



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการด้านเงินฝากของลูกค้า
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขามหาสารคาม

แบบสอบถามนี้ ให้เป็นข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์
ตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านให้ความช่วยเหลือมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการให้บริการ โดยแสดงระดับความ
สำคัญต่อรูปแบบและคุณภาพการให้บริการ ธนาคารอาคารสงเคราะห์
สาขามหาสารคาม

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับ การเสนอผลการกระทำโดยส่วนรวม เพื่อจะ
เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงพัฒนา การให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์
สาขามหาสารคาม ในโอกาสต่อไป

นางสาวชนาพร ป้องที

นักศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการด้านเงินฝากของลูกค้า
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขามหาสารคาม

ส่วนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย \surd ลงใน หน้าตัวเลขข้างหน้าที่ตรงกับข้อมูล
ส่วนตัวของท่าน

1. เพศ

 หญิง ชาย

2. อายุ

 20 ปีลงมา 40 - 49 ปี 20 - 29 ปี 50 - 59 ปี 30 - 39 ปี 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

 โสด สมรส หม้าย / หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

 ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ปริญญาตรี มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า สูงกว่าปริญญาตรี อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

5.อาชีพ

- | | | | |
|--------------------------|--|--------------------------|-------------------|
| <input type="checkbox"/> | ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> | เกษตรกร |
| <input type="checkbox"/> | พนักงานธุรกิจเอกชน / รับจ้าง / ลูกจ้าง | <input type="checkbox"/> | แม่บ้าน |
| <input type="checkbox"/> | เจ้าของกิจการส่วนตัว / ค้าขาย | <input type="checkbox"/> | นักเรียน/นักศึกษา |
| <input type="checkbox"/> | อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | | |

6.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | | | |
|--------------------------|---------------------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | ต่ำกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> | 15,001 - 20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> | 5,001 - 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> | 20,001 - 25,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> | 10,001 - 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> | มากกว่า 25,000 บาท |



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการด้านเงินฝากของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขามหาสารคาม

คำชี้แจง จุดมุ่งหมายเพื่อทราบถึงระดับความคิดเห็นของท่านว่า มีความเห็นด้วยมากหรือน้อยอย่างไร ต่อปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ว่าเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความต้องการบริการด้านเงินฝากของธนาคาร

กรุณาทำเครื่องหมายถูก ลงในช่องหมายเลขที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เกณฑ์ในการเลือกคำตอบ มีดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง
2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

กลยุทธ์ตลาดบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. ด้านผลิตภัณฑ์					
1.1 มีประเภทบัญชีเงินฝากตรงตามความต้องการ					
1.2 รูปแบบของสมุดเงินฝากสวยงาม พกพาสะดวก					
1.3 ให้บริการหักบัญชีระหว่างธนาคาร					
1.4 มีบริการเงินกู้พิเศษ ถ้าเปิดบัญชีเงินฝากในบางประเภท					
1.5 บริการแจ้งยอดเหลือในบัญชีสม่ำเสมอ					
1.6 มีบริการเสริมอื่นๆ เช่น การหักค่าสาธารณูปโภค ฯลฯ					
1.7 ระบบคอมพิวเตอร์ของธนาคารที่ใช้ในการฝาก-ถอน มีความทันสมัย					
2. ด้านราคา					
2.1 อัตราดอกเบี้ยสูง					
2.2 จำนวนเงินที่เปิดบัญชีครั้งแรกอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม					
2.3 ดอกเบี้ยที่ได้รับการยกเว้นภาษี					
2.4 อัตราการคิดค่าธรรมเนียม ฝาก-ถอน ชำมเขตอยู่ในอัตราที่เหมาะสม					

กลยุทธ์ตลาดบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3. ด้านสถานที่					
3.1 ท่าเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน ไป-มา สะดวก					
3.2 มีสาขาหลายแห่งทำให้ติดต่อได้สะดวก					
3.3 มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ					
3.4 ห้องน้ำมีความสะอาดและเพียงพอ					
3.5 มีสถานที่ทำการกว้างขวาง					
3.6 สถานที่ทำการ มีการตกแต่งภายใน-ภายนอกทันสมัย					
3.7 สถานที่สะอาดและสวยงาม					
3.8 บรรยากาศของสถานที่ดี เช่น มีเพลงไพเราะ มีทีวีให้ชม แสงสว่างพอเพียง ไม่แออัดยัดเยียด เป็นต้น					
3.9 มีที่ให้นั่งรอระหว่างรอรับบริการเพียงพอ					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
4.1 มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์สม่ำเสมอ					
4.2 มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุสม่ำเสมอ					
4.3 มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางสิ่งพิมพ์สม่ำเสมอ					
4.4 มีการให้ข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ ไปสเตอร์อย่างชัดเจน					
4.5 มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ					
4.6 ได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น เช่นญาติ เพื่อนผู้นับถือ					
4.7 มีของขวัญ ของชำร่วย แจกในโอกาสพิเศษ					
4.8 มีการจัด โครงการช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่างๆ					

กลยุทธ์ตลาดบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
5. ด้านพนักงาน					
5.1 พนักงานที่มีความรอบรู้ในสิ่งที่ให้บริการ และแนะนำได้เป็นอย่างดี					
5.2 พนักงานมีความยินดีและเต็มใจที่จะให้คำแนะนำปรึกษา					
5.3 พนักงานที่ให้บริการมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้					
5.4 พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ					
5.5 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ					
5.6 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ และไว้วางใจได้					
5.7 บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานดี					
5.8 มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ					
5.9 รู้จักกับพนักงานเป็นการส่วนตัว					
6. ด้านกระบวนการ					
6.1 แบบฟอร์มกรอกง่าย					
6.2 มีการแจ้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากชัดเจน					
6.3 มีความสะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ ไม่ต้องรอนาน					
6.4 การบริการมีความถูกต้อง เหมาะสม และเชื่อถือได้					
6.5 มีความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่จะให้บริการตลอดเวลา					
6.6 ระเบียบ ขั้นตอน ต่างๆ ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน					
6.7 มีการพัฒนาระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่องและทันสมัย					
6.8 มีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ลูกค้าทุกคน					

กลยุทธ์ตลาดบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
6.9 อุปกรณ์และเครื่องมือทันสมัย					
6.10 ระบบการบันทึกข้อมูลต่างๆ ทันสมัยและเชื่อถือได้					
6.11 มีให้บริการ ATM ตลอด 24 ชั่วโมง					
6.12 มีบริการตู้ ATM ของธนาคารตามสถานที่ทั่วไป หรือ หาตู้ATM ถอดเงินได้ง่ายและสะดวก					
7. ด้านกายภาพ					
7.1 ความสะอาดของน้ำดื่มพร้อมแก้วน้ำ					
7.2 หนังสือพิมพ์และนิตยสารที่ธนาคารจัดไว้เพื่อบริการ ลูกค้า มีความพอเพียงและทันต่อเหตุการณ์					
7.3 ระบบปรับอากาศและแสงสว่างมีความเพียงพอ					
7.4 ได้รับความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่ตำรวจและพนักงาน รักษาความปลอดภัย					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. ด้านผลิตภัณฑ์

2. ด้านราคา

3. ด้านสถานที่

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

5. ด้านพนักงาน

6. ด้านกระบวนการ

7. ด้านกายภาพ



ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ชนาพร ป็องที

นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริการธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑.๐๑/ว ๑๖๐

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑



๑ สิงหาคม ๒๕๕๐

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการศึกษาวิจัยและภาคินิพนธ์

เรียน ผู้จัดการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขามหาสารคาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามการวิจัย จำนวน 320 ชุด

ด้วย นางสาวชนาพร ป็องที นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังศึกษาวิจัยและทำการศึกษาค้นคว้า เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการด้านเงินฝากของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขามหาสารคาม ” เพื่อให้การศึกษวิจัย และภาคินิพนธ์เป็นไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขออนุญาต และขอบความอนุเคราะห์ให้ ผู้ศึกษาวิจัย เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยกับกลุ่มประชากร คือ ลูกค้าเงินฝากธนาคาร อาคารสงเคราะห์ สาขามหาสารคาม ดังเอกสารแบบสอบถามที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ และร่วมมือ จากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพโรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐-๔๓๗๒-๕๔๓๘

ภาคผนวก ค
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ และความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
กลยุทธ์ตลาดบริการด้านเงิน ฝากของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขามหาสารคาม		
1. ด้านผลิตภัณฑ์		
1.1	0.760	
1.2	0.820	
1.3	0.725	
1.4	0.833	
1.5	0.857	
1.6	0.471	
1.7	0.837	
โดยรวม	-	0.982
2. ด้านราคา		
2.1	0.676	
2.2	0.611	
2.3	0.741	
2.4	0.692	
โดยรวม		0.982

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชื่อ	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
3. ด้านสถานที่		
3.1	0.752	
3.2	0.745	
3.3	0.347	
3.4	0.799	
3.5	0.727	
3.6	0.830	
3.7	0.858	
3.8	0.806	
3.9	0.860	
โดยรวม	-	0.982
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด		
4.1	0.857	
4.2	0.826	
4.3	0.875	
4.4	0.696	
4.5	0.648	
4.6	0.453	
4.7	0.839	
4.8	0.820	
โดยรวม	-	0.982

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก	ค่าความเชื่อมั่น
5. ด้านพนักงาน		
5.1	0.672	
5.2	0.511	
5.3	0.693	
5.4	0.329	
5.5	0.449	
5.6	0.808	
5.7	0.765	
5.8	0.650	
5.9	0.473	
โดยรวม	-	0.982
6. ด้านกระบวนการ		
6.1	0.519	
6.2	0.520	
6.3	0.783	
6.4	0.776	
6.5	0.799	
6.6	0.831	
6.7	0.905	
6.8	0.784	
6.9	0.824	
6.10	0.836	
6.11	0.800	
6.12	0.790	
โดยรวม	-	0.982