

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

การตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
ของงานวิจัยโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง
(Index of Item-Objective Congruence : IOC)

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

การตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

โดยการหาดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item–Objective Congruence : IOC)

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้าวิสาหกิจขนาดเล็กกับความภักดีต่อตราสินค้า
ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

คำอธิบาย ขอให้ท่านผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นของท่านในแบบสอบถามการหาประสิทธิภาพ
โดยใช้เครื่องหมาย (/) ในช่องความสอดคล้อง (Congruence) หลังข้อคำถาม โดยมีความหมายของ
คะแนน ดังนี้

ความสอดคล้อง +1 หมายถึง คำถามนั้นมีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถาม
กับวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้

ความสอดคล้อง 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นมีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาใน
ข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้

ความสอดคล้อง -1 หมายถึง คำถามนั้นไม่มีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อ
คำถามกับวัตถุประสงค์และตัวแปรที่ตั้งไว้

ตัวแปร	องค์ประกอบ	มาตรวัด
ประสบการณ์ของ ลูกค้า	ด้านพนักงาน	ระดับ 5 หมายถึง การปฏิบัติเป็นประจำ ระดับ 4 หมายถึง การปฏิบัติค่อนข้างบ่อย ระดับ 3 หมายถึง การปฏิบัติบางครั้ง ระดับ 2 หมายถึง การปฏิบัตินานๆ ครั้ง ระดับ 1 หมายถึง การปฏิบัติไม่เคยปฏิบัติเลย
	ด้านบริการ	ระดับ 5 หมายถึง เป็นเช่นนี้เป็นประจำ ระดับ 4 หมายถึง เป็นเช่นนี้บ่อยครั้ง ระดับ 3 หมายถึง เป็นเช่นนี้บางครั้ง ระดับ 2 หมายถึง เป็นเช่นนี้นานๆ ครั้ง ระดับ 1 หมายถึง ไม่เคยปฏิบัติเลย
	ด้านความสะดวกสบาย	ระดับ 5 หมายถึง เป็นเช่นนี้เป็นประจำ ระดับ 4 หมายถึง เป็นเช่นนี้บ่อยครั้ง ระดับ 3 หมายถึง เป็นเช่นนี้บางครั้ง ระดับ 2 หมายถึง เป็นเช่นนี้นานๆ ครั้ง ระดับ 1 หมายถึง ไม่เคยรู้สึกเช่นนั้นเลย

ตัวแปร	องค์ประกอบ	มาตรวัด
	ด้านกระบวนการ	ระดับ 5 หมายถึง เป็นเช่นนี้ประจำ ระดับ 4 หมายถึง เป็นเช่นนี้บ่อยครั้ง ระดับ 3 หมายถึง เป็นเช่นนี้บางครั้ง ระดับ 2 หมายถึง เป็นเช่นนี้นานๆ ครั้ง ระดับ 1 หมายถึง ไม่เคยเป็นเช่นนั้นเลย
	ด้านการสื่อสาร	ระดับ 5 หมายถึง เป็นเช่นนี้ประจำ ระดับ 4 หมายถึง เป็นเช่นนี้บ่อยครั้ง ระดับ 3 หมายถึง เป็นเช่นนี้บางครั้ง ระดับ 2 หมายถึง เป็นเช่นนี้นานๆ ครั้ง ระดับ 1 หมายถึง ไม่เคยรู้สึกเช่นนั้นเลย
	ด้านราคา	ระดับ 5 หมายถึง เป็นเช่นนี้ประจำ ระดับ 4 หมายถึง เป็นเช่นนี้บ่อยครั้ง ระดับ 3 หมายถึง เป็นเช่นนี้บางครั้ง ระดับ 2 หมายถึง เป็นเช่นนี้นานๆ ครั้ง ระดับ 1 หมายถึง ไม่เคยรู้สึกเช่นนั้นเลย
	ด้านความคุ้นเคย	ระดับ 5 หมายถึง มีประสบการณ์ที่ดีมากที่สุด ระดับ 4 หมายถึง มีประสบการณ์ที่ดี ระดับ 3 หมายถึง มีประสบการณ์ที่พอรับได้ ระดับ 2 หมายถึง มีประสบการณ์ที่แย่ ระดับ 1 หมายถึง มีประสบการณ์ที่แย่มากที่สุด
ความภักดีต่อตรา สินค้า ด้านมุมมองเชิง พฤติกรรม	ความถี่ในการใช้บริการ การซื้อซ้ำ การบอกปาก ต่อปาก การแนะนำผู้อื่น	ระดับ 5 หมายถึง การปฏิบัติเป็นประจำ ระดับ 4 หมายถึง การปฏิบัติค่อนข้างบ่อย ระดับ 3 หมายถึง การปฏิบัติบางครั้ง ระดับ 2 หมายถึง การปฏิบัตินานๆ ครั้ง ระดับ 1 หมายถึง การปฏิบัติแทบไม่เคยปฏิบัติเลย
ความภักดีต่อตรา สินค้า ด้านมุมมอง เชิงจิตวิทยา	ความรู้สึกลึก	ระดับ 5 หมายถึง รู้สึกดีมากที่สุด ระดับ 4 หมายถึง รู้สึกดี ระดับ 3 หมายถึง เฉยๆ ระดับ 2 หมายถึง รู้สึกแย่มาก ระดับ 1 หมายถึง รู้สึกแย่มากที่สุด

ตัวแปร	องค์ประกอบ	มาตรวัด
	การสัมผัส	ระดับ 5 หมายถึง ถูกใจมากที่สุด ระดับ 4 หมายถึง รู้สึกดี ระดับ 3 หมายถึง พอรับได้ ระดับ 2 หมายถึง ค่อนข้างแย่ ระดับ 1 หมายถึง แย่มากที่สุด
	ความคิด	ระดับ 5 หมายถึง ถูกใจมากที่สุด ระดับ 4 หมายถึง รู้สึกดี ระดับ 3 หมายถึง พอรับได้ ระดับ 2 หมายถึง ค่อนข้างแย่ ระดับ 1 หมายถึง แย่มากที่สุด
	การแสดงออก	ระดับ 5 หมายถึง การปฏิบัติเป็นประจำ ระดับ 4 หมายถึง การปฏิบัติค่อนข้างบ่อย ระดับ 3 หมายถึง การปฏิบัติบางครั้ง ระดับ 2 หมายถึง การปฏิบัตินานๆ ครั้ง ระดับ 1 หมายถึง การปฏิบัติแทบไม่เคยปฏิบัติเลย

ดัชนีความสอดคล้องของข้อความกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ดัชนีของตัวแปร (Index of Variables)	รหัส (Code)	ข้อความ	ความสอดคล้อง (Congruence)			ข้อเสนอแนะ (Suggestions)
			+1	0	-1	
ด้านพนักงาน (Employee)	EMP1	1.การแต่งการของพนักงานธนาคารโดยรวม				
	EMP2	2.ความช่วยเหลือ ความเอาใจใส่ ความกระตือรือร้น ของพนักงานธนาคาร				
	EMP3	3.ความสุภาพและความเป็นมิตรกับลูกค้า				
	EMP4	4.ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ของพนักงานธนาคาร ในเรื่องผลิตภัณฑ์				
ด้านบริการ (Service)	SER1	1.ความหลากหลายของการบริการ				
	SER2	2.การบริการที่สอดคล้องกับช่วงเทศกาลต่างๆ				
	SER3	3.การให้บริการใหม่ ๆ ของธนาคาร				
	SER4	4.คุณภาพการบริการของธนาคาร				

ดัชนีของตัวแปร (Index of Variables)	รหัส (Code)	ข้อความ (Text)	ความสอดคล้อง (Congruence)			ข้อเสนอแนะ (Suggestions)
			+1	0	-1	
ด้านความสะดวกสบาย (Convenience)	CONV1	1.จำนวนสาขาของธนาคาร				
	CONV2	2.จุดให้บริการของธนาคาร อาทิ ช่องให้บริการ เคาน์เตอร์ธนาคาร ตู้สาขาโทรศัพท์ ตู้เอทีเอ็ม				
	CONV3	3.สถานที่จอดรถ				
	CONV4	4.ความสะดวกเรื่องการใช้เอกสาร				
	CONV5	5.อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการ				
ด้านกระบวนการ (Process)	PRO1	1.การบริการอย่างรวดเร็วเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service)				
	PRO2	2.ระยะเวลารอคอยของการให้บริการ				
	PRO3	3.อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการ				
ด้านการสื่อสาร (Communication)	COM1	1.ความรู้สึกเมื่อได้รับการติดต่อสื่อสาร				
	COM2	2.การตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ของธนาคารจากการ ได้รับการติดต่อสื่อสาร				
	COM3	3.การได้รับข้อมูล ข่าวสาร จากธนาคาร				
	COM4	4.การโฆษณาของธนาคาร				
ด้านราคา (Price)	PRI1	1.ความสมเหตุสมผล ของราคา อาทิ อัตราดอกเบี้ย เงินฝาก อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราค่าธรรมเนียม				
	PRI2	2.ความคุ้มค่าของราคาสำหรับเงินที่จ่ายออกไป				
	PRI3	3.ความยืดหยุ่นของการติดตามทวงถามเมื่อมีการร้อง ขอ อาทิ ค่าปรับ ดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม				
ด้านความคุ้นเคย (Habituate)	HAB1	1.ความยาวนานของระยะเวลาที่ใช้บริการ				
	HAB2	2.ความเคยชินจากการใช้บริการ				
	HAB3	3.ความต่อเนื่องของการใช้บริการและผลิตภัณฑ์ของ ธนาคาร				
มุมมองเชิงพฤติกรรม (Behavior)	BEHA1	1.ท่านใช้บริการธนาคารหลักคิดเป็นร้อยละเท่าใด เมื่อเทียบกับธนาคารอื่น				
	BEHA2	2.ท่านใช้บริการผลิตภัณฑ์ของธนาคารกี่ประเภท				
	BEHA3	3.ท่านใช้บริการธนาคารกี่ครั้งใน 1 เดือน				
	BEHA4	4.ท่านมีพฤติกรรมอย่างไรเมื่อธนาคารออก ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่				
	BEHA5	5.การพูดถึงธนาคารหลักที่ท่านใช้บริการ				
	BEHA6	6.การแนะนำให้คนอื่นมาใช้บริการ				
มุมมองเชิงจิตวิทยา (Psychological)	PSYC1	1.ความรู้สึกกับการใช้บริการธนาคารหลักนี้				
	PSYC2	2.การสัมผัสต่อการตอบสนองของธนาคารหลักนี้				
	PSYC3	3.ความมั่นใจและความคิดที่มีต่อธนาคารหลักนี้				
	PSYC4	4.การแสดงออกต่อธนาคารหลักนี้				

ผลการทดสอบดัชนีความสอดคล้องของข้อความกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
(Testability of Item – Variable - Congruence Index)

ดัชนีของตัวแปร (Index of Variables)	รหัส(Code)	ข้อความ	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
			1	2	3	4	5			
ด้านพนักงาน (Employee)	EMP1	1.การแต่งกายของพนักงาน ธนาคาร โดยรวม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	EMP2	2.ความช่วยเหลือ ความเอา ใจใส่ ความกระตือรือร้น ของพนักงานธนาคาร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	EMP3	3.ความสุภาพและกิริยา มารยาทที่แสดงต่อลูกค้า	+1	0	+1	+1	+1	4	0.8	ใช้ได้
	EMP4	4.ความรอบรู้ ความ เชี่ยวชาญ ของพนักงาน ธนาคาร ในเรื่องผลิตภัณฑ์	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
ด้านบริการ (Service)	SER1	1.ความหลากหลายของการ บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	SER2	2.การบริการที่สอดคล้องกับ ช่วงเทศกาลต่างๆ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	SER3	3.การให้บริการใหม่ๆ ของ ธนาคาร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
ด้านความ สะดวกสบาย (Convenience)	CONV1	1.จำนวนสาขาของธนาคาร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	CONV2	2.จุดให้บริการของธนาคาร อาทิ ช่องให้บริการ เคาน์เตอร์ธนาคาร ตู้ สายโทรศัพท์ ตู้เอทีเอ็ม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	CONV3	3.สถานที่จอดรถของ ธนาคาร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	CONV4	4.การยื่นใช้เอกสาร ประกอบการทำธุรกรรม ต่างๆ ของธนาคาร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
ด้านกระบวนการ (Process)	PRO1	1.การบริการอย่างรวดเร็ว เบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service)	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	PRO2	2.ระยะเวลาการคอยของการ ให้บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้

ดัชนีของตัวแปร (Index of Variables)	รหัส(Code)	ข้อความถาม	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	PRO3	3.อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
ด้านการสื่อสาร (Communication)	COM1	1.การได้รับข้อมูล ข่าวสารจากธนาคาร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	COM2	2.เมื่อท่านได้รับการติดต่อสื่อสารจากธนาคาร อาทิ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ และรายการส่งเสริมการขาย ท่านรู้สึกอย่างไร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	COM3	3.เมื่อธนาคารมีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และบริการ ท่านเกิดการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ของธนาคารอย่างไร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	COM4	4.รายการส่งเสริมการขาย ที่ธนาคารมีให้กับท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
ด้านราคา (Price)	PRI1	1.ความเหมาะสมผลของราคา อาทิ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราค่าธรรมเนียม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	PRI2	2.ความคุ้มค่าของราคาสำหรับเงินที่จ่ายออกไปจากการใช้บริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคาร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	PRI3	3.ความยืดหยุ่นของธนาคารต่อคำร้องขอของลูกค้า อาทิ ค่าปรับ ดอกเบี้ยค่าธรรมเนียม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
ด้านความคุ้นเคย (Habituate)	HAB1	1.ความยาวนานของการเป็นลูกค้าธนาคาร	-1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	HAB2	2.ความเคยชินจากการใช้บริการ	+1	+1	+1	0	+1	4	0.8	ใช้ได้
	HAB3	3.ความต่อเนื่องของการใช้บริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคาร	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้

ดัชนีของตัวแปร (Index of Variables)	รหัส(Code)	ข้อความ	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
มุมมองเชิงพฤติกรรม (Behavior)	BEHA1	1.ท่านใช้บริการและ ผลิตภัณฑ์ของธนาคารรวม ทั้งหมดกี่ประเภท	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	BEHA2	2.ท่านใช้บริการกับธนาคาร โดยเฉลี่ยกี่ครั้งใน 1 เดือน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	BEHA3	3.เมื่อธนาคารออก ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ท่านจะ.....	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	BEHA4	4.การพูดถึงธนาคารที่ท่าน ใช้บริการเป็นประจำ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	BEHA5	5.การแนะนำให้คนอื่นๆ มา ใช้บริการธนาคารที่ท่านใช้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
มุมมองเชิงจิตวิทยา (Psychological)	PSYC1	1.ความรู้สึกกับการใช้ บริการธนาคารแห่งนี้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	PSYC2	2.ความประทับใจเมื่อท่าน ได้สัมผัสกับธนาคารแห่งนี้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	PSYC3	3.ความคิดของท่านที่มีต่อ ธนาคารที่ใช้บริการแห่งนี้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้
	PSYC4	4.การแสดงออกของท่านต่อ ธนาคาร ณ ปัจจุบัน ถ้าท่าน เลือกได้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ใช้ได้

ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจ คุษฎิบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้า วิชากิจขนาดเล็กกับความภักดีต่อตราสินค้าของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย จึงขอความ อนุเคราะห์ผู้มีหน้าที่ความรับผิดชอบในตำแหน่งเจ้าของกิจการ เป็นผู้ตอบแบบสอบถามนี้ตามความ เป็นจริง ข้อมูลที่ได้จะมีคุณค่าอย่างยิ่งที่ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้า กับธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย และผลการศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในทางวิชาการได้ต่อไป
2. แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน
 - ส่วนที่ 1 คุณลักษณะธุรกิจ
 - ส่วนที่ 2 ประสบการณ์การใช้บริการธนาคารหลัก
 - ส่วนที่ 3 ลักษณะการใช้บริการและความคิดเห็นที่มีต่อธนาคารหลัก
 - ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ
3. ข้อมูลของท่านถือเป็นความลับที่จะไม่เผยแพร่ต่อบุคคลอื่น และจะไม่มีผลกระทบ ต่อการปฏิบัติงานและองค์กรของท่าน
4. ในแต่ละส่วนโปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () ที่ตรงกับข้อมูลของท่านหรือ ความเห็นของท่านมากที่สุด
5. ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นายกิตติชัย ศรีชัยภูมิ

นักศึกษาปริญญาเอก

หลักสูตรบริหารธุรกิจคุษฎิบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

E-mail: srichaiyaphum@gmail.com

เบอร์โทรศัพท์ 081-9919577

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะของธุรกิจ

1.1 ธนาคารที่ท่านใช้บริการเป็นประจำ (ตอบได้ข้อเดียว)

- ☐ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
- ☐ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
- ☐ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
- ☐ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)
- ☐ ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)
- ☐ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
- ☐ ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน)
- ☐ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
- ☐ ธนาคารธนาชาต จำกัด (มหาชน)
- ☐ ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)
- ☐ ธนาคารไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน)
- ☐ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
- ☐ ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน)
- ☐ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
- ☐ ธนาคารไทยเครดิตเพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน)
- ☐ ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน)
- ☐ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย
- ☐ ธนาคารออมสิน
- ☐ ธนาคารอาคารสงเคราะห์
- ☐ ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย

1.2 ท่านอายุเท่าไร

- ☐ อายุไม่เกิน 30 ปี
- ☐ อายุระหว่าง 31-40 ปี
- ☐ อายุระหว่าง 41-50 ปี
- ☐ อายุระหว่าง 51-60 ปี
- ☐ อายุมากกว่า 60 ปี

1.3 ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน

- ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ☐ ปริญญาตรี
- ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 รูปแบบของธุรกิจ

- ☐ เจ้าของคนเดียวจดทะเบียนการค้า
- ☐ คณะบุคคล
- ☐ ห้างหุ้นส่วนจำกัด / ห้างหุ้นส่วนสามัญ
- ☐ บริษัทจำกัด

1.5 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

- ☐ การผลิต
- ☐ การค้าปลีก
- ☐ การค้าส่ง
- ☐ การบริการ

1.6 ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจถึงปัจจุบัน

- ☐ 1-5 ปี
- ☐ 6 -10 ปี
- ☐ 11-15 ปี
- ☐ 16 -20 ปี
- ☐ มากกว่า 20 ปี

ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพการใช้บริการที่ธนาคาร

ด้านพนักงาน

2.1 การแต่งกายของพนักงานธนาคารโดยรวม

- ☐ เยี่ยมมากดูไม่ออกว่าเป็นพนักงานธนาคาร
- ☐ ค่อนข้างแย่ไม่ค่อยมีระเบียบ
- ☐ พอใช้/ รับได้
- ☐ ค่อนข้างมีระเบียบ
- ☐ แต่งกายมีระเบียบเหมาะสมกับพนักงานธนาคารมากที่สุด

2.2 ความช่วยเหลือ ความเอาใจใส่ ความกระตือรือร้น ของพนักงานธนาคาร

- () ไม่เคยได้รับความช่วยเหลือเลย
- () ได้รับความช่วยเหลือแบบไม่ค่อยเต็มใจ
- () ได้รับความช่วยเหลือบ้างตามสมควร
- () ได้รับความช่วยเหลือค่อนข้างดี
- () ได้รับความช่วยเหลือดีมากทุกครั้ง

2.3 ความสุภาพและกิริยามารยาทที่แสดงต่อลูกค้า

- () พนักงานมีมารยาทไม่ดีและไม่มีความสุภาพเลย
- () พนักงานค่อนข้างไม่สุภาพ
- () พนักงานพูดจาดี ยิ้มแย้มบางครั้งบางครั้ง
- () พนักงานสุภาพกิริยามารยาทดี
- () พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสพูดจาดี สุภาพและมีมารยาทมากกับลูกค้าทุกคน

2.4 ความรอบรู้ ความเชี่ยวชาญ ของพนักงานธนาคารในเรื่องผลิตภัณฑ์

- () พนักงานไม่สามารถตอบคำถามลูกค้าได้เลย
- () พนักงานตอบได้บางคำถามและบางคำถามตอบไม่ได้
- () พนักงานตอบคำถามได้แต่ต้องถามผู้อื่นทุกครั้ง
- () พนักงานมีความรู้และตอบคำถามค่อนข้างดี
- () พนักงานมีความรู้ดีมากและสามารถแนะนำข้อมูลเพิ่มเติมอื่นๆ อีกได้เป็นอย่างดี

ด้านบริการ

2.6 ความหลากหลายของการบริการ

- () ไม่มีบริการอื่นใด นอกจากบริการหลักของธนาคารเท่านั้น
- () มีบริการให้กับลูกค้าบางรายเท่านั้น
- () มีให้บริการแต่เกิดขึ้นในบางสาขา
- () มีการบริการที่หลากหลายดี
- () มีการบริการที่หลากหลายให้ลูกค้าได้เลือกตรงกับความต้องการทุกระดับ

2.7 การบริการที่สอดคล้องกับช่วงเทศกาลต่างๆ

- () ไม่มีการบริการเลย
- () การบริการจะเกิดได้แต่ต้องมีการร้องขอทุกครั้ง
- () มีให้บริการในบางเทศกาลแต่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ

- () มีจำนวนของการให้บริการพอสมควร
- () มีการบริการให้ลูกค้าเลือกอย่างหลากหลายในทุกเทศกาลและตรงกับความต้องการมากที่สุด

2.8 การให้บริการใหม่ๆ ของธนาคาร

- () ไม่มีบริการใหม่ออกมาเลย
- () 5 ปีที่ผ่านมาให้บริการเกิดขึ้นเพียง 1 – 2 บริการเท่านั้น
- () เคยพบเห็นบ้างในบางสาขาซึ่งไม่ค่อยทันสมัยยังล้าหลัง
- () พอรับได้กับการให้บริการใหม่ที่มีให้กับลูกค้า
- () มีการบริการใหม่ๆ ทันสมัย เพียงพอต่อความต้องการมากที่สุด

ด้านความสะดวกสบาย

2.9 จำนวนสาขาของธนาคาร

- () ไม่มีสาขาย่อย
- () จำนวนสาขามีค่อนข้างน้อย
- () จำนวนสาขาพอหาได้บ้าง
- () จำนวนสาขาที่พบเห็นพอรับได้กับความต้องการที่เกิดขึ้น
- () จำนวนสาขามีมากพอ พบเห็นได้บ่อย ในทุกพื้นที่

2.10 จุดให้บริการของธนาคาร อาทิ ช่องให้บริการ เคาน์เตอร์ธนาคาร กู้สายโทรศัพท์ ตู้เอทีเอ็ม

- () จุดให้บริการมีน้อยมาก
- () จุดให้บริการมีค่อนข้างน้อย
- () จุดให้บริการพอมีบ้างและพอรับได้
- () จุดให้บริการมีเพียงพอต่อความต้องการ
- () จุดให้บริการมีจำนวนมาก สะดวก ง่ายต่อการติดต่อในการใช้บริการได้เป็นอย่างดีมากที่สุด

2.11 สถานที่จอดรถของธนาคาร

- () ไม่มีที่จอดรถเลย
- () ที่จอดรถหาได้ยากมาก
- () ที่จอดรถพอหาได้บ้าง
- () ที่จอดรถเพียงพอบางช่วงเวลาเท่านั้น
- () มีที่จอดรถเพียงพอตลอดเวลา

2.12 การยื่นใช้เอกสารประกอบการทำธุรกรรมต่างๆ ของธนาคาร

- () ใช้เอกสารเยอะมาก
- () ใช้เอกสารใช้ค่อนข้างเยอะ
- () ใช้เอกสารพอประมาณกับเรื่องที่ดำเนินการ
- () ใช้เอกสารค่อนข้างน้อย
- () การใช้เอกสารน้อยมากและไม่มีความยุ่งยากเลย

2.13 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการ

- () ไม่พบเห็นอุปกรณ์และเครื่องมือทันสมัยเลย
- () พบเห็นอุปกรณ์และเครื่องมือแต่ักพบปัญหาเกิดขึ้นบ่อยครั้งไม่สามารถใช้งานได้
- () พบเห็นอุปกรณ์และเครื่องมือใช้ทำงานได้แต่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ
- () อุปกรณ์และเครื่องมือมีเพียงพอกับการใช้งาน พอรับได้
- () อุปกรณ์เครื่องมือมีความทันสมัยและมีจำนวนเพียงพอกับการใช้งานง่ายและเกิดความสะดวกเป็นอย่างมาก

ด้านกระบวนการ

2.14 ความรวดเร็วของการบริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service)

- () การให้บริการช้ามากและเกิดปัญหาขึ้นบ่อยครั้ง
- () การให้บริการค่อนข้างช้า
- () ระยะเวลาการให้บริการมีความรวดเร็วพอรับได้
- () การให้บริการรวดเร็วดี
- () การให้บริการรวดเร็วมากที่สุด

2.15 ระยะเวลารอคอยของการให้บริการ

- () ล่าช้ามากที่สุด
- () ค่อนข้างช้า
- () พอรับได้
- () มีความรวดเร็วดี
- () ระยะเวลาการให้บริการรวดเร็ว ถูกต้อง มากที่สุด

2.16 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการ

- () ไม่พบเห็นอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยเลย
- () อุปกรณ์และเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ มักพบปัญหาเกิดขึ้นบ่อยครั้ง

- () พอมืออุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ได้แต่ไม่หลากหลาย
- () มีอุปกรณ์และเครื่องมือหลากหลายแต่ไม่มีพนักงานคอยให้คำแนะนำ
- () เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริการอัตโนมัติต่างๆ มีความทันสมัย ใช้สะดวกง่าย มีมากเพียงพอความต้องการ

ด้านการสื่อสาร

2.17 การได้รับข้อมูล ข่าวสาร จากธนาคาร

- () ไม่เคยได้รับการติดต่อจากธนาคารเลย
- () แทบไม่ได้รับการติดต่อ
- () ได้รับการติดต่อบ้างในบางครั้ง
- () ได้รับการติดต่อดี
- () ได้รับข้อมูล ข่าวสาร อย่างดีมาก สมำเสมอ

2.18 เมื่อท่านได้รับการติดต่อสื่อสารจากธนาคาร อาทิ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ และรายการส่งเสริมการขายท่านรู้สึกอย่างไร

- () ไม่มีเข้าใจความหมายและเนื้อหาของสื่ออื่นๆ เลย
- () ต้องพยายามทำความเข้าใจทุกครั้งในเนื้อหาที่สื่อออกมา
- () พอมีความเข้าใจในความหมายและเนื้อหาบ้าง
- () มีความเข้าใจในความหมายและเนื้อหาของสื่อจากธนาคารที่มีการนำเสนอดี
- () ทุกครั้งที่ได้รับสื่อทุกๆ ชนิด จากธนาคารมีความเข้าใจในความหมายและเนื้อหาได้เป็นอย่างดีมากที่สุด

2.19 เมื่อธนาคารมีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และบริการท่านเกิดการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์ของธนาคารอย่างไร

- () ไม่อยากใช้บริการและผลิตภัณฑ์เลย
- () ขอคิดดูก่อน และมักจะสอบถามข้อมูลจากผู้อื่นเพิ่มเติม
- () รู้สึกเฉยๆ
- () ตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์บ้างและเลือกใช้เท่าที่จำเป็นเท่านั้น
- () ตัดสินใจใช้บริการของธนาคารทุกครั้งเมื่อได้รับทราบ

2.20 รายการส่งเสริมการขาย ที่ธนาคารมีให้กับท่าน

- () ไม่เคยมีรายการส่งเสริมการขายใดๆ เลย
- () มีรายการส่งเสริมการขายบ้าง นานๆ ครั้ง

- () มีรายการส่งเสริมการขายแต่ไม่น่าสนใจ
- () รายการส่งเสริมการขายจัดขึ้นดีพอควร
- () รายการส่งเสริมการขายที่จัดขึ้นมีความน่าสนใจและอยากใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารทุกครั้ง

ด้านราคา

2.21 ความสมเหตุสมผลของราคา อาทิ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราค่าธรรมเนียม

- () ราคาไม่มีความเหมาะสมเลย
 - () ค่อนข้างแพงเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น
 - () พอรับได้ไม่แตกต่างมากนักเมื่อเทียบกับธนาคารอื่น
 - () มีความสมเหตุสมผลของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น
 - () มีความสมเหตุสมผลและเสนอราคาที่ดีกว่าธนาคารอื่น
- 2.22 ความคุ้มค่าสำหรับเงินที่ท่านจ่ายออกไป จากการใช้บริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคาร
- () มักเสียจ่ายเงินทุกครั้งแต่จำเป็นต้องใช้
 - () ค่อนข้างเสียจ่ายเงินเพราะมีส่วนเสียมากกว่าสิ่งที่ได้รับมา
 - () พอรับได้
 - () เกิดความคุ้มค่าขึ้นเมื่อนำไปถัวเฉลี่ยในทุกๆ ผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร
 - () เกิดความคุ้มค่าและได้รับประโยชน์สูงสุดเมื่อเทียบกับราคาที่จ่ายออกไป
- 2.23 ความยืดหยุ่นของธนาคารต่อคำร้องขอของลูกค้า อาทิ ค่าปรับ ดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม
- () ธนาคารไม่มีความยืดหยุ่นเลย ไม่ว่ากรณีใดๆ
 - () ธนาคารค่อนข้างไม่มีความยืดหยุ่น
 - () ธนาคารมีความยืดหยุ่นบ้างแต่ต้องร้องขอ
 - () ธนาคารมีความยืดหยุ่นดี
 - () ธนาคารมีความยืดหยุ่นกับลูกค้าเป็นอย่างมาก โดยไม่จำเป็นต้องร้องขอเลย

ด้านความคุ้นเคย

2.24 ความยาวนานของการเป็นลูกค้าธนาคาร

- () น้อยกว่า 3 ปี
- () 3 – 4 ปี
- () 5 – 6 ปี

() 7 – 8 ปี

() มากกว่า 8 ปี

2.25 ความเคยชินจากการใช้บริการ

() ไม่มีความเคยชินเลย

() ค่อนข้างไม่เคยชิน

() พอรับได้

() มีความเคยชินกับธนาคาร

() มีความเคยชินกับธนาคารมากที่สุดและจะไม่เปลี่ยนแปลง

2.26 ความต่อเนื่องของการใช้บริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคาร

() กำลังจะยกเลิกการใช้บริการ

() กำลังตัดสินใจเลือกใช้บริการและผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นเท่านั้น

() ใช้ต่อไปเรื่อยๆ ไม่คิดอะไร

() ศึกษาข้อมูล บริการผลิตภัณฑ์และเลือกใช้ที่เหมาะสมเพิ่มเติม

() ใช้บริการผลิตภัณฑ์ใหม่ทุกครั้งเสมอเมื่อธนาคารนำเสนอ

ส่วนที่ 3 ลักษณะการใช้บริการและความคิดเห็นที่มีต่อธนาคารที่ใช้เป็นประจำ

3.1 ท่านใช้บริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคารรวมทั้งหมดกี่ประเภท

() 1 – 2 ประเภท

() 3 – 4 ประเภท

() 5 – 6 ประเภท

() 7 – 8 ประเภท

() มากกว่า 8 ประเภท

3.2 ท่านใช้บริการกับธนาคารโดยเฉลี่ยกี่ครั้งใน 1 เดือน

() 1 – 2 ครั้ง

() 3 – 4 ครั้ง

() 5 – 6 ครั้ง

() 7 – 8 ครั้ง

() มากกว่า 8 ครั้ง

3.3 เมื่อธนาคารออกผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ท่านจะ.....

() ไม่ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เลย

- () ขอคิดดูก่อนและหาข้อมูลเพิ่มเติม
- () เฉยๆ
- () ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการที่บางรายการที่เหมาะสมเท่านั้น
- () ใช้ทุกผลิตภัณฑ์และบริการใหม่อย่างแน่นอน

3.4 การพูดถึงธนาคารที่ท่านใช้บริการเป็นประจำ

- () ไม่เคยพูดถึงผู้อื่นเลย
- () พูดถึงค่อนข้างน้อย
- () พูดถึงบ้างถ้ามีโอกาส
- () พูดบ่อยค่อนข้างมาก
- () พูดเสมอและพูดในทางที่ดีถึงแม้ไม่มีคนอื่นถาม

3.5 การแนะนำให้คนอื่นๆ มาใช้บริการธนาคารที่ท่านใช้

- () ไม่เคยแนะนำเลย
- () ไม่ค่อยแนะนำ
- () แนะนำบ้างในบางครั้ง
- () แนะนำค่อนข้างบ่อย
- () แนะนำกับทุกคนที่ต้องการใช้บริการธนาคาร

3.6 ความรู้สึกต่อการใช้บริการธนาคารแห่งนี้

- () รู้สึกไม่ดีต่อธนาคารมากที่สุด
- () รู้สึกไม่ค่อยดีต่อธนาคารแห่งนี้
- () พอรับได้
- () รู้สึกดี
- () รู้สึกดีมากที่สุด

3.7 ความประทับใจเมื่อท่านได้สัมผัสกับธนาคารแห่งนี้

- () ไม่ประทับใจเลย
- () ไม่ค่อยประทับใจ
- () เฉยๆ พอรับได้
- () ค่อนข้างประทับใจ
- () ประทับใจมากที่สุด

3.8 ความคิดของท่านที่มีต่อธนาคารที่ใช้บริการ

- () ไม่มีความมั่นใจในธนาคารนี้เลย

- () ค่อนข้างไม่มั่นใจ
- () เฉยๆ
- () ค่อนข้างมั่นใจต่อธนาคารนี้
- () เชื่อมั่นและคิดเสมอว่าธนาคารนี้เป็นธนาคารที่ดีมากที่สุด

3.9 การแสดงออกของท่านต่อธนาคาร ณ ปัจจุบัน ถ้าท่านเลือกได้

- () ยกเลิกการใช้บริการทั้งหมด และไปใช้ธนาคารอื่นแทน
- () ยกเลิกบริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่ไม่พอใจออกบ้าง
- () ใช้บริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคารเท่าที่จำเป็น
- () ใช้ทุกๆ บริการและผลิตภัณฑ์ของธนาคารต่อไปเรื่อยๆ
- () นอกจากใช้ผลิตภัณฑ์และบริการต่อไปเรื่อยๆ แล้วยังพูดถึงสิ่งดีๆ ของธนาคารให้ผู้อื่นฟัง

เสมอ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

ภาคผนวก ค
แบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้าง

แบบสัมภาษณ์
(Semi-Structured Interview Form)
สำหรับผู้ให้บริการธนาคาร

ชื่อ – สกุล ผู้ตอบ.....
 ธนาคารหลักที่ท่านใช้บริการ.....
 ประเภทอุตสาหกรรม.....
 วันที่ / เวลา สัมภาษณ์.....

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับธนาคารหลักที่ท่านใช้บริการอยู่ในด้านของพนักงาน ที่ให้บริการท่านในแต่ละครั้งที่ใช้บริการ
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับธนาคารหลักที่ท่านใช้บริการอยู่ในด้านการบริการ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ท่านใช้บริการ การบริการต่างๆ ที่ธนาคารส่งมอบให้
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับธนาคารหลักที่ท่านใช้บริการในเรื่องของราคา อาทิ อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมต่างๆ
4. ในภาพรวมของธนาคารหลักที่ท่านใช้บริการอยู่ ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรและมีความประทับใจด้านใดบ้าง

แบบสัมภาษณ์
(Semi-Structured Interview Form)
สำหรับธนาคารที่ให้บริการ

ธนาคารที่ให้บริการ.....

วันที่ / เวลา สัมภาษณ์.....

1. ธนาคารมีการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับลูกค้าในด้านใดบ้าง และการสร้างประสบการณ์ที่ดีที่เกิดขึ้นกับลูกค้านั้นอย่างไร
2. ธนาคารมีการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับลูกค้าด้านพนักงาน อย่างไร
3. ธนาคารมีการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับลูกค้าด้านการบริการ อย่างไร
4. ธนาคารมีการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับลูกค้าด้านราคา อย่างไร
5. การสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้ามีความแตกต่างกันอย่างไรในแต่ละกลุ่มลูกค้า
6. การสร้างประสบการณ์ที่ดีของธนาคารให้เกิดขึ้นกับลูกค้า มีที่มาอย่างไร และผลลัพธ์ที่ธนาคารคาดหวังและต้องการคืออะไร

ภาคผนวก ง

ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้

ตารางที่ ๔4 ปัจจัยประสบการณ์ของลูกค้าด้านกระบวนการ (Process)

ตารางที่ ๖6 ปัจจัยประสพการณ์ของลูกค้าด้านราคา (Price)

ตารางที่ ๖8 ความรักดีต่อตราสินค้ามุมมองเชิงพฤติกรรม (Behavior)

Descriptive Statistics

[illegible]

ตารางที่ 9 ความรักดีต่อตราสินค้ามุมมองเชิงจิตวิทยา (Psychological)

Descriptive Statistics

[illegible]

ตารางที่ 10 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติธุรกิจกับประสบการณ์ของลูกค้า

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.145 ^a	.021	.019	.57712	.021	8.578	1	398	.004

a. Predictors: (Constant), CUS_EXP

ตารางที่ 11 ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดของธนาคารกับประสบการณ์ของลูกค้า

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.198 ^a	.039	.037	.684	.039	16.249	1	398	.000

a. Predictors: (Constant), CUS_EXP

ตารางที่ 12 ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของลูกค้ากับความภักดีต่อตราสินค้า

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.585 ^a	.342	.340	.40613	.342	206.658	1	398	.000

a. Predictors: (Constant), BRAN_BE

ภาคผนวก จ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะธุรกิจ
ขนาดของธนาคาร ปัจจัยประสิทธิภาพของลูกค้า ความภักดีต่อตราสินค้า

Correlations

		BANK	BIS_CH	CUS_EXP	BRAN_BE
BANK	Pearson Correlation	1			
	Sig. (2-tailed)				
	N	400			
BIS_CH	Pearson Correlation	-.046	1		
	Sig. (2-tailed)	.356			
	N	400	400		
CUS_EXP	Pearson Correlation	-.198**	-.145**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		
	N	400	400	400	
BRAN_BE	Pearson Correlation	-.177**	.718**	.585**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	400	400	400	400

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).