



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถาม

คำชี้แจง แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการทำค้นคว้าอิสระ ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้ศึกษาขอทราบข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการศึกษาและเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาเทคโนโลยีและคิดค้นบริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น ผู้ศึกษาจึงขอความอนุเคราะห์ตอบตามความเป็นจริงเพื่อจะได้ผลการศึกษาที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่ท่านต้องการมากที่สุด อันจะเป็นประโยชน์ต่อท่านและธนาคารในอนาคต

หมายเหตุ แบบสอบถามนี้เฉพาะผู้ที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตเท่านั้น กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับคำตอบที่ท่านต้องการ หรือเติมคำลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> ไม่เกิน 20 ปี	<input type="checkbox"/> 21-30	<input type="checkbox"/> 31-40
<input type="checkbox"/> 41-50	<input type="checkbox"/> 51-60	<input type="checkbox"/> 61 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพการสมรส

<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> สมรส
<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....	
4. การศึกษาสูงสุด

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
<input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....
5. รายได้ต่อเดือน

<input type="checkbox"/> ไม่เกิน 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 10,001-20,000 บาท	<input type="checkbox"/> 20,001-30,000 บาท
<input type="checkbox"/> 30,001-40,000 บาท	<input type="checkbox"/> 40,001 บาทขึ้นไป	

6. อาชีพ

- () นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา () รับราชการ () พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 () พนักงานธนาคาร () พนักงานบริษัทเอกชน
 () ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ () เกษียณอายุ
 () อื่นๆ ระบุ.....

7. ท่านใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตมานานเท่าไร

- () น้อยกว่า 1 ปี () 1-2 ปี () มากกว่า 2 ปีขึ้นไป

8. ปัจจุบันท่านใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) () ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
 () ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) () ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
 () ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) () ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
 () ธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) () อื่นๆ ระบุ.....

9. ท่านทำรายการจากบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยประมาณเดือนละกี่ครั้ง

- () 1 ครั้ง / เดือน () 2 ครั้ง / เดือน () 3 ครั้ง / เดือน
 () 4 ครั้ง / เดือน () 5 ครั้งขึ้นไป / เดือน

10. บริการที่ท่านใช้โดยส่วนมากคือบริการใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () สอบถามยอดเงินคงเหลือ
 () บริการโอนเงิน
 () บริการชำระค่าสินค้า ค่าบัตรเครดิต
 () บริการขอข้อมูลทางด้านสินเชื่อ
 () บริการขอข้อมูลทางด้านบัตรเครดิต
 () บริการขอบัญชีย้อนหลัง

() บริการดูข่าวสารของธนาคาร

() อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อ แล้วกรูณาเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่แสดง

ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งแต่ละช่องมีความหมายดังนี้

- 5 หมายความว่า มีความสำคัญมากที่สุด
- 4 หมายความว่า มีความสำคัญมาก
- 3 หมายความว่า มีความสำคัญปานกลาง
- 2 หมายความว่า มีความสำคัญน้อย
- 1 หมายความว่า มีความสำคัญน้อยที่สุด

ข้อ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
1	บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตที่มีตรงกับความต้องการของท่าน					
2	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล					
3	ความปลอดภัยในการทำรายการ					
4	ความน่าสนใจ/ความทันสมัย/ความสวยงามของเว็บไซต์					
5	มีการออกบริการใหม่ตลอดเวลาในเว็บไซต์					
6	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร					
7	มีความง่ายในการใช้งาน					

ข้อ	ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
8	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า					
9	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี					
10	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ					
11	อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้า และการขอบัญชีย้อนหลัง ฯลฯ					

ข้อ	ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ	ระดับความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
12	มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ					
13	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว					
14	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
15	สามารถสมัครใช้บริการได้จากสาขาทั่วประเทศ					
16	สามารถสมัครใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารได้					

ข้อ	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
17	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ โฆษณาทีวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ					
18	การแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ					
19	การสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ					
20	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่					
21	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน					

ส่วนที่ 3 ปัญหา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

ปัญหาที่ท่านพบในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตพบว่ามีอะไรบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () บริการอินเทอร์เน็ตที่มีไม่ตรงกับความต้องการของท่าน
- () ความไม่สะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล
- () ความไม่ปลอดภัยในการทำรายการ
- () ความไม่เข้าใจในการเข้าไปใช้บริการ
- () เว็บไซต์ไม่น่าสนใจ ไม่สวยงามและไม่ทันสมัย
- () ชื่อเสียงและภาพพจน์ธนาคารไม่มีความน่าเชื่อถือ
- () เข้าไปใช้งานได้ยาก
- () ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีสูงกว่าบริการอื่น
- () ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินและชำระค่าสินค้าสูงกว่าบริการอื่น
- () ไม่ได้ได้รับความสะดวกในการสมัครใช้บริการ

- () ขั้นตอนการสมัครใช้บริการและการอนุมัติเป็นไปด้วยความล่าช้า
- () ไม่สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
- () ไม่สามารถสมัครใช้บริการได้จากสาขาทั่วประเทศ
- () ไม่สามารถสมัครใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารได้
- () ไม่เคยได้รับการ โฆษณาจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ
- () ไม่มีการแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ
- () ไม่มีการสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ
- () ไม่มีการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่
- () อื่นๆ ระบุ.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือนี้อตอบแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	น.ส.ทิพย์สุดา หมื่นหาญ
วัน เดือน ปี เกิด	10 สิงหาคม 2512
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2535-2547 ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved