

การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19
และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว
ของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติ
The Effects of Perceived Risk from the COVID-19 Pandemic and
Emotional Solidarity on Support for Tourism of Local Residents in
Lanta Island, Krabi Province: The Role of Attitudes

กรวรรณ ไจยว¹ วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์²
Korrawan Jaiyao, Wongladda Weerapaiboon

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว 2. ศึกษาอิทธิพลของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว 3. วิเคราะห์อิทธิพลของทัศนคติเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว และ 4. วิเคราะห์อิทธิพลของทัศนคติเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการส่งเสริมการท่องเที่ยว งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีการสำรวจโดยใช้เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นคนในพื้นที่ที่อาศัยอยู่ใน 5 ตำบลของอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ อย่างน้อย 3 ปี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยัน และการวิเคราะห์เส้นทาง ผลการวิจัย พบว่า 1) การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta_1 = 0.045, p = 0.869$) 2) ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta_2 = 0.124, p = 0.018$) 3) ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านแบบเต็มรูปแบบต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการ

Received: 2022-05-12 Revised: 2022-06-21 Accepted: 2022-06-23

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร Master of Arts, Program in Tourism, Hotel and Event Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University. Corresponding Author e-mail: jaiyao_k@silpakorn.edu

² อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร Master of Arts, Program in Tourism, Hotel and Event Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University

ท่องเที่ยว ($\beta_3 = 0.041, p = 0.000$) และ 4) ทศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านแบบบางส่วนต่อความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ($\beta_4 = 0.131, p = 0.001$) ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ท่ามกลางการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คนในพื้นที่มีความยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามคนในพื้นที่ยังคงต้องการให้หน่วยงานภาครัฐมีมาตรการทางสาธารณสุขอย่างเข้มงวดในการคัดกรองนักท่องเที่ยว หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการสนับสนุนนโยบายหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจและปรับปรุงมาตรการทางสาธารณสุขเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่คนในพื้นที่

คำสำคัญ (Keywords): การรับรู้ความเสี่ยง; ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน; การส่งเสริมการท่องเที่ยว

Abstract

The aims of this research were to 1. study the effect of perceived risk on support for tourism; 2. study the effect of emotional solidarity on support for tourism; 3. analyze attitudes as a mediating variable of the relationship of perceived risk and support for tourism; and 4. analyze attitudes as a mediating variable of the relationship of emotional solidarity and support for tourism. This study is quantitative research and a questionnaire is a research tool used to conduct survey. Data collection is purposive sampling from 400 respondents who were local residents living in 5 sub-districts, Koh Lanta district in Krabi province at least 3 years. Statistical techniques utilized in data analysis were descriptive statistics, confirmatory factor analysis and path analysis. The findings demonstrated that: 1) local residents' perceived risk had a statistically insignificant negative effect on support for tourism ($\beta_1 = 0.045, p = 0.869$) 2) the emotional solidarity had a statistically significant positive effect on support for tourism ($\beta_2 = 0.124, p = 0.018$) 3) the positive attitudes had an effect as full mediation on the relationship between perceived risk and support for tourism ($\beta_3 = 0.041, p = 0.000$) and 4) the positive attitudes had an effect as partial mediation on the relationship between emotional solidarity and support for tourism ($\beta_4 = 0.131, p = 0.001$) Overall, the findings indicated that local residents welcome tourists. However, they would like government agencies to have strict public health measures in place to screen tourists. As a result of this research, tourism-related organizations will be able to promote tourism policies or activities in order to revitalize the economy and adjust strict public health measures in order to build trust among local residents.

Keywords: Perceived risk; Emotional solidarity; Support for tourism

บทนำ (Introduction)

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 มากที่สุด เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และเติบโตเร็วที่สุดในโลก โดยคิดเป็นร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมโลก และร้อยละ 30 ของการส่งออกบริการทั่วโลก นอกจากนี้เมื่อเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 การปิดพรมแดนประเทศจึงเป็นทางออกที่สำคัญเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสระหว่างประเทศ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวนลดลงมากที่สุดในประวัติศาสตร์ (UNWTO, 2020) การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ไม่เพียงส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ส่งผลกระทบไปยังการดำเนินชีวิตของผู้คนอีกด้วย การรับรู้ความเสี่ยงจากการระบาดของเชื้อโรคอุบัติใหม่ ทำให้ผู้คนเกิดความหวาดกลัวจนแปลกหน้าที่อาจจะนำเชื้อโรคมารแพร่กระจายในพื้นที่อาศัยของตน หลายประเทศทั่วโลกเกิดเหตุการณ์ประท้วงต่อต้านนโยบายการเปิดประเทศ รวมทั้งเกิดเหตุทะเลาะวิวาทระหว่างผู้อยู่อาศัยและผู้มาเยือน (Hall et al., 2020) อย่างไรก็ตาม เมื่อเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นในประเทศที่จำเป็นต้องพึ่งพาการท่องเที่ยวเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ประเทศเหล่านั้นอาจตกอยู่ในภาวะที่กลืนไม่เข้าคายไม่ออกเพราะต้องเลือกระหว่างความปลอดภัยของพลเมืองหรือเศรษฐกิจของประเทศ (Kamata, 2021) เมื่อกลางปี พ.ศ. 2563 ซึ่งอยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 มีนักวิจัย Joo et al., (2021) ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่บนเกาะเชจู ประเทศเกาหลีใต้ ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ที่มีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากคนในพื้นที่มีความคิดเห็นว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามีความเสี่ยงที่จะเพิ่มโอกาสของการติดเชื้อแก่คนในพื้นที่ (Joo et al., 2021)

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาเกี่ยวกับความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และการเห็นอกเห็นใจ) ของคนในพื้นที่ที่มีต่อนักท่องเที่ยว หมายถึงการแสดงออกถึงการยินดีต้อนรับหรือการเลือกปฏิบัติ (Tse & Tung, 2020) และยังสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของทัศนคติเชิงบวกและเชิงลบของคนในพื้นที่ที่มีต่อการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ผลการวิจัยของ Lee (2021) พบว่า คนในพื้นที่ที่มีทัศนคติเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 โดยการแสดงอารมณ์ในแง่ลบต่อนักท่องเที่ยวต่างถิ่น ขณะเดียวกันผลการวิจัยด้านทัศนคติเชิงบวกของคนในพื้นที่มาจากการที่คนในพื้นที่รับรู้ผลประโยชน์ในระดับที่สูงกว่าการรับรู้ความเสี่ยง จึงส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ (ÇELİK & Rasoolimanesh, 2021)

“เกาะ” เป็นพื้นที่ภูมิรัฐศาสตร์ที่มีความสำคัญในแง่ของความเป็นอิสระ ความโดดเดี่ยว ความห่างไกลจากผู้คน เกาะจึงเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองการพักผ่อนและ

หลักหนีจากความวุ่นวาย การท่องเที่ยวทำให้เกิดการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่คนในพื้นที่ ขณะเดียวกัน เมื่อเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 บนเกาะ คนในพื้นที่จึงมีความรู้สึกกลืนไม่เข้าคายไม่ออก แม้ว่าการท่องเที่ยวจะสร้างรายได้แต่การท่องเที่ยวก็สร้างความกังวลใจเช่นกัน ด้วยเหตุผลดังกล่าว นักวิจัยจึงเลือกพื้นที่เกาะเพื่อใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (Joo et al., 2021; Burleigh, 2020; Compton, 2020) ในบริเวณชายฝั่งอันดามัน “เกาะลันตา” มีสถานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะที่สำคัญ สามารถสร้างรายได้และอาชีพทางการท่องเที่ยวให้แก่คนในพื้นที่จังหวัดกระบี่ และเมื่อเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 การศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงในมุมมองของคนในพื้นที่ฐานเจ้าบ้านหรือด้านอุปทาน (Supply) จึงเป็นสิ่งสำคัญ อีกทั้งงานวิจัยด้านนี้ยังไม่เป็นที่แพร่หลายเท่าใดนักในประเทศไทย

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติ” โดยผู้วิจัยคาดหวังว่าผลการวิจัยสามารถไปเป็นข้อมูลให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของคนในพื้นที่สามารถนำไปเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาและวางแผนนโยบายการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพทั้งในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์ที่เกิดวิกฤติต่างๆ รวมทั้งจะเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่
3. เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติฐานตัวแปรส่งผ่านของอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่
4. เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติฐานตัวแปรส่งผ่านของอิทธิพลของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

- สมมติฐานที่ 1: การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว
- สมมติฐานที่ 2abc : ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3.1: ทศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3.2: ทศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4.1abc: ทศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4.2abc: ทศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีเครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถามในการสำรวจ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ประชากรคือ คนในพื้นที่ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ โดยกลุ่มตัวอย่างจะต้องมีอายุ 20 ปีขึ้นไปและต้องเป็นผู้อาศัยอยู่ในอำเภอเกาะลันตาอย่างน้อย 3 ปี งานวิจัยนี้เป็นการทดสอบสมมติฐาน และใช้การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยทาง Kline (2011) ได้กล่าวเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์ควรมีประมาณ 10 ต่อพารามิเตอร์ที่ใช้ประมาณค่าในการวิเคราะห์ หรือ 10 เท่าของตัวชี้วัดหรือตัวแปรสังเกต การศึกษานี้มีตัวแปรสังเกตจำนวน 27 ตัวแปร ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ (27×10) หรือ 270 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันการผิดพลาดและมีให้จำนวนตัวอย่างเป็นอุปสรรคในการคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ (Henseler et al., 2016) จึงใช้จำนวน 400 ตัวอย่าง และกำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ ผู้อาศัยที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปและต้องอาศัยอยู่ในอำเภอเกาะลันตาอย่างน้อย 3 ปี จาก 5 ตำบล (เกาะลันตาใหญ่ เกาะลันตาน้อย ศาลาด่าน เกาะกลาง และคลองยาง) โดยเป็นแบ่งโควตาตำบลละ 20 เปอร์เซนต์ หรือ 80 ตัวอย่าง รวมทั้ง 400 ตัวอย่าง

3. เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการสำรวจข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลคำถามคัดกรองก่อนทำแบบสอบถาม คือ ระยะเวลาการอาศัยอยู่ในอำเภอเกาะลันตา 3 ปีขึ้นไป และการยินยอมในการเข้าร่วมวิจัยหรือให้ข้อมูล รวม 2 ข้อ ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

แบบสอบถามจำนวน 8 ข้อ ส่วนที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ จำนวน 6 ข้อ (Bae & Chang, 2021; Joo et al., 2021; Zhang & Tang, 2021) ส่วนที่ 4 การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ จำนวน 3 ข้อ (Joo et al., 2021; Moghavvemi et al., 2017) ส่วนที่ 5 ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน จำนวน 10 ข้อ แบ่งออกเป็น 3 มิติ 1) ธรรมชาติความเป็นมิตร จำนวน 4 ข้อ 2) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ จำนวน 4 ข้อ และ 3) ความเห็นอกเห็นใจ จำนวน 2 ข้อ (Joo et al., 2021; Zhang & Tang, 2021) และส่วนที่ 6 ทศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยวจำนวน 8 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 มิติ 1) ทศนคติที่มีผลกระทบเชิงบวกจำนวน 4 ข้อ และ 2) ทศนคติที่มีผลกระทบเชิงลบ จำนวน 4 ข้อ (Pavlić et al., 2019) ซึ่งส่วนที่ 3-6 เป็นการประเมินรูปแบบมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Rating Scale) 5 ระดับ คือ 1-5 (เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึงเห็นด้วยมากที่สุด)

งานวิจัยนี้มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) จากนั้นมาตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยทดสอบกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง คือ คนในพื้นที่ที่อาศัยบนเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำนวน 40 คน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของการรับรู้ความเสี่ยงเท่ากับ 0.92 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่ากับ 0.91 ธรรมชาติความเป็นมิตรเท่ากับ 0.95 ความใกล้ชิดทางอารมณ์เท่ากับ 0.95 ความเห็นอกเห็นใจเท่ากับ 0.92 ทศนคติเชิงบวกเท่ากับ 0.97 และทศนคติเชิงลบเท่ากับ 0.95 ซึ่งตัวแปรทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.70 (Nunnally, 1978)

จากนั้นหาค่า KMO (Kaiser-Olkin Measure of Sampling Adequacy) จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เท่ากับ 0.926 ค่า Bartlett's Test มีนัยสำคัญทางสถิติ (Fornell & Larcker, 1981) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มากกว่า 3 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

4. การรวบรวมข้อมูล

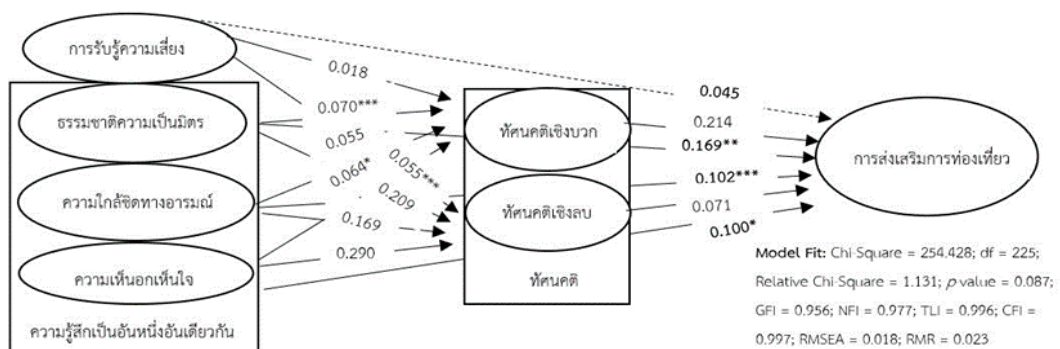
ผู้วิจัยดำเนินการจัดส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปยังหน่วยราชการท้องถิ่นในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ 1) เทศบาลตำบลเกาะลันตาใหญ่ 2) อบต.เกาะลันตาน้อย 3) อบต.เกาะกลาง 4) อบต.คลองยาง และ 5) เทศบาลตำบลศาลาด่าน โดยแจกแบบสอบถามรูปแบบกระดาษไปยังกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยตำบลละ 80 ตัวอย่าง ระยะเวลาเก็บข้อมูล คือ ช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 และตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามได้ทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ นอกจากนี้มีการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน แบ่งเป็นคนเกาเหล่านตาโดยกำเนิด 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88 และเป็นผู้ย้ายถิ่นฐานเข้ามาประกอบอาชีพในอำเภอเกาเหล่านตาตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ซึ่งอาศัยอยู่ในตำบลเกาเหล่านตาใหญ่ 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตำบลเกาเหล่านตาน้อย 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตำบลเกาเหล่านกลาง 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตำบลคลองยางจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และตำบลศาลาด่านจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 เพศชายจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 และเพศหญิงจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 40 ปี นับถือศาสนาอิสลาม มีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท รายได้หลักมาจากการประกอบอาชีพค้าขาย รองลงมาอาชีพเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวและอาชีพรับจ้างทั่วไปตามลำดับ ความถี่ของการพบเจอนักท่องเที่ยวในเกาเหล่านตาอยู่ในระดับน้อยมาก

ผลการวิจัย (Research Results)

ในการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบยืนยัน (Confirmatory Factor) แต่ละตัวแปร การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) และผลการวิเคราะห์โมเดลการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาเหล่านตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติ ด้วยโปรแกรม AMOS ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (ดังภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์โมเดล

ที่มา: (คณะผู้วิจัย, 2565)

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง มีดังนี้ Chi-Square = 254.428; df = 225; Relative Chi-Square = 1.131; p -value = 0.087; GFI = 0.956; NFI = 0.977; TLI = 0.996; CFI = 0.997; RMSEA = 0.018; RMR = 0.023 โดยดัชนีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ Relative Chi-Square มีค่าน้อยกว่า 3.000 p -value มีค่ามากกว่า 0.05 ดัชนี GFI, NFI และ TLI มีค่ามากกว่า 0.900 ดัชนี RMSEA มีค่าน้อยกว่า 0.080 และดัชนี RMR มีค่าน้อยกว่า 0.050 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าโมเดลดังกล่าวที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

การศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ตามสมมติฐานที่ 1 พบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์ ไม่สนับสนุนความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ ($\beta_1 = 0.045, p = 0.869$) (ดังตารางที่ 1)

ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

การศึกษาอิทธิพลของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ตามสมมติฐานที่ 2a พบว่า ธรรมชาติความเป็นมิตรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta_2 = 0.169, p = 0.004$) สมมติฐานที่ 2b พบว่า ความใกล้ชิดทางอารมณ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta_3 = 0.102, p = 0.001$) และสมมติฐานที่ 2c พบว่า ความเห็นอกเห็นใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta_4 = 0.100, p = 0.050$) (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	เส้นทาง	β	S.E.	C.R.	p -value	ผลการวิเคราะห์
H1	PR ---> ST	0.045	-0.008	-0.165	0.869	ไม่สนับสนุน
H2a	WN ---> ST	0.169	0.298	2.874	0.004	สนับสนุน
H2b	EC ---> ST	0.102	0.232	3.344	0.001	สนับสนุน
H2c	SU ---> ST	0.100	0.156	1.963	0.050	สนับสนุน

หมายเหตุ: 1) PR = การรับรู้ความเสี่ยง 2) ST = การส่งเสริมการท่องเที่ยว 3) WN = ธรรมชาติความเป็นมิตร 4) EC = ความใกล้ชิดทางอารมณ์ 5) SU = ความเห็นอกเห็นใจ

ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

การวิเคราะห์ทัศนคติฐานตัวแปรส่งผ่านของอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ การวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่านผู้วิจัยได้ใช้หลักเกณฑ์ของ Baron & Kenny (1986)

สมมติฐานที่ 3.1 ศึกษาทัศนคติเชิงบวกฐานตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงบวกเท่ากับ 0.052 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.050 เมื่อนำตัวแปรทัศนคติเชิงบวกคำนวณร่วมกับการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติเชิงบวกเท่ากับ 0.032 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทัศนคติเชิงบวกและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่ากับ 0.352 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยวลดลงจาก 0.052 เป็น 0.041 และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกจึงเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบเต็มรูปแบบ (Full Mediation) ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ดังตารางที่ 2)

สมมติฐานที่ 3.2 ศึกษาทัศนคติเชิงลบฐานตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงลบเท่ากับ 0.052 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.050 เมื่อนำตัวแปรทัศนคติเชิงลบคำนวณร่วมกับการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติเชิงลบเท่ากับ 0.055 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทัศนคติเชิงลบและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่ากับ 0.071 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก 0.052 เป็น 0.069 และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ทัศนคติเชิงลบไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ดังตารางที่ 2)

ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 4

การวิเคราะห์ทัศนคติฐานตัวแปรส่งผ่านของอิทธิพลของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมาธิความ เป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

สมมติฐานที่ 4.1a ศึกษาทัศนคติเชิงบวกฐานตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลของธรรมาธิความเป็นมิตรที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมาธิความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงบวกเท่ากับ 0.181 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 เมื่อนำตัวแปรทัศนคติเชิงบวกคำนวณร่วมกับธรรมาธิความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมาธิความเป็นมิตรและทัศนคติเชิง

บวกเท่ากับ 0.047 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทัศนคติเชิงบวกและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่ากับ 0.206 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.010 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยวลดลงจาก 0.181 เป็น 0.176 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างธรรมชาติความเป็นมิตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ดังตารางที่ 2)

สมมติฐานที่ 4.1b ศึกษาทัศนคติเชิงบวกฐานะตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลของความใกล้ชิดทางอารมณ์ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงบวกเท่ากับ 0.171 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 เมื่อนำตัวแปรทัศนคติเชิงบวกคำนวณร่วมกับความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และทัศนคติเชิงบวกเท่ากับ 0.052 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทัศนคติเชิงบวกและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่ากับ 0.148 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวลดลงจาก 0.171 เป็น 0.092 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงว่าทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างความใกล้ชิดทางอารมณ์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ดังตารางที่ 2)

สมมติฐานที่ 4.1c ศึกษาทัศนคติเชิงบวกฐานะตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลของความเห็นอกเห็นใจที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงบวกเท่ากับ 0.134 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 เมื่อนำตัวแปรทัศนคติเชิงบวกคำนวณร่วมกับความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและทัศนคติเชิงบวกเท่ากับ 0.041 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทัศนคติเชิงบวกและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่ากับ 0.189 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยวลดลงจาก 0.134 เป็น 0.124 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงว่าทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างความเห็นอกเห็นใจกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ดังตารางที่ 2)

สมมติฐานที่ 4.2a ศึกษาทัศนคติเชิงลบฐานะตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลของธรรมชาติความเป็นมิตรที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงลบเท่ากับ 0.181 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 เมื่อนำตัวแปรทัศนคติเชิงลบคำนวณร่วมกับธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและทัศนคติเชิงลบเท่ากับ 0.122 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทัศนคติเชิงลบและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

เท่ากับ 0.036 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยวลดลงจาก 0.181 เป็น 0.041 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงว่า ทศนคติเชิงลบไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างธรรมชาติความเป็นมิตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ดังตารางที่ 2)

สมมติฐานที่ 4.2b ศึกษาทัศนคติเชิงลบฐานะตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลของความใกล้ชิดทางอารมณ์ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงลบเท่ากับ 0.171 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.010 เมื่อนำตัวแปรทัศนคติเชิงลบคำนวณร่วมกับความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และทัศนคติเชิงลบเท่ากับ 0.087 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.050 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทัศนคติเชิงลบและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่ากับ 0.057 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวลดลงจาก 0.171 เป็น 0.079 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงว่า ทัศนคติเชิงลบไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างความใกล้ชิดทางอารมณ์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ดังตารางที่ 2)

สมมติฐานที่ 4.2c ศึกษาทัศนคติเชิงลบฐานะตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลของความเห็นอกเห็นใจที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงลบเท่ากับ 0.134 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.010 เมื่อนำตัวแปรทัศนคติเชิงลบคำนวณร่วมกับความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและทัศนคติเชิงลบเท่ากับ 0.775 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทัศนคติเชิงลบและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่ากับ 0.796 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยวลดลงจาก 0.134 เป็น 0.071 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงว่า ทัศนคติเชิงลบไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างความเห็นอกเห็นใจกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Effect)

สมมติฐาน	ความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร	Model 1		Model 2		การแปลผล
		ผลกระทบทางตรง โดยไม่มีตัวแปรส่งผ่าน		ผลกระทบทางตรง โดยมีตัวแปรส่งผ่าน		
		β	p -value	β	p -value	
H3.1	PR ---> ST	0.052	0.050	0.041	0.000	ส่งผ่านแบบเต็ม รูปแบบ
	PR ---> ATP			0.032	0.001	
	ATP ---> ST			0.352	0.001	

H3.2	PR ---> ST	0.052	0.050	0.069	0.000	ไม่มีการส่งผ่าน
	PR ---> ATN			0.055	0.001	
	ATN ---> ST			0.071	0.000	
H4.1a	WN ---> ST	0.181	0.001	0.176	0.001	ส่งผ่านแบบบางส่วน
	WN ---> ATP			0.047	0.001	
	ATP ---> ST			0.206	0.010	
H4.1b	EC ---> ST	0.171	0.001	0.092	0.001	ส่งผ่านแบบบางส่วน
	EC ---> ATP			0.052	0.001	
	ATP ---> ST			0.148	0.001	
H4.1c	SU ---> ST	0.134	0.001	0.124	0.001	ส่งผ่านแบบบางส่วน
	SU ---> ATP			0.041	0.001	
	ATP ---> ST			0.189	0.001	
H4.2a	WN ---> ST	0.181	0.001	0.041	0.001	ไม่มีการส่งผ่าน
	WN ---> ATN			0.122	0.000	
	ATN ---> ST			0.036	0.000	
H4.2b	EC ---> ST	0.171	0.010	0.079	0.001	ไม่มีการส่งผ่าน
	EC ---> ATN			0.087	0.050	
	ATN ---> ST			0.057	0.000	
H4.2c	SU ---> ST	0.134	0.010	0.071	0.001	ไม่มีการส่งผ่าน
	SU ---> ATN			0.775	0.000	
	ATN ---> ST			0.796	0.000	

หมายเหตุ: 1) PR = การรับรู้ความเสี่ยง 2) ST = การส่งเสริมการท่องเที่ยว 3) WN = ธรรมชาติ
ความเป็นมิตร 4) EC = ความใกล้ชิดทางอารมณ์ 5) SU = ความเห็นอกเห็นใจ 6) ATP = ทักษะ
เชิงบวก 7) ATN = ทักษะเชิงลบ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ใน 4 ประเด็นดังนี้

1. การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่มีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งข้อมูลเชิงประจักษ์ไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 เนื่องจากผู้วิจัยสร้างสมมติฐานจากแนวคิดจากบทความของ Joo et al., (2021) ซึ่งได้ทำการสำรวจช่วงกลางปี

พ.ศ. 2563 เป็นช่วงระยะแรกของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งขณะนั้นคนในพื้นที่รู้สึกกลัวและหวาดระแวงกับโรคอุบัติใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการและต้อนรับนักท่องเที่ยวที่อาจนำมาซึ่งการแพร่เชื้อโรคในพื้นที่ ในทางกลับกัน จากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยพบว่าคนในพื้นที่ที่มีการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว แม้ว่าการรับรู้ความเสี่ยงนั้นอยู่ในระดับมากแต่การส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด อันเนื่องมาจากเกะลันตาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ส่วนใหญ่รายได้หลักของคนในพื้นที่มาจากนักท่องเที่ยว เมื่อเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จึงส่งผลกระทบต่อรายได้และอาชีพของคนในพื้นที่ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในช่วงปลายเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 ซึ่งเป็นช่วงระลอกที่สองของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 รวมถึงมีการฉีดวัคซีนป้องกันแล้วในวงกว้าง ทำให้คนในพื้นที่รับรู้ถึงความเสี่ยงน้อยลงและให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจมากขึ้น

หลังจากที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระลอกที่สองและมีวัคซีนป้องกันโรค ได้มีงานวิจัยของ Barr et al., (2022) พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ไม่มีผลกระทบเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญที่จะทำให้ผู้อยู่อาศัยต้อนรับนักท่องเที่ยวน้อยลงเช่นเดียวกันกับผลการวิจัยของ Nakamura & Hattori (2022) พบว่า ผู้อยู่อาศัยในเมืองซุนัน จังหวัดยามากุจิ ประเทศญี่ปุ่น ส่วนมากให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวแบบเดียวกันกับที่เคยทำก่อนการเกิดโรคระบาดโควิด-19 ยิ่งไปกว่านั้นพวกเขายินดีต้อนรับแรงงานข้ามชาติที่เข้ามาทำงานในชุมชนอีกด้วย

2. ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมาธิปไตย) (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์และความเห็นอกเห็นใจ) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากคนในพื้นที่ที่มีความยินดีต้อนรับกับนักท่องเที่ยว พบปะพูดคุยกับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรและเป็นกันเอง และเมื่อนักท่องเที่ยวต้องการความช่วยเหลือ คนในพื้นที่ก็พร้อมที่จะรับฟังและให้การช่วยเหลือด้วยความเต็มใจ ซึ่งผลการวิจัยนี้สนับสนุนสมมติฐานที่ 2 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Joo et al., (2021) พบว่า ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นของคนในพื้นที่ รวมถึงยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Aleshinloye et al., (2021) พบว่า บทบาทของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน สามารถอธิบายการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังตรงกับงานวิจัยของ Suess et al., (2020) ที่พบว่า ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในพื้นที่จะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากมีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

3. ทักษคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านแบบเต็มรูปแบบต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถอธิบายได้ว่า แม้ว่าคนในพื้นที่จะรับรู้ว่าการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีความเสี่ยงต่อสุขภาพร่างกาย แต่คนในพื้นที่ก็ยังคงให้การส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเช่นนี้ ด้วยเหตุที่คนในพื้นที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยว

มากกว่าทัศนคติเชิงลบ ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 3.1 โดยผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นบทบาทของทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Bermingham et al., (2021) พบว่า แม้ว่าการต้อนรับนักท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 จะเพิ่มความเสี่ยงด้านความปลอดภัยส่วนบุคคล แต่คนในพื้นที่ของรัฐมนตรีมณฑลร้อยละ 75 มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวภายในรัฐ ยิ่งกว่านั้น คนในพื้นที่ร้อยละ 83 ยังเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรัฐจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนของตนในเชิงเศรษฐกิจ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Çelik, & Rasoolimanesh (2021) พบว่า ทัศนคติเชิงบวกมาจากการที่คนในพื้นที่รับรู้ผลประโยชน์ในระดับที่สูงกว่าการรับรู้ความเสี่ยง จึงส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ ขณะที่ทัศนคติเชิงลบไม่มีอิทธิพลต่อการส่งผ่าน ซึ่งข้อมูลเชิงประจักษ์ยังไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3.2 สืบเนื่องมาจากสมมติฐานที่ 1 คนในพื้นที่มีการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้นทัศนคติเชิงลบจึงไม่มีอิทธิพลส่งผ่านต่อความสัมพันธ์ดังกล่าว

4. ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านแบบบางส่วนต่อความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถอธิบายได้ว่า การที่คนในพื้นที่มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันต่อนักท่องเที่ยว นั้นเป็นเพราะคนในพื้นที่มีทัศนคติเชิงบวกมากกว่าทัศนคติเชิงลบ ผลการวิจัยนี้จึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 4.1a, 4.1b และ 4.1c ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นบทบาทของทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการส่งเสริมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Munanura et al., (2021) พบว่า ทัศนคติเชิงบวกจะทำให้สามารถคาดการณ์ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้ และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวส่งผลทางอ้อมต่อความคาดหวังว่าการท่องเที่ยวจะทำให้คนในพื้นที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Tilaki et al., (2021) พบว่า เมื่อมีการเปิดตลาดกลางคืนของประเศมาเลเซียเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้คนในพื้นที่ที่ประกอบอาชีพค้าขายในตลาดกลางคืนรู้สึกยินดีเป็นอย่างมาก เนื่องจากคนในพื้นที่ได้รับประโยชน์และผูกพันในอาชีพที่เกี่ยวกับการนำเสนอสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในพื้นที่ไปในทิศทางบวก ขณะที่ทัศนคติเชิงลบไม่มีอิทธิพลต่อการส่งผ่าน ซึ่งข้อมูลเชิงประจักษ์ยังไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 4.2a, 4.2b และ 4.2c ตามผลการวิจัยของสมมติฐานที่ 2 คนในพื้นที่มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น ทัศนคติเชิงลบจึงไม่มีอิทธิพลส่งผ่านต่อความสัมพันธ์ดังกล่าว

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการวิจัยพบว่า คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ คนในพื้นที่มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับนักท่องเที่ยว รวมทั้งยังมีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยว แม้ว่าจะอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ก็ตาม ซึ่งผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า คนในพื้นที่ได้รับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจอย่างหนัก อันเนื่องมาจากมาตรการการปิดรับนักท่องเที่ยวเพื่อการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้คนในพื้นที่ต้องเผชิญหน้ากับปัญหาทางเศรษฐกิจ ทั้งการขาดรายได้ การปิดกิจการ การตกงาน ฯลฯ เมื่อการท่องเที่ยวเป็นความหวังของการอยู่รอด ด้วยเหตุนี้ คนในพื้นที่จึงมีความรู้สึกยินดีที่จะให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวและสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว

ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมนโยบายเศรษฐกิจทางการท่องเที่ยว และสนับสนุนงบประมาณทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐควรพิจารณาให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับการจ้างงานให้แก่คนในพื้นที่เพื่อฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันยังจำเป็นต้องพิจารณาถึงความปลอดภัยของคนในพื้นที่ ควรบังคับใช้มาตรการสาธารณสุขอย่างเข้มงวดและจริงจัง เพื่อสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยจากการแพร่เชื้อโรคให้แก่คนในพื้นที่รวมทั้งนักท่องเที่ยวด้วย

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการ (Service provider) ควรทบทวนนโยบายองค์กรในการจ้างงานให้เพียงพอเพื่อดึงดูดลูกค้า ควรมีการจัดอบรมพนักงานในเรื่องมาตรการสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ ควรนำทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันไปปรับใช้ในการบริการลูกค้า เพื่อช่วยให้เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพของการให้บริการทางการท่องเที่ยว มากไปกว่านั้น ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการสามารถนำทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันไปเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการจัดอบรมพนักงานให้มีธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจแก่ลูกค้า สิ่งนี้เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษามุมมองด้านนักท่องเที่ยวที่มีต่อการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว อาจปรับเปลี่ยนบทบาทตัวแปรส่งผ่าน เช่น การรับรู้สุขอนามัย ความไว้วางใจ เป็นต้น

2.2 ควรศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง (References)

- Aleshinloye, K. D., Woosnam, K. M., Erul, E., Suess, C., Kong, I., & Boley, B. B. (2021). Which construct is better at explaining residents' involvement in tourism; emotional solidarity or empowerment? *Current Issues in Tourism*, 1-15.
- Bae, S.Y., & Chang, P.J. (2021). The effect of coronavirus disease-19 (COVID-19) risk perception on behavioural intention towards 'untact' tourism in South

- Korea during the first wave of the pandemic (March 2020). *Current Issues in Tourism*, 24 (7), 1017-1035.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (6), 1173-1182.
- Barr, J. C., Denley, T. J., & Woosnam, K. M. (2022). Explaining GA residents' pro-tourism behaviour during the COVID-19 pandemic. In *Northeast Travel and Tourism Research Association (NETTRA) Annual Conference Research Colloquium, January 20, 2022*.
- Bermingham, C., Schultz, M., & Grau, K. (2021). *Residents' Attitudes Towards Tourism - 4th Quarter 2020*. Retrieved from <https://bit.ly/3wchNdT>
- Burleigh, N. (2020). The Caribbean dilemma. Retrieved from <https://nyti.ms/3C8GGs8>
- ÇELİK, S., & Rasoolimanesh, S. M. (2021). Residents' Attitudes Towards Tourism, Cost-Benefit Attitudes, and Support for Tourism; A Pre-development Perspective. *Tourism Planning and Development*.
- Compton, N. B. (2020). Hawaii is open to tourists. Here's what locals want you to know before you go. Retrieved from <https://wapo.st/39LLIAx>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50.
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22 (3), 577-598.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116 (1), 2-20.
- Joo, D., Xu, W., Lee, J., Lee, C. K., & Woosnam, K. M. (2021). Residents' perceived risk, emotional solidarity, and support for tourism amidst the COVID-19 pandemic. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100553.
- Kamata, H. (2021). Tourist destination residents' attitudes towards tourism during and after the COVID-19 pandemic. *Current Issues in Tourism*, 1-16.
- Kline, R. B. (2011). Principles and practice of structural equation modeling (3. Baski). New York, NY: Guilford.

- Lee, S. (2021). Analysis of Positive Feelings Toward Tourism During the COVID-19 Pandemic. *Research on the Coronavirus Disaster*, 63.
- Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Paramanathan, T., Musa, G., & Hamzah, A. (2017). The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management*, 63, 242-254.
- Munanura, I. E., Needham, M. D., Lindberg, K., Kooistra, C., & Ghahramani, L. (2021). Support for tourism: the roles of attitudes, subjective wellbeing, and emotional solidarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-16.
- Nakamura, M.; Hattori, T. (2022). Impacts of the COVID-19 Pandemic on Rural Residents of Japan and Their Interactions with the Outside World. *Sustainability* 2022, 14, 2465.
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric Theory*, New York: McGraw-Hill, NY.
- Pavlič, I., Puh, B., & Mišković, L. (2019). Residents' attitudes towards tourism impacts in rural area. *Tourism in South East Europe*, 5, 521-532.
- Suess, C., Woosnam, K. M., & Erul, E. (2020). Stranger-danger? Understanding the moderating effects of children in the household on non-hosting residents' emotional solidarity with Airbnb visitors, feeling safe, and support for Airbnb. *Tourism Management*, 77, 103952.
- Tse, S., & Tung, V. W. S. (2020). Residents' discrimination against tourists. *Annals of Tourism Research*.
- Tilaki, M. J. M., Aboali, G., Marzbali, M. H., & Samat, N. (2021). Vendors' Attitudes and Perceptions towards International Tourists in the Malaysia Night Market: Does the COVID-19 Outbreak Matter? *Sustainability*, 13 (3), 1553.
- UNWTO. (2020). Policy Brief: COVID-19 and Transforming Tourism. United Nations. Retrieved from <https://bit.ly/3C3vKeu>
- Zhang, X., & Tang, J. (2021). A Study of Emotional Solidarity in the Homestay Industry between Hosts and Tourists in the Post-Pandemic Era. *Sustainability*, 13(13), 7458.