



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับ  
แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยว  
ในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ ในการศึกษาระดับปริญญาโท  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
2. แบบสอบถามมี 2 ตอน ดังนี้
  - ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์
  - ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบ  
บูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์
  - ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มี  
ผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์
3. ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความ  
เป็นจริง และตามความคิดเห็นของท่าน โดยข้อมูลทั้งหมดจะนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษา  
เท่านั้น ไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด  
ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าท่านจะให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครบถ้วนเป็น  
อย่างดี และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

(นางสาววิศรา วงศ์กัญญา)

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
ผู้วิจัย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หรือเติมข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยละแก่นสารสินธุ์

1. เพศ

1.1  ชาย

1.2  หญิง

2. อายุ

2.1  ต่ำกว่า 20 ปี

2.2  21 - 30 ปี

2.3  31 - 40 ปี

2.4  41 - 50 ปี

2.5  51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

3.1  โสด

3.2  สมรส

3.3  หม้าย

3.4  อื่น.....

4. ระดับการศึกษา

4.1  ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า

4.2  มัธยมศึกษา /ปวช./ปวส.

4.3  ปริญญาตรี

4.4  สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ย

5.1  ต่ำกว่า 10,000 บาท

5.2  10,000 – 20,000 บาท

5.3  20,001 – 30,000 บาท

5.4  30,001 – 40,000 บาท

5.5  สูงกว่า 40,000 บาท

6. อาชีพ

6.1  นักเรียน/นักศึกษา

6.2  พนักงานบริษัท/รับจ้าง

6.3  ค้าขาย/นักธุรกิจ

6.4  ข้าราชการ/พนักงานรัฐ

6.5  แม่บ้าน/พ่อบ้าน

6.6  อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7.ถิ่นที่อยู่

7.1  ภาคเหนือ

7.2  ภาคกลาง

7.3  ภาคใต้

7.4  ภาคตะวันออก

7.5  ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ  
ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์  
คำชี้แจง ขอให้ท่านพิจารณารายข้อว่าท่านมีความคิดเห็นด้วยในระดับมาก น้อย เพียงใด แล้วทำ  
เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยกำหนดให้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด  
4 หมายถึง เห็นด้วยมาก  
3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง  
2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย  
1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>การโฆษณาและประชาสัมพันธ์</b>					
1. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ แผ่นพับ					
2. สื่อแพร่ภาพและกระจายเสียง ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ					
3. มีการจัดทำคู่มือแนะนำการเดินทาง					
4. มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยการจัดทำแผ่นพับ					
5. มีการเชิญสื่อมวลชนร่วมทำข่าว ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่					
6. มีการจัดให้มีป้ายประชาสัมพันธ์					
<b>การขายโดยบุคคล</b>					
7. เจ้าหน้าที่มีการปฏิบัติตัวที่เหมาะสมและเป็นตัวอย่างที่ดี ในการใช้และดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ					
8. เจ้าหน้าที่พุดจาสุภาพ อภัยสัคดี แต่งกายสุภาพ การวางตัวเรียบร้อย เหมาะสม					
9. เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ					
10. เจ้าหน้าที่มีกิจกรรมร่ายที่เรียบร้อย ละเอียดรอบคอบ					
11. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร					
12. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว					

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>การตลาดเชิงกิจกรรม</b>					
13. มีการจัดกิจกรรมพิเศษในเทศกาลต่าง เช่น การจัดนิทรรศการ การแสดง ละคร แสงสี เสียง ในวันสำคัญ					
14. มีการประกวดภาพถ่ายสถานที่แหล่งท่องเที่ยว					
15. มีกิจกรรมเสริมการเรียนรู้ที่หลากหลาย					
16. มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การแหล่งท่องเที่ยวโดยรถราง					
17. มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้เลือกหลากหลาย					
18. มีการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น เดินเที่ยว ชี่จักรยาน จิมอาหารท้องถิ่น					
<b>การให้บริการ</b>					
19. มีจุดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
20. มีความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
21. มีเครื่องหมาย/สัญลักษณ์/ป้ายบอกทาง ไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น และอ่านง่าย					
22. มีผู้รับความคิดเห็น หรือแบบประเมินการบริการ					
23. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย					
24. มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก ต่อการใช้งาน					
<b>การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต</b>					
25. มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างละเอียด					
26. มีรูปภาพแหล่งท่องเที่ยวอย่างสวยงาม ดึงดูดสายตา น่าสนใจ					
27. มีการแนะนำกิจกรรมใหม่ๆ บนสื่ออินเทอร์เน็ต					
28. มีความรวดเร็วในการเข้าถึงบทความข้อมูลข่าวสาร					
29. การให้ข่าวสาร รายการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว บนสื่ออินเทอร์เน็ต มีความถูกต้องเชื่อถือได้					
30. การให้ข่าวสาร รายการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว บนสื่ออินเทอร์เน็ต อย่างเหมาะสมและเพียงพอ					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อ


การตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

คำชี้แจง ขอให้ท่านพิจารณารายข้อว่าท่านมีความคิดเห็นด้วยในระดับมาก น้อย เพียงใด แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยกำหนดให้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด  
 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก  
 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง  
 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย  
 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>แรงจูงใจด้านกายภาพ</b>					
1. ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ					
2. ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจในชีวิตประจำวัน					
3. ต้องการคลายความเครียดจากการทำงาน					
4. ต้องการให้รางวัลแก่ตนเอง					
5. ต้องการทำจิตใจให้สดชื่น รักษาบำรุงสุขภาพ					
<b>แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม</b>					
6. ต้องการสัมผัสและเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีของคนในชุมชน					
7. ต้องการสัมผัสและเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน					
8. ต้องการเรียนรู้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่					
9. ต้องการเข้าร่วมเทศกาลและประเพณี					
10. ต้องการชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์					
<b>แรงจูงใจระหว่างบุคคล</b>					
11. การเดินทางไปเยี่ยมญาติ					
12. การเดินทางไปทำธุรกิจ					
13. การเดินทางไปร่วมประกอบศาสนกิจ					
14. การเข้าร่วมประชุมสัมมนา					
15. การเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา					

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ข

คุณภาพของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ตารางภาคผนวกที่ 1 ระดับคะแนนความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (IOC)

แบบสอบถาม ข้อที่	ระดับความน่าเชื่อถือของ แบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ						
1	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
5	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
6	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
7	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
8	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
9	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
10	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
11	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
12	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
13	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
14	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
15	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
16	+1	+1	0	+2	0.67	สอดคล้อง
17	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
18	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
19	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
20	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง

แบบสอบถาม ข้อที่	ระดับความน่าเชื่อถือของ แบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
21	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
22	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
23	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
24	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
25	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
26	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
27	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
28	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
29	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
30	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว						
1	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
5	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
6	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
7	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
8	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
9	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
10	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

แบบสอบถาม ข้อที่	ระดับความน่าเชื่อถือของ แบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	1	2	3			
11	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
12	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
13	+1	+1	0	+2	0.67	สอดคล้อง
14	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
15	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางภาคผนวกที่ 2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X1	159.3333	248.9195	.6601	.9411
X2	159.4667	245.9816	.7159	.9405
X3	159.4000	246.1793	.7178	.9406
X4	159.4667	248.3954	.6537	.9411
X5	159.4000	247.4897	.7143	.9407
X6	159.3333	248.6437	.6752	.9410
X7	159.6000	242.7310	.7183	.9403
X8	159.5333	244.2575	.6930	.9406
X9	159.4333	250.1161	.4825	.9422
X10	159.5667	245.6333	.5679	.9416
X11	159.4333	249.7023	.5010	.9420
X12	159.3667	250.8609	.4963	.9421
X13	159.7333	254.9609	.2780	.9436
X14	160.1000	252.3000	.4419	.9424
X15	160.0333	254.6540	.4032	.9426
X16	160.2333	251.7023	.6347	.9415
X17	160.0333	253.6885	.4092	.9426
X18	160.0667	252.2713	.4627	.9423
X19	159.7333	255.1678	.4233	.9425
X20	159.5000	246.9483	.7258	.9406
X21	159.2333	248.0471	.7687	.9406
X22	159.7000	242.2172	.8568	.9394
X23	159.4667	260.3954	.0446	.9449
X24	160.1333	238.8782	.6839	.9406
X25	159.4333	245.0126	.6671	.9408
X26	159.3667	242.1023	.8059	.9397
X27	159.4000	246.5241	.6070	.9412
X28	159.4000	243.0069	.7150	.9403

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X21	159.2333	248.0471	.7687	.9406
X22	159.7000	242.2172	.8568	.9394
X23	159.4667	260.3954	.0446	.9449
X24	160.1333	238.8782	.6839	.9406
X25	159.4333	245.0126	.6671	.9408
X26	159.3667	242.1023	.8059	.9397
X27	159.4000	246.5241	.6070	.9412
X28	159.4000	243.0069	.7150	.9403
X29	159.3000	245.1138	.6920	.9406
X30	159.2667	245.2368	.6541	.9409
Y1	158.4333	255.6333	.3645	.9428
Y2	158.6333	253.4816	.5016	.9421
Y3	158.6667	253.4713	.5111	.9421
Y4	158.7333	253.3057	.5504	.9420
Y5	158.7667	252.1851	.5581	.9418
Y6	158.8333	248.5575	.5603	.9416
Y7	158.7333	247.7195	.6096	.9413
Y8	158.6333	251.4816	.4983	.9421
Y9	158.8333	248.1437	.5791	.9415
Y10	158.8333	251.3161	.3596	.9433
Y11	158.8000	260.0276	.0548	.9450
Y12	159.2333	263.4264	-.1011	.9459
Y13	159.4667	254.3264	.2290	.9446
Y14	160.4667	268.3264	-.4174	.9466
Y15	160.9333	264.4092	-.2836	.9449

## Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 45

Alpha = .9432

งานวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.94

பெயர்	X1	X2	X3	X4	X5	Y1	Y2	Y3	Δ	Σ
X1 Pearson Correlation	1	.729*	.186(*)	.556(*)	.533(*)	.373(*)	.375(*)	-.042	.808(*)	.337(*)
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.404	.000	.000
X2 Pearson Correlation	.729(*)	1	.446(*)	.657(*)	.516(*)	.314(*)	.312(*)	-.048	.915(*)	.277(*)
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.343	.000	.000
X3 Pearson Correlation	.186(*)	.446(*)	1	.366(*)	.028	.135(*)	.021	-.064	.510(*)	.043
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.582	.007	.672	.204	.000	.396
X4 Pearson Correlation	.556(*)	.657(*)	.366(*)	1	.507(*)	.194(*)	.304(*)	.066	.809(*)	.268(*)
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.187	.000	.000
X5 Pearson Correlation	.533(*)	.516(*)	.028	.507(*)	1	.312(*)	.472(*)	-.042	.697(*)	.361(*)
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.582	.000		.000	.000	.398	.000	.000
Y1 Pearson Correlation	.373(*)	.314(*)	.135(*)	.194(*)	.312(*)	1	.488(*)	.113(*)	.357(*)	.728(*)
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.000	.000		.000	.023	.000	.000
Y2 Pearson Correlation	.375(*)	.312(*)	.021	.304(*)	.472(*)	.488(*)	1	.288(*)	.400(*)	.846(*)
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.672	.000	.000	.000		.000	.000	.000
Y3 Pearson Correlation	-.042	-.048	-.064	.066	-.042	.113(*)	.288(*)	1	-.037	.608(*)
Sig. (2-tailed)	.404	.343	.204	.187	.398	.023	.000		.464	.000
X Pearson Correlation	.808(*)	.915(*)	.510(*)	.809(*)	.697(*)	.357(*)	.400(*)	-.037	1	.345(*)
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.464		.000
Y Pearson Correlation	.337(*)	.277(*)	.043	.268(*)	.361(*)	.728(*)	.846(*)	.608(*)	.345(*)	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.396	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



## บันทึกข้อความ

พระราชกร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โทร. ๓๐๐

ปว. ว๑๒๑๕/๒๕๕๕

วันที่ ๗ กันยายน ๒๕๕๕

เรื่อง เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผศ.ดร. พัชรภรณ์ ฉายบุญครอง

ด้วยนางสาววิศรา วงศ์กัญญา รหัสประจำตัว ๕๓๘๑๔๐๑๔๐๑๐๔ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสาร” เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมด้านการวัดและประเมินผล ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย





## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โทร. ๓๐๐

ที่ บว. ๑๑๒๑๕/๒๕๕๕

วันที่ ๗ กันยายน ๒๕๕๕

เรื่อง เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผศ.ว่าที่ ร.ท. ดร. ณัฐชัย จันทชุม

ด้วยนางสาววิศรา วงศ์กัญญา รหัสประจำตัว ๕๓๘๑๔๐๑๔๐๑๐๔ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสาร” เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษา ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โทร. ๓๐๐

ที่ บว. ๖๑๒๑๕/๒๕๕๕

วันที่ ๗ กันยายน ๒๕๕๕

เรื่อง เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผศ.ดร. ชมพูนุช เมฆเมืองทอง

ด้วยนางสาววิศรา วงศ์กัญญา รหัสประจำตัว ๕๓๘๑๔๐๑๔๐๑๐๔ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสาร” เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษา ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

๗

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๑ กันยายน ๒๕๕๕

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย  
เรียน นักท่องเที่ยวในจังหวัดมุกดาหาร

ด้วยนางสาววิศรดา วงศ์กัญญา รหัสประจำตัว ๕๓๘๑๔๐๑๔๐๑๐๔ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสาร”

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว ข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี  
ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘



ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/ว๑๖๓๖

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๗ กันยายน ๒๕๕๕

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เรียน นักท่องเที่ยวในจังหวัดร้อยเอ็ด

ด้วยนางสาววิศรา วงศ์กัญญา รหัสประจำตัว ๕๓๘๑๔๐๑๔๐๑๐๔ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา  
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์  
เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผล  
ต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสาร”

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือ  
และเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารลีนบุรี  
ข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี  
ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘

ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/๑๑๖๓๖



บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๗ กันยายน ๒๕๕๕

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เรียน นักท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

ด้วยนางสาววิศรา วงศ์กัญญา รหัสประจำตัว ๕๓๘๑๔๐๑๔๐๑๐๔ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ - ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสาร”

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือ และเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี  
ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรรวม)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘



ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/ว๑๖๓๖

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๗ กันยายน ๒๕๕๕

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เรียน นักท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม

ด้วยนางสาววิศรา วงศ์กัญญา รหัสประจำตัว ๕๓๘๑๔๐๑๔๐๑๐๔ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา  
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์  
เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผล  
ต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสาร”

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือ  
และเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสาร  
ข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี  
ขอขอบคุณา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรรวณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐-๔๓๗๒-๕๔๓๘

ที่ ศร ๐๕๕๐.๐๑/๑๑๖๓๖



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๕๐๐๑

๗ กันยายน ๒๕๕๕

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เรียน นักท่องเที่ยวในจังหวัดกาฬสินธุ์

ด้วยนางสาววริศรา วงศ์กัญญา รหัสประจำตัว ๕๓๘๑๔๐๑๔๐๑๐๔ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสาร”

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือ และเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี  
ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๕๓๘