

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการให้ระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลลูกค้าบุคคลธรรมดาที่มาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ รวบรวมข้อมูลจากจำนวน 300 ราย ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.7 อายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 34.0 สถานภาพโสด ร้อยละ 53.7 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 51.0 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 25.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 36.3 ระยะเวลาใช้บริการธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ 2 – 3 ปี ร้อยละ 30.6 การใช้บริการธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่มากที่สุดคือ ชั้น G ร้อยละ 47.3 และการมาใช้บริการด้านเงินฝากกับธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่โดยเฉลี่ย คือ 2-3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 24.7 ช่วงเวลาที่มาใช้บริการด้านเงินฝากที่ธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่บ่อยที่สุดคือ 16.01 – 18.00 น. ร้อยละ 25.0 ช่วงวันที่มาใช้บริการด้านเงินฝากกับธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่บ่อยที่สุดคือ ไม่แน่นอน ร้อยละ 52.0 จำนวนบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ คือ 1 บัญชี ร้อยละ 35.7 และเหตุผลที่ท่านเลือกฝากเงินกับธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่คือ สามารถใช้บริการได้ถึงเวลา 20.00 น. ร้อยละ 82.0

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากที่มีต่อส่วน
ประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่**

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทั้งหมดอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือความมีชื่อเสียงของธนาคาร รองลงมา มีบริการเงินฝากออมสินหลากหลายประเภท และมีบริการเงินฝากสลากออมสิน ฝากแบบลุ้นรางวัล

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทั้งหมดอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ มีบริการเงินฝากสลากออมสิน ฝากแบบลุ้นรางวัล รองลงมา มีบริการเงินฝากออมสินหลากหลายประเภท และความมีชื่อเสียงของธนาคาร

ปัจจัยด้านราคา

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คืออัตราดอกเบี้ยเงินฝาก/สลากออมสินและผลตอบแทนเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตสูงกว่าธนาคารอื่น รองลงมาการมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากมองเห็นได้เด่นชัด และค่าธรรมเนียมในการทำบัตรเอทีเอ็ม50 บาท และค่าธรรมเนียมรายปี 100 บาท

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด คือการมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากมองเห็นได้เด่นชัด รองลงมา อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก/สลากออมสินและผลตอบแทนเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตสูงกว่าธนาคารอื่น และค่าธรรมเนียมในการทำบัตรเอทีเอ็ม50 บาท และค่าธรรมเนียมรายปี 100 บาท

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการให้บริการ ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง สถานที่ตั้งธนาคารฯ ตั้งในห้างสรรพสินค้า เปิดให้บริการทุกวัน ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ สถานที่ตั้งธนาคารฯ ตั้งในห้างสรรพสินค้า เปิดให้บริการทุกวัน รองลงมา เวลาเปิดทำการของธนาคาร จันทร์ – ศุกร์ เวลา 11.00 – 20.00 น. และเสาร์- อาทิตย์ เวลา 10.30–20.00 น. และสถานที่ตั้งธนาคารฯ เดินทางมาใช้บริการสะดวก

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านช่องทางการให้บริการ ทั้งหมดในระดับมาก ยกเว้นในเรื่อง สถานที่ตั้งธนาคารฯ ตั้งในห้างสรรพสินค้า เปิดให้บริการทุกวัน ที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด และในเรื่อง มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดคือสถานที่ตั้งธนาคารฯ ตั้งในห้างสรรพสินค้า รองลงมา เวลาเปิดทำการของธนาคาร จันทร์ – ศุกร์ เวลา 11.00-20.00 น. และ เสาร์-อาทิตย์ เวลา 10.30 – 20.00 น. และสถานที่ตั้งธนาคารฯ มีสองจุดให้บริการ บริเวณชั้น G และ ชั้น 3

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งหมดในระดับมาก เว้นในเรื่อง มีพนักงานออกเยี่ยมลูกค้าตามชุมชนต่าง ๆ เพื่อชี้แจงให้ข้อมูล และคำแนะนำด้านเงินฝากนอกสถานที่ ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดคือบอร์ดประกาศ สำหรับแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวชัดเจน เช่น ประกาศอัตราดอกเบี้ย ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับการบริการด้านเงินฝากครบถ้วนและเข้าใจง่าย รองลงมา มีของที่ระลึกสำหรับมอบให้ลูกค้าในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ เช่น วันอมสิน วันเด็ก และของที่ระลึกสามารถใช้จ่ายใช้ได้

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องบอร์ดประกาศ สำหรับแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวชัดเจน เช่น ประกาศอัตราดอกเบี้ย การมีส่วนร่วมช่วยเหลือกิจกรรมชุมชน

มีของที่ระลึกสำหรับมอบให้ลูกค้าในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ เช่น วันอมสิน วันเด็ก และของที่ระลึกสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี มีความพึงพอใจในระดับมาก

ปัจจัยด้านบุคลากร

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดคือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน รองลงมา พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ และพนักงานมีกิริยามารยาทเรียบร้อยและอัธยาศัยดี และพนักงานมีความรู้ ความชำนาญและมีความสามารถในการให้บริการ

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรทั้งหมดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า และพนักงานไม่สนทนาเรื่องส่วนตัวระหว่างปฏิบัติงาน ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดคือ พนักงานมีกิริยามารยาทเรียบร้อยและอัธยาศัยดี รองลงมา พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ และพนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาดี และแต่งกายเหมาะสม

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดคือมีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ รองลงมาคือความถูกต้องในการบันทึกข้อมูลลงในสมุดบัญชี และการให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดคือความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการ เช่น บริการฝาก – ถอน โอนเงิน เป็นต้น รองลงมา ความถูกต้องในการบันทึกข้อมูลลงในสมุดบัญชี และมีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ ให้บริการทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดคือความเป็นระเบียบของการจัดวางอุปกรณ์ตลอดจนแบบฟอร์มต่าง ๆ รองลงมา ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ และมีสลีปฟาก – ถอนครบถ้วนและจัดวางสะดวก

ระดับความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ เกือบทั้งหมดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องมีบริเวณที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ มีป้ายแสดงจุดให้บริการของธนาคารมองเห็นได้ชัดเจน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะรอรับบริการ เช่น เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และน้ำดื่มที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดคือมีสลีปฟาก – ถอนครบถ้วนและจัดวางสะดวก รองลงมา การตกแต่งภายในธนาคารสวยงามน่าเชื่อถือ และความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ

ตารางที่ 43 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด และต่ำสุดในแต่ละด้าน โดยสรุป

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ปัจจัยย่อย	
	ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด	ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่ำสุด
ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	สถานที่ตั้งธนาคารฯ ตั้งในห้างสรรพสินค้า เปิดให้บริการทุกวัน (ค่าเฉลี่ย 4.55)	มีที่นั่งรอสำหรับรับบริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.77)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.49)	พนักงานไม่สนทนาเรื่องส่วนตัวระหว่างปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย 4.26)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความมีชื่อเสียงของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.37)	มีบริการบัตรเดบิต (ค่าเฉลี่ย 3.62)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.37)	มีเจ้าหน้าที่บริการที่เคาน์เตอร์บริการด้านเงินฝากเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.17)
ปัจจัยด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก/สลากออมสินและผลตอบแทนสงเคราะห์ชีวิตสูงกว่าธนาคารอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.34)	ค่าธรรมเนียมในการฝาก-ถอนข้ามเขต (ค่าเฉลี่ย 3.77)
ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ความเป็นระเบียบของการจัดวางอุปกรณ์ตลอดจนแบบฟอร์มต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.23)	มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะรอรับบริการ เช่นเก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และน้ำดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.75)
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับบริการด้านเงินฝากครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00)	มีพนักงานออกเยี่ยมลูกค้าตามชุมชนต่าง ๆ เพื่อชี้แจงให้ข้อมูลและแนะนำเงินฝากนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.48)

จากตารางที่ 43 เป็นการแสดงปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการพบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ตั้งธนาคารฯ ตั้งในห้างสรรพสินค้า เปิดให้บริการทุกวัน ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก/สลากออมสินและผลตอบแทนสงเคราะห์ชีวิตสูงกว่าธนาคารอื่น ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความเป็นระเบียบของการจัดวางอุปกรณ์ตลอดจนแบบฟอร์มต่าง ๆ และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับบริการด้านเงินฝากครบถ้วนและเข้าใจง่าย

ปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่ำสุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีพนักงานออกเยี่ยมลูกค้าตามชุมชนต่าง ๆ เพื่อชี้แจงให้ข้อมูลและแนะนำเงินฝากนอกสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีบริการบัตรเครดิต ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะรอรับบริการ เช่น เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และน้ำดื่ม ปัจจัยด้านราคาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ค่าธรรมเนียมในการฝาก-ถอนข้ามเขต ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีที่นั่งรอสำหรับรับบริการเพียงพอ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เจ้าหน้าที่บริการที่เคาน์เตอร์บริการด้านเงินฝากเพียงพอ และปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ พนักงานไม่สนทนาเรื่องส่วนตัวระหว่างปฏิบัติงาน

ตารางที่ 44 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดค้าบริการที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด และต่ำสุดในแต่ละด้าน โดยสรุป

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ปัจจัยย่อย	
	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด
ปัจจัยด้านช่อง ทางการให้บริการ	สถานที่ตั้งธนาคารฯ ตั้งใน ห้างสรรพสินค้า เปิดให้บริการ ทุกวัน (ค่าเฉลี่ย 4.53)	มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการ เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.10)
ปัจจัยด้านกระบวนการ การให้บริการ	ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการ เช่นบริการฝาก- ถอน โอนเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.12)	ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.53)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มีบริการเงินฝากสลากออมสิน ฝากแบบคู้รางวัล (ค่าเฉลี่ย 4.23)	มีบริการบัตรเดบิตและเงื่อนไข ของบัญชีเงินฝาก (ค่าเฉลี่ย 3.59)
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานมีกริยามารยาท เรียบร้อยและอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.07)	พนักงานมีความสามารถในการแก้ ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.48)
ปัจจัยด้านราคา	การมีป้าย หรือเอกสารแสดง อัตราดอกเบี้ยเงินฝากมองเห็น ได้เด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.88)	ค่าธรรมเนียมการฝากเงินต่างสาขา (ค่าเฉลี่ย 3.53)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	บอร์ดประกาศ สำหรับแจ้งข่าว สารความเคลื่อนไหวชัดเจน เช่นประกาศอัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.78)	มีพนักงานออกเยี่ยมลูกค้าตาม ชุมชนต่าง ๆ เพื่อชี้แจงให้ข้อมูล และคำแนะนำด้านเงินฝากนอก สถานที่ (ค่าเฉลี่ย 2.97)
ปัจจัยด้านสิ่ง นำเสนอทางกายภาพ	มีสลิปฝาก-ถอนครบถ้วนและ จัดวางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.73)	มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอ รับบริการ เช่น เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และน้ำดื่ม (ค่าเฉลี่ย 3.24)

จากตารางที่ 44 เป็นการแสดงปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ตั้งธนาคารฯ ตั้งในห้างสรรพสินค้า เปิดให้บริการทุกวัน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความรวดเร็วในการให้บริการต่อ 1 รายการ เช่นบริการฝาก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีบริการเงินฝากสลากออมสินฝากแบบลุ้นรางวัล ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีกริยามารยาทเรียบร้อยและอัธยาศัยดี ปัจจัยด้านราคา พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีป้าย หรือเอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากมองเห็นได้เด่นชัด ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บอร์ดประกาศ สำหรับแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวชัดเจน เช่นประกาศอัตราดอกเบี้ย และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสติ๊กเกอร์ฝาก-ถอนครบถ้วนและจัดวางสะดวก

ปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดเรียงตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีพนักงานออกเยี่ยมลูกค้าตามชุมชนต่าง ๆ เพื่อชี้แจงให้ข้อมูลและคำแนะนำด้านเงินฝากนอกสถานที่ ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ พบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และน้ำดื่ม ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ ปัจจัยด้านราคา พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ค่าธรรมเนียมการฝากเงินต่างสาขา และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีบริการบัตรเดบิต/เงินโอนไปของบัญชีเงินฝาก

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและจำแนกตามส่วนประสมการตลาดบริการด้านต่างๆ สามารถอภิปรายผลโดยเรียงลำดับของปัจจัยที่ตกอยู่ในช่อง Quadrant A มากที่สุดดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านบุคลากร

พบว่าปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้ใจได้ พนักงานมีกิจกรรมรยาทเรียบร้อย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชร วัชรปรีชา (2554) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่อง พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน พนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ และพนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย อยู่ในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปัทมากร ระเบียบ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาคอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่อง พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการอยู่ในระดับมาก และพนักงานมีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย อยู่ในระดับมากที่สุด

และเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งหมายถึงปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่ธนาคารยังตอบสนองต่อลูกค้าได้ไม่ดีพอ เมื่อเทียบกับความสำคัญที่ลูกค้าคำนึงถึงแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วน ได้แก่ พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า พนักงานไม่สนทนาเรื่องส่วนตัวระหว่างปฏิบัติงาน พนักงานมีความรู้ ความชำนาญและมีความสามารถในการให้บริการ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานให้คำแนะนำและปรึกษาอย่างถูกต้อง ใช้ภาษาเข้าใจง่าย และจำนวนพนักงานมีเพียงพอกับการให้บริการ

อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B ได้แก่ พนักงานมีกิจกรรมรยาทเรียบร้อยและอธยาศัยดี พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ พนักงานมีบุคลิกยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาดี และแต่งกายเหมาะสม พนักงานให้บริการอย่างมีคุณภาพด้วยความเต็มใจ ใช้วาจาสุภาพอ่อนน้อม และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวธนาคารฯ จะตอบสนองได้ดีเมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญแล้ว หากไม่ปรับปรุงเลย ปัจจัยย่อยกลุ่มนี้ อาจถอยไปอยู่ใน Quadrant A ก็เป็นไปได้

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

พบว่าปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการ เช่น ฝาก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูลในสมุดบัญชี มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ อยู่ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเพชร วัชรปรีชา (2554) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ผลการศึกษาด้านกระบวนการให้บริการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการ เช่น ฝาก-ถอน โอนเงิน ในระดับมากที่สุด แต่สอดคล้องกันในเรื่องความถูกต้องของการบันทึกข้อมูลในสมุดบัญชี สำคัญในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของปัทมาภร ระเบ็ง (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาคอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ด้านความรวดเร็วในบริการฝาก-ถอนและโอนเงิน ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูลในระดับมาก ทั้งนี้ผลการศึกษาอาจไม่สอดคล้องกัน แต่ลูกค้าล้วนต้องการความรวดเร็วในการติดต่อและให้บริการฝาก-ถอน เนื่องจากสภาพสังคมปัจจุบันมีความเร่งรีบและต้องการความสะดวกมากที่สุด

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่ามียังปัจจัยย่อยอยู่ใน Quadrant A ซึ่งหมายถึงปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่ธนาคารยังตอบสนองต่อลูกค้าได้ไม่ดีพอ เมื่อเทียบกับความสำคัญที่ลูกค้าคำนึงถึงแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วน ได้แก่ ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่

อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B ได้แก่ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลารอคิวจนได้รับบริการไม่นาน ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการ เช่น ฝาก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น ความถูกต้องในการบันทึกข้อมูลลงในสมุดบัญชี การจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ การให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน และมีเจ้าหน้าที่บริการที่เคาน์เตอร์ด้านเงินฝากเพียงพอ ถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวธนาคารฯ จะตอบสนองได้ดีเมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญแล้ว หากไม่ปรับปรุงเลย ปัจจัยย่อยกลุ่มนี้ อาจถอยไปอยู่ใน Quadrant A ก็เป็นไปได้ โดยเฉพาะปัจจัยย่อยเรื่องระยะเวลารอคิวจนได้รับบริการไม่นาน มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrant A ได้ เนื่องจากมีระดับความพึงพอใจต่ำ ธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ต้องให้ความสนใจและเร่งปรับปรุงด้วย

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

พบว่าปัจจัยย่อยด้านความเป็นระเบียบของการจัดวางอุปกรณ์ ตลอดจนแบบฟอร์ม

ต่าง ๆ ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ และมีสลิปฝาก-ถอน ครบถ้วนจัดวางสะดวก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผล การศึกษาของ พชร วัชรปรีชา (2554) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสม การตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ พบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่อง ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่นำมา ให้บริการ มีสลิปฝาก-ถอนครบถ้วนและจัดวางสะดวก อยู่ในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับผล การศึกษาของปัทมากร ระเบียบ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อบัญชีส่วน ประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาคอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เป็นสถาบันที่มีความมั่นคงอยู่ใน ระดับมาก

และเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทาง กายภาพส่วนใหญ่ อยู่ใน Quadrant C แต่มีปัจจัยย่อยที่อยู่ในส่วน Quadrant A ซึ่งหมายถึงปัจจัยย่อย ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่ธนาคารฯ ยังตอบสนองลูกค้ายัง ได้ไม่ดีเพียงพอ เมื่อเทียบกับ ความสำคัญที่ลูกค้าคำนึงถึงแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ควรพิจารณาเร่งด่วน ได้แก่ ความเป็นระเบียบของ การจัดวางอุปกรณ์ ตลอดจนแบบฟอร์มต่างๆ

อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant C ได้แก่ มีบริเวณที่นั่งรอ รับบริการเพียงพอ สถานที่ภายในธนาคารฯ สะอาดเรียบร้อย ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ ป้ายหรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ มีป้ายแสดงจุด ให้บริการของธนาคารมองเห็นได้ชัดเจน มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะรอรับบริการ เช่น เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และน้ำดื่ม ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้า แต่เนื่องจากเป็น ปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจต่ำ ซึ่งหากธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ไม่ให้ความสนใจและเร่งปรับปรุงแก้ไขก็อาจทำให้ปัจจัยดังกล่าวนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคต ขึ้นได้

Quadrant D ซึ่งเป็นปัจจัยที่ธนาคารฯ ให้ความสำคัญเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่ มีความสำคัญน้อยต่อลูกค้า ได้แก่ มีสลิปฝาก-ถอนครบถ้วน จัดวางสะดวก แต่เป็นมาตรฐานการ บริการที่ดีที่ธนาคารฯ ควรรักษาไว้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าปัจจัยย่อยด้านบอร์ดประกาศ สำหรับแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวชัดเจน เช่น ประกาศอัตราดอกเบี้ย ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับการบริการด้านเงินฝากครบถ้วนและ เข้าใจง่าย และมีของที่ระลึกสำหรับมอบให้ลูกค้าในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ เช่น วันออมสิน วัน

เด็ก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชร วัชรปรีชา (2554) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ เรื่อง บอร์ดประกาศ ณ ที่ทำการธนาคารฯ สำหรับแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เช่น อัตรา ดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับบริการด้านเงินฝากครบถ้วนและเข้าใจ ง่าย มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้า สำหรับเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลสำคัญ อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของปัทมากร ระเบียบ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ ของลูกค้าเงินฝากต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาคอยเต่า (ธนาคาร ชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่อง มีของที่ระลึกมอบให้ ในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ เช่น วันออมสิน วันเด็ก สัปดาห์ออมทรัพย์ อยู่ในระดับมากเช่นกัน

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่ อยู่ใน Quadrant C หมายถึงปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่ไม่มีความสำคัญต่อลูกค้ามากนัก ธนาคารฯ สามารถเลื่อนการปรับปรุงไปภายหลังได้ ได้แก่ ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับการบริการด้านเงินฝากครบถ้วนและเข้าใจง่าย ของที่ระลึกมีจำนวน เพียงพอสำหรับลูกค้า ของที่ระลึกสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี มีแผนพับให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านเงิน ฝากแต่ละประเภท มีการโฆษณาด้านเงินฝากผ่านทางสื่อโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์ มีพนักงานออก เยี่ยมลูกค้าตามชุมชนต่าง ๆ เพื่อชี้แจงให้ข้อมูล คำแนะนำด้านเงินฝากนอกสถานที่ การชักชวนหรือ เชิญชวนของพนักงานเกี่ยวกับการเปิดบัญชีเงินฝากในผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ของธนาคาร เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีความพึงพอใจต่ำ ซึ่งหากธนาคารออมสินสาขาเช่นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ไม่ให้ความสนใจ และเร่งปรับปรุงแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่ได้รับการ ตอบสนองอย่างเพียงพอ ซึ่งก็จำเป็นไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้

อย่างไรก็ตามพบว่าปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D ซึ่งเป็นปัจจัยที่ธนาคารฯ ให้ความสำคัญเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อลูกค้า ได้แก่ บอร์ดประกาศ สำหรับแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหว เช่น ประกาศอัตราดอกเบี้ย และมีของที่ระลึกสำหรับมอบให้ ลูกค้าในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ เช่น วันออมสิน วันเด็ก แต่ทั้งสองปัจจัยย่อยเป็นมาตรฐานและ เป็นการส่งเสริมการตลาดที่ธนาคารฯ ควรรักษาไว้

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

พบว่าปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งธนาคารฯ ตั้งในห้างสรรพสินค้า เปิดให้บริการทุกวัน อยู่ในระดับมากที่สุดและเวลาเปิดทำการของธนาคารจันทร์ - ศุกร์ เวลา 11.00-20.00 น. และ เสาร์-อาทิตย์ เวลา 10.30-20.00 น.สถานที่ตั้งธนาคาร มีสองจุดให้บริการ บริเวณชั้น G และชั้น 3 อยู่

ในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลของพชร วัชรปริษา (2554) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของ ลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรี นครพิงค์ ผลการศึกษาด้านช่องทางการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ สถาน ที่ตั้งธนาคารฯ อยู่ในทำเลที่มีความปลอดภัย มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ และสถานที่ตั้ง ธนาคารฯ เหมาะสม เดินทางมาใช้บริการสะดวก ในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับการศึกษา ของปัทมากร ระเบียบ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อบัณฑิตส่วนประสม การตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาคอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา ด้านช่องทางการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่อง ที่ตั้งเหมาะสมเดินทาง มาใช้บริการสะดวก สถานที่จอดรถเพียงพอ การจัดสถานที่ภายในเป็นสัดส่วนมีระเบียบ อยู่ใน ระดับมาก ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกันอาจเกิดจากกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ต่างกัน มี พฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันซึ่งลูกค้าที่มาเลือกใช้บริการในห้างสรรพสินค้าเป็นกลุ่มลูกค้าที่ เลือกทำเล โดยเน้นความสะดวกสบายทั้งด้านสถานที่และเวลา

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว พบว่าปัจจัยย่อยด้านช่องทางการให้บริการ ส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B หมายถึงปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองให้กับลูกค้าได้ดี ได้แก่ สถานที่ตั้งธนาคารฯ ตั้งในห้างสรรพสินค้าเปิดให้บริการทุกวัน สถานที่ตั้งธนาคารฯ เดินทาง มาใช้บริการสะดวก เวลาเปิดทำการของธนาคาร จันทร์-ศุกร์ เวลา 11.00-20.00 น. และเสาร์-อาทิตย์ เวลา 10.30-20.00 น. และมีป้ายแสดงประเภทการให้บริการชัดเจนมองเห็นได้ง่าย เช่น เปิดบัญชี ฝาก-ถอน และพบว่าปัจจัยย่อยใน Quadrant B เรื่องสถานที่ตั้งธนาคารฯ อยู่ในทำเลที่มีความ ปลอดภัย มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrant A ได้ เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความพึงพอใจ ต่ำ ธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ต้องให้ความสนใจ และเร่ง ปรับปรุงด้วย

อย่างไรก็ตามพบว่าปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C ซึ่งหมายถึงปัจจัยย่อยด้านช่อง ทางการให้บริการเป็นปัจจัยที่ไม่มีความสำคัญต่อลูกค้ามากนัก ธนาคารฯ สามารถเลื่อนการ ปรับปรุงไปภายหลังได้ ได้แก่ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอและการติดต่อ กับธนาคารทางโทรศัพท์ติดต่อได้ง่าย แต่เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีความพึงพอใจต่ำ ซึ่งหากธนาคาร ออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ไม่ให้ความสนใจ และเร่งปรับปรุงแก้ไขก็ อาจจะทำให้ปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ซึ่งก็จำเป็นไปสู่การไม่พึงพอใจ ในอนาคตขึ้นได้

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D ได้แก่ สถานที่ตั้งธนาคารฯ มีสองจุดให้บริการ บริเวณ ชั้น G และชั้น 3 สถานที่ตั้งธนาคารฯ อยู่ใกล้สาขาของธนาคารอื่น จุดให้บริการ Express Zone(ตู้

ATM, ADM, Update passbook) เพียงพอต่อการให้บริการและมีป้ายแสดงชัดเจน เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกและเพื่อเป็นการรองรับลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของธนาคาร มีบริการเงินฝากออมสินหลายประเภท และมีบริการเงินฝากสลากออมสิน ฝากแบบลุ้นรางวัล อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเพชร วัชรปรีชา (2554) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ผลการศึกษาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญความมีชื่อเสียงของธนาคาร บริการเงินฝากหลากหลายประเภท ในระดับมากและสอดคล้องกับผลการศึกษาของปัทมากร ระเบียบ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาคอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ มีบริการเงินฝากหลายประเภท ในระดับมาก ที่ไม่สอดคล้องคือบริการเงินฝากสลากออมสินฝากแบบลุ้นรางวัล ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ลักษณะพิเศษเฉพาะลูกค้าของธนาคารออมสินเท่านั้น

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่าปัจจัยอยู่ใน Quadrant B หมายถึง ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองให้กับลูกค้าได้ดี ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร มีบริการเงินฝากออมสินหลากหลายประเภท มีบริการเงินฝากสลากออมสิน ฝากแบบลุ้นรางวัล และมีบางปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C ซึ่งหมายถึงปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่ไม่มีความสำคัญต่อลูกค้ามากนัก ได้แก่ เงื่อนไขของบัญชีเงินฝาก มีบริการบัตรเดบิต (Debit Card) และใน Quadrant D พบว่ามีปัจจัยย่อยเรื่องมีบริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต(ประกันชีวิต) มีเครื่องจักรอัตโนมัติมาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่น ATM ADM Update passbook แบบฟอร์มการใช้บริการมีความชัดเจนและกรอกง่าย และมีบริการโอนเงินระหว่างบัญชี แต่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrant A ได้เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของลูกค้าได้ หากธนาคารฯ ไม่พัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งถ้าหากทางธนาคารฯ ไม่เร่งแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญ แต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอซึ่งก็จะนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้ ดังนั้นทางธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่าเชียงใหม่ ต้องให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไข

ปัจจัยด้านราคา

พบว่าปัจจัยย่อยด้านการมีป้าย หรือเอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากมองเห็นได้เด่นชัด อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก/สลากออมสินและผลตอบแทนเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตสูงกว่าธนาคารอื่น ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรเอทีเอ็ม 50 บาทและค่าธรรมเนียมรายปี 100 บาท อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของเพชร วัชรปรีชา (2554) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ผลการศึกษาด้านราคาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ การมีป้าย หรือเอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงกว่าธนาคารอื่น ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรเดบิตพลัส บัตรเงิน 599 บาท บัตรทอง 1,499 บาท อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของปัทมากร ระเบียบ (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาคอยเด้า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ค่าธรรมเนียมการใช้บัตร ATM/VISA DEBIT ในระดับมาก

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่าปัจจัยอยู่ใน Quadrant B หมายถึงปัจจัยย่อยด้านราคาสามารถตอบสนองให้กับลูกค้าได้ดี ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก สลากออมสิน และผลตอบแทนเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตสูงกว่าธนาคารอื่น ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรเอทีเอ็ม 50 บาท และค่าธรรมเนียมรายปี 100 บาท และมีบางปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant C ซึ่งหมายถึงปัจจัยย่อยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ไม่มีความสำคัญต่อลูกค้ามากนัก ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรเดบิต 50 บาท และค่าธรรมเนียมรายปี 150 บาท ค่าธรรมเนียมการฝาก-ถอนข้ามเขต ค่าธรรมเนียมการเงินต่างสาขา และค่าธรรมเนียมในการทำสมุดบัญชี สลากออมสินหรือกรมธรรม์ กรณีหายหรือชำรุด และใน Quadrant D พบว่ามีปัจจัยย่อยเรื่องมีการมีป้ายหรือเอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากมองเห็นได้เด่นชัด ซึ่งปัจจัยด้านราคามีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ค่าธรรมเนียมฝากเงินต่างสาขา เนื่องจากปัจจัยดังกล่าว มีระดับความพึงพอใจต่ำ ซึ่งถ้าหากทางธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ไม่เร่งแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองเพียงพอซึ่งก็จะนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ทำให้เห็นประเด็นสำคัญจึงเสนอเป็นข้อค้นพบได้ดังต่อไปนี้

1. เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกฝากเงินกับธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ คือ สามารถใช้บริการได้ถึงเวลา 20.00 น. รองลงมา สามารถใช้บริการได้ในวันหยุด

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อยสูงกว่าค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ

3. ปัจจัยย่อยที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเนื่องจากอยู่ใน Quadrant A ของการวิเคราะห์ความสำคัญกับผลที่ได้ (Importance-Performance Analysis: IPA) คือ

- พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า
- พนักงานไม่สนทนาเรื่องส่วนตัวระหว่างปฏิบัติงาน
- พนักงานมีความรู้ ความชำนาญและมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า
- ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่
- พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ
- พนักงานให้คำแนะนำและปรึกษาอย่างถูกต้อง ใช้ภาษาเข้าใจง่าย
- ความเป็นระเบียบของการจัดวางอุปกรณ์ตลอดจนแบบฟอร์มต่าง ๆ
- จำนวนพนักงานมีเพียงพอกับการให้บริการ

4. ปัจจัยย่อยจากการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค IPA (Important-Performance Analysis: IPA) ที่อยู่ใน Quadrant B และ C ที่มีส่วนต่างระหว่างระดับความสำคัญและความพึงพอใจที่ควรพิจารณาให้ความสำคัญในการปรับปรุงแก้ไขลำดับต่อไป คือ

- บริเวณที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ
- สถานที่ภายในธนาคารฯ สะอาดเรียบร้อย
- ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ
- ป้ายหรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ
- มีป้ายแสดงจุดให้บริการของธนาคารมองเห็นได้ชัดเจน

- มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะรอรับบริการ เช่น เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และน้ำดื่ม
- ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับการบริการด้านเงินฝากครบถ้วนและเข้าใจง่าย
- ของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้าและของที่ระลึกสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี
- มีแผ่นพับให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากแต่ละประเภท
- มีการโฆษณาด้านเงินฝากผ่านทางสื่อโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์
- มีพนักงานออกเยี่ยมลูกค้าตามชุมชนต่าง ๆ เพื่อชี้แจงให้ข้อมูล คำแนะนำด้านเงินฝากนอกสถานที่
- การชักชวนหรือเชิญชวนของพนักงานเกี่ยวกับการเปิดบัญชีเงินฝากในผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ
- มีสถานที่จอดรถเพียงพอ
- การติดต่อกับธนาคารทางโทรศัพท์ติดต่อได้ง่าย
- ค่าธรรมเนียมฝากเงินต่างสาขา

5. การจำแนกลูกค้าตามประเภทเงินฝากและระยะเวลาที่ใช้บริการ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันในการให้ระดับความสำคัญและการประเมินความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ผู้ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัยย่อยที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเน้นการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก และพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำอยู่ในแต่ละปัจจัยทางการตลาดดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ด้านบุคลากร

ธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้พนักงานให้บริการลูกค้าด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว และพนักงานมีความพร้อมในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า ควรมีการพัฒนาบุคลากรโดยจัดฝึกอบรมทุก 6 เดือน โดยสอดแทรกเรื่องการปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกในการให้บริการ เพื่อให้พนักงานกระตือรือร้น

และสามารถให้บริการลูกค้าด้วยความเอาใจใส่ ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างเต็มที่ ทั้งยังเป็น การแลกเปลี่ยนความรู้ในการปฏิบัติงาน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่พบในการปฏิบัติงานของสาขา เพื่อจะได้ทราบถึงสาเหตุของปัญหา และวิธีการแก้ไขปัญหา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและ ศักยภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในด้านบริการ และให้สาขามีการประชุมพนักงานทุก สัปดาห์เพื่อทำการติดตามผล การให้บริการของพนักงานด้วยความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งเป็น จุดแข็งของการให้บริการ และสอดคล้องกับลักษณะธุรกิจของธนาคาร ที่เป็นงานด้านบริการ

เนื่องจากพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจัยย่อยด้านบุคลากรในเรื่อง พนักงานมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า และพนักงานไม่สนทนาเรื่องส่วนตัว ระหว่างปฏิบัติงาน พนักงานมีความรู้ ความชำนาญและมีความสามารถในการให้บริการ พนักงานมี ความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานให้คำแนะนำและปรึกษาอย่างถูกต้อง ใช้ภาษาเข้าใจ ง่าย และจำนวนพนักงานมีเพียงพอกับการให้บริการมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก แต่เนื่องจาก เป็นปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำ เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัย ย่อยดังกล่าวอยู่ใน Quadrant A เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการ ตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น ดังนั้นธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไข โดยเร่งด่วน อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B ได้แก่ พนักงานมีกิจกรรมายทเรียบร้อยและ อหฺยาศัยดี พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ พนักงานมีบุคลิกยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจา ดี และแต่งกายเหมาะสม พนักงานให้บริการอย่างมีคุณภาพด้วยความเต็มใจ ใช้วาจาสุภาพอ่อนน้อม และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวธนาคารฯ จะ ตอบสนองได้ดีเมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญแล้ว หากไม่ปรับปรุงเลย ปัจจัยย่อยกลุ่มนี้ อาจถอย ไปอยู่ใน Quadrant A ก็เป็นไปได้

ด้านกระบวนการให้บริการ

ธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ควรมีการปรับปรุงขั้นตอน ต่างๆ ของสาขา ที่เกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ เช่น ลดขั้นตอนในการเปิดบัญชี ลดแบบฟอร์มให้อยู่ในแผ่นเดียว มีระบบเก็บข้อมูลและประวัติลูกค้าไว้ในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ในส่วนของสาขาควรปรับปรุงกระบวนการในการบริการลูกค้าให้ รวดเร็วและถูกต้อง โดยให้พนักงานสอบถามความต้องการของลูกค้าและอธิบายรายละเอียดแก่ ลูกค้ารายใหม่ทุกรายก่อนการเปิดบัญชี เพื่อให้ลูกค้าได้ตัดสินใจเปิดบัญชีใหม่ได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการ และตามวัตถุประสงค์การติดต่อทำธุรกรรมทางการเงิน

เนื่องจากพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการในเรื่องความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ มีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก แต่เนื่องจากเป็นปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำ เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าวอยู่ใน Quadrant A เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น ดังนั้นธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไขโดยเร่งด่วน อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B ได้แก่ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลารอคิวจนได้รับบริการไม่นาน ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการ เช่น ผัก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น ความถูกต้องในการบันทึกข้อมูลลงในสมุดบัญชี การจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ การให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน มีเจ้าหน้าที่บริการที่เคาน์เตอร์ด้านเงินฝากเพียงพอ ถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวธนาคารฯ จะตอบสนองได้ดีเมื่อเปรียบเทียบกับความสำคัญแล้ว หากไม่ปรับปรุงเลย ปัจจัยย่อยกลุ่มนี้อาจถอยไปอยู่ใน Quadrant A ก็เป็นไปได้

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ควรจัดวางอุปกรณ์และแบบฟอร์มต่าง ๆ ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยแลดูสวยงาม จัดบริเวณที่นั่งรอรับบริการให้เพียงพอ เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในแก่ลูกค้า เช่น มีหนังสือพิมพ์ และน้ำดื่มไว้บริการอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งคอยสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ ให้เพียงพอ และอยู่ในตำแหน่งเหมาะสม เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นชัดเจน นอกจากนี้ควรมีป้ายแสดงจุดให้บริการที่มองเห็นได้ชัดเจน โดยอาจพิจารณาปรับตัวหนังสือการให้บริการแต่ละบริการให้ขนาดตัวอักษรใหญ่ขึ้น รวมถึงให้ความสำคัญกับการดูแลภายในสำนักงาน การจัดวางอุปกรณ์และแบบฟอร์มต่าง ๆ ให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะอาดสวยงาม ซึ่งจะช่วยให้มีบรรยากาศภายในที่ดี

เนื่องจากพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในเรื่องความเป็นระเบียบของการจัดวางอุปกรณ์ ตลอดจนแบบฟอร์มต่างๆ มีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก แต่เนื่องจากเป็นปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำ เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวอยู่ใน Quadrant A เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น ดังนั้นธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไขโดยเร่งด่วน อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant C ได้แก่ มีบริเวณที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ สถานที่ภายในธนาคารฯ สะอาดเรียบร้อย ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ ป้ายหรือบอร์ด

ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ มีป้ายแสดงจุดให้บริการของธนาคารมองเห็นได้ชัดเจน มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอขณะรอรับบริการ เช่น เก้าอี้ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และน้ำดื่ม ซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่มีความสำคัญต่อลูกค้ามากนัก แต่เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจต่ำ ซึ่งหากธนาคารออมสินสาขาเช่น ทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ไม่ให้ความสนใจและเร่งปรับปรุงแก้ไขก็อาจทำให้ปัจจัยดังกล่าวนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ธนาคารออมสินสาขาเช่น ทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ควรทำการแก้ไขปรับปรุงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1) ทางธนาคารฯ ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของธนาคารเกี่ยวกับด้านเงินฝากให้แก่ลูกค้าให้ครบถ้วนและใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย โดยเฉพาะเอกสารแผ่นพับแนะนำผลิตภัณฑ์เงินฝาก และอัตราดอกเบี้ยพิเศษต่างๆ ในจำนวนและปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

2) ทางธนาคารฯ ควรให้ความสำคัญกับของที่ระลึกที่ให้แก่ลูกค้าให้มีจำนวนเพียงพอ ของที่ระลึกที่นำมาแจกให้แก่ลูกค้าในช่วงเวลาต่างๆ นั้นทางธนาคารฯ ควรให้ความสนใจในด้านอัตราประโยชน์ที่แท้จริงและคำนึงถึงการใช้งาน เช่น ถูฝุ่น ทางธนาคารฯ อาจแจกนมที่มีลวดลายเป็นโลโก้ธนาคาร รวมถึงของชำร่วยที่ทางสาขาหาซื้อมาแจกให้แก่ลูกค้าที่มียอดเงินฝากสูง ควรคำนึงถึงคุณภาพ และคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากของที่ระลึกด้วย

3) ทางธนาคารฯ ควรจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์บริการต่างๆ ที่ทางธนาคารมีให้ลูกค้าได้รับทราบ เช่น การทำเอกสารแผ่นพับแนะนำผลิตภัณฑ์เงินฝาก และอัตราดอกเบี้ยพิเศษต่างๆ ในจำนวนและปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการ

4) ทางธนาคารฯ ควรแจ้งและกำชับพนักงานในการเชิญชวนลูกค้าและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดบัญชีเงินฝากในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคาร

5) ทางธนาคารฯ ควรเพิ่มการโฆษณาผ่านสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ให้มากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าจดจำและรับรู้เข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารมากยิ่งขึ้น

6) ทางธนาคารฯ ควรให้ความสำคัญกับชุมชนในท้องถิ่นที่เพิ่มมากขึ้น โดยเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพและภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในสายตาของลูกค้า

7) ทำการจัดกิจกรรมเพื่อชุมชนขึ้น โดยให้พนักงานธนาคารทุกคนเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรมที่นำเสนอ เช่น โครงการสานสัมพันธ์สร้างสรรค์ประสบการณ์ โครงการธนาคารโรงเรียน โครงการนำลูกค้าร่วมกิจกรรมดูแลสุขภาพ

8) ทางธนาคารฯ ควรทำการตลาดเชิงรุก โดยจัดทีมพนักงานในสาขาออกเยี่ยมลูกค้าตามตลาด โรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือสถานที่ราชการต่างๆ เพื่อชี้แจงให้ข้อมูลและคำแนะนำนอกสถานที่ ในเรื่องผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทต่างๆ รวมถึงเปิดให้บริการรับฝากเงินนอกสถานที่ เพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการอีกช่องทางหนึ่ง

เนื่องจากพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัญชีย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับการบริการด้านเงินฝากครบถ้วนและเข้าใจง่ายของทีระลิกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า ของทีระลิกสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี มีแผนพับให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากแต่ละประเภท มีการโฆษณาด้านเงินฝากผ่านทางสื่อโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์ มีพนักงานออกเยี่ยมลูกค้าตามชุมชนต่าง ๆ เพื่อชี้แจงให้ข้อมูล คำแนะนำด้านเงินฝากนอกสถานที่ การชักชวนหรือเชิญชวนของพนักงานเกี่ยวกับการเปิดบัญชีเงินฝากในผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ของธนาคาร แต่เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีความพึงพอใจต่ำ ปัจจัยด้านดังกล่าวอยู่ใน Quadrant C ซึ่งหากธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ไม่ให้ความสนใจและเร่งปรับปรุงแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ซึ่งก็จำเป็นไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้ ดังนั้นธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไขปัจจัยดังกล่าวด้วย

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

ธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า เปิดให้บริการบริเวณชั้น G ซึ่งสถานที่ให้บริการแคบ จึงไม่สามารถที่จะจัดที่นั่งให้เพียงพอกับจำนวนผู้มารับบริการได้ แต่ในปัจจุบันได้เพิ่มพื้นที่ให้บริการบริเวณชั้น 3 แต่ลูกค้ายังไปใช้บริการไม่มาก สาขาควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าไปใช้บริการในบริเวณที่เปิดใหม่ ซึ่งกว้างขวางและมีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอ รวมทั้งควรจัดให้มีพนักงานคอยอำนวยความสะดวกและให้บริการที่รวดเร็วมากยิ่งขึ้นเพื่อจะได้ลดเวลาในการรอคอยให้บริการ

สำหรับในเรื่องของสถานที่จอดรถ เนื่องจากสาขาของธนาคารเปิดในห้างสรรพสินค้า ซึ่งบางเวลาจะมีจำนวนลูกค้าเข้ามาใช้บริการมาก ทำให้มีปัญหาในด้านสถานที่จอดรถ ดังนั้นทางธนาคารควรแจ้งให้ลูกค้าทราบหรือแนะนำเกี่ยวกับการจอดรถ เช่น จอดรถในบริเวณที่จัดไว้กรณีเร่งด่วน ซึ่งสามารถจอดได้ 30 นาที หากจอดเกินเวลา เสียค่าบริการ ชั่วโมงละ 20 บาท ก็จะช่วยให้ลูกค้าไม่เสียเวลาในการหาที่จอดรถ

เนื่องจากพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญรวมถึงมีความพึงพอใจต่อบัญชีย่อยด้านช่องทางการให้บริการในเรื่องมีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอและการติดต่อกับธนาคารทางโทรศัพท์ติดต่อได้ง่าย เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า

ปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวอยู่ใน Quadrant C ซึ่งหากธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ไม่ให้ความสนใจ และเร่งปรับปรุงแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ซึ่งก็จะนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้

ด้านผลิตภัณฑ์

ธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ควรกำชับให้พนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์และเงื่อนไขเงินฝากประเภทต่าง ๆ ให้ลูกค้าเข้าใจก่อนตัดสินใจเปิดบัญชี เพื่อให้ลูกค้าเลือกเปิดบัญชีได้สอดคล้องกับความต้องการ ส่วนด้านบริการบัตรเดบิต ธนาคารควรเพิ่มการส่งเสริมการขาย หรือสิทธิพิเศษเมื่อลูกค้าใช้บัตรเดบิต เช่น ร่วมกับห้างสรรพสินค้าแจกคูปองเมื่อมีการใช้จ่ายผ่านตามเงื่อนไข ส่วนลดค่าสินค้าเมื่อใช้จ่ายผ่านบัตร ส่งสลิปชิงโชค เป็นต้น

เนื่องจากพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย ความสำคัญในระดับมาก และมีความพึงพอใจมาก เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B หมายถึงปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองให้กับลูกค้าได้ดี และปัจจัยย่อยเรื่องบัตรเดบิต อยู่ใน Quadrant C แต่มีโอกาที่จะเลื่อนมาอยู่ใน Quadrant A ได้เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของลูกค้าได้ หากธนาคารฯ ไม่พัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งถ้าหากทางธนาคารฯ ไม่เร่งแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอซึ่งก็จะนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้ ดังนั้นทางธนาคารออมสิน สาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่าเชียงใหม่ ต้องให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไข

ด้านราคา

ธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ควรให้พนักงานแจ้งอัตราค่าธรรมเนียมประเภทต่าง ๆ ให้ลูกค้าทราบก่อนให้บริการ เช่น ค่าธรรมเนียมการฝากต่างสาขา จะเรียกเก็บเฉพาะรายการฝากสาขาในต่างจังหวัด สาขาภายในจังหวัดเดียวกันยกเว้นให้แก่ลูกค้า หรือแนะนำให้ลูกค้าโอนเงินผ่านตู้ ATM ซึ่งจะมีค่าธรรมเนียมที่ต่ำกว่า

เนื่องจากพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคามีค่าเฉลี่ย ความสำคัญในระดับมาก และมีความพึงพอใจมาก เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B หมายถึงปัจจัยย่อยด้านราคาสามารถตอบสนองให้กับลูกค้าได้ดี แต่มีบางปัจจัยอยู่ใน Quadrant C หมายถึงปัจจัยย่อยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ไม่มีความสำคัญต่อลูกค้ามากนัก แต่มีโอกาที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ค่าธรรมเนียมการฝากเงินต่างสาขา มีระดับความพึงพอใจต่ำ ซึ่งถ้าหากทางธนาคารฯ ไม่เร่งแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอซึ่งก็จะนำไปสู่การไม่พึงพอใจ

ในอนาคตข้างหน้าได้ ดังนั้นทางธนาคารออมสินสาขาเช่นทรัสต์แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ ต้องให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไข

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มแยกตามประเภทเงินฝาก

กลุ่มลูกค้าเงินฝากออมสิน

1) ธนาคารฯ ควรปรับกลยุทธ์ด้านราคาและค่าธรรมเนียมและผลตอบแทนให้แตกต่างจากคู่แข่ง เช่น จัดโปรโมชันต่าง ๆ ในช่วงเทศกาลเพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้น หรือการกำหนดระยะเวลาได้รับผลประโยชน์หรือผลตอบแทนที่ลูกค้าจะได้รับให้เร็วขึ้น เป็นต้น และมีพนักงานคอยแนะนำรูปแบบของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคาร เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการผลตอบแทนกับความสามารถในการลงทุนของลูกค้า

2) ควรเพิ่มหมายเลขโทรศัพท์ของสาขาในสมุดบัญชีของลูกค้าเงินฝากออมสิน เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับธนาคารฯ ทางโทรศัพท์ได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

3) กระบวนการในการให้บริการเปิดบัญชีใหม่ ควรให้พนักงานสอบถามความต้องการของลูกค้า ตรวจสอบเอกสารเปิดบัญชีใหม่และช่วยกรอกข้อมูลเพื่อความรวดเร็วและถูกต้อง

กลุ่มลูกค้าสลากออมสิน

เป็นกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ซึ่งการฝากสลากออมสินเป็นรูปแบบหนึ่งของการออมทรัพย์ ที่ได้รับดอกเบี้ยตามอัตราที่กำหนดพร้อมมีสิทธิลุ้นรางวัลต่าง ๆ มากมาย ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของธนาคารออมสิน ธนาคารฯ ควรเน้นให้พนักงานอธิบายถึงผลตอบแทนจากการฝากสลากออมสินให้ลูกค้าได้ทราบ เพื่อลูกค้าจะได้เกิดความเข้าใจ

ลูกค้ากลุ่มเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต

1) ธนาคารฯ ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารการให้ข้อมูลข่าวสารพิเศษ รวมทั้งเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ให้มากขึ้น ในเรื่องผลิตภัณฑ์ใหม่ สิทธิประโยชน์และความคุ้มครอง เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลใหม่อยู่เสมอ

2) ผู้บริหารควรเน้นมาตรฐานการบริการให้มีความได้เปรียบคู่แข่งขั้น โดยให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด มีข้อมูลบริการที่ทันสมัยอยู่เสมอ ให้บริการที่รวดเร็วแก่ลูกค้าทุกคนทุกระดับ ธนาคารฯ ควรมีวิธีการจัดหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ให้เหมาะสม รวมทั้งชี้ให้เห็นถึงจุดเด่น และความแตกต่างในแต่ละหมวด เช่น อาจจัดในรูปวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์เป็นหลัก และในแต่ละวัตถุประสงค์อาจแยกตามผลประโยชน์และเปรียบเทียบให้เห็น

ความแตกต่างเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่ายขึ้น รวมทั้งแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ หรือควรมีพนักงานที่มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ คอยให้คำแนะนำปรึกษาแก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่มแยกตามระยะเวลาการใช้บริการ
กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ 6 เดือน – 1 ปี

ธนาคารฯ ควรเพิ่มการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทต่าง ๆ ทั้งข่าวสารผ่านพับ รวมถึงให้พนักงานแนะนำและเชิญชวนเกี่ยวกับการเปิดบัญชีเงินฝาก เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ 6 เดือน – 1 ปี ให้ความสำคัญต่อบริการด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ในขณะที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ 2 - 3 ปี

ธนาคารฯ ควรเน้นกระบวนการให้บริการในทุกขั้นตอน ให้มีความรวดเร็วและถูกต้อง เน้นการให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน และมีเจ้าหน้าที่บริการด้านเงินฝากเพียงพอ เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ 2 – 3 ปี มีความพึงพอใจต่อบริการด้านการให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง

กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการ 4 ปีขึ้นไป

ธนาคารฯ ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น เพื่อให้สามารถสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือ โปรโมชันเด่นของธนาคาร เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มนี้เห็นถึงความหลากหลายและบริการพิเศษที่ธนาคารมอบให้ ซึ่งจะเป็นการสร้าง ความพึงพอใจและรักษาลูกค้าเดิมของธนาคาร อาทิ ใช้การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ เช่น ใช้การโฆษณาผ่านโทรทัศน์ วิทยุ แจกแผ่นพับ หรือโบรชัวร์