

# BẢNG CÂU HỎI KHẢO SÁT Ý KIẾN KHÁCH HÀNG VỀ SỰ TÁC ĐỘNG CỦA CÁC YẾU TỐ MARKETING MIX LÊN HÀNH VI TRUYỀN MIỆNG

## PHẦN 1: GIỚI THIỆU

Kính chào Anh/chị!

Hiện nay tôi đang thực hiện một dự án nghiên cứu về Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam mà anh/chị đang giao dịch. Tôi rất mong anh/chị dành chút thời gian để cùng tôi thảo luận, trao đổi quan điểm xoay quanh dự án nghiên cứu này. Ở đây không có quan điểm hay nhận xét nào là đúng hay sai, tất cả các ý kiến của anh/chị đều có giá trị cho nghiên cứu này.

## PHẦN 2: SÀNG LỌC

Vui lòng cho biết anh/chị có sử dụng sản phẩm dịch vụ của Ngân hàng TMCP Đầu Tư và Phát Triển Việt Nam (BIDV) không?

1. Có (tiếp tục)
2. Không. Xin dừng khảo sát- Chân thành cảm ơn anh/chị đã tham gia

Anh/chị đã giao dịch với Ngân hàng BIDV được bao lâu:

1. Dưới 1 năm
2. Từ 1 đến 3 năm
3. Từ 3 đến 5 năm
4. Trên 5 năm

Về thông tin cá nhân anh/chị:

1. Giới tính của Anh/chị:

1. Nam  2. Nữ

2. Độ tuổi của anh/chị:

- Dưới 20 tuổi  Từ 21 đến 40
- Từ 41 đến 60  Trên 60

3. Trình độ học vấn của anh/chị

1. Tốt nghiệp PTTH hoặc Trung cấp nghề  2. Cao đẳng
3. Đại học  4. Sau đại học
5. Khác

## PHẦN 3: NỘI DUNG CHÍNH

Bây giờ tôi sẽ đọc một số nhận định, ứng với mỗi nhận định, anh/chị cho biết mức độ đồng ý của mình bằng cách cho điểm từ 1 đến 5

1. Hoàn toàn không đồng ý
2. Không đồng ý
3. Bình thường
4. Đồng ý
5. Hoàn toàn đồng ý

**Liên hệ Nhóm MBA ĐH Bách Khoa HCM :** Viber/zalo **0903 39 66 88** Chat <http://facebook.com/hoidapSPSS/>. Email: [hotrospss@gmail.com](mailto:hotrospss@gmail.com) . Website: <http://phantichspss.com/lien-he-gioi-thieu> **ĐỂ ĐƯỢC:**

1. Tư vấn mô hình nghiên cứu/bảng câu hỏi/ training trực tiếp về các bước làm luận văn như là: phân tích hồi quy, phân tích nhân tố, Cronbach's Alpha... trong SPSS, và mô hình SEM, CFA, AMOS.
2. Cung cấp/chỉnh sửa số liệu khảo sát phù hợp với bảng câu hỏi của bạn để chạy ra kết quả có ý nghĩa thống kê.

Ký hiệu	Các nhận định	1- Hoàn toàn không đồng ý	2- Không đồng ý	3- Bình Thường	4- Đồng ý	5- Hoàn toàn đồng ý
	<b>Yếu tố sản phẩm (P1)</b>					
P1-1	Sản phẩm dịch vụ BIDV có chất lượng tốt					
P1-2	Sản phẩm dịch vụ BIDV có chất lượng ổn định					
P1-3	Sản phẩm dịch vụ BIDV đa dạng					
P1-4	Sản phẩm dịch vụ BIDV đáp ứng các nhu cầu của khách hàng					
	<b>Yếu tố Giá (P2)</b>	1- Hoàn toàn không đồng ý	2- Không đồng ý	3- Bình Thường	4- Đồng ý	5- Hoàn toàn đồng ý
P2-1	Sản phẩm dịch vụ BIDV xứng đáng với số tiền tôi bỏ ra					
P2-2	Lãi suất BIDV cạnh tranh với các Ngân hàng khác					

P2-3	Mức phí BIDV rẻ hơn các Ngân hàng khác					
P2-4	BIDV có mức phí dành riêng cho các khách hàng quan trọng					
<b>Yếu tố phân phối (P3)</b>		<b>1- Hoàn toàn không đồng ý</b>	<b>2- Không đồng ý</b>	<b>3- Bình Thường</b>	<b>4- Đồng ý</b>	<b>5- Hoàn toàn đồng ý</b>
P3-1	Dễ dàng tiếp cận với các phòng giao dịch của BIDV					
P3-2	Số lượng các phòng giao dịch của BIDV nhiều hơn các ngân hàng khác					
P3-3	Sản phẩm dịch vụ BIDV được phân phối thông qua các phòng giao dịch nhiều nhất có thể					
<b>Yếu tố chiêu thị (P4)</b>		<b>1- Hoàn toàn không đồng ý</b>	<b>2- Không đồng ý</b>	<b>3- Bình Thường</b>	<b>4- Đồng ý</b>	<b>5- Hoàn toàn đồng ý</b>
P4-1	BIDV truyền thông nhanh chóng về các thông tin mới của sản phẩm					
P4-2	BIDV truyền thông trung thực					
P4-3	Thông điệp truyền thông của BIDV sáng tạo					
P4-4	BIDV sử dụng giải thưởng để khuyến khích các khách hàng					
<b>Yếu tố con người (P5)</b>		<b>1- Hoàn toàn không đồng ý</b>	<b>2- Không đồng ý</b>	<b>3- Bình Thường</b>	<b>4- Đồng ý</b>	<b>5- Hoàn toàn đồng ý</b>
P5-1	Nhân viên BIDV luôn tư vấn trực tiếp đến khách hàng					
P5-2	Nhân viên BIDV rất lịch sự với khách hàng					
P5-3	Nhân viên BIDV rất am hiểu về sản phẩm					

P5-4	Nhân viên BIDV rất chuyên nghiệp					
<b>Yếu tố cơ sở vật chất (P6)</b>		<b>1- Hoàn toàn không đồng ý</b>	<b>2- Không đồng ý</b>	<b>3- Bình Thường</b>	<b>4- Đồng ý</b>	<b>5- Hoàn toàn đồng ý</b>
P6-1	Ngân hàng BIDV trang trí trông rất cao cấp					
P6-2	Ngân hàng BIDV rất tiện nghi (cửa kính, máy lạnh)					
P6-3	Ngân hàng BIDV trông rất chuyên nghiệp					
<b>Yếu tố quy trình (P7)</b>		<b>1- Hoàn toàn không đồng ý</b>	<b>2- Không đồng ý</b>	<b>3- Bình Thường</b>	<b>4- Đồng ý</b>	<b>5- Hoàn toàn đồng ý</b>
P7-1	BIDV luôn tìm hiểu và giải quyết các vấn đề của khách hàng trong quá trình giao dịch					
P7-2	BIDV luôn quan tâm đến tầm quan trọng đến thời gian giao dịch của khách hàng					
P7-3	BIDV phân loại sản phẩm dịch vụ theo từng nhóm khách hàng					
<b>Yếu tố hành vi truyền miệng (WOM)</b>		<b>1- Hoàn toàn không đồng ý</b>	<b>2- Không đồng ý</b>	<b>3- Bình Thường</b>	<b>4- Đồng ý</b>	<b>5- Hoàn toàn đồng ý</b>
WOM-1	Tôi có ý định giới thiệu BIDV cho người khác					
WOM-2	Tôi thường nói tốt về sản phẩm và thương hiệu BIDV					
WOM-3	Tôi khuyến khích bạn bè và người thân sử dụng dịch vụ, sản phẩm của BIDV					
WOM-4	Tôi khuyên sử dụng sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng này bất cứ ai tìm kiếm lời khuyên của tôi					

WOM-5	Khi có chủ đề về ngân hàng trong cuộc trò chuyện, tôi đưa ra đề nghị về ngân hàng BIDV					
WOM-6	Tôi đã thực sự đề nghị ngân hàng BIDV cho bạn bè tôi					

**Chân thành cảm ơn sự hợp tác của anh/chị!**