในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 และเมื่อแยกตามปัจจัยย่อยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากในปัจจัยธนาคารบันทึกข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย (3.51) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับปานกลางในปัจจัยธนาคารให้บริการผ่านช่องทางอื่น ๆ เช่น จ่ายค่าสาธารณูปโภค หรือ จ่ายค่าสมัครเรียน ผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือตู้กดเงินสดของทางธนาคาร (3.16) ธนาคารนำระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้สื่อสารกับลูกค้าเช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ ทวิตเตอร์ (Twitter) (2.91)

ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างประเมินผลการให้บริการในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 และเมื่อแยกตามปัจจัยย่อยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากในปัจจัยธนาคารแจกของแถมที่เป็นเอกลักษณ์ของธนาคาร เนื่องในโอกาสต่าง ๆ เช่น หมวก ร่ม ปฏิทิน แก้วน้ำ (3.52) และ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับ

ปานกลางในปัจจัยธนาคารมอบสิทธิพิเศษบ่อยครั้ง เช่น การให้ส่วนลดจากร้านค้าหรือสินค้า เมื่อชำระผ่านบริการของธนาคาร (3.18) และ ธนาคารกำหนดสิทธิในการร่วมรับของรางวัลเมื่อสมัครใช้บริการต่าง ๆ ของธนาคาร (2.88)

ด้านการรักษาลูกค้า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างประเมินผลการให้บริการในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และเมื่อแยกตามปัจจัยย่อยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับมากในปัจจัยพนักงานให้การต้อนรับและอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี (3.62) และธนาคารสามารถแก้ไขปัญหาในการบริการได้เป็นอย่างดี (3.59) และ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับปานกลางในปัจจัยมีการชักชวนให้ใช้บริการใหม่ ๆ ของธนาคารอยู่เสมอ (3.11)

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมติฐานในการวิจัย คือ ปัจจัยส่วนบุคคลมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน โดยเป็นการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ และ ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ได้แก่ ด้านฐานข้อมูล ด้านการใช้เทคโนโลยี ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และด้านการรักษาลูกค้า ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ด้านฐานข้อมูล ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านฐานข้อมูลแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P = 0.05$)

ด้านการใช้เทคโนโลยี ปัจจัยส่วนบุคคลทุกปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการใช้เทคโนโลยีแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P = 0.05$)

ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P = 0.05$) และ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P = 0.05$)

ด้านการรักษาลูกค้า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านการรักษาลูกค้าแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P = 0.05$)

อภิปรายผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาถึงวิจัยเรื่องการประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขา เชียงใหม่ ได้กำหนดปัจจัยย่อยจากกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ ด้านฐานข้อมูล ด้านการใช้เทคโนโลยี ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และด้านการรักษาลูกค้า สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านฐานข้อมูล จากผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมผลการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อแยกตามปัจจัยย่อยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิเสก เปี่ยมมงคล (2549) ทำการศึกษาเรื่อง การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สังกัด เขตพื้นที่ถนน โปศรี (อุดรธานี) ผลการศึกษาพบว่า ระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการวิเคราะห์และแยกแยะลูกค้า ในส่วนของลูกค้าธนาคารมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นธนาคารควรนำฐานข้อมูลลูกค้าเดิมที่ธนาคารมีอยู่แล้ว มาจัดแบ่งกลุ่มโดยแยกประเภทลูกค้า ตามสัดส่วนเงินฝาก สัดส่วนสินเชื่อ ระดับรายได้และกลุ่มอาชีพ และพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้านั้น

ด้านการใช้เทคโนโลยี จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยในเรื่องธนาคารนำระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้สื่อสารกับลูกค้าเช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ ทวิตเตอร์ (Twitter) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุติพงศ์ เข้มชื่น (2550) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อแผนกลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทลอสแคม (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ในทุก ๆ ด้าน โดยด้านที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คือ การให้บริการของบริษัทในด้านความสะดวกสบายต่อลูกค้ามากที่สุด ดังนั้นธนาคารควรเพิ่มรูปแบบการให้บริการในระบบ Call Center โดยพัฒนาเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่จะสามารถโทรศัพท์ติดต่อได้สะดวก รวดเร็ว มีขั้นตอนไม่สลับซับซ้อน ช่วยประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย

ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยในเรื่อง ธนาคารมีการแจกของแถมที่เป็นเอกลักษณ์ของธนาคาร กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมหรือโปรแกรม ที่ธนาคารสร้างขึ้นมาเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ได้รับผลตอบรับจากลูกค้าที่เข้าร่วมกิจกรรมในทางที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิชัย แจ็งพลอย (2550) ศึกษาความพึงพอใจต่อระบบลูกค้าสัมพันธ์ของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อบนธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคารกสิกรไทยมีปัจจัยมาจากชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคาร โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจจากการใช้บริการของพนักงานสินเชื่อ ภายในที่ทำการของธนาคาร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ให้ความพึงพอใจกับความสุภาพเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่เป็นอันดับแรก ดังนั้นธนาคารควรควรเพิ่มการมอบสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าระดับวีไอพี นั่นก็หมายความว่า ธนาคารได้จัดกลุ่มลูกค้าแล้ว หลังจากนั้นถ้าลูกค้ากลุ่มนี้มาใช้บริการมากขึ้น อาจจะมีการนำเสนอโปร โมชั่น ให้กับลูกค้าที่ได้ร่วมทำกิจกรรมกับธนาคาร พร้อมทั้งมอบของรางวัลให้กับลูกค้า

ด้านการรักษาลูกค้า จากผลการศึกษาพบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และเมื่อดูจากปัจจัยย่อยจะพบว่า ปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานให้การต้อนรับและอำนวยความสะดวกท่านเป็นอย่างดี และธนาคารสามารถแก้ไขปัญหาในการบริการให้ได้เป็นอย่างดี กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก แสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ในการให้บริการกับลูกค้าที่ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งจันทร์ เพ็ชรสุกใส (2547) ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของ ธนาคาร ยูโอบีรีตตินสิน จำกัด (มหาชน) สาขาแจ้งวัฒนะพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจระดับสูงสุด ในเรื่อง ทักษะติดต่อลูกค้าและการปฏิบัติงานภายในของพนักงาน ดังนั้นธนาคารควรเพิ่มการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้นในหลายๆ ด้าน เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของ ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะในการวิจัยดังนี้

ด้านฐานข้อมูล ควรนำฐานข้อมูลลูกค้าเดิมที่ธนาคารมีอยู่แล้ว มาจัดแบ่งกลุ่มโดยแยกประเภทลูกค้า ตามสัดส่วนเงินฝาก สัดส่วนสินเชื่อ ระดับรายได้และกลุ่มอาชีพของลูกค้า เมื่อนำข้อมูลมาแยกประเภทแล้ว ธนาคารควรพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่ม

ลูกค้าชั้น ยกตัวอย่าง กลุ่มลูกค้าระดับวีไอพี ที่มียอดเงินฝาก 5 ล้าน หรือมียอดสินเชื่อวงเงิน 7 ล้าน ขึ้น กลุ่มนี้ธนาคารจะมีพนักงานคอยดูแลให้คำแนะนำและเมื่อลูกค้ามาทำธุรกรรมการเงินใน ธนาคารจะได้รับการบริการทันทีโดยไม่ต้องรบบัตรคิว และมีห้องรับรองคอยต้อนรับให้บริการ อย่างมีระดับ

ด้านการใช้เทคโนโลยี ควรเพิ่มรูปแบบการบริหารงานในระบบ Call Center และ พัฒนาเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าสามารถโทรศัพท์ติดต่อได้ สะดวก รวดเร็ว ประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย มีขั้นตอนไม่สลับซับซ้อน เช่น ลูกค้าสามารถ โทรศัพท์ติดต่อที่ Call Center ระบบก็จะทำการโอนสายไปยังหน่วยงานที่ลูกค้าต้องการเพื่อทำ ธุรกรรมได้โดยอัตโนมัติ ส่วนนี้เป็นจุดที่ลูกค้าติดต่อเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เพราะถือว่าเป็น เครื่องมือการตลาดโดยตรงประเภทหนึ่งที่สามารถนำมาใช้สร้างสัมพันธ์กับลูกค้าทั้งที่เป็น ลูกค้าปัจจุบัน ลูกค้าเก่า และลูกค้าคาดหวัง ดังนั้น เมื่อการทำงานของธนาคารเป็นไปอย่างมี ประสิทธิภาพก็จะสามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้ารวมทั้งสามารถรักษาลูกค้าให้อยู่กับองค์กร ได้ตลอดไป และพัฒนาระบบสารสนเทศในเครือข่ายออนไลน์ ให้บริการเพิ่มเครื่อง ATM เครื่องรับฝากเงินอัตโนมัติ เครื่องปรับสมุด เพื่อเป็นการขยายฐานให้บริการให้กับลูกค้า

ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ควรเพิ่มการมอบสิทธิพิเศษ ให้กับลูกค้าระดับวีไอพี นั่นก็หมายความว่า ธนาคารได้จัดกลุ่มลูกค้าแล้ว หลังจากนั้นถ้าลูกค้ากลุ่ม นี้มาใช้บริการมากขึ้น อาจจะมีการนำเสนอโปรโมชั่นให้กับลูกค้าที่เข้าร่วมทำกิจกรรมกับธนาคาร พร้อมทั้งมอบของรางวัลให้กับลูกค้า กรณีที่ร่วมกิจกรรมแล้วได้ตามโปรแกรมที่ธนาคารได้วาง หลักเกณฑ์ไว้ หรืออาจจะทำกิจกรรมกับลูกค้าทุกระดับ แต่สิทธิพิเศษที่ธนาคารมอบให้ไม่ เหมือนกันเพื่อสร้างความแตกต่าง

ด้านการรักษาลูกค้า ควรเพิ่มการพัฒนาบุคลากรของธนาคารให้มีความรู้ ความสามารถเพิ่มขึ้นในหลายๆ ด้าน เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เช่นการจัดส่ง พนักงานที่ผ่านการคัดเลือกแล้วให้เข้ารับการอบรมหลักสูตรการให้บริการด้วยใจ หลักสูตรศิลปะ การรับโทรศัพท์ที่ดี หรือแม้กระทั่งการเพิ่มศักยภาพให้กับพนักงานสามารถให้บริการลูกค้า ชาวต่างชาติโดยการจัดอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษให้กับพนักงานและฝึกอบรมเสริมความรู้ให้ตรงกับลักษณะงาน เช่นหลักสูตรระยะสั้นหรือหลักสูตรระยะยาวอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงาน สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมืออาชีพ เพราะสิ่งเหล่านี้ถ้าพนักงานธนาคารปฏิบัติได้เป็นอย่างดี ลูกค้าก็จะได้รับความพึงพอใจที่ได้ใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร พร้อมทั้งมีความรู้สึกที่ดี ต่อองค์กร ลูกค้าจะได้จดจำในภาพลักษณ์ที่ดี เป็นการรักษาลูกค้าอีกด้านหนึ่ง จากผลการวิจัย พบว่าลูกค้าอาชีพพนักงานบริษัทมีความพึงพอใจการบริการสูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่น จึงเห็นควรรักษา

ฐานลูกค้ากลุ่มอาชีพนี้ ขณะเดียวกันต้องเพิ่มระดับการให้บริการกับกลุ่มอาชีพข้าราชการ พ่อค้า แม่ค้าเจ้าของกิจการ กลุ่มเกษตรกร ให้มากขึ้นด้วย เพื่อขยายฐานลูกค้าในกลุ่มอาชีพดังกล่าวให้เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ผลการวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อธนาคาร พนักงาน และหน่วยงานต่าง ๆ ในองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนิน โครงการในอนาคต จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรทำการวิจัยการประเมินกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของต่างสาขา ต่างธนาคาร และจังหวัดอื่น ๆ ที่มีสภาพทั่วไปแตกต่างจากจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบว่ามีความแตกต่างจากจังหวัดเชียงใหม่หรือไม่

2. ควรทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานธนาคารด้านบริการลูกค้า เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยด้านใดที่มีผลทำให้พนักงานทำงานด้วยความมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะจะเป็นผลสะท้อนในส่วนของลูกค้าที่ได้รับบริการที่ดี เกิดความประทับใจ อาจมีคำแนะนำหรือคำติชมจากลูกค้าได้ โดยนำมาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพในการบริการให้ดีขึ้น เพื่อเพิ่มการครองใจลูกค้าและรักษาฐานลูกค้าได้เป็นอย่างดี

3. ควรทำการศึกษาปัญหา อุปสรรค และผลกระทบจากการนำกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์มาใช้ เพื่อนำปัญหาและอุปสรรคที่ได้จากการศึกษามาปรับปรุง แก้ไข และพัฒนา ในการวิจัย