



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**แบบสอบถามพฤติกรรมการออมลูกค้ายใหญ่
ของธนาคารพาณิชย์ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งเพื่อประกอบการวิจัยระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิฑูรย์ สำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมลูกค้ายใหญ่ ของธนาคารพาณิชย์ โดยคำตอบที่ได้จะใช้เป็นส่วนในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่านที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้

แบบสอบถามชุดนี้ใช้สอบถาม กลุ่มเป้าหมาย คือ บุคคลที่มีเงินออมรวมทุกประเภทตั้งแต่ 500,000 บาทขึ้นไป โดยแบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อกรออมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ

โปรดใส่เครื่องหมาย (/) หรือเติมข้อความที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() น้อยกว่า 26 ปี () อายุ 26 – 35 ปี () อายุ 36 – 45 ปี
() อายุ 46 – 55 ปี () อายุ 56 – 65 ปี () มากกว่า 65 ปี

3. สถานภาพ

() โสด () สมรส () หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่

4. การศึกษา

() ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

() รับราชการ () รัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน
() เจ้าของกิจการ () อาชีพอิสระ () อื่น ๆ ระบุ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

() น้อยกว่า 15,000 บาท () 15,000 – 30,000 บาท
() 30,001 – 50,000 บาท () 50,001 – 75,000 บาท
() 75,001 – 100,000 บาท () มากกว่า 100,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการออม

7. โดยเฉลี่ยท่านออมเงินในสัดส่วนใด

- () ออมน้อยกว่า ร้อยละ 10 ของรายได้ () ออมน้อยละ 10 – 20 ของรายได้
 () ออมน้อยละ 21 – 40 ของรายได้ () ออมมากกว่า ร้อยละ 40 ของรายได้
 () ไม่มีกำหนดที่แน่นอน

8. ท่านมีวัตถุประสงค์ในการออมเงินเพื่ออะไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () เพื่อดอกเบี้ยและเงินปันผล () เพื่อการศึกษาของตนเอง / บุตร หลาน
 () เพื่อซื้อทรัพย์สิน () เพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วย/ยามชรา/ยามฉุกเฉิน
 () เพื่อเป็นทุนประกอบอาชีพ () เพื่อเป็นหลักประกันในอนาคตให้กับครอบครัว
 () เพื่อเป็นทุนให้กับบุตร หลานในอนาคต () เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง

9. ในการออมเงินส่วนมากท่านใช้วิธีใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ฝากเงินกับสถาบันการเงิน () ฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์
 () ซื้อกองทุนรวม (ตราสารหนี้) ต่าง ๆ () ซื้อสลากออมสิน / ธกส.
 () ซื้อพันธบัตรรัฐบาล / ตัวเงินค้ำ / ตัวสัญญาใช้เงิน / หุ้นกู้เอกชน
 () ซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ หรือ กองทุนรวม (ตราสารทุน / ซื้อหุ้นสามัญ) ต่าง ๆ
 () ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต

10. ในการฝากเงินกับสถาบันการเงินส่วนมาก ท่านเลือกฝากประเภทใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () เงินฝากออมทรัพย์ () เงินฝากประจำ 3 เดือน
 () เงินฝากประจำ 6 เดือน () เงินฝากประจำ 12 เดือน
 () เงินฝากประจำมากกว่า 12 เดือน

11. ท่านได้รับทราบข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่าง ๆ จากสื่อประเภทใดมากที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- () วิทยุ / โทรทัศน์ () นิตยสาร / วารสาร () แผ่นปลิว / แผ่นพับ
 () ป้ายโฆษณา / คัทเอ้าท์ () พนักงานธนาคาร () เพื่อนแนะนำ
 () จากการขายตรงทางจดหมาย () อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ () งานนิทรรศการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ที่มีผลกระทบต่ออารมณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย (/) ในช่องที่เป็นคำตอบของท่าน โดยแทนระดับความสำคัญที่มีผลกระทบต่ออารมณ์

5 มีความสำคัญมากที่สุด 4 มีความสำคัญมาก 3 มีความสำคัญปานกลาง
2 มีความสำคัญน้อย 1 มีความสำคัญน้อยที่สุด

สิ่งกระตุ้นที่มีผลกระทบต่ออารมณ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่ออารมณ์				
	5	4	3	2	1
สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus)					
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.1 มีรูปแบบการฝากให้เลือกหลากหลาย					
1.2 มีผลิตภัณฑ์ ครบวงจร					
1.3 ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน					
2. ด้านราคา (Price)					
2.1 อัตราดอกเบี้ยพิเศษ					
2.2 ค่าธรรมเนียมบริการต่าง ๆ ต่ำ หรือ ได้ยกเว้น					
3. ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place)					
3.1 ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่บ้าน / ที่ทำงานมีความสะดวก					
3.2 มีสถานที่จอดรถอย่างเพียงพอ					
3.3 มีเครือข่ายสาขาในห้างสรรพสินค้า					
4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
4.1 มีของขวัญ ของชำร่วย แจกในโอกาสพิเศษ					
4.2 มีการณรงค์และมีของที่ระลึกแจก					
4.3 พนักงานมีความรู้ มีความสามารถ ให้ข้อมูลได้ชัดเจน					
4.4 พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว และถูกต้อง					
4.5 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์, มารยาท และให้บริการที่ดี					
4.6 พนักงานให้บริการถูกต้อง รวดเร็ว					
4.7 มีพนักงานแนะนำบริการต่าง ๆ					
5. ด้านอื่น ๆ (Others)					
5.1 ความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ					
5.2 อัตราเงินเฟ้อ					

สิ่งกระตุ้นที่มีผลกระทบต่อการออม	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการออม				
	5	4	3	2	1
5.3 ไม่เสียภาษีดอกเบี้ยเงินฝาก					
5.4 สามารถลดหย่อนภาษีเงินได้					
5.5 การส่งเสริมให้รู้จักเก็บออม					
5.6 อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ สูงกว่าการฝากออมทรัพย์					
5.7 อัตราผลตอบแทนพันธบัตรรัฐบาล สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก					
5.8 ความมั่นคงของเงินออม					
5.9 การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย					
5.10 ความสะดวกในการเบิกถอนเงิน					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะที่ท่านประสบในการออม

ปัญหาที่มีผลกระทบต่อการออม	ระดับความสำคัญของปัญหาที่มีผลต่อการออม				
	5	4	3	2	1
1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.1 สมุดคู่ฝากไม่สวยงาม					
1.2 รายการฝาก-ถอนในสมุดคู่ฝาก เข้าใจยาก					
2. ปัญหาด้านราคา (Price)					
2.1 ไม่มีอัตราดอกเบี้ยพิเศษ					
2.2 ค่าธรรมเนียมบริการต่าง ๆ สูง					
3. ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
3.1 ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกในการเดินทาง					
3.2 มีสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ					
3.3 มีจำนวนเครือข่ายสาขาน้อย					
4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
4.1 ไม่มีของขวัญ ของชำร่วย แจกในโอกาสพิเศษ					
4.2 ขาดความรู้ ความสามารถ ในการแก้ไขปัญหา และให้ข้อมูลไม่ถูกต้อง					
4.3 ไม่มีมารยาท และ ให้บริการที่ไม่ดี					
4.4 บริการล่าช้า หรือ มีความผิดพลาด					
4.5 ไม่มีพนักงานแนะนำบริการต่าง ๆ					

ข้อเสนอแนะ

.....

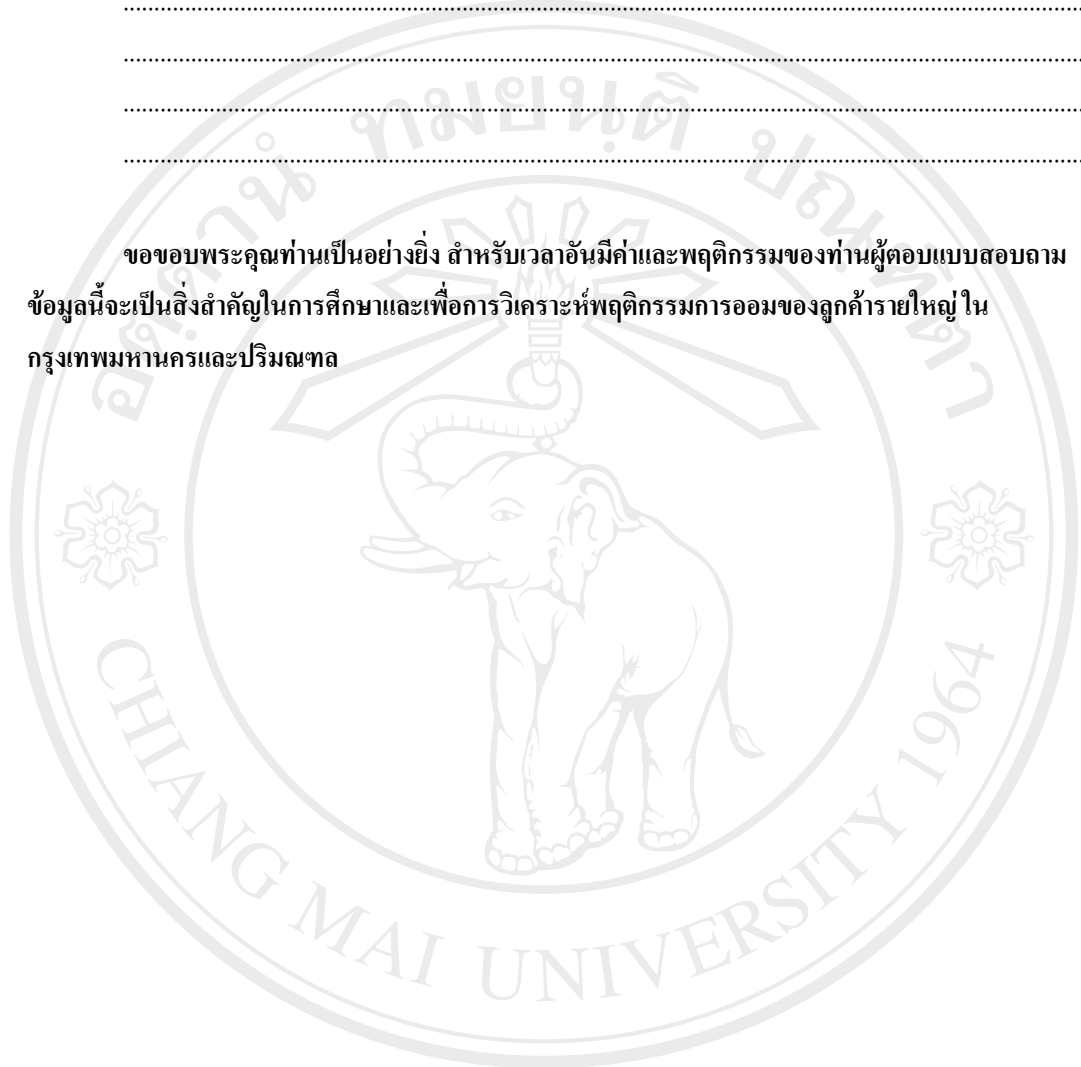
.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างยิ่ง สำหรับเวลาอันมีค่าและพฤติกรรมของท่านผู้ตอบแบบสอบถาม
ข้อมูลนี้จะเป็นสิ่งสำคัญในการศึกษาและเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมการออมของลูกค้ายักษ์ใหญ่ใน
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายสัมฤทธิ์ อัมพรทิวาทิพย์
วัน เดือน ปี เกิด	19 มิถุนายน 2505
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ประวัติการทำงาน	ปี 2523 - ปัจจุบัน ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขารามาริบดี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved