

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการบริการของฝ่ายบัตรเครดิตธนาคารแห่งประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา กลยุทธ์การแข่งขันในตลาดของฝ่ายบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของฝ่ายบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย และเพื่อศึกษากำหนดทิศทางการบริหารจัดการนวัตกรรมการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพของฝ่ายบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการวิจัยที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การแข่งขันในตลาดของฝ่ายบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย จากการศึกษาวิจัยผู้วิจัยพบว่า แผนกบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทยสามารถดำรงสถานะที่มั่นคงท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงได้ ด้วยรากฐานที่แข็งแกร่งจากชื่อเสียงของแบรนด์ที่สั่งสมมานาน ความแข็งแกร่งทางการเงิน และเครือข่ายช่องทางที่กว้างขวาง แผนกนี้ใช้กลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาดที่แม่นยำ นำเสนอนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่าง ดำเนินการบูรณาการช่องทางออนไลน์และออฟไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ และใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลให้สามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายและเจาะตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ แผนกยังให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎระเบียบ โดยมีการพัฒนาระบบตรวจสอบความเสี่ยงที่ครอบคลุมและกลไกการประเมินสินเชื่อ เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการขยายตลาดกับการดำเนินงานที่มั่นคง ยิ่งไปกว่านั้น ในบริบทของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล แผนกได้นำเทคโนโลยีล้ำสมัยอย่างปัญญาประดิษฐ์ บล็อกเชน การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ และการบริการลูกค้าอัจฉริยะมาประยุกต์ใช้ ซึ่งช่วยยกระดับบริการให้มีความแม่นยำ เป็นระบบอัตโนมัติ และมอบประสบการณ์ลูกค้าที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

2. แนวทางการบริหารจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของฝ่ายบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย จากการศึกษาวิจัยผู้วิจัยพบว่า แผนกบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทยกำลังสำรวจและพัฒนา รูปแบบนวัตกรรมการสื่อสารที่หลากหลายอย่างจริงจัง ผ่านการทำงานร่วมกันข้ามแผนก การใช้ข้อมูลเพื่อการสื่อสารที่แม่นยำ การสร้างสรรค์เนื้อหาใหม่ ๆ และการบูรณาการการตลาดในทุกช่องทางอย่างครบวงจร มาตรการเหล่านี้มีเป้าหมายเพื่อยกระดับอิทธิพลของแบรนด์ในตลาดและความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์อย่างต่อเนื่อง จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารพบว่า การบูรณาการเทคโนโลยีเกิดใหม่ได้ช่วยเพิ่มความแม่นยำและการโต้ตอบของเนื้อหาการสื่อสารอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ผลการสัมภาษณ์พนักงานก็

เน้นย้ำว่า การบริการลูกค้าอัจฉริยะ แพลตฟอร์มการโต้ตอบออนไลน์ และบริการที่ปรับแต่งตามข้อมูลขนาดใหญ่ ได้ปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าและประสิทธิภาพการบริการอย่างมาก นอกจากนี้ การสร้างกลไกการตรวจสอบและตอบรับแบบเรียลไทม์ การเสริมสร้างชุมชนผู้ใช้ และการดำเนินกลยุทธ์ตลาดเรื่องราวของแบรนด์ที่เข้าถึงอารมณ์ความรู้สึก ยังช่วยลดช่องว่างทางอารมณ์กับลูกค้า และสร้างความภักดีต่อแบรนด์ในหมู่ผู้บริโภคให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

3. การกำหนดทิศทางการบริหารจัดการนวัตกรรมการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพของฝ่ายบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย จากการศึกษาวิจัยพบว่า การกำหนดทิศทางการบริหารจัดการนวัตกรรมการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพของฝ่ายบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย ได้บรรลุผลแล้วแบบจำลองสมการโครงสร้างและผลการวิเคราะห์เส้นทางแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญระหว่างประสิทธิภาพการสื่อสารภายใน การฝึกอบรมพนักงาน ความพึงพอใจของพนักงาน และการเพิ่มประสิทธิภาพบริการ และยังเปิดเผยบทบาทสำคัญของความพึงพอใจของพนักงานในกระบวนการนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลการวิจัยนี้ระบุไว้อย่างชัดเจนว่าแผนกบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทยควรมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายใน และคุณภาพการฝึกอบรมพนักงาน เพื่อยกระดับความพึงพอใจของพนักงาน ซึ่งจะนำไปสู่การบรรลุการเพิ่มประสิทธิภาพบริการอย่างมีนัยสำคัญ ข้อสรุปเหล่านี้ไม่เพียงแต่ยืนยันความถูกต้องของสมมติฐานทางทฤษฎีเท่านั้น แต่ยังให้การสนับสนุนเชิงปริมาณที่ชัดเจนสำหรับการปฏิบัติการจัดการจริง โดยชี้แนะทิศทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการบริการของฝ่ายบัตรเครดิตธนาคารแห่งประเทศไทย” ผู้วิจัยขออภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. กลยุทธ์การแข่งขันในตลาดของฝ่ายบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย จากการศึกษาวิจัยพบว่า แผนกบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทยได้สร้างการสนับสนุนหลักสำหรับการแข่งขันทางการตลาดผ่านความได้เปรียบของแบรนด์ที่แข็งแกร่ง ความมั่นคงทางการเงิน และการสร้างเครือข่ายช่องทางที่กว้างขวาง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีสินทรัพย์แบรนด์ (Brand Equity Theory) ที่เน้นโดย Keller (2013) ซึ่งระบุว่าชื่อเสียงของแบรนด์มีความสัมพันธ์โดยตรงกับประสิทธิภาพทางการตลาด นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler & Keller (2016) ที่ชี้ให้เห็นว่าชื่อเสียงของแบรนด์ที่แข็งแกร่งสามารถลดอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวิจัยยังพบว่าแผนกบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทยประสบความสำเร็จในการเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพผ่านการแบ่งส่วนตลาดที่ละเอียดและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่าง กลยุทธ์นี้สอดคล้องอย่างมากกับทฤษฎีกลยุทธ์ความแตกต่าง (Differentiation Strategy) ของ Porter (1980) ซึ่งองค์กรบรรลุความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเอกลักษณ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม

การวิจัยนี้ยังเน้นย้ำถึงความสำคัญของการบูรณาการช่องทางออนไลน์และออฟไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่มีอยู่ของ Zhang & Wedel (2009) ที่ชี้ให้เห็นว่ากลยุทธ์การตลาดแบบ Omnichannel สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีนัยสำคัญ และเพิ่มความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า แผนกบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทยได้ปรับปรุงประสิทธิภาพการตลาดและอัตราการเปลี่ยนลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล โดยใช้การโต้ตอบที่ประสานงานกันระหว่างช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ของกลยุทธ์ช่องทางขององค์กรบริการทางการเงินในยุคดิจิทัล กลยุทธ์นี้ได้รับการยืนยันโดยผลการวิจัยของ Verhoef et al. (2015) ที่เน้นย้ำถึงความสำคัญของการบูรณาการช่องทางดิจิทัลและช่องทางดั้งเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าและความภักดีต่อแบรนด์

นอกจากนี้ ผลลัพธ์ของการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลการปฏิบัติตามกฎระเบียบสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพและความสามารถในการประยุกต์ใช้ของกรอบทฤษฎีที่มีอยู่ จากการศึกษาของ Basel (2014) ระบบการตรวจสอบความเสี่ยงที่ครอบคลุมและกลไกการประเมินสินเชื่อเป็นกุญแจสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมธนาคารในการรักษาการดำเนินงานที่มั่นคงและการพัฒนาอย่างยั่งยืนในการแข่งขันในตลาด ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าแผนกบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทยได้ใช้มาตรการควบคุมความเสี่ยงอย่างเป็นระบบในด้านนี้ ไม่เพียงแต่บรรลุสมดุลระหว่างการขยายตลาดและการควบคุมความเสี่ยงเท่านั้น แต่ยังรับประกันความยั่งยืนในระยะยาวและความสำเร็จในการแข่งขันขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. แนวทางการบริหารจัดการนวัตกรรมสื่อสารของฝ่ายบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย จากการวิจัยพบว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเกิดใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ ข้อมูลขนาดใหญ่ และบล็อกเชน ได้ปรับปรุงความแม่นยำและการโต้ตอบของการสื่อสารอย่างมีนัยสำคัญ ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับมุมมองของการวิจัยที่มีอยู่ของ Dwivedi et al. (2020) ที่แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ สามารถปรับปรุงความแม่นยำของการสื่อสารขององค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญ และส่งเสริมการสร้างมูลค่าแบรนด์ การวิจัยนี้ได้ชี้แจงสถานการณ์การใช้งานเฉพาะของการบูรณาการเทคโนโลยีในการสื่อสารทางการตลาดจริง และขยายความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎีนวัตกรรมสื่อสาร

นอกจากนี้ การวิจัยนี้ยังเปิดเผยบทบาทเชิงบวกของการตลาดเรื่องราวของแบรนด์ (Brand Storytelling) และการสร้างชุมชนผู้ซื้อต่อการเชื่อมโยงทางอารมณ์ของแบรนด์และความภักดีของผู้ใช้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการตลาดเรื่องราวของแบรนด์ของ Escalas (2004) Escalas ชี้ให้เห็นว่าเรื่องราวของแบรนด์ที่ใช้อารมณ์ความรู้สึกสามารถกระตุ้นการสะท้อนทางอารมณ์และความภักดีต่อแบรนด์ของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ แผนกบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทยในการวิจัยนี้ได้สร้างการ

เชื่อมโยงทางอารมณ์ที่ลึกซึ้งกับผู้ใช้ผ่านเรื่องราวของแบรนด์ที่ใช้อารมณ์ความรู้สึกและการโต้ตอบในชุมชน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของทฤษฎีนี้ในการปฏิบัติจริงในอุตสาหกรรมการเงิน

3. การกำหนดทิศทางการบริหารจัดการนวัตกรรมการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพของฝ่ายบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย จากการวิจัยพบว่า ด้านของประสิทธิภาพการสื่อสารภายใน การฝึกอบรมพนักงานและความพึงพอใจของพนักงานต่อการเพิ่มประสิทธิภาพบริการ มีนัยสำคัญเชิงบวก ซึ่งยืนยันความสำคัญของกิจกรรมการจัดการภายในในการปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กรที่เน้นย้ำในการวิจัยที่มีอยู่ (Zhang & Bartol, 2010; Jiang et al., 2012)

การวิจัยนี้พบว่าประสิทธิภาพการสื่อสารภายในมีผลส่งเสริมที่ชัดเจนต่อการเพิ่มประสิทธิภาพบริการ ซึ่งสอดคล้องกับข้อสรุปของ Tkalcic Verčič et al. (2012) ที่ระบุว่า การสื่อสารภายในเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร พวกเขาแนะนำว่าการสื่อสารภายในที่มีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มการประสานงานและการแบ่งปันทรัพยากรภายในองค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวม ข้อมูลของการวิจัยนี้ยังยืนยันข้อโต้แย้งนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางจาก ICE ไปยัง ISE ซึ่งสูงถึง 0.578 ($p < 0.001$) ในการวิเคราะห์เส้นทาง

การฝึกอบรมพนักงานแสดงบทบาทเชิงบวกในการเพิ่มประสิทธิภาพบริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.553 ($p < 0.001$) ซึ่งสอดคล้องกับวรรณกรรมก่อนหน้านี้ที่เน้นย้ำถึงผลกระทบของการฝึกอบรมต่อการปรับปรุงทักษะพนักงานและคุณภาพบริการ (Brown & Sitzmann, 2011) การวิจัยแสดงให้เห็นว่าการฝึกอบรมพนักงานสามารถเพิ่มความสามารถในการทำงานและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยยกระดับระดับบริการโดยรวม สิ่งนี้ชี้ให้เห็นว่าแผนกบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทยควรเสริมสร้างการฝึกอบรมทักษะและความรู้ของพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กรอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ผลการวิจัยนี้ยังเน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญของความพึงพอใจของพนักงานในแบบจำลองความสัมพันธ์ทั้งหมด ความพึงพอใจของพนักงานมีผลกระทบที่โดดเด่นที่สุดต่อการเพิ่มประสิทธิภาพบริการ (ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงถึง 0.608, $p < 0.001$) ซึ่งยืนยันเพิ่มเติมถึงแนวคิดของ Judge et al. (2001) ที่ว่าความพึงพอใจของพนักงานเป็นตัวแปรคั่นกลางที่สำคัญระหว่างพฤติกรรมพนักงานและประสิทธิภาพขององค์กร การวิจัยก่อนหน้านี้ได้เน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญของความพึงพอใจของพนักงานต่อการมีส่วนร่วมในงานและประสิทธิภาพการบริการ (Harter et al., 2002) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยนี้ยังสนับสนุนมุมมองนี้ต่อไป กล่าวคือ การเพิ่มความพึงพอใจของพนักงานสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการบริการของพนักงานได้อย่างมีนัยสำคัญ

การวิจัยนี้ยังใช้ระเบียบวิธี Bootstrapping เพื่อตรวจสอบเพิ่มเติมถึงบทบาทคั่นกลางที่สำคัญของความพึงพอใจของพนักงานระหว่างประสิทธิภาพการสื่อสารภายในและการเพิ่มประสิทธิภาพบริการ ตลอดจนระหว่างการฝึกอบรมพนักงานและการเพิ่มประสิทธิภาพบริการ การค้นพบนี้สอดคล้องอย่างมากกับบทบาทคั่นกลางที่สำคัญของอารมณ์และทัศนคติของพนักงานในพฤติกรรมองค์กรที่ระบุในการวิจัยของ Rich et al. (2010) ด้วยการวิเคราะห์เชิงปริมาณ การวิจัยนี้ได้ชี้แจงบทบาทของความพึงพอใจของพนักงานในฐานะตัวเชื่อมสำคัญ โดยมีผลรวม 0.847 และ 0.835 ตามลำดับ (ทั้งคู่ $p < 0.001$) และ

ผลกระทบทางอ้อม 0.269 และ 0.282 ตามลำดับ (ทั้งคู่ $p < 0.001$) ซึ่งพิสูจน์ได้ว่าความพึงพอใจของพนักงานเป็นตัวเชื่อมโยงหลักที่สำคัญระหว่างมาตรการการจัดการภายในขององค์กรและเป้าหมายประสิทธิภาพ

โดยรวมแล้ว ผลการวิจัยนี้ระบุไว้อย่างชัดเจนถึงอิทธิพลเชิงบวกที่มีนัยสำคัญของประสิทธิภาพการสื่อสารภายในและการฝึกอบรมพนักงาน และเน้นย้ำถึงสถานะหลักของความพึงพอใจของพนักงานในกระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพบริการ สิ่งนี้สอดคล้องกับมุมมองของ Peccei (2004) ที่ระบุว่า การปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กรควรมุ่งเน้นไปที่การทำงานร่วมกันของการรับรู้ของพนักงานและประสิทธิภาพการจัดการภายใน จะเห็นได้ว่าในการปฏิบัติการจัดการในอนาคตของแผนกบัตรเครดิตของธนาคารนี้ จำเป็นต้องเสริมสร้างประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในและระบบของการฝึกอบรมพนักงาน โดยมีดัชนีหลักคือความพึงพอใจของพนักงาน เพื่อสร้างกลไกระยะยาวสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการแข่งขันในตลาดการเงินที่รุนแรงขึ้นในปัจจุบัน ผลการวิจัยเชิงปริมาณเหล่านี้ให้คำแนะนำเชิงกลยุทธ์ที่เป็นรูปธรรม แม่นยำ และเป็นไปได้สำหรับแผนกบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทยในการปฏิบัติการจัดการและนวัตกรรมการสื่อสาร ซึ่งบรรลुวัตถุประสงค์เริ่มต้นของการวิจัย และยังเป็นพื้นฐานและทิศทางที่สำคัญสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการในอนาคต

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยนี้ได้สำรวจความสัมพันธ์ภายในระหว่างประสิทธิภาพการสื่อสารภายใน การฝึกอบรมพนักงาน ความพึงพอใจของพนักงานและการเพิ่มประสิทธิภาพบริการอย่างเป็นระบบ โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างและการวิเคราะห์เส้นทาง ผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าแต่ละปัจจัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ และยังเปิดเผยบทบาทตัวกลางที่สำคัญของความพึงพอใจของพนักงาน ในบริบทของการแข่งขันในตลาดการเงินที่รุนแรงและความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน แผนกบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทยจึงจำเป็นต้องปฏิรูปและสร้างสรรค์ในด้านการจัดการภายในและการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร จากผลการวิจัยนี้ จึงขอเสนอแนะเชิงปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมใน 4 ด้าน ดังนี้:

1. การปรับปรุงประสิทธิภาพการสื่อสารภายใน โดยองค์กรควรสร้างกลไกการถ่ายทอดข้อมูลที่ครอบคลุมและหลากหลายระดับ การวิจัยแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการสื่อสารภายในมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพบริการ และยังสามารถส่งเสริมความพึงพอใจของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากผลนี้ องค์กรควรมุ่งมั่นที่จะทำลายกำแพงข้อมูลระหว่างแผนก และสร้างโครงสร้างการจัดการที่ผสมรวมการสื่อสารทั้งแนวนอนและแนวตั้งเข้าด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสามารถทำได้โดยการจัดประชุมร่วมระหว่างแผนกเป็นประจำ สร้างแพลตฟอร์มแบ่งปันข้อมูล และจัดตั้งช่องทางรับข้อเสนอแนะภายใน เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลจะถูกถ่ายทอดระหว่างทุกระดับโดยไม่มีอุปสรรค แผนกบัตรเครดิตสามารถใช้ซอฟต์แวร์การทำงานร่วมกันภายในหรือแพลตฟอร์มโซเชียลขององค์กรเพื่อแบ่งปันข้อมูลและแลกเปลี่ยนธุรกิจแบบเรียลไทม์ ผู้จัดการแผนกควรส่งเสริมให้พนักงานแสดงความคิดเห็นอย่างกระตือรือร้นในการทำงาน และถ่ายทอดภูมิปัญญาจากระดับปฏิบัติการและข้อเสนอแนะจากลูกค้าไปยังระดับการตัดสินใจได้อย่างทันท่วงที นอกจากนี้ ยังสามารถใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์กร การประชุม แบ่งปันกรณีศึกษาการฝึกอบรม และสื่ออื่น ๆ เพื่อเผยแพร่ประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จและแนวคิดที่ทันสมัย สร้างบรรยากาศการสื่อสารที่เปิดกว้างและโปร่งใส การไหลเวียนของข้อมูลที่ราบรื่นเท่านั้นที่จะช่วยให้พนักงานรักษาระดับการมีส่วนร่วมและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรได้อย่างสูง ซึ่งจะนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพบริการต่อไป

2. การพัฒนาการฝึกอบรมพนักงาน โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าการฝึกอบรมพนักงานอย่างเป็นระบบมีผลส่งเสริมเชิงบวกต่อทั้งประสิทธิภาพบริการและความพึงพอใจของพนักงาน ดังนั้น ขอแนะนำให้องค์กรเมื่อจัดทำแผนการฝึกอบรม ควรคำนึงถึงความต้องการที่แท้จริง และดำเนินรูปแบบการฝึกอบรมที่แตกต่างและแม่นยำ สำหรับลักษณะเฉพาะของธุรกิจบัตรเครดิต องค์กรสามารถกำหนดโมดูลการฝึกอบรมสำหรับตำแหน่งงานต่าง ๆ เช่น ธุรกิจหน้างาน การควบคุมความเสี่ยง การบริการลูกค้า และการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัล โดยใช้วิธีการบรรยายทฤษฎีและการปฏิบัติจริงร่วมกัน เพื่อเพิ่มคุณภาพโดยรวมและความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงาน นอกจากนี้ ควรเรียนรู้จากประสบการณ์ขององค์กรชั้นนำ และสร้างระบบพี่เลี้ยงภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานอาวุโสที่มีประสบการณ์ช่วยให้พนักงานใหม่ก้าวหน้าไปพร้อมกัน องค์กรสามารถจัดการสัมมนาเฉพาะเรื่อง การ

วิเคราะห์กรณีศึกษา และการฝึกอบรมจำลองสถานการณ์เป็นประจำ เพื่อส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้และเติบโตอย่างต่อเนื่องในการปฏิบัติงานจริงผ่านการโต้ตอบและการทำงานร่วมกันเป็นทีม ในขณะเดียวกัน ควรให้ความสำคัญกับการประเมินผลและการให้ข้อเสนอแนะจากการฝึกอบรม สร้างระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่สมบูรณ์ โดยเชื่อมโยงผลการฝึกอบรมเข้ากับกลไกแรงจูงใจของพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าการลงทุนในการฝึกอบรมสามารถเปลี่ยนไปเป็นแรงขับเคลื่อนภายในเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพบริการได้อย่างแท้จริง เนื้อหาการฝึกอบรมไม่เพียงแต่จะต้องครอบคลุมทักษะทางวิชาชีพเท่านั้น แต่ยังควรรวมถึงการพัฒนาทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (soft skills) เช่น การจัดการอารมณ์ ทักษะการสื่อสาร และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างระบบความรู้และกรอบความสามารถที่ครอบคลุม เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

3. การเพิ่มความพึงพอใจของพนักงาน โดยผลการวิจัยได้ยืนยันอย่างเต็มที่ถึงสถานะหลักของความพึงพอใจของพนักงานในการขับเคลื่อนการเพิ่มประสิทธิภาพบริการ ความพึงพอใจของพนักงานไม่เพียงสะท้อนถึงระดับการยอมรับของพนักงานต่อการจัดการองค์กรและสภาพแวดล้อมการทำงานเท่านั้น แต่ยังเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการประเมินประสิทธิภาพของการจัดการภายในองค์กร ดังนั้นขอแนะนำให้องค์กรในการจัดการประจำวัน ควรถือว่าการเพิ่มความพึงพอใจของพนักงานเป็นเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ระยะยาว ประการแรก ควรปรับปรุงกลไกแรงจูงใจ สร้างระบบการจ่ายค่าตอบแทนและเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพที่สมเหตุสมผลและเป็นไปตามหลักวิทยาศาสตร์ แผนกบริหารเครดิตสามารถสำรวจความคิดเห็นของพนักงานเป็นประจำ เพื่อทำความเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของพนักงานเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมการทำงาน สวัสดิการ และกลไกความก้าวหน้าในอาชีพ และปรับปรุงตามผลการสำรวจ ตัวอย่างเช่น องค์กรสามารถจัดตั้งโบนัสผลงาน การยกย่องเชิดชูเกียรติ การเลื่อนขั้นของพนักงาน และมาตรการจูงใจอื่น ๆ เพื่อกระตุ้นความกระตือรือร้นในการทำงานของพนักงาน และทำให้พนักงานรู้สึกว่าเป็นที่รักให้การยอมรับในผลงานของตน ประการที่สอง ควรสร้างบรรยากาศการทำงานที่กลมกลืน ผู้บริหารควรเสริมสร้างการโต้ตอบและการสื่อสารกับพนักงาน แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานได้อย่างทัน่วงที และให้ความสนใจกับสุขภาพจิตและการพัฒนาอาชีพของพนักงาน การสร้าง "โครงการดูแลพนักงาน" ภายในองค์กรไม่เพียงแต่สามารถบรรเทาความเครียดในการทำงานผ่านการให้คำปรึกษาทางจิตวิทยา กิจกรรมทีม และอื่น ๆ แต่ยังสามารถเพิ่มความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและความสามัคคีของพนักงานได้ นอกจากนี้ ยังต้องให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เป็นธรรมและโปร่งใส เพื่อให้มั่นใจว่ากฎระเบียบการจัดการทั้งหมดได้รับการปฏิบัติอย่างยุติธรรมและเท่าเทียมกัน เฉพาะเมื่อพนักงานรู้สึกถึงการดูแลและการสนับสนุนจากองค์กรอย่างแท้จริงเท่านั้น จึงจะสามารถเพิ่มความพึงพอใจของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพบริการอย่างพื้นฐาน

4. การบูรณาการกลยุทธ์โดยรวมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพบริการ โดยองค์กรควรรวมการสื่อสารภายใน การฝึกอบรมพนักงาน และการเพิ่มความพึงพอใจของพนักงานเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างผลกระทบร่วมกัน และส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพบริการโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญ การวิจัย

แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารภายในและการฝึกอบรมพนักงานไม่เพียงแต่มีบทบาทสำคัญในการมีอิทธิพลโดยตรงต่อประสิทธิภาพบริการเท่านั้น แต่ยังช่วยส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพบริการทางอ้อมผ่านกลไกตัวกลางคือความพึงพอใจของพนักงาน เพื่อการนี้ องค์กรจำเป็นต้องเริ่มต้นจากมุมมองเชิงกลยุทธ์โดยรวมเพื่อกำหนดแผนการจัดการที่เป็นระบบและมองไปข้างหน้า ประการแรก ต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นคนเป็นแกนหลัก โดยเน้นคุณค่าของพนักงาน การทำงานร่วมกันเป็นทีม และนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารระดับสูงควรเป็นผู้นำในการส่งเสริมค่านิยมที่เปิดกว้าง ครอบคลุม และแบ่งปัน โดยรวมการสื่อสารภายในและการฝึกอบรมเข้ากับตัวชี้วัดการประเมินผลเชิงกลยุทธ์ขององค์กร และปรับปรุงกลไกการจัดการอย่างต่อเนื่องผ่านการสรุปและปรับปรุงเป็นประจำ ประการที่สอง ควรให้ความสำคัญกับการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศและวิธีการจัดการ โดยใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยอื่น ๆ เพื่อสร้างแพลตฟอร์มการจัดการที่มีประสิทธิภาพและชาญฉลาด เพื่อให้การสื่อสารภายในและการฝึกอบรมเป็นไปโดยอัตโนมัติและแม่นยำ ด้วยการตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลสถานะการทำงานของพนักงาน การมีส่วนร่วมในการฝึกอบรม และความพึงพอใจอย่างเรียลไทม์ องค์กรสามารถค้นหาจุดอ่อนและปัญหาในการจัดการได้ทันที และกำหนดมาตรการปรับปรุงที่ตรงเป้าหมาย ในขณะเดียวกัน สำหรับลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการเครดิต ยังสามารถใช้ข้อเสนอแนะจากข้อมูลลูกค้าเพื่อทำความเข้าใจปัญหาและความท้าทายที่พนักงานพบในกระบวนการให้บริการจริง เพื่อให้คำแนะนำและการสนับสนุนที่ตรงเป้าหมายในการฝึกอบรมและการสื่อสาร ประการที่สาม การสร้างกลไกการทำงานร่วมกันข้ามแผนกก็มีความสำคัญอย่างยิ่ง กระบวนการทางธุรกิจระหว่างแผนกต่าง ๆ มีความเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด เฉพาะเมื่อมีการแบ่งปันข้อมูลและการทำงานร่วมกันเท่านั้น จึงจะสามารถสร้างพลังร่วมโดยรวมและส่งเสริมการปรับปรุงคุณภาพบริการโดยรวมได้ เพื่อการนี้ ขอแนะนำให้องค์กรจัดการประชุมแลกเปลี่ยนการทำงานข้ามแผนกเป็นประจำ ดำเนินการฝึกอบรมร่วมกัน และกิจกรรมการสร้างทีมเพื่อส่งเสริมความเข้าใจซึ่งกันและกันและการบูรณาการทรัพยากรระหว่างแผนกต่าง ๆ

ในกระบวนการส่งเสริมการสื่อสารภายในและการฝึกอบรมพนักงาน จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศองค์กรและสภาพแวดล้อมการจัดการที่ดี ผู้บริหารไม่เพียงแต่ต้องให้การสนับสนุนในด้านกฎระเบียบเท่านั้น แต่ยังต้องเป็นแบบอย่างในการทำงานประจำวัน องค์กรควรส่งเสริมให้พนักงานระดับรากหญ้ามีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการตัดสินใจด้านการจัดการภายในต่าง ๆ โดยผ่านการจัดตั้งสภาผู้แทนพนักงาน การรวบรวมข้อเสนอแนะภายใน และวิธีการอื่น ๆ เพื่อให้พนักงานทุกคนสามารถหาตำแหน่งของตนเองในการพัฒนาองค์กร และเป็นผู้ส่งเสริมและได้รับประโยชน์จากนวัตกรรม การจัดการอย่างแท้จริง ในขณะเดียวกัน องค์กรควรเสริมสร้างการแนะนำการเติบโตและการวางแผนอาชีพของพนักงาน จัดบรรยายและหลักสูตรฝึกอบรมการวางแผนอาชีพเป็นประจำ เพื่อช่วยให้พนักงานกำหนดทิศทางการพัฒนาในอนาคต และเพิ่มความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของอาชีพและความภาคภูมิใจ ด้วยการสร้างบรรยากาศการทำงานที่ทุกคนมีส่วนร่วมและเติบโตไปพร้อมกัน ไม่เพียงแต่จะเพิ่มความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรของพนักงานเท่านั้น แต่ยังกระตุ้นให้พนักงานมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศและกล้าที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในการทำงาน ซึ่งจะช่วยให้องค์กรได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดที่รุนแรง

สำหรับตลาดบัตรเครดิตของธนาคารที่การแข่งขันรุนแรงขึ้นในปัจจุบัน องค์กรในการดำเนินมาตรการข้างต้น ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและการปรับตัวแบบพลวัต ผู้บริหารจำเป็นต้องประเมินการสื่อสารภายใน ระบบการฝึกอบรม และความพึงพอใจของพนักงานอย่างครอบคลุมเป็นประจำ เพื่อทำความเข้าใจปัญหาและข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นในกระบวนการจัดการขององค์กรได้อย่างทันท่วงที ด้วยวิธีการรวมเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ผลการดำเนินงานของมาตรการการจัดการต่าง ๆ และข้อเสนอแนะของพนักงานอย่างครอบคลุม และปรับปรุงแผนงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง ในขณะเดียวกัน องค์กรยังสามารถนำผู้เชี่ยวชาญภายนอกหรือหน่วยงานที่ปรึกษา มาประเมินการจัดการภายในและระบบการฝึกอบรม วิจัยประสิทธิภาพที่ประสบความสำเร็จและรูปแบบการจัดการขององค์กรขั้นสูง และสร้างเส้นทางการจัดการที่เหมาะสมกับการพัฒนาของตนเอง ด้วยการสะท้อนตนเองภายในอย่างต่อเนื่องและการเปรียบเทียบกับภายนอกเท่านั้น จึงจะสามารถรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างต่อเนื่องในสภาพแวดล้อมตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

จากมุมมองเชิงกลยุทธ์โดยรวม การสื่อสารภายในและการฝึกอบรมพนักงานเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับองค์กรในการเพิ่มประสิทธิภาพบริการ และความพึงพอใจของพนักงานเป็นสะพานเชื่อมระหว่างมาตรการการจัดการและผลประโยชน์การบริการที่แท้จริง ขอแนะนำให้แผนกบัตรเครดิตในการพัฒนาในอนาคต ควรถือว่าการสื่อสารภายในและการฝึกอบรมพนักงานเป็นหนึ่งในกลยุทธ์หลัก จัดระเบียบกระบวนการทำงานและกลไกการจัดการทั้งหมดอย่างเป็นระบบ และกำหนดแผนการดำเนินงานและตัวชี้วัดการประเมินผลโดยละเอียด ด้วยการสร้างระบบการจัดการที่พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมและครอบคลุมทุกด้าน เพื่อให้มั่นใจว่าทุกมาตรการสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และสรุปประสบการณ์และปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่องในการปฏิบัติจริง ในขณะเดียวกัน องค์กรควรให้ความสำคัญกับการบูรณาการแผนระยะยาวและเป้าหมายระยะสั้น ไม่เพียงแต่ต้องบรรลุผลลัพธ์ตามช่วงเวลาเท่านั้น แต่ยังต้องวางรากฐานที่มั่นคงสำหรับการพัฒนาในระยะยาว ด้วยทัศนคติที่เปิดกว้าง ปฏิบัติได้จริง และสร้างสรรค์ เพื่อเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด ไม่เพียงแต่ต้องเรียนรู้จากประสบการณ์ขั้นสูงเท่านั้น แต่ยังต้องรวมกับลักษณะเฉพาะขององค์กรเอง เพื่อกำหนดแผนการจัดการที่ไม่เพียงสอดคล้องกับแนวโน้มของอุตสาหกรรม แต่ยังมีความเป็นไปได้ในการปฏิบัติจริง ด้วยวิธีนี้เท่านั้น จึงจะสามารถบรรลุการเพิ่มประสิทธิภาพบริการอย่างต่อเนื่องในสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และเพื่อให้องค์กรมีโอกาสมากขึ้นในการพัฒนาที่มากขึ้นในการแข่งขันในตลาดในอนาคต

บทบาทของผู้จัดการมีความสำคัญไม่เพียงแต่ต้องมีความเข้าใจในตลาดที่เฉียบแหลมและความสามารถในการวางแผนเชิงกลยุทธ์เท่านั้น แต่ยังต้องมีความสามารถในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงภายในและกระตุ้นศักยภาพของทีม ผู้จัดการควรสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ก้าวหน้าและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องผ่านการเป็นแบบอย่างและสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกคน เพื่อให้กลไกการสื่อสารภายในและการฝึกอบรมปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างต่อเนื่อง ในขณะเดียวกัน ผู้จัดการควรให้ความสำคัญกับความแตกต่างส่วนบุคคลของพนักงาน กำหนดกลยุทธ์การจัดการที่แตกต่างกันสำหรับตำแหน่งและระดับต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าพนักงานทุกคนสามารถแสดง

ศักยภาพสูงสุดในการทำงานได้ ด้วยวิธีนี้เท่านั้น องค์กรจึงจะสามารถก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคงในสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่รุนแรง และบรรลุการเพิ่มประสิทธิภาพบริการและประสิทธิภาพโดยรวม

ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าการปฏิรูปการจัดการในอนาคตควรอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลและการตัดสินใจทางวิทยาศาสตร์มากขึ้น ด้วยความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องของเทคโนโลยีข้อมูลขนาดใหญ่ และปัญญาประดิษฐ์ องค์กรสามารถตรวจสอบตัวชี้วัดหลัก เช่น การสื่อสารภายใน ประสิทธิภาพการฝึกอบรม และความพึงพอใจของพนักงานแบบเรียลไทม์ เพื่อค้นหาจุดอ่อนในการจัดการได้อย่างทันที่ และใช้มาตรการปรับปรุงที่ตรงเป้าหมาย ด้วยการสร้างแพลตฟอร์มข้อมูลภายในและระบบประเมินผลการปฏิบัติงานที่สมบูรณ์ องค์กรสามารถปรับรูปแบบการจัดการและเพิ่มประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่ามาตรการจัดการทั้งหมดสอดคล้องกับความต้องการของตลาดและพนักงานอย่างสูง สิ่งนี้ไม่เพียงแต่รับประกันประสิทธิภาพบริการขององค์กรอย่างแข็งแกร่งเท่านั้น แต่ยังเป็นประสบการณ์และกรณีศึกษาที่มีค่าสำหรับการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาคุณภาพสูงของอุตสาหกรรมโดยรวม

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตและบริบทของการวิจัย จากที่มุ่งเน้นเฉพาะแผนกบัตรเครดิตของธนาคารแห่งประเทศไทย ควรพิจารณาขยายการศึกษาไปยังองค์กรการเงินอื่น ๆ หรืออุตสาหกรรมที่หลากหลาย เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและความสามารถในการประยุกต์ใช้แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการสื่อสารภายใน การฝึกอบรมพนักงาน และความพึงพอใจของพนักงานต่อการเพิ่มประสิทธิภาพบริการในบริบทที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ การศึกษาความแตกต่างทางวัฒนธรรมและระบบการจัดการในภูมิภาคหรือประเทศอื่น ๆ จะช่วยให้ได้ข้อสรุปเชิงทฤษฎีที่ครอบคลุมและเป็นสากลมากขึ้น

2. ควรเพิ่มตัวแปรและกลไกตัวกลางในการศึกษา แม้ว่าการวิจัยนี้จะยืนยันบทบาทสำคัญของความพึงพอใจของพนักงานในฐานะตัวแปรตัวกลาง แต่การวิจัยในอนาคตสามารถสำรวจตัวแปรตัวกลางอื่น ๆ ที่เป็นไปได้ เช่น การมีส่วนร่วมของพนักงาน แรงจูงใจในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร หรือรูปแบบความเป็นผู้นำ เพื่อทำความเข้าใจกลไกอิทธิพลที่ซับซ้อนยิ่งขึ้นซึ่งเชื่อมโยงการจัดการภายในกับการเพิ่มประสิทธิภาพบริการ การรวมตัวแปรเพิ่มเติมเหล่านี้จะช่วยสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ที่สมบูรณ์และละเอียดอ่อนยิ่งขึ้น