



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



**คำชี้แจง** โปรดตอบคำถามโดยกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) ที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดไว้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  
 ชาย  หญิง
2. อายุ ..... ปี
3. สถานภาพ  
 โสด  สมรส  
 หย่า  หม้าย
4. ระดับการศึกษา .....
5. อาชีพ  
 ข้าราชการ  พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย  พนักงานบริษัท / รับจ้าง  
 นักเรียน / นักศึกษา  อื่นๆ โปรดระบุ.....
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... บาท

**ส่วนที่ 2** พฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

1. ระยะเวลาที่ท่านใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (TMB Direct) เป็นเวลานานเท่าใด  
 ไม่เกิน 6 เดือน  มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี  
 มากกว่า 1 ปี ขึ้นไป
2. ท่านรู้จักบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (TMB Direct) จากแหล่งข้อมูลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 พนักงานธนาคารแนะนำ  เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ  
 แผ่นพับ/โปสเตอร์  โฆษณาผ่านทางคู่มือที่เอ็ม  
 โฆษณาทางวิทยุ  โฆษณาทางโทรทัศน์  
 โฆษณาหนังสือพิมพ์  เว็บไซต์ของธนาคารทหารไทย  
 เว็บไซต์อื่นๆ  อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. เหตุผลที่ท่านใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (TMB Direct) ของธนาคารทหารไทย คือข้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) สะดวกในการใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต้องคำนึงถึงเวลาเปิด-ปิดทำการ
  - ( ) ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร
  - ( ) อัตราค่าธรรมเนียมถูกกว่า ใช้บริการที่เคาน์เตอร์ธนาคาร
  - ( ) ทำให้การวางแผนทางการเงินทำได้ง่ายขึ้น
  - ( ) มีความเชื่อถือในระบบความปลอดภัยของธนาคาร
  - ( ) ขั้นตอนในการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตไม่ยุ่งยากซับซ้อน
  - ( ) สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกประเภทเหมือนที่ธนาคาร
  - ( ) ธนาคารมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตให้ทราบอย่างสม่ำเสมอ
  - ( ) มีพนักงานธนาคาร / พนักงาน Call Center สามารถให้คำแนะนำปรึกษาและแก้ไขปัญหาได้ดี
  - ( ) มีรายการส่งเสริมการขายที่ดี เช่น ยกเว้นค่าธรรมเนียม กรณีทำตามเงื่อนไข
  - ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. ท่านเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (TMB Direct) ด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) สอบถามยอดคงเหลือในบัญชี (Bank Inquiry)
  - ( ) สอบถามรายการเคลื่อนไหว (Statement Inquiry) เรียกดู Statement ย้อนหลัง
  - ( ) บริการโอนเงิน (Funds Transfer) ระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น
  - ( ) บริการชำระค่าสินค้า/บริการ (Bill Payment) เช่น ค่าสาธารณูปโภค, ค่าลงทะเบียน เป็นต้น
  - ( ) บริการชำระบัตรเครดิต (Repay Credit Card)
  - ( ) บริการชำระวงเงินสินเชื่อ (Repay Loan)
  - ( ) บริการสอบถามสถานะเช็ค (Cheque Status Inquiry)
  - ( ) บริการอายัดเช็ค (Stopped Cheque Inquiry)
  - ( ) เติมเงินมือถือ (Top Up)
  - ( ) การตั้งค่าส่วนตัว (Personalization) กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี
  - ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. โดยปกติท่านใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตจากสถานที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ( ) ที่บ้าน
  - ( ) ที่ทำงาน
  - ( ) สถานศึกษา
  - ( ) ร้านอินเทอร์เน็ต
  - ( ) ร้านอาหาร / ร้านกาแฟ
  - ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. ท่านทำรายการผ่านบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (TMB Direct)
- โดยเฉลี่ยเดือนละ \_\_\_\_\_ ครั้ง/เดือน
7. ในการทำรายการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางอินเทอร์เน็ตแต่ละครั้งท่านใช้บริการ
- โดยเฉลี่ยเป็นจำนวนเงิน \_\_\_\_\_ บาท
8. ท่านเสียค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตแต่ละครั้ง
- โดยเฉลี่ยเป็นจำนวนเงิน \_\_\_\_\_ บาท

9. ในอนาคตท่านคิดว่าจะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (TMB Direct) ในปริมาณเท่าใด

( ) ใช้มากขึ้น

( ) ใช้เท่าเดิม

( ) ใช้ลดลง

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ**

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับอิทธิพล			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สำคัญ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>				
1. มีรูปแบบการให้บริการของธุรกรรมการเงินที่หลากหลาย				
2. รูปแบบการให้บริการที่ใช้งานได้ง่าย / ไม่ซับซ้อน / เข้าใจง่าย				
3. เว็บไซต์มีความทันสมัย / สวยงาม / น่าสนใจ				
4. มีความปลอดภัยในการใช้บริการ				
5. มีคำแนะนำในการใช้บริการที่หน้าเว็บไซต์ ให้ท่านเข้าใจอย่างชัดเจน ขณะทำรายการ				
<b>ด้านราคา (Price)</b>				
1. ไม่มีค่าธรรมเนียมการสมัครใช้บริการแรกเข้า				
2. ไม่มีค่าธรรมเนียมการให้บริการรายปี				
3. ไม่มีค่าธรรมเนียมการเรียกดูข้อมูลรายการเดินบัญชีย้อนหลัง (Statement)				
4. อัตราค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมทางการเงินมีความเหมาะสม ถูกกว่าใช้บริการที่เคาเตอร์ธนาคาร				
5. ไม่มีค่าธรรมเนียมในการยกเลิกรายการ กรณีทำรายการผิดพลาด				
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>				
1. มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ และสามารถสมัครใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง				
2. ขั้นตอนในการสมัครไม่ยุ่งยาก / มีความปลอดภัย / รวดเร็ว				
3. สามารถสมัครใช้บริการที่สาขาของธนาคารได้ทั่วประเทศ				
4. สามารถสมัครใช้บริการที่ตู้ ATM ของธนาคารได้ทั่วประเทศ				
5. สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ตลอด 24 ชั่วโมง				

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับอิทธิพล			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สำคัญ
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>				
1. การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า และค่าธรรมเนียมรายปี				
2. มีรายการส่งเสริมการใช้บริการสม่ำเสมอ เช่น แจกของที่ระลึกแก่ลูกค้าที่สมัครใช้บริการใหม่ เป็นต้น				
3. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น				
4. มีการประชาสัมพันธ์โดยการแจกแผ่นพับ / ใบปลิว หรือ มีป้ายโฆษณาติดประกาศ				
5. มีการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมทางการเงิน หากทำตามเงื่อนไขที่กำหนด เช่น เงินฝากคงค้าง 20,000บ./เดือน ทำรายการธุรกรรมทางการเงินฟรี 20 รายการ / เดือน				
<b>ด้านบุคลากร (People)</b>				
1. พนักงานธนาคาร / พนักงาน Call Center มีความรู้เข้าใจในผลิตภัณฑ์บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตอย่างดี และสามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตรงตามที่ถูกคำต้องการ				
2. พนักงานธนาคาร / พนักงาน Call Center ให้บริการด้วยความรวดเร็ว / ถูกต้องแม่นยำ				
3. พนักงานธนาคาร / พนักงาน Call Center มีความรับผิดชอบดูแลลูกค้าตั้งแต่เริ่มติดต่อจนเสร็จสิ้นกระบวนการ				
4. พนักงานธนาคาร / พนักงาน Call Center มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สุภาพ และมีความเต็มใจในการตอบคำถาม				
5. พนักงานที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอกับความต้องการ				
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)</b>				
1. ขั้นตอนในการเข้าใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสะดวก รวดเร็ว / ใช้งานง่าย / ไม่ซับซ้อน				
2. สามารถทำรายการธุรกรรมการเงินได้ถูกต้องแม่นยำ และรวดเร็ว				
3. มีความเชื่อมั่นในระบบการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล เช่น เทคโนโลยีการเข้ารหัสที่ป้องกันการโจก โกง เป็นต้น				
4. มีระเบียบและขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก				
5. การดาวน์โหลดข้อมูลผ่านระบบ ทำให้รวดเร็วและถูกต้อง				

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ระดับอิทธิพล			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่สำคัญ
<b>ด้านกายภาพ (Physical Evidence Presentation)</b>				
1. ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคาร มีความน่าเชื่อถือ				
2. การออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกที่ใช้ มีความน่าสนใจ สามารถดึงดูดผู้ใช้บริการได้				
3. เครื่องมือ และอุปกรณ์ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย และสามารถได้รับบริการที่รวดเร็ว				
4. สามารถเชื่อมต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ได้จากหน้าแรกของเว็บไซต์ธนาคารทันที				
5. ธนาคารมีนโยบายชัดเจนในการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต				

**ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)**

**\*\*\*\* ในแต่ละปัจจัยนั้น ให้ท่านเรียงลำดับความพึงพอใจจาก มากไปหาน้อย 3 ลำดับ ที่ตรงกับความรู้สึกของท่าน (1 คือ มาก , 2 คือ ปานกลาง , 3 คือ น้อย) \*\*\*\***

**1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)**

- ( ) มีรูปแบบการให้บริการของธุรกรรมการเงินที่หลากหลาย
- ( ) รูปแบบการให้บริการที่ใช้งานได้ง่าย / ไม่ซับซ้อน / เข้าใจง่าย
- ( ) เว็บไซต์มีความทันสมัย / สวยงาม / น่าสนใจ
- ( ) มีความปลอดภัยในการใช้บริการ
- ( ) มีคำแนะนำในการใช้บริการที่หน้าเว็บไซต์ ให้ท่านเข้าใจอย่างชัดเจน ขณะทำรายการ

**2. ด้านราคา (Price)**

- ( ) ไม่มีค่าธรรมเนียมการสมัครใช้บริการแรกเข้า
- ( ) ไม่มีค่าธรรมเนียมการให้บริการรายปี
- ( ) ไม่มีค่าธรรมเนียมการเรียกดูข้อมูลรายการเดินบัญชีย้อนหลัง (Statement)
- ( ) อัตราค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมทางการเงินมีความเหมาะสม ถูกกว่าใช้บริการที่เคาน์เตอร์ธนาคาร
- ( ) ไม่มีค่าธรรมเนียมในการยกเลิกรายการ กรณีทำรายการผิดพลาด



### 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

- ( ) มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการและสามารถสมัครใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชม.
- ( ) ขั้นตอนในการสมัครไม่ยุ่งยาก / มีความปลอดภัย / รวดเร็ว
- ( ) สามารถสมัครใช้บริการที่สาขาของธนาคารได้ทั่วประเทศ
- ( ) สามารถสมัครใช้บริการที่ตู้ ATM ของธนาคารได้ทั่วประเทศ
- ( ) สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ตลอด 24 ชั่วโมง

### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- ( ) การยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า และค่าธรรมเนียมรายปี
- ( ) มีรายการส่งเสริมการใช้บริการสม่ำเสมอ เช่น แจกของที่ระลึกแก่ลูกค้าที่สมัครใช้บริการใหม่, โปรโมชันแจกของสมนาคุณแก่ลูกค้าที่ใช้บริการปัจจุบัน เป็นต้น
- ( ) มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น
- ( ) มีการประชาสัมพันธ์โดยการแจกแผ่นพับ / โบปลิวหรือมีป้ายโฆษณาติดประกาศ
- ( ) ยกเว้นค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมทางการเงิน หากทำตามเงื่อนไขที่กำหนด เช่น เงินฝากคงค้าง 20,000บ./เดือน ทำรายการธุรกรรมทางการเงินฟรี 20 รายการ/เดือน

### 5. ด้านบุคลากร (People)

- ( ) พนักงานธนาคาร / พนักงาน Call Center มีความรู้เข้าใจในผลิตภัณฑ์บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตอย่างดี เมื่อเกิดปัญหา สามารถแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตรงตามที่ถูกคำต้องการ
- ( ) พนักงานธนาคาร / พนักงาน Call Center ให้บริการด้วยความรวดเร็ว / ถูกต้องแม่นยำ
- ( ) พนักงานธนาคาร / พนักงาน Call Center มีความรับผิดชอบดูแลลูกค้าตั้งแต่เริ่มติดต่อจนเสร็จสิ้นกระบวนการ
- ( ) พนักงานที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอกับความต้องการ
- ( ) พนักงานธนาคาร / พนักงาน Call Center มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สุภาพ และมีความเต็มใจในการตอบคำถาม

### 6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

- ( ) ขั้นตอนในการเข้าใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสะดวกรวดเร็ว / ใช้งานง่าย / ไม่ซับซ้อน
- ( ) สามารถทำรายการธุรกรรมทางการเงินได้ถูกต้องแม่นยำ และรวดเร็ว
- ( ) มีความเชื่อมั่นในระบบการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล เช่น เทคโนโลยีการเข้ารหัสที่ป้องกันการถือโกงโดยบุคคล หรือความผิดพลาดทางเทคนิค เป็นต้น
- ( ) มีระเบียบและขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก
- ( ) การดาวน์โหลดข้อมูลผ่านระบบ ทำได้รวดเร็วและถูกต้อง

### 7. ด้านกายภาพ (Physical Evidence Presentation)

- ( ) ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคาร มีความน่าเชื่อถือ
- ( ) การออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิคที่ใช้ มีความน่าสนใจสามารถดึงดูดผู้ใช้บริการได้
- ( ) เครื่องมือ และอุปกรณ์ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัย และสามารถให้บริการที่รวดเร็ว
- ( ) สามารถเชื่อมต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตได้จากหน้าแรกของเว็บไซต์ธนาคารทันที
- ( ) ธนาคารมีนโยบายชัดเจนในการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต



ส่วนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

ปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการ	ระดับปัญหา	
	มี	ไม่มี
1. รูปแบบ/ประเภทของการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารยังไม่หลากหลาย / ไม่ตรงกับความต้องการ		
2. รูปแบบการใช้งานไม่สะดวก ลำบากในการเข้าถึงข้อมูล		
3. รูปแบบการให้บริการซับซ้อน / เข้าไปใช้งานได้ยาก		
4. การเข้า Web Site / ระบบการให้บริการของธนาคารมีปัญหาบ่อยครั้ง		
5. เว็บไซต์ล้าสมัย / ไม่สวยงาม / ไม่น่าสนใจ		
6. ไม่มั่นใจในระบบการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งอาจเกิดการฉ้อโกงโดยบุคคล หรือเกิดความผิดพลาดทางเทคนิค		
7. ไม่ได้รับความสะดวกในการสมัครใช้บริการ / ขั้นตอนการสมัครใช้บริการที่สาขาธนาคาร มีความยุ่งยาก และอนุมัติการสมัครใช้บริการล่าช้า		
8. อัตราค่าธรรมเนียมการทำรายการโอนเงินระหว่างบัญชี/ ชำระค่าสินค้าและบริการ / บัตร เครดิต (Bill Payment) สูงกว่าของธนาคารอื่น		
9. ไม่มั่นใจหากเกิดข้อผิดพลาดจากระบบคอมพิวเตอร์ จนทำให้เกิดความเสียหายและ ธนาคารไม่รับผิดชอบ		
10. ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของธนาคาร มีความน่าเชื่อถือลดลง		
11. ขาดการโฆษณา / ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เกี่ยวกับการให้บริการธนาคารทาง อินเทอร์เน็ตของธนาคาร		
12. ไม่มีการแจกของรางวัล / ของสมนาคุณ แก่ลูกค้าที่ใช้บริการ		
13. พนักงานธนาคาร / พนักงาน Call Center ขาดความรู้ในบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ไม่ สามารถตอบคำถาม และแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตรงตามที่ถูกคำต้องการ		
14. พนักงานธนาคาร / พนักงาน Call Center ไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ไม่มี ความเต็มใจในการช่วยเหลือ หรือไม่มีความพร้อมในการให้บริการ		
15. ได้รับรหัสความปลอดภัย(OTP) สำหรับการทำธุรกรรมแต่ละครั้งล่าช้า		

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (TMBDIRECT)

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณสำหรับความร่วมมือครับ

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นายปฏิภาณ สว่างเมฆ
วัน เดือน ปี เกิด	19 กรกฎาคม 2524
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัย ปีการศึกษา 2542 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2546
ประวัติการทำงาน	ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ปี 2546 - ปัจจุบัน ตำแหน่งปัจจุบัน เจ้าหน้าที่อาวุโส ฝ่าย Cash Management สำนักงานเชียงใหม่ 2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved