



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาควิชาการศึกษาศาสตร์

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

การศึกษาค้นคว้าอิสระ

เรื่อง

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
สาขามลลไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามลลไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อประกอบการศึกษาระดับปริญญาโทของผู้ศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งแบบสอบถามนี้ ไม่มีคำตอบที่ถูกต้องหรือผิดแต่อย่างใด ผู้ศึกษาใคร่ขอความอนุเคราะห์ และขอความร่วมมือจากท่าน ตอบแบบสอบถามให้ตรงกับความรู้สึกความคิดเห็น และความจริงมากที่สุด โปรดให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนทุกคำถาม ผู้ศึกษาขอรับรองว่าความคิดเห็นของท่านถือเป็นความลับ ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้เพื่อการศึกษา และผลที่ได้จากการศึกษา จะใช้เพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการเท่านั้น

แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการและการรับรู้ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามลลไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ของลูกค้าธนาคาร

เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามลลไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ผู้ศึกษาขอขอบคุณที่ท่านกรุณา เสียสละเวลา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

นายวรรณชัย อิจูรัตน์

นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

แบบสอบถาม

เรื่อง การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตร สาขากรมลาไฮย จังหวัดกาฬสินธุ์

คำชี้แจง โปรดกรอกข้อความหรือเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าคำถามหรือเติมข้อความลงใน
ช่องว่างที่เว้นไว้ตามสภาพที่เป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- () ชาย
() หญิง

2. อายุ

- () ต่ำกว่า 16 ปี
() 16-25 ปี
() 26-35 ปี
() 36-45 ปี
() 46-55 ปี

() สูงกว่า 55 ปี

3. สถานภาพทางครอบครัว

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

4. ประกอบอาชีพ

- () เกษตรกร
() ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
() รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
() นักเรียน / นักศึกษา
() รับจ้าง พนักงานบริษัท / ห้างร้าน
() อื่น ๆ ระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 10,000 – 20,000 บาท
- 20,001 – 30000 บาท
- สูงกว่า 30,000 บาท

6. ระดับการศึกษา

- ประถมศึกษา
- มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา
- อนุปริญญา/เทียบเท่า
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี
- อื่น ๆ ระบุ.....



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

4. ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

- () ไม่ได้ใช้บริการเลยภายใน 1 เดือน
- () 1 ครั้งต่อเดือน
- () 2-3 ครั้งต่อเดือน
- () เกินกว่า 3 ครั้งต่อเดือน

5. ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคาร

- () ต่ำกว่า 1 ปี
- () เกินกว่า 1 ปีแต่ไม่เกิน 5 ปี
- () เกินกว่า 5 ปีแต่ไม่ถึง 10 ปี
- () สูงกว่า 10 ปี

6. ใช้เวลาในการใช้บริการแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยนานเท่าใด

- () น้อยกว่า 30 นาที
- () 30 นาที
- () 1 ชั่วโมง
- () มากกว่า 1 ชั่วโมง
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. ใช้บริการของธนาคารในช่วงวันใดบ่อยที่สุด

- () วันจันทร์
- () วันอังคาร
- () วันพุธ
- () วันพฤหัสบดี
- () วันศุกร์

8. ใช้บริการของธนาคารในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- () 08.00-12.00 น.
- () 13.01-16.00 น.
- () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. คิดว่า ธ.ก.ส.มีบริการสำหรับใคร

- () เกษตรกรเท่านั้น
- () ประชาชนทั่วไป

10. ใช้บริการประเภทไหนของธนาคาร

- () เงินกู้
- () เงินฝาก
- () ใช้บริการทุกอย่าง
- () บริการทวิมิตร เช่น ทำประกันอุบัติเหตุ หรือทำ พรบ. รถชำระค่าวงวดรถของบริษัทในเครือธนาคาร จำกัด ซื้บัตรเติมเงิน และอื่น ๆ

11. มูลเหตุจูงใจใดที่ทำให้มาใช้บริการของ ธ.ก.ส. มากที่สุด

- () มีบริการตรงกับความต้องการ
- () ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน
- () ทราบข้อมูลจากการ โฆษณา
- () บริการดี ถูกต้องและรวดเร็ว
- () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

12. มาใช้บริการกับ ธ.ก.ส. ทราบข้อมูล ธ.ก.ส.จากไหน

- () เพื่อนแนะนำ
- () พนักงาน ธ.ก.ส. แนะนำ
- () การโฆษณาของธนาคาร
- () อื่นๆ โปรดระบุ.....

13. การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มีผลหรือไม่ต่อการที่ได้ตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคาร ธ.ก.ส.หรือไม่

- () มีผล
- () ไม่มีผล (ถึงแม้ไม่มีการ โฆษณาที่ใช้บริการอยู่แล้ว)

14. รู้ข้อมูลของธนาคารจากสื่อใดมากที่สุด (ให้เรียงลำดับโดยใส่ 1-8 จากรับรู้มากที่สุด)

- | | |
|--------------------------|---------------------------|
| () วิทยู | () โทรทัศน์ |
| () ป้ายโฆษณาทั่วไป | () ใบปลิว/แผ่นพับ |
| () หนังสือพิมพ์ | () เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ |
| () พนักงาน ธ.ก.ส. แนะนำ | () อื่น ๆ โปรดระบุ |

15. ต้องการทราบข้อมูลอะไรบ้างเกี่ยวกับบริการของ ช.ก.ส. มากที่สุด

- () ประเภทของการให้บริการต่าง ๆ
- () อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก
- () อัตราดอกเบี้ยเงินกู้
- () อัตราค่าบริการต่าง ๆ
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

16. คิดว่าการให้บริการของ ช.ก.ส. ควรปรับปรุงแก้ไขในสิ่งใดเป็นอันดับแรก

(ให้เรียงลำดับ)

- () พนักงาน
- () สถานที่
- () คุณภาพของการบริการ
- () ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย
- () ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย
- () อื่น ๆ โปรดระบุ

17. เคยเห็นโฆษณา โครงการครอบครัวไทยร่วมใจทำบุญซักรั้วเรือน (ชุดครอบครัวคุณทองก้อน) ทางโทรทัศน์ หรือไม่

- () เคยเห็น
- () ไม่เคยเห็น

18. เคยเห็นโฆษณาสลากออมทรัพย์ทวีสิน (ชุด 40 ปี ช.ก.ส.) ทางโทรทัศน์หรือไม่

- () เคยเห็น
- () ไม่เคยเห็น

19. เคยเห็นการป้ายโฆษณาโลโก้ ช.ก.ส. ซึ่งเป็นการเป็นผู้สนับสนุนรายการทางโทรทัศน์หรือไม่

- () เคยเห็น
- () ไม่เคยเห็น

20. เคยฟังรายการวิทยุท้องถิ่น FM (กาฬสินธุ์) รายการ ช.ก.ส. เพื่อประชาชนหรือไม่

- () เคยฟัง
- () ไม่เคยฟัง

21. เคยเห็น โฆษณา ผลิตภัณฑ์ของ ธ.ก.ส.ทางนิตยสารหรือไม่
 เคยเห็น
 ไม่เคยเห็น
22. เคยเห็น โฆษณาบริการหรือคอลัมภ์ของ ธ.ก.ส.ทางหนังสือพิมพ์หรือไม่
 เคยเห็น
 ไม่เคยเห็น
23. เคยเห็นแผ่นป้ายโปสเตอร์โฆษณาโครงการครอบครัวไทยร่วมใจทำบุญซี
 ครั้วเรือน หรือไม่
 เคยเห็น ไม่เคยเห็น
24. เคยเห็นแผ่นป้ายคำที่ติดหน้าสาขาเกี่ยวกับบริการทวิเมตรหรือไม่
 เคยเห็น ไม่เคยเห็น
25. เข้าใจหรือไม่ว่า บริการทวิเมตร คืออะไร
 เข้าใจ ไม่เข้าใจ
26. การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ของธ.ก.ส. ผ่านสื่อต่าง ๆ ทำให้มี
 ความคุ้นเคยกับธนาคาร จนทำให้เลือกใช้บริการของธนาคาร หรือไม่
 มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
 ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ
27. การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ของธ.ก.ส. ผ่านสื่อต่าง ๆ ทำให้มีความรู้ลึก
 ถึงความน่าเชื่อถือธนาคารหรือไม่
 มีผลต่อความน่าเชื่อถือ
 ไม่มีผลต่อความน่าเชื่อถือ
28. ต้องการใช้บริการของธนาคาร ทางอินเทอร์เน็ต (Internet) หรือไม่
 ต้องการมาก เพราะ.....
 ต้องการ เพราะ.....
 ไม่ต้องการ เพราะ.....

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของ ช.ก.ส. สาขา
กมลลาไสย

คำชี้แจง เห็นว่าการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของช.ก.ส. สาขา กมลลาไสย มีมากน้อย
เพียงใดโดยให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างด้านหลังแต่ละข้อเพียงช่องเดียวที่
ตรงตาม ความคิดเห็น

การสื่อสารทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การโฆษณา (Advertising)					
1. ช.ก.ส. สาขา กมลลาไสย จัดทำป้ายโฆษณาที่มีข้อความที่อ่านง่ายสามารถสื่อความหมาย และทำให้เข้าใจได้ง่าย					
2. การโฆษณาทางโทรทัศน์ของ ช.ก.ส. สามารถสร้างความสนใจให้ซื้อสินค้าจากช.ก.ส. สาขา กมลลาไสย ได้					
3. การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ ใบปลิว ทำให้รู้จักช.ก.ส. สาขา กมลลาไสย มากขึ้น					
4. การโฆษณาทางสื่อทางวิทยุ และโทรทัศน์ ทำให้รู้จัก ช.ก.ส. สาขา กมลลาไสย มากขึ้น					
5. การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ ใบปลิว ทำให้รับรู้ถึงประโยชน์และรายละเอียดของสินค้ามากขึ้น					
6. การโฆษณาทางสื่อทางวิทยุ และโทรทัศน์ ทำให้รับรู้ถึงประโยชน์และรายละเอียดของสินค้ามากขึ้น					
การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling)					
1. พนักงานขายของช.ก.ส. สาขา กมลลาไสย มีความรู้ความสามารถเพียงพอในการนำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับบริการต่างๆของธนาคารแก่ท่าน					
2. พนักงานขายของช.ก.ส. สาขา กมลลาไสย ให้การบริการที่รวดเร็วและมีความถูกต้อง					

การสื่อสารทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. พนักงานของธ.ก.ส. สาขากมลาไสย มีความสุภาพ พุดจาไพเราะ มีมารยาทที่ดี					
4. พนักงานขายของธ.ก.ส. สาขากมลาไสย สามารถทำให้ตัดสินใจใช้บริการของ ธ.ก.ส. ได้					
การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)					
1. ธ.ก.ส. สาขากมลาไสย มีการตั้งราคาค่าธรรมเนียม และค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของบริการ					
2. ธ.ก.ส. สาขากมลาไสย จัดทำโปรโมชั่นลดราคา ค่าบริการในบางฤดูกาลอย่างเหมาะสม					
3. ธ.ก.ส. สาขากมลาไสย จัดรายการชิงโชคของรางวัล สามารถกระตุ้นการใช้บริการจากท่านได้					
4. ธ.ก.ส. สาขากมลาไสย มีการให้ของรางวัลกับลูกค้าในโอกาสพิเศษต่างๆ					
การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)					
1. โฆษณาทางโทรทัศน์ของ ธ.ก.ส. มีข้อความที่สามารถอ่านง่ายสามารถและทำให้เข้าใจได้ง่าย					
2. สามารถรับรู้ถึงประโยชน์ รูปแบบการบริการของ ธ.ก.ส. ที่เหมาะสมสำหรับท่าน ได้จากข้อความในแผ่นพับ					
3. แผ่นพับ ของ ธ.ก.ส. มีข้อความที่สามารถอ่านง่ายสามารถและทำให้เข้าใจได้ง่าย					
4. รูปภาพในแผ่นพับ ของ ธ.ก.ส. มีสีสันที่สวยงาม สะดุดตา					
5. ป้ายโฆษณามีข้อความที่สามารถอ่านง่ายสามารถและทำให้เข้าใจได้ง่าย					
6. รูปภาพในป้ายโฆษณาสีสันที่สวยงาม สะดุดตา					

การสื่อสารทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด

การจัดแสดงสินค้า (Display)

1. ธ.ก.ส. สาขาอมลาลัย มีการจัดช่องการให้บริการแต่ละชนิด ที่สวยงาม และโดดเด่น ทำให้เกิดความประทับใจ					
2. ธ.ก.ส. สาขาอมลาลัย มีการจัดแบ่งการบริการแต่ละชนิดสะดวกต่อการใช้บริการ					
3. ธ.ก.ส. สาขาอมลาลัย จัดทำป้ายและแสดงตำแหน่งของการให้บริการและรายละเอียดขั้นตอนให้เกิดความสะดวกในการใช้บริการ					
4. ธ.ก.ส. สาขาอมลาลัย มีการจัดแสดงบูธโชว์สินค้าและบริการของธ.ก.ส. เช่น ฉลากแต่ละประเภท ได้อย่างชัดเจนและสวยงาม					

การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ (Merchandising)

1. การแจกกระปุกออมสินสีเขียวที่มีตราธนาคาร					
2. การแจก ปากกา กระเป๋่า ปฏิทิน ที่มีสีเขียวและชื่อของ ธ.ก.ส. บนผลิตภัณฑ์					
3. ความเหมาะสมของการใช้สีเขียวเป็นสีประจำของ ธ.ก.ส. และใช้ในการตกแต่งสาขาของธนาคาร					
4. มีความรู้สึที่ดีต่อตราสินค้า ธ.ก.ส. จากของขวัญหรือของที่ระลึกที่มีตราธนาคาร					
5. คิดว่าของขวัญหรือของที่ระลึกมีประโยชน์					

การให้ยานพาหนะของบริษัทเคลื่อนที่ (Transit)

1. สัญลักษณ์ ธ.ก.ส.บนรถของธนาคาร สามารถทำให้เกิดความคุ้นเคยจากการได้เห็นยานพาหนะที่มีตราสัญลักษณ์ของธ.ก.ส.เป็นประจำ					
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

การสื่อสารทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. สัญลักษณ์ ธ.ก.ส.บนรถของธนาคารสามารถทำให้เกิดแนวโน้มและความตั้งใจจะใช้บริการของธนาคาร					
3. สัญลักษณ์ ธ.ก.ส. บนยานพาหนะของบริษัท ทำให้ระลึกถึง สินค้าและบริการของธนาคาร					
การจัดสัมมนา (Seminar)					
1. ธ.ก.ส.จัดอบรมสัมมนาเกษตรกร เพื่อพัฒนาอาชีพ พัฒนาการประกอบอาชีพ เป็นประจำ					
2. ธ.ก.ส.จัดอบรมสัมมนาเกษตรกร เพื่อแนะนำสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ของธนาคาร เป็นประจำ					
สัญลักษณ์ต่าง ๆ (Signage)					
1. ประทับใจกับคำขวัญในป้ายโฆษณาของ ธ.ก.ส.					
2. เครื่องหมายการค้า “ธ.ก.ส.” เป็นรูปที่สามารถจดจำได้ง่าย					
3. ป้ายโฆษณามีข้อความที่สามารถอ่านง่ายสามารถและทำให้เข้าใจได้ง่ายป้ายโฆษณามีข้อความที่สามารถอ่านง่ายสามารถและทำให้เข้าใจได้ง่าย					
4. รูปภาพในป้ายโฆษณาสีสันที่สวยงาม สะดุดตา					
5. รูปภาพในป้ายโฆษณาสามารถสื่อความหมายทำให้เกิดความเข้าใจได้ง่าย					

ภาคผนวก ข
แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแบบสอบถาม
การศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของธนาคารเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามลฑลไสย จังหวัตกาฬลลนรฐ

คำชี้แจง ให้ท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญพิจารณาว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีความเหมาะสมเพียงใด
โดยให้ท่านแสดงความคิดเห็นตามข้อคำถามแต่ละข้อ ดังนี้

1 หมายความว่า ท่านมีความเห็นว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของ
การศึกษา

0 หมายความว่า ท่านยังไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องสัมพันธ์กับ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

-1 หมายความว่า ท่านมีความคิดเห็นว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องสัมพันธ์กับ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ขอขอบพระคุณท่าน มา ณ โอกาสนี้

นายวรรณชัย อธิรัตน์

นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

รายการ	คะแนนความคิดเห็น			หมายเหตุ
	+1	0	-1	
ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม				
ตอนที่ 2 : พฤติกรรมการใช้บริการ และการรับรู้การสื่อสารทางการตลาด ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอมลไสย จังหวัดกาฬสินธุ์				
ตอนที่ 3 : ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของ ธ.ก.ส. สาขาอมลไสย				
การโฆษณา (Advertising)				
การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling)				
การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)				
การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)				
การตลาดโดยตรง (Direct Marketing)				
การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษหรือการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing)				
การจัดแสดงสินค้า (Display)				
การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ (Merchandising)				
การให้ยานพาหนะของบริษัทเคลื่อนที่ (Transit)				
การจัดสัมมนา (Seminar)				
การบรรจุภัณฑ์ (Packaging)				
สัญลักษณ์ต่าง ๆ (Signage)				
ตอนที่ 4 : ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะอื่น ๆ				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....)

ตำแหน่ง.....

ผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือ



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตาราง 32 คะแนนจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้องแบบสอบถามการศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร สาขาอมลาลัย จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน การหาค่าดัชนี ความสอดคล้องของแบบทดสอบโดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน

รายการประเมินแบบสอบถาม	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	+1	+1	+1	3	1
ตอนที่ 2 : พฤติกรรมการใช้บริการ และการรับรู้การสื่อสารทางการตลาด ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอมลาลัย จังหวัดกาฬสินธุ์	+1	0	+1	2	0.67
ตอนที่ 3 : ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของ ธ.ก.ส. สาขาอมลาลัย	+1	0	+1	2	0.67
การโฆษณา (Advertising)	+1	+1	+1	3	1
การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling)	+1	+1	+1	3	1
การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)	+1	+1	0	2	0.67
การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)	+1	+1	+1	3	1
การตลาดโดยตรง (Direct Marketing)	+1	+1	+1	3	1
การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษหรือการตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing)	0	+1	+1	2	0.67
การจัดแสดงสินค้า (Display)	+1	+1	+1	3	1
การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ (Merchandising)	+1	+1	+1	3	1
การใช้นานพาหนะของบริษัทเคลื่อนที่ (Transit)	+1	+1	+1	3	1
การจัดสัมมนา (Seminar)	+1	0	+1	2	0.67
การบรรจุภัณฑ์ (Packaging)	+1	+1	+1	3	1
สัญลักษณ์ต่าง ๆ (Signage)	+1	+1	+1	3	1
ตอนที่ 4 : ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะอื่น ๆ	+1	+1	+1	3	1

ผลการค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

Reliability

*** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ***_

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Analysis of Variance				
Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	Q Prob.
Between People	213.7288	29	7.3700	
Within People	5411.2360	2640	2.0497	
Between Measures	3089.0315	88	35.1026	1507.0574 .0000
Residual	2322.2045	2552	.9100	
Total	5624.9648	2669	2.1075	
Grand Mean	2.7071			

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 89

Alpha = .8765



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โทร. ๓๐๐

ที่ บว. ๓๒๒/๒๕๕๒

วันที่ ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๒

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิมลมาศ ปทุมวณิชกุล

ด้วย นายวรรณชัย อิฐรัตน์ รหัสประจำตัว M๕๐๒๕๑๗๑๑๕ นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ ภาคสมทบ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขากมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์” เพื่อให้การค้นคว้าอิสระดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ ตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษา สถิติ การวัด และประเมินผล ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกรียงศักดิ์ ไชยวรรณ)

ถนบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/ว ๓๑๑

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๒

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ

เรียน ส.ต.ต.จารึก พรดอนก่อ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวนชุด

ด้วย นายวรรณชัย อิฐรัตน์ รหัสประจำตัว M๕๐๒๕๑๗๑๑๕ นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ ภาคสมทบ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขากมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์” เพื่อให้การค้นคว้าอิสระดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ ตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษา ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐-๔๓๗๒-๕๔๓๘



ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/ว ๓๑๑

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๒

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ

เรียน คุณวัลลภ กำจรเมฆกุล

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม จำนวนชุด

ด้วย นายวรรณชัย อธิรัตน์ รหัสประจำตัว M๕๐๒๕๑๗๑๑๕ นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ ภาคสมทบ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขากมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์” เพื่อให้การค้นคว้าอิสระดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ เครื่องมือแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ ตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมด้านการวัดและประเมินผล ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

กณเบคิบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐-๔๓๗๒-๕๕๓๘



ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/๓๑๒

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๒

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้ศึกษาค้นคว้าอิสระเข้าทดลองใช้เครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม
การค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอมลาลัย จังหวัดกาฬสินธุ์

ด้วย นายวรรณชัย อธิรัตน์ รหัสประจำตัว M๕๐๒๕๑๗๑๑๕ นักศึกษาปริญญาโท
สาขาบริหารธุรกิจ ภาคสมทบ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง
“การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอมลาลัย
จังหวัดกาฬสินธุ์”

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้ผู้ศึกษาค้นคว้าอิสระเข้าทดลอง
ใช้เครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าอิสระกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าผู้ใช้บริการ
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเมืองกาฬสินธุ์ อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
จำนวน ๑๐ คน เพื่อนำข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี
ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพโรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐-๔๓๗๒-๕๕๓๘