




ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทน ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

.....

### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้มี 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าของรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ตาม พ.ร.บ. รถยนต์ซึ่งเป็นผู้ที่จดทะเบียนกับสำนักงานขนส่งจังหวัดมหาสารคาม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ จำนวน 40 ข้อ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการพลังงานทดแทน ได้แก่ ภาพลักษณ์ของบริษัท ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง จำนวน 25 ข้อ

2. ในการตอบแบบสอบถามทั้ง 3 ตอนนี้ ขอให้โปรดพิจารณาตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนทุกข้อตามความเป็นจริง

3. การวิจัยในครั้งนี้ ใช้เป็นข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์เท่านั้น และจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวม จะไม่มีผลกระทบต่อใคร ๆ ต่อท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่ได้กรุณาอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

(นางนงลักษณ์ นามบุคดี)

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าของรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ตาม  
พ.ร.บ. รถยนต์ซึ่งเป็นผู้ที่จดทะเบียนกับสำนักงานขนส่งจังหวัดมหาสารคาม ใน  
อำเภอ  
เมือง จังหวัดมหาสารคาม

คำชี้แจง ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถาม โดยทำเครื่องหมาย  ลงใน  หน้า  
หัวข้อ

## 1. เพศ

1.  ชาย 2.  หญิง

## 2. อายุ

1.  15 - 25 ปี 2.  26 - 36 ปี  
3.  37 - 47 ปี 4.  48 - 58 ปี  
5.  มากกว่า 59 ปี

## 3. อาชีพ

1.  เกษตรกรรม 2.  ค้าขาย  
3.  ข้าราชการ 4.  นักเรียน / นักศึกษา  
5.  รัฐวิสาหกิจ 6.  ลูกจ้าง  
7.  ธุรกิจส่วนตัว 8.  อื่น ๆ ระบุ.....

## 4. ระดับการศึกษา

1.  ประถมศึกษา 2.  มัธยมศึกษาตอนต้น  
3.  มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. 4.  อนุปริญญา / ปวส.  
5.  ปริญญาตรี ขึ้นไป

## 5. รายได้ต่อเดือน

1.  ต่ำกว่า 5,000 บาท 2.  5,000 - 10,000 บาท  
3.  10,001 - 15,000 บาท 4.  15,001 - 20,000 บาท  
5.  20,001 - 25,000 บาท 6.  สูงกว่า 25,000 บาท

## ตอนที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางช่องคะแนน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดขอให้ ท่านเลือกเพียงหมายเลขเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ โดยแต่ละหมายเลขมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	ความคิดเห็นมากที่สุด
4	หมายถึง	ความคิดเห็นมาก
3	หมายถึง	ความคิดเห็นปานกลาง
2	หมายถึง	ความคิดเห็นน้อย
1	หมายถึง	ความคิดเห็นน้อยที่สุด

คำตอบของท่านไม่มีถูกหรือผิด โปรดตอบให้ครบทุกข้อและขอให้ท่านตอบตามที่ท่านเห็นว่าเป็นจริงมากที่สุด คำตอบของท่าน ไม่มีผลต่อการรับบริการของท่านแต่อย่างใด

กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ		ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
<b>การโฆษณา</b>						
1.	การโฆษณาทางโทรทัศน์มีจุดมุ่งหมายเพื่อแนะนำพลังงานทดแทนให้เป็นที่ยอมรับสำหรับท่าน					
2.	รูปแบบการนำเสนอทางสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับพลังงานทดแทนมีความน่าสนใจ					
3.	การโฆษณาทางวิทยุให้ข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับพลังงานทดแทน					
4.	การโฆษณาทางสื่อกลางแจ้ง ทำให้ท่านเกิดการรับรู้ ในตัวสินค้าและบริการเกี่ยวกับมาตรฐานของพลังงานทดแทน					

กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ		ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
5.	โฆษณาเกี่ยวกับพลังงานทดแทน สามารถสร้างแรงจูงใจ เราใจ หรือดึงดูดใจ ทำให้ท่านมีความต้องการซื้อหรือใช้บริการมาก					
6.	ท่านรับรู้การโฆษณาเกี่ยวกับพลังงานทดแทนจากสื่อแบบเจาะตรง					
7.	การโฆษณาเกี่ยวกับพลังงานทดแทนทำให้ภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทนน่าเชื่อถือมากขึ้น					
8.	การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรับรู้เหตุการณ์เกี่ยวกับพลังงานทดแทน					
9.	การโฆษณาเกี่ยวกับพลังงานทดแทนมีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการลดภาวะโลกร้อน					
10.	การโฆษณาเกี่ยวกับพลังงานทดแทนสามารถชักจูงหรือชักชวนท่านให้มีความเห็นคล้อยตามหรือมีความเชื่อตามคำชักชวนนั้น ๆ					
<b>การขายโดยใช้พนักงานขาย</b>						
11.	พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทดแทน					
12.	การขายโดยใช้พนักงานขายทำให้ท่านมีความต้องการซื้อหรือใช้บริการมากขึ้น					
13.	พนักงานขายได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพพลังงานทดแทนให้น่าเชื่อถือมาก					

กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ		ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
14.	การขายโดยใช้พนักงานขายสามารถแก้ไข ปัญหาของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับพลังงาน ทดแทนได้ทันที					
15.	พนักงานขายสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับ การนำพลังงานทดแทนไปใช้งานได้ชัดเจน					
16.	พนักงานขายทำให้ท่านรับรู้เหตุการณ์ที่ เกิดขึ้นเกี่ยวกับพลังงานทดแทน					
17.	พนักงานขายสามารถนำเสนอรายละเอียด ทางเทคนิคเกี่ยวกับพลังงานทดแทนได้					
18.	พนักงานขายสามารถอธิบายเกี่ยวกับ ประโยชน์ของพลังงานทดแทน					
19.	พนักงานขายใช้ความสามารถเฉพาะตัวใน การนำเสนอสินค้าและบริการเกี่ยวกับ พลังงานทดแทน					
20.	การขายโดยใช้พนักงานขายทำให้ท่านเกิด การรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานของพลังงาน ทดแทน					
<b>การส่งเสริมการขาย</b>						
21.	การแจกคู่มือเพื่อให้เป็นส่วนลดในการ ชำระค่าพลังงานทดแทนและบริการครั้ง ต่อไป					
22.	การแจกคู่มือเพื่อให้เป็นส่วนลดในการ ชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้าน สะดวกซื้อ					

กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ		ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
23.	มีการแจกเอกสารแนะนำการใช้พลังงานทดแทน					
24.	ท่านจะได้รับของแถมเมื่อซื้อครบตามที่กำหนด เช่น แลมน้ำดื่ม เป็นต้น					
25.	การสะสมยอดซื้อพลังงานทดแทนเพื่อแลกของรางวัล					
26.	การสะสมคะแนนเพื่อบริจาคให้องค์กรการกุศลเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม					
27.	การให้ส่วนลดพลังงานทดแทนลิตรละ 20 สตางค์					
28.	มีใบคู่รางวัลมาพร้อมกับสินค้าให้ส่งไปร่วมชิงโชค					
29.	มีการให้ของรางวัลกับลูกค้าในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น ปีใหม่					
30.	มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง					
<b>การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์</b>						
31.	มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับพลังงานทดแทน โดยการจัดทำแผ่นพับ					
32.	มีการเผยแพร่ข่าวสารในเรื่องการให้บริการเกี่ยวกับพลังงานทดแทน โดยการใช้สัมภาษณ์ของผู้บริหารผ่านสื่อต่าง ๆ					
33.	ท่านได้รับข่าวสารข้อมูลต่างๆของพลังงานทดแทน ผ่านสื่อการโฆษณารูปแบบต่าง ๆ เสมอ					



กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ		ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
34.	มีการจัดงานประเพณีร่วมกับชุมชน					
35.	มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทดแทนช่วยลดภาวะโลกร้อน					
36.	มีการประชาสัมพันธ์โดยการมอบทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากจน					
37.	มีการใช้การประชาสัมพันธ์โดยการเป็นสปอนเซอร์งานกีฬา					
38.	ข้อมูลข่าวสารทำให้ท่านตัดสินใจใช้พลังงานทดแทน					
39.	มีการจัดแสดงข่าวเกี่ยวกับพลังงานทดแทนเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างท่านกับองค์กร					
40.	การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกิจกรรมของพลังงานทดแทน มีความสม่ำเสมอ					

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการพลังงานทดแทน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางช่องคะแนน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดขอให้ท่านเลือกเพียงหมายเลขเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ โดยแต่ละหมายเลขมีเกณฑ์ใน การให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	ความคิดเห็นมากที่สุด
4	หมายถึง	ความคิดเห็นมาก
3	หมายถึง	ความคิดเห็นปานกลาง
2	หมายถึง	ความคิดเห็นน้อย
1	หมายถึง	ความคิดเห็นน้อยที่สุด

คำตอบของท่าน ไม่มีถูกหรือผิด โปรดตอบให้ครบทุกข้อและขอให้ท่านตอบตามที่ท่านเห็นว่าเป็นจริงมากที่สุด คำตอบของท่านไม่มีผลต่อการรับบริการของท่านแต่อย่างใด

ภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทน		ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
<b>ภาพลักษณ์บริษัท</b>						
1.	คำขวัญ (สโลแกน) ของบริษัทฯ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า					
2.	ท่านมีความศรัทธาต่อภาพลักษณ์บริษัทที่ดี					
3.	บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาพลังงานทดแทนให้มีคุณภาพ มาตรฐาน เพื่อให้กิจการมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ					
4.	บริษัทมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับพลังงานทดแทนหลายชนิด ที่สามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้					

ภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการพลังงานทดแทน		ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
5.	บริษัทมีการรับประกันสินค้าหากเกิดความเสียหาย เมื่อนำไปใช้งาน					
<b>ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร</b>						
6.	สถาบันหรือองค์กรมีการจัดอบรม สัมมนา ให้ความรู้เกี่ยวกับพลังงานทดแทน					
7.	สถาบันหรือองค์กรมีการพัฒนาสินค้าและบริการให้ทันสมัยอยู่เสมอ					
8.	ท่านมีความประทับใจเกี่ยวกับภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กรพลังงานทดแทน					
9.	มีบุคลากรที่เทียบพร้อมไปด้วยความรู้และความสามารถ					
10.	ท่านมีความไว้วางใจในภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กรพลังงานทดแทน					
<b>ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ</b>						
11.	คุณภาพของพลังงานทดแทนสามารถยกระดับใช้แทนพลังงานเชื้อเพลิงได้					
12.	สินค้าหรือบริการของพลังงานทดแทนสามารถตอบสนองต่อความต้องการในการใช้งานได้					
13.	เมื่อท่านต้องการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ท่านจะนึกถึงพลังงานทดแทนเป็นอันดับแรก					
14.	พลังงานทดแทนทุกยี่ห้อคุณภาพไม่แตกต่างกัน					

ภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการพลังงานทดแทน		ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
15.	ท่านรู้สึกว่ามันสมวัย และเป็นคนยุคใหม่เมื่อใช้พลังงานทดแทน					
<b>ภาพลักษณ์ตราสินค้า</b>						
16.	ตราสินค้าของพลังงานทดแทนจดจำได้ง่าย					
17.	สีเขียวที่ใช้กับเครื่องหมายการค้ามีความเหมาะสมกับพลังงานทดแทน					
18.	รูปแบบการนำเสนอทางโทรทัศน์ ทำให้ท่านรู้สึกคุ้นเคยกับตราสินค้าเกี่ยวกับพลังงานทดแทนมากขึ้น					
19.	ตราสินค้าพลังงานทดแทนที่นำเสนอทางสื่อสิ่งพิมพ์ทำให้ท่านรู้สึกมีความมั่นใจในการใช้งานมากขึ้น					
20.	สัญลักษณ์ของพลังงานทดแทนช่วยจูงใจให้คนมาช่วยกันประหยัดน้ำมันมากขึ้น					
<b>ภาพลักษณ์กิจการ</b>						
21.	ตั้งอยู่สถานที่ที่มีการคมนาคมสะดวก					
22.	มีเวลาเปิด - ปิดที่เหมาะสม					
23.	มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี					
24.	มีความเที่ยงธรรมและถูกต้องในการตั้งราคา					
25.	จำนวนพนักงานพอเพียงต่อการให้บริการ					

ขอขอบคุณอย่างสูงที่ท่านกรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้



ภาคผนวก ข

คุณภาพของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางภาคผนวกที่ 1 ระดับคะแนนความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (IOC)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
<b>ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ</b>						
1. เพศ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2. อายุ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3. อาชีพ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4. ระดับการศึกษา	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
5. รายได้ต่อเดือน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
<b>ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการโฆษณา</b>						
1. การโฆษณาทางโทรทัศน์มีจุดมุ่งหมาย เพื่อแนะนำพลังงานทดแทนให้เป็นที่ ยอมรับสำหรับท่าน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2. รูปแบบการนำเสนอทางสื่อสิ่งพิมพ์ เกี่ยวกับพลังงานทดแทนมีความ น่าสนใจ	+1	+1	0	+2	0.67	สอดคล้อง
3. การโฆษณาทางวิทยุให้ข้อมูลและ รายละเอียดเกี่ยวกับพลังงานทดแทน	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
4. การโฆษณาทางสื่อกลางแจ้ง ทำให้ ท่านเกิดการรับรู้ ในตัวสินค้าและ บริการเกี่ยวกับมาตรฐานของพลังงาน ทดแทน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

## ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
5. โฆษณาเกี่ยวกับพลังงานทดแทนสามารถสร้างแรงจูงใจ เร้าใจ หรือดึงดูดใจ ทำให้ท่านมีความต้องการซื้อหรือใช้บริการมากขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
6. ท่านรับรู้การโฆษณาเกี่ยวกับพลังงานทดแทนจากสื่อแบบเจาะตรง	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
7. การโฆษณาเกี่ยวกับพลังงานทดแทนทำให้ภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทน น่าเชื่อถือมากขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
8. การโฆษณาทางอินเตอร์เน็ตทำให้ท่านรับรู้เหตุการณ์เกี่ยวกับพลังงานทดแทน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
9. การโฆษณาเกี่ยวกับพลังงานทดแทนมีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการลดภาวะโลกร้อน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
10. การโฆษณาเกี่ยวกับพลังงานทดแทนสามารถชักจูงหรือชักชวนท่านให้มีความเห็นคล้อยตามหรือมีความเชื่อตามคำชักชวนนั้น ๆ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย						
11. พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทดแทน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

## ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
12. การขายโดยใช้พนักงานขายทำให้ท่านมีความต้องการซื้อหรือใช้บริการมากขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
13. พนักงานขายได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพพลังงานทดแทนให้น่าเชื่อถือมากขึ้น	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
14. การขายโดยใช้พนักงานขายสามารถแก้ไขปัญหาของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับพลังงานทดแทนได้ทันที	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
15. พนักงานขายสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับการนำพลังงานทดแทนไปใช้งานได้ชัดเจน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
16. พนักงานขายทำให้ท่านรับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับพลังงานทดแทน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
17. พนักงานขายสามารถนำเสนอรายละเอียดทางเทคนิคเกี่ยวกับพลังงานทดแทนได้	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
18. พนักงานขายสามารถอธิบายเกี่ยวกับประโยชน์ของพลังงานทดแทน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
19. พนักงานขายใช้ความสามารถเฉพาะตัวในการนำเสนอสินค้าและบริการเกี่ยวกับพลังงานทดแทน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง



## ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
20. การขายโดยใช้พนักงานขายทำให้ท่าน เกิดการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานของ พลังงานทดแทน	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
<b>ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการส่งเสริมการขาย</b>						
21. การแจกคู่มือเพื่อใช้เป็นส่วนลด ในการชำระค่าพลังงานทดแทนและ บริการ ครั้งต่อไป	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
22. การแจกคู่มือเพื่อใช้เป็นส่วนลดใน การชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้าน สะดวกซื้อ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
23. มีการแจกเอกสารแนะนำการใช้ พลังงานทดแทน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
24. ท่านจะได้รับของแถมเมื่อซื้อครบ ตามที่กำหนด เช่น แอมน้ำดื่ม เป็นต้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
25. การสะสมยอดซื้อพลังงานทดแทนเพื่อ แลกของรางวัล	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
26. การสะสมคะแนนเพื่อบริจาคให้องค์กร การกุศลเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
27. การให้ส่วนลดพลังงานทดแทน สิทธิ์ละ 20 สตางค์	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
28. มีใบลุ้นรางวัลมาพร้อมกับสินค้าให้ ส่งไปร่วมชิงโชค	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง

## ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
29. มีการให้ของรางวัลกับลูกค้าใน โอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น ปีใหม่	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
30. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย อย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการให้ข่าวสารและการ ประชาสัมพันธ์						
31. มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับพลังงาน ทดแทน โดยการจัดทำแผ่นพับ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
32. มีการเผยแพร่ข่าวสารในเรื่องการให้ บริการเกี่ยวกับพลังงานทดแทนโดย การให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารผ่านสื่อ ต่าง ๆ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
33. ท่านได้รับข่าวสารข้อมูลต่างๆของ พลังงานทดแทน ผ่านสื่อการโฆษณา รูปแบบต่าง ๆ เสมอ	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
34. มีการจัดงานประเพณีร่วมกับชุมชน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
35. มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับ พลังงานทดแทนช่วยลดภาวะ โลกร้อน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
36. มีการประชาสัมพันธ์โดยการมอบ ทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากจน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
37. มีการใช้การประชาสัมพันธ์โดย การเป็นสปอนเซอร์งานกีฬา	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง

## ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
38. ข้อมูลข่าวสารทำให้ท่านตัดสินใจใช้ พลังงานทดแทน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
39. มีการจัดแสดงข่าวเกี่ยวกับพลังงาน ทดแทนเพื่อสร้างความเข้าใจอันดี ระหว่างท่านกับองค์กร	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
40. การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับ กิจกรรมของพลังงานทดแทน มีความสม่ำเสมอ	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
<b>ความพึงพอใจในภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการพลังงานทดแทนด้านภาพลักษณ์บริษัท</b>						
1. คำขวัญ (สโลแกน) ของบริษัทฯ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2. ท่านมีความศรัทธาต่อภาพลักษณ์บริษัท ที่ดี	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3. บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาพลังงานทดแทน ให้มีคุณภาพ มาตรฐาน เพื่อให้กิจการมี ชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
4. บริษัทมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับพลังงาน ทดแทนหลายชนิด ที่สามารถ ตอบสนองความต้องการของท่านได้	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
5. บริษัทมีการรับประกันสินค้าหากเกิด ความเสียหาย เมื่อนำไปใช้งาน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

## ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
<b>ความพึงพอใจในภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการพลังงานทดแทน</b>						
<b>ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร</b>						
6. สถาบันหรือองค์กรมีการจัดอบรม สัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับ พลังงานทดแทน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
7. สถาบันหรือองค์กรมีการพัฒนาสินค้า และบริการให้ทันสมัยอยู่เสมอ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
8. ท่านมีความประทับใจเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กรพลังงาน ทดแทน	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
9. มีบุคลากรที่เพียงพอไปด้วยความรู้ และความสามารถ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
10. ท่านมีความไว้วางใจในภาพลักษณ์ของ สถาบันหรือองค์กรพลังงานทดแทน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
<b>ความพึงพอใจในภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการพลังงานทดแทนด้านภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ</b>						
11. คุณภาพของพลังงานทดแทนสามารถ ยกระดับใช้แทนพลังงานเชื้อเพลิงได้	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
12. สินค้าหรือบริการของพลังงาน ทดแทนสามารถตอบสนองต่อความ ต้องการในการใช้งานได้	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
13. เมื่อท่านต้องการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ท่านจะนึกถึงพลังงานทดแทนเป็น อันดับแรก	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

## ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
14. ผลงานทดแทนทุกยี่ห้อที่มีคุณภาพไม่แตกต่างกัน	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
15. ท่านรู้สึกว่าคุณสมบัติและเป็นคนยุคใหม่เมื่อใช้ผลงานทดแทน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
<b>ความพึงพอใจในภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการผลงานทดแทนด้านภาพลักษณ์ภาพลักษณ์ตราสินค้า</b>						
16. ตราสินค้าของผลงานทดแทนจดจำได้ง่าย	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
17. สีเขียวที่ใช้กับเครื่องหมายการค้ามีความเหมาะสมกับผลงานทดแทน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
18. รูปแบบการนำเสนอทางโทรทัศน์ทำให้ท่านรู้สึกคุ้นเคยกับตราสินค้าเกี่ยวกับผลงานทดแทนมากขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
19. ตราสินค้าผลงานทดแทนที่นำเสนอทางสื่อสิ่งพิมพ์ทำให้ท่านรู้สึกมีความมั่นใจในการใช้งานมากขึ้น	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
20. สัญลักษณ์ของผลงานทดแทนช่วยช่วยให้คนมาช่วยกันประหยัดน้ำมันมากขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
<b>ความพึงพอใจในภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการผลงานทดแทนด้านภาพลักษณ์กิจการ</b>						
21. ตั้งอยู่สถานที่ที่มีการคมนาคมสะดวก	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
22. มีเวลาเปิด - ปิดที่เหมาะสม	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
23. มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ตารางภาคผนวกที่ 2 ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนก เป็นรายข้อ
<b>กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ</b>	
<b>ด้านการโฆษณา</b>	
1. การโฆษณาทางโทรทัศน์มีจุดมุ่งหมายเพื่อแนะนำพลังงานทดแทนให้เป็นที่ยอมรับสำหรับท่าน	.474
2. รูปแบบการนำเสนอทางสื่อสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับพลังงานทดแทนมีความน่าสนใจ	.520
3. การโฆษณาทางวิทยุให้ข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับพลังงานทดแทน	.503
4. การโฆษณาทางสื่อกลางแจ้ง ทำให้ท่านเกิดการรับรู้ในตัวสินค้าและบริการเกี่ยวกับมาตรฐานของพลังงานทดแทน	.422
5. โฆษณาเกี่ยวกับพลังงานทดแทน สามารถสร้างแรงจูงใจ ใเร้าใจ หรือดึงดูดใจทำให้ท่านมีความต้องการซื้อหรือใช้บริการมากขึ้น	.641
6. ท่านรับรู้การ โฆษณาเกี่ยวกับพลังงานทดแทนจากสื่อแบบเจาะตรง	.870
7. การโฆษณาเกี่ยวกับพลังงานทดแทนทำให้ภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทนน่าเชื่อถือมากขึ้น	.542
8. การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านรับรู้เหตุการณ์เกี่ยวกับพลังงานทดแทน	.527
9. การโฆษณาเกี่ยวกับพลังงานทดแทนมีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการลดภาวะโลกร้อน	.422
10. การโฆษณาเกี่ยวกับพลังงานทดแทน สามารถชักจูงหรือชักชวนท่านให้มีความเห็นคล้อยตามหรือมีความเชื่อตามคำชักชวนนั้น ๆ	.763

## ตารางภาคผนวกที่ 2 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ
<b>ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย</b>	
11. พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทดแทน	.599
12. การขายโดยใช้พนักงานขายทำให้ท่านมีความต้องการซื้อหรือใช้บริการมากขึ้น	.465
13. พนักงานขายได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพพลังงานทดแทนให้น่าเชื่อถือมากขึ้น	.618
14. การขายโดยใช้พนักงานขายสามารถแก้ไขปัญหาของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับพลังงานทดแทนได้ทันที	.588
15. พนักงานขายสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับการนำพลังงานทดแทนไปใช้งานได้ชัดเจน	.450
16. พนักงานขายทำให้ท่านรับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับพลังงานทดแทน	.638
17. พนักงานขายสามารถนำเสนอรายละเอียดทางเทคนิคเกี่ยวกับพลังงานทดแทนได้	.528
18. พนักงานขายสามารถอธิบายเกี่ยวกับประโยชน์ของพลังงานทดแทน	.520
19. พนักงานขายใช้ความสามารถเฉพาะตัวในการนำเสนอสินค้าและบริการเกี่ยวกับพลังงานทดแทน	.483
20. การขายโดยใช้พนักงานขายทำให้ท่านเกิดการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานของพลังงานทดแทน	.254

## ตารางภาคผนวกที่ 2 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ
<b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b>	
21. การแจกคู่มือเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการชำระค่าพลังงานทดแทนและบริการ ครั้งต่อไป	.749
22. การแจกคู่มือเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านสะดวกซื้อ	.801
23. มีการแจกเอกสารแนะนำการใช้พลังงานทดแทน	.713
24. ท่านจะได้รับของแถมเมื่อซื้อครบตามที่กำหนด เช่น แอมน้ำดื่ม เป็นต้น	.764
25. การสะสมยอดซื้อพลังงานทดแทนเพื่อแลกของรางวัล	.888
26. การสะสมคะแนนเพื่อบริจาคให้องค์กรการกุศลเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	.694
27. การให้ส่วนลดพลังงานทดแทนไตรมาสละ 20 สตางค์	.876
28. มีใบลุ้นรางวัลพร้อมกับสินค้าให้ส่งไปร่วมชิงโชค	.859
29. มีการให้ของรางวัลกับลูกค้าในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น ปีใหม่	.791
30. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง	.718
<b>ด้านการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์</b>	
31. มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับพลังงานทดแทนโดยการจัดทำแผ่นพับ	.816
32. มีการเผยแพร่ข่าวสารในเรื่องการให้บริการเกี่ยวกับพลังงานทดแทน โดยการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารผ่านสื่อต่าง ๆ	.631
33. ท่านได้รับข่าวสารข้อมูลต่างๆของพลังงานทดแทน ผ่านสื่อการโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ เสมอ	.611
34. มีการจัดงานประเพณีร่วมกับชุมชน	.566



## ตารางภาคผนวกที่ 2 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ
36. มีการประชาสัมพันธ์โดยการมอบทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากจน	.736
37. มีการใช้การประชาสัมพันธ์โดยการเป็นสปอนเซอร์งานกีฬา	.870
38. ข้อมูลข่าวสารทำให้ท่านตัดสินใจใช้พลังงานทดแทน	.637
39. มีการจัดแถลงข่าวเกี่ยวกับพลังงานทดแทนเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างท่านกับองค์กร	.748
40. การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกิจกรรมของพลังงานทดแทนมีความสม่ำเสมอ	.773
<b>ความพึงพอใจในภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการพลังงานทดแทน</b>	
<b>ด้านภาพลักษณ์บริษัท</b>	
1. คำขวัญ (สโลแกน) ของบริษัทฯ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า	.817
2. ท่านมีความศรัทธาต่อภาพลักษณ์บริษัทที่ดี	.843
3. บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาพลังงานทดแทนให้มีคุณภาพ มาตรฐาน เพื่อให้กิจการมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	.647
4. บริษัทมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับพลังงานทดแทนหลายชนิด ที่สามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้	.656
5. บริษัทมีการรับประกันสินค้าหากเกิดความเสียหาย เมื่อนำไปใช้งาน	.466
<b>ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร</b>	
6. สถาบันหรือองค์กรมีการจัดอบรม สัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับพลังงานทดแทน	.478
7. สถาบันหรือองค์กรมีการพัฒนาสินค้าและบริการให้ทันสมัยอยู่เสมอ	.707
8. ท่านมีความประทับใจเกี่ยวกับภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กรพลังงานทดแทน	.466
9. มีบุคลากรที่เทียบพร้อมไปด้วยความรู้และความสามารถ	.676
10. ท่านมีความไว้วางใจในภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กรพลังงานทดแทน	.611

## ตารางภาคผนวกที่ 2 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ
<b>ด้านภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ</b>	
11. คุณภาพของพลังงานทดแทนสามารถยกระดับใช้แทนพลังงานเชื้อเพลิงได้	.471
12. สินค้าหรือบริการของพลังงานทดแทนสามารถตอบสนองต่อความต้องการในการใช้งานได้	.814
13. เมื่อท่านต้องการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงท่านจะนึกถึงพลังงานทดแทนเป็นอันดับแรก	.433
14. พลังงานทดแทนทุกยี่ห้อที่มีคุณภาพไม่แตกต่างกัน	.425
15. ท่านรู้สึกว่ทันสมัย และเป็นคนยุคใหม่เมื่อใช้พลังงานทดแทน	.633
<b>ด้านภาพลักษณ์ภาพลักษณ์ตราสินค้า</b>	
16. ตราสินค้าของพลังงานทดแทนจดจำได้ง่าย	.391
17. สีเขียวที่ใช้กับเครื่องหมายการค้ามีความเหมาะสมกับพลังงานทดแทน	.511
18. รูปแบบการนำเสนอทางโทรทัศน์ ทำให้ท่านรู้สึกคุ้นเคยกับตราสินค้าเกี่ยวกับพลังงานทดแทนมากขึ้น	.665
19. ตราสินค้าพลังงานทดแทนที่นำเสนอทางสื่อสิ่งพิมพ์ทำให้ท่านรู้สึกมีความมั่นใจในการใช้งานมากขึ้น	.372
20. สัญลักษณ์ของพลังงานทดแทนช่วยจูงใจให้คนมาช่วยกันประหยัดน้ำมันมากขึ้น	.541
<b>ด้านภาพลักษณ์กิจการ</b>	
21. ตั้งอยู่สถานที่ ที่มีการคมนาคมสะดวก	.351
22. มีเวลาเปิด - ปิดที่เหมาะสม	.521
23. มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี	.369
24. มีความเที่ยงธรรมและถูกต้องในการตั้งราคา	.349
25. จำนวนพนักงานพอเพียงต่อการให้บริการ	.208

## ตารางภาคผนวกที่ 3 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟา
ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย	.974 - .975
11. พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับพลังงานทดแทน	.974
12. การขายโดยใช้พนักงานขายทำให้ท่านมีความต้องการซื้อหรือใช้บริการมากขึ้น	.975
13. พนักงานขายได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพพลังงานทดแทนให้น่าเชื่อถือมากขึ้น	.974
14. การขายโดยใช้พนักงานขายสามารถแก้ไขปัญหาของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับพลังงานทดแทนได้ทันที	.975
15. พนักงานขายสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับการนำพลังงานทดแทนไปใช้งานได้ชัดเจน	.975
16. พนักงานขายทำให้ท่านรับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับพลังงานทดแทน	.974
17. พนักงานขายสามารถนำเสนอรายละเอียดทางเทคนิคเกี่ยวกับพลังงานทดแทนได้	.975
18. พนักงานขายสามารถอธิบายเกี่ยวกับประโยชน์ของพลังงานทดแทน	.975
19. พนักงานขายใช้ความสามารถเฉพาะตัวในการนำเสนอสินค้าและบริการเกี่ยวกับพลังงานทดแทน	.975
20. การขายโดยใช้พนักงานขายทำให้ท่านเกิดการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานของพลังงานทดแทน	.975

## ตารางภาคผนวกที่ 3 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟา
ด้านการส่งเสริมการขาย	.974 - .975
21. การแจกคู่มือเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการชำระค่าพลังงานทดแทนและบริการ ครั้งต่อไป	.975
22. การแจกคู่มือเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านสะดวกซื้อ	.974
23. มีการแจกเอกสารแนะนำการใช้พลังงานทดแทน	.974
24. ท่านจะได้รับของแถมเมื่อซื้อครบตามที่กำหนด เช่น แลมน้ำดื่ม เป็นต้น	.974
25. การสะสมยอดซื้อพลังงานทดแทนเพื่อแลกของรางวัล	.974
26. การสะสมคะแนนเพื่อบริจาคให้องค์กรการกุศลเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	.974
27. การให้ส่วนลดพลังงานทดแทนคิดลด 20 สตางค์	.974
28. มีใบลุ้นรางวัลมาพร้อมกับสินค้าให้ส่งไปรษณีย์	.974
29. มีการให้ของรางวัลกับลูกค้าในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น ปีใหม่	.974
30. มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง	.974
ด้านการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์	.974 - .975
31. มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับพลังงานทดแทน โดยการจัดทำแผ่นพับ	.974
32. มีการเผยแพร่ข่าวสารในเรื่องการให้บริการเกี่ยวกับพลังงานทดแทน โดยการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารผ่านสื่อต่าง ๆ	.974
33. ท่านได้รับข่าวสารข้อมูลต่างๆของพลังงานทดแทน ผ่านสื่อการโฆษณาแบบต่าง ๆ เสมอ	.974
34. มีการจัดงานประเพณีร่วมกับชุมชน	.975
35. มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทดแทนช่วยลดภาวะโลกร้อน	.975

## ตารางภาคผนวกที่ 3 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟา
36. มีการประชาสัมพันธ์โดยการมอบทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ยากจน	.974
37. มีการใช้การประชาสัมพันธ์โดยการเป็นสปอนเซอร์งานกีฬา	.974
38. ข้อมูลข่าวสารทำให้ท่านตัดสินใจใช้พลังงานทดแทน	.974
39. มีการจัดแสดงข่าวเกี่ยวกับพลังงานทดแทนเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างท่านกับองค์กร	.975
40. การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกิจกรรมของพลังงานทดแทนมีความสม่ำเสมอ	.974
<b>ความพึงพอใจในภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการพลังงานทดแทน</b>	
<b>ด้านภาพลักษณ์บริษัท</b>	.974 - .975
1. คำขวัญ (สโลแกน) ของบริษัทฯ มีอิทธิพลการต่อตัดสินใจซื้อสินค้า	.974
2. ท่านมีความศรัทธาต่อภาพลักษณ์บริษัทที่ดี	.974
3. บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาพลังงานทดแทนให้มีคุณภาพ มาตรฐาน เพื่อให้กิจการมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	.974
4. บริษัทมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับพลังงานทดแทนหลายชนิด ที่สามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้	.974
5. บริษัทมีการรับประกันสินค้าหากเกิดความเสียหาย เมื่อนำไปใช้งาน	.975
<b>ด้านภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร</b>	.974 - .975
6. สถาบันหรือองค์กรมีการจัดอบรม สัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับพลังงานทดแทน	.974
7. สถาบันหรือองค์กรมีการพัฒนาสินค้าและบริการให้ทันสมัยอยู่เสมอ	.974
8. ท่านมีความประทับใจเกี่ยวกับภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กรพลังงานทดแทน	.974
9. มีบุคลากรที่เพียงพอไปด้วยความรู้และความสามารถ	.974
10. ท่านมีความไว้วางใจในภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กรพลังงานทดแทน	.975

## ตารางภาคผนวกที่ 3 (ต่อ)

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟา
<b>ด้านภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ</b>	.974 - .975
11. คุณภาพของพลังงานทดแทนสามารถยกระดับใช้แทนพลังงานเชื้อเพลิงได้	.974
12. สินค้าหรือบริการของพลังงานทดแทนสามารถตอบสนองต่อความต้องการในการใช้งานได้	.975
13. เมื่อท่านต้องการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงท่านจะนึกถึงพลังงานทดแทนเป็นอันดับแรก	.975
14. พลังงานทดแทนทุกยี่ห้อคุณภาพไม่แตกต่างกัน	.975
15. ท่านรู้สึกว่ามันสมวัย และเป็นคนยุคใหม่เมื่อใช้พลังงานทดแทน	.974
<b>ด้านภาพลักษณ์ภาพลักษณ์ตราสินค้า</b>	.974 - .975
16. ตราสินค้าของพลังงานทดแทนจดจำได้ง่าย	.975
17. สีเขียวที่ใช้กับเครื่องหมายการค้ามีความเหมาะสมกับพลังงานทดแทน	.975
18. รูปแบบการนำเสนอทางโทรทัศน์ ทำให้ท่านรู้สึกคุ้นเคยกับตราสินค้าเกี่ยวกับพลังงานทดแทนมากขึ้น	.974
19. ตราสินค้าพลังงานทดแทนที่นำเสนอทางสื่อสิ่งพิมพ์ทำให้ท่านรู้สึกมีความมั่นใจในการใช้งานมากขึ้น	.975
20. สัญลักษณ์ของพลังงานทดแทนช่วยจูงใจให้คนมาช่วยกันประหยัดน้ำมันมากขึ้น	.975
<b>ด้านภาพลักษณ์กิจการ</b>	.974 - .975
21. ตั้งอยู่สถานที่ที่มีการคมนาคมสะดวก	.975
22. มีเวลาเปิด - ปิดที่เหมาะสม	.975
23. มีสภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี	.974
24. มีความเที่ยงธรรมและถูกต้องในการตั้งราคา	.975
25. จำนวนพนักงานพอเพียงต่อการให้บริการ	.975

งานวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.98



ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/ ๐๐๗๗



บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๒๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เรียน ผู้ให้บริการ

ด้วยนางนงลักษณ์ นามนุคตี รหัสประจำตัว ๕๑๑๒๕๑๗๑๑๐ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา  
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์  
เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
ต่อภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทนในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม"

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือและ  
เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ให้บริการเจ้าของรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ตาม  
พระราชบัญญัติรถยนต์ เพื่อนำข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี  
ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘





## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โทร. ๓๐๐

ที่ บว. ๖๐๑๐๕/๒๕๕๓

วันที่ ๒๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิมลมาศ ปฐมวนิชกุล

ด้วยนางนงลักษณ์ นามบุคดี รหัสประจำตัว ๕๑๑๒๕๑๗๑๑๐ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา  
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์  
เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
ต่อภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทนในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม" เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความ  
เรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ  
เครื่องมือการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษา สถิติ การวัดและประเมินผล  
ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ  
มา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

๙

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โทร. ๓๐๐

ที่ บว. ๖๐๑๐๕/๒๕๕๓

วันที่ ๒๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ดร.ไพศาล วรรณ

ด้วยนางนงลักษณ์ นามบุตดี รหัสประจำตัว ๕๑๑๒๕๑๗๑๑๐ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา  
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์  
เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
ต่อภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทนในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม" เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความ  
เรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ  
เครื่องมือการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษา ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ  
มา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพพรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๒๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิราวัฒน์ ชมระกา

ด้วยนางนงลักษณ์ นามนาคี รหัสประจำตัว ๕๑๑๒๕๑๗๑๑๐ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา  
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์  
เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ  
ต่อภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทนในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม" เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความ  
เรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ  
เครื่องมือการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษา ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ  
มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘



ประวัติผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY