

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว
สะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

Peoples' Expectation on the Tourism Promotion of
the Second Thai-Laos Friendship Bridge at Mukdahan Province

โดย

นายอรรถพล จันทรสภา

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์)

พ.ศ. 2548

ISBN 974-9839-97-8



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์)

ปริญา

รัฐศาสตร์

รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว
แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

Peoples' Expectation on the Tourism Promotion of the Second Thai-Laos
Friendship Bridge at Mukdahan Province

นามผู้วิจัย นายอรรถพล จันทรสาขา

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ

ลวิภ สุนทรวิภาจ

(อาจารย์ลลิตา สุนทรวิภาจ, สค.ม.)

กรรมการ

รองศาสตราจารย์สุพัศตรา จุณณะปิยะ, สค.ม.

()

กรรมการ

รองศาสตราจารย์จตุพร บานชื่น, M.S.S.

()

หัวหน้าภาควิชา

รองศาสตราจารย์จตุพร บานชื่น, M.S.S.

()

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

รองศาสตราจารย์วินัย อางคงหาญ, M.A.

()

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ๑ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๔๘

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความเมตตาและกรุณาตลอดเวลาอันมีค่าของอาจารย์ ลลิตา สุนทรวิภาต ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ สุพัตรา จุณณะปิยะ กรรมการวิชาเอก รองศาสตราจารย์ จตุพร บานชื่น กรรมการวิชาการ ที่กรุณาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ และแก้ไขข้อบกพร่องวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด รวมทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ชลนันทน์ ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย ซึ่งได้แนะนำเพิ่มเติม เพื่อความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นของวิทยานิพนธ์ จึงขอกราบพระคุณอย่างสูง ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้แล้ว ขอขอบคุณครอบครัว โดยเฉพาะคุณแม่ที่คอยให้กำลังใจเสมอมา อาจารย์ ทุก ๆ ท่าน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ให้ข้อมูลอันมีค่าในด้านวิชาการที่สำคัญในการค้นคว้า วิทยานิพนธ์ และที่สำคัญอย่างยิ่งคือ นักท่องเที่ยวอำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร โดยได้ สละเวลาตอบแบบสอบถามและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ท้ายนี้ ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ร่วมรุ่นทุก ๆ คน ไม่ว่าจะภาคพิเศษและน้อง ๆ ภาคปกติ ที่ได้ให้ความร่วมมือร่วมใจในระหว่างการศึกษา โดยเฉพาะเพื่อนที่ห่วงใยและให้กำลังใจเสมอ ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่คณะสังคมศาสตร์ทุก ๆ ท่าน ในการทำให้การศึกษาระดับปริญญาโท เต็มไปด้วยความราบรื่น ทั้งกำลังใจและรอยยิ้ม ความน่าประทับใจ มิถิ่มีเลือน และสุดท้ายขอขอบความสำเร็จครั้งนี้ ให้แก่คุณพ่อสง่า จันทรสาขา ที่ไม่มีโอกาสร่วมแสดงความยินดี

อรรถพล จันทรสาขา

พฤษภาคม 2548

อรรถพล จันทรสชา, 2548: ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว
สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(รัฐศาสตร์) สาขารัฐศาสตร์ ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ประชาน
กรรมการที่ปรึกษา: อาจารย์ลลิตา สุนทรวิภาต, ศค.ม. 129 หน้า
ISBN 974-9839-97-8

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา 1) ความคาดหวังของประชาชนจากการ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์
กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2
จังหวัดมุกดาหาร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือนักท่องเที่ยวชาวไทยอำเภอเมืองมุกดาหาร จำนวน 222 คน
การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ อัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์
ผันแปร และการวิเคราะห์จำแนกหมู่ โดยกำหนดค่านัยสำคัญสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย พบว่าความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพ
ไทย-ลาว แห่งที่ 2 อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ อายุและระดับการศึกษา และปัจจัยด้าน
การท่องเที่ยว ได้แก่ การรับรู้ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ และความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับความ
คาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัด
มุกดาหาร


ลายมือชื่อนิติศิต

ลลิตา สุนทรวิภาต
ลายมือชื่อประธานกรรมการ

1 / มิ.ย. / 48

Attapol Chandrasaka 2005: Peoples' Expectation on the Tourism Promotion of the Second Thai-Laos Friendship Bridge at Mukdahan Province. Master of Arts (Political Science), Major Field: Political Science, Department of Political Science and Public Administration. Thesis Advisor: Miss. Lalita Soonthornvipart, M.A. 129 pages. ISBN 974-9839-97-8

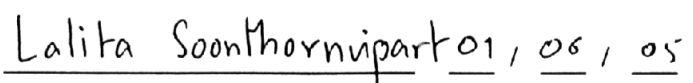
The purpose of the research were: 1) to study peoples' expectations on the tourism promotion of the second Thai-Laos Friendship Bridge at Mukdahan Province, and 2) to encompass the factors related to the peoples' expectations on the tourism promotion of the second Thai-Laos Friendship Bridge at Mukdahan Province.

The number of samples were 222 Thai travellers in Mukdahan Province. The data were collected by using a questionnaire and analyzed by percentage, mean, standard deviation, ANOVA, and Multiple Classification Analysis. The level of statistical significance was set at .05.

The results of research revealed that peoples' expectations on the tourism promotion of the second Thai-Laos Friendship Bridge at Mukdahan Province was at a high level. The personal factors of age and education, and the travel factors of information awareness, knowledge understanding, and opinions were related with peoples' expectations on the tourism promotion of the second Thai-Laos Friendship Bridge at Mukdahan Province.



Student's signature



Thesis Advisor's signature

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(7)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง	7
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	8
แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว	20
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้	30
แนวคิดความรู้ความเข้าใจ	33
แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น	36
ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดมุกดาหาร	41
ความรู้เกี่ยวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	45
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	51
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	53
สมมติฐานในการวิจัย	55

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	57
วิธีการและอุปกรณ์	57
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	57
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	58
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	62
เก็บรวบรวมข้อมูล	63
การวิเคราะห์ข้อมูล	64
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	64
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	65
ผลการวิจัย	65
ข้อวิจารณ์	87
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอ	95
สรุปผลการวิจัย	95
ข้อเสนอแนะ	98
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	102
ภาคผนวก	107
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	108
ภาคผนวก ข คะแนนของกลุ่มย่อย	115
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่น	124
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	129

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านบุคคลของประชากรในการวิจัย	65
2	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างด้านประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	68
3	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	70
4	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	72
5	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	74
6	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	74
7	การวิเคราะห์ห้ค้นแปรปัจจัยด้านบุคคลจากสมมติฐานที่ 1 ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ภูมิลำเนา กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
8	การวิเคราะห์จำแนกหมู่ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ภูมิถิ่นา จากสมมติฐานที่ 1 กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	79
9	การวิเคราะห์ผันแปรปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ประสบการณ์ การรับรู้ข่าวสารความรู้ความเข้าใจความคิดเห็นจากสมมติฐานที่ 2 เกี่ยวกับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	83
10	การวิเคราะห์จำแนกหมู่ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวจากสมมติฐานที่ 2 ได้แก่ ประสบการณ์ การรับรู้ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น กับความคาดหวังจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	84
11	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	97

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
ข1	จำนวนและร้อยละของคะแนนประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยว กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	116
ข2	จำนวนและร้อยละของคะแนนการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพาน มิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	118
ข3	จำนวนและร้อยละของคะแนนความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยว ของประชาชนเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพาน มิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	120
ข4	จำนวนและร้อยละของคะแนนความคิดเห็นของประชาชน ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	121
ข5	จำนวนและร้อยละของความคาดหวังของประชาชนต่อการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	122
ค1	แสดงความเชื่อมั่นเกี่ยวกับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	125
ค2	แสดงความเชื่อมั่นการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวสะพาน มิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	126

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
ค3	แสดงความเชื่อมั่นเกี่ยวกับความคิดเห็นจากการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	127
ค4	แสดงความเชื่อมั่นเกี่ยวกับความคาดหวังจากการส่งเสริม การท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	128

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การก่อสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	48
2	แหล่งท่องเที่ยวสำคัญอำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร ได้แก่ หอแก้ว แก่งกะเบา	49
3	ริมฝั่งโขง และด้านข้ามแม่น้ำโขง ในปัจจุบัน	50
4	กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย	52

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ไทย-ลาว มิตรบ้านใกล้ซิดมีความสัมพันธ์อันดีต่อกันมาแต่โบราณกาล จากความคล้ายคลึงด้านเชื้อชาติ ศาสนา ภาษา ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดิงงมร่วมกัน ทำให้ประเทศทั้งสองมีความสนิทสนม แนบแน่นเสมือน“ญาติมิตร” ที่พึ่งพาอาศัย ดิดดอไปมาหาสู่ถึงกันอยู่ด้วยการเดินทางที่สะดวกสบายเพียงข้ามฝั่งโขง โดยไทย-ลาว ได้ร่วมกันสร้างสะพานมิตรภาพไทยลาว แห่งที่ 1 จังหวัดหนองคาย ซึ่งเมื่อวันที่ 8 เมษายน 2537 เป็นสะพานข้ามโขงแห่งแรกที่จะเชื่อมสายสัมพันธ์แห่งมิตรภาพของไทย-ลาว (กรมพัฒนาและส่งเสริมพลังงานแห่งชาติ 2539: 6)

แม้ในระยะเริ่มต้น ที่เปิดใช้สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 การคมนาคมติดต่อดระหว่งไทย-ลาว มีความสะดวกรวดเร็ว ทั้งทางด้านขนส่งสินค้า การติดต่อด้านธุรกิจและการท่องเที่ยว ส่งผลให้มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ซึ่งเห็นได้จากมีปริมาณรถบรรทุกสินค้าขนาดใหญ่ที่ข้ามสะพานมีเป็นจำนวนมากสำหรับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวก็มีการก่อสร้างโรงแรม ธนาคาร ศูนย์การค้า ระบบสาธารณูปโภค เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ ส่วนในจังหวัดหนองคายก็มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอัตราสูงขึ้น มีการลงทุนในธุรกิจต่างๆ เกิดขึ้นมากมายร้านค้าที่ตลาดอินโดจีนมีการขยายตัว ราคาที่ดินเขียบตัวสูงขึ้น ก่อให้เกิดการสร้างงานและรายได้กับชาวหนองคายมากขึ้น จาก การเจริญเติบโตทางด้านธุรกิจต่างๆ ทำให้หลายๆ ประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คาดหวังว่าสะพานมิตรภาพไทย-ลาว นี้่น่าจะเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวม และดำเนินไปสู่เป้าหมายประตูอินโดจีนในอนาคต

อย่างไรก็ตามในช่วงเวลา 10 ปี ที่ผ่านม นับจากพิธีเปิดสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 จังหวัดหนองคาย เมื่อวันที่ 8 เมษายน พ.ศ. 2537 ที่ผ่าน ปรากฏว่าการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจกลับดำเนินไปอย่างล่าช้า มิได้มีการพัฒนาขยายตัวหรือเกิดการลงทุนที่เพิ่มขึ้นมากนัก ยังคงเป็นธุรกิจที่มีอยู่เดิม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกิจการในด้านการซื้อขายแลกเปลี่ยนและการขนส่งสินค้า รวมทั้งการท่องเที่ยว แม้ว่าจะมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ แต่ปริมาณนักท่องเที่ยวก็มีได้ดั่งที่คาดหวัง

มิได้เพิ่มมากขึ้นเท่าที่ควร ตลอดจนกิจการด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็มีได้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น สะพานแห่งนี้แทบจะหายไปจากความทรงจำของหลายคน ตลอดจนนานาประเทศก็มีได้มีการกล่าวขานหรือให้ความสนใจมากขึ้น ซึ่งทำให้ทั้งสองประเทศสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวในส่วนนี้ไปทั้งๆ ที่ทั้งสองประเทศต่างมีศักยภาพในด้านทรัพยากรธรรมชาติและสถานที่ที่เหมาะสม ในการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะที่ได้ลงทุนก่อสร้างไปนับ 1,000 ล้านบาท การใช้ประโยชน์จากสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 จังหวัดหนองคาย ยังไม่คุ้มค่า ทั้งนี้เพื่อต้องการให้ประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หันมาสนใจและตระหนักถึงประเด็นปัญหานี้ เพื่อให้การลงทุนที่เสียไปนั้นได้ผลคุ้มค่า ซึ่งจะทำให้สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ที่กำลังได้ทุ่มเทก่อสร้างตามสัญญาวันที่ 3 ธันวาคม 2546 และกำหนดแล้วเสร็จในวันที่ 2 ธันวาคม 2549 โดยประเทศญี่ปุ่นให้เงินกู้ช่วยเหลือเพื่อการพัฒนา ธนาคารร่วมมือสากลแห่งประเทศญี่ปุ่น จำนวน 544,410.275 เยน (ข้อมูลรายงานผลการทำงานและความก้าวหน้าจังหวัดมุกดาหาร, 2546) แต่มาเริ่มต้นก่อสร้างเมื่อต้นปี พ.ศ.2547 จะกลับกลายเป็น “การดำน้ำพริกละลายแม่น้ำ” เนื่องจากการก่อสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร จะเกิดประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพราะเป็นประตูเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศอินโดจีนในด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัด และภาคอีสานตอนบนกับภาคอีสานตอนล่างอย่างครบวงจร ตามโครงการหกเหลี่ยมเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นโครงการร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ คือ ไทย-จีน-พม่า-ลาว-เวียดนาม-กัมพูชาโดยแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 ด้านการท่องเที่ยว ได้กำหนดให้จังหวัดมุกดาหารเป็น “ศูนย์สนับสนุนการท่องเที่ยวตามนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวริมฝั่งโขง” และจะนำไปสู่การพัฒนาทางการค้าในรูปแบบใหม่ ๆ ที่เป็นสากลระหว่างกันมากขึ้น การก่อสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ถือว่ามีความเหมาะสม และเป็นประโยชน์ต่อนานาประเทศ เพราะเป็นเส้นทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่เชื่อมระหว่างสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คือแขวงสะหวันนะเขต เมืองคันทะบุรี ซึ่งเป็นเมืองใหญ่อันดับสองรองจากเวียงจันทน์และเชื่อมต่อประเทศเวียดนาม คือเมืองดานัง ดังนั้นสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร จะทำให้มีผลคุ้มค่า และมีศักยภาพพร้อมเป็นศูนย์กลางการค้าชายแดนและการท่องเที่ยว ด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการต่อไป (ข้อมูลคณะกรรมการพัฒนาจังหวัดมุกดาหาร, 2537)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ จึงจัดทำขึ้นเพื่อวิเคราะห์ถึงประเด็นปัญหาที่ทำให้การใช้ “สะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร” จะไม่ได้ผลคุ้มค่าในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่าที่ควร เช่นเดียวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 จังหวัดหนองคาย ดังนั้นเพื่อเป็น

แนวทางนำไปสู่การประสานความร่วมมือ และดำเนินการแก้ไขให้สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 นี้ สามารถอำนวยประโยชน์สูงสุดแก่ประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว รวมทั้งมีผลต่อประเทศในแถบอินโดจีนในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และประโยชน์ทั้งภายในรวมถึงนานาประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นข้อมูลในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว สะพานมิตรภาพ ไทย - ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร
2. เพื่อเป็นข้อมูลในการศึกษาด้าน “ความสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวไทย-ลาว” โดยเฉพาะในเรื่องสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร
3. ทำให้ประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตระหนักถึงประเด็นปัญหาด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อนำมาซึ่งการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขให้สามารถสนองวัตถุประสงค์จากการสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหารได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาความคาดหวังของประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ในอำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร เฉพาะช่วงวันเสาร์ และวันอาทิตย์ ซึ่งสภานักท่องเที่ยวอำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร ยังไม่ได้จัดเก็บข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยว ทราบแต่เพียงมีจำนวนมาก ดังนั้นขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้คือ 222 คน

นิยามศัพท์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ศัพท์ที่มีความหมายเฉพาะ ดังนี้

ประชาชน หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทย

ความคาดหวังจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง การคาดการณ์ถึงผลตอบแทนที่ได้รับจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ที่ยังมิเกิดขึ้นเห็นเป็นประจักษ์ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลจะเป็นไปเพื่อการได้รับผลลัพธ์ ตามที่คาดหวังไว้

ความคิดเห็น หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด เป็นการแสดงออกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมีผลมาจากความเชื่อ ความคิดและทัศนคติ ซึ่งต้องอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ และพฤติกรรมระหว่างบุคคลเป็นเครื่องช่วยในการพิจารณาตัดสินใจแสดงออกมา การลงความเห็นอาจเป็นไปได้ในลักษณะเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ซึ่งไม่อาจบอกได้ว่าเป็นการถูกต้องหรือไม่

ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง ระดับความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล ข้อเท็จจริงและรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น ความหมายการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ทัศนียภาพ สภาพสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น บนพื้นฐานที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้หรือความเข้าใจ และความรับผิดชอบได้อย่างสมเหตุสมผล เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร หมายถึง การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร จากสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ ในรูปแบบ วิธีการนำเสนอของสื่อต่างๆ

ประสบการณ์เกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจ เหตุการณ์ ข้อเท็จจริง สังคมที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ และรายละเอียดในเรื่องต่างๆ ที่บุคคลได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ในอดีตและอยู่ในความทรงจำทั้งในด้านดีและไม่ดีของของตนเองหรือผู้อื่น

ภูมิสำเนา หมายถึง แหล่งที่อยู่บุคคลของนักท่องเที่ยว ของผู้ให้ข้อมูลที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร และแหล่งที่อยู่บุคคลในจังหวัดอื่นๆ ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประชากรกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ หมายถึง สิ่งที่ทำให้เกิดรายได้เป็นประจำของแต่ละบุคคลได้พึงกระทำ และเป็นรายได้ หลักในการดำรงชีวิตของตนเองและบุคคลอื่น ในที่นี้หมายถึง นักท่องเที่ยวประชากรกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความคาดหวังจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทยลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การวิจัยศึกษาความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ในการตรวจเอกสารผู้ศึกษาวิจัยได้นำแนวคิด และทฤษฎีเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว
4. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
5. แนวคิดความรู้ความเข้าใจ
6. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
7. ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดมุกดาหาร
8. ความรู้เกี่ยวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร
9. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

ทฤษฎีความคาดหวังหรือทฤษฎีวี (หรือทฤษฎี V.I.E.) ของ Victor Vroom เป็นทฤษฎีที่ได้รับแนวคิดพื้นฐานจากนักจิตวิทยา (Levin และ Tolman) ที่ได้เสนอไว้ว่า มนุษย์นั้นยึดเหตุผลทางเศรษฐกิจ (Rational economic man) ทฤษฎีนี้ จึงมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. จำนวนที่ประกอบกันเป็นความชอบ (Valence) หมายถึงระดับความชอบ หรือความพึงพอใจที่มีต่อข้อตกลงประโยชน์ กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือระดับความมากน้อยของความชอบหรือการเห็นคุณค่าของผลลัพธ์หรือรางวัลที่ได้จากการกระทำนั้นๆ สำหรับปัจจัยเกี่ยวข้องกับ Valence ได้แก่ ค่านิยม สิ่งจูงใจ ทศนคติ และข้อตกลงประโยชน์ที่คาดหวัง Valence มีค่าเป็นศูนย์เมื่อบุคคลไม่สนใจต่อผลลัพธ์ที่พึงจะได้ และมีค่าติดลบเมื่อบุคคลนั้นไม่ต้องการผลลัพธ์เลย

2. เป็นเครื่องมือ (Instrumentality) หมายถึง ความเป็นไปได้ หรือโอกาสที่ผลลัพธ์ หรือผลตอบแทนจะนำไปสู่ความพึงพอใจ

3. ความคาดหวัง (Expectancy) หมายถึง ความพยายามที่จะกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งด้วยความเป็นเครื่องมือ เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจ

สคูนี่ (2525: 29) กล่าวว่า ความคาดหวังยังอาจเป็นการทำนายทายทักเหตุการณ์ว่าจะมีอะไรเกิดขึ้นบ้าง การคาดหวังจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเป็นสิ่งที่บุคคลเคยมีประสบการณ์เดิมมาก่อน ในช่วงชีวิตจริงของบุคคลนั้น สิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริงๆ มักจะไม่ตรงกันเสมอไป

วิเชียร (2533: 13) กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความมุ่งหวังหรือคาดคะเนของบุคคลที่มีต่อคนอื่นให้กระทำสิ่งใดที่ตนปรารถนาให้เป็นไปในอนาคต

ประภัสสร (2536: 13) ให้ความหมายของความคาดหวังว่า หมายถึง ความคิดเห็นที่บุคคลมุ่งหวังหรือคาดคะเนต่อบุคคลอื่น ให้กระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ตนปรารถนาให้เป็นไปในอนาคต ความคาดหวังประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือประสบการณ์ การกระทำ และอนาคต

Mondy และคณะ (1990) ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า เป็นการคาดการณ์ของบุคคลต่อสิ่งต่างๆ โดยบุคคลจะใช้ประสบการณ์ที่เคยประสบมาเป็นปัจจัยในการกำหนดความคาดหวัง ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่อสิ่งต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นให้เห็นเป็นประจักษ์ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลจะเป็นไปเพื่อการได้รับผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้

ดังนั้นทฤษฎีจึงมีสมมติฐานว่า โดยปกติบุคคลจะพยายามเลือกกระทำในสิ่งที่ได้ประโยชน์สูงสุด กล่าวอีกนัยหนึ่ง บุคคลมักจะมีทางเลือกหลายทาง แต่เขาจะเลือกทางที่เขาเชื่อว่าจะได้รับรางวัลที่ต้องการมากที่สุด เช่น ถ้าเขาเชื่อว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร จะได้รับผลประโยชน์ตอบแทนตามที่คาดหวังไว้ เขาก็จะมีความพอใจหรือเห็นด้วยกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญมากต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย สามารถสร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศจำนวนมากกว่าแสนล้านบาท ในแต่ละปี นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดหลักการแข่งขันทางธุรกิจทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องเร่งศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวเหล่านั้นเพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด นอกจากนั้นการวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวยังเป็นสิ่งจำเป็นมาก ที่จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องตลอดจนศึกษาสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของธุรกิจและตลาดการท่องเที่ยว จะทำให้มีความรู้ความเข้าใจทิศทางของธุรกิจการท่องเที่ยวกว้างขวางขึ้น ได้รับทราบข้อมูลที่ทันสมัยเห็นความสำคัญของความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ คือ (ฉลองศรี, 2542: 4)

1. เดินทางที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ และบริการต่าง ๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพ และประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรม หรือกระบวนการในการดึงดูดด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2542: 2-5)

ใน Webster Dictionary ได้ให้ความหมายว่า “Tourism (n.), 1. The practice of traveling for recreation (การประกอบอาชีพการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดรายได้) 2. the guidance or management of tourism (การประกอบแนวทาง หรือการจัดการการท่องเที่ยว) 3. a : the promotion or encouragement of touring b : the accommodation of tourists”(การส่งเสริม หรือการกระตุ้น : ความอำนวยความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยว) ซึ่งจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นคำที่ครอบคลุมทั่วทั้งกระบวนการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2542: 2)

นอกจากนี้ McIntosh and Goeldner (1986: 4) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ (การกระทำซึ่งกันและกัน) ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาลผู้เป็นเจ้าของบ้านและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน เป็นกระบวนการดึงดูดและต้อนรับจับคู่ให้นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน

สรุปความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง เป็นการนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายถึง ที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในลักษณะของความเป็นส่วนตัว หรือแบบมีส่วนร่วมในการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นก็ได้ หรือเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และ

ถึงแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการ ในด้านกายภาพด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิบัติสัมพันธ์และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ โดยการท่องเที่ยวจะเป็นส่วนสนับสนุนสร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีสามารถอยู่ร่วมกับธรรมชาติ และระบบนิเวศได้

ความหมายของนักท่องเที่ยว

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization:WTO) ได้ประกาศใช้คำนิยามเกี่ยวกับท่องเที่ยว เมื่อปี ค.ศ.1968 ภายหลังจากการประชุมเรื่องการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี โดยได้เสนอแนะให้ประเทศสมาชิกใช้คำนิยามที่หมายถึงนักท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

1. Travellers หมายถึง ผู้เดินทาง นักเดินทาง นักท่องเที่ยว ซึ่งจะรวมทั้งผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ เช่น นักท่องเที่ยวและผู้ที่ไม่สามารถจัดเก็บข้อมูลสถิติได้ เช่น ผู้อพยพ ผู้เร่ร่อน ผู้โดยสารที่เดินทางผ่าน ผู้ทำงานตามชายแดน ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้นๆ และผู้ลี้ภัย

2. Visitors หมายถึง ผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว โดยแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 Tourists หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ค้างคืนเดินทางมาเยือนและพักอยู่ในประเทศตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไปโดยใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยว ดังนี้

2.1.1 International Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืนเดินทาง เข้ามาในประเทศและพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (1 คืน) และไม่มากกว่า 60 วัน

2.1.2 Domestic Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน อาจเป็นคนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทยเดินทางมาจากจังหวัดที่อยู่อาศัยปกติของตน ไปยังจังหวัดอื่น ๆ ระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน Excursionists หมายถึง นักทัศนจร นักท่องเที่ยวที่

ไม่ค้างคืน เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ผู้ที่เดินทางมากับเรือสำราญ

2.2 Excursionists หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สามารถติดตามการเดินทาง และจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากในการวิเคราะห์ เพื่อทราบความต้องการ และพฤติกรรมการณ์การบริโภคของนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดเป้าหมาย

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 มาตรา 4 ให้นิยามของนักท่องเที่ยวว่า หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอันเป็นที่อยู่ปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

เสรี (2534: 17-22) ได้แบ่งนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติ (Foreign Tourist) หรือ (Internationnal Tourist) คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศหนึ่งไปยังประเทศหนึ่ง ซึ่งนิยามที่คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญทางสถิติของสันนิบาตชาติได้ประชุมกันในปี พ.ศ. 2480 ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ ผู้ที่เดินทางไปเยือนประเทศใดประเทศหนึ่งอันมิใช่ประเทศที่พำนักอาศัยอยู่ตามปกติของตนและต้องพำนักในประเทศที่มาเยือน ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง ขึ้นไป

2. นักท่องเที่ยวในประเทศ(Domestic Tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางในประเทศของตนเอง ซึ่งคณะกรรมการทบทวนทรัพยากรการท่องเที่ยวแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา ได้พิมพ์นิยามของคำว่า นักท่องเที่ยวในประเทศออกเผยแพร่ในปี พ.ศ.2516 คือ นักท่องเที่ยวผู้ที่เดินทางออกจากบ้านอย่างน้อย 50 ไมล์ วัตถุประสงค์เพื่อติดต่อธุรกิจและแสวงหาความเพลิดเพลิน กิจกรรมส่วนตัว หรือวัตถุประสงค์อื่นใดก็ตาม ยกเว้นการเดินทางไม่ว่าเขาจะพักค้างคืน หรือเดินทางกลับในวันเดียวกันนั้นหรือไม่ก็ตาม

จากที่กล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า หมายถึง ผู้ที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และไปด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่มีมิใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยใช้เวลาเดินทางไปกลับมากกว่า 24 ชั่วโมง (ต้องมีการพักค้างคืนในจุดหมายปลายทางหรือสถานที่ท่องเที่ยว)

เหตุผลของการท่องเที่ยว

ประชาชนมีการเดินทางไปมาอยู่เสมอ ด้วยประสงค์ต่างๆ กัน เช่น การเข้าร่วมประชุม การเยี่ยมเยียนเพื่อน และญาติพี่น้อง การไปติดต่อธุรกิจ การไปรักษาโรคและรับการส่งเสริมสุขภาพ ความต้องการไปในที่มีอากาศอบอุ่นกว่า หรือเย็นกว่า การไปพักผ่อนหย่อนใจหลีกเลี่ยงจากความจำเจ และความเครียด การเที่ยวชมสวนสนุก นิทรรศการ เหตุการณ์พิเศษ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม การเข้าชมการแข่งขันกีฬา การประกวด การไปศึกษาต่อ การศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนชาติอื่น การไปเยี่ยมสถานที่เกิดของตนเองหรือของบรรพบุรุษ การเข้าร่วมพิธีแต่งงาน งานศพ หรือพิธีทางศาสนา เป็นต้น การผลักดันที่ทำให้ประชาชนเดินทางมากขึ้น และบ่อยขึ้นอันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจ และสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ การเกษียณก่อนกำหนดเวลา การมีชีวิตที่ยืนยาวมากขึ้น ช่วงเวลาการทำงานน้อยลง การมีรายได้เพิ่มมากขึ้น การมีสิทธิได้มีวันหยุดโดยได้รับค่าจ้างเต็ม ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง การคมนาคม และการติดต่อสื่อสาร ครอบครัวยุคใหม่ขนาดเล็กลง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบ และพฤติกรรมผู้บริโภค ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน นโยบายของรัฐ กฎหมาย และระเบียบของประเทศที่เอื้อต่อการเดินทาง และให้ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น

รูปแบบของการท่องเที่ยว

โดยทั่วไป การท่องเที่ยวสามารถแบ่งการเดินทางได้เป็น 3 รูปแบบ คือ

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) หมายถึง การที่ผู้อยู่อาศัยในประเทศใดเดินทางอยู่ภายในประเทศ
2. การท่องเที่ยวเข้าในประเทศ (Inbound Tourism) หมายถึง การที่ผู้ที่ไม่ได้อยู่อาศัยในประเทศใดเดินทางเข้าสู่ประเทศนั้น
3. การท่องเที่ยวออกนอกประเทศ (Outbound Tourism) หมายถึง การที่ผู้อยู่อาศัยในประเทศใดเดินทางออกนอกประเทศนั้น

ตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่สำคัญของไทย คือภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศไทย และภูมิภาคยุโรปซึ่งเป็นตลาดที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียมาโดยตลอด และเหตุที่การส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ทั้ง ๆ ที่มีวิกฤตการณ์หลายอย่างเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกประเทศ ก็เพราะมีองค์ประกอบหลายอย่างที่สนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวพอใจได้รับความสะดวกสบาย และดึงดูดใจให้มาเที่ยวประเทศไทยมากกว่า 1 ครั้ง จะเห็นว่าประกอบด้วยธุรกิจหลายอย่างที่ตอบสนองความต้องการ และอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวโดยตรง คือธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจภัตตาคาร ธุรกิจนำเที่ยว
2. ธุรกิจที่สนับสนุนการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความสะดวกสบาย และพอใจสูงสุด ได้แก่ธุรกิจเพื่อการบันเทิงพักผ่อน และกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งธุรกิจสินค้าของที่ระลึก ธุรกิจเหล่านี้ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายมากขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการดูชมได้ตามความพอใจของตนทั้งที่มีในรายการทัวร์ปกติ และรายการทัวร์เพื่อเลือกซื้อ
3. ธุรกิจการค้าและบริการอื่นๆ เช่น สถานีบริการน้ำมัน ร้านอาหารของชำ ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายอุปกรณ์กีฬา ธุรกิจการรักษาพยาบาลและเสริมสุขภาพ ธุรกิจเสริมความงาม ฯลฯ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มุ่งตอบสนองลูกค้าทั่วไปรวมทั้งนักท่องเที่ยวด้วย เป็นธุรกิจที่ทำให้การบริการนักท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบ และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
4. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และการวิจัยการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การส่งเสริมและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การวิจัยและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว การลงทุนและพัฒนาโครงสร้างพื้นที่ให้บริการในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการ ซึ่งร่วมดำเนินงานโดยองค์การภาครัฐและองค์กรพัฒนาภาคเอกชน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สำคัญมี 4 ประการ (Mcintosh and Goeldner , 1986: 124-125)

1. สิ่งจูงใจกายภาพ ได้แก่สิ่งทีจูงใจที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนร่างกาย การเล่นกีฬา การค้นหาการตามชายหาด การหย่อนใจด้วยการบันเทิง และสิ่งจูงใจอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการรักษาสุขภาพ
2. สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม ได้แก่ ความปรารถนาที่อยากรู้จักกับผู้อื่น เช่นเรื่องราวเกี่ยวกับดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น
3. สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล ได้แก่ ความปรารถนาที่จะได้พบคนใหม่ๆ
4. สิ่งจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ได้แก่ ความต้องการพัฒนาตนเอง และ ความสำคัญของตนเอง เช่น การเดินทางทำธุรกิจ การประชุม การศึกษา

วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว นิยมแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือ (ฉลองศรี, 2542: 4-6)

1. การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง อันได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ วันหยุด เพื่อสุขภาพ การศึกษา ศาสนา และการกีฬา
2. การติดต่อธุรกิจ อันได้แก่ การประชุม การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย รสนิยม และความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การพักผ่อน การรับประทานอาหาร การเที่ยวชม การซื้อของที่ระลึก และอื่นๆ ขึ้นอยู่กับการมีอำนาจในการซื้อของนักท่องเที่ยว มีความพร้อม และเต็มใจที่จะจ่ายเงินตามราคาของสินค้าในขณะนั้น

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการโรงแรมที่พักอาศัยแบบต่างๆ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ธุรกิจการขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศ หรือผู้ประกอบการนำเที่ยวอื่นๆต่างก็พยายามจัดหาสินค้าและบริการ หรืออุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism Supply) เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจ ดึงดูดใจให้เกิดความต้องการ หรืออุปสงค์ของการท่องเที่ยว (Tourism Demand)เพิ่มมากขึ้น การแข่งขันในการเป็นผู้นำทางธุรกิจมีมากขึ้นตามสภาพเศรษฐกิจและสังคมโลกที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องจัดทำแผนพัฒนาการตลาด อย่างรอบครอบ รวมทั้งสร้างกลยุทธ์ต่างๆที่จะดึงดูดลูกค้ามาจากคู่แข่งให้มากขึ้น โดยการศึกษา วิเคราะห์ และวิจัยอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวอย่างละเอียด โดยเฉพาะจำนวน และค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าตลาดหลัก และผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าต่อไป

ความสำเร็จของงานการตลาดท่องเที่ยว คือกำไรของผู้ประกอบการท่องเที่ยว และของนักท่องเที่ยว กำไรของธุรกิจการท่องเที่ยว คือ เงิน และการสร้างความประทับใจ ส่วนกำไรของนักท่องเที่ยว คือความพอใจ ซึ่งหมายถึงการเดินทางกลับมาเยือนอีกนั่นเอง

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวหมายถึง ธุรกิจ และบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวซึ่งได้แก่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2542: 3)

1. การคมนาคมขนส่ง
2. ที่พัก
3. ร้านอาหารและภัตตาคาร
4. บริการนำเที่ยว

5. สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา รวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวในลักษณะของพิธีงานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต และวัฒนธรรม

6. ร้านขายของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง

7. ความปลอดภัย

8. การเผยแพร่และโฆษณา

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว บริการการท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยว แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อยๆที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกันความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษาซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรง และจากการบริการที่เกี่ยวข้องโดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ใช้อย่างไม่มีวันหมดเพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอกโดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใดๆ หรืออาจมีการชดเชยได้อยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้น การใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมักมีการแปรรูปทรัพยากรและอาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสีย หรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบย่อยต่างๆ รวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่นๆ เช่น ระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม เป็นต้น อาจมีผลกระทบมาสู่ระบบท่องเที่ยวด้วย ดังนั้นการท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการบริหารที่ดีเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบผลความสำเร็จ นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐานเศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย เป็นต้น

1. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว ซึ่งได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงถึง

ความงดงามในรูปแบบต่างๆของภูมิประเทศ แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว

สำหรับประเทศไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยบริษัทหรือหน่วยงานที่ปรึกษาต่างๆ มักแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานการท่องเที่ยว ประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยวแต่เป็นการบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย ในประเทศไทยโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้คำจำกัดความที่เกี่ยวข้องบางส่วน ดังนี้

3.1 ผู้มาเยือน (Visitors) คือผู้ที่จากถิ่นพำนักของตนเอง เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง อาจพักค้างแรมหรือไม่ก็ได้ (เป็นผลรวมของนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว)

3.2 นักท่องเที่ยว (Tourist) คือผู้เดินทางมายังพื้นที่หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่เป็นการไปทำงานประจำ การศึกษา และไม่ใช่คนที่ต้องถิ่นที่มีภูมิลำเนา หรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ในพื้นที่นั้น ผู้เดินทางนี้จะต้องพักค้างแรมอย่างน้อย 1 คืน (แต่ไม่เกิน 90 วัน) วัตถุประสงค์ในการเดินทางอาจเพื่อใช้เวลาว่าง (การนันทนาการ การพักผ่อนวันหยุด การรักษา

สุขภาพ การศึกษาเรียนรู้ การศาสนาและการกีฬา) ธุรกิจ เยี่ยมญาติ การปฏิบัติหน้าที่และการประชุม เป็นต้น

3.3 นักทัศนจร(Excursionist) คือ ผู้เดินทางที่ไม่ได้พักค้างคืนการท่องเที่ยวภายในประเทศ คือการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศจากจังหวัดหนึ่งไปอีกจังหวัดหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษา และต้องไม่ใช่คนที่ต้องถิ่นที่มีภูมิลำเนา หรือทำงานประจำ หรือการศึกษาอยู่จังหวัดที่เดินทางไป

3.4 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Tourist Consumption Expenditures) คือค่าใช้จ่ายสำหรับสินค้าและบริการ ที่จ่ายโดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศระหว่างการพำนักอยู่ในประเทศไทย ไม่รวมค่าโดยสารระหว่างประเทศ

3.5 รายได้จากการท่องเที่ยว (Tourism Revenues) คือรายได้ที่ประเทศไทยได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อม ในรูปของเงินตราต่างประเทศ ที่นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศจ่ายเป็นค่าสินค้าและบริการ ไม่รวมค่าโดยสารระหว่างประเทศ

คุณลักษณะของการท่องเที่ยว

จะเห็นได้ว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสูงขึ้นในการทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศและชุมชนท้องถิ่นมีส่วนช่วยแก้ปัญหาดุลการค้า และดุลการชำระเงินของประเทศ จึงถือกันว่าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าส่งออกกำบังหรือมองไม่เห็น(Invisible Export) ที่มีลักษณะแตกต่างจากสินค้าส่งออกอื่นๆดังต่อไปนี้ คือ(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543: 71-72)

1. ผู้ซื้อสินค้า (นักท่องเที่ยว) จะต้องเดินทางไปเยือนประเทศผู้ส่งออก (ไปแหล่งท่องเที่ยว) เพื่อซื้อสินค้า (เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว) เอง
2. ผู้ส่งออกสินค้า (ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยว)ไม่ต้องบวกค่าขนส่งในตัวสินค้าหรือบริการไปกับการท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวไม่ใช่อุตสาหกรรมเพียงประเภทเดียว แต่เป็นอุตสาหกรรมหลากหลายประเภทที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างกว้างขวาง เช่น อุตสาหกรรมขนส่ง อุตสาหกรรมที่พักแรม อุตสาหกรรมอาหารเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมนำเที่ยว อุตสาหกรรมจำหน่ายสินค้าที่ระลึก อุตสาหกรรมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อุตสาหกรรมบริการอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวทางอ้อม เป็นต้น

4. อุปสงค์ของการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงมูลค่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และรายได้ไปตามฤดูกาลท่องเที่ยว

5. ผลกระทบทางการท่องเที่ยวมิได้ถูกกระทบจากธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมากเท่ากับคุณลักษณะของผู้ซื้อ (นักท่องเที่ยว)

6. นักท่องเที่ยวสามารถซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในราคาต่ำ หรือในราคาปกติภายใต้ซึ่งชุมชนท้องถิ่นไม่สามารถซื้อได้

7. การท่องเที่ยวมีต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับสภาพสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมซึ่งอุตสาหกรรมส่งออกสินค้าอื่นไม่มี

8. การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของบุคคลไปท่องเที่ยวในที่แห่งหนึ่งแห่งใด เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และสร้างความพึงพอใจให้กับตนเอง ซึ่งการท่องเที่ยวต้องอาศัยสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการต่างๆ เช่น ที่พัก อาหาร สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ เป็นต้น จึงทำให้เกิดธุรกิจจากการท่องเที่ยวขึ้น เป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชนและท้องถิ่น

ปัจจุบันการท่องเที่ยว จึงมีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตการเติบโต และการพัฒนาของประเทศ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงต้องมีการดำเนินการจัดระบบการจัดการ การวางแผน การกำหนดนโยบาย และการสร้างกลยุทธ์ที่ดี เพื่อให้การท่องเที่ยวของไทยพัฒนาไปสู่ความยั่งยืน

การท่องเที่ยวยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของชนรุ่นหลัง มีการจัดการเพื่อความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคมและความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่ยังคงสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2540)

แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

แนวความคิดและวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการท่องเที่ยว ก็เพื่อให้ผู้ศึกษามีความเข้าใจอันเป็นพื้นฐานว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) คืออะไร ครอบคลุมเนื้อหาอะไรบ้าง และหน่วยงานใดจะเป็นผู้ทำการส่งเสริมการท่องเที่ยว และใครคือลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายโดยปกติแล้วหน่วยงานที่จะเป็นผู้ส่งเสริมการท่องเที่ยวมักจะเป็นหน่วยงานที่เป็นองค์กร ทางธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจการจัดนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในส่วนที่ตนรับผิดชอบสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ขณะเดียวกันการส่งเสริมการท่องเที่ยวอาจจะกระทำโดยองค์กรการท่องเที่ยวต่างๆ ของรัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มุ่งไปยังลูกค้า คือผู้ที่จะเป็นนักท่องเที่ยวในประเทศที่เป็นลูกค้าเป้าหมาย และนอกเหนือจากนี้ก็จะมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างผู้ประกอบการทางท่องเที่ยวด้วยกันเอง เช่นจากผู้ผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยว (Principal) เช่น ทัวร์เหมาจ่าย (Package tour) ไปยังตัวแทนจำหน่าย (Travel agent) ซึ่งมักจะรู้จักกันดีในหมู่นักวิชาการทางการท่องเที่ยวว่าเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่าง Tour operator ไปยัง Travel agent

นักท่องเที่ยว(Potential tourist) ควรมีลักษณะอย่างไร

ในแง่ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว จะมุ่งเน้นไปที่ผู้ที่จะเป็นนักท่องเที่ยวผู้มีอำนาจการซื้อการท่องเที่ยวได้ ซึ่งอาจจะเป็นผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมาแล้ว มีความสนใจในการท่องเที่ยวและการบริการทางการท่องเที่ยว และเป็นกลุ่มบุคคล หรือบุคคลที่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเข้าถึงได้โดยวิธีใดวิธีหนึ่ง

ดังนั้น ประเด็นหลักข้างต้นจึงอยู่ที่การมุ่งเน้นในสิ่งต่อไปนี้

1. ผู้มีอำนาจการซื้อ
2. ผู้ที่สนใจการท่องเที่ยว
3. ผู้ที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมาก่อนหรือไม่ก็ได้
4. ผู้ที่สนใจการบริการการท่องเที่ยว และอยากใช้บริการ เช่น การสอบถามข้อมูลต่างจากตัวแทนจำหน่าย การค้นหาแหล่งท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต
5. เป็นผู้ที่การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายเข้าถึงได้ เช่น การโฆษณาโรงแรมผ่านอินเทอร์เน็ต

ลักษณะดังกล่าวข้างต้นจะเป็นบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีแนวโน้มว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวในอนาคต ซึ่งนักการตลาดจะวางแผนการส่งเสริมการขายกับกลุ่มนี้โดยเฉพาะ

ความหมายของการส่งเสริมการท่องเที่ยว

คำว่า “Promotion” หรือ “การส่งเสริม” มักจะเข้าใจกันว่าเป็น “Sales Promotion” หรือ “การส่งเสริมการขาย” เสมอ ตามที่ธุรกิจห้างร้านต่างๆ จะติดใช้คำว่าระยะลด และ แจก แคม ดังนั้นการส่งเสริม ก็คือ การทำให้ผู้ที่กำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นนักท่องเที่ยว โดยผ่านกระบวนการสื่อสาร ซึ่งเริ่มต้นด้วยการทำให้ผู้ที่กำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวรู้จักสินค้าทางการท่องเที่ยว มีการจูงใจและสร้างอิทธิพลให้ “ผู้ที่กำลังจะซื้อ” เปลี่ยนเป็น “ซื้อ” ในที่สุด นั่นคือเปลี่ยนสถานะจากกำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยว คือกำลังจะเดินทางกลายเป็นได้เดินทาง

การส่งเสริมจะมีเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริม โดยจะรวมเรียกว่าส่วนผสมของการส่งเสริม (Promotion mix) ซึ่งประกอบด้วย

1. การโฆษณา (Advertising)
2. การขายโดยพนักงานขาย (Personal selling)
3. การส่งเสริมการขาย (Sales promotion)
4. การประชาสัมพันธ์ (Public relation)

ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยว ก็คือการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ที่จะเป็นนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่กำลังจะซื้อให้เป็นการซื้อ หรือเป็นนักท่องเที่ยวโดยผ่านกระบวนการสื่อสารผู้ที่จะเป็นนักท่องเที่ยว คือผู้ที่มีอำนาจในการซื้อ สนใจการท่องเที่ยว จะเคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมาก่อนหรือไม่ก็ได้ และเครื่องมือของการส่งเสริมเข้าถึงได้โดยผ่านสื่อประเภทใดประเภทหนึ่ง สำหรับเครื่องมือของการส่งเสริมนั้นประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ (การส่งเสริมการท่องเที่ยว, ทักษิณา, 2545: 2-4)

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourist Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจด้านที่พักและอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจการค้างของของที่ระลึก ธุรกิจเหล่านี้จะขายบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง และยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น การผลิตสินค้าเกษตรกรรม การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น

การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออก เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้าคือบริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็จะต้องมีการลงทุนโดยผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศ และจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียด พร้อมๆ กับการได้รับความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2533: 19)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เมื่อได้รับการส่งเสริมและพัฒนาถึงระดับหนึ่งแล้วอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดผลดีแก่เศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก แต่ในขณะเดียวกันอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ก็ได้ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อเจ้าของประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ อย่างมากเช่นเดียวกันต่อ ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสภาวะแวดล้อม โดยผลกระทบจะเกิดขึ้นมากน้อยหรือรุนแรงเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับกิจกรรมหรือพฤติกรรมของ

นักท่องเที่ยว ความแตกต่างทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมระหว่างประเทศ เจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน หรือนักท่องเที่ยว ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวที่ขานี้ ๆ และความรวดเร็วของการพัฒนาการท่องเที่ยว นอกจากนี้การท่องเที่ยวย่อมจะก่อให้เกิดการลงทุน หรือมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น ผู้วางแผนจะต้องพิจารณาว่าประโยชน์ หรือผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับนั้นคุ้มกันหรือไม่เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไปในความเป็นจริงต้องการวัดผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรม และสภาวะแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ศึกษาได้ยาก และในยุคปัจจุบันนี้สังคม หรือประชาชนควรคำนึงถึงในเรื่องของผลกระทบที่ตามมา ดังนั้นผู้วางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องสนใจเป็นพิเศษ (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, วินิจ, 2532: 60-67)

ในปัจจุบันด้วยคุณประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ประเทศต่างๆ ในโลกเล็งเห็น รัฐบาลและประเทศอื่นๆ จึงมีความสนใจ และกระตือรือร้นในการปรับปรุง ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ให้มีความประทับใจมากที่สุด เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงทำให้การเดินทางท่องเที่ยวขยายตัวอย่างมาก ซึ่งก่อให้เกิดความสำคัญต่อประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรมและการเมืองตลอดจนความสำคัญกับต่างประเทศ รัฐบาลจึงจำเป็นต้องยื่นมือเข้าควบคุมและวางนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว เพราะการขยายตัวของการเดินทางท่องเที่ยวมีผลให้ธุรกิจเอกชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมากขึ้น และก่อให้เกิดปัญหาด้านการประสานงาน และความขัดแย้งทางด้านผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน จึงทำให้เกิดผลเสียต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนรวม และรัฐบาลจะรับผิดชอบด้านการเผยแพร่ส่งเสริมการท่องเที่ยว การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว อันได้แก่การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ตลอดจนบริหารสาธารณสุขโลก เป็นต้น โดยต้องอาศัยความรู้ทางด้านวิชาการ และงบประมาณการเงินเป็นจำนวนมากในการวางแผน และพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้ และผลประโยชน์ที่ได้ก็เป็นผลประโยชน์โดยส่วนรวมในทางอ้อมเป็นระยะเวลานาน ย่อมเป็นการเหลือวิสัยที่ภาคธุรกิจเอกชนจำสามารถทำเองได้ จึงต้องพึ่งรัฐบาลหรือให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการดำเนินงาน นอกจากนี้การพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างสมดุลย์ได้สัดส่วนกับความสำคัญที่มีต่อประเทศชาตินั้น ต้องอาศัยการวางแผนและระเบียบทางกฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพของรัฐบาลด้วย

ฉะนั้นรัฐบาลจึงมีบทบาทสำคัญ และมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้านการประสานงาน การวางแผน การออกพระราชบัญญัติและกฤษฎีกาต่างๆ รวมทั้งในการกระตุ้นธุรกิจภาคเอกชน ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546)

1. การกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชาติ
2. การพัฒนาสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และสร้างสรรสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่
3. การควบคุมมาตรฐาน และจัดระเบียบธุรกิจท่องเที่ยวของภาคเอกชน
4. การอนุรักษ์ธรรมชาติ และส่งเสริมสมบัติทางวัฒนธรรม
5. การอำนวยความสะดวกในเรื่องการตรวจการเข้าเมืองและการให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว
6. การเผยแพร่โฆษณาและส่งเสริม
7. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสวัสดิการสังคม และเยาวชน
8. การวิจัย และรวบรวมสถิติทางการท่องเที่ยว
9. การเข้าร่วมในสหพันธ์หรือสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวนานาชาติ
10. การส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการลงทุนในกรณีจำเป็น
11. การฝึกอบรมวิชาชีพทางการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ
12. การประสานงานกับหน่วยราชการต่างๆ และภาคเอกชน

กลยุทธ์การดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี 2548

แผนการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี 2548 โดยมีแผนการดำเนินงาน 9 กลยุทธ์ ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547)

1. การสร้างค่านิยมให้คนไทยมีความภาคภูมิใจในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ เช่น โฆษณา ทางสื่อต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์อย่างถูกวิธี จัดประชุมและสัมมนา โครงการณรงค์ต่าง ๆ การกระตุ้นให้คนไทยใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว เป็นต้น

2. เพิ่มความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น พัฒนา หรือปรับปรุงการเตรียมสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของคนไทยในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย การให้ข่าวสารแบบ One Stop Service ควบคู่กับการใช้ช่องทางสื่อที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การจัดดนตรี กีฬา การจัดงานตลาดนัดการท่องเที่ยว นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ

3. การกระจายฤดูกาลการท่องเที่ยว เช่น สนับสนุนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกภูมิภาคตลอดทั้งปี ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่มีข้อจำกัดด้านฤดูกาล เน้นการตลาดโดยจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวนอกฤดูกาลเป็นกรณีพิเศษ

4. การขยายฐานการตลาดการท่องเที่ยวโดยการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ ในเชิงรุก เช่น กลุ่มเยาวชน ครอบครัว

5. การเพิ่มค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมการเจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีรายได้สูง การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลัก ร่วมมือกับภาคเอกชนจัดงาน

6. การเพิ่มจำนวนวันพักนักท่องเที่ยว เช่น นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวตามความสนใจเฉพาะ ส่งเสริมภาครัฐ และเอกชนในท้องถิ่นจัดกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว

7. การกระจายพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเมืองชายแดนเชื่อมประเทศเพื่อนบ้าน ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาค.

8. การส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นกรณีพิเศษ เช่น ผลักดันหรือชี้แนะให้รัฐบาล หน่วยงานราชการ เอกชนในพื้นที่ สร้างแหล่งท่องเที่ยว เน้นการตลาดเชื่อมโยงภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับกลุ่มอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง และเชื่อมโยง 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

9. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น ผลักดัน ส่งเสริมสนับสนุน ให้ภาคเอกชนรวมกลุ่มในรูปแบบต่างๆ อย่างเข้มแข็ง ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ องค์กรภาคเอกชนในพื้นที่

แผนพัฒนาเพื่อการส่งเสริมโครงการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยว (พ.ศ. 2547-2550)

แผนส่งเสริมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 6 แผนงาน ดังนี้(ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546: 8)

1. แผนพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว
2. แผนเตรียมชุมชนบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว
3. แผนพัฒนาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านท่องเที่ยว
4. แผนการเปิดประเทศเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว
5. แผนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่นการก่อสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว
6. แผนการพัฒนา อนุรักษ์ และฟื้นฟูสภาพแวดล้อมบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสู่ทางการลงทุนด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนเอกชนในจังหวัดต่างๆ ของประเทศไทยในอันที่จะส่งเสริมสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง

2. เพื่อศึกษาสู่ทางการลงทุนในธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่สมควรจะเข้าไป ลงทุนในประเทศลาว เวียดนาม กัมพูชา พม่า และจีน(มณฑลยูนนาน) ตลอดจนแนวทางการเข้าไปทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในประเทศดังกล่าว เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเข้าไปลงทุนชาวไทย และเพื่อนำข้อมูลจากการศึกษา มาจัดทำคู่มือแนวทางการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวในแต่ละประเทศนำไปแจกจ่ายยังภาคเอกชนที่สนใจ

3. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนวในการกำหนดแนวทางความร่วมมือระหว่างภาครัฐของแต่ละประเทศในเขต อนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ในการที่จะปรับปรุงสิ่งต่างๆ ให้เอื้อประโยชน์ต่อการส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยว

4. เพื่อศึกษา และวิเคราะห์หาแนวทางการพัฒนาเส้นทางด้านการท่องเที่ยว ของเขตอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง

การตลาดด้านท่องเที่ยว

ตลาด โดยทั่วไปซึ่งรวมถึงตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เรื่องอุปสงค์หรือการเสนอซื้อสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้เกี่ยวข้องจะต้องพิจารณาเพื่อให้สามารถจัดหาสินค้าและบริการมาตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและตรงตามกลุ่มเป้าหมาย (ชยาภรณ์, 2532) โดยที่กระบวนการในการเสาะหาความต้องการของลูกค้าและผลิตสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการนั้น รวมเรียกว่าการตลาดหรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง การตลาด คือการจัดการที่มุ่งเน้นไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยการวิจัยตลาด การพยากรณ์ และการคัดเลือกทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่กำลัง อยู่ในความต้องการเพื่อให้ธุรกิจได้รับประโยชน์สูงสุด ในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ จากคำจำกัดความดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าการตลาดมีจุดเน้นที่สำคัญดังต่อไปนี้ คือ (นิคม, 2535)

1. การตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. การทำวิจัยและการพยากรณ์ความสนใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. ความชอบหรือไม่ชอบของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลมากต่อการนำมาประยุกต์ใช้ ในการกำหนดนโยบายของธุรกิจการท่องเที่ยว

ทั้งนี้นักท่องเที่ยวแต่ละประเภทมีความต้องการแตกต่างกันออกไป ดังนั้นในฐานะของนักการตลาดจะต้องแยกประเภทของนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มต่างๆ ตามลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยว เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ทั้งนี้การแบ่งประเภทนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มต่างๆ นี้ เรียกว่า การแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด

ฉลองศรี (2542: 48) กล่าวว่า การแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด คือการการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตาม ลักษณะความต้องการ ความสนใจ และตามลักษณะที่คล้ายคลึงกัน นักท่องเที่ยวออกเป็นตลาดย่อย เพื่อกำหนดเป็นตลาดเป้าหมายแล้ววางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ และใช้วิธีการ หรือกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ และเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ในการแบ่งส่วนทางการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตั้งอยู่บนสมมติฐานที่สำคัญ 4 ประการ ดังต่อไปนี้คือ

1. ตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยเฉพาะเกี่ยวกับการพักผ่อนหย่อนใจสามารถ แบ่งออกเป็นกลุ่มคนคนที่มีความชอบคล้ายคลึงกันได้
2. นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดียวกันมีลักษณะบางอย่างที่เหมือน หรือคล้ายคลึงกัน
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งประเภทใดย่อมจะเหมาะสมที่สุด สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ไม่ใช่จะเป็นที่พอใจของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม
4. ธุรกิจหรือนักท่องเที่ยวสามารถพัฒนา หรือเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวบางประเภทขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อไปชมน้ำตก ภูเขา ทิวทัศน์ จะเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบการผจญภัย และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว ในกลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น

นอกจากนี้ การแบ่งส่วนตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถใช้เกณฑ์หลายเกณฑ์ ในการแบ่ง ซึ่งแต่ละเกณฑ์สามารถบ่งบอกคุณลักษณะบางประการของนักท่องเที่ยวได้ โดยทั่วไป เกณฑ์ หรือแนวความคิดที่นำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาด มีดังต่อไปนี้

1. การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะภูมิศาสตร์ (Geographic segmentation) คือการแบ่งกลุ่ม นักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักโดยจำแนกนักท่องเที่ยวตามที่มา คือ ประเทศ ภูมิภาค รัฐ จังหวัดหรือเมือง เป็นต้น
2. การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะเศรษฐกิจสังคมและประชากรศาสตร์ (Socio-Economic and Demographic segmentation) เป็นการแบ่งส่วนตลาดตามอายุ เพศ รายได้ สถานะ สถานภาพ สมรส ขนาดครอบครัว อาชีพ การศึกษา เชื้อชาติ ระดับชั้นทางสังคม โดยเฉพาะข้อมูลด้านอายุ การศึกษา รายได้ มักเป็นดัชนีชี้วัดความโน้มเอียงในการเดินทางท่องเที่ยว ของบุคคล
3. การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะจิตวิทยา (Psychographic Segmentation) คือการ แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามลักษณะที่แตกต่างกันทางจิตวิทยา ได้แก่ ความสนใจ ทัศนคติ ค่านิยม ความชอบ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละกลุ่ม แรงจูงใจ บุคลิกภาพ แบบแผนการดำรงชีวิตและ ระดับชั้นทางสังคม เป็นต้น ซึ่งลักษณะต่างๆ เหล่านี้จะบ่งบอกให้ทราบถึงความชอบ ความ

ต้องการ และทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งพลอยศรี (2544) กล่าวว่าสามารถ จำแนกนักท่องเที่ยวในแง่จิตวิทยา ทางการท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประเภท คือ

3.1 นักท่องเที่ยวแบบ midcentric เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่สุด และมักเดินทางมากที่สุด นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมที่จะเดินทางไปยังแหล่งที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับทั่วไป

3.2 นักท่องเที่ยวแบบ allocentric คือผู้ที่ต้องการอิสระ และประสบการณ์แปลกใหม่ ชอบผจญภัย และมักเดินทางแบบสะหาเอง ชอบเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ และยังไม่มีคนไปมักปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมพื้นถิ่น และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมสูง

3.3 นักท่องเที่ยวแบบ psychocentric เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายเหมือนบ้านของตนเองเพราะต้องการความรู้สึกเหมือนอยู่ที่บ้านมักเดินทางแพคเกจทัวร์ที่ทุกอย่างถูกจัดเตรียมไว้แล้ว ไม่นิยมมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมาก และนิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองคุ้นเคย

4. การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ คือการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว ออกตามลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็น

4.1 โอกาสในการซื้อ (purchase occasion) โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางต่างกัน โอกาสในการซื้อแตกต่างกันการสำรวจวัตถุประสงค์ของการเดินทางจะทำให้ทราบถึงโอกาสในการซื้อมากขึ้น อาทิ การจัดบริการด้านเลขานุการสำหรับนักท่องเที่ยวธุรกิจ การจัดบริการเพื่อการพักผ่อน และเล่นกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อน เป็นต้น

4.2 การแสวงหาผลประโยชน์ (benefit source) จากการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากรูปแบบการบริโภคสินค้าของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวเรือสำราญต้องการความสะดวกสบาย และการพักผ่อนอย่างเต็มที่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวแบบรางวัลต้องการการท่องเที่ยวที่เพลิดเพลิน เพื่อตอบแทนการทำงานหนัก เป็นต้น

4.3 การแบ่งส่วนตลาดตามระดับราคาของการบริการ เป็นการแบ่งตลาดตามระดับราคาของการบริโภคซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

4.3.1 ระดับหรูหรา (Deluxe tourism) นักท่องเที่ยวจะบริโภคสินค้าและบริการที่มีลักษณะหรูหรา การเอาใจใส่อย่างมาก มีอำนาจการซื้อสูง ผู้ประกอบธุรกิจสามารถทำกำไรได้มาก

4.3.2 ระดับปานกลาง (Middle class tourism) นักท่องเที่ยวจะบริโภคสินค้าและบริการในลักษณะปานกลาง แต่ต้องตอบสนองความต้องการครบถ้วน ต้องการด้านบริการที่เหมาะสม ผู้ประกอบธุรกิจทำกำไรค่อนข้างมาก

4.3.3 ระดับมวลชน (mass tourism) นักท่องเที่ยวบริโภคสินค้าและบริการแบบเรียบง่ายราคาถูก ไม่ต้องการเอาใจใส่มาก แต่ผู้ประกอบธุรกิจจะทำกำไรได้น้อย

การแบ่งส่วนตลาดตามวิธีการต่างๆ ข้างต้น มีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกันโดยฝ่ายบริหารในธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องใช้ดุลยพินิจในการแบ่งให้เหมาะสม โดยอาจใช้เกณฑ์ใดเกณฑ์หนึ่ง หรือหลายเกณฑ์รวมกันก็ได้ แต่ข้อควรระวัง คือหากการแบ่งส่วนตลาดมีความชัดเจนมากอาจ ทำให้สัดส่วนของกลุ่มเป้าหมาย มีน้อยลงและไม่คุ้มกับการลงทุน นอกจากนี้เมื่อตัดสินใจเกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาดแล้ว ปัจจัยที่จะต้องพิจารณาต่อไป ก็คือโอกาสในการขายซึ่งหมายถึงช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สภาพการแข่งขัน ต้นทุน และการบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

ความหมายของการรับรู้

การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลที่จะเข้าใจสิ่งเร้าหนึ่งที่ปรากฏกับประสาทสัมผัสส่วนใดส่วนหนึ่งการรับรู้เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการ แรงจูงใจ และการกระทำในทางพฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคลที่มีต่อตัวกระตุ้นที่อยู่ภายนอกเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การสื่อสาร ทักษะคิด และความคาดหวังของผู้สื่อสาร เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า

ที่ได้รับเกิดขึ้น โดยไม่รู้ตัว หรือตั้งใจ มักเกิดตามประสบการณ์ และการสั่งสมทางสังคมเป็นกระบวนการที่เรียนรู้ได้

การรับรู้ หมายถึงกระบวนการที่บุคคลใช้เพื่อทำความเข้าใจถึงสิ่งต่างๆ รอบตัวเขาโดยการเลือก การจัดแจง และการแปลความหมายจากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสิ่งแวดล้อม “กระบวนการซึ่งบุคคลเลือกสรรจัดแจง และแปลผลสิ่งเร้าให้มีความหมาย และนำไปสู่ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ในโลก”

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าการรับรู้จะเกี่ยวข้องกับการที่บุคคลรับรู้และรู้จักเลือกข้อมูลข่าวสารเพื่อให้เกิดความต้องการหรือแรงจูงใจและเกิดพฤติกรรมต่างๆ จากการที่การรับรู้เกี่ยวข้องกับการเลือกรับข้อมูลข่าวสาร ก็เพราะว่ามนุษย์มีข้อจำกัดต่อการรับรู้ต่อสิ่งเร้าที่เข้ามายังประสาทสัมผัสในเวลาหนึ่งได้ทั้งหมด ดังนั้น บุคคลจึงเลือกที่จะรับรู้เฉพาะสิ่งเร้าบางประการในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น การเลือกรับข้อมูลข่าวสารขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ความสามารถของบุคคลในปริมาณการรับรู้ และความสนใจที่จะรับรู้ นอกจากนั้นยังขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อมูลข่าวสาร โดยบุคคลจะมีความสนใจ และรับรู้ต่อข้อมูลข่าวสาร ถ้าข้อมูลข่าวสารที่ถูกรับรู้มีลักษณะ ดังต่อไปนี้ 1) มีลักษณะที่แตกต่างกันจากสิ่งเร้าอื่น 2) มีความแปลกใหม่จากสิ่งที่เคยรับรู้มา 3) เป็นสิ่งที่ผู้รับรู้มีความคุ้นเคยอยู่แล้ว 4) มีความหนาแน่น เช่น ร้านอาหารที่มีคนกำลังรับประทานจำนวนมากสะดุดตามากกว่าร้านอาหารที่มีคนบางตา 5) มีการเคลื่อนไหว 6) มีการรับรู้ซ้ำแล้วซ้ำอีก และ 7) ขนาดของสิ่งเร้า ซึ่งเล็กหรือใหญ่เป็นพิเศษกว่าปกติ

การรับรู้จะมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยวที่จะเดินทางไป เช่น นักท่องเที่ยวจะรับรู้ถึงประโยชน์ของการเดินทางไปยังประเทศหนึ่งขณะเดียวกัน ก็อาจรับรู้ถึงข้อจำกัดต่างๆ ของการเดินทางไปในประเทศนั้น ตัวอย่างเช่น การรับรู้เกี่ยวกับระยะทาง ที่เป็นจริง (Real Distance) กับระยะทางตามการรับรู้ (Cognitive Distance) เป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของนักวิชาการ ถ้านักท่องเที่ยวมีความรู้สึกวาระยะทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว หรือประเทศหนึ่งอยู่ไกลกว่าระยะทางจริงก็จะทำให้นักท่องเที่ยวมองระยะการเดินทางไปยังสถานที่นั้น เป็นข้อจำกัด และอาจตัดสินใจไม่เดินทางไปยังสถานที่นั้น การรับรู้ก็จะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมต่างๆ ระหว่างการเดินทาง เช่น พฤติกรรมที่เกี่ยวกับการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่านักท่องเที่ยวรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่นั้นว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทใด นักท่องเที่ยวที่รับรู้ว่าเป็นจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองที่มี

ความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ และศิลปกรรม จะให้ความสำคัญกับการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์หรือพิพิธภัณฑ์ศิลปะ เป็นต้น การรับรู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีบทบาทต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยวหลังจากการเดินทาง เพราะการรับรู้เกี่ยวกับสิ่งที่ได้สัมผัสระหว่างการท่องเที่ยวจะเป็นตัวกำหนดว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ หรือไม่พอใจต่อการเดินทางในครั้งนั้น ถ้านักท่องเที่ยวรับรู้ว่าการเดินทางเป็นไปตามที่คาดหวังเขาจะเกิดความพึงพอใจ และอาจเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่แห่งนั้นอีก และการรับรู้นี้จะส่งผลต่อการปลูกเร้าความต้องการของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ถ้านักท่องเที่ยวมีการรับรู้ หรือเชื่อว่าประเทศไทยเป็นประเทศท่องเที่ยวที่สวยงาม และนำไปเยี่ยมชม นักท่องเที่ยวก็จะเกิดความรู้สึกต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศนั้นการรับรู้เริ่มจากการที่บุคคลหรือนักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องผ่านสื่อประเภทต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ และมีความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ แล้วเกิดพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในครั้งนั้น

สื่อ (Media) เป็นหนทางหรือวิถีทางที่ผู้ส่งสารจะนำข่าวสารไปยังผู้รับสารซึ่งอาจแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ (2543: 56)

1. ช่องทางสื่อมวลชน (Mass Media Channels) เป็นการถ่ายทอดข่าวสาร โดยผ่านสื่อมวลชนทั้งหมดซึ่ง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และนิตยสาร แหล่งข่าวสารอาจเป็นบุคคลเดียวหรือสอง
2. สามคน ที่จะส่งข่าวสารไปยังผู้รับจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเพิ่มพูนความรู้ และแพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติที่บุคคลมีอยู่เดิมได้
3. ช่องทางสื่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Channels) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลเพื่อที่จะถ่ายทอดข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โรเจอร์ส (Rogers, 1978) ได้กล่าวถึงความเปลี่ยนแปลงอันอาจเกิดได้ในกรณีที่เราได้มีการติดต่อกับผู้อื่น เช่น ผู้นำความคิดเห็น ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ฯลฯ การติดต่อกับญาติ เพื่อนฝูง หรือเจ้าหน้าที่ราชการ โรเจอร์ส กล่าวว่า สื่อมวลชนมีความสำคัญในการให้ความรู้แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

4. ช่องทางสื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่สร้างขึ้น หรือซื้อ หรือเช่าโดยองค์กรหนึ่ง เพื่อใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้น โดยเฉพาะสื่อเฉพาะกิจจัดว่าเป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน แต่ได้พัฒนาเนื้อหาเพื่อให้ประโยชน์เป็นเรื่อง ๆ ไป ฉะนั้นสื่อเฉพาะกิจโดยทั่วไปมีกลุ่มประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์เฉพาะแก่กลุ่มประชาชนกลุ่มนั้นๆ การผลิตไม่ยุ่งยาก การนำเสนอเนื้อหาเป็นไปอย่างง่าย ๆ

แนวคิดความรู้ความเข้าใจ

ความหมายความรู้ความเข้าใจ

ในเรื่องความรู้ความเข้าใจ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดเรื่องความรู้ ความเข้าใจ ไว้ดังนี้

โสภณและอรทัย (2516: 31) ให้ความหมายของความรู้ว่าเป็นการรับรู้จำ และเข้าใจในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ เกิดจากประสบการณ์และทัศนคติประกอบขึ้นจากความรู้ต่างๆ ที่เคยได้เรียน มาเกี่ยวกับลักษณะของสิ่งนั้นๆ บวกกับการตีค่าของสิ่งนั้นๆ กับความรู้ที่มีอยู่

ความรู้เป็นศัพท์ทางการศึกษาตามความหมายของพจนานุกรมทางการศึกษาของ Good (1973: 325) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า เป็นประมวลประสบการณ์ต่างๆ ที่บุคคลได้รับจากการศึกษาข้อเท็จจริง ปรากฏการณ์และรายละเอียดต่างๆ โดยผ่านการรวบรวมและสะสมไว้เพื่อสำหรับนำไปใช้ประโยชน์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ความรู้ คือความสามารถในด้านสติปัญญา และทักษะต่างๆ ที่เกิดจากการเรียนรู้นั่นเอง

ความรู้มีความสำคัญที่ก่อให้เกิดความเข้าใจ เกิดแรงจูงใจที่จะปฏิบัติพฤติกรรม และเกิดความสามารถในการที่จะปฏิบัติพฤติกรรม การมีความรู้ที่ถูกต้อง และเหมาะสมจะทำให้ทราบว่า จะต้องปฏิบัติอย่างไร และต้องสามารถปฏิบัติได้จริง (นฤมล, 2540:26)

Anderson (1980:261-295) ได้กล่าวไว้ว่า ความรู้มี 2 ชนิด คือ

1. Declarative Knowledge หมายถึง ความรู้ที่เกี่ยวกับความจริงต่างๆ ที่เขารู้

2. Procedural Knowledge หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจว่าความจริงต่างๆ เหล่านี้ สามารถนำมาใช้ได้อย่างไร

Bloom (สำนักงานทดสอบการศึกษา, 2521: 13-15) ได้ศึกษา และจำแนกพฤติกรรม ด้านความรู้เป็นลำดับชั้นจากง่ายไปหายากดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) หมายถึง พฤติกรรมที่เกี่ยวกับความรู้ ความจำ และระลึกได้
 2. ความเข้าใจ (Comprehensive) หมายถึง เมื่อได้รับความรู้มาก่อนแล้ว ผู้เรียนจะเกิดความเข้าใจ ซึ่งความหมายจะออกมาในรูปของการแปลความ ตีความและคาดคะเน
 3. การนำไปใช้ (Application) หมายถึง การรู้จักนำวิธีการ ทฤษฎี หลักการ กฎเกณฑ์ต่างๆ นำไปใช้เพื่อแก้ปัญหา โดยการประยุกต์ใช้ได้เหมาะสมกับสถานการณ์ใหม่หรือสถานการณ์จริง
 4. การวิเคราะห์ (Analysis) หมายถึง ความสามารถในการพิจารณาจำแนกข้อมูล หรือเรื่องราว ที่สมบูรณ์ออกเป็นส่วนย่อยๆ ได้ และมองเห็นความสัมพันธ์ของส่วนประกอบต่างๆ เหล่านั้น รวมทั้งมองหลักการที่ส่วนประกอบย่อยนั้น จะมารวมกันแล้วเกิดปัญหา หรือสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง
 5. การสังเคราะห์ (Synthesis) หมายถึง ความสามารถในการรวบรวมข้อมูลที่เป็นส่วนย่อยๆ เข้ามารวมกันเป็นส่วนรวม ที่มีโครงสร้างใหม่ ๆ ซึ่งมีความชัดเจนและมีคุณภาพ
 6. การประเมินค่า (Evaluation) หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับคุณค่าของความคิด วิธีการ แนวทาง และมาตรฐานต่างๆ ถูกนำมาใช้ เพื่อตัดสินประเมินค่าเป็นความสามารถในการวินิจฉัย
- Good (1973: 325) ได้ให้ความหมายว่า ความรู้ หมายถึง มวลประสบการณ์ต่างๆ ที่บุคคลได้รับจากการศึกษาข้อเท็จจริง ปรากฏการณ์และรายละเอียดต่างๆ โดยผ่านการรวบรวม และสะสมไว้เพื่อสำหรับนำไปใช้ประโยชน์

โศภา และอรัท (2516: 31) ได้ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า เป็นการรับรู้ การจำ และ ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ เกิดจากประสบการณ์ และทัศนคติประกอบขึ้น จากความรู้ต่างๆ เกิดจากประสบการณ์และทัศนคติประกอบขึ้นจากความรู้ต่างๆที่เคยได้มาเกี่ยวกับ ลักษณะของสิ่งนั้นๆ บวกกับการตีค่าของสิ่งนั้นๆกับความรู้ที่มีอยู่

ประภาเพ็ญ (2526: 16) ได้ให้ความหมายว่า ความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้นซึ่งผู้ศึกษาเพียงจำ ได้อาจโดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็นได้ยินก็จำได้ เป็นความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมายข้อเท็จจริง ทฤษฎีโครงสร้าง วิธีการแก้ไขปัญหา มาตรฐานเหล่านี้ เป็นต้น

ไพศาล (รัตติกรณ์, 2535: 49) ได้ให้ความหมายว่าความรู้ คือบรรดาข้อเท็จจริง หรือรายละเอียด ของเรื่องราว การกระทำ อันเป็นประสบการณ์ของบุคคลซึ่งสะสมและถ่ายทอดสืบต่อไป ความจำ คือความสามารถของบุคคลในการเก็บรักษาไว้ ซึ่งความรู้หรือประสบการณ์ต่างๆ ที่เคยพบเห็นมา

คุณฉวีวรรณ (2531: 9) ให้ความหมายของความรู้ว่า หมายถึง ความสามารถในการคิดเข้าใจ นำไปประยุกต์ใช้ วิเคราะห์ สังเคราะห์ รู้แบบแผนโครงสร้างและทฤษฎีในสิ่งที่ได้ศึกษามา

สุภาพ (2539: 33-55) กล่าวว่า ความรู้ คือความสามารถในการจำ การทวนความจำ ความทรงจำ การจัดกลุ่ม ตัดสินวิเคราะห์ รู้แบบแผนโครงสร้างและทฤษฎีในสิ่งที่ได้ศึกษามา

จากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า เป็นการรวบรวมสิ่ง ที่เป็นข้อเท็จจริง หรือรายละเอียดของเรื่องราว การกระทำอันเป็นประสบการณ์ต่างๆ ที่บุคคลได้รับ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินค่าเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

ความหมายความคิดเห็น

ความหมายนิยามของความคิดเห็น มีผู้ให้ความหมายไว้จำนวนมาก ดังนี้

ทวี (2520: 4) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออก ซึ่งความรู้สึที่อยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง และทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นบุคคล กลุ่มบุคคลหรือสถานการณ์ เป็นต้นความคิดเห็นอาจจะเป็นไปในทางเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับสิ่งนั้นก็ได

กฤษณี (2531: 38) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออก ด้านความรู้สึที่ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นความรู้สึที่เชื่อถือที่ไม่อยู่บนความแน่นอน หรือความจริงแต่ขึ้นอยู่กับจิตใจบุคคลจะแสดงออกได้ง่าย โดยการแสดงเหตุผลสนับสนุน หรือปกป้องความคิดนั้น ความคิดเห็นบางอย่างเป็นผลของแปลความหมายของข้อเท็จจริง ซึ่งขึ้นอยู่กับคุณสมบัติประจำตัวของแต่ละบุคคล เช่น ด้านความรู้ ประสบการณ์ในการทำงาน สภาพแวดล้อม ฯลฯ และมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบการแสดงออกความคิดเห็นนี้อาจได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นๆ ก็ได้

จำรอง (2534: 2) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นว่าเป็นความรู้สึที่ของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในลักษณะที่ไม่ลึกซึ้ง ซึ่งเหมือนทัศนคติความคิดเห็นนั้นอาจจะกล่าวได้ว่า เป็นการแสดงออกของทัศนคติก็ได้ สังกะและวัดได้จากคน แต่มีส่วนที่แตกต่างไปจากทัศนคติตรงที่ทัศนคตินั้น เจ้าตัวอาจจะตระหนักหรือไม่ตระหนักก็ได้

John w. Best (ศรีสมบุรณ์, 2538: 47) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแปลความหมายหรือการลงความเห็นที่เกิดจากข้อเท็จจริง ซึ่งแต่ละบุคคลคิดว่าถูกต้องแต่คนอื่นๆ อาจไม่เห็นด้วยก็ได้ ความเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือที่เรียกว่าการสำรวจประชามติ (Polling) จึงอาจกล่าวได้ว่า การหยั่งประชามติเป็นเครื่องมือสำคัญทางวิชาการ ที่ใช้ศึกษาและสำรวจการแสดงออกทางความคิดเห็นในปัจจุบัน

หลวงวิเชียรแพทยาคม (อุดม, 2541: 5) กล่าวว่าความคิดเห็นกับทัศนคติ มักจะถูกใช้ สลับกันเสมอ ทัศนคติจะหมายถึง ความพยายามที่จะทำ (Intention to Act) ซึ่งจะเกี่ยวข้องอย่างมาก กับอุปนิสัยและพฤติกรรม ส่วนความคิดเห็นเป็นเพียงคำพูดและเครื่องหมาย แต่ทุกคราวที่พูดถึง การทดสอบทัศนคติ มักจะเลยถึงความคิดเห็นด้วย

ศรีสมบูรณ์ (สุกัญญา, 2541: 21) สรุปเกี่ยวกับความคิดเห็นว่า เป็นการแสดงออกทาง ความรู้สึกหรือความเชื่อมั่นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ซึ่งอาจเกิดจากการ ประเมินผลสิ่งนั้น โดยมีอารมณ์ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมในขณะนั้นเป็นพื้นฐานการ แสดงออก ซึ่งอาจจะถูกต้องหรือไม่ก็ได้ อาจจะได้รับยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้ ความ คิดเห็นนี้อาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา การแสดงความคิดเห็นอาจทำได้ด้วยคำพูดหรือการเขียน ก็ได้

กาญจนา (2521: 29) กล่าวว่า ความคิดเห็น หมายถึง ทรรศนะ การพิจารณาตัดสินใจหรือ การประเมินใจเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ความคิดเห็นนี้จะมีความแข็งแกร่ง มากกว่าความประทับใจ ความคิดเห็นจึงเป็นความรู้สึกในใจ และถ้าความคิดเห็นถูกยึดถืออย่าง มั่นคง ก็จะกลายเป็นความเชื่อมั่น สรุปจากแนวความคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นสามารถประมวลได้ว่า ความคิดเห็น เป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัยพื้น ความรู้ ประสบการณ์และสถานภาพแวดล้อมเป็นเครื่องช่วยในการตัดสินใจประเมินค่าเรื่องใดเรื่อง หนึ่งในแต่ละคน ซึ่งอาจจะมีความคิดเห็นแตกต่างกันไป

สาวิตรี (2529: 23) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของบุคคลในอันที่จะพิจารณา ถึงข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเป็นการประเมินอย่างใดอย่างหนึ่งจากสถานการณ์สิ่งแวดล้อม ต่างๆ หรือการตอบสนองสิ่งเร้าที่ได้รับอิทธิพลมาจากความโน้มเอียง

ประภาเพ็ญ (2520: 19) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแปลความหมายหรือการลงความเห็น ที่เกิดจากความจริง ซึ่งแต่ละบุคคลเห็นว่าถูกต้อง แต่คนอื่นๆ อาจจะไม่เห็นด้วยและความคิดเห็น เป็นการแสดงออกของทัศนคติอย่างหนึ่ง แต่การแสดงความคิดเห็นมักจะมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ และเป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกิริยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อสถานการณ์ภายนอก

กาญจนา และนิตยา (2528: 30) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติเราไม่สามารถแยกความคิดเห็นและทัศนคติออกจากกันได้ เพราะความคิดเห็นมีลักษณะคล้ายกับทัศนคติ แต่ความคิดเห็นต่างกับทัศนคติตรงที่ทัศนคติเป็นความพร้อมทางจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะแสดงออกมาได้ทั้งคำพูด และการกระทำ ทัศนคติไม่เหมือนกับความคิดเห็นตรงที่ความคิดเห็นไม่ใช่สิ่งเร้าที่จะแสดงออกมาได้อย่างเปิดเผย หรือตอบสนองอย่างตรง และลักษณะของความคิดเห็นไม่ลึกซึ้งเหมือนทัศนคติ

จากแนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความคิดเห็น คือการแสดงออกของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยเฉพาะ ด้วยการพูด หรือการเขียน ซึ่งในการแสดงออกนี้อาจจะต้องอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ และพฤติกรรมระหว่างบุคคลเป็นเครื่องช่วยในการพิจารณา และประเมินค่าก่อนที่จะมีการตัดสินใจแสดงออก ซึ่งการแสดงออกความคิดเห็นนี้อาจจะเป็นไปในทางเห็นด้วย หรือไม่ เห็นด้วย หรือในบางสภาพการณ์ ความคิดเห็นอาจจะอยู่ในลักษณะเห็นด้วยมากหรือเห็นด้วยน้อยก็ได้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น พบว่ามีหลายประการทั้งปัจจัยส่วนบุคคล สภาพแวดล้อม และประสบการณ์ที่ได้รับ สรุปได้ดังนี้ (Oskamp, 1977: 119-133)

1. ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย เป็นปัจจัยด้านพันธุกรรมจะมีผลต่อระดับความก้าวร้าวของบุคคล ซึ่งจะมีผลต่อการศึกษา เจตคติ หรือความคิดเห็นของบุคคลนั้นๆ ได้ แต่มักไม่ค่อยได้รับการกล่าวถึง ส่วนปัจจัยทางด้านร่างกาย เช่น อายุ ความเจ็บป่วย และผลกระทบจากการใช้ยาเสพติด จะมีผลต่อความคิดเห็น และเจตคติของบุคคล ยกตัวอย่าง คนที่มีความคิดอนุรักษ์นิยมมักจะเป็นคนที่มีอายุมาก เป็นต้น

2. ประสบการณ์โดยตรงของบุคคล คือบุคคลได้รับความรู้สึกและความคิดต่างๆ จากประสบการณ์โดยตรงเป็นการกระทำ หรือได้พบเห็นต่อสิ่งต่างๆ โดยตนเองทำให้เกิดจากเจตคติ หรือความคิดเห็นจากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับ เช่น เด็กทารกที่แม่ได้ป้อนน้ำนมอุ่นให้ทาน เขาจะรู้สึกชอบเนื่องจากน้ำนมหวาน เย็น หอมชื่นใจ ทำให้เขามีความรู้สึกต่อน้ำนมที่ได้อาหารเป็นครั้งแรก เป็นประสบการณ์โดยตรงที่เขาได้รับ

3. อิทธิพลจากครอบครัว เป็นปัจจัยที่บุคคลเมื่อเป็นเด็กจะได้รับอิทธิพลจากการอบรมเลี้ยงดูจากพ่อแม่และครอบครัว ทั้งนี้เมื่อตอนเป็นเด็กเล็กๆ จะได้รับการอบรมสั่งสอน ทั้งในความคิดตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย การให้รางวัล และการลงโทษ ซึ่งเด็กจะได้รับจากครอบครัว และจากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับมา

4. ทักษะคิดและความคิดเห็นของกลุ่ม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็น หรือเจตคติของแต่ละบุคคล เนื่องจากบุคคลจะต้องมีสังคม และอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ดังนั้น ความคิดเห็นและเจตคติต่างๆ จะได้รับการถ่ายทอดและมีแรงกดดันจากกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนในโรงเรียน กลุ่มอ้างอิงต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดความคล้อยตามเป็นไปตามกลุ่มได้

5. สื่อมวลชน เป็นสื่อต่างๆ ที่บุคคลได้รับ สื่อต่างๆ เหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ จะมีผลทำให้บุคคลมีความคิดเห็น มีความรู้สึกต่างๆ เป็นไปตามข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อ

ส่วนวิชชัชย (2540: 9) ได้สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดเจตคติ หรือความคิดเห็นไว้ 2 ประการ คือ

1. ประสบการณ์ ความคิดเห็นหรือเจตคติจะเกิดขึ้นในตัวบุคคลจากการได้พบ ค้นเคย หรือได้ยิน ได้ฟัง ได้อ่านหนังสือเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ
2. ระบบค่านิยม เนื่องจากกลุ่มชนแต่ละกลุ่มมีค่านิยมแตกต่างกัน ดังนั้นจึงอาจมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ สวัสดิ์ (2544: 17) ได้สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นไว้ 2 ประการ คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่
 - 1.1 ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย คือเพศ อวัยวะ ความครบถ้วนสมบูรณ์ของอวัยวะต่างๆ คุณภาพของสมอง

1.2 ระดับการศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อการแสดงออก ซึ่งความคิดเห็นและการศึกษาทำให้บุคคลมีความรู้สึกในเรื่องราวต่างๆ มากขึ้น และคนที่มีความรู้มากส่วนใหญ่จะมีความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ อย่างมีเหตุผล

1.3 ความเชื่อ ค่านิยม และเจตคติของบุคคลต่อเรื่องต่างๆ ซึ่งอาจจะได้จากการเรียนรู้กลุ่มบุคคลในสังคม หรือจากการอบรมสั่งสอนของครอบครัว

1.4 ประสบการณ์ เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้มีความรู้ความเข้าใจในหน้าที่และความรับผิดชอบต่องาน ซึ่งจะส่งผลต่อความคิดเห็น

2. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่

2.1 สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลอย่างมาก ต่อความคิดเห็นของกลุ่ม เป็นการได้รับข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ ของแต่ละบุคคล

2.2 กลุ่มและสังคมที่เกี่ยวข้อง มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคล เพราะเมื่อบุคคลอยู่ในกลุ่มใดหรือสังคมใด ก็จะต้องยอมรับและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มหรือสังคมนั้น ซึ่งทำให้บุคคลนั้น มีความคิดเห็นไปตามกลุ่มหรือสังคมที่อยู่

2.3 ข้อเท็จจริงในเรื่องต่างๆ หรือสิ่งต่างๆ ที่บุคคลแต่ละคนได้รับ ทั้งนี้เพราะข้อเท็จจริงที่แต่ละบุคคลได้รับแตกต่างกันจะมีผลต่อการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของบุคคล มีทั้งปัจจัยภายในที่มาจากตัวบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ความเชื่อ ค่านิยม เจตคติของบุคคลต่อเรื่องต่างๆ และประสบการณ์ซึ่งเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ เข้าใจ รับผิดชอบ และปัจจัยภายนอกที่มาจากสิ่งแวดล้อม ได้แก่ สื่อมวลชน กลุ่ม หรือสังคมที่เกี่ยวข้อง และข้อเท็จจริงในเรื่องต่างๆ ที่บุคคลแต่ละคนได้รับ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดมุกดาหาร

การพัฒนาในจังหวัดมุกดาหาร ในด้านเศรษฐกิจมีแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของการพัฒนาจังหวัดอย่างมาก โดยแผนพัฒนาฉบับที่ 7 ด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดให้จังหวัดมุกดาหารเป็นศูนย์กลางสนุนการท่องเที่ยว ตามนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว “ริมฝั่งโขง” และโครงการ “หกเหลี่ยมเศรษฐกิจ” ซึ่งเป็นโครงการร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างไทย-จีน-พม่า-ลาว-เวียดนาม-กัมพูชา จังหวัดมุกดาหารได้อาศัยความได้เปรียบของทำเลที่ตั้ง ซึ่งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขง และติดต่อกับเมืองใหญ่อันดับ 2 ของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คือแขวงสะหวันนะเขต เมืองกันทะบุรี เพื่อเป็นปัจจัยสนับสนุนในการพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในภูมิภาคนี้มากขึ้น

ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาในอนาคตของจังหวัดมุกดาหาร ภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน และศักยภาพของการพัฒนาที่มีอยู่ จึงได้กำหนดภารกิจหลักวัตถุประสงค์ในอนาคต โดยมุ่งเน้นให้จังหวัดมุกดาหาร เป็นศูนย์กลางการพัฒนากฎมณฑลด้านการท่องเที่ยว ศูนย์กลางความเชื่อมโยงในกลุ่มประเทศอินโดจีน และศูนย์การค้าชายแดนกับกลุ่มประเทศอินโดจีนควบคู่ไปกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัด และระหว่างภาคอีสานตอนบนกับภาคอีสานตอนล่างอย่างครบวงจร ดังนี้ (ข้อมูลสำคัญ สำนักงานจังหวัดมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร, 2539: 15)

1. พัฒนาศูนย์กลางคมนาคมเชื่อมโยงกลุ่มประเทศอินโดจีน
2. พัฒนาเป็นศูนย์กลางการศึกษา
3. พัฒนาการประมงน้ำจืด
4. พัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว
5. พัฒนาการค้าชายตามแนวชายแดน
6. พัฒนาอาชีพราษฎร

โครงการจัดทำแผนลงทุนจังหวัดมุกดาหาร เพื่อที่จะชี้แนะประเภทอุตสาหกรรมที่น่าสนใจ รวมทั้งใช้ประกอบการตัดสินใจเบื้องต้นของนักลงทุนภายในและภายนอกจังหวัดมุกดาหาร โดยรัฐบาลจำเป็นต้องสร้างความมั่นใจให้แก่ลงทุนในจังหวัดมุกดาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนงานโครงการด้านการบริการพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคม ตลอดทั้ง “ยุทธศาสตร์การพัฒนา

จังหวัด” ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับโอกาสและคู่ทางการลงทุน ในจังหวัด มุกดาหารต่อไป

วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนลงทุนจังหวัดมุกดาหาร

ในการจัดทำแผนการลงทุนในจังหวัดมุกดาหาร ตามนโยบายกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคนั้น จะเป็นโอกาสความเป็นไปได้และศักยภาพการลงทุน ได้ดังนี้

1. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลโดยทั่วไป ทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคมของจังหวัด อันเป็นพื้นฐานหลักในการจัดทำแผนลงทุนของจังหวัด
2. ศึกษาและเสนอแนะให้เห็นถึงปัญหาอุปสรรค ตลอดจนข้อจำกัดในการลงทุน ของผู้ประกอบการภาคเอกชน อาทิปัญหาอุปสรรคในด้านการขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือและทั่วไป ปัญหาการขาดแคลนสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านวัตถุดิบ ปัญหาการเงิน ปัญหามาตรการส่งเสริมการลงทุน ตลอดจนปัญหาด้านการส่งออก ด้านเงินกู้ เป็นต้น
3. ศึกษาและเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญ ซึ่งมีผลต่อการลงทุน ในจังหวัดมุกดาหาร รวมทั้งเสนอแนะกลยุทธ์ในการลงทุนให้เหมาะสมกับแหล่ง ทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบ แรงงาน และตลาดเป็นสำคัญ
4. ศึกษาและเสนอแนะโครงการพัฒนาบริการพื้นฐานที่จำเป็น และเอื้ออำนวยต่อการ ลงทุนในจังหวัดมุกดาหาร โดยการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐทุกระดับ
5. เพื่อให้แผนลงทุนจังหวัดมุกดาหาร เป็นแนวทางให้นักลงทุนได้ใช้เป็นเครื่องมือในการ ตัดสินใจลงทุนในจังหวัด พร้อมทั้งสถาบันการเงินใช้ประกอบการพิจารณาสนับสนุนโครงการ ที่ เอกชนขอรับการสนับสนุน
6. จัดสัมมนาและนำผลของการสัมมนาระหว่างภาคราชการและเอกชนมาสรุปเป็น ข้อเสนอแนะแนวทางพัฒนาจังหวัดมุกดาหาร พร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นระหว่างผู้เกี่ยวข้องใน

จังหวัด เพื่อให้แผนการลงทุนของจังหวัดมุกดาหารนี้ สามารถนำมาปฏิบัติได้ตามความต้องการของ นักลงทุนอย่างแท้จริง ได้แก่

6.1 บทบาทในฐานะเป็นประตูการค้า และการลงทุนสู่อินโดจีน

6.2 บทบาทในฐานะเป็นฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรม ที่จะเชื่อมโยงสู่กลุ่มประเทศ อินโดจีน และประตูไปยังฝั่งทะเลภาคตะวันออกเฉียงของ ไทย

6.3 บทบาทในฐานะศูนย์กลางการฟื้นฟูบูรณะอินโดจีน ในแง่การเงิน การธนาคาร การบริการด้านวิชาการ การวิจัยและศูนย์กลางการถ่ายทอดเทคโนโลยี

6.4 บทบาทในฐานะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ เชื่อมโยงสู่แหล่ง ท่องเที่ยวระดับโลกของกลุ่มประเทศอินโดจีน เช่น นครวัด นครธมในประเทศกัมพูชา น้ำตกหลี่ผี ในประเทศลาวและเมืองท่องเที่ยวสำคัญๆ ของประเทศเวียดนาม เป็นต้น

กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาในการลงทุนจังหวัดมุกดาหาร

สืบเนื่องจากนโยบายเปิดประเทศของกลุ่มประเทศอินโดจีน ได้แก่ ลาว กัมพูชา เวียดนาม ได้ก่อให้เกิดโอกาสการลงทุนในด้านต่างๆ ต่อนักลงทุนในจังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดใกล้เคียง เป็นอย่างมากและมีแนวโน้มที่จะขยายตัวมากขึ้น โดยเฉพาะการลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศดังกล่าวต้องการเงินตราต่างประเทศไปใช้พัฒนาประเทศ และใช้ประโยชน์จาก ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีสูงนั้นให้เต็มที่ จากโอกาสการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจ ของโลก และสันติภาพในอินโดจีนดังกล่าว จึงมีผลทำให้จังหวัดมุกดาหารจำเป็นต้องกำหนด กลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาของจังหวัดไว้ เพื่อรองรับมิติใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในภูมิภาคแห่งนี้ ซึ่ง กลยุทธ์ และแนวทางสามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ (คณะกรรมการพัฒนาจังหวัดมุกดาหาร การศึกษาและจัดทำแผนลงทุนจังหวัดมุกดาหาร, 2539) ดังนี้

1. กลยุทธ์หลักในการพัฒนา ได้แก่

1.1 กลยุทธ์การพัฒนาสาขาการท่องเที่ยวและบริการ เช่นการพัฒนาเป็นประตูเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศอินโดจีนในด้านการท่องเที่ยว สนับสนุนให้จังหวัดมุกดาหารเป็นสถานที่ตั้ง “สะพานข้ามแม่น้ำโขง แห่งที่ 2” อนุรักษ์สภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว และเอกลักษณ์ความเป็นอยู่ของชนพื้นเมือง และเน้นความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

1.2 กลยุทธ์การพัฒนาสาขาการค้าขายตามแนวชายแดน เช่น สร้างโอกาส การพัฒนาด้านการค้า ชายแดนของจังหวัดมุกดาหารให้เชื่อมโยงกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอินโดจีน เน้นบทบาทจังหวัดมุกดาหารให้เป็นศูนย์กลางค้าชายแดนของภาคอีสานด้านฝั่งแม่น้ำโขงหรือ “หาดใหญ่แห่งอีสาน” และเน้นบทบาทจังหวัดมุกดาหารให้เป็นพื้นที่ “เขตเศรษฐกิจพิเศษ” โดยเชื่อมโยงกับโครงการพัฒนาเศรษฐกิจหลักของประเทศ เช่น โครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก โครงการพัฒนาบริเวณอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนล่าง

1.3 กลยุทธ์การพัฒนาสาขาพัฒนาเมือง เช่น เร่งรัดบริการพื้นฐานที่จำเป็นในเขตเทศบาลเมืองมุกดาหารและรอบนอกเมือง

2. กลยุทธ์รองในการพัฒนา ได้แก่

2.1 กลยุทธ์การพัฒนาในสาขาอุตสาหกรรม

2.2 กลยุทธ์การพัฒนาในสาขาอุตสาหกรรมแปรรูป

2.3 กลยุทธ์การพัฒนาในสาขาเกษตรกรรม

สรุป ยุทธศาสตร์และแผนการพัฒนาจังหวัดมุกดาหาร มีความจำเป็นจะต้องกำหนดยุทธศาสตร์กลยุทธ์ และแนวทางการพัฒนาจังหวัดมุกดาหาร เพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาโดยจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดประจำปี และเป็นแนวทางนโยบายเพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาจังหวัดต่อไป พร้อมทั้งให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้านเศรษฐกิจ และสังคมในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนล่าง โดยมีรายละเอียดของแต่ละกลยุทธ์ และแนวทางการพัฒนาที่เอื้ออำนวยต่อการลงทุนในจังหวัดมุกดาหาร โดยเฉพาะให้จังหวัดมุกดาหารเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ดังนั้นการก่อสร้างสะพานมิตรภาพ แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร จึงเกิดประโยชน์อย่างสูงต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ความรู้เกี่ยวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ความเป็นมา

ไทย-ลาว ได้จัดพิธีเปิดสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 จังหวัดหนองคาย เมื่อวันที่ 8 เมษายน 2537 ซึ่งเป็นสะพานแห่งแรกที่ข้ามแม่น้ำโขงและเชื่อมสายสัมพันธ์แห่งมิตรภาพไทย-ลาว และการลงทุนก่อสร้างไปนับ 1,000 ล้านแต่ปรากฏว่าผลประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ยังไม่คุ้มค่า เนื่องจากขาดการส่งเสริมที่ชัดเจนและการวางแผนที่ดี ทั้งหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้เกิดผลประโยชน์ต่อเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดหนองคาย โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น การก่อสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ที่กำลังลงมือก่อสร้างในปัจจุบันตั้งแต่ปลายเดือนธันวาคม 2546 และจะสิ้นสุดตามสัญญาก่อสร้างในวันที่ 2 ธันวาคม 2549 (ข้อมูลสำนักงานจังหวัดมุกดาหาร, 2539) จะมีผลลัพธ์เช่นเดียวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 จังหวัดหนองคาย ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งที่จังหวัดมุกดาหาร “เป็นประตูสู่อินโดจีน” ตั้งอยู่ในภาคอีสานตอนกลางซึ่งมีอาณาเขตติดต่อหรือใกล้เคียงกับจังหวัดอุบลราชธานี ยโสธร ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ ขอนแก่น สกลนคร และนครพนม ในระยะทางเฉลี่ยประมาณ 100-150 กิโลเมตร ซึ่งเป็นจุดที่เหมาะสมที่จะเป็น “ศูนย์กลางในการกระจายสินค้า” จังหวัดมุกดาหารมีชายแดนติดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คือแขวงสะหวันนะเขต โดยมีแม่น้ำโขงเป็นเส้นแบ่งพรมแดน (ยาวประมาณ 70 กิโลเมตร) ซึ่งแขวงสะหวันนะเขต มีสภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบเหมาะแก่การเพาะปลูก เป็นแหล่งผลิตสินค้าการเกษตรที่ใหญ่ที่สุด และมีประชากรมากที่สุดของประเทศลาว (ประมาณ 700,000 คน) รัฐบาลลาวได้กำหนดให้แขวงสะหวันนะเขต เป็นเขตการค้าเสรีและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มีหัวเมืองที่เป็นศูนย์กลางการค้าขายระหว่างประเทศของลาว และมีความสำคัญรองจากนครเวียงจันทน์ คือเมืองกันทะบุรี (ซึ่งตั้งอยู่ตรงข้ามกับเขตเทศบาลเมืองมุกดาหาร) และเป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางหมายเลข 9 ของกลุ่มประเทศอินโดจีน ซึ่งเชื่อมศูนย์กลางของประเทศเวียดนาม ตลอดไปจนถึงชายทะเลเข้าบรรจบเส้นทางหมายเลขที่ 1 ระยะทางประมาณ 400 กิโลเมตรเศษ โดยมีหัวเมืองที่สำคัญของประเทศเวียดนาม คือเมืองกวางตรี เมืองเว้ (เมืองหลวงเก่า) และเมืองท่าดานัง ซึ่งเป็นท่าเรือที่สำคัญของประเทศเวียดนามที่สามารถรองรับเรือขนาด 2,700 ตัน ได้และในอดีตเส้นทางนี้ คือเส้นทางยุทธศาสตร์ที่สำคัญในสมัยสงครามอินโดจีน แต่ในปัจจุบันได้แปรเปลี่ยนเป็น “เส้นทางเศรษฐกิจที่สำคัญ” สำหรับการค้าขายระหว่างประเทศไทย ลาว เวียดนาม กัมพูชา และประเทศจีนตอนใต้

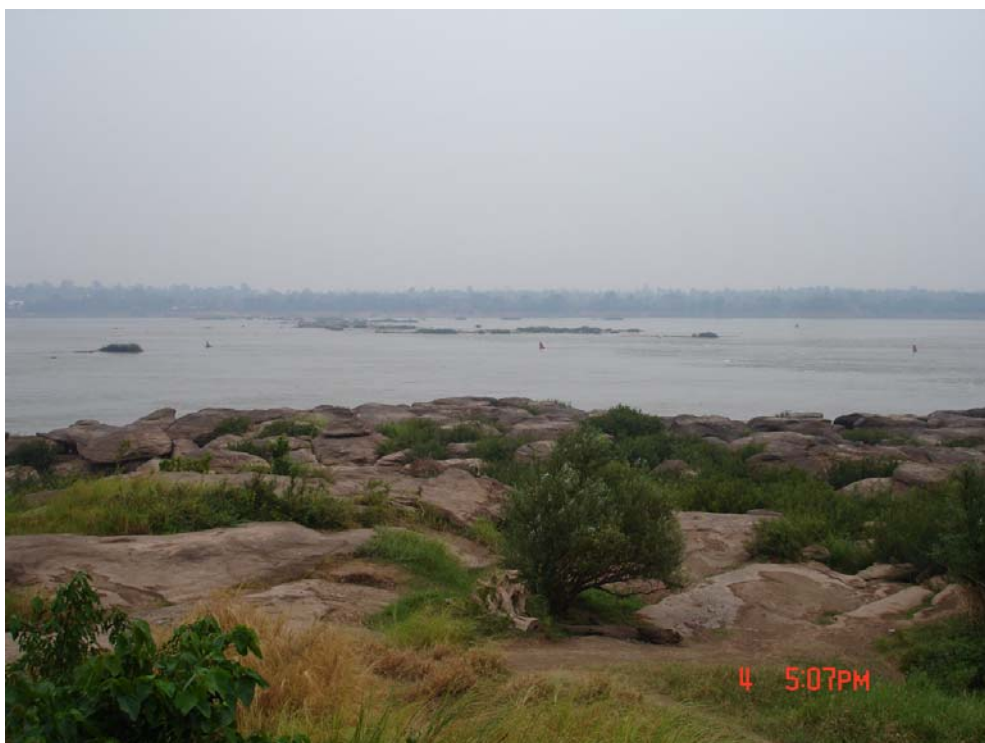
จากสภาพความเหมาะสมทางภูมิประเทศที่ตั้งตามที่กล่าวมาข้างต้นจังหวัดมุกดาหารจึงมีสภาพเป็น “เมืองท่าที่สำคัญของการค้าขายกับกลุ่มประเทศอินโดจีนและประเทศจีนตอนใต้” และเป็นเมืองท่าที่ตั้งอยู่ใกล้กับประเทศคู่ค้ากับกลุ่มประเทศอินโดจีนมากที่สุดซึ่ง รัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญ จึงได้อนุมัติโครงการก่อสร้างทางหลวงหลายแห่งมายังจังหวัดมุกดาหาร รวมทั้งการก่อสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขงที่จังหวัดมุกดาหาร ก็เพื่อเชื่อมต่อเส้นทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย และของกลุ่มประเทศอินโดจีนเข้าด้วยกัน เพื่อเป็นการขจัดอุปสรรคในการขนส่งสินค้าระหว่างกัน และจะทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและย่นระยะเวลาของการขนส่งลงได้ เนื่องจากในปัจจุบันการเดินทางต้องใช้แพ หรือเรือเป็นพาหนะในการขนส่งสินค้าข้ามฝั่งแม่น้ำโขง โดยที่ในฤดูแล้งน้ำในแม่น้ำโขงจะลดระดับลงมา และมีสันดอนเกิดขึ้นเป็นอุปสรรคต่อการเดินเรือไม่สามารถแล่นตรงได้ ต้องเล่นอ้อมสันดอนทำให้เสียเวลา และค่าใช้จ่ายในการขนส่งเพิ่มมากขึ้น สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จะอำนวยความสะดวกอย่างมหาศาลต่อการค้าระหว่างประเทศ และโดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว และจะนำไปสู่การพัฒนาทางการค้า การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ ที่เป็นสากลระหว่างกันมากขึ้น หากมีการใช้งานอย่างเป็นรูปธรรม เพราะความเหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อนานาชาติประเทศ การก่อสร้างสะพานก็จะไม่สูญเปล่าและคุ้มค่าต่อการลงทุน อีกทั้งจังหวัดมุกดาหาร มีศักยภาพพร้อมที่เป็นศูนย์กลางค้าชายแดน ศูนย์กลางการท่องเที่ยว และเมืองท่าที่สำคัญ ปัจจัยเหล่านี้จะช่วยกระตุ้นการส่งเสริมการท่องเที่ยว คณะกรรมการพิจารณากำหนดจุดก่อสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขง คือสะพานมิตรภาพ แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2539 โดยจุดก่อสร้างฝั่งไทยอยู่บริเวณรอยต่อระหว่างบ้านบางทรายทอง ตำบลบางทรายน้อย และบ้านพาลูกา ตำบลชะโนด อำเภอหว้านใหญ่ จังหวัดมุกดาหาร ฝั่งลาวจุดก่อสร้าง อยู่ที่บ้านท่าสะโนน้อย เมืองคันทะบุรี แขวงสะหวันนะเขต โดยให้รัฐบาลทั้งสองฝ่ายดำเนินการและได้ มีการลงมือก่อสร้างเมื่อปลายเดือนธันวาคม 2546 สาเหตุที่ล่าช้าเนื่องจากงบประมาณก่อสร้าง และบางช่วงแม่น้ำโขงจะขึ้นสูง ทำให้การก่อสร้างล่าช้าออกไป ซึ่งในปัจจุบันได้มีการก่อสร้างไปแล้วประมาณ 50 เปอร์เซ็นต์ และเมื่อการก่อสร้างแล้วเสร็จ หากมีการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจังแล้ว จะทำให้ภาพลักษณ์ของจังหวัดมุกดาหาร ในฐานะประตูการค้าอินโดจีน ศูนย์กลางการท่องเที่ยว และเมืองท่าที่สำคัญ ซึ่งจะกลายเป็นจุดขายที่ทำให้สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร เป็นที่รู้จักแพร่หลาย และมีนักท่องเที่ยวแวะเวียนมาที่จังหวัดมุกดาหารเพิ่มมากขึ้นทุกปี และนำไปสู่การลงทุนธุรกิจการค้าในรูปแบบต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจด้านบริการและการท่องเที่ยว ซึ่งขณะนี้ในปัจจุบันมีธุรกิจต่าง ๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร โรงภาพยนตร์ ห้างสรรพสินค้า เกิดขึ้นหลายแห่งในจังหวัดมุกดาหาร(ข้อมูลสำนักงานจังหวัดมุกดาหาร, 2539)

สถานการณ์ในการก่อสร้างและแนวโน้มด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

สภาพเศรษฐกิจโดยรวมและเป้าหมายของจังหวัดมุกดาหาร ในปี พ.ศ.2537 ผลิตภัณฑมวลรวมของจังหวัดมุกดาหารมีมูลค่าประมาณ 5,585 ล้านบาท คิดเป็นรายได้ต่อหัวของประชากรประมาณ 21,018 บาทต่อปี ซึ่งนับว่ายังอยู่ในเกณฑ์ต่ำมาก เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากรทั้งประเทศในปีเดียวกันจำนวน 61,335 บาทต่อปี โดยมีการผลิตที่สำคัญ คือสินค้าการเกษตร เช่น ข้าว มันสำปะหลัง เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันประสบปัญหาในเรื่องราคา และตลาดระบายสินค้า ส่วนอุตสาหกรรมที่มีอยู่ในปัจจุบันก็ยังคงเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับการเกษตร เช่น โรงสีข้าว โรงอัดมันเม็ด เป็นต้น การลงทุนอุตสาหกรรมอื่นๆ ยังมีไม่มากนัก ดังนั้นการก่อสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ซึ่งล่าช้ากว่ากำหนดเดิม เนื่องจากงบประมาณ โดยมาเริ่มลงมือก่อสร้างเมื่อปลายเดือนธันวาคม 2546 และปัจจุบันก่อสร้างไปแล้วประมาณ 50 เปอร์เซ็นต์ และระหว่างการก่อสร้างบางช่วงแม่น้ำโขงจะขึ้นสูง จึงทำให้การก่อสร้างต้องหยุดชะงักชั่วคราวโดยจะแล้วเสร็จตามสัญญาก่อสร้างในต้นเดือนธันวาคม 2549 ซึ่งในระหว่างนี้และอนาคตจังหวัดมุกดาหารจะได้รับผลประโยชน์อย่างมหาศาล จากสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 เพราะจังหวัดมุกดาหารมีศักยภาพในความพร้อมหลาย ๆ ด้าน เพื่อการค้าสู่อินโดจีน โดยเฉพาะการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งจะเห็นได้จากในปัจจุบันได้มีธุรกิจมาลงทุนในด้านการบริการและการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่น โรงแรม ร้านอาหาร โรงภาพยนตร์ เป็นต้น โดยถือเป็นยุทธศาสตร์ตัวนำที่เด่นในระบบเศรษฐกิจของจังหวัดมุกดาหารในปัจจุบัน และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่จะต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นจุดขายสำคัญของจังหวัดมุกดาหารใหม่ เพื่อเสริมสร้างและทดแทนแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายเดิมควบคู่กัน เช่น ภูผาทิพย์ หอแก้ว แก่งกะเบา วัดสองคอน น้ำตกแก่งโพธิ์ ภูหนุ เป็นต้น ตลอดจนการจัดระบบของธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้เป็นสากล เพื่อรองรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ซึ่งหากได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนอย่างจริงจังโดยกำหนดเป็นนโยบายที่จะเร่งส่งเสริมการท่องเที่ยวและการลงทุนด้านต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้การก่อสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 คู่มีค่าอย่างมหาศาล เพราะจะเป็นส่วนสำคัญช่วยให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวและธุรกิจอื่น ๆ เพื่อรองรับการกำหนดให้จังหวัดมุกดาหารเป็น “เขตเศรษฐกิจพิเศษ” โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้เตรียมการวางแผนแม่บทพัฒนาเมืองชายแดน โดยเฉพาะบริเวณท่าช้าง จังหวัดมุกดาหาร เพื่อรองรับการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง 6 ประเทศ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว จังหวัดมุกดาหาร ได้จัดทำแผนให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ได้แก่ การปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดมุกดาหาร ส่งเสริมการลงทุนด้านที่พักนักท่องเที่ยว ร้านอาหาร และอุตสาหกรรมผลิตของที่ระลึก รวมทั้งการปรับปรุงโครงข่ายบริการพื้นฐาน เป็นต้น เพื่อให้เกิดเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป



ภาพที่ 1 การก่อสร้างสะพานมิตรภาพแห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร
ที่มา: ภาพถ่ายบริเวณก่อสร้างสะพานมิตรภาพแห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร



ภาพที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของอำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร ได้แก่ หอแก้ว แก่งกะเบา
ที่มา: ภาพถ่ายแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ หอแก้ว แก่งกะเบา



ภาพที่ 3 ริมน้ำโขง และด่านข้ามแม่น้ำโขง ในปัจจุบัน

ที่มา: ภาพถ่ายริมน้ำโขงและด่านข้ามแม่น้ำโขง อำเภอเมืองมุกดาหาร

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พจนาน (2529) ได้ทำการศึกษาในเรื่องของการจัดการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน และได้กล่าวถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวว่าส่วนใหญ่จะมีลักษณะ ดังนี้

1. เป็นบุคคลที่ให้ความสนใจ ใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม และการให้คุณค่าความเป็นมนุษย์ ซึ่งพร้อมที่จะเรียนรู้ยอมรับและเข้าใจสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างเดินทางท่องเที่ยว
2. นักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวมักไม่ได้คาดหวัง ทางด้านการบริการจากชาวบ้านแบบนักท่องเที่ยว
3. นักท่องเที่ยวจะคาดหวังในเรื่องของการให้ข้อมูล และมนุษย์สัมพันธ์มากกว่าการบริการ

กุลวรา (2541) ได้ศึกษาความต้องการความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแหล่งท่องเที่ยว จำนวนวันที่พัก โรงแรมที่พักและการบริการของบริษัทท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด รองลงมา คือแหล่งจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง และของที่ระลึก โดยมีระยะเวลาท่องเที่ยวประมาณ 5-6 วัน ทั้ง ๆ ที่มีความต้องการใช้เวลาท่องเที่ยวประมาณ 7-8 วัน และพบว่าปัจจัยด้านภูมิหลัง ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการเลือกระดับ และประเภทที่พักแรม และบริษัทนำเที่ยว

ขนิษฐาและสาทิศ (2543) ได้ทำการวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาชุมชนคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในส่วนของนักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ (Special Interest) ซึ่งมีจำนวนไม่มากนักเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดเดียวกัน สิ่งดึงดูดใจที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยว คือความสวยงาม ตามธรรมชาติทั้งในส่วนของอุทยานแห่งชาติเขาหลวง และชุมชนคีรีวงร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่เกิดอุทกภัยปี 2531 วิถีชีวิตวัฒนธรรมที่สั่งสมกันมาจากร้อยปี การประกอบอาชีพ การทำสวน และความผูกพันฉันญาติมิตรของชาวคีรีวงทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าค่าใช้จ่าย ในกิจกรรมการท่องเที่ยว ค่อนข้างสูง การติดต่อประสานงานในเรื่องการท่องเที่ยวค่อนข้างสับสน

และติดต่อได้ยาก การรักษาสภาพแวดล้อมของชุมชนอยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ โดยควรปรับปรุงเรื่องการจัดขยะมูลฝอยและสภาพมลภาวะ นอกจากนี้ในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรจะต้องมี คือศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ระบบการติดต่อสื่อสารและป้ายสื่อความหมาย

ช่อแพร่ (2544) ได้ทำการศึกษาในเรื่องของสภาพเศรษฐกิจสังคมของนักท่องเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์กับการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยแยกเป็นกิจกรรมเดินป่า กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมดูนก สัตว์ป่า กิจกรรมส่องสัตว์โลกใช้สปอร์ตไลท์ กิจกรรมการพักผ่อนด้วยเต็นท์พบว่า การประกอบกิจกรรมเดินมีความสัมพันธ์กับเชื้อชาติ รายได้ และผู้ร่วมเดินทาง โดยผู้ที่เลือกประกอบกิจกรรมเดินป่าโดยส่วนใหญ่แล้ว เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท และพบว่าเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพัง การประกอบกิจกรรม ศึกษาธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับรายได้ โดยกลุ่มที่ไม่มีรายได้เป็นของตนเองตอบว่าประกอบกิจกรรม ศึกษาธรรมชาติมากที่สุด การประกอบกิจกรรมดูนก สัตว์ป่า มีความสัมพันธ์กับอายุและระดับการศึกษา โดยเมื่อแยกเป็นกลุ่มอายุพบว่าอยู่ในช่วง 15-30 ปี มากที่สุด โดยมีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

การประกอบกิจกรรมส่องสัตว์โดยใช้สปอร์ตไลท์ มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวโดยเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนการประกอบกิจกรรมการพักผ่อน ด้วยเต็นท์พบว่ามีความสัมพันธ์กับเชื้อชาติ ระดับการศึกษาและกลุ่มผู้เดินทางท่องเที่ยวโดยเป็นนักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติไทยมากที่สุด ระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป โดยเป็นกลุ่มที่เดินทางกับเพื่อนมากที่สุด

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ คือ

1. ปัจจัยด้านบุคคล

- 1.1 เพศ
- 1.2 อายุ
- 1.3 ระดับการศึกษา
- 1.4 รายได้
- 1.5 อาชีพ
- 1.6 ภูมิลำเนา

2. ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว

- 2.1 ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว
- 2.2 การรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2

จังหวัดมุกดาหาร

2.3 ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

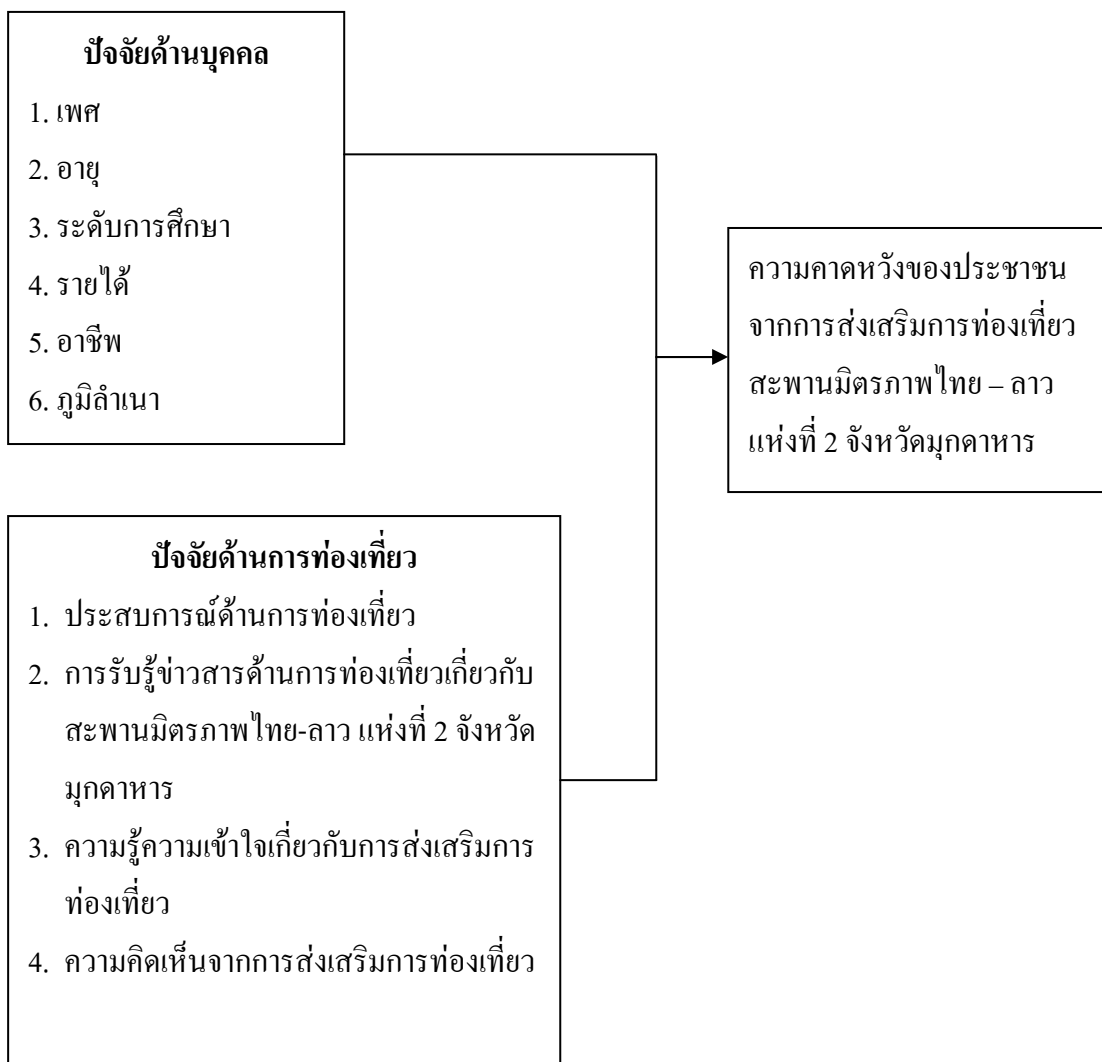
2.4 ความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ตัวแปรตาม คือ ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านบุคคล ที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

1.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

1.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

1.3 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

1.4 รายได้ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

1.5 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

1.6 ภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

2.1 ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

2.2 การรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

2.3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

2.4 ความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

วิธีการและอุปกรณ์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประชากร คือนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร เพื่อทำการศึกษาความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย - ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร โดยการแจกแบบสอบถามให้ประชากรกลุ่มตัวอย่าง กรอกรายละเอียดแสดงความคาดหวังอย่างอิสระ แล้วเก็บข้อมูลเพื่อรวบรวมแบบสอบถามคืนทันที และนำมาวิเคราะห์โดยข้อมูลทางสถิติ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ประชากร คือนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร ซึ่งสถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดมุกดาหารยังไม่ได้จัดเก็บข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยว ทราบแต่เพียงมีจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบใช้สูตรไม่ทราบจำนวนประชากร(บุญชม, 2532: 79)

การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้สูตร ดังนี้

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

เมื่อ

n	=	จำนวนขนาดสมาชิกของกลุ่ม
p	=	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม
z	=	ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความมั่นใจ 95 % (ระดับ 0.05)
e	=	สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างจากประชากร 17.50 % จึงได้กำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ .175 ต้องการระดับความมั่นใจ 95 % และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5 %

$$p = .175$$

$$z = \text{ณ ระดับความมั่นใจ 95 \% ดังนั้น } z = 1.96$$

$$e = \text{ความคลาดเคลื่อน 5 \% ดังนั้น } e = .05$$

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{(.175)(1-.175)(1.96)^2}{(.05)^2} \\ &= 221.89 \end{aligned}$$

ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 222 ตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสาร การวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อวางกรอบแนวคิด ค้นหาตัวแปร จากนั้นจึงสร้างแบบสอบถาม ออกเป็น 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยด้านบุคลิกของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale เป็นมาตรวัดและให้คะแนนเป็น 3 ระดับ คือ

ระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว	คะแนน
เป็นประจำบ่อยๆ	2
เป็นบางครั้งแล้วแต่โอกาส	1
ไม่เคยเลย	0

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะได้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับ
ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ระดับ โดยมีเกณฑ์การพิจารณาคะแนน ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{2 - 0}{3} = 0.66$$

คะแนนเฉลี่ย 1.34-2.00 หมายถึง มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว มาก

คะแนนเฉลี่ย 0.67-1.33 หมายถึง มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 0.00-0.66 หมายถึง มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว น้อย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านการรับรู้ข่าวสาร
ด้านการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร เป็นลักษณะคำถามแบบ
Rating Scale เป็นมาตรวัดและให้คะแนน 5 ระดับ คือ

ระดับการรับรู้ข่าวสาร	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่ แล้วจะได้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับ
การรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ออกเป็น 5
ระดับ โดยมีเกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{3} = 1.33$$

คะแนนเฉลี่ย 3.67 - 5.00 หมายถึง มีการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพ
ไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.34 - 3.66 หมายถึง มีการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 2.33 หมายถึง มีการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร น้อย

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร เป็นแบบเลือกตอบและให้คะแนนเป็น 2 ระดับ คือ ใช่ และไม่ใช่ ลักษณะคำถามมีทั้งเชิงบวกและเชิงลบ คือ

คำถามเชิงบวก ตอบใช่ได้ 1 คะแนน ตอบไม่ใช่ได้ 0 คะแนน

คำถามเชิงลบ ตอบใช่ได้ 0 คะแนน ตอบไม่ใช่ได้ 1 คะแนน

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะได้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ออกเป็น 2 ระดับ มากและน้อย โดยมีเกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{1-0}{2} = 0.50$$

คะแนนเฉลี่ย 0.51- 1.00 หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มาก

คะแนนเฉลี่ย 0.00 - 0.50 หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร น้อย

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ลักษณะคำถามแบบ Likert Scale เป็นมาตรวัดและให้คะแนน 5 ระดับ คือ

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะได้คะแนนของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ออกเป็น 3 ระดับ โดยมีเกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนมากที่สุด} - \text{คะแนนน้อยที่สุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{3} = 1.33$$

คะแนนเฉลี่ย 3.67 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.34 - 3.66 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 2.33 หมายถึง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร น้อย

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย - ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale เป็นมาตรวัดและให้คะแนน 5 ระดับ คือ

ระดับความคาดหวัง	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะได้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ออกเป็น 3 ระดับ โดยมีเกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{3} = 1.33$$

คะแนนเฉลี่ย 3.67- 5.00 หมายถึง มีความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.34-3.66 หมายถึง มีความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.00-2.33 หมายถึง มีความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร น้อย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบหาความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่น ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง(Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ หลังจากนั้นก็นำมาแก้ไขปรับปรุง เพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยจะหาความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบ(Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงหรือเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ด้วยการให้กรอกแบบสอบถามเป็นรายบุคคล เช่นเดียวกับการใช้แบบสอบถามตามสถานการณ์จริงทุกประการ แล้วนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์เป็นรายข้อ โดย

วิธีการของ Kuder Richardson(KR20) สำหรับกรณีที่มี 2 คำตอบ และหาความเชื่อมั่นรวมโดยใช้วิธีวัดแบบ Cronbach's (บุญเรียง,2533 : 183-189) ผลปรากฏว่ามีความเชื่อมั่นปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ดังนี้

2.1 ผลวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว ด้วยสัมประสิทธิ์อัลฟา ปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .8390

2.2 ผลวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ด้วยสัมประสิทธิ์อัลฟา ปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .9122

2.3 ผลวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ด้วยวิธีการของ Kuder Richardson (KR20) ปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .6135

2.4 ผลวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้านความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ด้วยสัมประสิทธิ์อัลฟา ปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .8207

2.5 ผลวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้านความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ด้วยสัมประสิทธิ์อัลฟา ปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .8748

เก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ

1. โดยศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ข้อมูล และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิจัย และนำมาสร้างแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล

2. ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามแก่ประชาชน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง เพื่ออธิบาย และชี้แจงถึงจุดประสงค์ของการวิจัย และเก็บให้ได้ครบตามจำนวนที่ต้องการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างได้ตอบและคืนมาเพื่อนำไป วิเคราะห์ประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติในการนำเสนอข้อมูลและวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับอธิบายข้อมูลปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ภูมิลำเนา และปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ประสบการณ์ การรับรู้ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็น และความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริม การท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

2. ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใช้สำหรับการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว

3. การวิเคราะห์ความผันแปรความสัมพันธ์ของตัวแปร (Analysis Of Variance) และการ วิเคราะห์การจำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานในการ วิจัย สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ระดับ .05

บทที่ 4

ผลงานวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย - ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานและข้อวิจารณ์

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านบุคคลของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของประชาชนปัจจัยด้านบุคคล ของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

(n = 222)

ปัจจัยด้านบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<u>เพศ</u>		
ชาย	133	59.9
หญิง	89	40.1
<u>อายุ</u> (อายุเฉลี่ย 33.40 ปี)		
15 - 25 ปี	70	31.5
26 - 35 ปี	69	31.1
36 - 45 ปี	45	20.3
46 - 55 ปี	27	12.1
56 - 70 ปี	11	5.0

ตารางที่ 1 (ต่อ)

(n = 222)

ปัจจัยด้านบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ประถม	4	1.8
มัธยมศึกษา	28	12.6
ปวช/ปวส	63	28.4
ปริญญาตรี	111	50.0
สูงกว่าปริญญาตรี	12	5.4
อื่น ๆ	4	1.8
รายได้ต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	43	19.4
1,000 - 10,000 บาท	75	33.8
10,001 - 20,000 บาท	56	25.2
20,001 - 30,000 บาท	32	14.4
30,001 - 80,000 บาท	16	7.2
อาชีพ		
นักศึกษา	42	18.9
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชน	82	36.9
ส่วนตัว	29	13.1
ค้าขาย	19	8.6
รับจ้าง	41	18.5
อื่น ๆ	9	4.1
ภูมิลำเนา		
จังหวัดมุกดาหาร	134	60.4
จังหวัดอื่น ๆ	88	39.6

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลด้านบุคลิกของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 222 คนมีลักษณะดังต่อไปนี้ คือ

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย ร้อยละ 59.9 เพศหญิง ร้อยละ 40.1

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี มากที่สุด ร้อยละ 31.5 รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 31.1 ส่วนกลุ่มอายุที่มีระหว่าง 56-70 ปี น้อยที่สุด ร้อยละ 5.0 (อายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 33.40 ปี)

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 50.0 รองลงมาในระดับ ปวช / ปวส ร้อยละ 28.4 ศึกษาชั้นน้อยที่สุดระดับประถม ร้อยละ 1.8

รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างรายได้ต่อเดือน 1,000-10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 33.8 รองลงมา คือรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 25.2 ส่วนกลุ่มรายได้ต่อเดือน 30,001-80,000 บาท น้อยที่สุด ร้อยละ 7.2

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจหรือบริษัทเอกชน มากที่สุดร้อยละ 36.9 กลุ่มอาชีพน้อยที่สุด คือ อื่นๆ ร้อยละ 4.1

ภูมิลำเนา พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวในอำเภอเมืองมุกดาหาร ร้อยละ 60.4 และจังหวัดอื่น ๆ ร้อยละ 39.6

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ
ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว

(n = 222)

ข้อความ	เป็นประจำ	เป็นบางครั้ง	ไม่เคย	\bar{X}	S.D	ระดับ ประสบการณ์
	บ่อยๆ	แล้วแต่โอกาส	เลย			
1. การเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัด ต่าง ๆ ของประเทศไทยในวันหยุด ราชการ(เสาร์,อาทิตย์)	16.2 (36)	74.3 (165)	9.5 (21)	1.06	.50	ปานกลาง
2. การเดินทางท่องเที่ยว ในจังหวัด ต่าง ๆ ในวันหยุดนักขัตฤกษ์	10.4 (23)	73.4 (163)	16.2 (36)	.94	.51	ปานกลาง
3. การเดินทางท่องเที่ยวไปในวัน เทศกาล หรืองานประเพณีของ จังหวัดต่างๆ	11.7 (26)	73.0 (162)	15.3 (34)	.96	.51	ปานกลาง
4. การเดินทางข้ามแม่น้ำโขงไปยัง ฝั่งลาว	4.5 (10)	59.9 (133)	35.6 (79)	.68	.55	ปานกลาง
5. การเดินทางข้ามแม่น้ำโขง สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่ง ที่ 1 จังหวัดหนองคาย	2.7 (6)	33.3 (74)	64.0 (142)	.38	.54	น้อย
6. การเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม งานประเพณี เช่น ไหลเรือไฟ บั้งไฟ สงกรานต์	16.7 (37)	69.4 (154)	69.4 (31)	1.02	.55	ปานกลาง
7. การเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ เช่น น้ำตก วนอุทยาน ภูผาเทิบ	13.1 (29)	76.6 (170)	10.4 (23)	1.02	.48	ปานกลาง

ตารางที่ 2 (ต่อ)

(n=222)

ข้อความ	เป็นประจำ	เป็นบางครั้ง	ไม่เคย	\bar{X}	S.D	ระดับ
	บ่อยๆ	แล้วแต่โอกาส	เลย			ประสบการณ์
8. การเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี เช่น วัด ซากไดโนเสาร์ วิถีชีวิต	6.3 (14)	70.7 (157)	23.0 (51)	.83	.51	ปานกลาง
9. การเดินทางไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จีน กัมพูชา พม่า เวียดนาม	2.7 (6)	35.3 (79)	61.7 (137)	.40	.54	น้อย
10. การเดินทางไปกับบริการนำเที่ยว(บริษัททัวร์ต่างๆ)	5.9 (13)	38.3 (85)	55.9 (124)	.50	.60	น้อย
11. การเดินทางด้วยตนเอง เช่น นั่งรถทัวร์ ขับรถไปเอง	27.5 (61)	61.7 (137)	10.8 (24)	1.16	.59	ปานกลาง
12. การเดินทาง โดยข้อมูลข่าวสาร เช่น วารสาร น.ส.พ โทรทัศน์	14.9 (33)	50.5 (112)	34.7 (77)	.80	.67	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม				.81	.32	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม .81 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่าง (ข้อที่.11) เดินทางด้วยตนเอง เช่น นั่งรถทัวร์ ขับรถไปเอง เป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 1.16 มากที่สุด ในระดับปานกลาง รองลงมา กลุ่มตัวอย่าง การเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ของประเทศไทย ในวันหยุดราชการ (เสาร์, อาทิตย์) (ข้อที่.1) ค่าเฉลี่ย 1.06 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร น้อยที่สุด คือ การเดินทางข้ามแม่น้ำโขงโดย สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 จังหวัดหนองคาย (ข้อที่.5) ค่าเฉลี่ย.38

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

แหล่งข่าวสาร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
								การรับรู้
(n = 222)								
สื่อบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.31)								
- บุคคลในครอบครัว	10.4 (23)	28.8 (64)	40.1 (89)	13.5 (30)	7.2 (16)	3.21	1.04	ปานกลาง
- เพื่อนฝูง	10.4 (23)	41.9 (93)	33.3 (74)	10.8 (24)	3.6 (8)	3.44	.94	ปานกลาง
- เจ้าหน้าที่ของรัฐ	11.3 (25)	34.2 (76)	30.6 (68)	18.9 (42)	5.0 (11)	3.27	1.05	ปานกลาง
สื่อมวลชน (ค่าเฉลี่ย 3.11)								
- โทรทัศน์	12.2 (27)	21.2 (47)	44.6 (99)	17.1 (38)	5.0 (11)	3.18	1.01	ปานกลาง
- วิทยู	9.5 (21)	27.9 (62)	39.2 (87)	18.0 (40)	5.4 (12)	3.18	1.01	ปานกลาง
- หนังสือพิมพ์	7.7 (17)	31.1 (69)	41.9 (93)	15.3 (34)	4.1 (9)	3.22	.94	ปานกลาง
- นิตยสาร/วารสาร	2.3 (5)	22.5 (50)	41.5 (93)	24.8 (55)	8.6 (19)	2.85	.94	ปานกลาง
สื่อเฉพาะกิจ (ค่าเฉลี่ย 2.66)								
- โปสเตอร์	1.4 (3)	13.5 (30)	37.8 (84)	37.4 (83)	9.9 (22)	2.59	.89	ปานกลาง
- แผ่นพับ	.5 (1)	10.4 (23)	39.6 (88)	36.9 (82)	12.6 (28)	2.49	.86	ปานกลาง
- ป้ายประชาสัมพันธ์	6.8 (15)	15.8 (35)	48.6 (108)	20.7 (46)	8.1 (18)	2.92	.97	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.03	.68	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยรวม 3.03 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 อยู่ในระดับปานกลาง และสื่อบุคคลเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.31 รองลงมา ได้แก่ สื่อมวลชน ค่าเฉลี่ย 3.11

เมื่อพิจารณาการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ปรากฏว่า

สื่อบุคคล รับรู้ข่าวสารจากเพื่อนฝูง มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.44 รองลงมาคือเจ้าหน้าที่รัฐ ค่าเฉลี่ย 3.27 โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.31

สื่อมวลชน รับรู้ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.22 รองลงมาคือโทรทัศน์ และวิทยุ ค่าเฉลี่ย 3.18 โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.11

สื่อเฉพาะกิจ รับรู้ข่าวสารจากป้ายประชาสัมพันธ์ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 2.92 รองลงมา คือโปสเตอร์ ค่าเฉลี่ย 2.59 โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.66

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร (n = 222)

คำถาม	ถูก	ผิด	\bar{X}	S.D.	ระดับความรู้ความเข้าใจ
1. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง ไปอาศัยที่อื่นชั่วคราวด้วยความสมัครใจ รวมถึงการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้	60.8 (135)	39.2 (87)	.60	.48	ปานกลาง
2. แม่น้ำโขงเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ ที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว	92.3 (205)	7.7 (17)	.92	.26	มาก
3. การส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เกิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืน	96.4 (214)	3.6 (8)	.96	.18	มาก
4. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมุกดาหาร มีมากกว่า 1 แห่ง	99.1 (220)	.9 (2)	.99	.09	มาก
5. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีชื่อเสียง จ.มุกดาหาร เช่น แก่งกะเบา วนอุทยานภูผาทีบ	97.3 (216)	2.7 (6)	.97	.16	มาก
6. แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง จังหวัดมุกดาหาร เขิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้แก่ หอแก้ว พิธีกรรมตักน้ำศักดิ์สิทธิ์ วิถีชีวิต	83.3 (185)	16.7 (37)	.83	.37	มาก
*7. น้ำตกคอนพะเพ็ง(หลี่ผี)อยู่ในฝั่งประเทศไทย	72.5 (161)	27.55 (61)	.72	.44	มาก
8. ยุทธศาสตร์ จังหวัดมุกดาหาร เน้นในการค้าตามแนวชายแดน	83.3 (185)	16.7 (37)	.83	.37	มาก

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n=222)

คำถาม	ถูก	ผิด	\bar{X}	S.D.	ระดับความรู้ ความเข้าใจ
9. แหล่งท่องเที่ยวฝั่งลาว(สะหวันนะเขต) มีมากกว่า 1 แห่ง	93.7 (208)	6.3 (14)	.93	.24	มาก
*10.แรงจูงใจที่สำคัญในการท่องเที่ยว คือความอยากรู้อยากเห็น	32.9 (73)	67.1 (149)	.32	.47	น้อย
11.วัตถุประสงค์ในการก่อสร้างสะพาน มิตรภาพข้ามแม่น้ำโขง แห่งที่ 2 จ. มุกดาหารเพื่อการส่งเสริม การท่องเที่ยว	73.4 (163)	26.6 (59)	.73	.44	มาก
12. สะพานมิตรภาพข้ามแม่น้ำโขง แห่งที่ 2 จ.มุกดาหาร ทำให้ มีการค้าตามแนวชายแดน ระหว่างประเทศ	95.9 (213)	4.1 (9)	.95	.19	มาก
13. ตลาดค้าอินโดจีนเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่สำคัญของ จังหวัดมุกดาหาร	94.6 (210)	5.4 (12)	.94	.22	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม		.82	.11	มาก

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม .82 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบว่าถูกมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมุกดาหารมีมากกว่า 1 แห่ง (ข้อที่ 4) ค่าเฉลี่ย .99 รองลงมา คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีชื่อเสียงจังหวัดมุกดาหาร เช่น แก่งกะเบา วนอุทยานภูผาเทิบ (ข้อที่ 5) ค่าเฉลี่ย .97 ส่วนคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกน้อยที่สุด คือ แรงจูงใจที่สำคัญในการท่องเที่ยว คือความอยากรู้อยากเห็น (ข้อที่ 10) ซึ่งเป็นคำถามในเชิงลบ ค่าเฉลี่ย .32

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น จากการ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

(n = 222)

ข้อความ	เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การก่อสร้างสะพาน ข้ามแม่น้ำโขง ทำให้ เดินทาง สะดวกและ รวดเร็ว	60.4 (134)	32.4 (72)	6.3 (14)	.0 (0)	.9 (2)	4.5	.6	มาก
2. แหล่งธรรมชาติต่าง ๆ ใน จ.มุกดาหาร เหมาะ สำหรับการพักผ่อน หย่อนใจ โดยเฉพาะผู้ รักธรรมชาติ	24.3 (54)	45.5 (101)	26.6 (59)	2.7 (6)	.9 (2)	3.89	.83	มาก
3. สื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ พิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ อื่นๆ มีอิทธิพลต่อการ เดินทางท่องเที่ยว	32.9 (73)	41.0 (91)	23.4 (52)	1.8 (4)	.9 (2)	4.03	.84	มาก
4. เจ้าหน้าที่รัฐ มีส่วนใน การส่งเสริมการท่องเที่ยว	44.6 (99)	36.9 (82)	14.4 (32)	1.4 (3)	2.7 (6)	4.19	.92	มาก
5. ราคาสินค้า/บริการ มี อิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว	36.0 (80)	37.4 (83)	23.9 (53)	1.4 (3)	1.4 (3)	4.05	.88	มาก
6. สิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ เช่น ที่พัก การ เดินทาง อาหาร สินค้า ต่างๆ มีความสำคัญ ต่อ การเดินทางท่องเที่ยว	42.0 (95)	39.6 (88)	15.8 (35)	.9 (2)	.9 (2)	4.22	.80	มาก
7. ยุทธศาสตร์ จ.มุกดาหาร มีส่วนสำคัญในการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว	44.1 (98)	38.3 (85)	15.3 (34)	1.4 (3)	.9 (2)	4.23	.82	มาก

ตารางที่ 5 (ต่อ)

(n = 222)

ข้อความ	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
8. การบริหารจัดการที่ดี มีส่วนในการส่งเสริม การท่องเที่ยว	51.8 (115)	38.7 (86)	8.1 (18)	.5 (1)	.9 (2)	4.40	.73	มาก
9. ระบบขนส่งที่ทันสมัย เช่นรถไฟเป็นสิ่งจำเป็น ในการส่งเสริมการ ท่องเที่ยว	33.3 (74)	40.5 (90)	24.8 (55)	.5 (1)	.9 (2)	4.04	.82	มาก
10. ประสิทธิภาพของการ ท่องเที่ยว มีส่วนใน การตัดสินใจท่องเที่ยว	30.2 (67)	35.6 (79)	26.6 (59)	5.9 (13)	1.8 (4)	3.86	.97	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม					4.14	.59	มาก

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ถ้าพิจารณาโดยรวมความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.14 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมาก คือ การก่อสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขง ทำให้การเดินทางสะดวกและรวดเร็ว (ข้อที่ 1) ค่าเฉลี่ย 4.51 รองลงมา คือ การบริหารจัดการที่ดี มีส่วนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ข้อที่ 8) ค่าเฉลี่ย 4.40 และ 4.23 4.22 4.19 ส่วนกลุ่มตัวอย่าง เห็นด้วยน้อยที่สุด คือ ประสิทธิภาพของการท่องเที่ยว มีส่วนในการตัดสินใจท่องเที่ยว(ข้อที่ 10) ค่าเฉลี่ย 3.86

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังของประชาชน
จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

(n = 222)

สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จ.มุกดาหาร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย ที่สุด	น้อย	\bar{X}	S.D.	ระดับ
								ความ คาดหวัง
1. ทำให้มุกดาหาร มี นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น	50.5 (112)	39.2 (87)	10.4 (23)	.0	.0	4.40	.67	มาก
2. ทำให้เศรษฐกิจของ จ.มุกดาหารดีขึ้น	46.4 (103)	45.5 (101)	8.1 (18)	.0	.0	4.38	.63	มาก
3. การคมนาคมโดยทั่วไป สะดวกรวดเร็ว	56.8 (126)	35.1 (78)	8.1 (18)	.0	.0	4.48	.64	มาก
4. การพัฒนาค้าขายระหว่าง ประเทศดีขึ้น	44.1 (98)	43.7 (97)	12.2 (27)	.0	.0	4.31	.68	มาก
5. การลงทุนธุรกิจมากขึ้น	39.2 (87)	48.6 (108)	11.7 (26)	.5 (1)	.0	4.26	.67	มาก
6. การพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวดีขึ้น	46.4 (103)	40.5 (90)	12.6 (28)	.5 (1)	.0	4.32	.72	มาก
7. ระเบียบของราชการ เข้มงวดน้อยลง	20.3 (45)	38.7 (86)	34.2 (76)	5.4 (12)	1.4 (3)	3.71	.89	มาก
8. ความปลอดภัยชีวิตและ ทรัพย์สินในการเดินทาง	41.9 (93)	32.9 (73)	22.5 (50)	2.7 (6)	.0	4.13	.85	มาก
9. การพัฒนาการค้าตาม แนวชายแดน	49.1 (109)	36.5 (81)	13.5 (30)	.9 (2)	.0	4.33	.74	มาก
10. การค้าขายตลาด อินโดจีนดีขึ้น	56.3 (125)	33.3 (74)	9.9 (22)	.5 (1)	.0	4.45	.68	มาก
11. สิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ ที่พัก อาหาร สินค้า ดีขึ้น	31.5 (70)	50.9 (113)	17.1 (38)	.5 (1)	.0	4.13	.69	มาก
12. พัฒนา จ.มุกดาหาร เป็น ศูนย์กลาง การท่องเที่ยว	52.7 (117)	35.6 (79)	11.3 (25)	.5 (1)	.0	4.40	.70	มาก
13. พัฒนาอาชีพราษฎร ในภูมิภาค	41.0 (91)	42.8 (95)	14.9 (33)	1.4 (3)	.0	4.23	.74	มาก

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n = 222)

สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จ.มุกดาหาร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย ที่สุด	น้อย	X	S.D.	ระดับ
								ความ คาดหวัง
14. กำไรจากการท่องเที่ยว คือ ความพอใจ หรือ ความประทับใจ	27.9 (62)	43.2 (96)	23.9 (53)	4.1 (9)	.9 (2)	3.93	.87	มาก
15. พัฒนาสนับสนุน คุณภาพชีวิตดีขึ้น	37.8 (84)	44.6 (99)	15.3 (34)	1.4 (3)	.9 (2)	4.17	.80	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						4.24	.51	มาก

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ถ้าพิจารณาโดยรวม กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.24 และเมื่อนำมาพิจารณารายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างคาดหวังมาก คือ การคมนาคมโดยทั่วไป สะดวกรวดเร็ว (ข้อที่ 3) ค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมา คือ การค้าขายตลาดอินโดจีนดีขึ้น (ข้อที่ 10) ค่าเฉลี่ย 4.45 และ 4.40 4.33 4.32 4.31 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างคาดหวังน้อย ค่าเฉลี่ย 3.71 คือระเบียบราชการเข้มงวดน้อยลง (ข้อที่ 7)

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 หรือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ภูมิฐานะของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

สมมติฐานที่ 1.2 อายุของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

สมมติฐานที่ 1.4 รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

สมมติฐานที่ 1.6 ภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์การผันแปรปัจจัยด้านบุคคลจากสมมติฐานที่ 1 ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ภูมิลำเนา กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ที่มาของการผันแปร	ผลรวมกำลังสอง				
	DF	MS	F	Sig.	
ตัวแปรอิสระ	1340.127	9	148.903	2.704	.005*
เพศ	127.524	1	127.524	2.315	.130
อายุ	365.373	2	182.686	3.317	.038*
ระดับการศึกษา	395.808	1	395.808	7.186	.008*
รายได้	49.884	1	49.884	.906	.242
อาชีพ	204.732	3	68.244	1.239	.296
ภูมิลำเนา	196.805	1	196.805	3.573	.060
ค่าผันแปรที่อธิบายได้	1340.127	9	148.903	2.704	.005
การผันแปรที่เหลือ	11676.252	212	55.077		
การผันแปรทั้งหมด	13016.378	221	58.898		

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 การวิเคราะห์การผันแปรปัจจัยด้านบุคคลจากสมมติฐานที่ 1 กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร พบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ อายุ และระดับการศึกษาเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ส่วนปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ รายได้ อาชีพ ภูมิลำเนา เป็นตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร และเมื่อนำตัวแปรอิสระดังกล่าวทุกตัวรวมกันสามารถอธิบายการผันแปรของความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการศึกษาจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1, 1.2 และ 1.3 แต่ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1.1, 1.4, 1.5 และ 1.6

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์จำแนกหมู่ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ภูมิลำเนา จากสมมติฐานที่ 1 กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ตัวแปรและกลุ่มย่อย	จำนวน	ค่าเฉลี่ยก่อนปรับ ตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ยหลังปรับ ตัวแปรอิสระ
เพศ			
ชาย	133	630.827	633.091
หญิง	89	646.292	642.909
		Eta = .099	Beta = .063
อายุ			
15-25 ปี	70	656.425	664.249
26-35 ปี	69	623.043	623.188
36-70 ปี	83	632.289	625.574
		Eta = .179	Beta = .242

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ตัวแปรและกลุ่มย่อย	จำนวน	ค่าเฉลี่ยก่อนปรับ ตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ยหลังปรับ ตัวแปรอิสระ
<u>ระดับการศึกษา</u>			
ประถม,มัธยมศึกษา สายวิชาชีพ และอื่นๆ	99	627.576	621.347
ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	123	644.634	649.648
		Eta = .111	Beta = .184
<u>รายได้ต่อเดือน</u>			
ไม่มีรายได้ - 10,000 บาท	118	638.220	630.445
10,001 - 80,000 บาท	104	635.673	644.495
		Eta = .017	Beta = .092
<u>อาชีพ</u>			
นักศึกษา	42	664.286	646.806
รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	82	636.951	638.221
หรือพนักงานบริษัทเอกชนรับจ้าง	41	618.780	620.803
ธุรกิจส่วนตัว,ค้าขาย และอื่นๆ	57	630.175	639.774
		Eta = .191	Beta = .109
<u>ภูมิภาค</u>			
จังหวัดมุกดาหาร	134	646.045	645.010
จังหวัดอื่นๆ	88	623.295	624.871
		Eta = .145	Beta = .129
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง(R ²)			.103
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)			.321

จากตารางที่ 8 การวิเคราะห์การจำแนกหมู่ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และภูมิลำเนา กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร พบว่า ตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร กล่าวคือ ก่อนการควบคุมตัวแปรอิสระ คือ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 มากที่สุด (Eta = .191) รองลงมา ได้แก่ อายุ (Eta = .179) และภายหลังการควบคุมตัวแปรอิสระ อายุ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มากที่สุด (Beta = .242) รองลงมาได้แก่ระดับการศึกษา (Beta = .184)

จากการวิเคราะห์การผันแปรและการวิเคราะห์การจำแนกหมู่ข้างต้นสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ได้ดังนี้

1. อายุ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร พบว่าทั้งก่อนและหลังควบคุมตัวแปรอิสระ อายุมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 15-25 ปี มีความคาดหวัง ของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี และ 36 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ยก่อนปรับตัวแปรอิสระ 656.425 และ 623.043, 632.289 ค่าเฉลี่ยหลังปรับตัวแปรอิสระ 664.249 และ 623.188 ,625.574)

2. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร พบว่าทั้งก่อนและหลังควบคุมตัวแปรอิสระ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มากกว่ากลุ่มตัวอย่างระดับ

การศึกษาประถม มัธยมศึกษา สายวิชาชีพ และ อื่นๆ(ค่าเฉลี่ยก่อนปรับตัวแปรอิสระ 644.634 และ 627.576 ค่าเฉลี่ยหลังปรับตัวแปรอิสระ 649.648 และ 621.347)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างเพศและภูมิลำเนา ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพแห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ก็ตาม แต่มีประเด็นที่น่าสังเกต ดังนี้

3. เพศ มีความสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างอายุ และระดับการศึกษา โดย ค่าเฉลี่ยก่อนปรับตัวแปรอิสระ 630.827 และ 646.292 ค่าเฉลี่ยหลังปรับตัวแปรอิสระ 633.091 และ 642.909 แสดงให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างอายุและระดับการศึกษา

4. ภูมิลำเนา ค่าเฉลี่ยก่อนปรับตัวแปรอิสระ 646.045 และ 623.295 ค่าเฉลี่ยหลังปรับตัวแปรอิสระ 645.010 และ 624.871 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างในจังหวัดมุกดาหาร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มากกว่ากลุ่มตัวอย่างในจังหวัดอื่นๆ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ประสบการณ์ การรับรู้ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

สมมติฐานที่ 2.1 ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

สมมติฐานที่ 2.2 การรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

สมมติฐานที่ 2.3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

สมมติฐานที่ 2.4 ความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์การผันแปรปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ประสบการณ์ การรับรู้ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็นจากสมมติฐานที่ 2 เกี่ยวกับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ที่มาของการแปรผัน	ผลรวม ยกกำลังสอง	DF	MS	F	Sig.
ตัวแปรอิสระ	3334.512	4	833.628	18.684	.000*
ประสบการณ์เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยว	19.271		19.271	.432	.512
การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ ท่องเที่ยว	328.810	1	328.810	7.370	.007*
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การท่องเที่ยว	927.621	1	927.621	20.791	.000*
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยว	2058.810	1	2058.810	46.144	.000*
ค่าผันแปรที่อธิบายได้	3334.512	4	833.628	18.684	.000
การผันแปรที่เหลือ	9681.866	217	44.617		
การผันแปรทั้งหมด	13016.378	221	58.898		

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 9 การวิเคราะห์การผันแปรปัจจัยด้านการท่องเที่ยวจากสมมติฐานที่ 2 กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร พบว่า การรับรู้ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนประสมการณ์ด้านการท่องเที่ยว เป็นตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร แต่เมื่อนำตัวแปรอิสระดังกล่าวทุกตัวรวมกัน สามารถอธิบายการผันแปรของความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีปฏิกริยาต่อกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 , 2.2, 2.3 และ 2.4 แต่ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.1

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์จำแนกหมู่ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวจากสมมติฐานที่ 2 ได้แก่ ประสมการณ์ การรับรู้ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น กับความคาดหวังจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ตัวแปรและกลุ่มย่อย	จำนวน	ค่าเฉลี่ยก่อนปรับ ตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ยหลังปรับ ตัวแปรอิสระ
ประสมการณ์			
ประสมการณ์น้อย	112	634.107	640.384
ประสมการณ์มาก	110	640.000	633.609
		Eta = .038	Beta = .044
การรับรู้ข่าวสาร			
การรับรู้ข่าวสารน้อย	115	624.957	634.244
การรับรู้ข่าวสารมาก	107	650.000	640.019
		Eta = .163	Beta = .038
ความรู้ความเข้าใจ			
ความรู้ความเข้าใจน้อย	78	607.436	610.655
ความรู้ความเข้าใจมาก	144	653.056	651.312
		Eta = .284	Beta = .253

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ตัวแปรและกลุ่มย่อย	จำนวน	ค่าเฉลี่ยก่อนปรับ ตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ยหลังปรับ ตัวแปรอิสระ
ความคิดเห็น			
ความคิดเห็นน้อย	115	604.609	606.799
ความคิดเห็นมาก	107	671.869	669.515
		Eta = .439	Beta = .409
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง (R^2)			.256
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)			.506

จากตารางที่ 10 การวิเคราะห์การจำแนกหมู่ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ประสบการณ์ การรับรู้ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น เกี่ยวกับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร พบว่าทั้งก่อนและหลังการควบคุมตัวแปรอิสระ ตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์ กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร กล่าวคือ ความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหารมากที่สุด (Eta = .439 , Beta = .409) รองลงมาได้แก่ ความรู้ความเข้าใจกับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร (Eta =.284 , Beta = .253) และการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวกับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร (Eta = .163 , Beta = .038) ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์การจำแนกหมู่ข้างต้น สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์ กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ได้ดังนี้

1. ความคิดเห็น ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ทั้งก่อนและหลังควบคุมตัวแปรอิสระ

ความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มีความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีความสัมพันธ์ ในเชิงบวก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มาก คือ (ข้อที่ 1) การก่อสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขง ทำให้การเดินทางสะดวกและรวดเร็ว มีความสัมพันธ์ กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 มากกว่ากลุ่มที่เห็นด้วย น้อย คือ (ข้อที่ 10) ประสิทธิภาพของการท่องเที่ยว มีส่วนในการตัดสินใจท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยก่อนปรับตัวแปรอิสระ 67.1869 และ 60.4609 ค่าเฉลี่ยหลังปรับ ตัวแปรอิสระ 66.9515 และ 60.6799)

2. ความรู้ความเข้าใจ ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร พบว่าทั้งก่อนและหลังควบคุมตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่าง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มาก คือ (ข้อที่ 4) แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมุกดาหารมีมากกว่า 1 แห่ง มีความสัมพันธ์ กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 มากกว่ากลุ่มความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร น้อย คือ (ข้อที่ 10) แรงจูงใจที่สำคัญในการท่องเที่ยวคือความอยาก رؤ้อยากเห็น (ค่าเฉลี่ยก่อนปรับตัวแปรอิสระ 65.3056 และ 60.7436 ค่าเฉลี่ยหลังปรับตัวแปรอิสระ 65.1312 และ 61.0655)

3. การรับรู้ข่าวสาร ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร พบว่าทั้งก่อนและหลังควบคุมตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่าง การรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มาก คือ สื่อบุคคล จากเพื่อน มากที่สุด สื่อมวลชน จากหนังสือพิมพ์ มากที่สุด สื่อเฉพาะกิจ จากป้ายประชาสัมพันธ์ มากที่สุด มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มากกว่ากลุ่มรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร น้อย คือ สื่อบุคคล จากบุคคลในครอบครัว น้อยที่สุด สื่อมวลชน จาก นิตยสารและวารสาร น้อยที่สุด สื่อเฉพาะกิจ จากแผ่นพับ น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ยก่อนปรับตัวแปรอิสระ 65.0000 และ 62.4957 ค่าเฉลี่ยหลังปรับตัวแปรอิสระ 64.0019 และ 63.4244)

ข้อวิจารณ์

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยอำเภอเมืองมุกดาหาร จำนวน 222 คน โดยมีตัวแปรต้นและตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษาหลายตัวแปร ซึ่งผลจากการศึกษาวิจัย มีดังนี้

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว

ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร เมื่อพิจารณาโดยรวมค่าเฉลี่ย.81 ในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์ กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร คือ (ข้อที่ 11) การเดินทางด้วยตนเอง เช่น นั่งรถทัวร์ ขับรถไปเอง ค่าเฉลี่ย 1.16 ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการเดินทางด้วยตนเอง เพื่อไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย อำเภอเมืองมุกดาหาร ส่วนกลุ่มตัวอย่างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว น้อยที่สุด คือ (ข้อที่ 5) การเดินทางข้ามแม่น้ำโขงโดยสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 จังหวัดหนองคาย ค่าเฉลี่ย .38 ในระดับน้อยแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่ได้เดินทางข้ามแม่น้ำโขง จากสะพานมิตรภาพแห่งที่ 1 จังหวัดหนองคาย มากนัก เพราะกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวในอำเภอเมืองมุกดาหาร และสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 จังหวัดหนองคาย อยู่ห่างไกลกลุ่มตัวอย่าง อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมุกดาหาร และฝั่งลาวคือแขวงสะหวันนะเขตมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่ง ดังนั้นหากมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม โดยจังหวัดมุกดาหาร มียุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด ก็เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว เมื่อสะพานมิตรภาพ แห่งที่ 2 ก่อสร้างแล้วเสร็จ มีโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้น เพราะสามารถข้ามสะพานมิตรภาพแห่งที่ 2 เดินทางสู่ประเทศอินโดจีนได้สะดวกและรวดเร็ว

การรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร พบว่าการรับรู้ข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร เมื่อพิจารณาโดยรวม ค่าเฉลี่ย 3.03 อยู่ในระดับปานกลาง โดยประเภทสื่อบุคคลคือเพื่อนฝูง มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.44 ในระดับปานกลาง สื่อมวลชน คือนั่งสื่อพิมพ์ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.22 ในระดับปานกลาง สื่อเฉพาะกิจ คือป้ายประชาสัมพันธ์ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 2.92 ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร จากสื่อต่างๆ ยังต้องมีการเพิ่มประสิทธิภาพให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวสนใจในการเดินทางท่องเที่ยว เมื่อสะพานมิตรภาพ แห่งที่ 2 สร้างเสร็จสมบูรณ์ โดยเสริมสร้างสื่อต่างๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับรู้ และทราบข่าวการก่อสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ให้มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะภาครัฐหรือเอกชน โดยให้นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดมุกดาหาร เช่น หอแก้ว แก่งกะเบา ภูผาทิพย์ น้ำตกต่างๆ ตลาดอิน โดจัน และในฝั่งลาว เช่น น้ำตกหลี่ผี วิถีชีวิต เป็นต้น

ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร พบว่าความรู้ความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร เมื่อพิจารณาโดยรวมค่าเฉลี่ย .82 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าตอบคำถามถูกมากที่สุดคือ (ข้อที่4) แหล่งท่องเที่ยว จังหวัดมุกดาหารมีมากกว่า 1 แห่ง ค่าเฉลี่ย .99 ในระดับมาก รองลงมาคือ (ข้อที่ 5) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีชื่อเสียงจังหวัดมุกดาหาร เช่น แก่งกะเบา วน อุทยานภูผาทิพย์ ค่าเฉลี่ย .97 ในระดับมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างตอบถูกน้อยที่สุดคือ(ข้อที่10) แรงจูงใจที่สำคัญในการท่องเที่ยว คือความอยากรู้อยากเห็น ค่าเฉลี่ย.32ในระดับน้อย แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดมุกดาหาร มีความรู้ความเข้าใจ ในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดมุกดาหาร และทำให้พบว่า ความรู้ความเข้าใจในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ของกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยว มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมุกดาหาร เป็นอย่างดี ดังนั้นการก่อสร้างสะพานมิตรภาพ แห่งที่ 2 จึงมีความสำคัญจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดมุกดาหาร รวมทั้งฝั่งลาวด้วย และเมื่อก่อสร้างสะพานมิตรภาพแห่งที่ 2 แล้วเสร็จจะได้ผลคุ้มค่าอย่างมหาศาล ส่วนกลุ่มตัวอย่างตอบถูกน้อยที่สุดคือ (ข้อที่ 10 เป็นคำถามเชิงลบ) แรงจูงใจที่สำคัญในการท่องเที่ยว คือความอยากรู้อยากเห็น แต่การเดินทางของนักท่องเที่ยว นั้น มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่สำคัญ 4 ประการ เช่น สิ่งจูงใจ

กายภาพ ได้แก่ การพักผ่อน เล่นกีฬา สิ่งจูงใจทางวัฒนธรรม ได้แก่ อยากรู้จักกับผู้อื่น สิ่งจูงใจระหว่างบุคคล ได้แก่ พบคนใหม่ๆ และสิ่งจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ได้แก่ การทำธุรกิจ การประชุม เป็นต้น

ความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาวแห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร เมื่อพิจารณาโดยรวมค่าเฉลี่ย 4.14 ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การก่อสร้างสะพานมิตรภาพข้ามแม่น้ำโขง ทำให้การเดินทางสะดวกและรวดเร็ว(ข้อที่ 1) ค่าเฉลี่ย 4.51 ในระดับมาก มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มากที่สุด รองลงมาการบริหารจัดการที่ดีมีส่วนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ข้อที่ 8) ค่าเฉลี่ย 4.40 ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเดินทางสะดวกและรวดเร็วในการข้ามไปฝั่งลาว แต่เดิมจะข้ามแม่น้ำโขง จะต้องพึ่งพาขนพาหนะคือเรือ และเมื่อก่อสร้างสะพานแล้วเสร็จการคมนาคมจะเป็นแรงดึงดูดใจ ทำให้มีการเดินทางท่องเที่ยวและเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เพราะทั้งฝั่งไทยและลาวมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง รวมทั้งการมีโอกาสเดินทางไปสู่ประเทศเวียดนาม จีน และกลุ่มประเทศอินโดจีนอื่น ๆ ส่วนกลุ่มตัวอย่างความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ (ข้อที่ 10) ประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวมีส่วนในการตัดสินใจท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 3.86 ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับประสิทธิภาพด้านการท่องเที่ยว เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ได้มีปัจจัยจากประสิทธิภาพท่องเที่ยวเสมอไป แต่จะมีปัจจัยอื่น ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าเพื่อการพักผ่อน การทำธุรกิจ การศึกษา เป็นต้น

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานทั้งข้อที่ 1 และข้อที่ 2 มีข้อวิจารณ์ ดังนี้

จากสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ภูมิฐานะ ที่มีความสัมพันธ์ กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ดังนี้

สมมติฐาน 1.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ผลการศึกษา พบว่าเพศของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ต่างกัน มีความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร โดยไม่มีความสัมพันธ์กัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ผลการศึกษา พบว่าอายุของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงกลุ่มตัวอย่างอายุต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร โดยกลุ่มตัวอย่างอายุตั้งแต่ 15-25ปี มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ เพราะกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่างระหว่าง 15-25 ปี อยู่ในช่วงวัยการศึกษา จึงแสวงหาการเรียนรู้จากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อค้นหาประสบการณ์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างอายุอื่น ๆ และมีความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ผลการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างระดับการศึกษาต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร โดยกลุ่มตัวอย่างระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มากกว่ากลุ่มตัวอย่างระดับการศึกษา ประถม มัธยมศึกษา สายวิชาชีพและอื่นๆ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 15-25 ปี ซึ่งเป็นช่วงในวัย การศึกษา และมีความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.4 รายได้ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริม การท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ผลการศึกษา พบว่า รายได้ของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของ ประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างรายได้ต่างกัน มีความคาดหวังของประชาชน จากการพัฒนาการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีรายได้ -10,000 บาท มากที่สุด ไม่มีความสัมพันธ์กับความ คาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัด มุกดาหาร จากกลุ่มตัวอย่างรายได้ 10,001- 80,000 บาท และไม่มีความสัมพันธ์กัน จึงไม่เป็นไป ตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริม การท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ผลการศึกษา พบว่า อาชีพของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของ ประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างอาชีพต่างกัน โดยอาชีพรับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด เป็นกลุ่มตัวอย่างที่สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่าง ระดับการศึกษารายได้ โดยไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริม การท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร กับกลุ่มตัวอย่างอาชีพนักศึกษา รับจ้าง ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย และอื่นๆ และไม่มีความสัมพันธ์กัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.6 ภูมิภาคอื่น มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ผลการศึกษา พบว่าภูมิภาคอื่นของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างต่างกัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร โดยเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุด (เสาร์และอาทิตย์) ตามแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร มากที่สุด โดยเฉพาะตลาดอินโดจีนซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร กับกลุ่มตัวอย่างจังหวัดอื่น ๆ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2.1 ประสบการณ์เกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ผลการศึกษา พบว่า ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว มาก คือ(ข้อที่ 11)การเดินทางด้วยตนเอง เช่น นั่งรถทัวร์ ขับรถไปเอง ไม่มีความสัมพันธ์ กับกลุ่มประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว น้อย คือ การเดินทางข้ามแม่น้ำโขงโดยสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 จังหวัดหนองคาย และกับกลุ่มตัวอย่างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2.2 การรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารในสื่อต่างๆ เช่น สื่อบุคคล จากแหล่งเพื่อนมากที่สุด สื่อมวลชน จากหนังสือพิมพ์มากที่สุด สื่อเฉพาะกิจจากป้ายประชาสัมพันธ์มากที่สุด มีความสัมพันธ์กับกลุ่มในสื่อที่น้อยที่สุด คือ สื่อบุคคล จากบุคคลในครอบครัว สื่อมวลชน จากนิตยสารและวารสาร สื่อเฉพาะกิจ จากแผ่นพับ โดยมีความสัมพันธ์กันกับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2.3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ผลการศึกษา พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่าในกลุ่มตัวอย่าง มาก คือ (ข้อที่ 4) แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมุกดาหารมีมากกว่า 1 แห่ง มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจ กลุ่มตัวอย่างความรู้ความเข้าใจน้อย คือ(ข้อที่ 10)แรงจูงใจที่สำคัญในการท่องเที่ยว คือความอยากรู้อยากเห็น โดยมีความสัมพันธ์กันกับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2.4 ความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ผลการศึกษา พบว่าความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

แสดงว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมาก คือ (ข้อที่ 1) การก่อสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขง ทำให้การเดินทางสะดวกและรวดเร็ว (ข้อที่ 1) รองลงมา คือ การบริหารจัดการที่ดี มีส่วนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ข้อที่ 8) มีความสอดคล้องกัน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นกับกลุ่มตัวอย่างน้อย คือ (ข้อที่ 10) ประสบประสบการณ์ของการท่องเที่ยวมีส่วนในการตัดสินใจท่องเที่ยว เพราะกลุ่มมากให้ความสำคัญในการคมนาคมเพื่อข้ามแม่น้ำโขงไปยังฝั่งลาวได้สะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งถ้าการบริหารจัดการที่ดี จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าภาครัฐหรือภาคเอกชน ก็จะทำให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง จึงเป็นไปตามสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร โดยศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ภูมิสำเนา และปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ประสบการณ์ การรับรู้ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

การดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร จำนวน 222 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างไปทำการประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ผันแปร หรือการวิเคราะห์การแปรปรวน (Analysis of Variance) และการวิเคราะห์การจำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

จากปัจจัยด้านบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 59.9 อายุอยู่ระหว่าง 15-25 ปี มากที่สุด ร้อยละ 31.1 ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 50.0 โดยมีรายได้ต่อ

เดือน 1,000-10,000 บาท ร้อยละ 33.8 มากที่สุด มีอาชีพ รับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจหรือพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 36.9 มากที่สุด และมีภูมิลำเนาเป็นนักท่องเที่ยวอำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร ร้อยละ 60.4 มากที่สุด

จากปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ด้านประสบการณ์ ค่าเฉลี่ย .81 อยู่ในระดับปานกลาง ด้านการรับรู้ข่าวสาร ค่าเฉลี่ย 3.03 อยู่ในระดับปานกลาง ด้านความรู้ความเข้าใจ ค่าเฉลี่ย .82 อยู่ในระดับมาก ด้านความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย 4.14 อยู่ในระดับมาก ด้านความคาดหวัง ค่าเฉลี่ย 4.24 อยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานจากปัจจัยด้านบุคคลในข้อที่ 1 และจากปัจจัยด้านการท่องเที่ยวในข้อที่ 2 ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ถ้าพิจารณาโดยรวมเป็นไปตามสมมติฐาน แต่เมื่อแยกพิจารณาในแต่ละตัวแปร พบว่า

1. ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ อายุ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วน เพศ รายได้ อาชีพ ภูมิลำเนา ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อนำตัวแปรอิสระดังกล่าวทุกตัวรวมกันสามารถอธิบายการผันแปรความคาดหวังของประชาชน จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ในภาพรวมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานในข้อที่ 1

2. ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การรับรู้ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนประสบการณ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 แต่เมื่อนำตัวแปรอิสระดังกล่าวทุกตัวมารวมกันในภาพรวมสามารถอธิบายการผันแปรของความคาดหวังของประชาชนจากการ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึง
 เป็นไปตามสมมติฐานในข้อที่ 2

ตารางที่ 11 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของ
 ประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัด
 มุกดาหาร

ตัวแปรอิสระ	ผลการทดสอบ	
	เป็นไปตาม สมมติฐาน	ไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน
1. ปัจจัยด้านบุคคล		
1.1 เพศ		√
1.2 อายุ	√	
1.3 ระดับการศึกษา	√	
1.4 รายได้		√
1.5 อาชีพ		√
1.6 ภูมิลำเนา		√
2. ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว		
2.1 ประสบการณ์เกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยว		√
2.2 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	√	
2.3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	√	
2.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	√	

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งข้อเสนอแนะ ออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย และในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นเพื่อเสนอแนะผู้วิจัย จึงขอเสนอแนวทางในการดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยด้านการท่องเที่ยว

1.1 จากผลการวิจัยประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว พบว่าประเด็นการเดินทางข้ามแม่น้ำโขง โดยสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 จังหวัดหนองคาย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ .38 จึงขอเสนอแนะให้ภาครัฐ และภาคเอกชน เพิ่มความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร เพราะจังหวัดมุกดาหาร มีปัจจัยหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นแหล่งธรรมชาติต่างๆ เช่น แก่งกะเบา ภูเขาเทิบ น้ำตกต่างๆ และแหล่งธรรมชาติในฝั่งลาว เช่น น้ำตกหลี่ผี คอนพระเพ็ง วิถีชีวิต อีกทั้งเมื่อสะพานมิตรภาพแห่งที่ 2 ก่อสร้างแล้วเสร็จ สามารถเดินทางโดยรถยนต์สู่ประเทศเวียดนามและจีนได้โดยสะดวกและรวดเร็ว ดังนั้นภาครัฐและเอกชนจะต้องร่วมมือสร้างกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพและปริมาณของนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยให้นักท่องเที่ยวเดินทาง และจังหวัดมุกดาหารจะต้องพัฒนาจังหวัด เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวตามยุทธศาสตร์ที่ตั้งไว้

1.2 จากผลการวิจัยการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัด มุกดาหาร พบว่า ค่าเฉลี่ย 3.03 อยู่ในระดับปานกลาง โดยสื่อบุคคล จากเพื่อนฝูง มากที่สุด สื่อมวลชน จากหนังสือพิมพ์ มากที่สุด สื่อเฉพาะกิจ จากป้ายประชาสัมพันธ์ มากที่สุด จึงขอเสนอให้ภาครัฐและภาคเอกชน ช่วยเสริมสร้างสื่อและกลยุทธ์ต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารข้อมูลการก่อสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 มากยิ่งขึ้น จากสื่อต่างๆ เพื่อการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ให้ชัดเจนและมีแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวและจังหวัดมุกดาหารจะต้องพัฒนา

เป็นศูนย์กลาง ท่องเที่ยวให้สำเร็จตามยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง นอกจากนี้เห็นว่า ในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรมีระบบสื่อความหมายต่าง ๆ อาทิ ป้ายสื่อความหมาย มัคคุเทศน์ท้องถิ่น แผ่นพับ โบรชัวร์ต่างๆ หรือคู่มือท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยข้อมูลต่างๆ ครบถ้วน รวมทั้งการทำ Web Site แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดมุกดาหารและฝั่งลาว ไว้ด้วย

1.3 จากผลการวิจัยความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวม .82 อยู่ในระดับมาก แสดงว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แต่มีประเด็นคำถามในข้อ 10 แรงงูใจในการท่องเที่ยว คือความอยากรู้อยากเห็น ได้ค่าเฉลี่ย .32 น้อยที่สุด ดังนั้น ขอเสนอแนะให้มีประชาสัมพันธ์หรือใช้สื่อต่างๆ โดยภาครัฐหรือเอกชน ทำความเข้าใจการส่งเสริมการท่องเที่ยวว่า แรงงูใจที่สำคัญในการท่องเที่ยว มีความสำคัญหลายประเด็น ไม่ใช่ความอยากรู้อยากเห็นเพียงอย่างเดียว แต่มีแรงงูใจในการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ สิ่งงูใจกายภาพ เช่น การพักผ่อน สิ่งงูใจทางวัฒนธรรมเช่น เรื่องราวคนตรี ศิลปะ สิ่งงูใจระหว่างบุคคล เช่น พบคนใหม่ๆ และ สิ่งงูใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง เช่น การเดินทางทำธุรกิจ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว และ สร้างความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งฝั่งไทยและลาว รวมทั้งด้านใดที่สามารถนำเสนอสร้างความรู้ความเข้าใจและได้รับประโยชน์ ให้ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว

1.4 จากผลการวิจัยความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.14 อยู่ในระดับมาก แสดงว่าประชาชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ในแง่เชิงบวก แต่มีประเด็นคำถามในข้อ 10 ประสิทธิภาพของการท่องเที่ยว มีส่วนในการตัดสินใจท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 3.86 ข้อเสนอแนะในประเด็นนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำถามเห็นด้วยน้อย เพราะมีความเข้าใจว่า ประสิทธิภาพของการท่องเที่ยว มีส่วนในการตัดสินใจ ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงสมควรให้นักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพของการท่องเที่ยว ได้มีโอกาสเดินทางกลับมาเยือนจังหวัดมุกดาหาร อีก รวมทั้งชักชวนนักท่องเที่ยวอื่นๆ มาท่องเที่ยวจังหวัดมุกดาหาร และเมื่อสะพานข้ามแม่น้ำโขงเสร็จสมบูรณ์แล้ว จะได้เดินทางโดยสะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ทั้งประเทศลาว เวียดนาม จีน และประเทศในแถบอินโดจีนได้ และจะต้องสร้างความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ด้วยความพึงพอใจและความประทับใจที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะจากผลการทดสอบสมมติฐาน

2.1 จากผลการศึกษาการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ภูมิลำเนา พบว่า อายุและระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงเสนอแนะว่าปัจจัยด้านบุคคล อายุ ระหว่าง 15-25 ปี และระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกัน โดยทั้งอายุระหว่าง 15-25 ปี และระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อยู่ในช่วงวัยการศึกษา ดังนั้นควรเสนอความรู้ความเข้าใจ ประสิทธิภาพในด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้นแก่กลุ่มตัวอย่างระหว่าง 15-25 ปี และนักเรียนระดับปริญญาตรีให้มากขึ้น อีกทั้งควรจะต้องขยายฐานของกลุ่มไปยังกลุ่มอื่นๆ และปรับปรุงสิ่งบกพร่องต่างๆ เพื่อขยายฐานการท่องเที่ยวให้มากขึ้นในกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ และสร้างกลยุทธ์ในด้านการตลาดไปสู่กลุ่มอื่นๆ ด้วย

2.2 จากผลการศึกษาการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว พบว่าการรับรู้ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงเสนอแนะว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารมาก ควรยอมรับการรับรู้ข่าวสารกลุ่มตัวอย่างน้อย เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสารในด้านต่างๆ ให้มากขึ้น กลุ่มตัวอย่างความรู้ความเข้าใจมาก ควรยอมรับกลุ่มตัวอย่างความรู้ความเข้าใจน้อย เพื่อสื่อสารให้เกิดความรู้ความเข้าใจในทิศทางเดียวกันมากขึ้น ส่วนความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมากควรยอมรับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างน้อย เพื่อให้มีการเสริมสร้างการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร รวมทั้งการมีส่วนร่วมกันให้มากขึ้น สุดท้ายก็คือสร้างความพอใจ และประทับใจแก่นักท่องเที่ยวในความคาดหวังจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาภาพรวม เฉพาะพื้นที่ในอำเภอเมืองมุกดาหาร จังหวัดมุกดาหาร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 222 คน และเป็นการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาทุกระดับพื้นที่ทุกส่วนของจังหวัดมุกดาหาร รวมทั้งพื้นที่ในฝั่งสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คือแขวง สะหวันนะเขต โดยใช้ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลที่ถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดมุกดาหาร ที่นำไปสู่ความยั่งยืนและประสบความสำเร็จ ซึ่งแต่ละรูปแบบมีข้อดี และข้อเสีย แตกต่างกัน ซึ่งควรมีการศึกษารูปแบบต่างๆ เหล่านั้น เพื่อเป็นตัวอย่างในการพัฒนาในด้านบริหารจัดการต่อไป รวมทั้งความร่วมมือระหว่างประเทศไทย และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง โดยเฉพาะในด้านการตลาด เพื่อกำหนดกลยุทธ์แนวทางใหม่ๆ

3. ควรมีการศึกษาผลกระทบที่จะเกิดขึ้น จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร เพื่อป้องกันผลกระทบด้านลบที่อาจจะเกิดขึ้นได้และส่งเสริมผลกระทบด้านบวกเพื่อการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืนต่อไป เช่น การเดินทางข้ามแม่น้ำโขงเพื่อไปยังฝั่งประเทศอินโดจีน ในเรื่องกฎ ระเบียบ ต่างๆ เกี่ยวกับการเดินทางข้ามประเทศ ให้เป็นสากลมากขึ้น

4. ควรมีการศึกษา เพื่อ กำหนดมาตรฐานเบื้องต้นของการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ หรือ จัดทำคู่มือท่องเที่ยวของจังหวัดมุกดาหาร ให้ครบถ้วนรวมทั้งของกลุ่มประเทศในแถบอินโดจีน ในการเป็นแนวทางการพัฒนา และจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดมุกดาหาร และฝั่งลาว

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กาญจนา คำสุวรรณ และนิตยา เสาร์มณี. 2521. จิตวิทยาเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร:
เรือนแก้วการพิมพ์.

กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2539. การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กรุงเทพมหานคร

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2529. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546. แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2547.

กรมพัฒนาและส่งเสริมพลังงานแห่งชาติ. 2539. แผนพัฒนาปี 2539.

กุลวรา สุวรรณพิมล. 2541. การศึกษาความต้องการ ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและบริเวณใกล้เคียง.
คณะวิทยาการจัดการ. สถาบันราชภัฏภูเก็ต, ภูเก็ต

กฤษณี มหาวิรุฬห์. 2531. ทักษะในการดำเนินงานเบื้องต้นของประธานกรรมการหมู่บ้านตาม
โครงการปรีณรงค์คุณภาพชีวิตและความจำเป็นพื้นฐาน: ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดชัยนาท.
กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ขนิษฐา พอนอ่วม และสาทิศ สุขผ่องศรี. 2543. รายงานการวิจัยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา
ชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช. กระทรวงสาธารณสุข,
กรุงเทพมหานคร.

คณะกรรมการพัฒนาจังหวัดมุกดาหาร. 2537. รายงานการศึกษาและจัดการการลงทุนจังหวัด
มุกดาหาร, มุกดาหาร.

สำนักงานจังหวัดมุกดาหาร. 2537. รายงานข้อมูลสำคัญสำนักงานจังหวัดมุกดาหาร, มุกดาหาร

จำรอง เงินดี. 3534. เอกสารคำสอนวิชาจิตวิทยาสังคม. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาจิตวิทยา,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว: ภาควิชาศิลปอาชีพ.
คณะมนุษยศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. 2532. ปกิณกะบทความวิชาการด้านการท่องเที่ยว. คณะมนุษยศาสตร์.
มหาวิทยาลัย เชียงใหม่, เชียงใหม่

ช่อแพร์ ทินพรรณ. 2544. สภาพเศรษฐกิจสังคมของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับการ
ประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ทวี เลรามัญ. 2520. ความคิดเห็นของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับการวิจัยทางสังคมศาสตร์.
กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นิคม จารุมณี. 2535. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. การศาสนา,
กรุงเทพมหานคร.

นิตยา วิรุฬรัตน์. 2526. ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในกิจการนันทนาการกลางแจ้งกับ
ทัศนคติที่มีต่อสิ่งแวดล้อมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร:
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นพรัตน์ สุรพฤกษ์. จุลสารสถานะแวดล้อม, ฉบับที่ 6 (มิถุนายน 250).

นรินทร์ ทัพไชย. 2545. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ในเอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาด
ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- บุญชม ศรีสะอาด. 2532. **วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัยเล่มที่ 2**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เจริญผล.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. 2533. **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปSPSS**. กรุงเทพมหานคร: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์การพิมพ์.
- ปริญ ลักษิตานนท์. 2536. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพมหานคร
- ประมะ สตะเวทิน. 2541. **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร, ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2526. **ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: วังบูรพา.
- พจนา สวานศรี. 2539. **การจัดการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน**. มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม, กรุงเทพมหานคร.
- พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ. 2531. **การวัดทัศนคติ: คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์**, มหาวิทยาลัยมหิดล. (เอกสารเย็บเล่ม)
- พลอยศรี โปราณานนท์. 2544. **การท่องเที่ยวเบื้องต้น**. โรงพิมพ์มิ่งเมือง, เชียงใหม่
- ไพศาล หวังพานิช. 2523. **การวัดผลการศึกษา**, กรุงเทพมหานคร: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. 2535. **ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ ทัศนคติกับการใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคล**. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รายงานผลการทำงานและความก้าวหน้า. 2546. **โครงการสะพานมิตรภาพข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร**. มุกดาหาร.

- วินิจ วีรยางกูร. 2532. **การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2537. **การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2540. **รายงานการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กรุงเทพมหานคร.
- เสรี วังสืไพจิตร. 2529. **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและปีท่องเที่ยวไทย 2530**.
- สอ เสถบุตร. 2525. **พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย**. ไทยวัฒนาพานิช, กรุงเทพมหานคร.
- Best, J.W. 1977. **Reserch in Education**. (3 ed). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Check, Y.G., J.L. Choy and J.C. Makens. 1989. **The Travel Industry**. Van Nostrand Reinhold, New York.
- Cronbach, L.J. 1990. **Essential of Psychology testing**. New York : McGraw – Hill Book Company.
- Likert, Rensis. **New Patterns of Management**. New York : McGraw – Hill Book Company, 1961
- McIntosh, R.W. and C.R. Goeldner. 1995. **Principle, Practice, Philosophies**. 6 ed., John Wiley and Sons, Inc., New York.
- Rogers, Everett.M. **Communication Channels in Handbook of Communication**. Chicago: Rand McNally, 1978.

Webster.1994. **Websters 2 New Riverside University Dictionary**. Houghton Mifflin
Company, America.

Seaton, A.V. and M.M.Bennett.1996. **Marketing Tourism Product : Concepts,Issue and Case**.
Aldren press, England.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการศึกษา

ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2
จังหวัดมุกดาหาร

แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร” ในหลักสูตรปริญญาโท สาขารัฐศาสตร์ (บริหารรัฐกิจ) คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยว นำมาสู่แนวทางที่ถูกต้อง และอำนวยความสะดวกสูงสุดแก่ประเทศทั้งสอง จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน ในการกรอกแบบสอบถามดังแนบมาพร้อมนี้ ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

คำแนะนำ : โปรดทำเครื่องหมาย \surd ลงในช่อง () ของแต่ละข้อที่ตรงกับท่าน

1. เพศ
 ชาย หญิง
2. ปัจจุบันท่านอายุ.....ปี
3. ระดับการศึกษา
 ระดับประถม ระดับมัธยมศึกษา สายวิชาชีพ(ปวช.ปวส)
 ระดับปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
4. รายได้ต่อเดือน โดยประมาณ.....บาท
5. อาชีพ
 นักศึกษา รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจหรือพนักงานบริษัทเอกชน
 ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย
 รับจ้าง อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)
6. ภูมิลำเนา
 จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดอื่นๆ (โปรดระบุ.....)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

2.1 ประสิทธิภาพด้านการท่องเที่ยว

คำแนะนำ : โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องขวามือ ของแต่ละข้อที่ตรงกับประสิทธิภาพของท่านที่ผ่านมา ท่านได้ทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในประเด็นต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด (กรุณาตอบทุกข้อ)

ข้อความ	เป็นประจำ บ่อย ๆ	เป็นบางครั้ง แล้วแต่โอกาส	ไม่เคยเลย
1. การเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ ของประเทศไทย ในวันหยุดราชการ(เสาร์อาทิตย์)			
2. การเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ในวันหยุดนักขัตฤกษ์			
3. การเดินทางท่องเที่ยวไปในวันเทศกาล หรืองานประเพณีของจังหวัดต่าง ๆ			
4. การเดินทางข้ามแม่น้ำโขง ไปยังฝั่งลาว			
5. การเดินทางข้ามแม่น้ำโขง โดยสะพานมิตรภาพ ไทย-ลาว แห่งที่ 1 จังหวัดหนองคาย			
6. การเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมงานประเพณี เช่น ไหลเรือไฟ บั้งไฟ สงกรานต์			
7. การเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น น้ำตก วนอุทยานภูผาทิพย์			
8. การเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี เช่น วัด ชากไดโนเสาร์วิถีชีวิต			
9. การเดินทางไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จีน กัมพูชา พม่า เวียดนาม			
10. การเดินทางไปกับบริการนำเที่ยว (บริษัททัวร์) ต่างๆ			
11. การเดินทางด้วยตนเอง เช่น นั่งรถทัวร์ ขับรถไปเอง			
12. การเดินทางโดยข้อมูลข่าวสาร เช่น วารสาร น.ส.พ. โทรทัศน์			

2.2 การรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัด
มุกดาหาร

คำแนะนำ : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือ ที่ตรงกับการรับรู้ข่าวสารของท่านใน
ประเด็นต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด (กรุณาตอบทุกข้อ)

แหล่งข่าวสาร	ระดับรับรู้ข่าวสาร				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สื่อบุคคล					
- บุคคลในครอบครัว					
- เพื่อนฝูง					
- เจ้าหน้าที่ของรัฐ					
สื่อมวลชน					
- โทรทัศน์					
- วิทยุ					
- หนังสือพิมพ์					
สื่อเฉพาะกิจ					
- ไปสเตอร์					
- แผ่นพับ					
- ป้ายประชาสัมพันธ์					

2.3 ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว
 แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างไร

คำแนะนำ : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความรู้ความเข้าใจของท่าน ในประเด็น
 ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด (กรุณาตอบทุกข้อ)

คำถาม	ใช่	ไม่ใช่
1. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปอาศัยที่อื่นชั่วคราวด้วยความสมัครใจ รวมถึงการเดินทาง เพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้		
2. แม่น้ำโขงเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ ที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว		
3. การส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เกิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืน		
4. แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดมุกดาหาร มีมากกว่า 1 แห่ง		
5. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีชื่อเสียงจังหวัดมุกดาหาร เช่น แก่งกะเบา วนอุทยานภูผาเทิบ		
6. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีชื่อเสียงจังหวัดมุกดาหาร เชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ได้แก่ หอแก้ว พิพิธภัณฑสถาน ศักดิ์สิทธิ์ วิถีชีวิต		
7. น้ำตกคอนพะเพ็ง(หลี่ผี) อยู่ในฝั่งประเทศไทย		
8. ยุทธศาสตร์จังหวัดมุกดาหาร เน้นการค้าตามแนวชายแดน		
9. แหล่งท่องเที่ยวฝั่งลาว(สะหวันนะเขต)มีมากกว่า 1 แห่ง		
10. แรงจูงใจที่สำคัญในการท่องเที่ยว คือความอยากรู้อยากเห็น		
11. วัตถุประสงค์ในการก่อสร้างสะพานมิตรภาพข้ามแม่น้ำโขง แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว		
12. สะพานมิตรภาพข้ามแม่น้ำโขง แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ทำให้มีการค้าตามแนวชายแดนระหว่างประเทศไทย กับกลุ่มประเทศอินโดจีน		
13. ตลาดค้าขายอินโดจีน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดมุกดาหาร		

2.4 ท่านมีความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร อย่างไร

คำแนะนำ : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน ในประเด็นต่อไปนี้มากที่สุดน้อยเพียงใด (กรุณาตอบทุกข้อ)

ข้อความ	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
1. การก่อสร้างสะพานมิตรภาพข้ามแม่น้ำโขง ทำให้การเดินทางสะดวกและรวดเร็ว					
2. แหล่งธรรมชาติต่างๆ ในจังหวัดมุกดาหารเหมาะสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ โดยเฉพาะผู้รักธรรมชาติ					
3. สื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์วิทยุ อื่นๆ มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว					
4. เจ้าหน้าที่รัฐ มีส่วนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว					
5. ราคาสินค้า/บริการ มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว					
6. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ที่พัก การเดินทาง อาหาร สินค้าต่างๆ มีความสำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยว					
7. ยุทธศาสตร์ จ.มุกดาหาร มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว					
8. การบริหารจัดการที่ดี มีส่วนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว					
9. ระบบขนส่งที่ทันสมัย เช่น รถไฟ เป็นสิ่งจำเป็นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว					
10. ประสบการณ์ของการท่องเที่ยว มีส่วนในการตัดสินใจตัดสินใจท่องเที่ยว					

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว
แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

คำแนะนำ : โปรดทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่องขวามือที่ตรงกับความคาดหวังของท่าน ในประเด็น
 ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด (กรุณาตอบทุกข้อ)

สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร	ระดับความคาดหวัง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ทำให้ จ.มุกดาหาร มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น					
2. ทำให้เศรษฐกิจของ จ.มุกดาหารดีขึ้น					
3. การคมนาคมโดยทั่วไป สะดวกรวดเร็ว					
4. การพัฒนาค้าขายระหว่างประเทศดีขึ้น					
5. การลงทุนธุรกิจ เพิ่มขึ้น					
6. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดีขึ้น					
7. ระเบียบของราชการเข้มงวดน้อยลง					
8. ความปลอดภัยชีวิตและทรัพย์สิน ในการเดินทาง					
9. การพัฒนาการค้าตามแนวชายแดน					
10. การค้าขายตลาดอินโดจีนดีขึ้น					
11. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่พัก อาหาร สินค้า ดีขึ้น					
12. พัฒนา จ. มุกดาหาร เป็นศูนย์ กลางการท่องเที่ยว					
13. พัฒนาอาชีพราษฎรในภูมิภาค					
14. กำไรจากการท่องเที่ยว คือความ พอใจและประทับใจ					
15. พัฒนาสนับสนุนคุณภาพชีวิต ดีขึ้น					

ภาคผนวก ข
คะแนนของกลุ่มย่อย

ตารางผนวกที่ ข1 จำนวนและร้อยละของคะแนนประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความ
คาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว
แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

คะแนนของกลุ่ม	จำนวน (N = 222)	ร้อยละ (100.0)
1.00	1	.5
2.00	7	3.2
3.00	3	1.4
4.00	8	3.6
5.00	4	1.8
6.00	13	5.9
7.00	25	11.3
8.00	26	11.7
9.00	25	11.3
10.00	23	10.4
11.00	17	7.7
12.00	25	11.3
13.00	11	5.0
14.00	6	2.7
15.00	12	5.4
16.00	4	1.8
17.00	4	1.8
18.00	1	.5
19.00	2	.9
20.00	2	.9
21.00	1	.5
22.00	2	.9

$\bar{X} = 9.81$ S.D. = 3.92

คะแนนต่ำกว่า 9.81 คือ ประชาชนที่มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร น้อย จำนวน 112 คน

คะแนน 9.81 ขึ้นไป คือประชาชนที่มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร มาก จำนวน 110 คน

ตารางผนวกที่ ๒ จำนวนและร้อยละของคะแนนการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชาชน จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

คะแนนของกลุ่ม	จำนวน (N = 222)	ร้อยละ (100.0)
13.00	2	.9
17.00	1	.5
18.00	2	.9
21.00	2	.9
23.00	3	1.4
24.00	4	1.8
25.00	1	.5
26.00	4	1.8
27.00	5	2.3
28.00	6	2.7
29.00	4	1.8
30.00	6	2.7
31.00	6	2.7
32.00	7	3.2
33.00	4	1.8
34.00	7	3.2
35.00	11	5.0
36.00	14	6.3
37.00	11	5.0
38.00	15	6.8
39.00	13	5.9
40.00	9	4.1
41.00	5	2.3
42.00	11	5.0

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

คะแนน	จำนวน (N = 222)	ร้อยละ (100.0)
43.00	5	2.3
44.00	9	4.1
45.00	5	2.3
46.00	7	3.2
47.00	9	4.1
48.00	8	3.6
49.00	4	1.8
50.00	3	1.4
51.00	3	1.4
52.00	4	1.8
53.00	3	1.4
54.00	4	1.8
55.00	2	.9
56.00	1	.5
58.00	1	.5
59.00	1	.5
$\bar{X} = 38.39$	S.D. = 8.68	

คะแนนต่ำกว่า 38.39 คือประชาชนที่รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพแห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ในระดับน้อย จำนวน 115 คน

คะแนนมากกว่า 38.39 คือประชาชนที่รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพแห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ในระดับมาก จำนวน 107 คน

ตารางผนวก ที่ ๓3 จำนวนและร้อยละของคะแนนความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวของประชาชน
เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัด
มุกดาหาร

คะแนนของกลุ่ม	จำนวน (N = 222)	ร้อยละ (100.0)
4.00	1	.5
5.00	1	.5
6.00	1	.5
7.00	6	2.7
8.00	5	2.3
9.00	16	7.2
10.00	48	21.6
11.00	74	33.3
12.00	57	25.7
13.00	13	5.9

$\bar{X} = 10.75$ S.D. = 1.44

คะแนนต่ำกว่า 10.75 คือ ประชาชนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว
สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ในระดับน้อย จำนวน 78 คน

คะแนนมากกว่า 10.75 คือ ประชาชนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว
สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ในระดับมาก จำนวน 144 คน

ตารางผนวกที่ 4 จำนวนและร้อยละของคะแนนความคิดเห็นของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

คะแนนของกลุ่ม	จำนวน (N = 222)	ร้อยละ (100.0)
10.00	2	.9
30.00	3	1.4
31.00	2	.9
32.00	7	3.2
33.00	3	1.4
34.00	5	2.3
35.00	4	1.8
36.00	11	5.0
37.00	14	6.3
38.00	14	6.3
39.00	10	4.5
40.00	23	10.4
41.00	17	7.7
42.00	10	4.5
43.00	10	4.5
44.00	10	4.5
45.00	15	6.8
46.00	13	5.9
47.00	12	5.4
48.00	10	4.5
49.00	10	4.5
50.00	17	.7

$$\bar{X} = 41.46 \quad S.D. = 5.98$$

คะแนนต่ำกว่า 41.46 คือประชาชนที่มีความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ในระดับน้อย จำนวน 115 คน

คะแนนมากกว่า 41.46 คือประชาชนที่มีความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ในระดับมาก จำนวน 107 คน

ตารางผนวกที่ ข5 จำนวนและร้อยละของความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

คะแนนของกลุ่ม	จำนวน (N = 222)	ร้อยละ (100.0)
44.00	1	.5
45.00	4	1.8
46.00	1	.5
47.00	2	.9
48.00	1	.5
50.00	3	1.4
51.00	1	.5
52.00	6	2.7
53.00	4	1.8
54.00	8	3.6
55.00	6	2.7
56.00	6	2.7
57.00	7	3.2
58.00	11	5.0
59.00	4	1.8
60.00	15	6.8
61.00	7	3.2
62.00	5	2.3
63.00	7	3.2

ตารางผนวกที่ ๖5 (ต่อ)

คะแนนของกลุ่ม	จำนวน (N = 222)	ร้อยละ (100.0)
64.00	11	5.0
65.00	6	2.7
66.00	8	3.6
67.00	8	3.6
68.00	8	3.6
69.00	20	9.0
70.00	18	8.1
71.00	11	5.0
72.00	6	2.7
73.00	9	4.1
74.00	6	2.7
75.00	12	5.4

$\bar{X} = 63.70$ S.D. = 7.67

คะแนนต่ำกว่า 63.70 คือ ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ในระดับน้อย จำนวน 99 คน

คะแนนมากกว่า 63.70 คือ ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร ในระดับมาก จำนวน 123 คน

ภาคผนวก ค
ค่าความเชื่อมั่น

ตารางผนวกที่ ค1 แสดงความเชื่อมั่นเกี่ยวกับประสพการณ์ด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคาดหวังของ
ประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2
จังหวัดมุกดาหาร

ลำดับข้อ	Correct Item - Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1	.5113	.8282
2	.5346	.8260
3	.5368	.8248
4	.4827	.8283
5	.6276	.8187
6	.5897	.8205
7	.6096	.8196
8	.6032	.8186
9	.3940	.8358
10	.5444	.8235
11	.3540	.8389
12	.3724	.8385

Alpha = .8390

ตารางผนวกที่ ค2 แสดงความเชื่อมั่นการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพ
ไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ลำดับข้อ	Correct Item - Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1	.6370	.9055
2	.5730	.9080
3	.7334	.9014
4	.3563	.9156
5	.4514	.9130
6	.6391	.9055
7	.6428	.9052
8	.8180	.8994
9	.6531	.9049
10	.7379	.9012
11	.7008	.9027
12	.6777	.9037
13	.6592	.9045

Alpha = .9122

ตารางผนวกที่ ค3 แสดงความเชื่อมั่นเกี่ยวกับความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพาน
มิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ลำดับข้อ	Corrected Item -Total Correlection	Alpha if Item Deleted
1	.5598	.8007
2	.5407	.8029
3	.4862	.8067
4	.6058	.7930
5	.4540	.8144
6	.2730	.8261
7	.5677	.7976
8	.5357	.8038
9	.6483	.7899
10	.4678	.8084

Alpha = .8207

ตารางผนวกที่ ค4 แสดงความเชื่อมั่นเกี่ยวกับความคาดหวังจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพาน
มิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร

ลำดับข้อ	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1	.3615	.8740
2	.4383	.8709
3	.5951	.8642
4	.3705	.8743
5	.2270	.8786
6	.4662	.8716
7	.5256	.8671
8	.6248	.8619
9	.4663	.8696
10	.5392	.8664
11	.4382	.8707
12	.7439	.8551
13	.7552	.8574
14	.5925	.8638
15	.7243	.8559

Alpha = .8748

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ประวัติการศึกษา

- : นายอรรถพล จันทรสภา
- : ปริญญาตรี คณะนิติศาสตร์ สาขานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- : ปริญญาโท คณะสังคมศาสตร์ สาขารัฐศาสตร์ (บริหารรัฐกิจ) ภาควิชารัฐศาสตร์ และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประวัติการทำงาน

- : อดีต
 - สำนักงานบางกอกทนายความและบัญชี
 - สำนักงานกฎหมายปริชา โกลิศจานนท์
 - ธนาคารมหานคร จำกัด (มหาชน) ปัจจุบันร่วมกับ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
 - บริษัท ราชรถธุรกิจการเกษตรและก่อสร้าง จำกัด ฝ่ายกฎหมาย
- : ปัจจุบัน
 - หัวหน้าสำนักกฎหมาย จีไอพี
 - บริษัท ที.ทริปเปิล แทรเวล จำกัด ตำแหน่ง รองประธานกรรมการบริหาร