

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย สาขาที่เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกับปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้า รวมทั้งปัญหาที่พบจากการมาใช้บริการของธนาคาร โดยทำการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าของธนาคารทหารไทย สาขาที่เปิดให้บริการในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 สาขา รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 367 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ซึ่งจากผลการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบระดับความพึงพอใจของลูกค้าของธนาคารในด้านต่างๆ โดยจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ จำนวน 367 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 80.1 เป็นเพศชาย จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.9 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 25 – 35 ปี จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4 มีสถานภาพโสด จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 68.7 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 มีอาชีพข้าราชการ – รัฐวิสาหกิจ จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0

2. ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการ

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 367 คน ส่วนใหญ่ใช้บริการด้านเงินฝาก จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 ได้รับข่าวสารของธนาคารจากเพื่อน/ญาติ จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 ติดต่อบริการกับธนาคารน้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 70.9 มาใช้

บริการในช่วงเวลาหลัง 15.30 น. จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ระยะเวลาที่ใช้บริการกับ
ธนาคาร 1 – 5 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8

3. ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทยในห้างสรรพสินค้า

ด้านการปฏิบัติงานของพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อการ
การปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า
กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเรียงลำดับระดับความพึงพอใจ
จากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ความเอาใจใส่กระตือรือร้นในการให้บริการ ความซื่อสัตย์สุจริตของ
พนักงาน มารยาทของพนักงาน ความรอบรู้ของพนักงานในเรื่องบริการของธนาคาร มีระดับ
ความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนด้านจำนวนพนักงานที่ให้บริการ และ ความสภาพเรียบร้อยใน
การแต่งกายของพนักงาน มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยให้ระดับความพึงพอใจ
ด้านความเอาใจใส่กระตือรือร้นในการให้บริการ มีความสำคัญมากที่สุด และให้ระดับความ
พึงพอใจด้านความสภาพเรียบร้อยในการแต่งกายของพนักงาน มีความสำคัญน้อยที่สุด

ด้านสถานที่ติดต่อของธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อด้าน
สถานที่ติดต่อของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า
กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเรียงลำดับระดับความพึงพอใจ
จากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อกับธนาคาร มีระดับความพึงพอใจ
ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านความเป็นระเบียบเรียบร้อย - ความสะอาดภายในธนาคาร ความ
ชัดเจนของป้ายบอกจุดให้บริการ และ ความสะดวกด้านสถานที่จอดรถ มีระดับความพึงพอใจใน
ระดับมาก โดยให้ระดับความพึงพอใจด้านความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อกับธนาคารมีความ
สำคัญมากที่สุด และให้ระดับความพึงพอใจด้านความสะดวกด้านสถานที่จอดรถมีความสำคัญ
น้อยที่สุด

ด้านการให้บริการของธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อด้าน
การให้บริการของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า
กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเรียงลำดับระดับความพึงพอใจ
จากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ความสะดวก-รวดเร็วในการให้บริการ ความถูกต้องของข้อมูลการทำ
ธุรกรรม การให้บริการในรูปแบบที่หลากหลาย ความชัดเจนของแบบฟอร์มที่กรอกง่าย มีระดับ
ความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนด้านความทันสมัยของอุปกรณ์และระบบคอมพิวเตอร์ มีระดับ
ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยให้ระดับความพึงพอใจด้านความสะดวก-รวดเร็วในการให้

บริการ มีความสำคัญมากที่สุด และ ให้ระดับความพึงพอใจด้านความทันสมัยของอุปกรณ์และระบบคอมพิวเตอร์ มีความสำคัญน้อยที่สุด

4. ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ปัญหาที่พบในการใช้บริการกับธนาคาร ส่วนใหญ่คือปัญหาด้านข้อมูลข่าวสารของธนาคาร จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4 และมีข้อเสนอแนะในเรื่องการเปิดสาขาในห้างสรรพสินค้าเพิ่มเติม และการขยายระยะเวลาในการให้บริการของสาขาในห้างสรรพสินค้า รวมทั้งการให้บริการผ่านเครื่องอัตโนมัติให้มากขึ้น

5. การทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน ลูกค้ำที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ t - test และ F - test (One - Way Anova) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ลูกค้ำที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในด้านเพศและด้านสถานภาพสมรส จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่ไม่แตกต่างกัน หากแต่ลูกค้ำที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารที่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยเครื่องอุปโภคบริโภคมากกว่าเพศชาย ซึ่งสาขาที่ทำการศึกษานี้ทั้ง 4 สาขา เป็นสาขาที่เปิดให้บริการในพื้นที่ของห้างสรรพสินค้า ทำให้สามารถที่จะใช้บริการของธนาคารและสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ในเวลาเดียวกัน ในขณะที่สาขาของธนาคารที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้านี้อยู่ใกล้สถานที่ราชการและแหล่งธุรกิจซึ่งเป็นที่ตั้งของบริษัทเอกชน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ-รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน และมีข้อจำกัดเรื่องเวลา ซึ่งมักจะมาใช้บริการในช่วงเวลาหลังเลิกงานเป็นส่วนใหญ่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อภิชัย พรนิยมสิริ (2545) ซึ่งพบว่า ลูกค้ำที่เลือกเข้ามาใช้บริการในสาขาไมโครของธนาคารกรุงเทพ เนื่องจากลูกค้ำทราบว่าการกรุงเทพในห้างสรรพสินค้า เปิดให้บริการ

ตั้งแต่ 10.00 – 20.00 น. และเปิดให้บริการทุกวันไม่มีวันหยุด ซึ่งทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการมาใช้บริการของธนาคารสาขาในห้างสรรพสินค้าด้วย ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้ โดยสอดคล้องตามแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่างๆ เช่น แนวคิดของ Wallestin, ของ Wolman และ ของ Kotler เป็นต้น และยังสอดคล้องตามผลงานวิจัยของ Aday & Ander ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการ และผลงานวิจัยของ Penchansky & Thomas ซึ่งศึกษาถึงการเข้าถึงลูกค้า อีกทั้งยังสอดคล้องตามทฤษฎีการบริการของ Millet ที่กล่าวว่า บริการที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ ควรประกอบด้วย ความเสมอภาค ทันเวลา เพียงพอ ต่อเนื่อง และประสิทธิภาพก้าวหน้า

การให้บริการของธนาคารสาขาในห้างสรรพสินค้าเป็นสาขารูปแบบใหม่ที่ทันสมัย โดยมีการนำเครื่องอิเล็กทรอนิกส์มาให้บริการเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นการพัฒนาช่องทางการให้บริการเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าให้สูงขึ้น สอดคล้องตามแนวคิดด้านคุณภาพการให้บริการ ของ Parasuraman และคณะ และหลักการจัดการด้านประสิทธิภาพในการให้บริการ ของ Kotler โดยบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เป็นทางเลือกใหม่ที่อำนวยความสะดวกให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะต้องมีความรู้และทักษะในการใช้บริการทางเครื่องอิเล็กทรอนิกส์แทนการให้บริการจากพนักงาน ในกรณีที่มีจำนวนลูกค้าภายในสาขาในปริมาณที่มากพอสมควร ซึ่งการใช้บริการกับเครื่องอิเล็กทรอนิกส์จะทำให้ลูกค้าสามารถประหยัดเวลาในการรับบริการได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งสามารถตอบสนองกับวิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน (life style) ของลูกค้าในยุคโลกาภิวัตน์ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อติศร ชุ่มอินทรจักร (2544) ที่สรุปได้ว่าปัจจัยผลักดันให้ลูกค้าขอมีบัตร ATM ได้แก่ ความจำเป็นในการใช้บริการผ่านเครื่อง ATM แทนเคาน์เตอร์ธนาคาร ความต้องการความเป็นส่วนตัว และความต้องการความทันสมัย หากแต่ขัดแย้งกับผลงานวิจัยของ อภิชัย พรนิยมนสิริ (2545) ซึ่งพบว่าลูกค้าเลือกใช้บริการของธนาคารจากเคาน์เตอร์มากกว่าผ่านเครื่องอัตโนมัติ เพราะเชื่อว่ามี ความถูกต้อง เทียบตรง มากกว่าเครื่องอัตโนมัติ ดังนั้น ธนาคารต้องสร้างความเชื่อมั่นและความน่าไว้วางใจในบริการผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน ตามหลักแนวคิดด้านคุณภาพการบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจด้านการปฏิบัติงานของพนักงานด้านสถานที่ติดต่อของธนาคาร และด้านการให้บริการของธนาคาร ในระดับที่พึงพอใจมาก ในทุกด้าน สอดคล้องตามกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจการให้บริการของ Booms & Bitner ซึ่งได้แนะนำส่วนประสมการตลาดเพิ่มขึ้นอีก 3 ตัว ได้แก่ พนักงาน คุณภาพบริการ และกระบวนการ

และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พรพิไล โนจา (2544) ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการรับฝาก-ถอนด้วยระบบคิว ของธนาคารกรุงไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก ในด้านสถานที่ พนักงาน และอุปกรณ์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ทิมพัลดา พิทักษ์มงคล (2546) ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการแบบ Micro branch ของธนาคารพาณิชย์ คือ ปัจจัยทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน / ใกล้ที่ทำงาน ซึ่งสะดวกในการเดินทาง มีสาขากระจายอยู่ทั่วไป มีบริการครบวงจร ความรวดเร็วที่ตอบสนองความเร่งด่วนในยุคปัจจุบัน ซึ่งขัดแย้งกับผลงานวิจัยของ สุทธานี พรวัฒนานนท์ (2543) ซึ่งพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธนาคารทหารไทย สาขาถนนห้วยแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 5 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านบริการ ด้านเทคโนโลยี และด้านการประชาสัมพันธ์

โดยปัจจัยด้านสถานที่เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายของธนาคารในการพัฒนาช่องทางในการให้บริการแก่ลูกค้าให้ได้มากขึ้น และการเปิดสาขาให้บริการในห้างสรรพสินค้าเพื่อการเจาะตลาดและเข้าถึงลูกค้าให้มากขึ้น ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญในการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า โดยเป็นการดำเนินการที่สอดคล้องตามหลักกลยุทธ์การปรับความต้องการของตลาด ของ Sasser

นอกจากความสะดวกสบายในด้านสถานที่ตั้งของธนาคารแล้ว ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการจากธนาคารทหารไทย สาขาในห้างสรรพสินค้า จะพิจารณาจากบริการที่จะได้รับที่เกิดประโยชน์สูงสุดและตรงตามความต้องการ โดยให้ความสำคัญของอัตราค่าบริการในลำดับถัดไป ซึ่งสอดคล้องตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ Marshallian ที่กล่าวว่า การบริโภคของผู้บริโภคเป็นผลลัพธ์ของความมีเหตุผล โดยผู้บริโภคจะคำนวณอย่างรอบคอบถึงคุณค่าทางด้านเศรษฐกิจ และจะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีปัญหาในเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของทางธนาคาร ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากเพื่อน/ญาติ และจากพนักงานของธนาคาร แสดงว่าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคโดยการเรียนรู้และเลียนแบบ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ Veblenian ที่กล่าวว่าพฤติกรรมที่มนุษย์แสดงออกเป็นผลมาจากวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และสังคม โดยมีพฤติกรรมที่อาศัยแนวทางของกลุ่มสังคมในอดีตและในปัจจุบันเป็นตัวนำ

ความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า มีความแตกต่างกันไปตามปัจจัยต่าง ๆ ประกอบกับภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่ทวีความรุนแรงในมิติของโลกาภิวัตน์ ทำให้ธนาคารทหารไทยต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งเน้นที่ลูกค้าซึ่งรวมถึงการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน และการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

พัฒนารูปแบบและช่องทางการให้บริการเพื่อให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม กำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจภายใต้กรอบการเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้า และมุ่งมั่นที่จะพัฒนาบริการและคำนึงถึงประโยชน์ของลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ อีกทั้ง การส่งเสริมการพัฒนาบริการทางการเงินในรูปแบบใหม่ๆ ที่ทันสมัยและหลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการทางการเงินที่สอดคล้องกับความต้องการได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้ง การเน้นคุณภาพการให้บริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจ และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้อย่างเกินความคาดหมายตลอดไป ซึ่งสอดคล้องตามทฤษฎีความพึงพอใจของ Kotler ที่ให้ความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าด้วยคุณภาพการบริการและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบแก่ลูกค้า

ทั้งนี้ สาขาในห้างสรรพสินค้าเป็นสาขารูปแบบใหม่ได้มีการปรับปรุงระบบการให้บริการจากเดิมมีพนักงานให้บริการ เป็นการให้บริการ 2 ทางเลือก คือ ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการกับพนักงานของธนาคารโดยตรง หรือ ใช้บริการผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ก็ได้ ซึ่งถือเป็นสาขารูปแบบใหม่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยโลกาภิวัตน์

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้ทราบข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยมีความเห็นและข้อเสนอแนะ ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของธนาคารทหารไทยในห้างสรรพสินค้า ดังนี้

(1) ด้านการปฏิบัติงานของพนักงาน ควรปรับปรุงจำนวนพนักงานที่ให้บริการที่อาจจะไม่เพียงพอต่อการให้บริการเมื่อเทียบกับปริมาณการทำธุรกรรมของลูกค้า โดยธนาคารควรจัดสรรพนักงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบให้สอดคล้องกับปริมาณการทำธุรกรรมในแต่ละด้าน และเพิ่มจำนวนพนักงานที่เคาน์เตอร์บริการ เนื่องจากลูกค้าบางรายยังมีความต้องการที่จะใช้บริการกับพนักงานโดยตรง มากกว่าการใช้บริการผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ในขณะที่ธนาคารต้องเร่งให้ความรู้และสร้างทักษะเพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้บริการผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ให้กับลูกค้ารายดังกล่าวด้วย โดยอาจให้ลูกค้าได้ทดลองใช้บริการต่าง ๆ ผ่านเครื่องอิเล็กทรอนิกส์โดยมีพนักงานธนาคารคอยให้ความช่วยเหลือและแนะนำในระหว่างการใช้บริการ

(2) ด้านสถานที่ติดต่อของธนาคาร ควรปรับปรุงด้านความสะดวกของสถานที่จอดรถ เนื่องจากสาขาที่ทำการศึกษานี้ เป็นการศึกษาจากสาขารูปแบบใหม่ของธนาคารคือสาขาในห้างสรรพสินค้า โดยลูกค้าต้องใช้บริการสถานที่จอดรถของห้างสรรพสินค้านั้นๆ ซึ่งอาจไม่เพียงพอหรือไม่ได้รับความสะดวกในบางโอกาส ดังนั้นเพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการในสาขาดังกล่าว จึงเสนอแนวทางแก้ไข คือ ธนาคารต้องติดต่อกับห้างสรรพสินค้าเพื่อขอให้จัดพื้นที่จอดรถสำหรับลูกค้าของธนาคารโดยเฉพาะ โดยกำหนดระยะเวลาไม่เกินคันละ 30 นาที เพื่อให้ผู้อื่นที่ไม่ได้มาติดต่อกับธนาคารแอบอ้างเข้ามาจอดรถในบริเวณที่จัดสรรไว้สำหรับลูกค้าของธนาคารและกรณีที่ห้างสรรพสินค้าคิดค่าบริการที่จอดรถจากลูกค้า ธนาคารอาจกำหนดให้ลูกค้าประทับตราจอดรถภายหลังจากที่ได้ใช้บริการธนาคารแล้ว และธนาคารรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในส่วนนี้แทนลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวกในด้านสถานที่จอดรถแก่ลูกค้าของธนาคาร

(3) ด้านการให้บริการของธนาคาร ควรปรับปรุงด้านความทันสมัยของอุปกรณ์และระบบคอมพิวเตอร์ให้มากขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ธนาคารในการมุ่งสู่ Universal Banking รวมทั้ง การอบรมเพื่อเพิ่มทักษะและศักยภาพในการทำงานของพนักงานให้สูงขึ้น โดยเฉพาะการเพิ่มความรู้ในธุรกิจการเงินสมัยใหม่ และการปลูกฝังให้พนักงานมีจิตสำนึกในการให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า

(5) การส่งเสริมการตลาดของธนาคารน้อยเกินไปทำให้เป็นจุดอ่อนที่สำคัญยิ่ง โดยเฉพาะด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของธนาคารที่ลูกค้าไม่ค่อยได้รับรู้ข่าวสารของธนาคารอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจเกิดผลเสียต่อธุรกิจธนาคาร กล่าวคือ ลูกค้าอาจจะไม่มั่นใจในเสถียรภาพของธนาคาร ดังนั้น ธนาคารต้องเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อที่เป็นสื่อสาธารณะ เช่น โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร/วารสารต่างๆ ซึ่งเป็นการเข้าถึงลูกค้าได้โดยง่ายและกว้างขวาง เพื่อให้ลูกค้าและประชาชนทั่วไปได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของธนาคารอย่างทั่วถึง อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อธุรกิจของธนาคาร

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาในอนาคต

- (1) ควรมีการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีการกระจายมากขึ้น
- (2) ควรมีการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเขตปริมณฑล และต่างจังหวัด เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการขยายสาขาในห้างสรรพสินค้า ตามเขตปริมณฑล และต่างจังหวัด
- (3) ควรมีการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจระหว่างธนาคารพาณิชย์ด้วยกัน เพื่อจะได้เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า และนำผลที่ได้มาปรับปรุงกลยุทธ์การให้บริการขององค์กรให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด