อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน

โดย
นางสาวกรวรรณ ใจยาว

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน

โดย
นางสาวกรวรรณ ใจยาว

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

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: MEDIATING ROLE OF ATTITUDES

By

MISS Korrawan JAIYAO

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for Master of Arts TOURISM, HOTEL AND EVENT MANAGEMENT

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2021

Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ	อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน
โดย	นางสาวกรวรรณ ใจยาว
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ดร. วงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิตศักดิ์ พุฒจร)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ดร. วงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์)

.....ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(รองศาสตราจารย์ ดร. อัศวิน แสงพิกุล)

631220103 : การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
คำสำคัญ : การรับรู้ความเสี่ยง, ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน, การส่งเสริมการท่องเที่ยว, ทัศนคติ, โควิด-19

นางสาว กรวรรณ ใจยาว: อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ดร. วงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) ศึกษาอิทธิพลของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว 3) วิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านของทัศนคติในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว และ 4) วิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านของทัศนคติในความสัมพันธ์ของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการส่งเสริมการท่องเที่ยว งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีการสำรวจโดยใช้เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นคนในพื้นที่ที่อาศัยอยู่ใน 5 ตำบล ของอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ อย่างน้อย 3 ปี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยัน และการวิเคราะห์เส้นทาง ผลการวิจัย พบว่า 1) การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว 3) ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านแบบเต็มรูปแบบต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว และ 4) ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านแบบบางส่วนต่อความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ท่ามกลางการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คนในพื้นที่มีความยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามคนในพื้นที่ยังคงต้องการให้หน่วยงานภาครัฐมีมาตรการทางสาธารณสุขอย่างเข้มงวดในการคัดกรองนักท่องเที่ยว หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการสนับสนุนนโยบายหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจและปรับปรุงมาตรการทางสาธารณสุขเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่คนในพื้นที่

631220103 : Major TOURISM, HOTEL AND EVENT MANAGEMENT
Keyword : Perceived Risk, Emotional Solidarity, Support for tourism, Attitudes, COVID-19

MISS KORRAWAN JAIYAO : 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: MEDIATING ROLE OF ATTITUDES THESIS ADVISOR : WONGLADDA WEERAPAIBOON, Ph.D.

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 positive effect on support for tourism; 2) the emotional solidarity had a positive effect on support for tourism; 3) the positive attitudes had an effect as full mediation on the relationship between perceived risk and support for tourism and 4) the positive attitudes had an effect as partial mediation on the relationship between emotional solidarity and support for tourism. 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.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร.วงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์ ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษา เสนอข้อคิดเห็นถึงประเด็นต่างๆ และกรุณาให้ความช่วยเหลือค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม ทั้งตรวจทานข้อบกพร่องและชี้แนะแนวทางแก้ไขเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ดิฉันขอขอบพระคุณอาจารย์ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตศักดิ์ พุฒจร ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และสละเวลาตรวจทาน พร้อมทั้งให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขอันเป็นประโยชน์แก่วิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนกฤต สังข์เฉย อาจารย์รสมารินทร์ อรุโณทัย พิพัฒน์ และคุณปณต ประคองทรัพย์ ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวัด (Index of Item-Objective Congruence : IOC) และให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงข้อคำถามให้เกิดความถูกต้องและเหมาะสมก่อนลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล

ขอขอบพระคุณข้าราชการ พนักงาน ตลอดจนประชาชนตำบลเกาะลันตาใหญ่ ตำบลศาลาด่าน ตำบลเกาะลันตาน้อย ตำบลคลองยาง และตำบลเกาะกลาง อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ที่กรุณาให้ความช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณความช่วยเหลือและกำลังใจที่เปี่ยมล้นจากบิดา มารดา ครอบครัวและเพื่อนๆ ซึ่งมีส่วนสำคัญที่ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ หากวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะก่อประโยชน์กับผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการศึกษา และหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้

นางสาว กรวรรณ ใจยาว

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

สารบัญตาราง ..... ญ

สารบัญรูปภาพ ..... ฐ

บทที่ 1 1

บทนำ 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย 7

1.3 ขอบเขตการวิจัย 7

1.4 สมมติฐานการวิจัย 8

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 10

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ 10

บทที่ 2 13

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 13

2.1 ทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ (Perceived Risk of Local Residents Theory) 14

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ (Support for Tourism of Local Residents Concept) 23

2.3. ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Emotional Solidarity Theory) 32

2.4 แนวคิดทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว (Attitudes toward Tourism of Local Residents Concept) 37

2.5 การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กับการท่องเที่ยว (COVID-19 pandemic and Tourism) 43
2.6 เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (Lanta Island, Krabi Province) 61
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 68
2.8 การพัฒนาสมมติฐาน 74
2.9 กรอบแนวคิดทางการวิจัย 85
บทที่ 3 87
วิธีดำเนินการวิจัย 87
3.1 ระเบียบวิธีวิจัย 87
3.2 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย 87
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 88
3.4 นิยามเชิงคำถาม 91
3.5 การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย 96
3.6 ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย 120
3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล 120
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล 121
บทที่ 4 125
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 125
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา 129
4.2 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง การส่งเสริมการท่องเที่ยว ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ทัศนคติเชิงบวก และทัศนคติเชิงลบ ของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ 137
4.3 การวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากกลุ่มตัวอย่าง 143
4.4 ผลสรุปการตรวจสอบสมมติฐาน 156
บทที่ 5 157
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 157
5.1 สรุปผลการวิจัย 157
5.2 อภิปรายผลการวิจัย 164
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ 173
5.4 ข้อจำกัดงานวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป 176
รายการอ้างอิง 178
ภาคผนวก 203
ประวัติผู้เขียน 233

มหาวิทยาลัยศิลปากร

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 การระบาดของโรคในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา 44

ตารางที่ 2 สรุปมาตรการด้านการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ที่ถูกนำมาใช้ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 52

ตารางที่ 3 นิยามและแหล่งที่มาของคำถาม 91

ตารางที่ 4 สรุปการหาค่าความเชื่อมั่นของเนื้อหา (Content Reliability) (n=400) 98

ตารางที่ 5 สรุปการหาค่า KMO (Kaiser-Olkin Measure of Sampling Adequacy) 99

ตารางที่ 6 ตารางสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยง (PR) 100

ตารางที่ 7 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงการรับรู้ความเสี่ยง (PR) ก่อน และ หลังการปรับโมเดล (Modified Model) 101

ตารางที่ 8 ตารางสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) 102

ตารางที่ 9 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) ก่อน และหลังการปรับโมเดล (Modified Model) 103

ตารางที่ 10 ตารางสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) 104

ตารางที่ 11 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) ก่อน และหลังการปรับโมเดล (Modified Model) 105

ตารางที่ 12 ตารางสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC) 105

ตารางที่ 13 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC) ก่อน และหลังการปรับโมเดล (Modified Model) 107

ตารางที่ 14 ตารางสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรความเห็นอกเห็นใจ (SU) 107

ตารางที่ 15 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงความเห็นอกเห็นใจ (SU) 108

ตารางที่ 16 ตารางสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรทัศนคติเชิงบวก (ATP) 109

ตารางที่ 17 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) ก่อน และหลังการปรับโมเดล (Modified Model) 110

ตารางที่ 18 ตารางสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรทัศนคติเชิงลบ (ATN)..... 111

ตารางที่ 19 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงทัศนคติเชิงลบ (ATN) ก่อน และหลังการปรับโมเดล (Modified Model)..... 112

ตารางที่ 20 แสดงข้อคำถามและผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยัน 113

ตารางที่ 21 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด (Measurement Model) ก่อน และหลังการปรับโมเดล (Modified Model) 116

ตารางที่ 22 ความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity)..... 118

ตารางที่ 23 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง (PR) การส่งเสริมทางการท่องเที่ยว (ST) ธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC) ความเห็นอกเห็นใจ (SU) ทัศนคติเชิงบวก (ATP) และทัศนคติเชิงลบ (ATN) 118

ตารางที่ 24 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย 120

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะของกลุ่มตัวอย่างการวิเคราะห์ข้อมูลคัดกรองเบื้องต้นก่อนทำแบบสอบถาม (n=400)..... 129

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะของกลุ่มตัวอย่างการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=400)..... 130

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (n= 400)..... 137

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (n=400)..... 138

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยธรรมชาติความเป็นมิตรของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (n=400)..... 139

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยความใกล้ชิดทางอารมณ์ของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (n=400)..... 140

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นอกเห็นใจของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (n= 400)..... 141

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติเชิงบวกของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (n=400) 142

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติเชิงลบของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (n=400) 143

ตารางที่ 34 สรุปผลการเปรียบเทียบค่าสถิติของโมเดลระหว่างข้อมูลเชิงประจักษ์กับโมเดลสมมติฐาน (Hypothesized Model) และรูปแบบที่ปรับใหม่ (Modified Model)..... 145

ตารางที่ 35 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน..... 146

ตารางที่ 36 อิทธิพลของตัวแปรบุพปัจจัยที่มีต่อตัวแปรตาม..... 147

ตารางที่ 37 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Effects)..... 155

ตารางที่ 38 ข้อมูลสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน..... 156

มหาวิทยาลัยศิลปากร

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 แสดงสมมติฐานที่ 1: การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ที่มีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว 75

ภาพที่ 2 แสดงสมมติฐานที่ 2abc : ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว 77

ภาพที่ 3 แสดงสมมติฐานที่ 3.1: ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่และการส่งเสริมการท่องเที่ยว 79

ภาพที่ 4 แสดงสมมติฐานที่ 3.2: ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่และการส่งเสริมการท่องเที่ยว 80

ภาพที่ 5 แสดงสมมติฐานที่ 4.1abc : ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และ ความเห็นอกเห็นใจ) และการส่งเสริมการท่องเที่ยว 82

ภาพที่ 6 แสดงสมมติฐานที่ 4.2abc : ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และ ความเห็นอกเห็นใจ) และการส่งเสริมการท่องเที่ยว 84

ภาพที่ 7 กรอบแนวคิดทางการวิจัย 85

ภาพที่ 8 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework in Research) 96

ภาพที่ 9 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการรับรู้ความเสี่ยง (PR) 101

ภาพที่ 10 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) 102

ภาพที่ 11 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) 104

ภาพที่ 12 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC) 106

ภาพที่ 13 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความเห็นอกเห็นใจ (SU) 108

ภาพที่ 14 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของทัศนคติเชิงบวก (ATP) 109

ภาพที่ 15 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของทัศนคติเชิงลบ (ATN) 111

ภาพที่ 16 โมเดลการวัด (Measurement Model)..... 115

ภาพที่ 17 โมเดลสมการโครงสร้างปรับใหม่แสดงอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน กับข้อมูลเชิงประจักษ์..... 144

ภาพที่ 18 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว..... 149

ภาพที่ 19 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว..... 150

ภาพที่ 20 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของธรรมชาติความเป็นมิตรที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว..... 151

ภาพที่ 21 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของความใกล้ชิดทางอารมณ์ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว..... 152

ภาพที่ 22 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของความเห็นอกเห็นใจที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว..... 152

ภาพที่ 23 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของธรรมชาติความเป็นมิตรส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว..... 153

ภาพที่ 24 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของความใกล้ชิดทางอารมณ์ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว..... 154

ภาพที่ 25 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของความเห็นอกเห็นใจส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว..... 155

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“As one of the world's largest economic sectors, travel & tourism creates jobs, divers exports, and generates prosperity across the world”.

--นางกลอเรีย เกบารา มันโซ (Gloria Guevara Manzo) ประธานและผู้บริหารสูงสุด สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel and Tourism Council – WTTC)

ประโยคข้างต้น นางมันโซได้กล่าวไว้ในรายงานผลกระทบทางเศรษฐกิจของการเดินทางและการท่องเที่ยว WTTC ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2562 แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลก เนื่องจากทำให้เกิดการสร้างงาน การส่งออก และสร้างความเจริญรุ่งเรืองไปทั่วโลก (WTTC, 2019b) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงส่งผลต่อความสำเร็จของเศรษฐกิจหลายประเทศ การท่องเที่ยวช่วยเพิ่มรายได้ของเศรษฐกิจ สร้างงาน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ และสร้างความรู้สึกแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างชาวต่างชาติและพลเมือง (Yehia, 2019) ตามข้อมูลของสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก WTTC (2019a) กล่าวว่า ในปีพ.ศ. 2562 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลกซึ่งมีผลผลิตมวลรวมร้อยละ 10.3 หรือ 8.9 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสร้างงานให้แก่ประชากร 330 ล้านตำแหน่ง หรือ 1 ใน 10 ของตำแหน่งงานทั่วโลก

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีรายได้หลักมาจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จากข้อมูลของฐานเศรษฐกิจ (2563) รายงานผลของ WTTC พบว่า ในปีพ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 19.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศหรือจีดีพี แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยในปีพ.ศ. 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเกือบ 40 ล้านคน นักท่องเที่ยวต่างชาติคิดเป็นประมาณร้อยละ 33 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด (Statista, 2020) นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวมหาศาลให้แก่ประเทศจุดหมายปลายทาง เม็ดเงินที่ได้มาจากการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นจะช่วยกระตุ้นการพัฒนาและการดำเนินงานของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของประเทศจุดหมายปลายทาง (Stainton, 2020) จาก

รายงานสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (2562) เผยว่า ทิศทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวโลกในปีพ.ศ. 2563 จะค่อย ๆ ปรับตัวดีขึ้นจากในปีพ.ศ. 2562 นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังคาดการณ์ว่า ในปีพ.ศ. 2563 ประเทศไทยจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเติบโตขึ้นร้อยละ 4 หรือประมาณ 3.18 ล้านล้านบาท (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2563)

ทว่า การเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวในปีพ.ศ. 2563 อาจไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ เนื่องจาก ช่วงปลายเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 ได้เกิดโรคระบาดอุบัติใหม่ที่ไม่มีใครคาดคิดมาก่อน คือ โรคระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) ซึ่งย่อมาจาก Coronavirus Disease 2019 และ มีชื่อทางการว่า “SARS – CoV - 2” เป็นโรคติดต่อที่เกิดจากไวรัสโคโรนา โดยมีสมมติฐานว่า ไวรัสอาจจะมีแหล่งเริ่มต้นจากค้างคาว และกลายพันธุ์โดยมีสัตว์เป็นตัวกลาง กลายเป็นไวรัสสายพันธุ์ใหม่ที่ก่อโรคในคน และแพร่เชื้อจากคนสู่คน (คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล, 2563) ซึ่งต่อมาได้แพร่กระจายไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว โดยพบคนติดเชื้อไวรัสโควิด-19 มากกว่า 118,000 คน ใน 114 ประเทศทั่วโลก และมีผู้เสียชีวิต 4,291 คน เมื่อกลางเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 องค์การอนามัยโลก WHO (2020) ประกาศให้การระบาดของโควิด-19 เป็นการระบาดใหญ่ระดับโลก และช่วงต้นเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 องค์การอนามัยโลก WHO (2021a) เผยว่า ตั้งแต่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จนถึงต้นเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 มีจำนวนผู้ป่วยสะสมอยู่ที่ประมาณ 197 ล้านคน และมีจำนวนผู้เสียชีวิตสะสมสูงถึง 4.2 ล้านคน เมื่อการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 แพร่กระจายไปทั่วโลก ข้อจำกัดการเดินทางและการปิดพรมแดนจึงเป็นข้อบังคับเร่งด่วนที่หลายประเทศนำมาใช้เพื่อควบคุมการแพร่กระจายของเชื้อไวรัส (AlJazeera, 2020) โดยที่ทาง UNWTO (2020) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มากที่สุด ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ การดำรงชีวิต และบริการสาธารณะ ซึ่งสอดคล้องกับทาง Masclanis (2020) ที่กล่าวว่า การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้การท่องเที่ยวได้รับผลกระทบมากที่สุดในประวัติศาสตร์

ภัยคุกคามจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ผู้คนตื่นตัวและหลีกเลี่ยงความแออัด (Wang & Ackerman, 2019) March and Woodside (2005) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงและการท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงกัน เนื่องจาก โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวพยายามหลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางหากคิดว่ามีความเสี่ยง (Aqueveque, 2006; çetinsöz & Ege, 2013; Chew & Jahari, 2014) ทั้งในสถานการณ์การเดินทางระหว่างประเทศตามปกติ (Reisinger

& Mavondo, 2005) หรือเหตุการณ์สำคัญอย่างกะทันหัน เช่น การโจมตีของผู้ก่อการร้าย (Floyd et al., 2004) อุบัติเหตุนิวเคลียร์ (Chew & Jahari, 2014) หรือโรคติดเชื้อ (Kozak & Law, 2007) เป็นต้น การรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวจึงเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญของกระบวนการตัดสินใจเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง (Gut & Jarrell, 2007; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009) ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (An et al., 2010; Artv er, 2015; çetinsöz & Ege, 2013) ด้วยเหตุนี้ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จึงเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญในด้านพฤติกรรมทางการเดินทางของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการหลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่แออัดหรือมีผู้คนหนาแน่น นอกจากนี้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ยังกระตุ้นให้บุคคลหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่รู้จักหรือสิ่งที่ไม่คุ้นเคย เช่น โรคกลัวคนต่างชาติ (Faulkner et al., 2004) เป็นต้น

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การรับรู้ความเสี่ยงเป็นแนวคิดที่ใช้เฉพาะกับนักท่องเที่ยว (Roehl & Fesenmaier, 1992) ซึ่งนักวิชาการและนักวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวทั้งในสถานการณ์ที่ปกติและไม่ปกติ เนื่องจากนักวิจัยสามารถศึกษามุมมองนักท่องเที่ยวได้ในหลายมิติ เช่น ความรู้ที่ไม่สมดุล ความล้มเหลวของการบริการ และภาวะการเข้าสู่วัฒนธรรมใหม่ (Quintal et al., 2010; Reisinger & Mavondo, 2005; Roehl & Fesenmaier, 1992) อย่างไรก็ตาม ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติ เช่น การแพร่ระบาดของเชื้อโรค การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยว (Qiu et al., 2020; Sharifpour et al., 2014; Zenker & Kock, 2020) อีกทั้งการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ยังไม่พบในงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเท่าใดนัก (Sharifpour et al., 2014) และยังเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจจากนักวิชาการพอสมควร (Qiu et al., 2020; Sharifpour et al., 2014; Zenker & Kock, 2020) ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว

Furt and Maupertuis (2012) ได้กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่แปรผันตรงกับคุณภาพชีวิตของพวกเขา เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ที่พวกเขาอาศัยอยู่อาจจะสร้างความเสี่ยงต่อการรับรู้และส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ได้ ท่ามกลางการระบาดใหญ่ของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระดับความเสี่ยงที่รับรู้ของคนในพื้นที่มีแนวโน้มที่จะมีมากขึ้นเมื่อต้องเผชิญกับการหลั่งไหลเข้ามาของนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก และอาจก่อให้เกิดอคติระหว่างคนในพื้นที่กับนักท่องเที่ยวได้ (Zenker & Kock, 2020) นอกจากนี้ คนในพื้นที่ยังแสดงความกังวลเกี่ยวกับความเสี่ยงต่อสุขภาพ

และความปลอดภัยในการดำเนินชีวิตประจำวันที่อาจจะมาจากนักท่องเที่ยว เนื่องจากพวกเขาจะไม่รู้เลยว่านักท่องเที่ยวคนใดติดเชื้อ คนในพื้นที่จึงไม่สามารถป้องกันความเสี่ยงหรือทนต่อความเสี่ยงได้ ทั้งยังขาดความรู้ทางด้านสาธารณสุข (Joo et al., 2021)

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ยังแสดงให้เห็นถึง การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ที่มีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากคนในพื้นที่มองว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามีความเสี่ยงที่จะเพิ่มโอกาสของการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วย ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) กล่าวคือ เมื่อคนในพื้นที่รับรู้ถึงความเสี่ยงมากกว่าผลประโยชน์ทางการท่องเที่ยวที่จะได้รับ ทำให้คนในพื้นที่รู้สึกวิตกกังวลและอาจไม่ส่งเสริมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ แต่ในทางกลับกัน คนในพื้นที่ยินดีที่จะส่งเสริมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ หากคนในพื้นที่รับรู้ถึงผลประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวมากกว่าความเสี่ยง (Andereck et al., 2005; Perdue et al., 1987) ดังนั้น การรับรู้ความเสี่ยงของเชื้อไวรัสโควิด-19 จึงส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อาจกล่าวได้ว่าเป็น สภาวะที่กลืนไม่เข้าคายไม่ออก หรือเป็นสภาวะที่เลือกยากของคนในพื้นที่ เนื่องจากคนในพื้นที่ที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการท่องเที่ยว รายได้ส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวและพวกเขารับรู้ว่าการมาเยือนของนักท่องเที่ยวอาจนำเชื้อไวรัสโควิด-19 มาแพร่กระจายในชุมชนที่พวกเขาอาศัยอยู่ ดังนั้น เมื่อคนในพื้นที่ต้องเลือกระหว่างการยอมรับนักท่องเที่ยวเพื่อช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจหรือการติดเชื้อโรคที่มาจากนักท่องเที่ยว จึงเป็นภาวะที่เลือกยากต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ และเป็นอุปสรรคต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (Burleigh, 2020; Compton, 2020; Kamata, 2021)

นอกจากนี้ ทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน Emotional Solidarity Theory) สามารถอธิบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ได้เช่นเดียวกัน ทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เป็นทฤษฎีที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางอารมณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ และช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 (Munanura et al., 2021) Woosnam and Norman (2010) ได้พัฒนาโครงสร้างสามมิติของทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ประกอบด้วย 1) มิติธรรมชาติความเป็นมิตร 2) มิติความใกล้ชิดทางอารมณ์ และ 3) มิติความเห็นอกเห็นใจ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคนในพื้นที่กับนักท่องเที่ยว การที่คนในพื้นที่มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากคนในพื้นที่

มีทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับผลกระทบในปัจจุบันและศักยภาพในอนาคตของการท่องเที่ยวในชุมชนของพวกเขา (Lai & Hitchcock, 2017; Woosnam, 2012) อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาของ Tse and Tung (2020) พบว่า การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส-19 กระตุ้นให้คนในพื้นที่เกิดการเลือกปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวมากกว่าความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันต่อนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดแนวคิดเรื่องการแบ่งแยกระหว่าง "พวกเรา" กับ "พวกเขา" รุนแรงขึ้น ซึ่งนำไปสู่ทัศนคติเชิงลบ การเลือกปฏิบัติ และการไม่ยอมรับนักท่องเที่ยว ดังกรณีที่พลเมืองของประเทศสหรัฐอเมริกาต่อต้านนักท่องเที่ยวชาวเอเชียอย่างรุนแรง ตั้งแต่การพูดจาด่าทอไปจนถึงการทำร้ายร่างกาย เนื่องจากพวกเขามีการรับรู้ว่า ต้นกำเนิดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มาจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน (Diroy, 2020)

สรุปได้ว่า การรับรู้ความเสี่ยงและความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน แสดงให้เห็นถึงบทบาทของทัศนคติเชิงบวกและเชิงลบของคนในพื้นที่ที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 การศึกษาของ Bermingham et al. (2021) พบว่า แม้ว่าการต้อนรับนักท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จะเพิ่มความเสี่ยงด้านความปลอดภัยส่วนบุคคล แต่คนในพื้นที่ร้อยละ 75 ของรัฐมอนตานา ประเทศสหรัฐอเมริกา มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวภายในรัฐ เนื่องจากการท่องเที่ยวมีผลประโยชน์โดยรวมมากกว่าผลกระทบด้านลบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ÇELİK and Rasoolimanesh (2021) พบว่า ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีผลกระทบเชิงบวกมาจากการที่คนในพื้นที่รับรู้ผลประโยชน์ในระดับที่สูงกว่าการรับรู้ความเสี่ยง จึงส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ ในทางกลับกัน การศึกษาของ Kour et al. (2020) พบว่า คนในพื้นที่แสดงอาการตื่นตระหนก ไม่ไว้วางใจ และกลัวนักท่องเที่ยว ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Lee (2021) พบว่า ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสไวรัส-19 คนในพื้นที่แสดงอารมณ์เชิงลบต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้นและกีดกันนักท่องเที่ยวต่างชาติในระหว่างการเดินทางอีกด้วย สิ่งนี้บ่งชี้อย่างชัดเจนว่าการรับรู้ความเสี่ยงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่

แหล่งท่องเที่ยวประเภท “เกาะ” เป็นพื้นที่สำคัญที่นักวิจัยส่วนใหญ่เลือกศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (Burleigh, 2020; Compton, 2020) เนื่องจาก “เกาะ” ตั้งอยู่ห่างไกลและแยกออกจากแผ่นดินหลักของประเทศ จึงมีความสำคัญทางภูมิรัฐศาสตร์ เพราะมีบทบาทในการสร้างสัญชาติและอัตลักษณ์ของชาวเกาะ (Bustos-Gallardo & Román, 2019; Veenendaal, 2020) นอกจากนี้ “เกาะ” ยังเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้แก่คนในพื้นที่

(Burleigh, 2020; Compton, 2020) เมื่อเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ความโดดเดี่ยวของเกาะ ช่วยให้คนในพื้นที่สามารถจำกัดขอบเขตของพื้นที่ได้ และประสบความสำเร็จในการควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (McCloskey & Heymann, 2020; Wu & McGoogan, 2020; Yang et al., 2020) ในขณะเดียวกัน ความรู้สึกของคนในพื้นที่ที่อาศัยอยู่บนเกาะมีความรู้สึกปลอดภัยเพราะอยู่ห่างไกลจากแผ่นดินหลัก (Grydehøj et al., 2020) อย่างไรก็ตาม เมื่อ “เกาะ” อยู่ในสถานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญด้วยเช่นกัน ความหวาดกลัวของคนในพื้นที่ที่มีต่อนักท่องเที่ยวจึงเกิดขึ้นและอาจส่งผลต่อการไม่ส่งเสริมทางการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ ดังผลการศึกษาคนในพื้นที่บนเกาะฮาวาย ประเทศสหรัฐอเมริกา (Compton, 2020), เกาะแคริบเบียน ประเทศสหรัฐอเมริกา (Burleigh, 2020) และ เกาะเชจู ประเทศเกาหลีใต้ (Joo et al., 2021) เป็นต้น

“เกาะลันตา” เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดกระบี่ และเป็นเกาะที่มีความหลากลายทางวัฒนธรรมทั้งไทย จีน และมุสลิม การอาศัยอยู่ร่วมกันของกลุ่มคน 3 วัฒนธรรม ตั้งแต่อดีตได้ก่อให้เกิดการพึ่งพาซึ่งกันและกัน ถึงแม้ว่า ในปัจจุบันนี้ “เกาะลันตา” ได้แปรเปลี่ยนเป็นเกาะแห่งการท่องเที่ยวไปแล้วก็ตาม แต่ความสามัคคียังมีอยู่อย่างแน่นแฟ้น (ลันตาอินโฟดอทคอม, 2564) “เกาะลันตา” ยังได้ชื่อว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก (Thaitravellers, 2021) ในฤดูกาลท่องเที่ยวปกติ เกาะลันตามีนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 5 ถึง 6 แสนคนต่อปี (สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวเกาะลันตา, 2564) และเป็นหนึ่งในอำเภอที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวให้แก่จังหวัดกระบี่ โดยในปีพ.ศ. 2562 จังหวัดกระบี่มีรายได้จากการท่องเที่ยว 119,419.40 ล้านบาท (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่, 2563) มากไปกว่านั้น เกาะลันตา ถูกจัดอันดับให้เป็นเกาะที่ดีที่สุดในโลกอันดับที่ 5 จากทั้งหมด 25 อันดับของเว็บไซต์ Travel+Leisure ในปี 2020 โดยสำรวจจากผู้ติดตามเว็บไซต์ เกณฑ์การให้คะแนนคือ ความน่าสนใจของเกาะ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาหาร และความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ (Travel+Leisure, 2020) เมื่อมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 บนเกาะลันตา หน่วยงานในพื้นที่ประกาศห้ามเข้าออกพื้นที่โดยไม่จำเป็นเพื่อควบคุมการแพร่ระบาด (ผู้จัดการออนไลน์, 2564a) ส่งผลกระทบต่อคนในพื้นที่ที่ประกอบอาชีพทางการท่องเที่ยวเนื่องจากไม่มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ (สนุกดอทคอม, 2563)

ดังนั้น “เกาะลันตา” ไม่เพียงแค่เป็นเกาะที่คนในพื้นที่กำลังเผชิญหน้ากับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เท่านั้น แต่ “เกาะลันตา” ยังมีสถานะเป็นเกาะที่สร้างอาชีพให้แก่คนในพื้นที่ สร้าง

รายได้ทางการท่องเที่ยวให้แก่จังหวัดกระบี่ และยกระดับให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายของนักท่องเที่ยวทั่วโลกอีกด้วย มากไปกว่านั้น การศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงในมุมมองของคนในพื้นที่ฐานะเป็นเจ้าบ้านหรือด้านอุปทาน ซึ่งยังไม่พบเท่าใดนักเกี่ยวกับงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย จากความสำคัญที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน” ผู้วิจัยคาดหวังว่าผลการศึกษาสามารถเป็นข้อมูลให้หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของคนในชุมชนนำไปเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาและวางแผนนโยบายการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพทั้งในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์ที่เกิดวิกฤติต่างๆ รวมทั้งจะเป็นแนวทางในการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทัศนคติ และการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว ของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

1.2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยง และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

1.2.3 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านของทัศนคติในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

1.2.4 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านของทัศนคติในความสัมพันธ์ของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึง อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยง การส่งเสริมการท่องเที่ยว ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ประกอบด้วย 1) ธรรมชาติความเป็นมิตร 2) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และ 3) ความเห็นอกเห็นใจ ทัศนคติของคนในพื้นที่ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กับการท่องเที่ยว และเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ โดยมีขอบเขตตัวแปรที่ศึกษาดังต่อไปนี้

1.3.1.1 ตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในพื้นที่ ประกอบด้วย 1) ธรรมชาติความเป็นมิตร 2) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และ 3) ความเห็นอกเห็นใจ

1.3.1.2 ตัวแปรตาม คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่

1.3.1.3 ตัวแปรส่งผ่าน คือ ทัศนคติเชิงบวกและเชิงลบของคนในพื้นที่

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนในพื้นที่ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย 5 ตำบล ประกอบด้วย 1) ตำบลเกาะลันตาใหญ่ 2) ตำบลเกาะลันตาน้อย 3) ตำบลเกาะกลาง 4) ตำบลคลองยาง และ 5) ตำบลศาลาด่าน และต้องเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่เป็นเวลาอย่างน้อย 3 ปี ขึ้นไปเท่านั้น โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เฉลี่ยตำบลละ 80 คน รวมจำนวนทั้งหมด 400 คน

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากคนในพื้นที่ ในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย 1) ตำบลเกาะลันตาใหญ่ 2) ตำบลเกาะลันตาน้อย 3) ตำบลเกาะกลาง 4) ตำบลคลองยาง และ 5) ตำบลศาลาด่าน

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการในช่วงเดือน กรกฎาคม 2564 – มิถุนายน 2565 (12 เดือน)

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4.2 ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4.2a ธรรมชาติความเป็นมิตรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4.2b ความใกล้ชิดทางอารมณ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4.2c ความเห็นอกเห็นใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4.3 ทัศนคติมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4.3.1 ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4.3.2 ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4.4 ทัศนคติมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

14.4.1 ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่าความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

14.4.1a ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติความเป็นมิตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4.4.1b ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความใกล้ชิดทางอารมณ์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4.4.1c ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นอกเห็นใจกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4.4.2 ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4.4.2a ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติความเป็นมิตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4.4.2b ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความใกล้ชิดทางอารมณ์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4.4.2c ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นอกเห็นใจกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ประโยชน์ในเชิงวิชาการ

การศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง การส่งเสริมการท่องเที่ยว ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และทัศนคติของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งเกิดจากการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยง แนวคิดการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว ทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ประกอบด้วย 1) ธรรมชาติความเป็นมิตร 2) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และ 3) ความเห็นอกเห็นใจ และแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติของคนในพื้นที่ทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่มีต่อการท่องเที่ยว โดยผลการวิจัยจะเป็นแนวทางให้นักวิจัยได้ทำการศึกษา ค้นคว้า เพิ่มเติมองค์ความรู้ในแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นต่อไป

1.5.2 ประโยชน์ในเชิงบริหารจัดการ

1.5.2.1 ผลการศึกษาในครั้งนี้เป็นแนวทางให้หน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเป็นผู้ที่มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ได้ทราบถึงการรับรู้ความเสี่ยง การส่งเสริมการท่องเที่ยว ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และทัศนคติของคนในพื้นที่ของตนช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงนโยบายและพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ การได้รับการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวจากคนในพื้นที่เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความยั่งยืนในการบริหารจัดการ

1.5.2.2 ผลการศึกษายังเป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการของภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจบริการ และธุรกิจอื่นในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวผ่านการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับนโยบายขององค์กรให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของคนในพื้นที่ ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 คนในพื้นที่ หมายถึง คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

1.6.2 การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ หมายถึง คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่รับรู้ถึงความกังวลในการดำเนินชีวิตประจำวันและความไม่ปลอดภัยด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เพื่อเป็นการป้องกันตัวเองจากความเสี่ยงเหล่านี้ อาจนำมาสู่การหลีกเลี่ยงการมีปฏิสัมพันธ์ใดๆกับคนนอกพื้นที่

1.6.3 ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หมายถึง คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่มีความรู้สึกว่านักท่องเที่ยวเป็นพวกเดียวกัน และไม่มีความรู้สึกแบ่งแยกกัน นักท่องเที่ยวคือผู้มาเยือนและคนในพื้นที่อยู่ในฐานะเป็นเจ้าของบ้านซึ่งเจ้าของบ้านไม่มองว่าผู้มาเยือนเป็นคนแปลกหน้า ประกอบด้วย

1.6.3.1 ธรรมชาติความเป็นมิตร หมายถึง คนในพื้นที่มีความรู้สึกยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว

1.6.3.2 ความใกล้ชิดทางอารมณ์ หมายถึง คนในพื้นที่มีความรู้สึกห่วงใยและเอาใจใส่ มีการแสดงความรู้สึกที่ดีต่อนักท่องเที่ยจนกลายเป็นความรู้สึกผูกพันอย่างใกล้ชิด

1.6.3.3 ความเห็นอกเห็นใจ หมายถึง ความรู้สึกของการเอาใจเขามาใส่ใจเราของคนในพื้นที่ที่มีต่อนักท่องเที่ยว

1.6.4 การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ หมายถึง คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ยอมรับและเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของตน เนื่องจากคนในพื้นที่รับรู้ถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการท่องเที่ยว จึงทำให้คนในพื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคำถามในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

1.6.5 ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว หมายถึง แนวความคิดเห็นของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ที่มีต่อการท่องเที่ยว เมื่อแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่อยู่อาศัยของคนในพื้นที่ คนในพื้นที่ย่อมรับรู้ถึงผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบต่อการดำรงชีวิตของตน สิ่งนี้จะสามารถแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มทางความคิดเชิงบวกและเชิงลบของคนในพื้นที่ที่มีต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อาจจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติของคนในพื้นที่ในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว

1.6.5.1 ทัศนคติที่มีผลกระทบเชิงบวกของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว หมายถึง แนวโน้มทางความคิดที่คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ รับรู้ว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในชุมชน กล่าวคือ การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจ รักษาคุณค่าทางวัฒนธรรม และปรับปรุงคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เป็นต้น

1.6.5.2 ทัศนคติที่มีผลกระทบเชิงลบของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว หมายถึง แนวโน้มทางความคิดที่ทำให้คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ เกิดความกังวลเมื่อมีการท่องเที่ยวในชุมชน กล่าวคือ การท่องเที่ยวทำให้ค่าครองชีพที่สูงขึ้น ทรัพยากรธรรมชาติและ

วัฒนธรรมท้องถิ่นเสื่อมโทรม รวมทั้งเป็นต้นเหตุของความเสี่ยงทางร่างกายและจิตใจของคนในพื้นที่ เป็นต้น

1.6.6 การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กับการท่องเที่ยว หมายถึง เชื้อไวรัสอุบัติใหม่ที่ชื่อว่า โคโรนาไวรัส 2019 หรือ โควิด-19 (COVID-19) ซึ่งสามารถแพร่ระบาดจากคนสู่คนและได้แพร่กระจายไปยังหลายประเทศทั่วโลก การเดินทางของมนุษย์เป็นสาเหตุหลักในการแพร่กระจายเชื้อโรค นโยบายปิดพรมแดนประเทศเป็นนโยบายสำคัญในการยับหยั่งการแพร่ระบาดของเชื้อโรคนี้ ส่งผลให้การท่องเที่ยวหยุดชะงักอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากมนุษย์ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศอื่นๆได้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ได้ถูกขับเคลื่อนโดยการเดินทางของมนุษย์เป็นปีที่ 2 นับตั้งแต่เริ่มมีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ถือว่าเป็นวิกฤติครั้งรุนแรงที่สุดที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะเป็นวิกฤติที่เกิดขึ้นคู่ขนานในเวลาเดียวกันระหว่างวิกฤติด้านสุขภาพและวิกฤติด้านเศรษฐกิจ

1.6.7 เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ หมายถึง อำเภอที่มีลักษณะเป็นเกาะและมีความสำคัญทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม เกาะลันตา จึงเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วโลก สร้างรายได้ให้แก่คนในพื้นที่และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมหาศาล แต่เมื่อมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สินของคนในพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คนในพื้นที่ที่ประกอบอาชีพทางการท่องเที่ยวและบริการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

บทนี้เป็นการนำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่อง “ อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน” ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นจากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดทางการวิจัย โดยแบ่งเนื้อหาของบทนี้เป็น 9 ส่วน ประกอบด้วย

1. ทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ (Perceived Risk of Local Residents Theory)
2. แนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ (Support for Tourism of Local Residents Concept)
3. ทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Emotional Solidarity Theory)
4. แนวคิดทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว (Attitudes toward Tourism of Local Residents Concept)
5. การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กับการท่องเที่ยว (COVID-19 Pandemic and Tourism)
6. เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (Lanta Island, Krabi Province)
7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. การพัฒนาสมมติฐาน
9. กรอบแนวคิดทางการวิจัย

2.1 ทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ (Perceived Risk of Local Residents Theory)

2.1.1 ความหมายของทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยง (Definition of Perceived Risk of Local Residents Theory)

ทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยง เป็นพื้นฐานทางทฤษฎีที่สำคัญสำหรับการอธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค ได้รับการเสนอครั้งแรกโดย Bauer ในปี 1960 Bauer (1960) แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความเสี่ยงเป็นความเสี่ยงตามอัตวิสัยตามการประเมินส่วนบุคคล มิติหลักของความเสี่ยง 2 ประการคือ

ประการที่ 1 เกี่ยวข้องกับความไม่แน่นอนหรือความน่าจะเป็นของแนวคิดการสูญเสีย

ประการที่ 2 เกี่ยวข้องกับผลที่ตามมาจากความไม่แน่นอนหรือความสำคัญของแนวคิดการสูญเสีย

Bauer ยังกล่าวอีกว่า ผู้บริโภครับรู้ถึงความเป็นไปได้ของความล้มเหลวและส่งผลเสียในการซื้อสินค้า การใช้สินค้า หรือการรับบริการ เนื่องจากผู้ขายไม่ทราบความแน่นอนในกระบวนการซื้อของผู้บริโภค ผลการซื้อบางอย่างไม่เป็นไปตามความคาดหวังและทำให้ผู้บริโภคไม่พอใจ ตั้งแต่นั้นมาทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยงได้ถูกนำไปใช้และขยายออกไปอย่างกว้างขวาง

Cunningham (1967) ได้ชี้ให้เห็นว่ามิติของความเสี่ยงที่รับรู้อาจเกี่ยวข้องกับความน่าจะเป็น (ที่ทราบหรือไม่ทราบ) เนื่องจากไม่ว่าผู้ซื้อจะคิดว่ามีโอกาสที่จะตัดสินใจผิดหรือไม่ โดยสัญชาตญาณแล้ว ความน่าจะเป็นที่พวกเขาจะคิดแบบนั้นปรากฏยากมากในพฤติกรรมการซื้อ (Kunreuther, 1976) ดังนั้นเมื่อผู้ซื้อกำลังตัดสินใจที่จะซื้อ พวกเขาจึงไม่ทราบถึงผลที่ตามมาหลังจากการตัดสินใจ ซึ่งทาง Cox (1967) ได้ขยายแนวคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่รับรู้ ผู้บริโภคมองว่าทุกการตัดสินใจซื้อเป็นเป้าหมายในการตัดสินใจซื้อทุกครั้ง ผู้บริโภคพยายามที่จะระบุเป้าหมายการซื้อและจับคู่เป้าหมายเหล่านี้กับผลิตภัณฑ์หรือข้อเสนอของแบรนด์" มุมมองของ Cox มิติความไม่แน่นอนถือได้ว่าเป็นการระบุเป้าหมายการซื้อหรือการจับคู่เป้าหมายที่ตรงกันกับการซื้อ การประเมินการตัดสินใจสามารถทำได้สองระดับ ประการแรก สำหรับแต่ละแบรนด์ (จัดการความเสี่ยง) และประการที่สอง สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ (ความเสี่ยงโดยธรรมชาติ) (Bettman, 1973) ดังนั้นการรับรู้ความเสี่ยงจึงทำให้เกิดความไม่แน่นอนในการกำหนดเป้าหมายการซื้อตลอดจนการประเมินผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์

Kaplan et al. (1974) สร้างมิติของความเสี่ยงที่รับรู้ได้ 5 มิติ ได้แก่

มิติที่ 1 ความเสี่ยงทางกายภาพ (Physical Risks) ถือเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุด อาจเกิดขึ้น

เมื่อมีบางอย่างผิดพลาดและผลที่ไม่พึงประสงค์จะส่งผลกระทบต่อสุขภาพหรือชีวิตของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้ผลิตภัณฑ์ พื้นที่เสี่ยงทางกายภาพจะเชื่อมโยงกับภัยคุกคามต่อสุขภาพของผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในมิตินี้จึงเป็นประเด็นเกี่ยวกับด้านความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับสินค้า เช่น อาหาร (อาหารดัดแปลงทางพันธุกรรม) เครื่องสำอาง (เกิดอาการแพ้บ่อยครั้ง) ยา และยาเสมือน (ที่ไม่ได้รับการรับรองจากองค์การเภสัชกรรมอย่างถูกต้อง) หรือ บริการ เช่น การเดินทางที่เสี่ยงต่อการได้รับบาดเจ็บทางร่างกาย หรือ การเดินทางไปยังสถานที่แปลกใหม่ไม่คุ้นเคย (เสี่ยงต่อการติดเชื้อโรคเขตร้อน เสี่ยงต่อการลักพาตัว เสี่ยงต่อการก่อการร้าย)

มิติที่ 2 ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Performance Risks) เกี่ยวข้องกับความกังวลของผู้บริโภคว่า สินค้าหรือบริการที่ซื้อจะตอบสนองวัตถุประสงค์ที่ซื้อมาหรือไม่ กล่าวอีกนัยหนึ่งว่าผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถใช้งานได้ตามที่ลูกค้าคาดหวังจากผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นมีคุณสมบัติเฉพาะ ทั้งกลไกการทำงานขั้นพื้นฐานและกลไกการทำงานเพิ่มเติมพิเศษ กล่าวคือ คุณสมบัติการทำงานพื้นฐานจะต้องดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ และคุณสมบัติการทำงานเพิ่มเติมพิเศษเกี่ยวข้องกับความสะดวกในการใช้งาน การออกแบบผลิตภัณฑ์ และความสวยงาม ผลิตภัณฑ์จำนวนมากมีคุณสมบัติพื้นฐานคล้ายคลึงกัน แต่แตกต่างกันที่คุณสมบัติเพิ่มเติมพิเศษว่าจะมีความโดดเด่นหรือไม่ ซึ่งมักจะกลายเป็นเกณฑ์การเลือกที่สำคัญที่ผู้บริโภค

มิติที่ 3 ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (Psychology Risks) หมายถึง อิทธิพลที่การซื้อมีต่อความนับถือตนเอง ศักดิ์ศรี หรือวิธีคิดเกี่ยวกับตนเองของแต่ละบุคคล (การรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของตนเอง) นอกจากนี้ยังเป็นผลมาจากความกังวลว่าผลิตภัณฑ์ใดจะเท่ากับอัตตาของผู้บริโภค (Schiffman & Kanuk, 1994)

มิติที่ 4 ความเสี่ยงทางสังคม (Social Risks) แสดงให้เห็นว่าอาจมีการสูญเสียสถานะทางสังคมส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการเฉพาะ ความเสี่ยง หมายถึง ทัศนคติโดยตรงและปฏิกิริยาโต้กลับของครอบครัว เพื่อน และสมาชิกในกลุ่มสังคมที่ผู้บริโภครายใดรายหนึ่งเป็นสมาชิกหรือที่พวกเขาปรารถนา ความเสี่ยงประเภทนี้เกี่ยวข้องกับการเลือกผลิตภัณฑ์และตราสินค้าที่มีคุณสมบัติเฉพาะของการยอมรับสำหรับกลุ่มดังกล่าว หมายความว่า ในกระบวนการซื้อผู้บริโภคกำลังดำเนินการตามความคิดเห็นที่สร้างขึ้นโดยสังคมที่พวกเขาอาศัยอยู่

มิติที่ 5 ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risks) จะพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของการสูญเสียทางการเงิน หากการซื้อกลายเป็นความล้มเหลว ผู้บริโภคจะเกิดข้อสงสัยว่าสินค้าควรค่าแก่การจ่ายด้วยราคานี้หรือไม่ และมีตัวเลือกอื่นในการซื้อสินค้าชนิดเดียวกันในราคาที่ต่ำกว่าหรือไม่

เป็นต้น นอกจากนี้ ในสถานการณ์ที่สินค้าเป็นเป้าหมายของการตัดสินใจของผู้บริโภค ความเสี่ยงทางการเงินหมายถึงต้นทุนที่คาดการณ์ไว้แล้ว การใช้ และ/หรือ การบำรุงรักษาผลิตภัณฑ์ จะสร้างความกังวลว่าการซื้อสินค้าชนิดนี้จะมีอิทธิพลต่อความเป็นไปได้ในการซื้อผลิตภัณฑ์อื่นๆ ตามมาอีกหรือไม่ (Hoffman & Bateson, 1997)

นอกจากนี้ยังมีการระบุประเภทของความเสี่ยงเพิ่มอีก 1 มิติ คือ ความเสี่ยงของการเสียเวลาของผู้บริโภคในสถานการณ์ความล้มเหลว (Peter & Ryan, 1976; Roselius, 1971) และค่าเสียโอกาส (Zikmund & Scott, 1974)

มิติที่ 6 ความเสี่ยงของการเสียเวลา (Time Risks) เกิดขึ้นเมื่อจำเป็นต้องอุทิศเวลาในกระบวนการซื้อหรือการใช้ผลิตภัณฑ์ เวลาที่เชื่อมโยงกับการซื้อเป็นหลักเวลาของการค้นหาผลิตภัณฑ์และการเลือกผลิตภัณฑ์ เวลาที่เสียไปในสถานการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ คือ เวลาที่อ้างถึงการแลกเปลี่ยนหรือคืนสินค้าในสถานการณ์ที่สินค้ามีข้อบกพร่อง (เวลาในการซ่อมแซม) หรือไม่เป็นไปตามข้อตกลงที่กำหนด (เวลาที่เปลี่ยนผลิตภัณฑ์) ความเสี่ยงจากการเสียโอกาสเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ และไม่มีเงินทุนเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการเดียวกันในรูปแบบที่ต่างออกไป ความเสี่ยงประเภทเดียวกันนี้สามารถเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าใดสินค้าหนึ่งและถูกบังคับให้ "ลืม" เกี่ยวกับสินค้าอื่นๆ ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

2.1.2 การรับรู้ความเสี่ยงทางการท่องเที่ยว (Perceived Risk in Tourism)

ความเสี่ยงและการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้ทำการตัดสินใจซื้อโปรแกรมทางการท่องเที่ยวนั้นผูกติดกับความเสี่ยงโดยเนื้อแท้ (March & Woodside, 2005) ในทำนองเดียวกัน การท่องเที่ยวเป็นบริการโดยธรรมชาติ จึงมีคุณสมบัติที่จับต้องไม่ได้ มีความหลากหลาย มีความเน่าเสียง่าย และมีลักษณะที่ไม่สามารถแยกออกจากการบริการได้ (Mitchell & Greatorex, 1993; Williams & Baláž, 2013) ในอดีตที่ผ่านมา มีการศึกษาทั้งหลักฐานเชิงทฤษฎีและเชิงประจักษ์เพื่อสนับสนุนข้อโต้แย้งที่ว่าผู้บริโภคด้านการบริการจะรับรู้ความเสี่ยงมากกว่าผู้บริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Mitchell & Greatorex, 1993; Murray & Schlacter, 1990) การศึกษาความเสี่ยงส่วนใหญ่ด้านการท่องเที่ยวมุ่งเน้นไปที่การรับรู้หรือความเสี่ยงส่วนตัว แทนที่จะเป็นความเสี่ยงที่แท้จริงหรือตามวัตถุประสงค์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับตัวเองเท่านั้น (Budescu & Wallsten, 1985; Reisinger & Mavondo, 2005) หรือความเสี่ยงที่เป็นอยู่ สามารถรับรู้ได้ (Quintal et al., 2010) จากมุมมองของนักสังคมศาสตร์ ความเสี่ยงถูกสร้างขึ้นในสังคมและถูกตีความต่างกันไปตามโครงสร้างและวัฒนธรรมทางสังคมที่แตกต่างกัน

(Douglas & Wildavsky, 1983) ประสบการณ์หรือการรับรู้ถึงความเสี่ยงสามารถมองว่าความเสี่ยงเป็นแนวคิดที่ไม่ชัดเจน (Hassan, 1985) เมื่อสินค้าทางการท่องเที่ยวมีลักษณะจับต้องไม่ได้ (Intangible) และต้องบริโภคทันที รวมทั้งประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องยากที่จะสร้างมาตรฐาน ซึ่งทั้งสองอย่างนี้ทำให้นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ความเสี่ยงมากขึ้น (Zeithaml, 1981)

Roehl and Fesenmaier (1992) ได้ทำการศึกษาเชิงสำรวจเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวด้วยทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยงในปี 1992 โดยใช้วิธีการสเกลไซโครเมทริก (Psychophysical scaling methods) และการวิเคราะห์หลายตัวแปรเพื่อกำหนดสามมิติพื้นฐานของความเสี่ยงที่นักท่องเที่ยวรับรู้ ได้แก่

มิติที่ 1 ความเสี่ยงทางกายภาพ

มิติที่ 2 ความเสี่ยงในวันหยุด

มิติที่ 3 จุดหมายปลายทางที่มีความเสี่ยง

Lepp and Gibson (2003) กล่าวว่า พัฒนาการของการรับรู้ความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวขยายขอบเขตมากขึ้น การระบุปัจจัยในปัจจุบันการรับรู้ความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวครอบคลุมถึง 7 มิติ ประกอบด้วย

มิติที่ 1 สุขภาพ

มิติที่ 2 ความไม่มั่นคงทางการเมือง

มิติที่ 3 การก่อการร้าย

มิติที่ 4 อาหารแปลก

มิติที่ 5 อุปสรรคทางวัฒนธรรม

มิติที่ 6 ความเชื่อทางการเมืองและศาสนาของประเทศ

มิติที่ 7 อาชญากรรม

ทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยงได้กลายเป็นหนึ่งในทฤษฎีหลักในการสำรวจการเดินทางของนักท่องเที่ยวเน้นการอธิบายปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับจุดหมายปลายทางอย่างมีประสิทธิภาพ ทำการพยากรณ์ทัศนคติการเดินทางของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเมื่อพบวิกฤติครั้งใหญ่ และทฤษฎีนี้ยังให้การสนับสนุนทางทฤษฎีสำหรับการจัดการความเสี่ยงของปลายทางการท่องเที่ยว

1.2.1 ประเภทของความเสี่ยงทางการท่องเที่ยว (Types of Tourism Risks)

Rittichainuwat and Chakraborty (2009) ได้จัดประเภทความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่

1.2.1.1 ความเสี่ยงต่อภัยพิบัติธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

1.2.1.2 ความเสี่ยงต่อการเมืองภายในประเทศ และ/หรือ ระหว่างประเทศ

1.2.1.3 ความเสี่ยงต่ออาชญากรรม

1.2.1.4 ความเสี่ยงต่อการก่อการร้าย

1.2.1.5 ความเสี่ยงต่อค่าใช้จ่ายทางการเดินทางที่เพิ่มขึ้น

1.2.1.6 ความเสี่ยงต่อวัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา

1.2.1.7 ความเสี่ยงต่อความไม่สะดวกสบายในการเดินทาง

1.2.1.8 ความเสี่ยงต่อสถานที่ท่องเที่ยวเสื่อมโทรม

1.2.1.9 ความเสี่ยงต่อการขาดสิ่งแปลกใหม่

1.2.1.10 ความเสี่ยงต่อโรคระบาด

1.2.2 การรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยว (Perceived Risk of Tourists)

ตั้งแต่ปี 1990 นักวิจัยด้านการท่องเที่ยวได้ศึกษาความเสี่ยงและผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางและพฤติกรรมการท่องเที่ยว (Huang et al., 2020) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรคระบาดร้ายแรง เช่น โรคซาร์ส โรคไข้หวัดนก และโรคเมอร์ส ได้ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการระบาดใหญ่ในการท่องเที่ยวและอิทธิพลที่มีต่อความตั้งใจในการเดินทางจึงได้รับการกล่าวถึงอย่างกว้างขวาง (Floyd et al., 2004; Lee et al., 2012) จนกระทั่งในปี 2020 การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 การท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างหนัก เนื่องจากประเทศส่วนใหญ่ได้ปิดพรมแดนของตนหรือบังคับใช้มาตรการล็อกดาวน์เพื่อทำให้การเคลื่อนไหวของมนุษย์หยุดนิ่ง (Brouder et al., 2020; Lew et al., 2020)

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความเสี่ยงและความปลอดภัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในกระบวนการตัดสินใจเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง (Gut & Jarrell, 2007; Rittichainuwat & Chakraborty, 2009) ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (An et al., 2010; Artv er, 2015; çetinsöz & Ege, 2013) นักท่องเที่ยวอาจมองปัญหาความเสี่ยงแตกต่างออกไปเนื่องจากความแตกต่างของภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม (Aqueveque, 2006; Law, 2006), จิตวิทยา (Reisinger & Mavondo, 2005) และประสบการณ์การเดินทาง (Kozak & Law, 2007) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อพวกเขาความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในทางที่ต่างออกไป

(Quintal & Polczynski, 2010) โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวพยายามหลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางหากคิดว่ามีความ (Aqueveque, 2006; çetinsöz & Ege, 2013; Chew & Jahari, 2014) ในขณะที่นักท่องเที่ยวบางส่วนคิดว่าความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของความตื่นเต้นในการเดินทาง (Imboden, 2012; Lepp & Gibson, 2003) นอกจากนี้ ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับจุดหมายการเดินทางนั้นมีหลายมิติ โดยทั้งผลที่ตามมาและผลลัพธ์ไม่แน่นอน (Hossain et al., 2015; Sohn et al., 2016)

การศึกษาส่วนใหญ่รายงานความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความตั้งใจในการเดินทาง ไม่ว่าสถานการณ์จะเกี่ยวข้องกับการเดินทางระหว่างประเทศตามปกติ (Reisinger & Mavondo, 2005) หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างกระทันหันโดยไม่มีใครคาดคิดมาก่อน เช่น การโจมตีของผู้ก่อการร้าย (Floyd et al., 2004) อุบัติเหตุนิวเคลียร์ (Chew & Jahari, 2014) หรือโรคติดเชื้อ (Kozak & Law, 2007) อย่างไรก็ตาม จนถึงปัจจุบัน การวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงได้พิจารณาเฉพาะมุมมองของนักท่องเที่ยว การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ที่เปลี่ยนแปลงไปในระยะสั้นว่าไม่เกี่ยวข้องและไม่สำคัญ ในสถานการณ์ปกติ นักท่องเที่ยวมักจะตกเป็นเหยื่อของข้อมูลหรือความรู้ที่ไม่สมดุล ความล้มเหลวของบริการ และวัฒนธรรมที่สั่นสะเทือน ซึ่งล้วนทำให้พวกเขาอ่อนไหวต่อการรับรู้ความเสี่ยงมากขึ้น (Quintal et al., 2010; Reisinger & Mavondo, 2005; Roehl & Fesenmaier, 1992) แต่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติ เช่น การระบาดใหญ่ การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ก็เด่นชัดเช่นกัน และยังเป็นหัวข้อวิจัยที่อยู่ในความสนใจของนักวิชาการ (Qiu et al., 2020; Sharifpour et al., 2014; Zenker & Kock, 2020)

1.2.3 การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ (Perceived Risk of Local Residents)

มุมมองของคนในพื้นที่เกี่ยวกับความเสี่ยงที่รับรู้นั้นไม่ปรากฏในงานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวเท่าใดนัก (Sharifpour et al., 2014) กล่าวคือ การรับรู้ความเสี่ยงถือเป็นแนวคิดที่ใช้เฉพาะกับนักท่องเที่ยวเท่านั้น สันนิษฐานว่าเนื่องจากนักท่องเที่ยวมักขาดความรู้หรือข้อมูลเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง และมีความเสี่ยงอุปกรณ์ทางกายภาพ ความเสี่ยงในวันหยุด และความเสี่ยงเฉพาะปลายทาง (Roehl & Fesenmaier, 1992) ในขณะที่คนในพื้นที่อาจประสบกับความเสี่ยงเพียงเล็กน้อยและจัดการได้จากการท่องเที่ยวในสถานการณ์ปกติ

Furt and Maupertuis (2012) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความแปรผันโดยตรงกับคุณภาพชีวิตของพวกเขา เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ที่พวกเขา

อาศัยอยู่ สิ่งนี้อาจจะสร้างความเสี่ยงต่อการรับรู้และส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ได้ การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 9 มิติ ดังนี้

มิติที่ 1 การศึกษา การท่องเที่ยวอาจส่งผลต่อระดับการศึกษาของคนในพื้นที่ การท่องเที่ยวอนุญาตให้หนุ่มสาวในพื้นที่มีโอกาสในการทำงานและสร้างรายได้ให้แก่พวกเขาโดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาระดับการศึกษาขั้นสูง สิ่งนี้จะเบี่ยงเบนความสนใจของคนหนุ่มสาวที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเลือกที่จะทำงานมากกว่าศึกษาต่อในระดับที่สูง

มิติที่ 2 กิจกรรมส่วนบุคคล การใช้เวลาระหว่างกิจกรรมทางเศรษฐกิจและไม่ใช่กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันนั้นได้รับผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างแน่นอน เช่นงานที่ได้รับค่าจ้างมีในช่วงฤดูของการท่องเที่ยวเท่านั้น และงานที่ไม่ได้รับค่าตอบแทนได้รับการพัฒนาอย่างมากในเศรษฐกิจการท่องเที่ยว เช่น การฝึกงาน เป็นต้น

มิติที่ 3 ที่อยู่อาศัย จำนวนผู้เยี่ยมชมโดยทั่วไปมีมากกว่าจำนวนคนในพื้นที่ ลักษณะของที่พักและที่ตั้งมีความเกี่ยวข้องกัน ค่าใช้จ่ายของที่อยู่อาศัยสำหรับคนในพื้นที่โดยทั่วไปจะเพิ่มขึ้นอันเป็นผลมาจากการแข่งขันในที่ดินและทรัพย์สิน (การเข้าถึงทรัพย์สิน ระดับค่าเช่า ส่วนแบ่งรายได้ค่าเช่า)

มิติที่ 4 การเป็นตัวแทนทางการเมืองและการกำกับดูแล คุณภาพชีวิตได้รับผลกระทบจากการแสดงออกของพลเมือง การค้ำประกัน หลักนิติธรรม การท่องเที่ยวอาจจะไม่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อองค์ประกอบเหล่านี้ เว้นแต่จะตั้งคำถามถึงความเป็นธรรมของกฎเกณฑ์และสถาบันของส่วนรวม แต่แรงกดดันจากนักท่องเที่ยวอาจนำไปสู่การละเลยกระบวนการดังกล่าว

มิติที่ 5 ความผูกพันทางสังคม ความสัมพันธ์ของชุมชนเจ้าบ้านอ่อนแอลงภายใต้ผลกระทบของการมีนักท่องเที่ยว และ/หรือ ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ในทางกลับกันความผูกพันทางสังคมของประเภทชุมชนมีความเข้มแข็งหรือไม่

มิติที่ 6 เงื่อนไขด้านสิ่งแวดล้อม: การท่องเที่ยวเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ความเสื่อมโทรมของสถานที่ เสียง คุณภาพอากาศ การลดลงหรือเพิ่มขึ้นในพื้นที่คุ้มครอง ฯลฯ และคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ได้รับผลกระทบโดยตรงและโดยอ้อมจากสภาพแวดล้อม ผลกระทบนี้อาจเป็นไปในทางบวก (เช่น การปรับปรุงคุณภาพน้ำ การปกป้องพื้นที่บางแห่ง) หรือเชิงลบ (เช่น ขยะ ความเสื่อมโทรมของพื้นที่ รุกล้ำพื้นที่ป่าเพื่อการก่อสร้างอาคาร เป็นต้น)

มิติที่ 7 ความไม่มั่นคงส่วนบุคคล ปัจจัยที่เป็นอันตรายต่อชีวิตของผู้คนผ่าน

การกระทำของผู้อื่นได้รับผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว (เช่น ความไม่มั่นคงทางถนนในช่วงไฮซีซั่น อาชญากรรมที่เพิ่มขึ้น) ในทางกลับกัน เราสามารถเห็นการปรับปรุงในการบริหารความเสี่ยง ดังนั้นจึงส่งผลดีต่อความปลอดภัย

มิติที่ 8 ความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความเสี่ยงทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง ซึ่งเชื่อมโยงกับฤดูกาลและความผันผวนของอุปสงค์ จากมุมมองนี้จะลดคุณภาพชีวิตของบุคคล อย่างไรก็ตาม ประโยชน์ทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวยังสามารถช่วยลดความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจที่แฝงอยู่ (กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถเป็นรายได้เสริมสำหรับเกษตรกร)

มิติที่ 9 สุขภาพ: การเข้าถึงระบบสุขภาพของคนในพื้นที่มีผลในทางบวกหรือทางลบจากการท่องเที่ยวหรือไม่ การพัฒนาการท่องเที่ยวตามฐานความต้องการของนักท่องเที่ยวอาจส่งผลให้มีการจัดหาบริการดูแลเพิ่มขึ้น โครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้คนในพื้นที่สามารถเข้าถึงได้มากขึ้นหรือไม่ ความแออัดของการบริการในช่วงเวลาเร่งด่วนอาจส่งผลเสียต่อคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่

2.1.3 ผลกระทบจากการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (Impacts of Perceived Risk of Local residents on tourism during the COVID-19 pandemic)

ท่ามกลางการระบาดใหญ่ของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระดับความเสี่ยงที่รับรู้ของคนในพื้นที่มีแนวโน้มที่จะมีมากขึ้นเมื่อต้องเผชิญกับนักท่องเที่ยวที่หลั่งไหลเข้ามาจำนวนมาก และอาจก่อให้เกิดอคติภายในกลุ่มและนอกกลุ่ม ทั้งในหมู่คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว (Zenker & Kock, 2020) ซึ่งสอดคล้องกับ Bae and Chang (2021) ที่ได้กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบเชิงลบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวของพลเมืองเกาหลีใต้ นอกจากนี้ การแสดงความกังวลของคนในพื้นที่เกี่ยวกับความเสี่ยงต่อสุขภาพที่จะมาพร้อมกับนักท่องเที่ยวนั้น มีสาเหตุมาจากพวกเขาจะไม่รู้ล่วงหน้าว่านักท่องเที่ยวคนใดติดเชื้อ ดังนั้นคนในพื้นที่จึงไม่สามารถป้องกันความเสี่ยงหรือทนต่อความเสี่ยงได้ ทั้งยังขาดความรู้ทางด้านสาธารณสุขควบคู่ไปกับรับรู้ความเสี่ยงด้านสุขภาพและด้านเศรษฐกิจ (Joo et al., 2021)

2.1.4 การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (Perceived Risk of Local residents in Lanta Island, Krabi Province during the COVID-19 pandemic)

สถานการณ์การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นั้น เพจปูดำนิวส์ (2563) รายงานว่า ภายหลังจาก ผู้ว่าราชการจังหวัดกระบี่ ประกาศห้ามเข้าออกพื้นที่ เพื่อสกัดกั้นการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 บริเวณชุมขนศาลาด่าน ประชาชนส่วนให้ความร่วมมือ ไม่ออกมาใช้ชีวิตนอกบ้าน หรือเดินตามชุมชนเหมือนที่ผ่านมา ท่ามกลางการคุมเข้มของเจ้าหน้าที่ นายเอกภัชร์ แต้เตี้ย อายุ 63 ปี รองนายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวเกาะลันตา กล่าวว่า *"รู้สึกพอใจกับมาตรการล็อคดาวน์ หรือมาตรการปิดเกาะของทางจังหวัดกระบี่ที่ประกาศออกมา เพราะถ้าหากไม่ปิดเกาะลันตา ก็จะมีนักท่องเที่ยวจากจังหวัดใกล้เคียงเดินทางเข้ามาอีกมาก และทำให้ชาวบ้านมีความเสี่ยงที่จะติดเชื้อโควิดได้ง่าย แม้ว่าจะไม่มีนักท่องเที่ยว แต่ก็ทำใจได้ เพราะอยากที่จะให้โรคระบาดนี้ได้หายไปโดยเร็ว ชาวเกาะลันตาจะได้กลับมาประกอบธุรกิจท่องเที่ยวได้ต่อไป แต่ขอฝากในเรื่องของสินค้าอุปโภคบริโภค ในเกาะลันตาจะต้องไม่ขาดแคลน เพราะตอนนี้ชาวบ้านเริ่มมีซื้อข้าวสาร อาหารแห้งมากักตุนแล้ว"*

ด้านนายสบา เด่นใจดี อายุ 60 ปี ประธานกลุ่มสามล้อรับจ้างเกาะลันตา กล่าวว่า *"พอใจที่จังหวัดมีมาตรการปิดเกาะ เนื่องจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด19 นั้น มาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีการเดินทางมาจากภูเก็ต มาลงเกาะพีพี และเดินทางต่อมาที่เกาะลันตา เพราะสามารถมาได้ทั้งทางบกและทางทะเล ซึ่งปัจจุบันอำเภอเกาะลันตามีผู้ติดเชื้อแล้ว 3 ราย เมื่อปิดแล้วนักท่องเที่ยวก็ไม่สามารถเข้ามาได้ แต่สิ่งที่ชาวบ้านกังวลในตอนนี้ คือ เมื่อมีการปิดเกาะเกรงว่าจะมีการกักตุนสินค้าหรือสินค้าจะมีราคาแพงขึ้น เช่น ข้าวสาร อาหารที่จำเป็นชีวิตประจำวัน จึงอยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยดูแลด้วย"*

2.1.5 ภาพรวมและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่

จากการทบทวนวรรณกรรมการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ หมายถึง คนในพื้นที่รับรู้ถึงความกังวล ความไม่ปลอดภัย ส่งผลให้เกิดความรู้สึกอคติระหว่างคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวต่างถิ่น เพื่อป้องกันตัวเองจากความเสี่ยงเหล่านี้อาจนำมาสู่การหลีกเลี่ยงการมีปฏิสัมพันธ์ใดๆกับคนนอกพื้นที่ หากคนในพื้นที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ย่อมเป็นไปได้ว่าคนในพื้นที่จะไม่ต้อนรับนักท่องเที่ยวและปฏิเสธการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่บริบทของการวิจัยครั้งนี้ เป็นการรับรู้ความเสี่ยงมิติด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจที่มาจากการที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนช่วงที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อาจจะสร้างความรู้สึกไม่ปลอดภัย รู้สึกกังวล และยังเป็นการรับรู้ความเสี่ยงมิติด้านวิถีชีวิตประจำวันเช่นกัน เนื่องจากคนในพื้นที่พึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยว ดังนั้น เมื่อไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ชุมชน อาจจะทำให้คนในพื้นที่รู้สึกไม่มีความมั่นคงทางรายได้ ช่วงการ

แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นอกจากนี้ การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ ซึ่งผู้วิจัยได้อธิบายถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ในหัวข้อถัดไป

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ (Support for Tourism of Local Residents Concept)

การส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นหัวข้อหลักของการวิจัยการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นปฏิกิริยาของคนในพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งได้รับความสนใจจากนักวิชาการเป็นหลัก สมมติฐานของนักวิชาการ คือ การตรวจสอบการท่องเที่ยวว่าเป็นพาหนะของการพัฒนาอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีความเข้าใจในเชิงลึกว่า คนในพื้นที่ซึ่งไม่เพียงได้รับผลกระทบมากขึ้นเท่านั้น แต่ยังมีส่วนร่วมในการสร้างและส่งมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวด้วย ซึ่งคนในพื้นที่สามารถคิดและการกระทำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชนของพวกเขา (Harrill, 2004) มากไปกว่านั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของคนในพื้นที่ต่อการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต การรับรู้ของคนในพื้นที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้รับการตรวจสอบโดยคำนึงถึงผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบที่รับรู้ ซึ่งจะช่วยในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาทางการท่องเที่ยวและการตัดสินใจที่สอดคล้องกับคนในพื้นที่ (Sinclair-Maragh & Gursoy, 2016) เช่นเดียวกับความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางในการศึกษาด้านการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวจะถือเป็นผลลัพธ์ขั้นสุดท้ายในการศึกษา ซึ่งจำเป็นต้องวิเคราะห์ด้วยแนวคิดและทฤษฎีอื่นๆ อาทิ ทฤษฎีการกระจายจากล่างขึ้นบน ทฤษฎีเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนทางสังคม และการศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

2.2.1 ทฤษฎีการกระจายจากล่างขึ้นบน (Bottom-up Theory)

Eslami et al. (2019) กล่าวว่า ทฤษฎีการกระจายจากล่างขึ้นบนสามารถวิเคราะห์โครงสร้างทางสังคมของคนในพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาระบุว่า ความพึงพอใจในคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ตามทฤษฎีการกระจายจากล่างขึ้นบนมีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนได้

ทฤษฎีการกระจายจากล่างขึ้นบน คือ ความพึงพอใจในชีวิตนั้นมีความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพการทำงานกับความพึงพอใจทั้งหมดทั้งในขอบเขตโดยรวมและขอบเขตย่อย ความพึงพอใจในชีวิตถือว่าอยู่ด้านบนของบันไดความพึงพอใจ โดยตระหนักดีว่าความพึงพอใจในชีวิตส่วนใหญ่ถูกกำหนดโดยความพึงพอใจในขอบเขตชีวิตที่หลากหลาย ตัวอย่างเช่น ความพึงพอใจในชีวิตโดยรวม

ของบุคคลหนึ่งได้รับอิทธิพลจากความพึงพอใจในครอบครัว โอกาสทางสังคม การพักผ่อน สุขภาพ การงาน การเงิน และการเดินทาง (Kruger, 2012) ทฤษฎีนี้วางตำแหน่งว่าผลกระทบภายในขอบเขตชีวิตที่เฉพาะเจาะจงจะมีการสะสมและขยายออกไปในแนวตั้งไปยังขอบเขตที่มีอำนาจเหนือกว่า กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อความพึงพอใจในชีวิต (Life Satisfaction) ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจในชีวิตโดยรวม ตัวอย่างเช่น หากคนในพื้นที่รับรู้ถึงเศรษฐกิจมากขึ้น โอกาสจากการท่องเที่ยวยิ่งทำให้พวกเขารู้สึกดีขึ้นเกี่ยวกับสวัสดิภาพทางรูปธรรมของพวกเขา มีนักวิชาการหลายท่านที่ศึกษาเชิงประจักษ์ที่อ้างอิงทฤษฎีการกระจายจากล่างขึ้นบน ได้แก่ Woo et al. (2015), Kim et al. (2013) และ Bimonte and Faralla (2016)

การศึกษาเชิงประจักษ์ที่ดำเนินการในเมือง Follonica ในทะเลเมดิเตอร์เรเนียนใช้ทฤษฎีการกระจายจากล่างขึ้นบนเป็นทฤษฎีที่สำคัญ เพื่อดูว่าคนในพื้นที่รับรู้ความพึงพอใจในชีวิตอย่างไรเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าความสุขของคนในพื้นที่ได้รับอิทธิพลจากองค์ประกอบทางรูปธรรมที่หลากหลาย รวมถึง รายได้และการทำงาน แต่ยังรวมถึงด้านนามธรรม เช่น สุขภาพ ครอบครัว มิตรภาพ และสถานการณ์ทางอารมณ์ นี่เป็นประเด็นสำคัญที่ผู้กำหนดนโยบายและผู้ปฏิบัติต้องเข้าใจ เนื่องจากเจ้าของที่พักเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนภายในชุมชนใดๆ (Sharpley, 2008)

2.2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory)

Ap (1992) กล่าวว่า ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม คือ หลักการดัดแปลงจากทฤษฎีจิตวิทยาเชิงพฤติกรรมและเศรษฐศาสตร์เชิงอรรถ มีพื้นฐานมาจากแนวคิดหลักที่ว่าด้วยการแลกเปลี่ยนทรัพยากรทางสังคมและสิ่งรอบตัวของมนุษย์ ซึ่งเป็นรูปแบบพื้นฐานของปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เมื่อเกี่ยวข้องกับบริบททางการท่องเที่ยว ถือว่าปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นเป็นกระบวนการเจรจาหรือการแลกเปลี่ยน และถือเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องกัน ระยะแรกที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ได้รับการจูงใจให้เข้าสู่การแลกเปลี่ยน เพื่อให้ประสบความสำเร็จในระยะที่สอง การแลกเปลี่ยนนั้นต้องอาศัยความเป็นธรรม ความมีเหตุผล และคาดว่าจะได้ลัพธ์ที่น่าพอใจทางสังคม การศึกษาก่อนหน้านี้จำนวนมากมีการตรวจสอบทัศนคติของคนในท้องถิ่นโดยใช้ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมเป็นฐานทางทฤษฎี (Lee et al., 2010; Nunkoo & Ramkissoon, 2010) ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม สันนิษฐานว่าบุคคลมีแนวโน้มที่จะเข้าสู่การแลกเปลี่ยน หากผลตอบแทนที่ได้รับนั้นมีมูลค่า การแลกเปลี่ยนนั้นจะมีแนวโน้มที่จะให้รางวัลและ

ต้นทุนที่รับรู้เกิดจากการแลกเปลี่ยนซึ่งจะไม่เกินผลประโยชน์ที่ได้รับจากการแลกเปลี่ยน (Skidmore, 1979)

สำหรับมุมมองของคนในพื้นที่ที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของคนในพื้นที่ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่คนในพื้นที่ หากคนในพื้นที่ได้รับผลประโยชน์จากอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวมากกว่าต้นทุนที่ต้องสูญเสีย พวกเขาก็จะมีแนวโน้มในการแลกเปลี่ยนและมีความยินดีในการส่งเสริมอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยว (Ap, 1992) การศึกษาโดยใช้ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ผลกระทบเชิงบวกและการส่งเสริม และการรับรู้ผลกระทบเชิงลบและการส่งเสริม (Nunkoo & Ramkissoon, 2010; Vargas-Sánchez et al., 2009) การศึกษาเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า ทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวมักจะมาพร้อมกับการส่งเสริมในระดับที่สูงขึ้นสำหรับอุตสาหกรรม ในตรงกันข้าม ขณะที่ทัศนคติเชิงลบนำไปสู่การส่งเสริมที่ลดลง อย่างไรก็ตามทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมถือว่าเป็นหนึ่งในกรอบที่ยอมรับได้มากที่สุดเพื่อศึกษาการส่งเสริมของชุมชน (Gursoy & Rutherford, 2004)

ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมระบุว่า หากการแลกเปลี่ยนไม่สมดุล หรือไม่ยุติธรรม หรือผลประโยชน์ไม่เป็นรูปเป็นร่าง จะไม่มีการแลกเปลี่ยนเกิดขึ้นเนื่องจากกระบวนการจะถูกประเมินในเชิงลบ (Sharpley & Telfer, 2015) ตัวอย่างเช่น การศึกษาเชิงประจักษ์ใช้ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมเพื่อตรวจสอบปฏิกิริยาของคนในพื้นที่ต่อการท่องเที่ยวในเวสต์เวอร์จิเนีย สหรัฐอเมริกา (Gursoy et al., 2002) ผลปรากฏว่าการรับรู้ถึงผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเป็นผลมาจากการประเมินผลประโยชน์และต้นทุน และการประเมินนี้ได้รับอิทธิพลอย่างชัดเจนจากประเด็นที่คนในพื้นที่ให้ความสำคัญ ในทำนองเดียวกัน Jurowski and Gursoy (2004) ศึกษาคนในพื้นที่ในเวอร์จิเนีย สหรัฐอเมริกา โดยใช้ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม พบว่าคนในพื้นที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวตามที่เห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อชุมชนของพวกเขา

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวที่ใช้ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม เช่น Ap (1992), Jurowski et al. (1997), Perdue et al. (1990), McGehee and Andereck (2004) กล่าวว่า การรับรู้ถึงศักยภาพที่จะได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การใช้ฐานทรัพยากร ความผูกพันกับชุมชน และทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติมีอิทธิพลต่อวิธีที่คนในพื้นที่รับรู้ถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การศึกษาส่วนใหญ่ใช้ต้นทุนและผลประโยชน์ในแง่ของผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ คนในพื้นที่กังวลน้อยลงเกี่ยวกับผลประโยชน์อื่น ๆ ในแง่ของผลประโยชน์ทางสังคม

และวัฒนธรรม ดังนั้น ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมที่เกี่ยวกับการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการได้สันนิษฐานอีกว่า ทัศนคติของบุคคลที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและระดับการสนับสนุนในการพัฒนาที่ตามมาจะได้รับอิทธิพลจากการประเมินผลลัพธ์ในชุมชนของตน การแลกเปลี่ยนจะต้องเกิดขึ้นเพื่อให้มีการท่องเที่ยวในชุมชน คนในพื้นที่ต้องพัฒนาและส่งเสริมและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว คนในพื้นที่บางคนเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ ในขณะที่คนอื่นๆ อาจได้รับผลกระทบในทางลบ ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมยังแนะนำอีกว่า ผู้คนประเมินการแลกเปลี่ยนโดยพิจารณาจากต้นทุนและผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการแลกเปลี่ยนนั้น บุคคลที่รับรู้ถึงประโยชน์จากการแลกเปลี่ยนมักจะประเมินในเชิงบวก คนที่รับรู้ต้นทุนมักจะประเมินมันในเชิงลบ กล่าวโดยสรุป เมื่อคนในพื้นที่เห็นว่าผลประโยชน์มีมากกว่าต้นทุน พวกเขามีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนและส่งเสริมการพัฒนาในอนาคตในชุมชนของพวกเขา นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเสนอว่า การรับรู้ถึงศักยภาพในการได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การใช้ฐานทรัพยากร ความผูกพันกับชุมชน และทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติมีอิทธิพลต่อวิธีที่คนในพื้นที่รับรู้ถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นักวิชาการส่วนใหญ่จึงใช้ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมในด้านต้นทุนทางเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม

2.2.2.1 ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม: ด้านต้นทุนและด้านผลประโยชน์ที่มีต่อการท่องเที่ยว (Costs and Benefits toward Tourism)

2.2.2.1.1 ต้นทุน (Costs)

ต้นทุน ประกอบด้วย ต้นทุนทางเศรษฐกิจ, ต้นทุนทางสังคม และต้นทุนทางสิ่งแวดล้อม Barcelona Field Studies Centre (2020) ให้คำนิยามดังต่อไปนี้

2.2.2.1.1.1 ต้นทุนทางเศรษฐกิจ (Economic costs) คือ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว (สนามบิน ถนน สิ่งก่อสร้าง ฯลฯ) อาจทำให้รัฐบาลท้องถิ่นต้องเสียเงินเป็นจำนวนมาก อาจเป็นสาเหตุในการเพิ่มราคาทรัพย์สินและราคาสินค้าและบริการ ในกรณีที่ผลประโยชน์ภายนอกเป็นเจ้าของการพัฒนาการท่องเที่ยว ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่จะออกจากชุมชน รายได้จากการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจำนวนมากรั่วไหลกลับประเทศปลายทางสำหรับการนำเข้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การจ้างงานมีแนวโน้มที่จะเป็นฤดูกาล คนงานอาจถูกเลิกจ้างในช่วงเวลาที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว งานจำนวนมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับค่าตอบแทนต่ำ จำนวนนักท่องเที่ยวอาจได้รับผลกระทบจาก

เหตุการณ์ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของปลายทางเช่น การก่อการร้าย ภาวะเศรษฐกิจถดถอย นี่จึงเป็นปัญหาใหญ่ในประเทศที่ต้องพึ่งพาการท่องเที่ยว

2.2.2.1.1.2 ต้นทุนทางสังคม (Social costs) คือ สิ่งที่คนในพื้นที่ต้องจ่ายหรือยอมสูญเสียเพื่อแลกกับการมาเยือนของนักท่องเที่ยว เช่น มีการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความคิดที่ขัดแย้งกับชุมชน การใช้ยาเสพติดและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของผู้มาเยือน การเปลี่ยนพฤติกรรมส่วนบุคคลและความสัมพันธ์ในครอบครัว การนำไปสู่โรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์เพิ่มขึ้น การสูญเสียค่านิยมและวัฒนธรรมดั้งเดิมผ่านการเลียนแบบพฤติกรรมของผู้มาเยือนหรือการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมอันเป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ปกติในชีวิตประจำวัน การสร้างความแออัดและแออัด การแข่งขันกับคนในพื้นที่เพื่อรับบริการสิ่งอำนวยความสะดวก โอกาสในการพักผ่อนหย่อนใจที่มีอยู่ การละเมิดสิทธิมนุษยชน และผู้คนต้องพลัดถิ่นจากที่ดิน หรือชายหาดที่ได้รับการสงวนไว้สำหรับแขกของโรงแรมในขณะที่คนในท้องถิ่นห้ามเข้า

2.2.2.1.1.3 ต้นทุนทางสิ่งแวดล้อม (Environmental costs) คือ การคุกคามทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรม อาทิ ชายหาด แนวปะการัง โบราณสถาน ซึ่งอาจเพิ่มขยะ เสียงรบกวน และมลภาวะ นำมาซึ่งการแข่งขันทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นขณะที่ทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัด เช่น น้ำ และที่ดิน ที่ส่งผลทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของที่ดิน การสูญเสียแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและทิวทัศน์ ส่งผลโดยตรงต่อสภาพแวดล้อม ทำให้เกิดสิ่งปฏิกูลและมลพิษของเสีย รวมถึงการปล่อยมลพิษที่เกิดจากรูปแบบการขนส่งเป็นหนึ่งในปัญหาสิ่งแวดล้อมหลักของการท่องเที่ยว

2.2.2.1.2 ผลประโยชน์ (Benefits)

ผลประโยชน์ ประกอบด้วย ผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ, ผลประโยชน์ด้านสังคม และผลประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อม Barcelona Field Studies Centre (2020) ให้คำนิยามดังต่อไปนี้

2.2.2.1.2.1 ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ (Economic benefits) คือ การกระจายและสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในท้องถิ่น และทำให้รัฐบาลมีรายได้ภาษีพิเศษในแต่ละปีผ่านภาษีที่พักและร้านอาหาร ภาษีสนามบิน ภาษีการขาย ค่าเข้าอุทยาน ภาษีเงินได้พนักงาน ฯลฯ สร้างงานในท้องถิ่นและโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งรวมถึงงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว (บริการโรงแรมและการท่องเที่ยว) และงานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวโดยอ้อม (เช่น การผลิตอาหารและการก่อสร้างที่อยู่อาศัย) นำเงินใหม่เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ เงินนักท่องเที่ยวจะกลับคืนสู่เศรษฐกิจ

ในท้องถิ่นเมื่อมีการใช้จ่ายซ้ำแล้วซ้ำอีก ช่วยดึงดูดธุรกิจและบริการเพิ่มเติมเพื่อรองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2.2.2.1.2.2 ผลประโยชน์ทางสังคม (Social benefits) คือ การได้รับเงินจากภายนอกมาสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการของชุมชนที่อาจไม่ได้รับการพัฒนา ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและความภาคภูมิใจของพลเมือง การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว ส่งเสริมการอนุรักษ์และเฉลิมฉลองเทศกาลท้องถิ่นและกิจกรรมทางวัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่พัฒนาขึ้นเพื่อการท่องเที่ยวยังเป็นประโยชน์ต่อคนในพื้นที่ ส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาและทักษะใหม่ๆ และ กองทุนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้สนับสนุนการสร้างโรงเรียนในบางพื้นที่

2.2.2.1.2.3 ผลประโยชน์ทางสิ่งแวดล้อม (Environmental costs) คือ การส่งเสริมและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ส่งเสริมให้มีการยกระดับและฟื้นฟูชุมชน

สรุปได้ว่า ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมได้รับความนิยมในการตรวจสอบปัจจัยที่คาดการณ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว (Munanura et al., 2021) นอกจากนี้ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมยังอธิบายว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่นั้นมีความสัมพันธ์ทางอาชีพหรือทางเศรษฐกิจกับการท่องเที่ยวอย่างไร กล่าวคือ คนในพื้นที่ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะเล็งเห็นถึงผลกำไรและศักยภาพทางเศรษฐกิจ และยังมีแนวโน้มที่จะแสดงทัศนคติและพฤติกรรมที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนในพื้นที่ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพทางการท่องเที่ยว (Ap, 1992; Gursoy & Rutherford, 2004; Pizam, 1978; Robert, 1993) ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมนี้ยังใช้เพื่ออธิบายว่า คนในพื้นที่มีปฏิกิริยาอย่างไรต่อผลประโยชน์และต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดจากการท่องเที่ยว (Andereck et al., 2005; Perdue et al., 1987) อันที่จริงการศึกษาส่วนใหญ่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจนถึงช่วงเปลี่ยนศตวรรษที่ 21 ใช้ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมทำให้เป็นเครื่องมือทางทฤษฎีเริ่มต้นในการวิเคราะห์ว่า คนในพื้นที่คิดและประพฤติอย่างไรเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Ward & Berno, 2011) อย่างไรก็ตาม ไม่ใช่คนในพื้นที่ทุกคนที่มีมุมมองเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตามผลประโยชน์และต้นทุนที่รับรู้ (Joo, Cho, et al., 2020)

Ward and Berno (2011) เรียกร้องให้มีแนวทางที่ก้าวข้ามทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม

เนื่องจากไม่คำนึงถึงผู้มีส่วนร่วมทางอารมณ์และไม่ใช่การทำธุรกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ สอดคล้องกับ Munanura et al. (2021) กล่าวว่า ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมเพียงทฤษฎีเดียวไม่สามารถอธิบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากยังขาดการระบุถึงปัจจัยที่มีบทบาทในความสัมพันธ์ทางการแลกเปลี่ยนทางสังคมระหว่างการรับรู้ถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวและการส่งเสริมจากคนในพื้นที่ ในความเป็นจริงนั้น ระยะเวลาของการอยู่อาศัย (McCool & Martin, 1994) และความผูกพันของชุมชน (Harrill & Potts, 2003) ยังคาดการณ์ได้ว่า คนในพื้นที่จะได้รับการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวและแสดงถึงแง่มุมทางอารมณ์ของความสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังใช้ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเพื่อแสดงให้เห็นถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่และยังได้รับแรงผลักดันจากความผูกพันทางอารมณ์เชิงบวก ความเป็นไปได้ที่อยู่นอกเหนือจากทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันส่งผลต่อนักท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ รวมถึงเมืองชายฝั่งในสหรัฐอเมริกา (Woosnam, 2012) และตุรกี (Erul et al., 2020) และเทศกาลในมาเก๊า (Li & Wan, 2017)

2.2.3 การศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ (Demographic studies)

(Sinclair-Maragh, 2017) กล่าวว่า การศึกษาตัวแปรทางประชากรและสังคม เช่น เพศทางชีวภาพ อายุ รายได้ การศึกษา และชาติพันธุ์ สามารถวิเคราะห์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่และการพัฒนาการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ได้เช่นกัน

2.2.3.1 เพศทางชีววิทยาของคนในพื้นที่ (Biological Sex-Type of Local Residents)

Harvey et al. (1995) พบว่า มีหลักฐานจำนวนมากที่แสดงเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างชายและหญิงและทัศนคติของพวกเขาสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่และการพัฒนาการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ Harrill and Potts (2003) กล่าวว่า เพศทางชีววิทยาเป็นตัวทำนายที่สำคัญว่าการรับรู้ถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร โดยที่เพศหญิงกังวลเรื่องผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวมากกว่าผู้ชาย โดยอ้างว่าความแตกต่างในการรับรู้และทัศนคติของเพศชายและเพศหญิงต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นขึ้นอยู่กับความแตกต่างทางชีวภาพที่เกี่ยวข้องกับสมองและฮอร์โมน ส่งผลต่ออารมณ์ บุคลิก การแสดงออก วาทกรรมอีกประการหนึ่งคือ ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความเป็นชายนั้นแสดงออกโดยการเป็นตัวแทนและควบคุม ในขณะที่ลักษณะของเพศหญิงนั้นแสดงให้เห็นผ่านการเลี้ยงดูและอ่อนไหว (Fischer & Arnold, 1994) เพศ

หญิงจะเป็นฝ่ายพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพื่อดูแลครอบครัวของพวกเขา (Nunkoo & Gursoy, 2012)

2.2.3.2 อายุของคนในพื้นที่ (Age of Local Residents)

อายุของคนในพื้นที่สามารถมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในชุมชนและการพัฒนาการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ (Harrill, 2004) ผู้สูงอายุมีทัศนคติเชิงบวกต่อการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวมากกว่าคนอายุน้อยกว่า (Deng et al., 2011; Tomljenovic & Faulkner, 2000) โดยที่ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการบริการสาธารณะในชุมชนมากกว่า (Sinclair-Maragh et al., 2015) เนื่องจากพวกเขาเชื่อว่าสิ่งอำนวยความสะดวกทางสังคมและบริการสาธารณะมีความสำคัญต่อชีวิตของพวกเขานอกจากนี้ พวกเขามีความกังวลเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม (Tomljenovic & Faulkner, 2000) ดังนั้นพวกเขาจึงเห็นด้วยกับการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวมากขึ้น (McGehee & Andereck, 2004)

2.2.3.3 รายได้ของคนในพื้นที่ (Income of Local Residents)

การส่งเสริมการพัฒนาทางการท่องเที่ยวให้โอกาสสำหรับการจ้างงานโดยตรงและโดยอ้อม และทำให้เกิดรายได้ (Saarinen, 2003) ธุรกิจทางการท่องเที่ยวสร้างตลาดสำหรับผู้ผลิตในท้องถิ่น (Torres & Momsen, 2004) และทำให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจ (Sinclair, 1998) อย่างไรก็ตาม ความไม่เท่าเทียมกันในการกระจายรายได้เป็นปัญหา เป็นที่รับรู้ว่าการใช้แรงงานต่างชาติส่งผลให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันของค่าจ้างสำหรับคนในพื้นที่ (Mbaiwa, 2003) ซึ่งอาจทำให้เกิดความไม่พอใจต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว แม้ว่า Hao et al. (2011) กล่าวว่ารายได้ไม่สัมพันธ์กับทัศนคติของผู้อยู่อาศัยต่อการส่งเสริมการพัฒนาทางการท่องเที่ยว แต่โดยทั่วไปแล้วแสดงให้เห็นว่าคนในพื้นที่ที่ร่ำรวยกว่ามีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติเชิงบวกต่อการส่งเสริมการพัฒนาทางการท่องเที่ยว (Haralambopoulos & Pizam, 1996)

2.2.3.4 การศึกษาของคนในพื้นที่ (Education of Local Residents)

คนในพื้นที่ที่มีการศึกษาสูงมักจะมีทัศนคติเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Teye & Sirakaya, 2002) ยิ่งพวกเขาได้รับการศึกษาสูง ทัศนคติของพวกเขาที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวก็จะยิ่งดีขึ้นเท่านั้น (McCool & Martin, 1994) อาจเป็นเพราะพวกเขาตระหนักถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่าคนในพื้นที่ที่มีการศึกษาน้อย (Teye & Sirakaya, 2002)

2.2.3.5 ชาติพันธุ์ของคนในพื้นที่ (Ethnicity of Local Residents)

ชาติพันธุ์ของคนในพื้นที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติของพวกเขาที่มีต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว (Besculides et al., 2002) สิ่งนี้เห็นได้ชัดเพราะเชื้อชาติใช้เพื่ออธิบายลักษณะทางสังคมที่แบ่งแยกประชากร (Mustapha, 2001) ตัวแปรของเชื้อชาติจึงมีความสำคัญในการพิจารณาการส่งเสริมของคนในพื้นที่ที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากแต่ละจุดหมายปลายทางมีผลกระทบเฉพาะ ที่อาจส่งผลให้เกิดทัศนคติที่แตกต่างกันต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว (Harrill, 2004) ประชากรของสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งในภูมิภาคแคริบเบียนประกอบด้วยบุคคลจากชาวแอฟริกันพลัดถิ่น บุคคลเหล่านี้มีส่วนส่งเสริมทางการท่องเที่ยวโดยแสดงวัฒนธรรมของตนแก่ผู้มาเยือน (Thompson, 2006) คนในพื้นที่จะส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเพราะสามารถพัฒนากิจกรรมทางวัฒนธรรมได้ (Dyer et al., 2007) และปรับปรุงคุณภาพชีวิตโดยรวมของพวกเขา (Andereck & Nyaupane, 2011) เมื่อคนในพื้นที่ทราบว่าพวกเขาจะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว พวกเขาจึงมักจะส่งเสริมการพัฒนาทางการท่องเที่ยว (McGehee & Andereck, 2004)

2.2.4 ผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่

Pham (2012) กล่าวว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ส่งผลกระทบโดยรวมที่เป็นประโยชน์ต่อคนในพื้นที่ เนื่องจากการท่องเที่ยวที่มีอุตสาหกรรมสำคัญที่สนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น โอกาสในการจ้างงาน โอกาสการลงทุน-กิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม กิจกรรมและนันทนาการ แม้ว่าการสงเสริมทางท่องเที่ยว ส่งผลให้ต้นทุนของสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น การจราจรติดขัด ขยะมูลฝอย มลพิษอากาศ มลพิษน้ำ มลพิษเสียง มลพิษทางดิน และทำให้ภูมิทัศน์ธรรมชาติและพื้นที่เกษตรกรรมมีน้อยก็ตาม แต่คนในพื้นที่เชื่อว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถช่วยปรับปรุงมาตรฐานการครองชีพและคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ให้ดีขึ้นได้

การรับรู้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมเกี่ยวข้องกับการจ้างงาน โอกาส การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การสร้างวิสาหกิจชุมชน และการสนับสนุนความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Dyer et al., 2007; Gu & Ryan, 2008; Gursoy & Rutherford, 2004) คนในพื้นที่ที่ได้รับผลประโยชน์มากกว่าจะส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับที่สูงกว่าผู้ที่ได้รับผลกำไรเพียงเล็กน้อย (Jurowski & Gursoy, 2004) ผลประโยชน์ของคนในพื้นที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังส่วนตัวของคนในพื้นที่ ในแง่ของมูลค่าทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอยส่วนบุคคลที่ได้รับจากการมาถึงของผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว (Nunkoo & So, 2016) ความ

คาดหวังเหล่านี้สามารถกำหนดแนวคิดได้แก่ เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม (Gursoy & Rutherford, 2004; Ko & Stewart, 2002; Sinclair-Maragh et al., 2015)

2.2.5 การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

นายวีระศักดิ์ ศรีสัจจัง หัวหน้าอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตา เปิดเผยในผู้จัดการออนไลน์ (2564b) ถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ เพื่อรอรับนักท่องเที่ยวในช่วงไฮซีซั่น ผ่านกิจกรรม 'รักษ์ลันตา รวมใจจัดการขยะทะเล' ซึ่งกล่าวว่า *"กิจกรรมนี้เกิดขึ้นจากความมุ่งมั่นและตั้งใจของชาวเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ พวกเราร่วมมือร่วมใจกันในวันนี้เพราะอยากให้แหล่งท่องเที่ยวของหมู่เกาะลันตายังคงมอบประสบการณ์ที่ประทับใจอย่างแท้จริงให้แก่ผู้มาเยือน อย่างไรก็ตาม ปัญหาขยะทะเลเกิดขึ้นมาจากผลิตภัณฑ์ของชีวิตสมัยใหม่ที่สร้างผลกระทบให้กับสิ่งแวดล้อมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เราจึงตระหนักถึงการทิ้งขยะและการกำจัดขยะอย่างยั่งยืน เพื่อตอบสนองต่อภัยคุกคามที่เพิ่มมากขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมทั้งบนบกและในทะเล และพวกเราต่างต่อสู้เพื่อให้แน่ใจว่า "หมู่เกาะลันตา" จะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย และยังคงดึงดูดความสนใจของคนรุ่นต่อ ๆ ไป"*

2.2.6 ภาพรวมและแนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่

จากการทบทวนวรรณกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ หมายถึง คนในพื้นที่รับรู้ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นรายได้ อาชีพ จึงส่งผลให้คนในพื้นที่ส่งเสริมทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่มีอิทธิพลในการกำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยวและการดำเนินงานโดยคนในพื้นที่มีส่วนร่วม ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาทางการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนในอนาคต นอกจากนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่สามารถวิเคราะห์ได้จากทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เช่นกัน ซึ่งจะกล่าวในหัวข้อถัดไป

2.3. ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Emotional Solidarity Theory)

ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ปรากฏขึ้นครั้งแรกในต้นศตวรรษที่ 20 จากการศึกษาของ Durkheim (1912) ซึ่งสังเกตว่า บุคคลในบริบททางศาสนาอาจพัฒนาความผูกพันทางอารมณ์ที่แข็งแกร่งกับอีกคนหนึ่ง ซึ่งถูกกระตุ้นโดยความเชื่ออันศักดิ์สิทธิ์และพฤติกรรมส่วนรวมที่พวกเขาได้กระทำร่วมกัน ต่อมา Wiley (1976) ได้เพิ่มเติมเกี่ยวกับ การมีส่วนร่วมทางอารมณ์ ในภายหลังโมเดลดังกล่าวได้รับการพัฒนาขึ้นเป็นครั้งแรกในการวิจัยการท่องเที่ยวโดย Woosnam et al. (2009) ได้

อธิบายว่า คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวสามารถเห็นอกเห็นใจและสามัคคีซึ่งกันและกัน ความเป็นไปได้ที่ถูกมองข้ามไปในมุมมองดั้งเดิมของความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ (Ward & Berno, 2011) และการศึกษาต่อมา Woosnam and Norman (2010) ได้พัฒนา Emotional Solidarity Scale (ESS) โครงสร้างสามมิติของทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ประกอบด้วย ธรรมชาติที่เป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ เป็นเวลากว่าทศวรรษที่โครงสร้างสามมิติของ ESS ได้รับการพิสูจน์แล้วว่ามีความเชื่อถือได้และใช้ได้จริงในวัฒนธรรมและด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (Joo et al., 2019; Joo et al., 2018; Lai & Hitchcock, 2017; Li & Wan, 2017; Woosnam & Aleshinloye, 2018; Woosnam et al., 2014)

2.3.1 โครงสร้างสามมิติของทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน Emotional Solidarity Scale (ESS) (Woosnam and Norman, 2010) ประกอบด้วย

2.3.1.1 ธรรมชาติความเป็นมิตร (Welcoming Nature)

Woosnam (2012) กล่าวว่า คนในพื้นที่ที่มีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวมักจะมีความสนใจส่วนตัวในอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวนี้ และจะยินดีกับผลประโยชน์ที่ได้รับจากการพัฒนาการท่องเที่ยว คนในพื้นที่ที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวเข้าสู่ชุมชนของพวกเขามักจะภาคภูมิใจในชุมชนของพวกเขา รวมทั้งการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ที่คุ้มค่าทางเศรษฐกิจในท้องถิ่น แท้จริงแล้ว ธรรมชาติความเป็นมิตรถือเป็นอิทธิพลที่แข็งแกร่งที่สุด เมื่อเทียบกับความใกล้ชิดทางอารมณ์และความเห็นอกเห็นใจ

ธรรมชาติความเป็นมิตรที่มีต่อนักท่องเที่ยวสามารถคาดการณ์ระดับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ คนในพื้นที่มีธรรมชาติของความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวจะมอบความสนใจส่วนตัวในการพัฒนาการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการพัฒนาดังกล่าว (Wang & Pfister, 2008) ดังนั้น คนในพื้นที่เหล่านี้จึงมีทัศนคติที่ดีและจะให้การสนับสนุนพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนของตน (Harrill, 2004; Jurowski et al., 1997; Lankford & Howard, 1994; Smith & Krannich, 1998) อีกบริบทหนึ่ง Woosnam (2011) อนุมานว่า คนในพื้นที่มีแนวโน้มจะมีระดับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสูงกว่าอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยว เนื่องจากคนในพื้นที่มองว่าตนเองเป็นเจ้าของบ้าน (Host) ที่จะทำหน้าที่ต้อนรับผู้มาเยือน (Guest) หรือนักท่องเที่ยว (Smith, 1989) นอกจากนี้ Aramberr (2001) ได้อธิบายว่า ธรรมชาติความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ท้องถิ่นที่มีต่อนักท่องเที่ยวนั้นจะกระตุ้นให้คนในพื้นที่มีการเรียนรู้จากนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการยกระดับการพัฒนาทางการท่องเที่ยว

2.2.3.2 ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (Emotional Closeness)

Woosnam (2012) พบว่า คนในพื้นที่ที่ผูกมิตรกับนักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวและชี้ให้เห็นถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งแน่นอนว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวพัฒนาผ่านการปฏิสัมพันธ์และแบ่งปันความเชื่อและพฤติกรรมซึ่งกันและกัน (Woosnam et al., 2009) Woosnam and Aleshinloye (2018) กล่าวว่า ความถี่ของการมีปฏิสัมพันธ์เชิงบวกที่มากขึ้นจะช่วยส่งเสริมความใกล้ชิดดังกล่าวของกลุ่มคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว โดยปริยาย งานวิจัยด้านนี้มีแนวคิดว่าตัวแทนของแต่ละกลุ่มต้องการเปิดกว้างต่อกัน สภาพแวดล้อมในชนบทที่ใกล้ชิด โดยเฉพาะที่จัดแสดงเทศกาลและรูปแบบเฉพาะของการท่องเที่ยว เช่น มรดกทางวัฒนธรรม หรือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เข้ากับสภาพแวดล้อมดังกล่าว (Woosnam & Aleshinloye, 2018) อย่างไรก็ตาม ระดับความใกล้ชิดทางอารมณ์ของคนในพื้นที่กับนักท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับพวกเขา การรับรู้ตนเองตลอดจนพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว (Wang & Xu, 2015)

Woosnam (2012) ยังกล่าวอีกว่า ความใกล้ชิดทางอารมณ์ของคนในพื้นที่ที่มีต่อนักท่องเที่ยวไม่ได้พยากรณ์ระดับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่โดยตรง แต่ความใกล้ชิดทางอารมณ์จะเป็นตัวพยากรณ์ถึงการมีส่วนร่วมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มอบให้กับชุมชน อย่างไรก็ตาม คนในพื้นที่ที่หล่อหลอมความใกล้ชิดทางอารมณ์กับนักท่องเที่ยว ได้กลับกลายเป็นว่าพวกเขาได้สร้างมิตรภาพกับนักท่องเที่ยวและพร้อมที่จะรับรู้ถึงการสนับสนุนของการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อชุมชน ความใกล้ชิดทางอารมณ์เป็นตัวอย่างที่สำคัญยิ่งของผลกระทบทางสังคมที่เกิดจากการท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทาง จากงานวิจัยของ Woosnam and Aleshinloye (2018) อนุมานว่า หากคนในพื้นที่มีปฏิสัมพันธ์เชิงบวกกับนักท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อย ๆ ก็จะมีแนวโน้มที่คนในอาจรับรู้ถึงความใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว ในทำนองเดียวกัน เมื่อคนในพื้นที่เริ่มมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว สิ่งนี้จะลดความเกลียดชังและอคติลง (Pizam et al., 2000) ซึ่งจะช่วยยกระดับความใกล้ชิดทางอารมณ์ (Woosnam, 2012) ทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระบุว่า ความคล้ายคลึงกันระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่อาจพัฒนากลายเป็นมิตรภาพและความสัมพันธ์ทางอารมณ์ (Woosnam, 2011) หากคนในพื้นที่รับรู้ถึงความคล้ายคลึงของนักท่องเที่ยว “สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่า คนในพื้นที่เต็มใจที่จะตระหนักว่าพวกเขาไม่ได้แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวอย่างสิ้นเชิง โดยหักล้างการมีอคติ การแบ่งพรรคพวก การแบ่งแยกระหว่าง พวกเรา และ พวกเขา” (Woosnam et al., 2009)

2.2.3.3 ความเห็นอกเห็นใจ (Sympathetic Understanding)

Woosnam and Aleshinloye (2013) ชี้ให้เห็นว่า ความเห็นอกเห็นใจต่อนักท่องเที่ยวสามารถคาดการณ์ระดับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญ สันนิษฐานได้ว่า หากคนในพื้นที่มีความเห็นอกเห็นใจต่อนักท่องเที่ยวในระดับที่สูงขึ้น พวกเขาจะมีใจทัศนคติเชิงบวกและสนับสนุนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนี้ Woosnam (2012) ยังให้เหตุผลว่าความเห็นอกเห็นใจนั้นมีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ โดยหลักแล้วหากคนเหล่านี้อาศัยอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวก็จะสามารถเข้าใจความรู้สึกของคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวได้ Draper et al. (2011) กล่าวถึง คนในพื้นที่ในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวว่า พวกเขามีประสบการณ์ความเข้าใจที่ดีต่อกันเพราะคนในพื้นที่คุ้นเคยกับความจริงที่ว่านักท่องเที่ยวใช้สิ่งอำนวยความสะดวกที่จุดหมายปลายทางของตน (Ap, 1992)

Woosnam et al. (2009) กล่าวว่า ความเห็นอกเห็นใจโดยคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว คือ “การเอาใจเขามาใส่ใจเรา” เพื่อดูโลกผ่านสายตาของคนอื่น มุมมองดังกล่าวช่วยลด "ความเป็นอื่น" Caton and Santos (2008) ระบุว่า อันที่จริงแล้ว คนในพื้นที่บางคนเห็นอกเห็นใจนักท่องเที่ยวมาก เพราะเมื่อคนในพื้นที่มีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง (ในสภาพแวดล้อมชนบทมากขึ้นและในความพยายามด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) พวกเขาจะเข้าใจได้ว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นและอนุรักษ์วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น (Besculides et al., 2002) จากปัจจัยทั้ง 3 มิติ ไม่มีประการใดอธิบายการรับรู้ถึงผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในหมู่คนในพื้นที่ได้ดีไปกว่าความเห็นอกเห็นใจ (Woosnam, 2012)

Draper et al. (2011) เชื่อว่า ความเห็นอกเห็นใจพร้อมกับการเดินทางส่วนบุคคลของคนในพื้นที่ช่วยให้เข้าใจการท่องเที่ยวมากขึ้น ผลกระทบที่มีต่อคนในพื้นที่เหล่านั้นจะแสดงความเห็นอกเห็นใจในระดับสูง จึงมีแนวโน้มที่จะเข้าใจอย่างเห็นอกเห็นใจนักท่องเที่ยว ดังนั้นคนในพื้นที่ที่มีความเห็นอกเห็นใจ จะมีน้ำใจ มีความสุภาพ มีความเป็นกันเอง พร้อมต้อนรับ หลีกเลี่ยงความขัดแย้ง (Ying & Norman, 2017) รวมถึงการให้อภัย แสดงความกระตือรือร้นในการเป็นหนึ่งเดียวกันและเห็นอกเห็นใจต่อคนอื่นๆ (Alexandrov et al., 2010; Che Rose et al., 2010; Fayombo, 2010)

2.3.2 ผลกระทบของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่มีต่อการท่องเที่ยว

ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มักจะได้รับผลกระทบจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล จุดหมายปลายทางและระยะเวลาที่อาศัยอยู่ (Woosnam et al., 2014) หรือ ความผูกพันกับชุมชน

(Li & Wan, 2017) เป็นตัวทำนายความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในพื้นที่ต่อนักท่องเที่ยว ในทางตรงกันข้าม นักท่องเที่ยวจะยึดติดกับจุดหมายปลายทางมากกว่า (Woosnam & Aleshinloye, 2018) หรืออาศัยอยู่ใกล้ชิดกับจุดหมายปลายทางมากขึ้น (Joo et al., 2017) แสดงความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับคนในพื้นที่ ความรู้สึกเป็นมิตรเช่นนั้นมักจะปลูกฝังด้วยทัศนคติที่ดีคล้ายกัน คนในพื้นที่ที่มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันสูงต่อนักท่องเที่ยวจะรักษามุมมองในแง่ดีเกี่ยวกับผลกระทบในปัจจุบันและศักยภาพในอนาคตของการท่องเที่ยวในชุมชนของพวกเขา (Lai & Hitchcock, 2017; Woosnam, 2012)

สำหรับนักท่องเที่ยว ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทำให้ระยะห่างทางสังคมกับคนในพื้นที่แคบลง (Joo et al., 2018) และส่งเสริมความตั้งใจที่จะมาเยือนและแนะนำจุดหมายปลายทาง (Joo, Woosnam, et al., 2020; Ribeiro et al., 2018) แม้จะมีความหมายตามทฤษฎี แต่การศึกษาความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันจนถึงขณะนี้ถือว่าการท่องเที่ยวอยู่ในภาวะปกติเท่านั้น กล่าวคือ ยังไม่เป็นที่ทราบแน่ชัดว่าความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันจะเกิดขึ้นหรือทำงานในสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยหรือความเสี่ยงต่อสุขภาพอย่างไร มีงานวิจัยส่วนน้อยที่พิจารณาถึงความปลอดภัยที่รับรู้ควบคู่ไปกับความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เช่น (Simpson & Simpson, 2017; Suess et al., 2020; Woosnam et al., 2015) และพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างแนวคิดทั้งสอง อย่างไรก็ตาม ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อาจเผยให้เห็นถึงสถานการณ์ที่ไม่ลงรอยกันทางอารมณ์แทนที่จะเป็นความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันจะสังเกตได้ระหว่างสองกลุ่มก็เป็นได้ (Joo et al., 2018)

2.3.3 ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ เป็นหนึ่งเกณฑ์คะแนนที่ทำให้เกาะลันตาถูกจัดอันดับให้เป็นเกาะที่ดีที่สุดในโลกอันดับที่ 5 จากทั้งหมด 25 อันดับของเว็บไซต์ Travel+Leisure ในปี 2020 เกณฑ์การให้คะแนนอื่นๆ คือ ความน่าสนใจของเกาะ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และอาหาร (Travel+Leisure, 2020)

2.3.4 ภาพรวมและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

จากการทบทวนวรรณกรรมทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หมายถึง คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวมีอารมณ์ความรู้สึกไม่จนแบ่งแยกซึ่งกันและกัน ไม่มองตนเองว่าเป็น “พวกเรา” หรือมองนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนว่าเป็น “พวกเขา” นักท่องเที่ยวคือผู้มาเยือนและคนในพื้นที่อยู่ในฐานะเป็นเจ้าของบ้านซึ่งเจ้าของบ้านไม่มองว่าผู้

มาเยือนเป็นคนแปลกหน้า ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันดังกล่าว ประกอบด้วย 1) ธรรมชาติความเป็นมิตร หมายถึง คนในพื้นที่มีความรู้สึกยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว 2) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ หมายถึง คนในพื้นที่มีความรู้สึกห่วงใยและเอาใจใส่ มีการแสดงความรู้สึกที่ดีต่อนักท่องเที่ยจนกลายเป็นความรู้สึกผูกพันอย่างใกล้ชิด และ 3) ความเห็นอกเห็นใจ หมายถึง ความรู้สึกของการเอาใจเขามาใส่ใจเราของคนในพื้นที่ที่มีต่อนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันยังส่งผลโดยตรงกับทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว ซึ่งจะมีการกล่าวในหัวข้อถัดไป

2.4 แนวคิดทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว (Attitudes toward Tourism of Local Residents Concept)

2.4.1 ความหมายของทัศนคติ (Definitions of Attitudes)

Allport (1935) ให้ความหมายของ ทัศนคติ คือ เป็นสภาวะความพร้อมทางจิตใจและสมอง ซึ่งสั่งการผ่านประสบการณ์หรือส่งอิทธิพลแบบไดนามิกต่อการตอบสนองของแต่ละบุคคลไปยังวัตถุและสถานการณ์ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกัน พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายคำว่า “ทัศนคติ” แปลว่า แนวความคิดเห็น (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2554)

ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของคำในภาษาอังกฤษ คือ คำว่า “Attitude” ตามพจนานุกรมของ Oxford (2021) หมายถึง “The way that you think and feel about somebody / something; the way that you behave towards somebody / something that shows how you think and feel.” แปลว่า “แนวทางที่คุณคิดและรู้สึกเกี่ยวกับใครบางคนหรือสิ่งบางสิ่งหรือแนวทางที่คุณปฏิบัติต่อใครบางคนหรือสิ่งบางสิ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคุณคิดและรู้สึกเช่นไร”

2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitudes)

Allport (1935) กล่าวว่า แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติมาจากแหล่งที่มาสองแห่ง ประกอบด้วย แหล่งที่หนึ่งคือ มาจากจิตวิทยาเชิงทดลอง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปไม่ได้ที่จะอธิบายปฏิกิริยาตอบสนองต่อการกระตุ้นโดยปราศจากการคำนึงถึงอารมณ์หรือทัศนคติของมนุษย์ แหล่งที่สองคือ มาจากพฤติกรรมนิยมหรือสังคมวิทยา เป็นเวลาหลายปีที่นักสังคมวิทยาพยายามเสริมแนวคิดทางวัฒนธรรมของตนด้วยจิตวิทยา ซึ่งอาจแสดงกลไกในการนำวัฒนธรรมไปใช้ในแง่ที่เป็นรูปธรรม ในตอนแรก ภายใต้อิทธิพลของ Baldwin (1901-1905) กล่าวว่า สัญชาตญาณของการเลียนแบบที่ค่อนข้างคลุมเครือนั้นถือว่าเพียงพอแล้ว ต่อมาไม่นานก็มีการตีพิมพ์หนังสือจิตวิทยาสังคม ส่งผลการให้เกิดการตระหนักถึงความสำคัญของประเพณีและสิ่งแวดล้อมในการกำหนดพฤติกรรมทางสังคม มี

การเน้นย้ำความแตกต่างของสัญชาตญาณและ สมมติฐาน นี่คือแนวคิดทางจิตวิทยารูปแบบใหม่ที่หลีกหนีจากความไม่เป็นรูปเป็นร่างของ "ประเพณี" และ "พลังทางสังคม" และอีกด้านหนึ่งจากลัทธิดั้งเดิม การยึดมั่นในหลักคำสอนทางจิตวิทยาบางอย่างและไม่พอใจกับสัญชาตญาณ ด้วยเหตุนี้จึงมีการเริ่มนำแนวคิดเรื่องทัศนคติมาใช้ในสังคม

2.4.3 แนวคิดทัศนคติของคนในพื้นที่ (Attitudes of Local Residents)

ในสายตาของคนในพื้นที่ สถานที่ทางกายภาพที่พวกเขาอาศัยอยู่นั้นเป็นสภาพแวดล้อมที่แท้จริงและเป็นธรรมชาติ (Farnum et al., 2005) Tuan (1977) ตั้งข้อสังเกตว่า สถานที่ต่างๆ เกี่ยวข้องกับความหมายและค่านิยมที่เอื้อต่อความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับพื้นที่ทางภูมิศาสตร์โดยเฉพาะ ในขณะเดียวกัน สถานที่ทางกายภาพมีความแตกต่างจากสภาพแวดล้อมทั่วไป เนื่องจากสภาพแวดล้อมทั่วไป หมายถึง องค์ประกอบทางชีวฟิสิกส์ของแผ่นดิน ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อสานความสัมพันธ์ใดๆระหว่างมนุษย์กับสถานที่ (Farnum et al., 2005) นอกจากนี้ ความรู้สึกของสถานที่ยังประกอบด้วยชุดของความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึกทางอารมณ์ และคุณลักษณะสำหรับพื้นที่ดังกล่าว (Fishwick & Vining, 1992; Kaltenborn, 1998; Relph, 1996; Stedman, 2003) และเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ทางภูมิศาสตร์เฉพาะ (Altman & Low, 1992) “สถานที่ทางกายภาพ” คือ สภาพแวดล้อมในท้องถิ่นสำหรับกิจกรรมทางสังคมที่หลากหลาย และมักเป็นพื้นที่สำหรับกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม คนในพื้นที่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในสถานที่ในท้องถิ่น รักษามิตรภาพ หารือเกี่ยวกับปัญหาทั่วไป แก้ไขปัญหา และสร้างโอกาสใหม่ๆ ในการเป็นผู้ประกอบการ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมีความยั่งยืน คงทน และกระตุ้นอารมณ์อย่างรุนแรง พลังทางอารมณ์ของปฏิสัมพันธ์เหล่านี้เป็นผลมาจากประสบการณ์ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและสังคม และผลของบริบททางสังคม (Ambard et al., 2004) ตามคำกล่าวของ Williams and Vaske (2003) สิ่งที่แนบมากับสถานที่นั้นเทียบเท่ากับความรู้สึกของสถานที่ ประกอบด้วยการเชื่อมต่อของสถานที่ เอกลักษณ์ของสถานที่ ความพอใจของสถานที่ การมีอยู่ของสถานที่ เป็นต้น ตามที่เสนอโดย Kaltenborn (1998) คำว่า “ความรู้สึกของสถานที่” มักใช้ในความหมายที่แคบกว่าในด้านนันทนาการและการท่องเที่ยว พลังของความรู้สึกของสถานที่นั้นสัมพันธ์กับขอบเขตที่ค่านิยมของบุคคลหรือระบุด้วยสภาพแวดล้อมเฉพาะ (Kyle et al., 2004)

สิ่งที่แนบติดมาพร้อมกับสถานที่นั้น ได้รับความสนใจอย่างมากจากนักวิชาการ (Altman & Low, 1992; Farnum et al., 2005; Kruger, 2012)เห็นพ้องกันว่า สิ่งนี้เป็นปรากฏการณ์ที่ซับซ้อน

และมีเพียงหนึ่งสิ่งที่แนบมาในบริบทที่ใหญ่กว่า คือ ความผูกพันของมนุษย์ (Farnum et al., 2005) ดังที่ได้กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ ความผูกพันกับสถานที่อาจขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมหรือกระบวนการที่มีความสำคัญมากกว่าลักษณะทางกายภาพของภูมิประเทศ โดยเฉพาะ Beckley (2003) อ้างว่า แม้ว่าภูมิทัศน์จะเปลี่ยนไปแต่ความรู้สึกก็ไม่เปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตาม มีแนวความคิดขัดแย้งตรงข้ามที่อธิบายว่า ลักษณะทางกายภาพของสถานที่เปลี่ยนแปลงไปและความรู้สึกของคนในพื้นที่ก็เปลี่ยนแปลงตาม (Dixon & Durrheim, 2000)

2.4.4 แนวคิดทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว (Attitudes toward tourism of Local Residents)

แนวคิดทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ (Teye & Sirakaya, 2002) Jafari (1986) ได้ตั้งข้อสังเกตว่าการวิจัยด้านทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยวในรอบ 30 ปีที่ผ่านมามุ่งเน้นไปที่ผลกระทบเชิงบวกในปี ค.ศ. 1960 ผลกระทบเชิงลบในปี ค.ศ. 1970 และแนวทางที่สมดุลและเป็นระบบมากขึ้นในปี ค.ศ. 1980 สิ่งที่เห็นในทศวรรษที่ผ่านมาคือ การศึกษาทัศนคติของคนในพื้นที่ต่อการศึกษาด้านการท่องเที่ยวมักเกิดขึ้นในชุมชนชนบท เนื่องจากสถานที่เหล่านี้หลายแห่งประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ

การศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยวนั้น เน้นที่ “ผลกระทบต่อการท่องเที่ยว” นักวิจัยมักจะรวมชุดแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบหลายประเภทหรือเน้นเฉพาะที่ เช่น ผลกระทบทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม (Ap, 1990; Brougham & Butler, 1981; Jurowski et al., 1997; King et al., 1993; Milman & Pizam, 1988; Um & Crompton, 1987) นักวิจัยคนอื่นๆใช้แนวทาง "ทัศนคติด้านการท่องเที่ยว" หรือ "การรับรู้ด้านการท่องเที่ยว" โดยพิจารณาจากทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว (Allen et al., 1993; Gilbert & Clark, 1997; Johnson et al., 1994; Lankford & Howard, 1994; Lindberg & Johnson, 1997; McCool & Martin, 1994; Perdue et al., 1987; Siegel & Jakus, 1995; Snaith & Haley, 1994) การศึกษาส่วนใหญ่ค้นพบมิติด้านผลกระทบหรือผลประโยชน์เชิงบวกอย่างน้อยหนึ่งมิติและมิติด้านผลกระทบเชิงลบอย่างน้อยหนึ่งมิติ ปัจจัยที่เหลือส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับคำถามที่ถาม งานศึกษาบางงานพบการพัฒนาชุมชนหรือปัจจัยที่เกี่ยวข้อง (Lankford, 1994; McCool & Martin, 1994; Perdue et al., 1990) การจัดเก็บภาษีหรือปัจจัยส่วนทุนและปัจจัยด้านคุณภาพชีวิต (McCool & Martin, 1994; Perdue et al., 1990)

2.4.4.1 ทัศนคติที่มีผลกระทบเชิงบวกของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว (Attitudes to Positive Impacts)

จากการศึกษาส่วนใหญ่พบว่า โดยรวมแล้ว คนในพื้นที่มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว เมื่อถามถึงความรู้สึกที่มีต่อด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยว ชาวบ้านรู้สึกว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์แก่คนในพื้นที่ โดยทั่วไปแล้ว ผลการศึกษาเผยถึงทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คือ มีการพัฒนาเศรษฐกิจ มีโอกาสในการพักผ่อนหย่อนใจและสวนสาธารณะที่มากขึ้น มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (McCool & Martin, 1994; Perdue et al., 1990) มีภาพลักษณ์ในชุมชนที่ดีขึ้น (Perdue et al., 1990) มีการสนับสนุนของกิจกรรมทางวัฒนธรรม (McCool & Martin, 1994)

อย่างไรก็ตาม ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่ทรงคุณค่าที่สุดสำหรับชุมชนเจ้าบ้าน การท่องเที่ยวช่วยปรับปรุงเศรษฐกิจท้องถิ่น (Gursoy & Rutherford, 2004; Perdue et al., 1990) มีส่วนสนับสนุนรายได้และมาตรฐานการครองชีพ (Milman & Pizam, 1988) นำธุรกิจใหม่ๆเข้ามา และสร้างสรรค์โอกาสในการลงทุน (Dyer et al., 2007; Kwan & McCartney, 2005) การท่องเที่ยวอาจเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชน รักษาคุณค่าทางวัฒนธรรม และปรับปรุงความนับถือตนเอง (Andereck et al., 2005; Stronza & Gordillo, 2008) นอกจากนี้ยังช่วยปรับปรุงคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ (Milman & Pizam, 1988; Perdue et al., 1990) สร้างโอกาสใหม่และกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Harrison, 1992) สร้างรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่นและโอกาสใหม่ ๆ สำหรับผู้หญิง นอกจากนี้ มีการปรับปรุงคุณภาพการป้องกันอัคคีภัย (Milman & Pizam, 1988) และปรับปรุงคุณภาพการรักษาความปลอดภัย การศึกษาโดยทั่วไปรายงานความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างผลกระทบการท่องเที่ยวในระดับทั่วไป การศึกษาส่วนใหญ่เผยข้อกังวลที่เฉพาะเจาะจงของคนในพื้นที่ คือเชิงบวกและการสนับสนุน (Gursoy & Rutherford, 2004; Lee et al., 2010; Nunkoo & Ramkissoon, 2010)

2.4.4.2 ทัศนคติที่มีผลกระทบเชิงลบของคนในพื้นที่ต่อการท่องเที่ยว (Attitudes to Negative Impacts)

การศึกษาส่วนใหญ่ยังไม่พบว่าคนในพื้นที่มีความกังวลอย่างมากเกี่ยวกับด้านลบของการท่องเที่ยวในระดับทั่วไป การศึกษาส่วนใหญ่เผยข้อกังวลที่เฉพาะเจาะจงของคนในพื้นที่ คือ ผลกระทบที่มีต่อการจราจรในพื้นที่ (Black & Nickerson, 1997; Carmichael et al., 1996; Christensen & Nickerson, 1996; King et al., 1993; Lindberg & Johnson, 1997; McCool &

Martin, 1994; Mok et al., 1991; Perdue et al., 1990; Snaith & Haley, 1994)นอกจากนี้ การท่องเที่ยวมีส่วนทำให้ค่าครองชีพเพิ่มขึ้น (Perdue et al., 1990)ราคาของที่ดินและที่อยู่อาศัยมีมูลค่าสูงขึ้น (Belisle & Hoy, 1980; Tovar & Lockwood, 2008) และ นำไปสู่การขาดความหลากหลายทางเศรษฐกิจ (Jackson & Inbakaran, 2006)การศึกษาอื่นรายงานว่า คนในพื้นที่มองผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวในทางลบ (Ap & Crompton, 1998) การท่องเที่ยวนำไปสู่ความแออัดของผู้คน (Andereck et al., 2005; Dyer et al., 2007) การลักลอบขนของผิดกฎหมาย (Belisle & Hoy, 1980; Milman & Pizam, 1988) ความตึงเครียดและอาชญากรรมที่เพิ่มขึ้นและความตึงเครียดทางจิตใจ (Andereck et al., 2005) การท่องเที่ยวยังสร้างมลพิษและขยะมูลฝอย (Dyer et al., 2007) และทรัพยากรทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เสื่อมโทรม (Nepal, 2008) งานวิจัยก่อนหน้านี้บางส่วนระบุว่าการรับรู้ผลกระทบเชิงลบที่สูงขึ้นทำให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวลดลง (Gursoy et al., 2010; Gursoy & Rutherford, 2004; Nunkoo & Ramkissoon, 2010)

กล่าวโดยสรุป ทัศนคติแสดงถึงแนวโน้มเชิงบวกหรือเชิงลบต่อบางสิ่งหรือบุคคล (Eagly & Chaiken, 1993) ทัศนคติเชิงบวกหรือเชิงลบของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยวเผยให้เห็นทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากการทำงานร่วมกันของคนในพื้นที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จและความยั่งยืนของโครงการพัฒนาการท่องเที่ยว การทำความเข้าใจมุมมองของคนในพื้นที่และการได้รับการส่งเสริมที่จำเป็นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับรัฐบาลท้องถิ่น ผู้กำหนดนโยบาย และธุรกิจ (Stylidis et al., 2014) นอกจากนี้ เนื่องจากทัศนคติของคนในพื้นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้มาเยือน (Ribeiro et al., 2018) การเข้าใจมุมมองของคนในพื้นที่ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว (Gabriel Brida et al., 2011) จึงมีบทบาทสำคัญในความสำเร็จของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

2.4.5 ผลกระทบของทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว

Prayag et al. (2013) ได้สำรวจทัศนคติของคนในพื้นที่ต่อการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกลอนดอนในการศึกษาของพวกเขา จากผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ด้านเศรษฐกิจและสังคมวัฒนธรรมในเชิงบวกและเชิงลบ ส่งผลต่อทัศนคติโดยรวม Jaafar et al. (2017) พบว่า ผลกระทบเชิงบวกส่งผลดีต่อการมีส่วนร่วมของชุมชน เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ Rasoolimanesh et al. (2015) พบว่าการรับรู้เชิงบวกส่งผลต่อการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในแง่บวก และการรับรู้เชิงลบส่งผลต่อการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในแง่ลบ ในการศึกษาอื่น ทัศนคติเชิงบวกของผู้คนที่มีต่อการ

ท่องเที่ยวมีผลดีต่อความพึงพอใจโดยรวม (Ko & Stewart, 2002) ในทำนองเดียวกัน Chen and Chen (2010) พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลเชิงบวกจากทัศนคติเชิงบวก

Eusébio et al. (2018) พบว่า การรับรู้ผลกระทบเชิงบวกส่งผลดีต่อทัศนคติของคนในพื้นที่ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว การรับรู้ผลกระทบเชิงลบของคนในพื้นที่ส่งผลเสียต่อทัศนคติต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว Jurowski et al. (1997) พบว่า ผลกระทบทางสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว จากผลการวิจัยของ Martínez-Román et al. (2015) การรับรู้ผลกระทบเชิงบวกทางเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมส่งผลในเชิงบวก และการรับรู้ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมเชิงลบส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อการท่องเที่ยว ในการศึกษาอื่น Shen et al. (2010) พบว่า ทัศนคติเชิงบวกของคนในพื้นที่ต่อการท่องเที่ยวมาจากสถานที่และภาพลักษณ์ ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

กล่าวได้ว่า คนในพื้นที่ดูเหมือนจะมีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยว แต่ไม่ได้หมายความว่าคนในพื้นที่ไม่มีความกังวลเกี่ยวกับผลกระทบด้านลบที่การท่องเที่ยวส่งผลให้กับชุมชนของพวกเขา แม้ว่าข้อกังวลเฉพาะจะแตกต่างกันไปตามชุมชน อย่างไรก็ตามย่อมมีข้อยกเว้นสำหรับทัศนคติเชิงบวกโดยรวมของคนในพื้นที่ตามที่การศึกษาโดย Johnson et al. (1994) แสดงให้เห็นว่า โดยปกติแล้วการท่องเที่ยวจะถูกมองว่าเป็นอุตสาหกรรมในเชิงบวก

2.4.6 ทัศนคติของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ที่มีต่อการท่องเที่ยว

ทัศนคติเชิงบวกของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ที่มีต่อการท่องเที่ยว ดังตัวอย่างทัศนคติของคนในพื้นที่บ้านทุ่งหยีเพ็ง ตำบลศาลาด่าน อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ นายนราธร หงษ์ทอง ประธานชุมชนท่องเที่ยวบ้านทุ่งหยีเพ็ง กล่าวว่า *“ชาวบ้านที่นี่ประกอบอาชีพประมงพื้นบ้านและทำการเกษตร ชุมชนมุสลิมร้อยปีบนเกาะได้ร่วมกันจัดตั้งชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทุ่งหยีเพ็ง สร้างความเข้าใจและแรงบันดาลใจให้กับผู้มาเยือนถึงถิ่นฐานลันตา”* (ชนบทที่รัก, 2564)

ทัศนคติเชิงลบของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ที่มีต่อการท่องเที่ยวที่มาจากปัญหาขยะตกค้างสะสมที่มาจากฤดูกาลท่องเที่ยว โดยนายสมพงษ์ ดำรงอ่องตระกูล นายกอบต. ศาลาด่าน อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ เปิดเผยว่า *“ปัญหาขยะตกค้างสะสม สร้างความกังวลแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ผ่านมาได้ประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้จัดหาพื้นที่ฝังกลบขยะแห่งใหม่แต่ยังไม่คืบหน้า ปัจจุบันมีปริมาณขยะถูกนำทิ้งวันละกว่า 50 ตัน และเพิ่มจำนวนขึ้นใน*

ฤดูกาลท่องเที่ยวนี้เป็นกว่า 100 ตันต่อวัน ส่งผลกระทบต่อธรรมชาติสิ่งแวดล้อม สุขภาพประชาชน จากกลิ่นน้ำเสีย มลพิษจากไฟไหม้กองขยะในฤดูแล้งที่จะเกิดขึ้นทุกปี" (Workpointtoday, 2560)

2.4.7 ภาพรวมและแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว ข้างต้น ผู้วิจัยจึง สรุปได้ว่า ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว หมายถึง แนวความคิดเห็นของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว เมื่อแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่อยู่อาศัยของคนในพื้นที่ คนในพื้นที่ย่อมรับรู้ถึงผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบต่อการดำรงชีวิตของตน สิ่งนี้จะสามารถแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มทางความคิดเชิงบวกและเชิงลบของคนในพื้นที่ที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อาจจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติของคนในพื้นที่ในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจในการศึกษา เหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กับการท่องเที่ยว ซึ่งจะกล่าวในหัวข้อถัดไป

2.5 การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กับการท่องเที่ยว (COVID-19 pandemic and Tourism)

2.5.1 การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทั่วโลก (COVID-19 pandemic around the world)

โรคโควิด-19 (COVID–19) ย่อมาจาก Coronavirus Disease 2019) ซึ่งมีชื่อทางการว่า "SARS – CoV - 2" เป็นโรคติดต่อซึ่งเกิดจากไวรัสโคโรนา ต้นตอของไวรัสน่าจะมาจากการที่ไวรัสจากสัตว์ตัวกลางระบาดมาสู่คน ผู้ป่วยรายแรกเท่าที่ทราบกัน เริ่มมีอาการตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2562 เมื่อวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2563 ผู้ป่วยรายแรกที่รับการรักษาในประเทศไทยเป็นคนจีนที่รับเชื้อจากการระบาดในประเทศจีนและได้เดินทางมาประเทศไทย เคยมีเหตุการณ์ที่คล้ายคลึงกันจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่เกิดขึ้นในอดีต คือ การเกิดโรค SARS (พ.ศ. 2545) และ MERS (พ.ศ. 2557) ซึ่งทั้งสองโรคนั้นผู้ป่วยมีอาการหนักทั้งหมดและต้องอยู่ในโรงพยาบาล จึงสกัดการแพร่โรคได้ไม่ยากนัก ส่วนผู้ป่วยโรคโควิด19 (COVID – 19) มีทั้งผู้ที่มีอาการน้อยหรืออาจไม่มีอาการจนถึงผู้มีอาการหนักจึงควบคุมการระบาดได้ยากกว่า(คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล, 2563)

ในช่วงเดือนต้นสิงหาคม 2021 องค์การอนามัยโลก WHO (2021a) เผยว่า ตั้งแต่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จนถึงต้นเดือนสิงหาคม 2021 ทั่วโลกมีจำนวนผู้ป่วยสะสมอยู่ที่ประมาณ 197 ล้านคน และมีจำนวนผู้เสียชีวิตสะสมสูงถึง 4.2 ล้านคน โดยในช่วงเดือนต้นสิงหาคม มีผู้ป่วยมากกว่า 4 ล้านรายต่อสัปดาห์ มีรายงานผู้ป่วยโดยเฉลี่ยมากกว่า 570,000 รายต่อวัน แนวโน้มที่เพิ่มขึ้นนี้ส่วนใหญ่มาจากการภูมิภาคเมดิเตอร์เรเนียนตะวันออกและแปซิฟิกตะวันตก โดยมีผู้เสียชีวิตกว่า 64,000 ราย อย่างไรก็ตามภูมิภาคแปซิฟิกตะวันตกและภูมิภาคเมดิเตอร์เรเนียนตะวันออกพบว่ามีผู้เสียชีวิตรายใหม่เพิ่มขึ้นอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีการกลายพันธุ์ของเชื้อไวรัสโควิด-19 (SARS-CoV-2) โดยในปัจจุบันมี 5 สายพันธุ์ทั่วโลก ได้แก่ สายพันธุ์ Alpha (อังกฤษ), Beta (แอฟริกา), Gamma (บราซิล) Delta (อินเดีย) และ Omicron (แอฟริกาใต้) ซึ่งสายพันธุ์ดังกล่าวเป็นสายพันธุ์ที่น่ากังวล เนื่องจาก 1) เพิ่มความสามารถในการแพร่กระจายโรคหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางระบาดวิทยาของโควิด-19 2) เพิ่มความรุนแรงหรือทำให้แบบแผนทางคลินิกของโรคโควิด-19 เปลี่ยนแปลงไป 3) ลดประสิทธิผลของมาตรการทางสาธารณสุขหรือทางสังคม หรือส่งผลต่อความพร้อมในการวินิจฉัย วัคซีน หรือการรักษา(ชลทิศ อุไรฤกษ์กุล, 2564; ผู้จัดการออนไลน์, 2564c)

ตารางแสดงการระบาดของโรคในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 1 การระบาดของโรคในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา

โรคระบาด	จำนวนประเทศและ เขตปกครองพิเศษที่พบผู้ติดเชื้อ	จำนวนผู้ติดเชื้อ	จำนวนผู้เสียชีวิต	อัตราการตาย
โรคซาร์ส (SARs) เริ่มพบเมื่อประมาณเดือนพฤศจิกายน 2546 ที่มณฑลกวางตุ้ง ประเทศจีน การระบาดยุติ เมื่อเดือนกรกฎาคม 2549	29 ประเทศ	8,095 ราย	774 ราย	>15 %
โรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ A (H1N1) เริ่มพบเมื่อประมาณเดือนมกราคม 2552 ที่ประเทศเม็กซิโก และ	60 ประเทศ	ผู้ติดเชื้อ 24% ของจำนวนประชากรโลก	284,000 ราย	>0.2 %

เดือนเมษายน ประเทศสหรัฐอเมริกา กลายเป็นโรคที่มีการระบาด ตามฤดูกาล พบในช่วงฤดูฝนและฤดูหนาว				
โรคอีโบลา (Ebola) พบการระบาดมาตั้งแต่ประมาณป2519 แต่ระบาดหนักในปี 2557 ส่วนใหญ่ทางตะวันตกของภูมิภาคแอฟริกา ปัจจุบันยังพบผู้ติดเชื้อใหม่ สาธารณรัฐคองโก	10 ประเทศ	31,033 ราย (พ.ศ. 2519 – 2563)	12,913 ราย (พ.ศ. 2519 – 2563)	>56 %
โรคทางเดินหายใจ Mers-CoV พบเมื่อประมาณเดือนกันยายน 2555 ส่วนใหญ่ในแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน ปัจจุบันยังพบผู้ติดเชื้อที่ประเทศซาอุดีอาระเบีย	27 ประเทศ	2,494 ราย	858 ราย	>34.4 %
โรคโควิด-19 (COVID-19) พบเมื่อประมาณปลายเดือนธันวาคม 2562 ในเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย ประเทศจีน	228 ประเทศ*	289 ล้านราย*	5.4 ล้านราย*	-

ที่มา: (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563), (WHO, 2020), (WHO, 2022)

*ข้อมูลวันที่ 2 มกราคม พ.ศ. 2565

2.5.2 การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทย (COVID-19 pandemic in Thailand)

จิตติศักดิ์ นันทพานิช (2564) ได้สรุปและลำดับเหตุการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในประเทศไทย ดังต่อไปนี้

ไตรมาสที่ 1 ของปีพ.ศ. 2563

- 13 มกราคม พ.ศ. 2563 กระทรวงสาธารณสุขประกาศว่า พบนักท่องเที่ยวหญิงชาวจีนวัย 61 ปี จากเมืองอู่ฮั่น ติดเชื้อไวรัสโควิด-19 คนแรกในประเทศไทย และรายแรกที่ตรวจพบนอกประเทศจีน
- 31 มกราคม พ.ศ. 2563 กระทรวงสาธารณสุขแถลงพบผู้ป่วยใหม่ 5 ราย ผู้ป่วยสะสมรวม 19 ราย รักษาหายกลับบ้าน 7 ราย รักษาตัวในโรงพยาบาล 12 ราย ผู้ป่วยใหม่ 5 ราย 4 รายเดินทางมาจากเมืองอู่ฮั่น อีก 1 ราย ชายไทยวัย 50 ปี อาชีพขับแท็กซี่ นับเป็นการติดเชื้อจากคนสู่คนครั้งแรกในประเทศไทย
- 1 มีนาคม พ.ศ. 2563 ชายไทยวัย 35 ปี เสียชีวิตจากโรคโควิด-19 คนแรกของประเทศ
- 26 มีนาคม พ.ศ. 2563 พ.ร.ก. กำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน

ไตรมาสที่ 2 ของปีพ.ศ. 2563

- 3 เมษายน พ.ศ. 2563 เริ่มเคอร์ฟิว ห้ามบุคคลใดทั่วราชอาณาจักรออกนอกเคหสถาน ระหว่างเวลา 22.00 - 4.00 น. ของวันรุ่งขึ้น
- 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 สศช. แถลงภาวะสังคมไตรมาสแรก/2563 คาดผลจากวิกฤติโควิด-19 กระทบการจ้างงาน 8.4 ล้านคน
- 24 มิถุนายน พ.ศ. 2563 ที่ประชุมกนง.มีมติคงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ร้อยละ 0.5 พร้อมปรับคาดการณ์เศรษฐกิจปี 2563 ครั้งที่2 เป็น ติดลบร้อยละ 8.1 (เดิม ติดลบร้อยละ 5.3) เนื่องจากผลกระทบจากวิกฤติโควิด-19 รุนแรงกว่าที่คาดการณ์ไว้
- 30 มิถุนายน พ.ศ. 2563 ครม.อนุมัติมาตรการฟื้นฟูท่องเที่ยว โครงการเราเที่ยวด้วยกัน

ไตรมาสที่ 3 ของปีพ.ศ. 2563

- 17 สิงหาคม พ.ศ. 2563 สศช.แถลงเศรษฐกิจไตรมาสปี 2563 ติดลบร้อยละ 12.2 ต่ำสุดนับจากหลังปี 2540 ปรับคาดการณ์ทั้งปีติดลบร้อยละ 7 – 8
- 30 กันยายน พ.ศ. 2563 ธนาคารโลกรายงานสถานการณ์เศรษฐกิจเอเชียและแปซิฟิก ระบุเศรษฐกิจไทยปี 2563 ว่าจะติดลบร้อยละ 8.3 (กรณีแย่สุดลบร้อยละ 10.24) นับว่าต่ำสุดในภูมิภาค

ไตรมาสที่ 4 ของปีพ.ศ. 2563

- 17 ธันวาคม พ.ศ. 2563 หญิงวัย 67 ปีเจ้าของแพกุ้งที่ตลาดกุ้ง จังหวัดสมุทรสาคร ถูกตรวจพบว่าติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ก่อนที่ตลาดกลางกุ้งจะเป็นแหล่งแพร่เชื้อใหญ่ในเวลาต่อมา

ไตรมาสที่ 1 ของปีพ.ศ. 2564

- 26 มกราคม พ.ศ. 2564 ศบค. รายงาน พบผู้ป่วยใหม่ 937 คน ถือเป็นสถิติสูงสุดใหม่นับตั้งแต่ไวรัสโควิด-19 ระบาดในไทย
- 27 มกราคม พ.ศ. 2564 กระทรวงการคลังปรับคาดการณ์ การขยายตัวของเศรษฐกิจ(จีดีพี) ปี 2564 เป็น ร้อยละ 2.8 (เดิม ร้อยละ 4.5) เนื่องจากผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในหลายประเทศ รวมทั้งการระบาดใหม่ในประเทศไทย

บีบีซีนิวส์ไทย (2564) ได้ลำดับเหตุการณ์ของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ดังต่อไปนี้

ไตรมาสที่ 2 ของปีพ.ศ. 2564

- 21 พฤษภาคม 2564 จุดเปลี่ยนสำคัญอีกครั้งของการระบาด เมื่อไทยยืนยันพบผู้ติดเชื้อไวรัสโควิด-19 กลายพันธุ์ B1.617.2 หรือสายพันธุ์เดลตา (พบครั้งแรกในอินเดีย) ครั้งแรก
- 23 พฤษภาคม 2564 กระทรวงสาธารณสุข รายงานว่า พบการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 กลายพันธุ์สายพันธุ์แอฟริกาใต้ 3 รายแรก ในกลุ่มผู้ติดเชื้อที่ อ.ตากใบ จ.นราธิวาส

ไตรมาสที่ 3 ของปีพ.ศ. 2564

- 1 กรกฎาคม 2564 วันแรกที่ จ.ภูเก็ตเริ่มต้นรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศภายใต้โครงการนำร่อง "ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์" ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ตั้งเป้าว่าจะนำนักท่องเที่ยวเข้ามา 100,000 คน และมีเม็ดเงินสะพัดจากการท่องเที่ยวประมาณ 9 พันล้านบาทในช่วง 3 เดือนแรกของโครงการคือเดือน กรกฎาคม -กันยายน
- 20 สิงหาคม 2564 ประเทศไทยมีผู้ติดเชื้อสะสมอยู่ที่ 1,009,710 คน

ไตรมาสที่ 4 ของปีพ.ศ. 2564

- 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ประเทศไทยเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวแบบไม่ต้องกักตัว (ไทยรัฐออนไลน์, 2564)
- 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 อนามัยโลกพบโควิดสายพันธุ์โอมิครอน (WHO, 2021b)
- 20 ธันวาคม พ.ศ. 2564 พบผู้ป่วยติดโควิดสายพันธุ์โอมิครอนเป็นรายแรกในประเทศไทย (ผู้จัดการออนไลน์, 2564c)

2.5.3 การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กับการท่องเที่ยวทั่วโลก (COVID-19 pandemic and Tourism around the world)

2.5.3.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก (Global tourism situation)

UNWTO (2020) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทำให้เกิดการดำรงชีวิตแก่ผู้คนหลายล้านคน และช่วยให้ผู้คนหลายพันล้านคนได้ชื่นชมวัฒนธรรมของตนเองและที่แตกต่างกัน รวมถึงโลกธรรมชาติ สำหรับบางประเทศ อาจเป็นตัวแทนของจีดีพีมากกว่าร้อยละ 20 และโดยรวมแล้ว เป็นภาคการส่งออกที่ใหญ่เป็นอันดับสามของเศรษฐกิจโลก การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 มากที่สุด ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ การดำรงชีวิต บริการสาธารณะ และโอกาสในทุกทวีป

Masclanis (2020) กล่าวว่า การระบาดใหญ่ของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้เกิดวิกฤติเศรษฐกิจ สังคม และการเงินทั่วโลกอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อนสำหรับทุกอุตสาหกรรม และการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดในประวัติศาสตร์ ความสำคัญของวิกฤตการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบทั้งหมดของภาคการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยว

ระดับชาติและระดับนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและการพักผ่อน การท่องเที่ยวมวลชน และการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น การเกิดขึ้นหรือการกลับมาของโรคติดเชื้อเป็นหนึ่งในผลพวงของการท่องเที่ยวทั่วโลกและความคล่องตัว ความเป็นเมืองและโลกาภิวัตน์ส่งผลให้เกิดการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสอย่างรวดเร็ว (Hilsenrath, 2020) เมื่อการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 แพร่กระจายไปทั่วโลก ข้อจำกัดการเดินทางและการปิดพรมแดนจึงถูกนำมาใช้ในหลายประเทศและภูมิภาคเพื่อควบคุมการแพร่กระจาย (AlJazeera, 2020)

2.5.3.1.1 ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ต่อการท่องเที่ยวทั่วโลก (Impact of the COVID-19 pandemic to tourism around the world) ตามรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก UNWTO (2020) แบ่งเป็นผลกระทบ 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

2.5.3.1.1.1 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ จากข้อมูลปี 2019 การท่องเที่ยวสร้าง 7 เปอร์เซ็นต์ของการค้าโลก จ้างงาน 1 ใน 10 คนทั่วโลก และผ่านห่วงโซ่คุณค่าที่ซับซ้อนของอุตสาหกรรมที่เชื่อมต่อถึงกัน ให้การดำรงชีวิตแก่ผู้คนหลายล้านคนในประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา เมื่อปิดพรมแดน โรงแรมปิดและการเดินทางทางอากาศลดลงอย่างมาก จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงร้อยละ 56 และการส่งออกจากการท่องเที่ยว 320,000 ล้านดอลลาร์หายไปในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2020 ขาดทุนมากกว่า 3 เท่าในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจโลกปี 2009 สถานการณ์สำหรับภาคส่วนระบุว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติอาจลดลงร้อยละ 58 เป็นร้อยละ 78 ในปี 2020 ซึ่งจะทำให้การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวลดลงจาก 1.5 ล้านล้านดอลลาร์ในปี 2019 เป็นระหว่าง 310 ถึง 570 พันล้านดอลลาร์ในปี 2020 สถานที่นี้มากกว่า 100 ล้าน งานการท่องเที่ยวโดยตรงที่มีความเสี่ยง โดยส่วนใหญ่เป็นงานในธุรกิจขนาดย่อม ขนาดเล็ก และขนาดกลาง (MSMEs) ซึ่งจ้างงานผู้หญิงและคนหนุ่มสาวจำนวนมากแรงงานนอกระบบเป็นกลุ่มเสี่ยงมากที่สุด

2.5.3.1.1.2 ผลกระทบด้านการดำรงชีวิตและนโยบายความยั่งยืน (SDGs) การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 เพิ่มความยากจน และความไม่เท่าเทียมกัน รวมทั้งทำให้ความพยายามในการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมถดถอยลง การระบาดใหญ่ยังเสี่ยงต่อการชะลอความก้าวหน้าสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) การท่องเที่ยวสอดคล้องโดยตรงในสามเป้าหมาย คือ SDG 8 "งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ", SDG 12 "การบริโภคและการผลิตอย่างมีความรับผิดชอบ" และ SDG 14 "สัตว์ใต้น้ำ"

การท่องเที่ยวได้มีส่วนสำคัญในการบูรณาการ เสริมอำนาจ และสร้างรายได้

การเข้าถึงการฝึกอบรมและงาน ความเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวกับส่วนอื่นๆ ของสังคมทำให้วิกฤติครั้งนี้มีความเสี่ยงต่อการมีส่วนร่วมของภาคส่วนกับนโยบายความยั่งยืน (SDGs) อื่นๆ เช่น ความเท่าให้แก่ผู้หญิง ชุมชนในชนบท ชนพื้นเมือง และประชากรชายขอบทางประวัติศาสตร์อื่น ๆ อีกมากมาย และเปิดใช้งานการให้บริการในพื้นที่ห่างไกล สนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจของพื้นที่ชนบท ให้การเข้าถึงการฝึกอบรมและงาน ความเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวกับส่วนอื่นๆ ของสังคมทำให้วิกฤติครั้งนี้มีความเสี่ยงต่อการมีส่วนร่วมของภาคส่วนกับนโยบายความยั่งยืน (SDGs) อื่นๆ เช่น ความเท่าเทียมทางเพศ (SDG 5) หรือการลดความไม่เท่าเทียมกันระหว่างประเทศและภายในประเทศ (SDG 10)

2.5.3.1.1.3 ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและมหาสมุทรเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการเดินทางและแหล่งที่มาของรายได้ การสำรวจขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ประจำปี 2015 UNWTO (2015) ระบุว่า 14 ประเทศในแอฟริกาสร้างค่าธรรมเนียมเข้าชมพื้นที่คุ้มครองประมาณ 142 ล้านดอลลาร์ การปิดกิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้หลายเดือนไม่มีรายได้ พื้นที่คุ้มครองและชุมชนที่อาศัยอยู่โดยรอบหลายแห่งต้องพึ่งพาการท่องเที่ยวเพื่อความอยู่รอดและไม่สามารถเข้าถึงเครือข่ายความปลอดภัยทางสังคมได้ การสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันตรายต่อการคุ้มครองและพื้นที่อนุรักษ์อื่น ๆ สำหรับความหลากหลายทางชีวภาพซึ่งการท่องเที่ยวสัตว์ป่าส่วนใหญ่เกิดขึ้น หากปราศจากโอกาสอื่น ชุมชนอาจหันไปใช้ทรัพยากรธรรมชาติมากเกินไป ไม่ว่าจะเพื่อการบริโภคของตนเองหรือเพื่อสร้างรายได้

2.5.3.1.1.4 ผลกระทบด้านวัฒนธรรม ความมั่งคั่งของประเพณี วัฒนธรรม และความหลากหลายทั่วโลกเป็นแรงจูงใจหลักในการเดินทาง ผลกระทบของ COVID-19 ต่อการท่องเที่ยวสร้างแรงกดดันต่อการอนุรักษ์มรดกมากขึ้น ในภาควัฒนธรรม ตลอดจนโครงสร้างวัฒนธรรมและสังคมของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชนเผ่าพื้นเมืองและกลุ่มชาติพันธุ์ ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการปิดตลาดหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ และสินค้าอื่นๆ รายได้ของสตรีพื้นเมืองได้รับผลกระทบเป็นพิเศษ

2.5.3.1.2 การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ (COVID-19 pandemic affect the change of the industry tourism and behavior of tourists and local resident)

การระบาดใหญ่ของโควิด-19 ประกอบขึ้นจากประเภทของภัยพิบัติและวิกฤติหลาย

อย่าง (Ritchie & Jiang, 2019)เป็นการผสมผสานระหว่างภัยธรรมชาติ วิกฤติทางสังคมและการเมือง วิกฤติเศรษฐกิจ และวิกฤติอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยว ในขณะที่วิกฤติและภัยพิบัติครั้งก่อนๆ แสดงให้เห็นวิกฤติหลายประเภทเช่นกัน แต่ยังไม่สามารถระบุได้ว่าหมวดหมู่วิกฤติเหล่านี้ส่งผลกระทบซึ่งกันและกันอย่างไร (Pennington-Gray, 2018)

การเปลี่ยนแปลงในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านธุรกิจคาดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความสามารถด้านนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการฟื้นตัวของวิกฤติ (Martínez-Román et al., 2015) ในขณะที่ธุรกิจการท่องเที่ยวมักประสบปัญหาข้อบกพร่องด้านนวัตกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการรายย่อย (มักเป็นกระดูกสันหลังของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว) มีความเสี่ยงในเรื่องนี้ เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่เปลี่ยนไป ทำให้เส้นทางทางการท่องเที่ยวและความร่วมมืออยู่ในระดับต่ำ

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แท้จริงแล้ว การระบาดใหญ่ของโควิด-19 สามารถสร้างรอยลึกในความคิดและความรู้สึกของนักท่องเที่ยว และเปลี่ยนวิธีเดินทางของนักท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้น ประการแรก คือ นักท่องเที่ยวอาจเลือกจุดหมายปลายทางในประเทศมากกว่าจุดหมายต่างประเทศมากขึ้น ด้วยความพยายามที่จะสนับสนุนเศรษฐกิจภายในประเทศของตัวเอง ซึ่งเป็นพฤติกรรมตามการวิจัยที่มีอยู่เกี่ยวกับสร้างลัทธิชาติพันธุ์นิยมด้านการท่องเที่ยว (Kock, Josiassen, Assaf, et al., 2019) ปฏิกิริยานี้อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจากจุดหมายปลายทางที่อยู่ห่างไกลไปเป็นจุดหมายปลายทางในประเทศ ประการที่สอง คือ ภัยคุกคามจากเชื้อโรคทำให้ผู้คนตื่นตัวและหลีกเลี่ยงความแออัด (Wang & Ackerman, 2019) ประเด็นดังกล่าวสามารถเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงความคิดในพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้หลีกเลี่ยงสถานที่ท่องเที่ยวที่แออัดและหนาแน่นเกินไป เพื่อสนับสนุนจุดหมายปลายทางที่ห่างไกลและมีประชากรน้อยกว่า ประการที่สาม คือ ภัยคุกคามจากเชื้อโรคกระตุ้นให้บุคคลหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่รู้จัก เช่น โรคกลัวต่างชาติ (Faulkner et al., 2004) ดังนั้น นักท่องเที่ยวสามารถแสดงความหวาดกลัวชาวต่างชาติจากการท่องเที่ยวมากขึ้น (Kock, Josiassen, & Assaf, 2019) ส่งผลให้มีการเดินทางไปต่างประเทศน้อยลง หลีกเลี่ยงอาหารต่างประเทศ หลีกเลี่ยงการเดินทางเป็นกลุ่มมากขึ้น และซื้อประกันการเดินทาง

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคนในพื้นที่ ซึ่งคนในพื้นที่อาจได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวน้อยลง การระบาดใหญ่ของเชื้อไวรัสโควิด-19 อาจก่อให้เกิดอคติภายในกลุ่มหรือนอกกลุ่ม ทั้งในหมู่คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปรากฏการณ์เหล่านี้ยังไม่ได้รับการวิจัย

(Chien & Ritchie, 2018)และจำเป็นต้องมีการวิจัยในอนาคตเพื่อทำความเข้าใจแนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างชาติในหมู่คนในพื้นที่

2.5.3.2 มาตรการด้านการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ทั่วโลก ที่ถูกมาใช้ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (Tourism measures of countries around the world that have been used during the COVID-19 pandemic) (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

ตารางที่ 2 สรุปมาตรการด้านการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ที่ถูกนำมาใช้ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

นโยบาย	มาตรการ
การคลัง	- การยกเว้น ผัดผ่อน และลด (สูงจนถึงร้อยละ 50) ภาษีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ให้กับธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เช่น ค่าธรรมเนียมการปกป้องสิ่งแวดล้อม ค่าใบอนุญาตต่าง ๆ ภาษีทางการตลาดท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมวีซ่า เป็นต้น - ความช่วยเหลือทางด้านเศรษฐกิจแก่ SMEs ด้านการท่องเที่ยว - ส่วนลดค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคสำหรับภาคธุรกิจด้านการท่องเที่ยว - ความช่วยเหลือสำหรับสภาพคล่องทางการเงินให้กับธุรกิจนำเที่ยว
การเงิน	- สนับสนุนทุนทางการเงินให้กับ SMEs ด้านการท่องเที่ยว เช่น สินเชื่อเฉพาะ และสินเชื่อที่มีเงื่อนไขผ่อนปรน เป็นต้น - โครงการสร้างแรงจูงใจให้กับสายการบิน
การจ้างงานและการพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	- ลดค่าธรรมเนียมเรียกเก็บสำหรับการฝึกอบรมบุคลากรของธุรกิจนำเที่ยว - สนับสนุนค่าตอบแทนสำหรับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อช่วยธุรกิจให้สามารถจ้างงานได้ต่อไป - สนับสนุนด้านการเงินสำหรับผู้เข้ารับการฝึกอบรม สนับสนุนธุรกิจที่มีการจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลให้กับพนักงาน

	- จัดฝึกอบรมและเสริมทักษะซ้ำให้กับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งผู้ว่างงาน จัดให้ภาคการท่องเที่ยวได้รับการสนับสนุนด้านการจ้างงานเป็นพิเศษ - จัดให้มีโปรแกรมการเสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยว
ส่งเสริมข้อมูลทางการตลาด	- มีการจัดตั้งกลไกในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อแก้วิกฤติโควิด-19 จัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เช่น แพลทฟอร์มดิจิทัล และอื่น ๆ เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นต้น - บริหารจัดการข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เพื่อจะได้เข้าใจถึงความต้องการด้านการท่องเที่ยว - มีการสำรวจ ศึกษา และการคาดการณ์ - จัดทำคู่มือคำแนะนำเกี่ยวกับสถานการณ์ใหม่ที่อาจเกิดขึ้นสำหรับธุรกิจและการดำเนินการอย่าง - มืออาชีพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว - การวัดผลกระทบทั้งในระยะสั้น ปานกลาง และระยะยาว - จัดแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์จริงที่เกิดขึ้น
สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน (PPP)	- จัดตั้งกองทุนสำหรับการฟื้นตัวเพื่อลดผลกระทบในสาขาการท่องเที่ยว - จัดตั้งกองทุนร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน - จัดตั้งกลไกการทำงานร่วมกันในรูปของคณะกรรมการหรือรูปแบบอื่น ๆ สำหรับให้คำปรึกษากับ - ภาคเอกชน - จัดทำกลยุทธ์การบริหารจัดการวิกฤติ - จัดให้มีแพลทฟอร์มสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในภาคเอกชน - สนับสนุนโปรแกรมการลงทุนให้กับภาคธุรกิจ - สนับสนุนธุรกิจด้วยการอำนวยความสะดวกทางด้านดิจิทัล
สนับสนุนการเริ่มต้นใหม่ทางด้านการท่องเที่ยว	- จัดให้มีบัตรกำนัล (Vouchers) จ่ายเงินคืนสำหรับค่าใช้จ่ายในการถูกยกเลิกโปรแกรม การเดินทางท่องเที่ยวเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19

	- การปรับปรุงข้อกฎหมายเกี่ยวกับสัญญาต่างๆ เพื่อปกป้องคุ้มครองทั้งลูกค้าและธุรกิจนำเที่ยว - จัดทำคู่มือและข้อแนะนำเกี่ยวกับสัญญาที่ไม่สามารถดำเนินการได้จากสถานการณ์โควิด-19 - จัดให้มีมาตรการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย การรับรองและเครื่องหมายรับรองสำหรับธุรกิจด้านการท่องเที่ยว - สร้างเส้นทางการบินที่ปลอดภัยระหว่างประเทศเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ	- จัดให้มีบัตรกำนัล (Vouchers) วันหยุดสำหรับการเดินทางในประเทศ - ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศและแคมเปญด้านการตลาด - ยกเว้นค่าธรรมเนียมสำหรับค่าบริการของสายการบินในประเทศและค่าใช้จ่ายด้านการรักษา - ความปลอดภัยด้านการบินในประเทศและในภูมิภาค - ลงทุนร่วมกับโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวขนาดเล็กและโครงการที่ดำเนินการกับตลาดในประเทศ - สนับสนุนความคิดริเริ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - คาดการณ์ความต้องการการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ที่มา: (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

2.5.4 การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กับการท่องเที่ยวในประเทศไทย (COVID-19 pandemic and tourism in Thailand)

2.5.4.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย (Tourism situation of foreign tourists in Thailand)

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) รายงานว่า การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 10 อันดับแรกของไทยมีจำนวนลดลงในอัตราสูงสุดทุกประเทศ ซึ่งแน่นอนว่าเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ลดลงอัตราร้อยละ 60.01 เทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2562 จากจำนวน 3.12 ล้านคน เหลือเพียง 1.25 ล้านคน สำหรับประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยลดลงในอัตราสูงรองลงมา (ลดลงร้อยละ 51.63) ได้แก่

นักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้จากจำนวน 0.54 ล้านคน ในไตรมาส1/2562 ลดลงเหลือ 0.26 ล้านคน ในไตรมาส1/2563P เช่นเดียวกับ นักท่องเที่ยวจากอินเดียที่ในไตรมาสสุดท้ายของปีเพิ่มขึ้นสูงมากถึงร้อยละ 22.80 แต่ในไตรมาส1/2563P กลับลดลงในอัตราสูงถึงร้อยละ 41.87 รวมถึงประเทศอื่น ๆ เช่น ญี่ปุ่น มาเลเซีย เยอรมัน และสหราชอาณาจักรที่จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในอัตราค่อนข้างสูงเช่นกัน (ร้อยละ 32.57 ร้อยละ 32.36 ร้อยละ 24.16 และ ร้อยละ 21.49 ตามลำดับ) ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านอย่างสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ลดลงร้อยละ 10.40 และนักท่องเที่ยวจากรัสเซียลดลงในอัตราต่ำสุดคือ ร้อยละ 4.64 จากจำนวน 0.62 ล้านคน ในไตรมาส1/2562 มาเป็น 0.59 ล้านคนในไตรมาส 1/2563P ส่วนใหญ่จะขึ้นกับสถานการณ์ผู้ติดเชื้อโควิด-19 ในแต่ละประเทศ และมาตรการที่ใช้เป็นข้อจำกัดในการเดินทางซึ่งแตกต่างกันทั้งความเข้มข้นและระยะเวลาของการใช้มาตรการ

2.5.4.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศไทย (Situation of tourism in Thailand)

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) เผยว่า ในช่วงไตรมาส 1/2563P มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 24,422,647 คน/ครั้ง โดยภูมิภาคที่มีชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก ประกอบด้วย กรุงเทพฯ 6,648,952 คน/ครั้ง ภาคเหนือ 3,865,017 คน/ครั้ง และภาคตะวันตก 3,348,358 คน/ครั้ง ตามลำดับ นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาพบว่าชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศลดลง 10,855,731 คน/ครั้ง หรือหดตัวร้อยละ 30.77 โดยภูมิภาคที่ชาวไทยเดินทางไปลดลงมากที่สุด 3 อันดับแรก ประกอบด้วย ภาคกลาง (ลบร้อยละ 41.69) กรุงเทพฯ (ลบร้อยละ 32.69) และภาคตะวันออก (ลบร้อยละ 31.52) ตามลำดับ สำหรับมูลค่าการใช้จ่ายของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในไตรมาส 1/2563P มีจำนวนทั้งสิ้น 189,163.46 ล้านบาท โดยภูมิภาคที่ชาวไทยใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด 3 อันดับแรก ประกอบด้วย กรุงเทพฯ 56,351.22 ล้านบาท ภาคใต้ 41,689.85 ล้านบาท และภาคเหนือ 30,783.05 ล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา พบว่า ชาวไทยมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวภายในประเทศลดลงเป็นจำนวน 87,118.80 ล้านบาท หรือหดตัวร้อยละ 31.53 โดยภูมิภาคที่ชาวไทยมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวลดลงมากที่สุด 3 อันดับแรก ประกอบด้วย ภาคกลาง (ลบร้อยละ 39.06) ภาคตะวันออก (ร้อยละ -35.19) และภาคใต้ (ลบร้อยละ 33.99)

การลดลงของจำนวนชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศและมูลค่าการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยว เป็นผลจากหลายปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจในประเทศที่เกิดการชะลอตัวต่อเนื่องจากไตรมาส 4/2562 ส่งผลต่อกำลังซื้อของประชาชน และที่สำคัญ คือ การระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่หรือ โควิด-19 (COVID-19) ที่เริ่มมีการระบาดจากประเทศจีนในช่วงปลายปี 2562 และขยายตัวอย่างรวดเร็วสู่ประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกรวมถึงประเทศไทย ในช่วงไตรมาส 1/2563P ทำให้มีผู้ติดเชื้อทั่วโลกเพิ่มขึ้นจากจำนวน 9,847 คน ในปลายเดือนมกราคม 2563 เป็น 754,939 คน ในช่วงปลายเดือนมีนาคม 2563 ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยว และเป็นเหตุให้รัฐบาลประกาศพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2563 เพื่อควบคุมการระบาดของโควิด-19 โดยมาตรการหนึ่งที่สำคัญ คือ การปิดสถานที่ต่างๆ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว การห้ามการเดินทางระหว่างจังหวัดที่ไม่จำเป็นและการขอความร่วมมือสถานประกอบการให้พนักงานทำงานในที่พักอาศัย (Work from home)

สถานการณ์การระบาดและมาตรการต่างๆดังกล่าวไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการเดินทางของนักท่องเที่ยวแต่ส่งผลกระทบให้เศรษฐกิจของประเทศให้ชะลอตัวอย่างรุนแรง โดยสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้มีการประกาศผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ไตรมาส 1/2563 ปรับตัวลดลง ลบร้อยละ 1.8 โดยเป็นการหดตัวครั้งแรกในรอบ 8 ปี นับจากอุทกภัยในปีพ.ศ. 2554

2.5.4.3 มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration - SHA)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) ได้จัดทำโครงการความร่วมมือระหว่างกระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมโรค เพื่อผลักดันให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวปรับปรุงสินค้าและบริการให้เป็นไปตามมาตรการควบคุมโรค เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีมีความสุข และมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยด้านสุขอนามัย อีกทั้ง World Travel & Tourism Council ได้ให้การรับรองสถาประกอบการที่ได้รับมาตรฐาน Amazing Thailand Safty & health Administration (SHA) ให้ได้

มาตรฐานตามข้อกำหนดของ Safe Travels ดังนนั้นผู้ประกอบการที่ได้รับมาตรฐาน SHA สามารถใช้ตรา Safe Travels ควบคู่กับมาตรฐาน SHA ในการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้เช่นกัน

2.5.4.3.1 มาตรฐาน SHA แบ่งเป็น 10 ประเภทกิจการ/กิจกรรม ได้แก่

5.4.3.1.1 ประเภทร้านอาหาร

5.4.3.1.2 ประเภทโรงแรม/ที่พัก/สถานที่จัดประชุม

5.4.3.1.3 ประเภทนันทนาการ/สถานที่ท่องเที่ยว .

5.4.3.1.4 ประเภทยานพาหนะ

5.4.3.1.5 ประเภทบริษัทนำเที่ยว

5.4.3.1.6 ประเภทสุขภาพและความงาม

5.4.3.1.7 ประเภทห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า

5.4.3.1.8 ประเภทกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว

5.4.3.1.9 ประเภทการจัดประชุม/กิจกรรม/โรงมหรสพ

5.4.3.1.10 ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและอื่นๆ

ทั้งนี้สภา สมาพันธ์ และสมาคมต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะเป็นผู้ตรวจประเมินตาม Checklist และรับรองผลการปรับปรุงตามมาตรฐาน SHA การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ทำหน้าที่ควบคุมการออกตราสัญลักษณ์ SHA โดยมีการระบุหมายเลขให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อบันทึกเป็นฐานข้อมูล ตราสัญลักษณ์ SHA เป็นมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย เพื่อนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยว ดังนั้นรายชื่อผู้ประกอบการที่ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA จะได้รับการเผยแพร่ผ่านเวปไซต์ www.tourismthailand.org/thailandsha และช่องทางต่างๆ ต่อไป

2.5.4.3.2 มาตรการสุ่มตรวจประเมิน (Post Audit) แบ่งออกเป็น 2 แนวทาง

2.5.4.3.2.1 คณะกรรมการสุ่มตรวจประเมิน ลงพื้นที่เพื่อตรวจสอบประเมินสถานประกอบการ

2.5.4.3.2.2 นักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการตอบแบบสอบถามความพึง

พอใจ Voice of Customer (VOC) เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำไปพัฒนาและปรับปรุงต่อไป ทั้งนี้คณะกรรมการฯ สามารถเพิกถอนตราสัญลักษณ์ SHA ได้ในกรณีที่ผู้ประกอบการไม่สามารถรักษามาตรฐานได้อย่างสม่ำเสมอ

2.5.4.3.3 มาตรฐานเบื้องต้นของทุกสถานประกอบการ

2.5.4.3.3.1 สุขลักษณะอาคารและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีอยู่ในอาคาร ทำความสะอาดอาคารบริเวณโดยรอบและบริเวณที่มีการปนเปื้อนหรือบริเวณที่มีการสัมผัสบ่อย ๆ ด้วยน้ำยาทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ เช่น พื้น ผนัง ประตูกลอนหรือลูกบิดประตู ราวจับหรือราวบันไดจุดประชาสัมพันธ์ จุดชำระเงิน สวิตช์ไฟปุ่มกดลิฟต์รีโมททำความสะอาดห้องส้วมและสุขภัณฑ์ทั้งหมดให้สะอาด เช่น โถส้วม ฝารองนั่ง ที่กดชักโครกหรือโถปัสสาวะ สายฉีดน้ำชำระ กลอนหรือลูกปิดประตูก๊อกน้ำและอ่างล้างมือ ด้วยน้ำยาทำความสะอาดสม่ำเสมอ มีส้วมพร้อมใช้งานตลอดเวลาเพียงพอและปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการทุกเพศทุกวัย รวมถึงผู้พิการหรือผู้มีปัญหาด้านสุขภาพ มีระบบการระบายอากาศและถ่ายเทอากาศภายในอาคารที่เหมาะสม โดยทำความสะอาดระบบการระบายอากาศและถ่ายเทอากาศอย่างสม่ำเสมอ

2.5.4.3.3.2 การจัดอุปกรณ์ทำความสะอาดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรค เตรียมเจลล้างมือที่มีแอลกอฮอล์อย่างน้อย 70% ขึ้นไป ไว้ในบริเวณพื้นที่ส่วนกลาง เช่น จุดประชาสัมพันธ์ประตูทางเข้า-ออก หรือหน้าลิฟต์ เป็นต้น บริเวณอ่างล้างมือและห้องส้วมต้องสะอาดและจัดให้มีสบู่ล้างมืออย่างเพียงพอ จัดเตรียมอุปกรณ์น้ำยาทำความสะอาดอาคาร อุปกรณ์ สิ่งของเครื่องใช้เช่น น้ำยาทำความสะอาดพื้น น้ำยาล้างห้องน้ำ และเหล็กคีบด้ามยาวสำหรับเก็บขยะมูลฝอย เป็นต้น

2.5.4.3.3.3 การป้องกันสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานผู้ปฏิบัติงานที่มีความเสี่ยงต่อการรับสัมผัส เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานประชาสัมพันธ์พนักงานยกกระเป๋าลูกค้าสัมพันธ์ รวมถึงพนักงานทำความสะอาด เป็นต้น ต้องมีการป้องกันตนเองโดยใส่หน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยทำความสะอาดมืออย่างสม่ำเสมอ หลีกเลี่ยงการใช้มือสัมผัสใบหน้า ตา ปาก จมูก โดยไม่จำเป็น และพนักงานทำความสะอาดต้องสวมถุงมือขณะปฏิบัติงานหากผู้ปฏิบัติงานมีอาการเจ็บป่วย เช่น มีไข้ไอ จาม เจ็บคอ มีน้ำมูก เหนื่อยหอบ ให้หยุดปฏิบัติงานและเข้ารับการรักษาตัวในสถานบริการสาธารณสุข ต้องล้างมือด้วยสบู่และน้ำ หรือใช้เจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมืออย่างสม่ำเสมอ ก่อนการปฏิบัติงาน หลังสัมผัสสิ่งสกปรก หลังจากถอดอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล และหลังจากปฏิบัติงานเสร็จ ควรจัดให้มีป้ายเตือนการล้างมือภายในห้องน้ำ พนักงานเก็บรวบรวมขยะมูล

ฝอยต้องมีการป้องกันตนเอง โดยสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย สวมถุงมือยาง ผ้ายางกันเปื้อน และใช้เหล็กคีบด้ามยาวเก็บขยะใส่ถุงมัดปากถุงให้มิดชิดรวบรวมไว้ที่พักขยะ และล้างมือให้สะอาดด้วยสบู่และน้ำหลังปฏิบัติงานทุกครั้ง มีการให้ความรู้คำแนะนำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์จัดหาสื่อประชาสัมพันธ์ หรือช่องทางให้ความรู้ในการป้องกันและการลดความเสี่ยงการแพร่กระจายเชื้อไวรัส COVID-19 ให้กับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานและผู้รับบริการ เช่น วิธีการสังเกตผู้สงสัยติดเชื้อไวรัส COVID-19 คำแนะนำการปฏิบัติตัวที่ถูกวิธี

2.5.5 การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กับการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยว เช่น นายวิชิต ยะลา รองนายกสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่และผู้ประกอบการธุรกิจทัวร์ในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ให้สัมภาษณ์ในสนุกดอทคอม (2563) ว่า *“พื้นที่เกาะลันตา ไม่ใช่เป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยวจีน แต่ถือเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวยุโรป วันนี้สถานการณ์ของโควิด-19 มันไม่ได้กระทบเฉพาะนักท่องเที่ยวจีน แต่นักท่องเที่ยวยุโรปต่างยกเลิกทัวร์มาไทย และเปลี่ยนจุดมุ่งหมายไปยังประเทศอื่นแทน เพราะไทยเองมีผู้ป่วยจากเชื้อไวรัสดังกล่าว มันเป็นเรื่อง Sensitive ซึ่งนักท่องเที่ยวยุโรปให้ความสำคัญ”*รองนายกสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ยังกล่าวอีกว่า *“ผมทำงานภาคบริการมากกว่า 20 ปี ผ่านมาทุกวิกฤติ ตั้งแต่ การต่อสู้ทางเมืองแบ่งขั้วเหลือง-แดง ล่าสุดกับการแข็งค่าของเงินบาท จนกระทั่งวันนี้กับโควิด-19 มันรุนแรงที่สุดแล้ว เพราะการแพร่ระบาดในช่วงไฮซีซั่นของอันดามัน คือเดือน ก.พ. ซึ่งเดือนเดียวผู้ประกอบการสามารถสร้างรายได้ เพื่อจ่ายให้กับพนักงานได้ทั้งปี การท่องเที่ยฝั่งอันดามันใช้ช่วงเวลาตั้งแต่เดือน ธ.ค.-มี.ค. สร้างรายได้ เรียกว่า ทำ 4 เดือน เลี้ยง 8 เดือน ย้อนไปช่วงเกิด “สึนามิ” ซึ่งวันเดียวทิ้งความเสียหายให้กับผู้ประกอบทั้งหมด แต่ส่งผลต่อเนื่องไม่นาน เมื่อนักท่องเที่ยวมั่นใจแล้วก็กลับมา แต่กับ โควิด-19 มันไม่ใช่ เรามองว่ามันจะกระทบในช่วงระยะเวลานานอาจนานถึง 9 เดือน หรือ 1 ปีเลยทีเดียว”* นอกจากนี้ นางสาวชรินทิพย์ ตียาภรณ์ ทายาทรุ่นที่สองและผู้จัดการฝ่ายการเงินของ “พิมาลัย รีสอร์ทแอนด์สปา” อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ยังให้สัมภาษณ์ใน BangkokPost (2020) ว่า *“เกาะลันตาไม่เคยเงียบเท่านี้มาก่อน ตอนนี้เป็นเกาะร้างเหมือนตอนที่นักท่องเที่ยวค้นพบครั้งแรกเมื่อ 30 ปีที่แล้ว เหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นทั้งหมดไม่สามารถเทียบได้กับการระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งเป็นผลกระทบร้ายแรงที่สุดที่มองไม่เห็น และดูเหมือนว่าเราต้องสร้างพิมาลัยใหม่ตั้งแต่ต้น”*

สำหรับคนในพื้นที่ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ต่างได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เช่นกัน กล่าวคือ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นั้น ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในพื้นที่ ดังเช่น นายสีหาด กระมล ชาวบ้านในตำบลเกาะลันตาน้อย อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ได้ให้สัมภาษณ์ในบ้านเมือง (2563) ว่า *“ตนมีอาชีพทำประมง ลงทะเบียนแล้วไม่ได้รับสิทธิรับเงินเยียวยา 5 พันบาท จึงต้องออกมาหาเห็ดเหม็ดไปเป็นกับข้าวเลี้ยงครอบครัว ที่เหลือก็เอาไปขายกิโลกรัมละ 80-100 บาท พอได้เงินมาจุนเจือครอบครัว ซึ่งตอนนี้มีชาวบ้านมาเก็บกันมากขึ้น เพราะส่วนใหญ่ไม่มีงานทำ ในช่วงโควิด-19 ระบาด ต้องปิดเกาะห้ามเข้าออกพื้นที่ แต่ขายไม่ค่อยดี เพราะคนส่วนใหญ่ต้องหยุดงาน ไม่สามารถออกไปทำงานนอกตำบลได้ จึงไม่ค่อยมีเงินซื้อ”*

นอกจากนี้ นายสาธิต ปิตุเตชะ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุข กล่าวใน จส.100 (2564) ว่า *“เกาะลันตามีผู้ติดเชื้อ 759 คน รักษาหายแล้ว 603 คน เหลือรักษา 155 คน และเสียชีวิต 1 ราย และสามารถฉีดวัคซีนได้ร้อยละ 65.93 คาดว่าจะฉีดครบร้อยละ 70 ได้ในเดือนพฤศจิกายน 2564 แต่ภาพรวมทุกกลุ่มอายุฉีดวัคซีนได้มากกว่าร้อยละ 70 กลุ่มแรงงานต่างด้าวในเกาะลันตา ได้รับการฉีดวัคซีนครบทั้งหมด ดังนั้น ช่วงเปิดรับนักท่องเที่ยวไม่อยากให้มีการรับแรงงานต่างด้าวเข้ามาเพิ่มเติม แต่หากจำเป็นขอให้รับแบบถูกกฎหมาย กระทรวงสาธารณสุขพร้อมฉีดวัคซีนเพื่อความปลอดภัย สำหรับอสม.เกาะลันตามีประมาณ 500 กว่าคน ได้รับวัคซีนโควิด-19 ครบทุกคนแล้ว มีความปลอดภัยในการดูแลสุขภาพประชาชนในพื้นที่”*

2.5.6 ภาพรวมของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กับการท่องเที่ยว

จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กับการท่องเที่ยวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กับการท่องเที่ยว หมายถึง เชื้อไวรัสอุบัติใหม่ที่ชื่อว่า โคโรนาไวรัส 2019 หรือ โควิด-19 (COVID-19) ซึ่งสามารถแพร่ระบาดจากคนสู่คนและได้แพร่กระจายไปยังหลายประเทศทั่วโลก การเดินทางของมนุษย์เป็นสาเหตุหลักในการแพร่กระจายเชื้อโรค นโยบายปิดพรมแดนประเทศเป็นนโยบายสำคัญในการยับหยั่งการแพร่ระบาดของเชื้อโรคนี้ ส่งผลให้การท่องเที่ยวหยุดชะงักอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากมนุษย์ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศอื่นๆได้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ได้ถูกขับเคลื่อนโดยการเดินทางของมนุษย์เป็นปีที่ 2 นับตั้งแต่เริ่มมีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ถือว่าเป็นวิกฤติครั้งรุนแรงที่สุดที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะเป็นวิกฤติที่เกิดขึ้นคู่ขนานในเวลาเดียวกันระหว่างวิกฤติด้านสุขภาพและวิกฤติด้านเศรษฐกิจ

2.6 เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (Lanta Island, Krabi Province)

2.6.1 ข้อมูลพื้นฐาน (Basic information)

2.6.1.1 ประวัติความเป็นมา (Background)

คำว่า “ลันตา” ได้มีผู้รู้และให้ความหมายที่มาของชื่อนี้ไว้หลายท่าน ความหมายแรก “ลันตา” มาจากคำว่า “ลันตาส ลันตัส” เป็นภาษาชวา มลายู แปลว่าโรงร้าน โรงเรือน ซึ่งก็คือที่ตากปลาของชาวบ้าน, ความหมายที่สอง “ลันตา” มาจาก “ลานตา” แปลว่าหาดทรายที่เต็มไปด้วยเปลือกหอยลานตาไปทั่วหาดของเกาะ, ความหมายที่สาม กล่าวว่า “ลันตา” มาจากคำว่า “ลุนตั๊ดซู” จากภาษาจีน ซึ่ง “ลุน หรือ หลุน” แปลว่า ภูเขา “ตั๊ด”แปลว่า ทางไกล และ “ซู” แปลว่า เกาะ ความหมายรวมคือ เกาะที่มีแนวภูเขาเป็นแนวยาวไกล และชาวเลเรียกว่า “ปูเลาซาตั๊ก” ซึ่งมีความหมายอันเดียวกัน และความหมายสุดท้าย “ลันตา” เพี้ยนมาจากคำว่า “ลอนตา” ในภาษามลายู ซึ่งแปลได้ว่า คนจนหรือคนที่ต่อสู้อย่างปากกัดตีนถีบ ซึ่งหมายถึงคนพื้นเมืองที่เร่ร่อนอยู่แถบนี้มานาน คนเร่ร่อนกลุ่มนี้ ถูกเรียกว่า “โอลังลอนตา” และหมู่เกาะที่มีคนเร่ร่อนกลุ่มนี้อยู่ จะถูกเรียกว่า “ปูเลาลันตา” ซึ่งอาศัยอยู่ใน 3 พื้นที่คือ หมู่เกาะสุรินทร์ พังงา และหมู่เกาะลันตา

ในสมัยอดีตกาลในยุคการค้าสำเภารุ่งเรืองทั้งจากจีน, อาหรับ-มลายู มีการใช้เส้นทางเรือล่องลงทะเลตอนใต้ของประเทศพม่า เลียบชายฝั่งลงมาทางใต้ และเข้าสู่บริเวณชายฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย และได้ถือเอาเกาะลันตาเป็นเป้าหมายในการเดินเรือเพื่อแวะพักผ่อน เพราะสภาพที่มีแนวทิวเขาและหาดทรายยาวเป็นที่สังเกตได้ง่าย จนล่วงมาสมัยหลังที่ยังมีการค้าสำเภาอยู่ เกาะลันตาจึงกลายเป็นที่พักหลบลมมรสุม และเริ่มมีผู้คนเข้ามาพักและตั้งหลักแหล่งกลายเป็นชุมชนในเวลาต่อมา และในก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ชุมชนศาลาด่านได้กลายเป็นด่านภาษีของเรือเดินทางมาค้าขาย ที่เดินทางมาจากภูเก็ต ระนอง ซึ่งจะเดินทางผ่านไปยังปีนังและสิงคโปร์

ปี 2544 ทางการได้ยกฐานะพื้นที่เกาะลันตาเป็นอำเภอเกาะลันตา และได้ตั้งที่ทำการชั่วคราวบริเวณชุมชนเมืองเก่า หรือ อำเภอเก่าในปัจจุบัน เดิมที่ทำการอำเภอเป็นเพียงอาคารไม้ 2 ชั้น และในปัจจุบันอาคารเดิมยังคงมีหลงเหลืออยู่ และชาวเลเร่ร่อนที่อาศัยในบริเวณนั้นถูกเรียกว่า “ปาไตรายา” ซึ่งแปลได้ว่า เป็นหาดเจ้าหรือหาดหลวง และปัจจุบัน บริเวณนั้นคือ ตลาดศรีรายา ปัจจุบันที่ว่าการอำเภอเกาะลันตาได้ย้ายไปตั้งอยู่ที่เกาะลันตาน้อย ในบริเวณบ้านหลังสอด บนพื้นที่ 400 ไร่ และได้ทำพิธีเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม 2542 เป็นต้นมา (ลันตาอินโฟดอทคอม, 2564)

2.6.1.2 ลักษณะทางกายภาพ (Physical appearance)

2.6.1.2.1 ที่ตั้งและอาณาเขต (Location and Territory) เกาะลันตาเป็นอำเภอที่ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของจังหวัดกระบี่ มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียงดังต่อไปนี้

2.6.1.2.1.1 ทิศเหนือ ติดต่อกับ อำเภอเหนือคลอง และ อำเภอคลองท่อม

2.6.1.2.1.2 ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ทะเลอันดามัน

2.6.1.2.1.3 ทิศใต้ ติดต่อกับ ทะเลอันดามัน

2.6.1.2.1.4 ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ทะเลอันดามัน

2.6.1.2.2 ลักษณะภูมิประเทศ (Topography) หมู่เกาะลันตา ครอบคลุมพื้นที่กว่า 180 ตารางกิโลเมตร และมีเกาะบริวารใหญ่น้อยรายรอบอยู่จำนวน 52 เกาะ และมีการตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติทางท้องทะเลเกาะลันตา ลำดับที่ 62 ในปี พ.ศ. 2533 เพื่อเป็นการอนุรักษ์สิ่งมีชีวิตและสภาพสมบูรณ์ต่างๆทั้งบนบกและใต้น้ำ

หมู่เกาะลันตา สามารถแบ่งย่อยเป็น 4 หมู่เกาะ ได้แก่ หมู่เกาะไหง หมู่เกาะรอก หมู่เกาะห้า และ หมู่เกาะลันตา นอกจากปกคลุมไปด้วยพื้นที่ป่าดิบชื้นแล้ว ยังประกอบด้วยภูเขาหินปูน และเมื่อถึงวาระน้ำหลากจากภูเขา ในช่วงหน้าฝน จะมีการชะล้างสิ่งต่างๆจากภูเขาลงสู่ลำคลองธรรมชาติและไหลลงสู่ทะเล และนำมาสู่ซึ่งความสดชื่นเขียวชอุ่มของพันธุ์ไม้เล็กใหญ่ต่างๆได้ฟื้นตื่น แตกหน่อสืบพันธุ์ต่อไป รวมไปถึงพื้นที่ป่าชายเลน เมื่อถึงเวลาน้ำหลากเต็มพื้นที่ป่า จะมีบรรดาสัตว์น้ำเล็กๆเวียนว่ายมาหาอาหาร และวางไข่ตามพื้นที่ป่าชายเลน เพื่อให้ธรรมชาติได้ฟูมฟักก่อนจะเติบใหญ่ออกสู่โลกท้องทะเลกว้างในภายภาคหน้า ในพื้นที่หมู่เกาะลันตา เป็นพื้นที่ครอบคลุมพื้นน้ำทะเลกว่า 80% ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของอุทยานแห่งชาติท้องทะเลหมู่เกาะลันตา อันรวมไปถึงสิ่งมีชีวิตทั้งบนน้ำและใต้น้ำ และการจัดระเบียบให้กับเหล่าผู้ประกอบการท่องเที่ยวดำน้ำให้อยู่ในข้อตกลงร่วมกันเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติใต้น้ำให้คงอยู่เกาะลันตาใหญ่ มีลักษณะยาวประมาณเกือบ 40 กิโลเมตร และกว้างประมาณ 6 กิโลเมตร มีแนวภูเขาขนาบระนาบกับชายหาดตั้งแต่เหนือจรดใต้ประมาณ 30 กิโลเมตร ปกคลุมด้วยผืนป่าอันสมบูรณ์ ซึ่งเหมาะกับการเดินท่องป่า ชมพันธุ์ไม้และนกป่านานาพันธุ์ (ลันตาอินโฟดอทคอม, 2564)

2.6.1.2.3 ลักษณะภูมิอากาศ (Climatic characteristic) เกาะลันตามีสภาพภูมิอากาศอยู่ในแถบป่าฝนเมืองร้อน จะมีช่วงลมมรสุมพัดผ่าน ปีละ 2 ครั้ง โดยจะเป็นลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกาะลันตา มีเพียง 2 ฤดูกาล คือ ฤดูฝน และฤดูร้อน

ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจะอยู่ในช่วงเดือน ตุลาคม จนถึง เดือนพฤษภาคม และช่วงเวลาที่มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมามากที่สุด คือช่วงเดือนพฤศจิกายน จนถึงเดือน มีนาคม ของทุกปี อุณหภูมิของอากาศของเกาะลันตาโดยทั่วไป จะอยู่ประมาณ 32-34 องศาเซลเซียสในเวลากลางวันและ 20-25 องศาเซลเซียสในเวลากลางคืน เฉลี่ยแล้วก็จะอยู่ที่ประมาณ 28-30 องศาเซลเซียส โดยตลอดทั้งปี เมื่อลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดผ่านเกาะลันตา จึงทำให้มีอากาศปกคลุมไปด้วยสายฝนและเมฆหมอก นำพาให้สิ่งมีชีวิตในผืนป่าร้อนชื้นของเกาะลันตา

เกาะลันตา ยังอุดมไปด้วยป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งนับได้ว่าเป็นป่าชายเลนแห่งนี้ คือ ปราการด่านสำคัญเพื่อการป้องกันการพังทลายของผืนดินตามชายเลน และแหล่งป่าชายเลนยังเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำเล็กน้อย หรือจะเรียกได้ว่า เป็นสถานที่อนุบาลสัตว์น้ำก่อนจะออกไปผจญโลกท้องทะเลอันกว้างใหญ่ (ลันตาอินโฟดอทคอม, 2564)

2.6.1.3 ข้อมูลการปกครอง/ประชาชน (Government/Public Information)

2.6.1.3.1 ข้อมูลการปกครอง

การปกครองส่วนภูมิภาค อำเภอเกาะลันตา มีพื้นที่ 339.843 ตารางกิโลเมตร แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 5 ตำบล 36 หมู่บ้าน ได้แก่

2.6.1.3.1.1 ตำบลเกาะลันตาใหญ่ (Ko Lanta Yai) 8 หมู่บ้าน

2.6.1.3.1.2 ตำบลเกาะลันตาน้อย (Ko Lanta Noi) 6 หมู่บ้าน

2.6.1.3.1.3 ตำบลเกาะกลาง (Ko Klang) 10 หมู่บ้าน

2.6.1.3.1.4 ตำบลคลองยาง (Khlong Yang) 7 หมู่บ้าน

2.6.1.3.1.5 ตำบลศาลาด่าน (Sala Dan) 5 หมู่บ้าน

2.6.1.3.2 ข้อมูลประชากรครัวเรือน อำเภอเกาะลันตา มีจำนวนประชากรทั้งหมด 34,606 คน แบ่งเป็น เพศชาย 17,501 คน และ เพศหญิง 17,105 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2563)

2.6.1.4 โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures)

2.6.1.4.1 คมนาคม

การคมนาคมแบ่งเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้ 1) การเดินทางโดยใช้แพขนานยนต์ควบคู่กับยานพาหนะ แพขนานยนต์ที่ใช้โดยสารมี 2 ช่วง คือ ช่วงระหว่างบ้านหัวหิน ตำบลเกาะกลาง ซึ่งติดกับแผ่นดินใหญ่กับบ้านคลองหมาก ตำบลเกาะลันตาน้อย และบ้านหลังสอด ตำบลเกาะลันตา

น้อย กับบ้านศาลาด่าน ตำบลศาลาด่าน ซึ่งอยู่บนเกาะใหญ่สุดในทะเลอันดามัน เรียกว่าเกาะลันตาใหญ่ แพขนานยนต์แต่ละช่วงเริ่มให้บริการตั้งแต่เวลา 06.30 – 22.00 น. ของแต่ละวัน ใช้ได้ตลอดทั้งปี 2) การเดินทางโดยใช้รถโดยสารประจำทางสองแถว รถตู้สหกรณ์เดินรถ รถตู้รับส่งนักท่องเที่ยว และรถยนต์ส่วนบุคคล ใช้กับการเดินทางครั้งภายในเกาะและข้ามเกาะโดยผ่านแพขนานยนต์ 3) การเดินทางโดยเรือรับส่งนักท่องเที่ยว ใช้ได้ในช่วงที่ไม่มีลมมรสุมเท่านั้นเดือนพฤศจิกายน – เดือนมีนาคม ของแต่ละปี (พิฑูรย์ ทองฉิม, 2558)

2.6.1.4.2 สาธารณูปโภค

ปัจจุบันอำเภอเกาะลันตามีไฟฟ้าส่วนภูมิภาคขยายเขตเกือบครอบคลุมพื้นที่มีโทรศัพท์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยให้บริการในเขตธุรกิจและเขตชุมชนใหญ่ๆ นอกจากนี้ยังมีบริษัทโทรศัพท์ของเอกชน เช่น บริษัทดีเทค บริษัทจีเอสเอ็ม และบริษัททรู มาติดตั้งเสาสั่งสัญญาณเปิดบริการเกือบครอบคลุมทุกพื้นที่ (พิฑูรย์ ทองฉิม, 2558)

2.6.1.5 ลักษณะทางสังคม (Social characters)

2.6.1.5.1 วิถีชีวิตผู้คนเกาะลันตา

เกาะลันตา มีการผสมผสานกันหลายเชื้อชาติ โดยมี ชาวเล หรือ ชาวไทยใหม่ กลุ่มชาติแรกที่เข้ามาอาศัยในเกาะลันตา กลุ่มชาวไทยมุสลิม และกลุ่มชาวไทย-จีน การอาศัยอยู่ร่วมกันในลักษณะนี้ มีความเป็นมานับร้อยปีแล้ว โดยที่ยังคงความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และสามัคคีกัน นับเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ

กลุ่มชาวเล หรือชาวไทยใหม่ เป็นกลุ่มคนชาติแรกที่มาอาศัยในเกาะลันตา เป็นกลุ่มที่นับถือและเชื่อในภูติผีปีศาจ และผีบรรพบุรุษ มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ในเรื่องการดำเนินชีวิต และวิถีชีวิตที่เรียบง่ายและพึ่งพากับธรรมชาติ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำการประมง

ชาวไทยจีนและไทยมุสลิม มีการเข้ามาอาศัยในช่วงที่เกาะลันตาเป็นสถานที่พักหลบลมมรสุม ในยุคการค้าสำเภา หลังจากนั้น จึงมีการเข้ามาตั้งหลักแหล่ง ค้าขายและทำมาหากิน จวบจนปัจจุบัน การอาศัยอยู่ร่วมกันของกลุ่มคน 3 กลุ่ม ตั้งแต่อดีตกาลได้ก่อให้เกิดความกลมกลืนและความรักใคร่ พึ่งพาซึ่งกันและกัน ถึงแม้ว่า ในขณะนี้ เกาะลันตา ได้แปรเปลี่ยนเป็นเกาะแห่งการท่องเที่ยวไปแล้วก็ตาม แต่ความร่วมมือร่วมใจและความสามัคคีกันยังมีอยู่อย่างแน่นแฟ้น (ลันตาอินโฟดอทคอม, 2564)

2.6.1.5.2 ศาสนา

นฤมล ขุนวีช่วย and มานะ ขุนวีช่วย (2553) กล่าวว่า ประชากรส่วนใหญ่

ในอำเภอเกาะลันตานับถือศาสนาอิสลามร้อยละ 75, นับถือบรรพบุรุษร้อยละ 10, ศาสนาพุทธร้อยละ 10, ศาสนาคริสต์และอื่น ๆ ร้อยละ 5

2.6.1.5.3 อาชีพของประชากร

2.6.1.5.3.1 อาชีพธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ

2.6.1.5.3.2 อาชีพทำการประมง

2.6.1.5.3.3 อาชีพรับจ้างทั่วไป

2.6.1.5.3.4 อาชีพค้าขาย

2.6.1.5.3.5 อาชีพเกษตรกรรม

2.6.2 เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ กับการท่องเที่ยว (Koh Lanta Island, Krabi Province and Tourism)

2.6.2.1 สถานที่ท่องเที่ยว

ข้อมูลจากศาลากลางจังหวัดกระบี่ (2564) ระบุว่า สถานที่ท่องเที่ยวของเกาะลันตา ประกอบด้วย อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะลันตา มีเนื้อที่ประมาณ 151.9 ตรกม. ครอบคลุมอยู่ในท้องที่อำเภอเกาะลันตา ประกอบด้วย เกาะต่างๆ ได้แก่ เกาะลันตาใหญ่ ซึ่งเป็นที่ตั้งของที่ทำการอุทยานเกาะลันตาน้อย เกาะตะเล็งเบ็ง และเกาะเล็กเกาะน้อย ในบริเวณใกล้เคียงรวมไปถึง หมู่เกาะห้า หมู่เกาะรอก และเกาะไหง

ข้อมูลจากลันตาอินโฟดอทคอม (2564)กล่าวถึง ชายหาดที่ตั้งอยู่บนเกาะลันตา ประกอบด้วย 7 หาด ได้แก่ หาดคลองดาว หาดลองบีชหรือหาดพระแอะ หาดคลองโข่ง หาดคลองนิน หาดบากันเตียง หาดคลองจาก และอ่าวไม้ไผ่หรือลาสต์บีช

ในปี 2020 เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ได้ถูกจัดอันดับเป็นเกาะที่ดีที่สุดในโลกเป็นอันดับที่ 5 จากทั้งหมด 25 อันดับของเว็บไซต์ Travel+Leisure (2020) เว็บไซต์ดังกล่าวได้ทำการสำรวจจากผู้ที่อ่านและติดตามเว็บไซต์ทั่วโลกโดยนักท่องเที่ยวจะลงคะแนนและแสดงความคิดเห็นกับสถานที่ท่องเที่ยวที่พวกเขาได้สัมผัสมาเกี่ยวกับเมืองสำคัญทั่วโลก เกาะที่น่าสนใจ เรือสำราญ สปา สายการบิน และ อีกหลายหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาหาร รวมทั้งความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่นด้วยที่จะถูกนำมาคำนวณเป็นคะแนนเพื่อเป็นมาตรฐานให้แก่นักท่องเที่ยว

2.6.2.2 นักท่องเที่ยว

เกาะลันตา เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดกระบี่ ได้ชื่อว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง

ในระดับโลก ได้รับความนิยมในการเดินทางมาท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและสแกนดิเนเวีย (Thaitravellers, 2021) และจะเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน – มีนาคมซึ่งจะเป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของเกาะลันตา (ศูนย์ข่าวท้องถิ่นภาคใต้, 2561)โดยเฉลี่ยเกาะลันตาจะมีนักท่องเที่ยว ประมาณ 5 ถึง 6 แสนคนต่อปี (สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวเกาะลันตา, 2564)

2.6.2.3 จำนวนสถานประกอบการที่พักแรม

อำเภอเกาะลันตา มีจำนวนโรงแรม/รีสอร์ท 115 โรงแรม/รีสอร์ท และ มีจำนวนห้องพัก 3,996 ห้อง (สำนักงานจังหวัดกระบี่, 2562)

2.6.3 สภาพปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของผู้คนที่อยู่อาศัยในเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (Problems or crises in the past to present that affect the livelihoods of local residents in Koh Lanta Island District, Krabi Province)

2.6.3.1 ผลกระทบจากภัยพิบัติสึนามิ

เหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิโถมกระหน่ำฝั่งทะเลอันดามันเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2547 สร้างความเสียหายให้กับพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน เกาะลันตาก็เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ครั้งนั้น หลายหมู่บ้านได้รับผลกระทบ กลุ่มชาวเลบ้านคลองดาวแม้บ้านเรือนไม่ได้เสียหายแต่เรือได้สูญหายและเสียหายเกือบ 30 ลำ ส่งผลให้ชาวเลบ้านคลองดาวไม่สามารถออกทะเลหาปลาได้ร่วมเดือน หลายหน่วยงานเข้ามาให้การช่วยเหลือ บางองค์กรใช้เงื่อนไขทางศาสนาเป็นสิ่งแลกเปลี่ยนกับการรับของบริจาคหรือเงินช่วยเหลือ เช่น ต้องเปลี่ยนมานับถือศาสนาขององค์กรเมื่อได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรแล้ว หรือพยายามใช้โอกาสในการเผยแผ่ศาสนาผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ความจริงใจในการเข้ามาให้ความช่วยเหลือของหน่วยงานต่าง ๆ ชาวเลสามารถรับรู้ได้ถึงความยั่งยืนของการช่วยเหลือที่ตนเองได้รับ บางครั้งจึงต้องเลือกที่จะรับความช่วยเหลือต่าง ๆ แต่ส่วนใหญ่แล้วความช่วยเหลือมักมาไม่ถึงกลุ่มชาวเลบ้านคลองดาว เพราะเป็นกลุ่มที่ถูกมองข้ามในสังคมเกาะลันตา

‘ธุรกิจการท่องเที่ยว’ ซึ่งเป็นเหมือนคลื่นยักษ์ลูกใหม่ที่กำลังถาโถมเข้ามาที่เกาะลันตากระแสข่าวนโยบายการพัฒนาเกาะลันตาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับหรูแห่งใหม่เกิดขึ้นตั้งแต่ก่อนหน้าเหตุการณ์สึนามิ จนกระทั่งหลังสึนามิ เช่น โครงการสร้างท่าเรือสำราญหรือเรือหรูส่วนบุคคล ไปจนถึงโครงการสร้างสนามบินทะเลเพื่อรับนักท่องเที่ยวตรงจากสนามบินกระบี่สู่เกาะลันตา นโยบายด้านการท่องเที่ยวเหล่านี้ส่งผลให้ความเป็นเกาะลันตาที่ทรงคุณค่าสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวทั้ง

ทัศนียภาพที่สวยงามและความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทำให้เกาะลันตาถูกมองในฐานะ ‘ไข่มุกเม็ดสุดท้ายแห่งอันดามัน’ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งรายใหญ่และรายย่อย ทั้งกลุ่มคนบนเกาะลันตาเองและนักลงทุนจากภายนอก ไปจนถึงนักลงทุนข้ามชาติเข้ามาลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวบนเกาะลันตาอย่างไม่ขาดสาย โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร และธุรกิจการท่องเที่ยวทุกรูปแบบเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ขณะที่ความต้องการที่แท้จริงของชาวเกาะลันตา โดยเฉพาะแผนระยะยาวในการส่งเสริมอาชีพและการดำรงอัตลักษณ์ของชุมชนดั้งเดิมกลับไม่มีการพูดถึง (มูลนิธิหยาดฝน, 2555)

2.6.3.2 ปัญหาการรองรับนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถของพื้นที่

ปัญหาการรองรับนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถของพื้นที่หมู่เกาะลันตา ส่งผลให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาขยะและน้ำเสีย ปริมาณน้ำจืดขาดแคลนไม่เพียงพอต่อการบริโภค อุปโภค ปริมาณรถบนท้องถนนมากขึ้น ปริมาณโรงแรมห้องพักที่ไม่ได้มาตรฐานและไม่ได้จดทะเบียนเพิ่มมากขึ้น มีการตัดราคาที่พัก ลดราคาให้ถูกลง ในขณะที่คุณภาพการบริการไม่ได้มาตรฐานซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยที่เป็นตัวเร่งและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านจำนวน นักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ธุรกิจท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้น (ดรรชนี เอมพันธุ์ et al., 2562)

2.6.4 ภาพรวมของเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

จากข้อมูลเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ เป็นอำเภอที่มีลักษณะเป็นเกาะและมีความสำคัญทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมเกาะลันตา จึงเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วโลก สร้างรายได้ให้แก่คนในพื้นที่และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมหาศาล แต่เมื่อมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สินของคนในพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คนในพื้นที่ที่ประกอบอาชีพทางการท่องเที่ยวและบริการ

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้รวบรวมบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) และทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว ได้แก่

2.7.1 การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่

2.7.1.1 Joo et al. (2021) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวท่ามกลางการระบาดของโควิด-19 (Residents’ perceived Risks, emotional solidarity, and support for tourism amidst the COVID-19 pandemic)” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวท่ามกลางการระบาดของโควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันยังเป็นตัวกลางระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.7.1.2 Bae and Chang (2021) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ผลของการรับรู้ความเสี่ยงจาก
โรคโควิด-19 ต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวที่ "ไม่เปลี่ยนแปลง" ในเกาหลีใต้ในช่วงคลื่นแรกของการระบาดใหญ่ (มีนาคม 2020) (The effect of coronavirus disease-19 (COVID-19) Risks perception on behavioural intention towards ‘untact’ tourism in South Korea during the first wave of the pandemic (March 2020)” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบผลของการรับรู้ความเสี่ยงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19) ต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวที่ไม่ถูกกระทบกระเทือน ดำเนินการสำรวจออนไลน์กับพลเมืองเกาหลีใต้ในเดือนมีนาคมและเมษายนปี 2020 ใช้แบบสอบถามทั้งหมด 877 ชุด ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงจากผลกระทบที่มาจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นปัจจัยที่สำคัญของทัศนคติ ในขณะที่การรับรู้ความเสี่ยงด้านความรู้ความเข้าใจพบว่า มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย แม้ว่าจะมีอิทธิพลที่สำคัญของการรับรู้ความเสี่ยงทั้งด้านการรับรู้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

แต่การรับรู้ความเสี่ยงจากผลกระทบการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบเชิงลบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวของพลเมืองเกาหลีใต้

2.7.1.3 Seabra et al. (2021) ได้ศึกษาเรื่อง “การยอมรับข้อจำกัดและการรับรู้ความเสี่ยงของคนรุ่นใหม่ในบริบทของ (COVID-19 Restrictions’ acceptance and Risks perception by young generations in a COVID-19 context)” วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการยอมรับข้อจำกัดของรัฐบาลกำหนด ในบริบทของการระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่มีต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัยของประชาชนต่อชีวิตประจำวันและแผนการในอนาคต และเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างพลเมืองในกลุ่ม Generation Y และ Z และเป็นตัวแทนของอนาคตของตลาดการท่องเที่ยว ในฐานะนักท่องเที่ยวและในฐานะชุมชนเจ้าบ้าน ใน 3 ประเทศ ได้แก่ อียิปต์ โปรตุเกส และตุรกี โดยรวบรวมข้อมูลคนในพื้นที่ 348 คนจาก 3 ประเทศ ที่เป็น Generation Y และ Z ผลการวิจัยพบว่า คนรุ่นใหม่ยอมรับมาตรการและข้อจำกัดที่กำหนดโดยรัฐบาลแต่ละแห่ง นอกจากนี้ การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในปัจจุบันยังส่งผลกระทบอย่างมากต่อการรับรู้ถึงความปลอดภัยในชีวิตประจำวันและแผนการเดินทางในอนาคต

2.7.2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่

2.7.2.1 Munanura et al. (2021) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “การส่งเสริมการท่องเที่ยว: บทบาทของทัศนคติความเป็นอยู่ที่ดีและความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Support for tourism: the roles of attitudes, subjective wellbeing, and emotional solidarity)” โดยใช้ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมเพื่อตรวจสอบปัจจัยที่คาดการณ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ อย่างไรก็ตามทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมยังไม่สามารถอธิบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงมีการศึกษาทฤษฎีอื่นที่มีปัจจัยส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ของการแลกเปลี่ยนทางสังคมระหว่างการรับรู้ถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยว นั่นคือ กระบวนการประเมินความรู้ความเข้าใจที่กระตุ้นความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบธรรมชาติของกระบวนการประเมินความรู้ความเข้าใจที่กระตุ้นความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มของคนในพื้นที่ 1477 คนในรัฐโอเรกอน สหรัฐอเมริกา ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ผลกระทบด้านการท่องเที่ยวในเชิงบวกนั้นสามารถคาดการณ์ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้อย่างมาก นอกจากนี้ การรับรู้ผลกระทบด้านการท่องเที่ยวในเชิงบวกจะส่งผลกระทบทางอ้อมต่อความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันผ่านการ

เปลี่ยนแปลงที่คาดหวังของความเป็นอยู่ที่ดี การศึกษานี้ยังเผยให้เห็นว่าการรับรู้ผลกระทบด้านการท่องเที่ยวของชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

2.7.2.2 Ribeiro et al. (2020) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “การส่งเสริมของคนในพื้นที่เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ชนบท: กรณีของคารุอิซาวะ ประเทศญี่ปุ่น (Residents' Support for Sustainable Tourism Development in Rural Areas: The Case of Karuizawa, Japan) การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบการส่งเสริมของคนในพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เมืองคารุอิซาวะได้รับเลือกเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทั้งในและต่างประเทศตลอดจนการดำรงอยู่ของคนในพื้นที่ตามฤดูกาล การมีส่งเสริมของคนในพื้นที่ในการท่องเที่ยวและการส่งเสริมมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในการทำเช่นนั้น การศึกษานี้ใช้ทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเป็นหลักเพื่อตรวจสอบการส่งเสริมของคนในพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.7.2.3 Thammajak and Tirasattayapitak (2020) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “เมื่อบ้านเกิดกลายเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว: ความคิดเห็นของเด็กวัยเรียนต่อผลกระทบการท่องเที่ยวประเภทเกาะ (Our Homeland is A Tourist Destination: Voices of School-Aged Children towards Island Tourism Impacts)” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบการรับรู้ของเด็กที่มีเพศชายและเพศหญิงต่อผลกระทบที่สำคัญจากการพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะ ความพึงพอใจในชีวิตโดยรวม และการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะ การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและการศึกษาสำมะโนครัว รวมทั้งนักเรียนจำนวน 181 คนที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนลันตาราษฎร์ประชาอุทิศ อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ผลการศึกษาพบว่า เด็กมีทัศนคติเชิงบวกต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยว การรับรู้เหล่านี้กระตุ้นให้พวกเขาพิจารณาการเติบโตของการท่องเที่ยวบนเกาะของตนว่าเป็นหนึ่งในสาเหตุหลักของความพึงพอใจในชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน นอกจากนี้ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่ได้รับจากการท่องเที่ยวซึ่งตอบสนองความต้องการทางกายภาพของเด็ก กลายเป็นสิ่งเร้าหลักที่ส่งเสริมให้เด็กสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะลันตา

2.7.3 ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ)

2.7.3.1 Zhang and Tang (2021) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “การศึกษาความรู้สึกเป็น

อันหนึ่งอันเดียวกันในอุตสาหกรรมโฮมสเตย์ระหว่างเจ้าภาพกับนักท่องเที่ยวในยุคหลังโรคระบาด (A Study of Emotional Solidarity in the Homestay Industry between Hosts and Tourists in the Post-Pandemic Era)" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยว ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของนักท่องเที่ยว (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความเห็นอกเห็นใจ และความใกล้ชิดทางอารมณ์) และความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมโฮมสเตย์ในยุคหลังโรคระบาด โดยนำอุตสาหกรรมโฮมสเตย์ของกวางโจว ประเทศจีน มาเป็นบริบทในการศึกษา และการใช้ SmartPLS สำหรับการวิเคราะห์เชิงประจักษ์ ผลการวิจัยพบว่า ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวและมีบทบาทในการไกล่เกลี่ยความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงที่รับรู้และความภักดีของนักท่องเที่ยว

2.7.3.2 Patwardhan et al. (2020) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ "การยึดติดกับสถานที่และความภักดีของจุดหมายปลายทางของผู้มาเยือน: การตรวจสอบบทบาทของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการรับรู้ความปลอดภัย (Visitors' Place Attachment and Destination Loyalty: Examining the Roles of Emotional Solidarity and Perceived Safety)" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความภักดีของจุดหมายปลายทางของผู้มาเยือนผ่านความผูกพันทางอารมณ์กับสถานที่ ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่พวกเขาที่มีต่อคนในพื้นที่ และระดับความปลอดภัยที่รับรู้ จากข้อมูลที่รวบรวมจากผู้มาเยือน 813 คน ในงาน Attur Church Feast ในเมือง Karkala ประเทศอินเดีย ผลลัพธ์พบว่า สถานที่ที่แนบมามีอิทธิพลโดยตรงต่อความภักดีและความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันสองมิติ และในทางกลับกัน ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันก็ส่งผลดีต่อความภักดี นอกจากนี้ ยังพบว่า ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันบางส่วนเป็นตัวกลางไกล่เกลี่ยผลกระทบของการยึดติดสถานที่ต่อความภักดีปลายทาง และใช้การวิเคราะห์การไกล่เกลี่ยระดับปานกลาง ระดับการรับรู้ความปลอดภัยของผู้มาเยือนในเทศกาลบางส่วนกลั่นกรองผลกระทบทางอ้อมของการยึดติดสถานที่ต่อความภักดีของจุดหมายปลายทางผ่านความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

2.7.3.3 Suess et al. (2020) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ "คนแปลกหน้า – อันตราย? ทำความเข้าใจผลกระทบที่มีต่อเด็กในครัวเรือน ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในพื้นที่ที่ไม่ให้นักท่องเที่ยว Airbnb เช่าที่พัก ความรู้สึกปลอดภัย และการสนับสนุน Airbnb (Stranger-danger? Understanding the moderating effects of children in the household non-hosting residents' emotional solidarity with Airbnb visitors, feeling safe, and support for Airbnb)" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแบบจำลองของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างคนในพื้นที่ที่ไม่ให้นักท่องเที่ยว Airbnb เช่าที่พัก ความรู้สึกของพวกเขาปลอดภัย และคนในพื้นที่ที่

สนับสนุนที่พัก Airbnb ให้แก่นักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า คนในพื้นที่ที่ไม่ให้เช่าที่พักมีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับนักท่องเที่ยว Airbnb มากกว่าผู้ที่ให้เช่า นอกจากนี้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและความผูกพันในสถานที่ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากทฤษฎีแรงจูงใจในการป้องกัน ผลลัพธ์ของการสร้างแบบจำลองระบุว่าความรู้สึกปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับผู้ที่ไม่ให้เช่าที่พักพร้อมเด็ก ๆ ที่อาศัยอยู่ในบ้าน อันเนื่องมาจากความกลัวอันตรายของผู้ปกครอง เช่น “อันตรายจากคนแปลกหน้า”ความรู้สึกปลอดภัยนี้ยังเป็นปัจจัยสำคัญในการไกล่เกลี่ยอิทธิพลที่มีต่อผู้สนับสนุน Airbnb ที่ไม่ใช่เจ้าของที่พักซึ่งมีเด็กอาศัยอยู่ในครัวเรือน

2.7.3.4 Lan et al. (2021) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “การสร้างมูลค่าร่วมกันระหว่างคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวในบริบทการท่องเที่ยวมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้: บทบาทของการรับรู้ของคนในพื้นที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวและความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Resident-Tourist Value Co-Creation in the Intangible Cultural Heritage Tourism Context: The Role of Residents’ Perception of Tourism Development and Emotional Solidarity)” โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้กรอบทฤษฎี "การรับรู้ - ความรัก - พฤติกรรม" เพื่ออธิบายว่าตัวแปรสองประการของการรับรู้การพัฒนาการท่องเที่ยวและความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าของชาวท้องถิ่นในบริบทของมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้อย่างไร การท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงบทบาทการไกล่เกลี่ยของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การศึกษานี้ศึกษาเชิงประจักษ์สำรวจเกาะ Meizhou ในมณฑลฝูเจี้ยน ประเทศจีน เป็นตัวอย่างโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ของชาวท้องถิ่นที่มีต่อประโยชน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการสร้างมูลค่าร่วมกัน ในขณะที่การรับรู้ของพวกเขาต่อต้นทุนของการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นผลกระทบด้านลบที่มีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในพื้นที่เหล่านี้มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการสร้างมูลค่าร่วมกันและมีบทบาทไกล่เกลี่ยในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การพัฒนาการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ในท้องถิ่นและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการสร้างมูลค่าร่วมกัน

2.7.3.5 Stylidis et al. (2020) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน
ของนักท่องเที่ยวกับคนในพื้นที่: การวิเคราะห์การแบ่งส่วนและการเชื่อมโยงไปยังภาพปลายทางและความภักดี (Tourists’ emotional solidarity with residents: A segmentation analysis and

its links to destination image and loyalty)" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ได้ปฏิบัติต่อผู้มาเยือนในฐานะกลุ่มที่เป็นเนื้อเดียวกัน โดยไม่สามารถระบุความแตกต่างในวิธีที่ผู้คนพัฒนาความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและรับรู้จุดหมายปลายทางได้ การศึกษานี้แก้ไขช่องว่างนี้โดยการจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวตามความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับคนในพื้นที่ และระบุว่ากลุ่มย่อยของนักท่องเที่ยวมีมุมมองที่แตกต่างกันเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางและระดับความภักดีหรือไม่ การวิเคราะห์อิงจากกลุ่มตัวอย่างผู้เยี่ยมชมชาวเซอร์เบีย 400 คนที่เคยไปเยือนกรีซ สามกลุ่มถูกระบุด้วยระดับความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่แตกต่างกัน ทุกกลุ่มแสดงการรับรู้และอารมณ์ที่แตกต่างกันและความภักดีในระดับที่หลากหลาย

2.7.4 ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว

2.7.4.1 Schumann (2021) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ "การติดตามการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของคนในพื้นที่ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางของเกาะขนาดเล็ก: จะเกิดอะไรขึ้นต่อไปในโลกหลังโควิด? (Monitoring changes in resident attitudes toward tourism development in small island destinations: What comes next in a post-COVID world?) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบทัศนคติของคนในพื้นที่บนเกาะกวม ไมโครนีเซียน ที่มีต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากจุดหมายปลายทางบนเกาะขนาดเล็กที่มีประชากรน้อยกว่าหนึ่งล้านคน โดยปกติแล้วจะต้องอาศัยการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการสร้างการจ้างงาน เพื่อให้แน่ใจว่ารัฐบาล ภาคเอกชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ตระหนักถึงการรับรู้ของคนในพื้นที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของพวกเขาหลังโควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยวสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าผลการวิจัยดังกล่าว ส่วนใหญ่คนในพื้นที่ที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวมีการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบส่งผลให้ระดับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ลดลง นอกจากนี้ผลการวิจัยเกี่ยวกับความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในพื้นที่ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวว่าไปในทิศทางบวก เนื่องจากมีผลประโยชน์ทางการพัฒนาเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ จะเห็นได้ว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาตัวแปรที่ทดสอบระดับความรู้สึกของคนในพื้นที่ที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นงานที่ศึกษาอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามเท่านั้น ซึ่งยังขาดการอธิบายปรากฏการณ์อย่างเป็นรูปธรรม ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังมี

ช่องว่างทางการวิจัย (Reseach Gap) ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงเป็นการเติมเต็มช่องว่างทางการวิจัย (Fill the gab) ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยเพิ่มการศึกษาบทบาทของทัศนคติเชิงบวกและทัศนคติเชิงลบในฐานะตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งความสัมพันธ์ของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อที่จะสามารถอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นให้ชัดเจนว่าการที่คนในพื้นที่ให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือไม่ให้การส่งเสริมทางการท่องเที่ยวนั้นเป็นเพราะเหตุใด ซึ่งตัวแปรส่งผ่านทัศนคติเชิงบวกและทัศนคติเชิงลบจะทำหน้าที่ในการอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว

2.8 การพัฒนาสมมติฐาน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยค้นพบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติ ความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) และทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว จึงได้นำไปพัฒนาสมมติฐานและสร้างกรอบแนวคิดสำหรับงานวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.8.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ (Perceived Risk of Local Residents) กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Support for Tourism) ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และตัวแปรการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้น ทาง Joo et al. (2021) ได้ศึกษาพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กล่าวคือ คนในพื้นที่มองว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเป็นความเสี่ยงที่จะเพิ่มโอกาสของการติดเชื้อโควิด-19 และทำให้เกิดความวุ่นวายต่อการทำกิจกรรมกลางแจ้ง และการรับรู้ความเสี่ยงดังกล่าวของคนในพื้นที่ทำลายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของพวกเขา มุมมองเชิงวิวัฒนาการชี้ให้เห็นว่า การหลีกเลี่ยงความเสี่ยงดังกล่าวเป็นแนวโน้มทั่วไปที่พบในสัตว์ทุกชนิดรวมทั้งมนุษย์เพื่อป้องกันตนเองจากการสูญพันธุ์หรือการตาย เนื่องจาก โควิด-19 เป็นโรคที่อาจถึงตายได้ มุมมองทางนิเวศวิทยานี้สามารถอธิบายแนวโน้มการท่องเที่ยวในแง่ลบของคนในพื้นที่ในช่วงการระบาดของโควิด-19

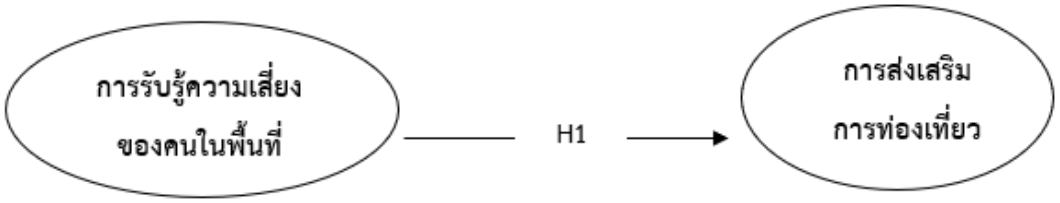
นอกจากนี้ ผลการศึกษาของ Seabra et al. (2021) พบว่า ผลกระทบของภัยคุกคามจากโควิด-19 ต่อส่งผลกระทบอย่างมากต่อชีวิตประจำวัน คนในพื้นที่ยอมรับว่าพวกเขากังวลและประหม่า

เพราะกลัวติดเชื้อโควิด-19 จากนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ คนในพื้นที่เห็นด้วยกับมาตรการและข้อจำกัดที่รัฐบาลกำหนดเพื่อหลีกเลี่ยงการแพร่กระจายของโควิด-19 เช่น "การควบคุมพรมแดนของทุกประเทศมากขึ้น" และ "การกักกันภาคบังคับเมื่อตรวจพบโรค" ในทำนองเดียวกัน Kour et al. (2020) พบว่า คนในพื้นที่แสดงอาการตื่นตระหนก ไม่ไว้วางใจ และกลัวนักท่องเที่ยว ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 สิ่งนี้บ่งชี้อย่างชัดเจนว่าการรับรู้ความเสี่ยงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่

จากวรรณกรรมดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ (Perceived Risks of Local Residents) กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ (Support for Tourism of Local Residents) ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่มีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่

ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะทดสอบความสัมพันธ์ในบริบทของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ กล่าวคือ เมื่อคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ รับรู้ว่าการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีความเสี่ยงต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจ รวมทั้งวิถีชีวิตประจำวันของตน ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้คนในพื้นที่ไม่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ จากการทบทวนวรรณกรรมจึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานว่า

สมมติฐานที่ 1: การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่มีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว



ภาพที่ 1 แสดงสมมติฐานที่ 1: การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ที่มีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว

2.8.2 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Emotional Solidarity) ประกอบด้วย 1) ธรรมชาติความเป็นมิตร (Welcoming Nature) 2) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (Emotional Closeness) และ 3) ความเห็นอกเห็นใจ (Sympathetic Understanding) กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Support for Tourism) ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของตัวแปรความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและตัวแปรการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้น จากงานวิจัยของ Aleshinloye et al. (2021) พบว่า บทบาทของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน สามารถอธิบายการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และความใกล้ชิดทางอารมณ์ของคนในพื้นที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเพื่อส่งเสริมทางการท่องเที่ยว รวมถึงงานวิจัยของ Joo et al. (2021) พบว่า ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการส่งเสริมการท่องเที่ยวอาจไม่น่าแปลกใจ แต่การค้นพบนี้พิสูจน์ว่าความสัมพันธ์เชิงบวกยังคงอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่มั่นคงและมีปัญหาเช่น การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อันที่จริงแล้ว แทบจะไม่มีงานวิจัยที่เคยทดสอบความแข็งแกร่งของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการส่งเสริมการท่องเที่ยวในสภาพแวดล้อมที่คนในพื้นที่ไม่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันไม่เพียงแต่รักษาอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางบางส่วนระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

จากวรรณกรรมดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Emotional Solidarity) ประกอบด้วย 1) ธรรมชาติที่เป็นมิตร (Welcoming Nature) 2) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (Emotional Closeness) และ 3) ความเห็นอกเห็นใจ (Sympathetic Understanding) กับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ (Support for Tourism of Local Residents) ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ผลการศึกษาแสดงให้เห็น ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน(Emotional Solidarity) ประกอบด้วย 1) ธรรมชาติที่เป็นมิตร (Welcoming Nature) 2) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (Emotional Closeness) และ 3) ความเห็นอกเห็นใจ (Sympathetic Understanding) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ (Local Residents’ Support for Tourism)

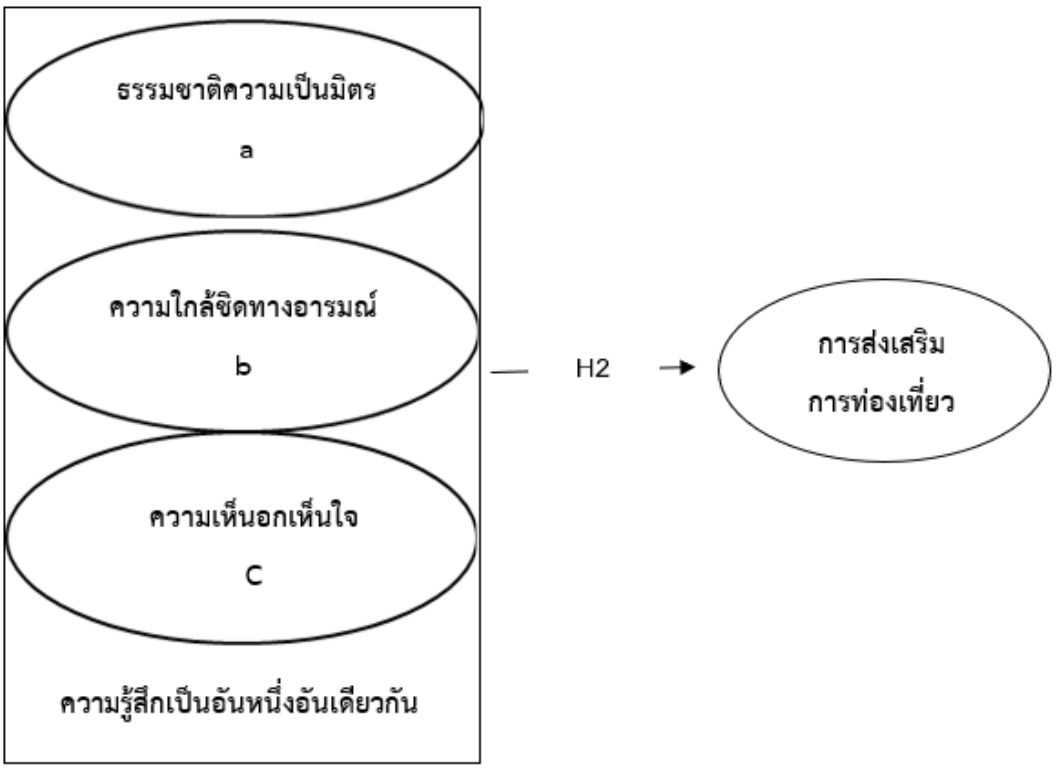
ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะทดสอบความสัมพันธ์ในบริบทของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ กล่าวคือ เมื่อคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่มีความรู้สึกเป็นมิตรยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวและให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเกาะ

ลันตา จังหวัดกระบี่ จะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางอ้อมของคนในพื้นที่ โดยที่คนในพื้นที่จะยินดีให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการสนับสนุนนโยบายหรือโครงการทางการท่องเที่ยวต่างๆ ก่อให้เกิดการพัฒนาทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ จากการทบทวนวรรณกรรมจึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานว่า

สมมติฐานที่ 2a: ธรรมชาติความเป็นมิตรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2b: ความใกล้ชิดทางอารมณ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2c: ความเห็นอกเห็นใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว



ภาพที่ 2 แสดงสมมติฐานที่ 2abc : ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.8.3 ทัศนคติ (Attitudes) เป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ (Perceived Risk of Local Residents) และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Support for Tourism) ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

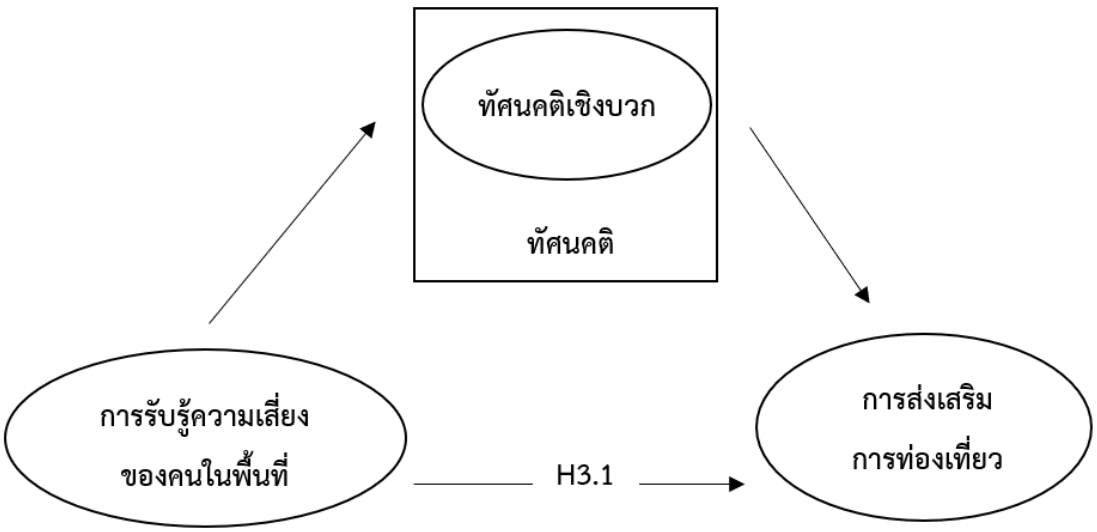
2.8.3.1 ทัศนคติเชิงบวก (Attitude to Positive Impact)

เกี่ยวกับตัวแปรทัศนคติเชิงบวกนั้น ทาง Bermingham et al. (2021)ได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว ในรัฐมอนแทน่า ประเทศสหรัฐอเมริกา ช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2020 พบว่า แม้ว่าการต้อนรับนักท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จะเพิ่มความเสี่ยงด้านความปลอดภัยส่วนบุคคล แต่คนในพื้นที่ของรัฐมอนตานาร้อยละ 75 มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวภายในรัฐ มากไปกว่านั้นคนในพื้นที่ยังเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การท่องเที่ยวมีผลประโยชน์โดยรวมมากกว่าผลกระทบด้านลบ นอกจากนี้ คนในพื้นที่ร้อยละ 49 เห็นด้วยหากการท่องเที่ยวในรัฐมอนตานาเพิ่มขึ้น เพราะจะทำให้คุณภาพชีวิตโดยรวมของชาวมอนตานาดีขึ้น มากไปกว่านั้น คนในพื้นที่ร้อยละ 83 ยังเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรัฐจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนของตนในเชิงเศรษฐกิจ ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ ÇELİK and Rasoolimanesh (2021) ซึ่งพบว่า ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีผลกระทบเชิงบวกมาจากการที่คนในพื้นที่รับรู้ผลประโยชน์ในระดับที่สูงกว่าการรับรู้ความเสี่ยง

จากวรรณกรรมดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติของคนในพื้นที่ (Attitudes of Local Residents) ที่มีผลกระทบเชิงบวก (Attitudes to Positive Impacts) มีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ (Perceived Risks of Local Residents) และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Support for Tourism) ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะทดสอบความสัมพันธ์ในบริบทของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ กล่าวคือ เมื่อคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้คนในพื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ แม้ว่าจะรับรู้ความเสี่ยงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่ จากการทบทวนวรรณกรรมจึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานว่า

สมมติฐานที่ 3.1: ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่และการส่งเสริมการท่องเที่ยว



ภาพที่ 3 แสดงสมมติฐานที่ 3.1: ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่และการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.8.3.2 ทัศนคติเชิงลบ (Attitude to Negative Impact)

สำหรับตัวแปรทัศนคติในเชิงลบนั้นในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นักวิชาการ Kamata (2021) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและพบว่า คนในพื้นที่เข้าใจว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญสำหรับภูมิภาคของตนและต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้คนในพื้นที่เกิดภาวะที่กลืนไม่เข้าคายไม่ออกระหว่างการยอมรับนักท่องเที่ยวเพื่อช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจหรือความกลัวส่วนตัวว่าการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวจะเพิ่มความเป็นไปได้ในการติดเชื้อ สิ่งนี้สะท้อนให้ถึงทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีผลกระทบเชิงลบที่มีต่อความการรับรู้ความเสี่ยงของโรคระบาดโควิด-19 และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนชุมชน

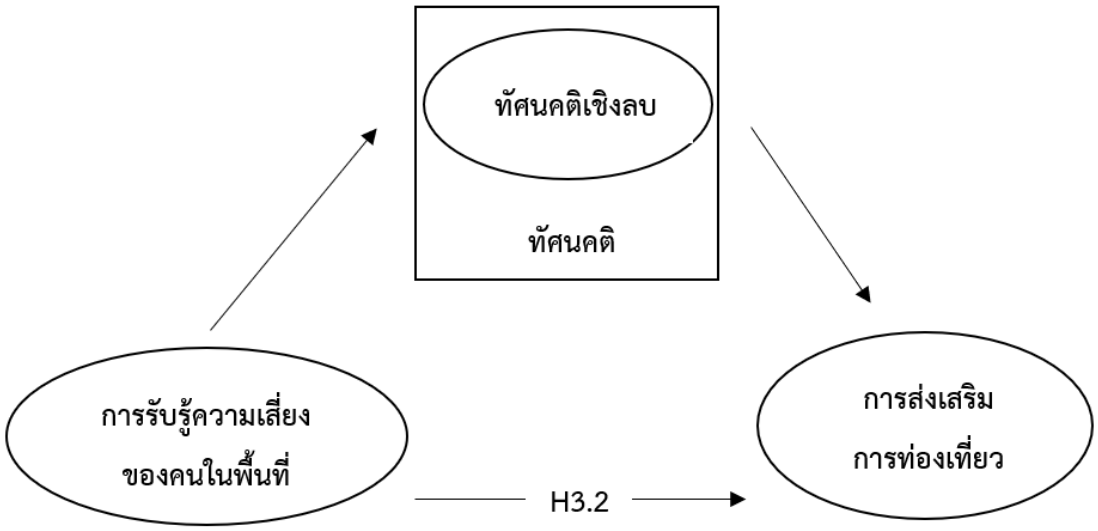
แม้ว่าทัศนคติและการรับรู้มีพื้นฐานมาจากสัญชาติซึ่งกำหนดให้มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว (Kozak & Tasci, 2005) ผลกระทบต่อการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ซึ่งทำให้คนในพื้นที่เกิดทัศนคติเชิงลบต่อนักท่องเที่ยว เกิดความหวาดกลัวและการเลือกปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว (Hall et al., 2020; Wen et al., 2021) นอกจากนี้ การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่จากการแพร่ระบาดดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Gössling et al., 2021) นอกจากนี้ ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีผลกระทบเชิงลบนั้น ยังขึ้นอยู่กับอายุของคนในพื้นที่ด้วยเช่นกัน กล่าวคือ ผู้สูงอายุมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติเชิงลบ

เนื่องจากผู้สูงอายุรับรู้ว่าตนมีความเสี่ยงในการติดเชื้อมากกว่าคนในวัยหนุ่มสาว ส่งผลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Daoust, 2020)

จากวรรณกรรมดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติของคนในพื้นที่ (Attitudes of Local Residents) ที่มีผลกระทบเชิงลบ (Attitudes to Negative Impacts) ส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ (Perceived Risks of Local Residents) และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Support for Tourism) ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะทดสอบความสัมพันธ์ในบริบทของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ กล่าวคือ เมื่อคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีทัศนคติเชิงลบต่อการท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้คนในพื้นที่เกิดการรับรู้ความเสี่ยงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อีกทั้งยังทำให้คนในพื้นที่ไม่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ จากการทบทวนวรรณกรรมจึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานว่า

สมมติฐานที่ 3.2: ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่และการส่งเสริมการท่องเที่ยว



ภาพที่ 4 แสดงสมมติฐานที่ 3.2: ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่และการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.8.4 ทัศนคติ (Attitudes) เป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Emotional Solidarity) ประกอบด้วย 1) ธรรมชาติความเป็นมิตร (Welcoming Nature) 2) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (Emotional Closeness) และ 3) ความเห็นอกเห็นใจ (Sympathetic Understanding) และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Support for Tourism) ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

2.8.4.1 ทัศนคติเชิงบวก (Attitude to Positive Impact)

ทาง Munanura et al. (2021) พบว่า ทัศนคติเชิงบวกจะทำให้สามารถคาดการณ์ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้ และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวส่งผลทางอ้อมต่อความคาดหวังว่าการท่องเที่ยวจะทำให้คนในพื้นที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ Tilaki et al. (2021) ที่พบว่า เมื่อมีการเปิดตลาดกลางคืนของประเทศมาเลเซียเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้คนในพื้นที่ที่ประกอบอาชีพค้าขายในตลาดกลางคืนรู้สึกยินดีเป็นอย่างมาก เนื่องจากคนในพื้นที่ได้รับประโยชน์และผูกพันในอาชีพที่เกี่ยวกับการนำเสนอสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ของคนในพื้นที่ไปในทิศทางบวก

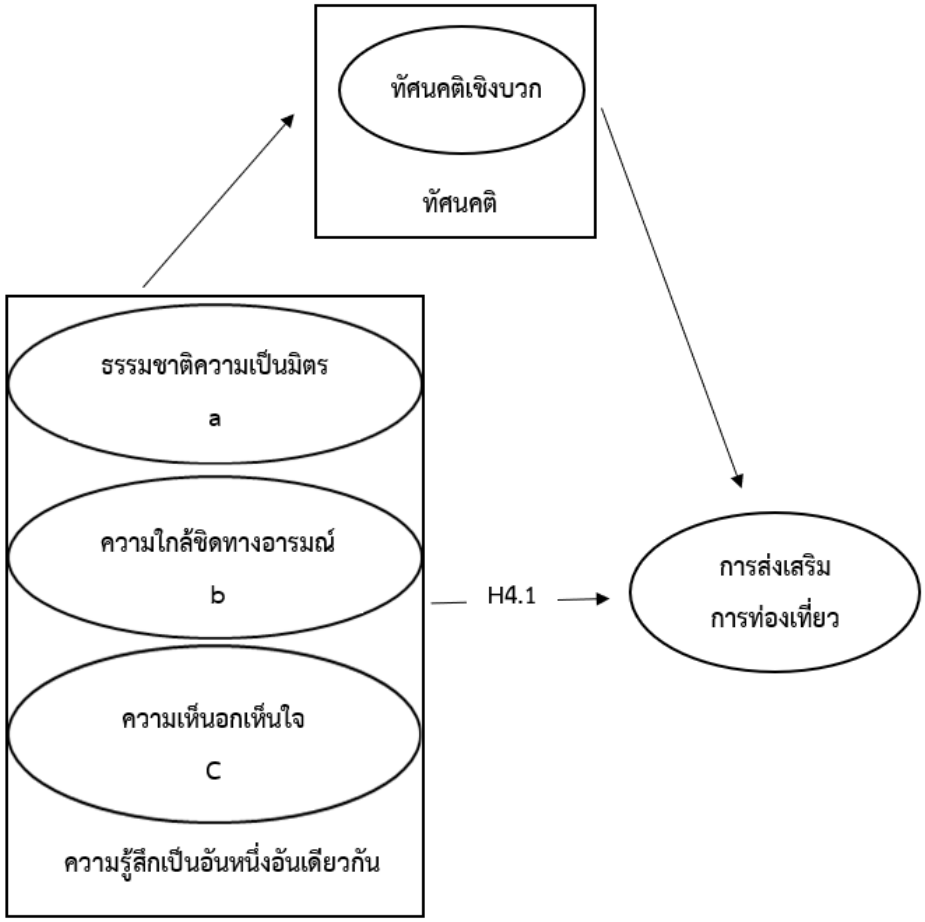
จากวรรณกรรมดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติของคนในพื้นที่ (Attitudes of Local Residents) ที่มีผลกระทบเชิงบวก (Attitudes to Positive Impacts) ส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Emotional Solidarity) ประกอบด้วย 1) ธรรมชาติความเป็นมิตร (Welcoming Nature) 2) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (Emotional Closeness) และ 3) ความเห็นอกเห็นใจ (Sympathetic Understanding) และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Support for Tourism) ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะทดสอบความสัมพันธ์ในบริบทของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ กล่าวคือ เมื่อคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้คนในพื้นที่เกิดการความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ส่งผลทำให้คนในพื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ จากการทบทวนวรรณกรรมจึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานว่า

สมมติฐานที่ 4.1a: ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ธรรมชาติความเป็นมิตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4.1b: ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ความใกล้ชิดทางอารมณ์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4.1c: ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ความเห็นอกเห็นใจกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว



ภาพที่ 5 แสดงสมมติฐานที่ 4.1abc : ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และ ความเห็นอกเห็นใจ) และการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.8.4.2 ทัศนคติเชิงลบ (Attitude to Negative Impact)

ทาง Kour et al. (2020) พบว่า ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คนในพื้นที่แสดงอาการตื่นตระหนก ไม่ไว้วางใจ และ กลัวนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Lee (2021) พบว่า ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสไวรัส-19 คนในพื้นที่แสดงอารมณ์เชิงลบต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้นและกีดกันนักท่องเที่ยวต่างชาติในระหว่างการเดินทางของนักท่องเที่ยว สิ่งนี้แสดงให้ว่าทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลทำให้ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่มีระหว่างคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวลดลงและส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ลดลงเช่นกัน

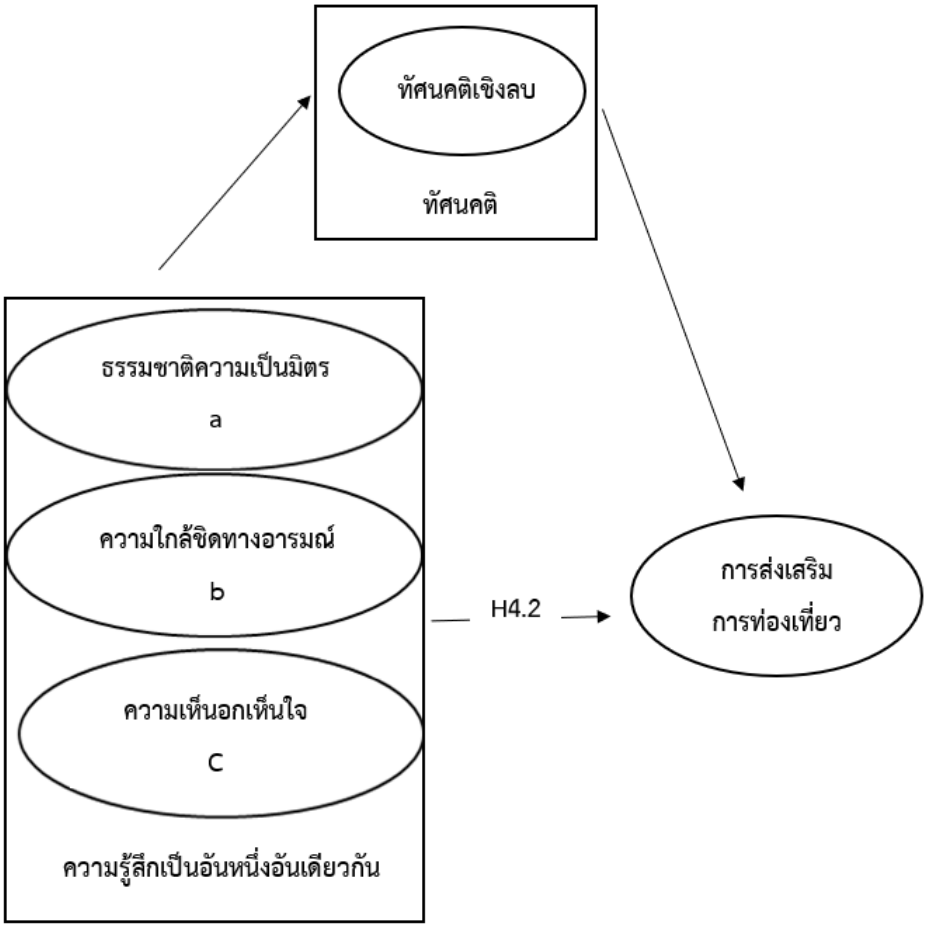
จากวรรณกรรมดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติของคนในพื้นที่ (Attitudes of Local Residents) ที่มีผลกระทบเชิงลบ (Attitudes to Negative Impacts) ส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Emotional Solidarity) ประกอบด้วย 1) ธรรมชาติความเป็นมิตร (Welcoming Nature) 2) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (Emotional Closeness) และ 3) ความเห็นอกเห็นใจ (Sympathetic Understanding) และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Support for Tourism) ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะทดสอบความสัมพันธ์ในบริบทของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ กล่าวคือ เมื่อคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีทัศนคติเชิงลบต่อการท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้คนในพื้นที่ไม่เกิดการความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ส่งผลทำให้คนในพื้นที่ไม่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ จากการทบทวนวรรณกรรมจึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานว่า

สมมติฐานที่ 4.2a: ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติความเป็นมิตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4.2b: ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความใกล้ชิดทางอารมณ์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

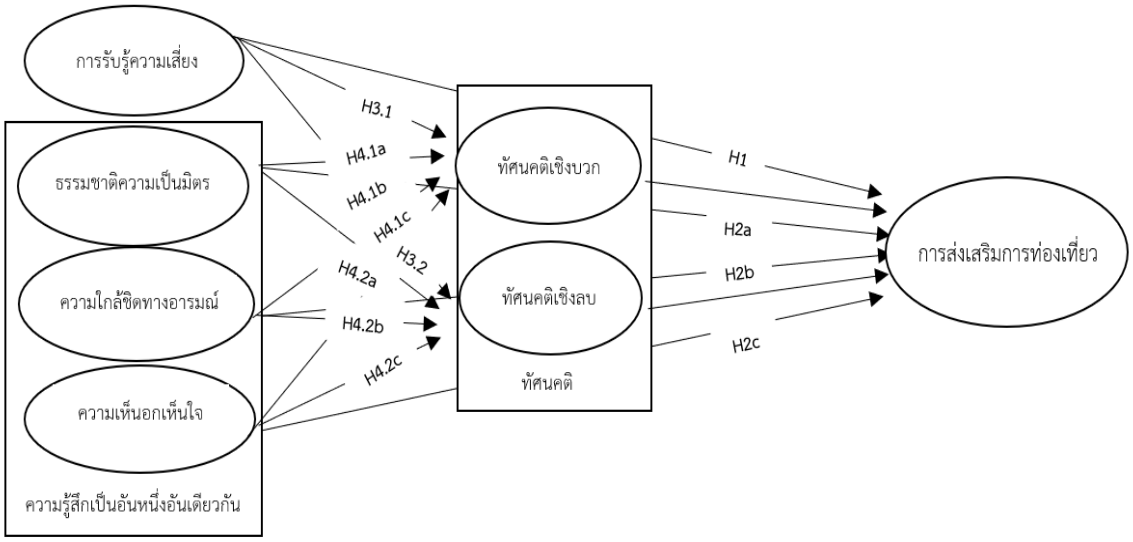
สมมติฐานที่ 4.2c: ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นอกเห็นใจกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว



ภาพที่ 6 แสดงสมมติฐานที่ 4.2abc : ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และ ความเห็นอกเห็นใจ) และการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.9 กรอบแนวคิดทางการวิจัย

จากการพัฒนาสมมติฐานข้างต้น ผู้วิจัยได้ทบทวนผลการทดสอบทางวิชาการหรือแนวโน้มที่มีโอกาสเกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยมีพื้นฐานจากทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ แนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ประกอบด้วย 1) ธรรมชาติความเป็นมิตร 2) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และ 3) ความเห็นอกเห็นใจ) และแนวคิดทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบเชิงลบและเชิงบวก ผู้วิจัยสามารถออกแบบกรอบแนวคิดทางการวิจัย ได้ดังนี้



ภาพที่ 7 กรอบแนวคิดทางการวิจัย

จากภาพที่ 7 กรอบแนวคิดทางการวิจัยของอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน สามารถอธิบายได้ ดังนี้ คนในพื้นที่มีการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ดังนั้นคนในพื้นที่จึงไม่ให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือให้การส่งเสริมการการท่องเที่ยวลดลง นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งการพัฒนาทางเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต คนในพื้นที่จึงมีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ต่อการท่องเที่ยว ท้ายที่สุดคนในพื้นที่จึงให้การส่งเสริมการท่องเที่ยว สำหรับทัศนคติเชิงบวกและเชิงลบทำหน้าที่ในการอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้นว่าการที่คนในพื้นที่ให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นเป็นเพราะเหตุใด กล่าวคือ ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นั้น หากคนในพื้นที่ให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวนั่นเป็นเพราะว่าคนในพื้นที่มีทัศนคติเชิงบวกทางด้านการท่องเที่ยวมากกว่าทัศนคติเชิงลบ ในทางตรงกันข้าม หากคนในพื้นที่ไม่ให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวนั่นเป็นเพราะว่า คนในพื้นที่มีทัศนคติเชิงลบทางด้านการท่องเที่ยวมากกว่าทัศนคติเชิงบวก

มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

เนื้อหาในบทนี้เป็นการอธิบายถึงกระบวนการวิจัยของการศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน” สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้รูปแบบการการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ซึ่งใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ระเบียบวิธีวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. นิยามเชิงคำถาม
5. การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย
6. ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย
7. การเก็บรวบรวมข้อมูล
8. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาการวิจัยเป็นวิจัยใช้รูปแบบการการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน

3.2 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ คนในพื้นที่ในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ คนในพื้นที่ในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีเลือกตัวอย่าง ดังนี้

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้การทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดย Kline (2011) แนะนำว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์ควรจะมีประมาณ 10 ต่อพารามิเตอร์ที่ใช้ประมาณค่าในการวิเคราะห์ หรือ 10 เท่าของตัวชี้วัด (Indicator) หรือตัวแปรสังเกต (Observed Variable) ทั้งนี้ทาง Kline (2011) แนะนำว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการวิเคราะห์ควรจะมีประมาณ 10 ต่อพารามิเตอร์ที่ใช้ประมาณค่าในการวิเคราะห์ หรือ 10 เท่าของตัวชี้วัด (Indicator) หรือตัวแปรสังเกต (Observed Variable) ซึ่งการศึกษานี้มีจำนวนทั้งสิ้น 27 ข้อ ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการศึกษานี้คือ (27X10) หรือ 270 ตัวอย่าง ทั้งนี้ เพื่อป้องกันการผิดพลาดและเพื่อมิให้จำนวนตัวอย่างเป็นอุปสรรคในการคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ (Henseler et al., 2016) ผู้วิจัยจึงใช้จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งมากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non probability sampling) เนื่องจากต้องการข้อมูลที่สอดคล้องกับประเด็นการวิจัย ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) คือ คนในพื้นที่ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ โดยกลุ่มตัวอย่างต้องมีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป และต้องเป็นผู้อาศัยอยู่ในอำเภอเกาะลันตาอย่างน้อย 3 ปี ขึ้นไป เท่านั้น และจะดำเนินการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ใน 5 ตำบลของอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย 1) ตำบลเกาะลันตาใหญ่ 2) ตำบลเกาะลันตาน้อย 3) ตำบลเกาะกลาง 4) ตำบลคลองยาง และ 5) ตำบลศาลาด่าน โดยเฉลี่ยจำนวนแบบสอบถามตำบลละ 80 ตัวอย่าง (20%) รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกรอบแนวคิดทางการวิจัย และแนวทางเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษา “อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน” โดยแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 6 ส่วน โดยศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากรายงาน หนังสือวารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคัดกรองเบื้องต้นก่อนทำแบบสอบถาม คือ ระยะเวลาการอาศัยอยู่ในอำเภอเกาะลันตา 3 ปีขึ้นไป และข้อคำถามในการยินยอมเข้าร่วมการวิจัย โดยมีการตอบรับหรือปฏิเสธในการให้ข้อมูล รวมคำถามคัดกรองจำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบตรวจรายการ (Checklist) มีข้อคำถามจำนวน 8 ข้อ ตำบลที่อาศัยอยู่ในเกาะลันตา เพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การประกอบอาชีพ และความถี่ในการพบเจอกับนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 6 ข้อ โดยดัดแปลงมาจากแบบวัดงานวิจัยของ (Joo et al., 2021); (Bae & Chang, 2021; Zhang & Tang, 2021) มีลักษณะเลือกตอบตามระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 3 ข้อ โดยดัดแปลงมาจากแบบวัดงานวิจัยของ (Joo et al., 2021); (Moghavvemi et al., 2017) มีลักษณะเลือกตอบตามระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 5 ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 10 ข้อคำถาม ประกอบด้วยตัวแปรแฝง 3 ตัวแปร ดังนี้

1. ด้านธรรมชาติความเป็นมิตร (Welcoming Natural) มี 4 ข้อคำถาม
2. ด้านความใกล้ชิดทางอารมณ์ (Emotional Closeness) มี 4 ข้อคำถาม
3. ด้านความเห็นอกเห็นใจ (Sympathetic Understanding) มี 2 ข้อคำถาม

โดยดัดแปลงมาจากแบบวัดงานวิจัยของ (Joo et al., 2021); (Zhang & Tang, 2021); (Moghavvemi et al., 2017) มีลักษณะเลือกตอบตามระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 6 ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 8 ข้อคำถาม ประกอบด้วยตัวแปรส่งผ่าน 2 ตัวแปร ดังนี้

1. ด้านทัศนคติที่มีผลกระทบเชิงบวกของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว (Attitudes to Positive Impacts) มี 4 ข้อคำถาม

2. ด้านทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีผลกระทบเชิงลบที่มีต่อการท่องเที่ยว (Attitudes to Negative Impacts มี 4 ข้อคำถาม

โดยดัดแปลงมาจากแบบวัดงานวิจัยของ (Pavlić et al., 2019) มีลักษณะเลือกตอบตามระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

สำหรับแบบสอบถามในส่วนที่ 3 - 6 เป็นแบบวัดระดับความคิดเห็น ซึ่งผู้วิจัยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ท 5 ระดับ (Likert Scale) กำหนดให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว เกณฑ์ที่กำหนดค่าคะแนนในการตอบคำถาม มีดังนี้

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

มหาวิทยาลัยศิลปากร

3.4 นิยามเชิงคำถาม

ตารางที่ 3 นิยามและแหล่งที่มาของคำถาม

ข้อคำถาม	แหล่งที่มา
1. การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ (Perceived Risks: PR) หมายถึง การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ หมายถึง คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ รับรู้ถึงความกังวลในการดำเนินชีวิตประจำวันและความไม่ปลอดภัยด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจ ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เพื่อเป็นการป้องกันตัวเองจากความเสี่ยงเหล่านี้ อาจนำมาสู่การหลีกเลี่ยงการมีปฏิสัมพันธ์ใดๆกับคนนอกพื้นที่ มี 6 ข้อคำถาม ดังนี้	
1.1 นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในเกาะลันตามากขึ้น ทำให้ท่านกังวลเรื่องการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 1.2 นักท่องเที่ยวเข้ามาในเกาะลันตามากขึ้น ท่านกังวลว่าท่านมีโอกาสเสี่ยงต่อการติดเชื้อโควิด-19 1.3 ท่านกังวลว่าคนในครอบครัวจะติดเชื้อโควิด-19 เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในเกาะลันตา 1.4 ท่านกังวลว่าจะเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่เกาะลันตาอย่างรุนแรง เมื่อมีการเปิดรับนักท่องเที่ยว 1.5 นักท่องเที่ยวเข้ามาในเกาะลันตามากขึ้น ทำให้ท่านไม่อยากออกไปนอกบ้าน เพราะกลัวติดเชื้อโควิด-19 1.6 นักท่องเที่ยวเข้ามาในเกาะลันตามากขึ้น ทำให้ท่านลดการทำกิจกรรมนอกบ้าน เช่น ไปตลาดนัด ออกกำลังกายกลางแจ้ง งานดนตรี งานพิธีกรรมทางศาสนา ฯลฯ	ดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Bae and Chang (2021) ; Joo et al. (2021) ; Zhang and Tang (2021)
ข้อคำถาม	**แหล่งที่มา**
2. การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ (Support for Tourism: ST) หมายถึง คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ยอมรับและเห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของตน เนื่องจากคนในพื้นที่รับรู้ถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการท่องเที่ยว จึงทำให้คนในพื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคำถามในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มี 3 ข้อคำถาม ดังนี้	

2.1 ท่านยินดีที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยวของเกาะลันตา ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 2.2 ท่านสนับสนุนให้มีการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในเกาะลันตา ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 2.3 ท่านคิดว่าควรมีการลงทุนจากหน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนเพื่อยกระดับด้านการท่องเที่ยวของเกาะลันตา ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19	ดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Joo et al. (2021) ; Moghavvemi et al. (2017)
ข้อคำถาม	**แหล่งที่มา**
3. ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Emotional Solidarity: ES) หมายถึง คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีความรู้สึกว่านักท่องเที่ยวเป็นพวกเดียวกัน และไม่มีความรู้สึกแบ่งแยกกัน นักท่องเที่ยวคือผู้มาเยือนและคนในพื้นที่อยู่ในฐานะเป็นเจ้าของบ้านซึ่งเจ้าของบ้านไม่มองว่าผู้มาเยือนเป็นคนแปลกหน้า มี 10 ข้อคำถาม ดังนี้	
3.1 ธรรมชาติความเป็นมิตร (Welcoming Nature: WN) หมายถึง คนในพื้นที่มีความรู้สึกยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว มี 4 ข้อคำถาม ดังนี้	
3.1.1 ท่านรู้สึกยินดีที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในเกาะลันตา 3.1.2 ท่านรู้สึกว่าชุมชนได้รับประโยชน์เมื่อมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในเกาะลันตา 3.1.3 ท่านรู้สึกขอบคุณนักท่องเที่ยวที่มาช่วยสนับสนุนให้เศรษฐกิจท้องถิ่นของเกาะลันตาดีขึ้น 3.1.4 ท่านปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเกาะลันตาอย่างสุจริตและเท่าเทียม	ดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Bae and Chang (2021) ; Joo et al. (2021) ; Zhang and Tang (2021)
3.2 ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (Emotional Closeness: EC) หมายถึง คนในพื้นที่มีความรู้สึกห่วงใยและมีการแสดงความรู้สึกที่ดีต่อนักท่องเที่ยจนกลายเป็นความรู้สึกผูกพันอย่างใกล้ชิด มี 4 ข้อคำถาม ดังนี้	
3.2.1 เมื่อท่านพบเจอนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเกาะลันตา ท่านไม่เคอะเขินที่จะเข้าไปทักทายนักท่องเที่ยวอย่างเป็นกันเอง 3.2.2 ท่านชอบผูกมิตรที่จะเป็นเพื่อนกับนักท่องเที่ยวที่มา	ดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Joo et al. (2021) ; Moghavvemi et al. (2017) ;

เที่ยวในเกาะลันตา 3.2.3 ท่านรู้สึกสนุกสนานที่ได้พูดคุยโต้ตอบกับนักท่องเที่ยว 3.2.4 ท่านคิดว่าคนในพื้นที่เกาะลันตามีความสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	Zhang and Tang (2021)

3.3 ความเห็นอกเห็นใจ (Sympathetic Understanding: SU) หมายถึง ความรู้สึกของการเอาใจใส่ของคนในพื้นที่ที่มีต่อนักท่องเที่ยว มี 2 ข้อคำถาม ดังนี้	
3.3.1 ท่านยินดีที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อพวกเขาประสบปัญหา 3.3.2 ท่านรู้สึกยอมรับและไม่รังเกียจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในเกาะลันตา	ดัดแปลงมาจาก Joo et al. (2021) ; Zhang and Tang (2021)

ข้อคำถาม	**แหล่งที่มา**
4. ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว (Attitudes: ATT) หมายถึง แนวความคิดเห็นของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ที่มีต่อการท่องเที่ยว เมื่อแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่อยู่อาศัยของคนในพื้นที่ คนในพื้นที่ย่อมรับรู้ถึงผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบต่อการดำรงชีวิตของตน สิ่งนี้จะสามารถแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มทางความคิดเชิงบวกและเชิงลบของคนในพื้นที่ที่มีต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อาจจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติของคนในพื้นที่ในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว มี 8 ข้อคำถาม ดังนี้	
4.1 ทัศนคติเชิงบวก (Attitudes to Positive Impacts: ATP) หมายถึง แนวโน้มทางความคิดที่คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ รับรู้ว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในชุมชน กล่าวคือ การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจ รักษาคุณค่าทางวัฒนธรรม และปรับปรุงคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เป็นต้น ทัศนคติที่มีผลกระทบเชิงบวกนี้ ส่งผลให้เกิดการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เพิ่มขึ้น มี 4 ข้อคำถาม ดังนี้	

4.1.1 การท่องเที่ยวสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพมากขึ้น 4.1.2 การท่องเที่ยวทำให้คุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ดีขึ้น 4.1.3 การท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน 4.1.4 การพบปะกับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดโอกาสในการเรียนรู้ถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม	ดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Pavlić et al. (2019)
4.2 ทัศนคติเชิงลบ (Attitudes to Negative Impacts: ATN) หมายถึง แนวโน้มทางความคิดที่ทำให้คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ เกิดความกังวลเมื่อมีการท่องเที่ยวในชุมชน กล่าวคือ การท่องเที่ยวทำให้ค่าครองชีพที่สูงขึ้น ทำลายทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งเป็นต้นเหตุของความเสี่ยงทางร่างกายและจิตใจของคนในพื้นที่ เป็นต้น ทัศนคติที่มีผลกระทบเชิงลบนี้ ทำให้การส่งเสริมทางการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ลดลง มี 4 ข้อคำถาม ดังนี้	
4.2.1 การท่องเที่ยวทำให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของคนในพื้นที่มากขึ้น 4.2.2 การท่องเที่ยวทำให้เกิดการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น 4.2.3 การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเพิ่มมลพิษทางทะเล 4.2.4 การท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาแออัดของคนในพื้นที่	ดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Pavlić et al. (2019)

จากกรอบแนวคิดการวิจัยในบทที่ 2 ประกอบด้วย ตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง (PR) การส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) ธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC) ความเห็นอกเห็นใจ (SU) ทัศนคติเชิงบวก (ATP) และทัศนคติเชิงลบ (ATN)

ผู้วิจัยได้กำหนดข้อสมมติฐาน ดังนี้

H1 การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

H2a ธรรมชาติความเป็นมิตรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

H2b ความใกล้ชิดทางอารมณ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

H2c ความเห็นอกเห็นใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

H3.1 ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

H3.2 ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

H4.1a ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติความเป็นมิตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

H4.1b ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความใกล้ชิดทางอารมณ์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

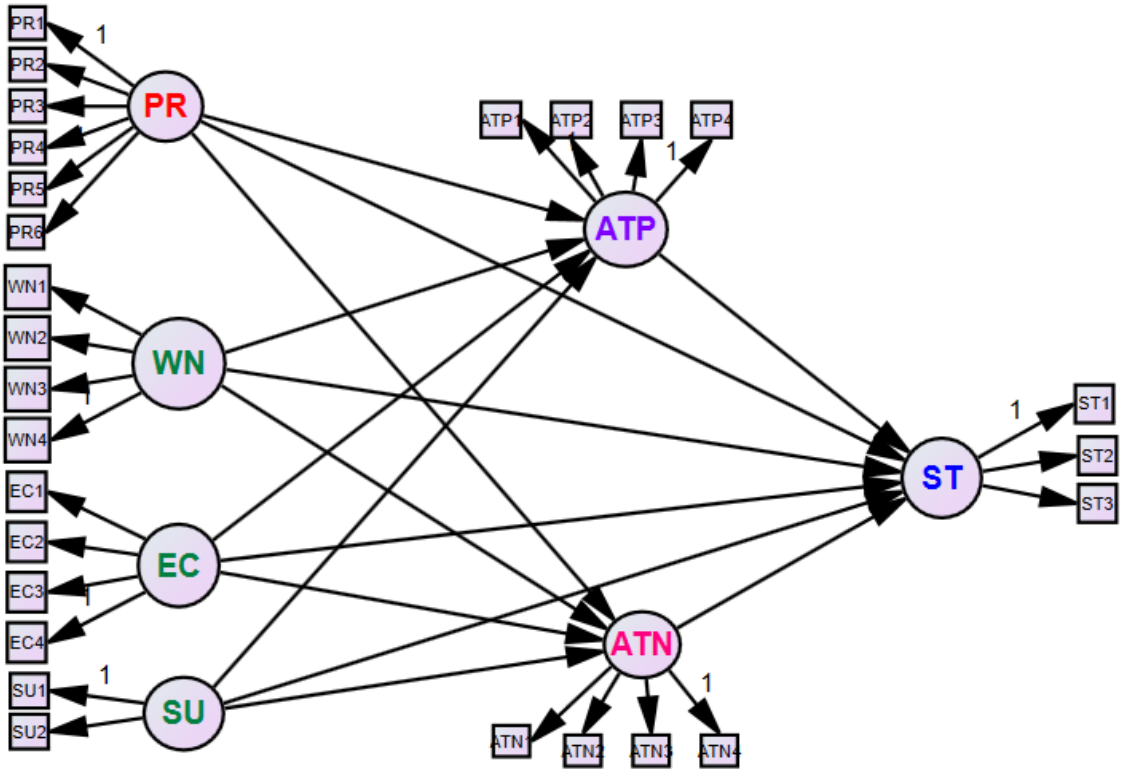
H4.1c ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นอกเห็นใจกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

H4.2a ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติความเป็นมิตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

H4.2b ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความใกล้ชิดทางอารมณ์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

H4.2c ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นอกเห็นใจกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดในการวิจัยดังกล่าวมาสร้างเป็นตัวแบบการวิจัย (Research model) แสดงดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework in Research)

3.5 การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

3.5.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาเรียบเรียงให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามเนื้อหางานวิจัย คุณภาพของเครื่องมือ ความถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาในงานวิจัย และครอบคลุมเนื้อหาได้ทั้งหมด จากนั้นนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านเพื่อพิจารณาถึงความสอดคล้อง ความครอบคลุมของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ นิยามคำศัพท์เฉพาะ และความเหมาะสมทางด้านภาษาของข้อคำถาม แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ได้ตามสมการดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยกำหนด IOC มีค่าเท่ากับหรือมากกว่า 0.50

∑R หมายถึง ผลรวมค่าคะแนนรายข้อตามดุลยพินิจของผู้ตรวจสอบหรือผู้เชี่ยวชาญ

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

สำหรับการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้ทรงคุณวุฒิจะมีการกำหนดเกณฑ์ให้คะแนน 3 ระดับ ดังนี้

1 คะแนน ข้อคำถามมีความเหมาะสมสามารถนำไปวัดผลได้

0 คะแนน ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมสามารถนำไปวัดผลได้

-1 คะแนน แน่ใจว่าข้อคำถามไม่เหมาะสมในการนำไปวัดผล

เกณฑ์ในการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปร (สุวิมล ติรกานนท์, 2548) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 มีค่าผ่านเกณฑ์สามารถนำไปใช้ในการทดสอบก่อนการใช้งานได้

1. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 มีค่าผ่านเกณฑ์สามารถนำไปใช้ในการทดสอบก่อนการใช้งานได้

2. ข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.50 ไม่ผ่านเกณฑ์ไม่สามารถนำไปใช้ในการทดสอบได้ต้องปรับปรุงแก้ไขหรือตัดทิ้ง

ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา พบว่า งานวิจัยนี้มีข้อคำถามที่มีค่า IOC ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งแสดงถึงเครื่องมือวัดตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยจำนวน 27 ข้อ

3.5.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเนื้อหา (Content Reliability) วิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของข้อมูลของแบบสอบถาม โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% (α=0.05) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบราค (Cronbach's alpha coefficient) เมื่อทดสอบแล้วค่าความเชื่อมั่นควรมีค่าในระดับ 0.7 ขึ้นไป สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในงานวิจัยได้ (Hair et al., 2006) ในการตรวจสอบความเชื่อมั่น ทั้งข้อมูลทดลองใช้ที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง (n=40) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบราค สามารถคำนวณโดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1}\left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_i^2}\right]$$

กำหนดให้ α = ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

k = จำนวนข้อในแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$ = ผลรวมของค่าคะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ

S_i^2 = คะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถาม

เมื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้านความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งแต่ละตัวแปรได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (n=40) ได้ดังนี้ การรับรู้ความเสี่ยง (PR) = 0.92 การส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) = 0.91 ธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) = 0.95 ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC) = 0.95 ความเห็นอกเห็นใจ (SU) 0.92 ทัศนคติเชิงบวก (ATP) 0.97 และทัศนคติเชิงลบ (ATN) 0.95 ซึ่งตัวแปรทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.70 (Nunnally, 1978) แสดงให้เห็นว่า แบบสอบถามหรือแบบวัดได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องทั้งความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความเชื่อมั่น สามารถนำไปสำรวจกับพื้นที่วิจัยครั้งนี้ได้

จากนั้นผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (n=400) ซึ่งได้มาหาค่าความเชื่อมั่นอีกครั้ง พบว่าแบบสอบถามทุกข้อคำถามได้ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นตัวแปรทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.70 (Nunnally, 1978) แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปการหาค่าความเชื่อมั่นของเนื้อหา (Content Reliability) (n=400)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
1) การรับรู้ความเสี่ยง (PR)	0.95
2) การส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST)	0.92
3) ธรรมชาติความเป็นมิตร (WN)	0.94
4) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC)	0.92
5) ความเห็นอกเห็นใจ (SU)	0.84
6) ทัศนคติเชิงบวก (ATP)	0.93
7) ทัศนคติเชิงลบ (ATN)	0.87

3.5.3 หาค่า KMO (Kaiser-Olkin Measure of Sampling Adequacy) จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เท่ากับ 0.926 ซึ่งค่า KMO ควรมากกว่า 0.50 และเข้าใกล้ 1 ถือว่าตัวแปรทุกตัวมีความเหมาะสมในระดับดีมาก และค่า Bartlett's

Test มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กัน (Fornell & Larcker, 1981) แสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 สรุปการหาค่า KMO (Kaiser-Olkin Measure of Sampling Adequacy)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.926
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	10876.530
	df	351
	Sig.	0.000

โมเดลการวัด (Measurement model) ที่แสดงความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกต โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) เพื่อใช้ทดสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลตามทฤษฎีและข้อมูลเชิงประจักษ์

3.5.4 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือวัด (Scale Evaluation) ก่อนนำไปทดสอบแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อยืนยันว่าองค์ประกอบของแบบวัดนั้นสอดคล้องกับกับโมเดลที่ใช้ในการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (Byrne, 2010)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโมเดลการวัด (Measurement Model) ของแต่ละตัวแปรแฝง (Latent Variable) เพื่อตรวจสอบความตรง เชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity) ซึ่งการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงที่เกิดจากการวัดโดยตัวแปรโครงสร้างเป็นไปตามทฤษฎีการวัดที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นจากทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องว่าสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่าการวัดค่าของตัวแปรที่ได้จากตัวอย่างสามารถแทนค่าจริงที่มีอยู่ในกลุ่มตัวอย่างการตรวจสอบ ความตรงเชิงโครงสร้างสามารถทำโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent validity) และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ประกอบด้วย 7 ตัวแปรแฝง ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยง (PR) การส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) ธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) ความใกล้ชิดทาง

อารมณ์ (EC) และความเห็นอกเห็นใจ (SU) ทัศนคติเชิงบวก (ATP) และทัศนคติเชิงลบ (ATN) จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จำนวน 27 ข้อ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ดังนี้

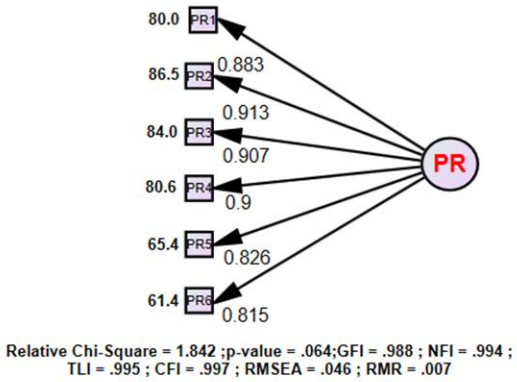
3.5.4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการรับรู้ความเสี่ยงเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโมเดลการวัด (Measurement Model) ของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง (PR) ประกอบด้วย PR1, PR2, PR3, PR4, PR5 และ PR6 ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง (PR) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) แสดงดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ตารางสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยง (PR)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	Factor loading
PR	PR1	0.883
	PR2	0.913
	PR3	0.907
	PR4	0.900
	PR5	0.829
	PR6	0.815

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง (PR) พิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) พบว่า มีค่า Factor loading ระหว่าง 0.815-0.913 ซึ่งตัวแปรสังเกตทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.50 (Hair et al., 2010) แสดงรายละเอียดดังภาพที่ 9



ภาพที่ 9 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการรับรู้ความเสี่ยง (**PR)**

จากภาพที่ 9 ผลการวิเคราะห์พบว่าโมเดลการรับรู้ความเสี่ยง (PR) หลังการปรับโมเดลโดยปรับค่า Modification indices ได้ทันทีโดยไม่มีผลกระทบต่อโครงสร้างของโมเดลสมมติฐาน ทำให้กรอบแนวคิดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าผ่านเกณฑ์ มีค่าสถิติเท่ากับ Relative Chi-Square = 1.842, *p*-value = 0.064, Goodness of Fit Index: GFI = 0.988, Normal Fit Index (NFI) = 0.994, Tucker-Lewis Index (TLI) = 0.995, Comparative Fit Index (CFI) = 0.997, Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.046 และ Root Mean Square Residual (RMR) = 0.007 โมเดลหลังการปรับมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงการรับรู้ความเสี่ยง (PR) ก่อนและ หลังการปรับโมเดล (Modified Model)

		ก่อนปรับโมเดล		หลังปรับโมเดล	
ดัชนีความสอดคล้อง	**เกณฑ์การพิจารณา**	**ค่าสถิติ**	**ความสอดคล้อง**	**ค่าสถิติ**	**ความสอดคล้อง**
Relative Chi-Square	< 3.00	27.659	ไม่สอดคล้อง	1.842	สอดคล้อง
p-value	> 0.05	0.000	ไม่สอดคล้อง	0.064	สอดคล้อง
GFI	> 0.90	0.846	ไม่สอดคล้อง	0.988	สอดคล้อง
NFI	> 0.90	0.906	สอดคล้อง	0.994	สอดคล้อง
TLI	> 0.90	0.848	ไม่สอดคล้อง	0.995	สอดคล้อง
CFI	> 0.90	0.909	สอดคล้อง	0.997	สอดคล้อง
RMSEA	< 0.08	0.258	ไม่สอดคล้อง	0.046	สอดคล้อง
RMR	< 0.05	0.064	ไม่สอดคล้อง	0.007	สอดคล้อง

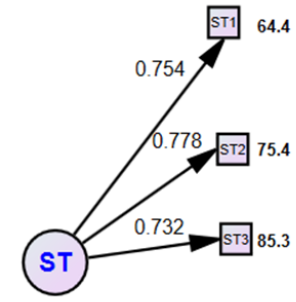
3.5.4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโมเดลการวัด (Measurement Model) ของตัวแปรการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) ประกอบด้วย ST1, ST2 และ ST3 ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) แสดงดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ตารางสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	Factor loading
ST	ST1	0.754
	ST2	0.778
	ST3	0.732

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันของตัวแปรการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) พิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) พบว่า มีค่า Factor loading ระหว่าง 0.732-0.778 ซึ่งตัวแปรสังเกตทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.50 (Hair et al., 2010) แสดงรายละเอียดดังภาพที่ 10



Relative Chi-Square = 2.032 ; p-value = .131; GFI = .996 ; NFI = .997
;TLI = .994 ; CFI = .999 ; RMSEA = .051 ; RMR = .007

ภาพที่ 10 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST)

จากภาพที่ 10 ผลการวิเคราะห์พบว่าโมเดลการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) หลังการปรับโมเดลโดยปรับค่า Modification indices ได้ทันทีโดยไม่มีผลกระทบต่อโครงสร้างของโมเดลสมมติฐาน ทำให้กรอบแนวคิดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าผ่านเกณฑ์

มีค่าสถิติเท่ากับ Relative Chi-Square = 2.032, p-value = 0.131, Goodness of Fit Index: GFI = 0.996, Normal Fit Index (NFI) = 0.997, Tucker-Lewis Index (TLI) = .994, Comparative Fit Index (CFI) = .999, Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.051 และ Root Mean Square Residual (RMR) = 0.007 โมเดลหลังการปรับมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) ก่อน และหลังการปรับโมเดล (Modified Model)

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ก่อนปรับโมเดล		หลังปรับโมเดล	
		ค่าสถิติ	ความสอดคล้อง	ค่าสถิติ	ความสอดคล้อง
Relative Chi-Square	< 3.00	10.030	ไม่สอดคล้อง	2.032	สอดคล้อง
p-value	> 0.05	0.000	ไม่สอดคล้อง	0.131	สอดคล้อง
GFI	> 0.90	0.948	สอดคล้อง	0.996	สอดคล้อง
NFI	> 0.90	0.969	สอดคล้อง	0.997	สอดคล้อง
TLI	> 0.90	0.943	สอดคล้อง	0.994	สอดคล้อง
CFI	> 0.90	0.972	สอดคล้อง	0.999	สอดคล้อง
RMSEA	< 0.08	0.150	ไม่สอดคล้อง	0.051	สอดคล้อง
RMR	< 0.05	0.018	สอดคล้อง	0.007	สอดคล้อง

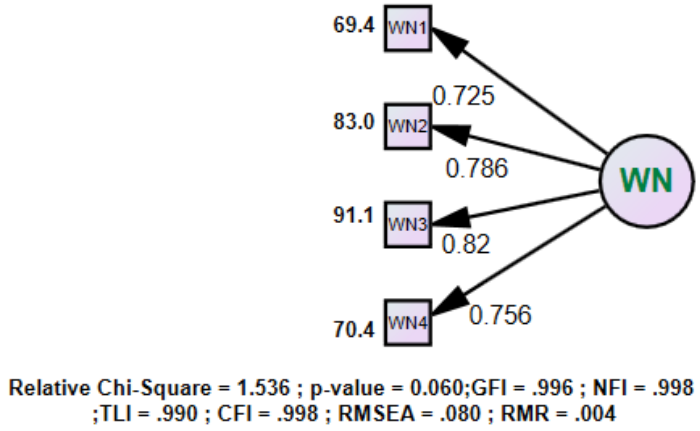
3.5.4.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของธรรมชาติความเป็นมิตรเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโมเดลการวัด (Measurement Model) ของตัวแปรธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) ประกอบด้วย WN1, WN2, WN3 และ WN4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) แสดงดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ตารางสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรธรรมชาติความเป็นมิตร (WN)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	Factor loading
WN	WN1	0.725
	WN2	0.786
	WN3	0.820
	WN4	0.756

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันของตัวแปรธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) พิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) พบว่า มีค่า Factor loading ระหว่าง 0.725-0.820 ซึ่งตัวแปรสังเกตทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.50 (Hair et al., 2010) แสดงรายละเอียดดังภาพที่ 11



ภาพที่ 11 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของธรรมชาติความเป็นมิตร (WN)

จากภาพที่ 11 ผลการวิเคราะห์พบว่าโมเดลธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) หลังการปรับโมเดลโดยปรับค่า Modification indices ได้ทันทีโดยไม่มีผลกระทบต่อโครงสร้างของโมเดลสมมติฐาน ทำให้กรอบแนวคิดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าผ่านเกณฑ์มีค่าสถิติเท่ากับ Relative Chi-Square = 1.536, *p*-value = 0.060, Goodness of Fit Index: GFI = 0.996, Normal Fit Index (NFI) = 0.998, Tucker-Lewis Index (TLI) = 0.990, Comparative Fit Index (CFI) = 0.998, Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.080 และ

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.004 โมเดลหลังการปรับมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) ก่อน และหลังการปรับโมเดล (Modified Model)

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ก่อนปรับโมเดล		หลังปรับโมเดล	
		ค่าสถิติ	ความสอดคล้อง	ค่าสถิติ	ความสอดคล้อง
Relative Chi-Square	< 3.00	7.228	ไม่สอดคล้อง	1.536	สอดคล้อง
p-value	> 0.05	0.001	ไม่สอดคล้อง	0.060	สอดคล้อง
GFI	> 0.90	0.982	สอดคล้อง	0.996	สอดคล้อง
NFI	> 0.90	0.990	สอดคล้อง	0.998	สอดคล้อง
TLI	> 0.90	0.975	สอดคล้อง	0.990	สอดคล้อง
CFI	> 0.90	0.992	สอดคล้อง	0.998	สอดคล้อง
RMSEA	< 0.08	0.125	ไม่สอดคล้อง	0.080	สอดคล้อง
RMR	< 0.05	0.008	สอดคล้อง	0.004	สอดคล้อง

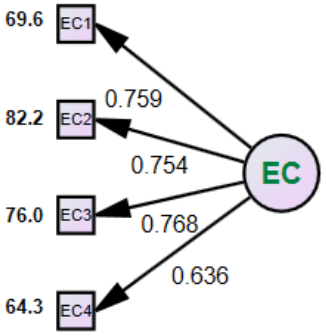
3.5.4.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความใกล้ชิดทางอารมณ์เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโมเดลการวัด (Measurement Model) ของตัวแปรความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC) ประกอบด้วย EC1, EC2, EC3 และ EC4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) แสดงดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ตารางสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	Factor loading
EC	EC1	0.759
	EC2	0.754
	EC3	0.768
	EC4	0.636

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันของตัวแปรความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC) พิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) พบว่า มีค่า Factor loading ระหว่าง 0.636-0.768 ซึ่งตัวแปรสังเกตทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.50 (Hair et al., 2010) แสดงรายละเอียดดังภาพที่ 12



Relative Chi-Square = 2.650 ; p-value = .104 ;GFI = .997; NFI = .998 ;TLI = .992 ; CFI = .999 ; RMSEA = .064 ; RMR = .005

ภาพที่ 12 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC)

จากภาพที่ 12 ผลการวิเคราะห์พบว่าโมเดลความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC) หลังการปรับโมเดลโดยปรับค่า Modification indices ได้ทันทีโดยไม่มีผลกระทบต่อโครงสร้างของโมเดลสมมติฐาน ทำให้กรอบแนวคิดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าผ่านเกณฑ์มีค่าสถิติเท่ากับ Relative Chi-Square = 2.650, *p*-value = 0.104, Goodness of Fit Index: GFI = 0.997, Normal Fit Index (NFI) = 0.998, Tucker-Lewis Index (TLI) = 0.992, Comparative Fit Index (CFI) = 0.999, Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.064 และ Root Mean Square Residual (RMR) = 0.005 โมเดลหลังการปรับมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC) ก่อน และหลังการปรับโมเดล (Modified Model)

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ก่อนปรับโมเดล		หลังปรับโมเดล	
		ค่าสถิติ	ความสอดคล้อง	ค่าสถิติ	ความสอดคล้อง
Relative Chi-Square	< 3.00	6.104	ไม่สอดคล้อง	2.650	สอดคล้อง
p-value	> 0.05	0.002	ไม่สอดคล้อง	0.104	สอดคล้อง
GFI	> 0.90	0.985	สอดคล้อง	0.997	สอดคล้อง
NFI	> 0.90	0.990	สอดคล้อง	0.998	สอดคล้อง
TLI	> 0.90	0.974	สอดคล้อง	0.992	สอดคล้อง
CFI	> 0.90	0.991	สอดคล้อง	0.999	สอดคล้อง
RMSEA	< 0.08	0.113	ไม่สอดคล้อง	0.064	สอดคล้อง
RMR	< 0.05	0.010	สอดคล้อง	0.005	สอดคล้อง

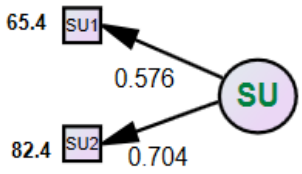
3.5.4.5 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความเห็นอกเห็นใจเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโมเดลการวัด (Measurement Model) ของตัวแปรความเห็นอกเห็นใจ (SU) ประกอบด้วย SU1 และ SU2 ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรความเห็นอกเห็นใจ (SU) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) แสดงดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ตารางสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรความเห็นอกเห็นใจ (SU)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	Factor loading
ST	SU1	0.576
	SU2	0.704

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันของตัวแปรการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) พิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) พบว่า มีค่า Factor loading ระหว่าง 0.576-0.704 ซึ่งตัวแปรสังเกตทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.50 (Hair et al., 2010)แสดงรายละเอียดดังภาพที่ 13



Relative Chi-Square = 1.330; p-value = .265 ; GFI = .997; NFI = .997 ;TLI = .998 ; CFI = .999 ; RMSEA = .029 ; RMR = .004

ภาพที่ 13 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความเห็นอกเห็นใจ (SU)

จากภาพที่ 13 ผลการวิเคราะห์พบว่าโมเดลความเห็นอกเห็นใจ (SU) ไม่มีการปรับค่า Modification indices ใดๆ เนื่องจากโมเดลความเห็นอกเห็นใจ (SU) มีความสอดคล้องระหว่างกรอบแนวคิดและข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าผ่านเกณฑ์ มีค่าสถิติเท่ากับ Relative Chi-Square = 1.330, *p*-value = 0.265, Goodness of Fit Index: GFI = 0.997, Normal Fit Index (NFI) = 0.997, Tucker-Lewis Index (TLI) = 0.998, Comparative Fit Index (CFI) = 0.999, Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.029 และ Root Mean Square Residual (RMR) = 0.004 โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงความเห็นอกเห็นใจ (SU)

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	โมเดล	
		ค่าสถิติ	ความสอดคล้อง
Relative Chi-Square	< 3.00	1.330	สอดคล้อง
p-value	> 0.05	0.265	สอดคล้อง
GFI	> 0.90	0.997	สอดคล้อง
NFI	> 0.90	0.997	สอดคล้อง
TLI	> 0.90	0.998	สอดคล้อง
CFI	> 0.90	0.999	สอดคล้อง
RMSEA	< 0.08	0.029	สอดคล้อง
RMR	< 0.05	0.004	สอดคล้อง

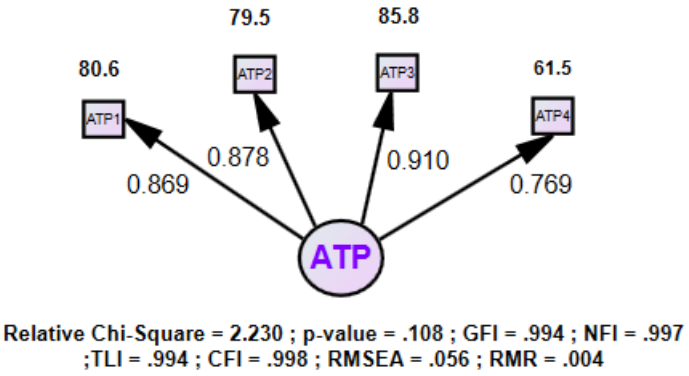
3.5.4.6 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของทัศนคติเชิงบวกเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโมเดลการวัด (Measurement Model) ของตัวแปรทัศนคติเชิงบวก (ATP) ประกอบด้วย ATP1, ATP2, ATP3 และ ATP4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรทัศนคติเชิงบวก (ATP) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) แสดงดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ตารางสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรทัศนคติเชิงบวก (ATP)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	Factor loading
ATP	ATP1	0.869
	ATP2	0.878
	ATP3	0.910
	ATP4	0.769

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันของตัวแปรทัศนคติเชิงบวก (ATP) พิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) พบว่า มีค่า Factor loading ระหว่าง 0.769-0.910 ซึ่งตัวแปรสังเกตทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.50 (Hair et al., 2010)แสดงรายละเอียดดังภาพที่ 14



ภาพที่ 14 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของทัศนคติเชิงบวก (ATP)

จากภาพที่ 14 ผลการวิเคราะห์พบว่าโมเดลทัศนคติเชิงบวก (ATP) ไม่มีการปรับค่า Modification indices ใดๆ เนื่องจากโมเดลทัศนคติเชิงบวก (ATP) มีความสอดคล้องระหว่างกรอบแนวคิดและข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าผ่านเกณฑ์ มีค่าสถิติเท่ากับ Relative Chi-Square = 2.230, *p*-value = 0.108, Goodness of Fit Index: GFI = 0.994, Normal Fit Index (NFI) = 0.997, Tucker-Lewis Index (TLI) = 0.994, Comparative Fit Index (CFI) = 0.998, Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.056 และ Root Mean Square Residual (RMR) = 0.004 โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) ก่อน และหลังการปรับโมเดล (Modified Model)

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	โมเดล	
		ค่าสถิติ	ความสอดคล้อง
Relative Chi-Square	< 3.00	2.230	สอดคล้อง
p-value	> 0.05	0.108	สอดคล้อง
GFI	> 0.90	0.994	สอดคล้อง
NFI	> 0.90	0.997	สอดคล้อง
TLI	> 0.90	0.994	สอดคล้อง
CFI	> 0.90	0.998	สอดคล้อง
RMSEA	< 0.08	0.056	สอดคล้อง
RMR	< 0.05	0.004	สอดคล้อง

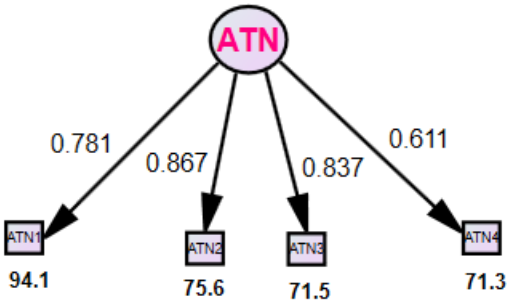
3.5.4.7 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของทัศนคติเชิงลบเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโมเดลการวัด (Measurement Model) ของตัวแปรทัศนคติเชิงลบ (ATN) ประกอบด้วย ATN1, ATN2, ATN3 และ ATN4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรทัศนคติเชิงลบ (ATN) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) แสดงดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ตารางสรุปค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรทัศนคติเชิงลบ (ATN)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	Factor loading
ATN	ATN1	0.781
	ATN2	0.867
	ATN3	0.837
	ATN4	0.611

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันของตัวแปรทัศนคติเชิงลบ (ATN) พิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) พบว่า มีค่า Factor loading ระหว่าง 0.611-0.867 ซึ่งตัวแปรสังเกตทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.50 (Hair et al., 2010)แสดงรายละเอียดดังภาพที่ 15



ภาพที่ 15 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของทัศนคติเชิงลบ (ATN)

จากภาพที่ 15 ผลการวิเคราะห์พบว่าโมเดลทัศนคติเชิงลบ (ATN) หลังการปรับโมเดลโดยปรับค่า Modification indices ได้ทันทีโดยไม่มีผลกระทบต่อโครงสร้างของโมเดลสมมติฐาน ทำให้กรอบแนวคิดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าผ่านเกณฑ์ มีค่าสถิติเท่ากับ Relative Chi-Square = 2.428, *p*-value = 0.063, Goodness of Fit Index: GFI = 0.994, Normal Fit Index (NFI) = 0.995, Tucker-Lewis Index (TLI) = 0.985, Comparative Fit Index (CFI) = 0.997, Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.060 และ Root Mean Square Residual (RMR) = 0.017 โมเดลหลังการปรับมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงทัศนคติเชิงลบ (ATN) ก่อนและหลังการปรับโมเดล (Modified Model)

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ก่อนปรับโมเดล		หลังปรับโมเดล	
		ค่าสถิติ	ความสอดคล้อง	ค่าสถิติ	ความสอดคล้อง
Relative Chi-Square	< 3.00	23.282	ไม่สอดคล้อง	2.428	สอดคล้อง
p-value	> 0.05	0.000	ไม่สอดคล้อง	0.063	สอดคล้อง
GFI	> 0.90	0.861	ไม่สอดคล้อง	0.994	สอดคล้อง
NFI	> 0.90	0.853	ไม่สอดคล้อง	0.995	สอดคล้อง
TLI	> 0.90	0.764	ไม่สอดคล้อง	0.985	สอดคล้อง
CFI	> 0.90	0.853	ไม่สอดคล้อง	0.997	สอดคล้อง
RMSEA	< 0.08	0.236	ไม่สอดคล้อง	0.060	สอดคล้อง
RMR	< 0.05	0.067	ไม่สอดคล้อง	0.017	สอดคล้อง

3.5.4.8 การวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์

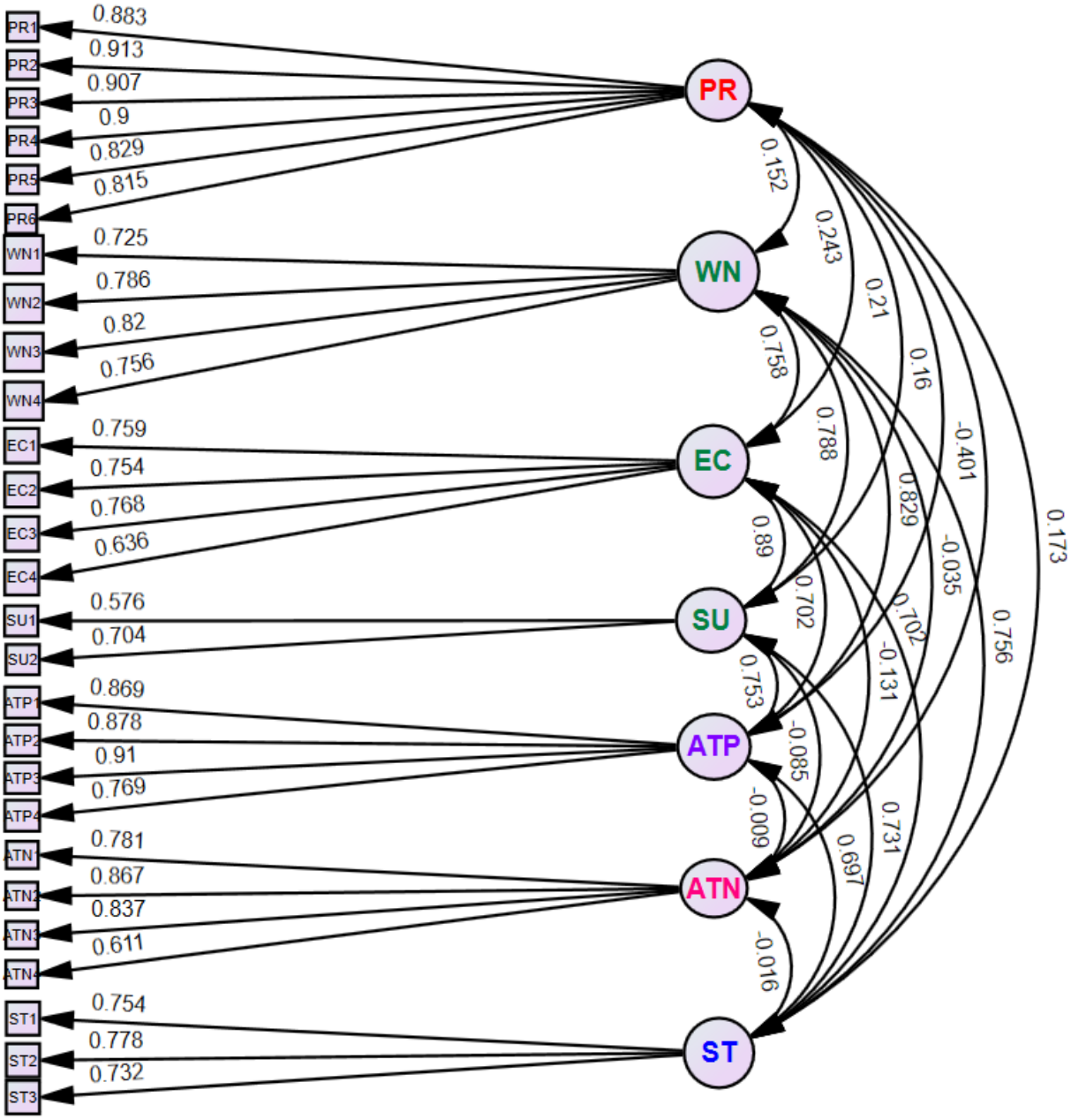
โมเดลการวัด (Measurement Model) เป็นโมเดลการวัดที่ประกอบด้วยตัวแปรแฝงและตัวสังเกต โมเดลนี้จะชี้ให้เห็นว่าเป็นโมเดลที่ตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตและตัวแปรแฝงว่ามีความสัมพันธ์กันที่จะนำมาวิเคราะห์ในโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Model) ดังนั้นค่าตัวแปรที่วัดได้จะบอกความคลาดเคลื่อนของการวัดในแต่ละตัวแปร จากการวิจัยมีตัวแปรแฝงทั้งหมด 7 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง (PR) ตัวแปรการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) ตัวแปรธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) ตัวแปรความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC) ตัวแปรความเห็นอกเห็นใจ (SU) ตัวแปรทัศนคติเชิงบวก (ATP) และตัวแปรทัศนคติเชิงลบ (ATN) และตัวแปรสังเกตทั้งหมด 27 ตัวแปร ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรสังเกต 27 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) แสดงดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 แสดงข้อคำถามและผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยัน

	Scale item	Factor loading
1. การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk: PR)		
PR1	กังวลเรื่องการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19	0.883
PR2	กังวลต่อความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด-19	0.913
PR3	กลัวว่าครอบครัวจะติดเชื้อโควิด-19	0.907
PR4	กังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่	0.900
PR5	หลีกเลี่ยงการออกจากบ้าน	0.829
PR6	ลดการทำกิจกรรมนอกบ้าน (เช่น ไปตลาดนัด ออกกำลังกายกลางแจ้ง)	0.815
2. การส่งเสริมการท่องเที่ยว (Support for Tourism: ST)		
ST1	ยินดีที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยว	0.754
ST2	สนับสนุนให้มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักท่องเที่ยว	0.778
ST3	สนับสนุนให้มีการลงทุนจากหน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนเพื่อภาคการท่องเที่ยว	0.732
3. ธรรมชาติความเป็นมิตร (Welcoming Nature: WN)		
WN1	รู้สึกยินดีที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยว	0.725
WN2	รู้สึกว่าชุมชนได้รับประโยชน์เมื่อมีนักท่องเที่ยว	0.786
WN3	รู้สึกขอบคุณนักท่องเที่ยวที่มาช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น	0.820
WN4	ปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวอย่างสุจริตและเท่าเทียม	0.756
4. ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (Emotional Closeness: EC)		
EC1	ไม่เคอะเขินที่จะเข้าไปทักทายนักท่องเที่ยวอย่างเป็นกันเอง	0.759
EC2	ยินดีผูกมิตรที่จะเป็นเพื่อนกับนักท่องเที่ยว	0.754
EC3	รู้สึกสนุกสนานที่ได้พูดคุยโต้ตอบกับนักท่องเที่ยว	0.768
EC4	คิดว่าคนในพื้นที่คนอื่นๆมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	0.636

	Scale item	Factor loading
5. ความเห็นอกเห็นใจ (Sympathetic Understanding: SU)		
SU1	ยินดีที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อพวกเขาประสบปัญหา	0.576
SU2	รู้สึกยอมรับและไม่รังเกียจนักท่องเที่ยว	0.704
6. ทัศนคติเชิงบวก (Attitudes to Positive Impacts: ATP)		
ATP1	การท่องเที่ยวสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพมากขึ้น	0.869
ATP2	การท่องเที่ยวทำให้คุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ดีขึ้น	0.878
ATP3	การท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน	0.910
ATP4	การพบปะกับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดโอกาสในการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมอื่นๆ	0.769
7. ทัศนคติเชิงลบ (Attitudes to Negative Impacts: ATN)		
ATN1	การท่องเที่ยวทำให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของคนในพื้นที่มากขึ้น	0.781
ATN2	การท่องเที่ยวทำให้เกิดการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น	0.867
ATN3	การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเพิ่มมลพิษทางทะเล	0.837
ATN4	การท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาแออัดของคนในพื้นที่	0.611

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันของตัวแปรสังเกต พิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) พบว่า มีค่า Factor loading ระหว่าง 0.576-0.913 ซึ่งตัวแปรสังเกตทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.50 (Hair et al., 2010) แสดงรายละเอียดดังภาพที่ 16



PR = การรับรู้ความเสี่ยง WN = ธรรมชาติความเป็นมิตร EC = ความใกล้ชิดทางอารมณ์ SU = ความเห็นอกเห็นใจ ATP = ทัศนคติเชิงบวก ATN = ทัศนคติเชิงลบ และ ST = การส่งเสริมการท่องเที่ยว

ภาพที่ 16 โมเดลการวัด (Measurement Model)

จากภาพที่ 16 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบวัด ซึ่งมีตัวแปรสังเกต 27 ตัวแปรหรือมีข้อคำถามจำนวน 27 ข้อนั้น หลังการปรับโมเดลโดยปรับค่า Modification indices ทำให้กรอบแนวคิดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าผ่านเกณฑ์ มีค่าสถิติเท่ากับ Relative Chi-Square = 2.037, *p*-value = 0.052, Goodness of Fit Index: GFI = 0.922, Normal Fit Index (NFI) = 0.957, Tucker-Lewis Index (TLI) = 0.966, Comparative Fit Index (CFI) = 0.977, Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.051 และ Root Mean Square Residual (RMR) = 0.025 โมเดลหลังการปรับมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด (Measurement Model) ก่อน และหลังการปรับโมเดล (Modified Model)

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ก่อนปรับโมเดล		หลังปรับโมเดล	
		ค่าสถิติ	ความสอดคล้อง	ค่าสถิติ	ความสอดคล้อง
Relative Chi-Square	< 3.00	3.818	ไม่สอดคล้อง	2.037	สอดคล้อง
p-value	> 0.05	0.000	ไม่สอดคล้อง	0.052	สอดคล้อง
GFI	> 0.90	0.822	ไม่สอดคล้อง	0.922	สอดคล้อง
NFI	> 0.90	0.896	ไม่สอดคล้อง	0.957	สอดคล้อง
TLI	> 0.90	0.908	สอดคล้อง	0.966	สอดคล้อง
CFI	> 0.90	0.921	สอดคล้อง	0.977	สอดคล้อง
RMSEA	< 0.08	0.084	ไม่สอดคล้อง	0.051	สอดคล้อง
RMR	< 0.05	0.054	ไม่สอดคล้อง	0.025	สอดคล้อง

3.5.4.8 การตรวจสอบความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity)

การตรวจสอบความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity) เป็นรายการหรือตัวชี้วัดที่มีความแปรปรวนร่วมกันเพื่อตรวจสอบว่ารายการหรือตัวชี้วัดเหล่านี้วัดตัวแปรเดียวกัน วิธีการวัดความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์มีข้อกำหนด 2 ประการดังนี้

1. น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardize Factor Loading) หากค่าของน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมีค่าสูงแสดงให้เห็นถึงการมีจุดศูนย์รวมร่วมกันสูง Hair et al. (2010) กล่าวว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.5

2. ค่า Average Variance Extracted (AVE) คือ ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนของตัวแปรสังเกต เพื่อตรวจสอบว่าแบบวัดข้อคำถามของแต่ละตัวแปรมีความแตกต่างกัน สามารถวัดผลได้ โดยสามารถอธิบายได้จากตัวแปรแฝงเมื่อเปรียบเทียบกับความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนในการวัด ซึ่งจะมีค่าเฉลี่ยความแปรปรวนค่าที่ยอมรับได้ควรมากกว่า 0.5 ในกรณีค่า AVE ประมาณ 0.4 ก็สามารถยอมรับได้ หากค่า Composite Reliability (CR) มากกว่า 0.6 (Fornell & Larcker, 1981)

การตรวจสอบความเที่ยงตรงแบบศูนย์รวมผ่านตามเกณฑ์ทั้ง 4 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง (PR) ตัวแปรการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) ตัวแปรทัศนคติเชิง (ATT) มีค่า Factor Loading ผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด (Hair et al., 2010) และตัวแปรทุกตัวแปรมีค่า Average Variance Extracted (AVE) และมีค่า Composite Reliability (CR) ผ่านเกณฑ์ทั้งหมด สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทุกตัวมีความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ ได้แก่ ตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง (PR) มีค่า Factor Loading ระหว่าง 0.815-0.913 (Hair et al., 2010) มีค่า AVE เท่ากับ 0.766 และมีค่า CR เท่ากับ 0.952 ตัวแปรการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) มีค่า Factor Loading ระหว่าง 0.732-0.778 (Hair et al., 2010) มีค่า AVE เท่ากับ 0.570 และมีค่า CR เท่ากับ 0.799 ตัวแปรความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ES) มีค่า Factor Loading ระหว่าง 0.576-0.820 (Hair et al., 2010) มีค่า AVE เท่ากับ 0.535 และมีค่า CR เท่ากับ 0.919 ตัวแปรทัศนคติ (ATT) มีค่า Factor Loading ระหว่าง 0.611-0.910 (Hair et al., 2010) มีค่า AVE เท่ากับ 0.673 และมีค่า CR เท่ากับ 0.942 แสดงดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 ความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity)

ตัวแปร	Factor loading	AVE	CR
การรับรู้ความเสี่ยง (PR)	0.815-0.913	0.766	0.952
การส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST)	0.732-0.778	0.570	0.799
ความเป็นอันหนึ่งอันเดียว (ES)	0.576-0.820	0.535	0.919
ทัศนคติ (ATT)	0.611-0.910	0.673	0.942

AVE = Average Variance Extracted (AVE) และ CR = Composite Reliability

3.5.4.9 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียรสัน (Pearson's Correlation Analysis)

จากนั้น ผู้วิจัยทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ได้แก่ ตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง (PR) ตัวแปรการส่งเสริมการท่องเที่ยว (ST) ตัวแปรธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) ตัวแปรความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC) ตัวแปรความเห็นอกเห็นใจ (SU) ตัวแปรทัศนคติเชิงบวก (ATP) และตัวแปรทัศนคติเชิงลบ (ATN) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา เพื่อประเมินตัวแปรทุกตัวที่ทำการทดสอบตามกรอบแนวคิดว่ามีความสัมพันธ์กันเพียงใด โดยผลจากการวิเคราะห์ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีค่าตั้งแต่ -0.584 ถึง 0.720 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากไปในทิศทางตรงกันข้ามจนถึงระดับสูงไปในทิศทางเดียวกัน (Hinkle et al., 1998) แสดงดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง (PR) การส่งเสริมทางการท่องเที่ยว (ST) ธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC) ความเห็นอกเห็นใจ (SU) ทัศนคติเชิงบวก (ATP) และทัศนคติเชิงลบ (ATN)

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	Tolerance	VIF
1.การรับรู้ความเสี่ยง	1							0.643	1.556
2.การส่งเสริมการท่องเที่ยว	0.159**	1							
3.ธรรมชาติความเป็นมิตร	0.159**	0.717**	1					0.281	3.561
4.ความใกล้ชิดทางอารมณ์	0.246**	0.644**	0.712**	1				0.412	2.428
5.ความเห็นอกเห็นใจ	0.164**	0.641**	0.720**	0.681**	1			0.392	2.552
6.ทัศนคติเชิงบวก	0.155**	0.644**	0.798**	0.646**	0.707**	1		0.324	3.090
7.ทัศนคติเชิงลบ	-0.584**	-0.118*	-0.110*	-0.213**	-0.106*	-0.090	1	0.650	1.539

n = 400, **$p < 0.01$, *$p < 0.05$

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง (PR) การส่งเสริมทางการท่องเที่ยว (ST) ธรรมชาติความเป็นมิตร (WN) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (EC) ความเห็นอกเห็นใจ (SU) ทัศนคติเชิงบวก (ATP) และทัศนคติเชิงลบ (ATN) พบว่าส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยสามารถอธิบายรายละเอียดดังนี้

ด้านการรับรู้ความเสี่ยง พบว่า มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.159 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ด้านธรรมชาติความเป็นมิตร พบว่า มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.717 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ด้านความใกล้ชิดทางอารมณ์ พบว่า มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.644 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ด้านความเห็นอกเห็นใจ พบว่า มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.641 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ด้านทัศนคติเชิงบวก พบว่า มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.644 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ด้านทัศนคติเชิงลบ พบว่า มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.018 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.188 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

นอกจากนี้ ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยค่า Tolerance มีค่า ระหว่าง 0.281-0.650 และ VIF พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 1.539–3.561 ซึ่งน้อยกว่า 5 และค่า Tolerance ของตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.2 จึงยืนยันได้ว่าตัวแปรทั้ง 7 ตัวแปร คือ การรับรู้ความเสี่ยง การส่งเสริมทางการท่องเที่ยว ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ ความเห็นอกเห็นใจ

ทัศนคติเชิงบวก และทัศนคติเชิงลบ ไม่มีความสัมพันธ์ทางตรงต่อกัน ตามเกณฑ์อ้างอิงของ (Field, 2013)

3.6 ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยทำการดำเนินการวิจัย โดยเริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2564 ถึงเดือนมิถุนายน 2565 มีรายละเอียดระยะเวลาการดำเนินงาน แสดงดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

การดำเนินงาน	พ.ศ. 2564						พ.ศ. 2565					
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.
1. ทบทวนวรรณกรรม												
2. กำหนดปัญหาวิจัย												
3. จัดทำโครงร่างวิจัย												
4. จัดทำแบบสอบถามวิจัย												
5. เก็บข้อมูล												
6. วิเคราะห์ข้อมูล												
7. เขียนรายงานวิจัย												
8. นำเสนอผลงานวิจัย												

3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ดังนี้

3.7.1 ผู้วิจัยดำเนินการจัดส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังหน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่นในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ได้แก่ 1. เทศบาลตำบลเกาะลันตาใหญ่ 2. องค์การบริหารส่วนตำบล เกาะลันตาน้อย 3. องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะกลาง 4. องค์การบริหารส่วนตำบลคลองยาง และ 5. เทศบาลตำบลศาลาด่าน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง โดยเฉลี่ยตำบลละ 80 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

3.7.2 ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร โดยใช้แจกแบบสอบถามรูปแบบกระดาษ

3.7.3 ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม พร้อมบันทึกข้อมูลทั้งหมด 2 เดือน โดยรวบรวมข้อมูลโดยพิจารณาตามประเภทของตัวแปร

3.7.4 ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของแบบสอบถามก่อนทำการวิเคราะห์ข้อมูล

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องตามขั้นตอน ดังนี้

3.8.1 รวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากแบบสอบถามอีกครั้ง

3.8.2 วิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

3.8.3 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อศึกษาถึงระดับการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ การส่งเสริมการท่องเที่ยว ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ ความเห็นอกเห็นใจ และทัศนคติที่มีผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว ซึ่งดำเนินการวิเคราะห์ในส่วนของสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติพรรณนาได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาจัดหมวดหมู่ตามประเภทและกำหนดค่าอันตรภาคชั้นในการกำหนดช่วง โดยการใช้คำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้นและสูตรการคำนวณ (วิชิต อู่อ้น, 2548) ดังนี้

ความกว้างอันตรภาคชั้น = (คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด) /จำนวนชั้น

= (5-1) / 5

= 0.8

นำค่าเฉลี่ยที่ได้จากการคำนวณหาอัตราภาคชั้น มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยสามารถแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00-1.80 หมายความว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81-2.60 หมายความว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61-3.40 หมายความว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41-4.20 หมายความว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21-5.00 หมายความว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

3.8.4 นำข้อมูลจากแบบสอบถาม มาแยกหมวดหมู่ตามประเภทการวัดตัวแปร และดำเนินการวิเคราะห์ในส่วนของสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และ AMOS โดยการกำหนดโมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (Structural Equation Modeling: SEM) ในการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวแปร และการวิเคราะห์อิทธิพลหรือวิเคราะห์เชิงวิธี (Path analysis)

1. โมเดลการวัด (Measurement model) ที่แสดงความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกต โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) เพื่อใช้ทดสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลตามทฤษฎีและข้อมูลเชิงประจักษ์

2. โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) มีการวิเคราะห์อิทธิพลหรือวิเคราะห์เชิงวิธี (Path analysis) หาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปร การวิเคราะห์สมการโครงสร้างเพื่อตรวจสอบความตรงของโมเดลและระบุขนาดและอิทธิพลเชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรในโมเดล เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกตัวในโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ และวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Effect)

3.8.5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์ของเพียร์สัน (Pearson’s Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ +1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง แต่หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึง การมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยหรือไม่มีเลย สำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หาก r มีเครื่องหมายบวก หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน หาก r มีเครื่องหมายลบ หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางตรงกันข้าม (Hinkle et al., 1998) โดย มีเกณฑ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่วัดระดับความสัมพันธ์ ดังนี้

-0.90 ถึง -1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมากและมีทิศทางตรงกันข้าม
-0.70 ถึง -0.90 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูงและมีทิศทางตรงกันข้าม
-0.50 ถึง -0.70 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและมีทิศทางตรงกันข้าม
-0.30 ถึง -0.50 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและมีทิศทางตรงกันข้าม
0.00 ถึง -0.30 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและมีทิศทางตรงกันข้าม
0.00 ถึง 0.30 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและมีทิศทางเดียวกัน
0.30 ถึง 0.50 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและไปในทิศทางเดียวกัน
0.50 ถึง 0.70 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและไปในทิศทางเดียวกัน
0.70 ถึง 0.90 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูงและไปในทิศทางเดียวกัน

0.90 ถึง 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมากและไปในทิศทางเดียวกัน

3.8.6 ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และทำการปรับโมเดล (Model modification) เพื่อให้ข้อมูลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดย ยอมให้ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Variance) มีความสัมพันธ์กันได้ตามความเป็นจริง โดยใช้เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องของโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีดังนี้

3.8.6.1 ค่าไค-สแควร์ (Chi-square Statistics) คือ ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ทางสถิติว่า ฟังก์ชันความสอดคล้องมีค่าเป็นศูนย์ หรือเข้าใกล้ศูนย์ ค่า p จะต้องมากกว่า 0.05 จึงถือว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3.8.6.2 ดัชนีระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) คือ อัตราส่วนของผลต่างระหว่างฟังก์ชันความสอดคล้องจากตัวแบบก่อนและหลังปรับตัวแบบ กับฟังก์ชันความสอดคล้องก่อนปรับตัวแบบ ค่าดัชนี GFI ควรมีค่ามากกว่าหรือเข้าใกล้ 0.80 (Baumgartner & Homburg, 1996; Doll et al., 1994) โดยถ้าค่าดัชนี GFI ยิ่งมีค่า ใกล้ 1 แสดงว่าโมเดลยิ่งมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Hair et al., 2010)

3.8.6.3 ดัชนีความสอดคล้องสัมพันธ์ (Comparative Fit Index: CFI) เป็นดัชนีที่พัฒนามาจาก NFI ของ Bentler and Bonett (1980) โดยค่า CFI หากมีค่าระหว่าง 0-1 ซึ่งมีค่า ใกล้ 1 (> 0.9) แสดงว่าตัวแบบตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3.8.6.4 ค่ารากของค่าเฉลี่ยยกกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standardized Root Mean Squared Residual: Standard RMR) เป็นค่าบอกความคลาดเคลื่อนของตัวแบบ หากมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3.8.6.5 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) เป็นค่าที่บ่งบอกถึงความไม่สอดคล้องของตัวแบบที่สร้างขึ้น กับเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมของประชากร ควรมีค่าน้อยกว่า 0.08 (Browne & Cudeck, 1992) แสดงว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Diamantopoulos & Siguaw, 2000)

3.8.7 การวิเคราะห์การส่งผ่าน (Testing for Mediating) ของตัวแปรส่งผ่าน (Mediator Variable) เพื่อศึกษาอิทธิพลส่งผ่านจากตัวแปรอิสระไปยังตัวแปรตาม เพื่อสามารถเข้าใจผลลัพธ์ที่

เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม การวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่านผู้วิจัยได้ใช้หลักเกณฑ์ของ Baron and Kenny (1986) และ Hair et al. (2010) กล่าวว่า ตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Variable) คือ ตัวแปรที่ทำหน้าที่อธิบาความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของปัจจัยสาเหตุที่อยู่ต้นทาง (ตัวแปรอิสระ) ไปสู่ปัจจัยผลที่อยู่ปลายทาง (ตัวแปรตาม) ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาว่าตัวแปรนั้น ๆ จะเป็นตัวแปรส่งผ่านหรือไม่ โดยพิจารณาจากค่าอิทธิพลรวม (Total Effect) ของโมเดลเมื่อเพิ่มตัวแปรส่งผ่านเข้าแทรกระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามจะต้องมีค่าสัมประสิทธิ์ลดลง (สัมประสิทธิ์เส้นทาง c’ < สัมประสิทธิ์เส้นทาง c) และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง a และ b ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติ (Baron & Kenny, 1986) โดยมีเกณฑ์ ดังนี้

1) ถ้าค่า c’ ลดลงจนเข้าสู่ระดับไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง a และ b ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) แสดงว่าเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ (Complete Mediation) หรือ (Full Mediation)
2) ถ้าค่า c’ ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง a และ b มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) แสดงว่าเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน (Partial Mediation)
3) ถ้าไม่ได้อยู่ในเกณฑ์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 แสดงว่า การส่งผ่านนั้นไม่ถูกสนับสนุนหรืออาจกล่าวได้ว่า ตัวแปรนั้นๆ ไม่มีอิทธิพลของการส่งผ่าน (No Mediation)

มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาถึงอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ คนในพื้นที่ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ โดยกลุ่มตัวอย่างจะต้องมีอายุ 20 ปีขึ้นไป และต้องเป็นผู้อาศัยอยู่ในอำเภอเกาะลันตาอย่างน้อย 3 ปี ขึ้นไป ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research methods) โดยการเก็บข้อมูล กระบี่ โดยแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยตำบลละ 80 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง และตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด ด้วยค่าสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และ AMOS ในการวิเคราะห์ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) และวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) โดยผลการวิจัยจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแปรผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. การวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลการรับรู้ความเสี่ยง การส่งเสริมการท่องเที่ยว ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ทัศนคติเชิงบวก และทัศนคติเชิงลบ โดยใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต (Observed Variable) กับตัวแปรแฝง (Latent Variable) และเพื่อทดสอบตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Effect)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สัญลักษณ์แทนชื่อสัญลักษณ์แทนค่า ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่า

สัญลักษณ์ตัวแปรแฝง

PR	หมายถึง	การรับรู้ความเสี่ยง
ST	หมายถึง	การส่งเสริมการท่องเที่ยว
WN	หมายถึง	ธรรมชาติความเป็นมิตร
EC	หมายถึง	ความใกล้ชิดทางอารมณ์
SU	หมายถึง	ความเห็นอกเห็นใจ
ATP	หมายถึง	ทัศนคติเชิงบวก
ATN	หมายถึง	ทัศนคติเชิงลบ

สัญลักษณ์ของตัวแปรสังเกต 27 ตัวแปร

PR1	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่กังวลเรื่องการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19
PR2	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่กังวลต่อความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด-19
PR3	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่กลัวว่าครอบครัวจะติดเชื้อโควิด-19
PR4	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่กังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่
PR5	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่หลีกเลี่ยงการออกจากบ้าน
PR6	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่ลดการทำกิจกรรมนอกบ้าน (เช่น ไปตลาดนัด ออกกำลังกายกลางแจ้ง)
ST1	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่ยินดีที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยว
ST2	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่สนับสนุนให้มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักท่องเที่ยว
ST3	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่สนับสนุนให้มีการลงทุนจากหน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนเพื่อภาคการท่องเที่ยว

WN1	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่รู้สึกยินดีที่ขนักท่องเที่ยวมาเที่ยว
WN2	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่รู้สึกว่าชุมชนได้รับประโยชน์เมื่อมีนักท่องเที่ยว
WN3	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่รู้สึกขอบคุณนักท่องเที่ยวที่มาช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น
WN4	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่ปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวอย่างสุจริตและเท่าเทียม
EC1	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่ไม่เคอะเขินที่จะเข้าไปทักทายนักท่องเที่ยวอย่างเป็นกันเอง
EC2	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่ยินดีผูกมิตรที่จะเป็นเพื่อนกับนักท่องเที่ยว
EC3	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่รู้สึกสนุกสนานที่ได้พูดคุยโต้ตอบกับนักท่องเที่ยว
EC4	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่คิดว่าคนในพื้นที่คนอื่นๆมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว
SU1	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่ยินดีที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อพวกเขาประสบปัญหา
SU2	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่รู้สึกยอมรับและไม่รังเกียจนักท่องเที่ยว
ATP1	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่คิดว่าการท่องเที่ยวสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพมากขึ้น
ATP2	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่คิดว่าการท่องเที่ยวทำให้คุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ดีขึ้น
ATP3	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่คิดว่าการท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน
ATP4	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่คิดว่าการพบปะกับ

		นักท่องเที่ยวทำให้เกิดโอกาสในการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมอื่นๆ
ATN1	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่คิดว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของคนในพื้นที่มากขึ้น
ATN2	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่คิดว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น
ATN3	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่คิดว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดการเพิ่มมลพิษทางทะเล
ATN4	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้คนในพื้นที่คิดว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาแออัดของคนในพื้นที่

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลคัดกรองเบื้องต้นก่อนทำแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลคัดกรองเบื้องต้นก่อนทำแบบสอบถาม คือ ระยะเวลาการอาศัยอยู่ในอำเภอเกาะลันตา 3 ปีขึ้นไป และการตอบรับหรือปฏิเสธในการให้ข้อมูล โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ในส่วนข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ด้วยค่าสถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage) แสดงดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะของกลุ่มตัวอย่างการวิเคราะห์ข้อมูลคัดกรองเบื้องต้นก่อนทำแบบสอบถาม (n=400)

ข้อมูลคัดกรองเบื้องต้น	จำนวน	ร้อยละ
คนอำเภอเกาะลันตาโดยกำเนิด	355	88.40
ย้ายถิ่นฐานเข้ามาประกอบอาชีพในอำเภอเกาะลันตา ปัจจุบันเป็นเวลา	45	11.60
3 ปี	8	2.00
4 ปี	5	1.30
5 ปี	5	1.30
6 ปี	1	0.30
8 ปี	4	1.00
10 ปี	8	2.00
11 ปี	2	0.50
14 ปี	3	0.80
15 ปี	2	0.50
17 ปี	1	0.30
20 ปี	5	1.30
30 ปี	1	0.30
รวมทั้งหมด	**400**	**100.00**
ตอบรับการให้ข้อมูล	400	100.00
ปฏิเสธในการให้ข้อมูล	0	0
รวมทั้งหมด	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคัดกรองเบื้องต้นก่อนทำแบบสอบถาม จำนวน 400 คน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นคนอำเภอเกาะลันตาโดยกำเนิด จำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.40 และเป็นผู้ย้ายถิ่นฐานมาประกอบอาชีพในอำเภอเกาะลันตา จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60 แบ่งเป็น 3 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 4 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 5 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 6 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 8 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 10 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 11 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 14 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 15 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 17 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 20 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 และ 30 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30

ผู้ตอบแบบสอบถามตอบรับการให้ข้อมูล จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ จำนวน 400 ราย โดยข้อมูลจะประกอบไปด้วย ตำบลที่อาศัยอยู่ในเกาะลันตา เพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้หลักมาจากการประกอบอาชีพ และความถี่ในการพบเจอกับนักท่องเที่ยว โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ในส่วนข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ด้วยค่าสถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage) แสดงดังตารางที่ 26

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะของกลุ่มตัวอย่างการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=400)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ตำบล		
เกาะลันตาใหญ่	80	20.00
เกาะลันตาน้อย	80	20.00
เกาะกลาง	80	20.00
คลองยาง	80	20.00
ศาลาด่าน	80	20.00
รวมทั้งหมด	**400**	**100.00**

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง (n=400) (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	210	52.50
หญิง	190	47.50
อื่นๆ	0	0
รวมทั้งหมด	**400**	**100.00**
อายุ		
20 ปี	2	0.50
21 ปี	1	0.30
22 ปี	2	0.50
23 ปี	2	0.50
24 ปี	4	1.00
25 ปี	15	3.80
26 ปี	7	1.80
27 ปี	1	0.30
28 ปี	18	4.50
29 ปี	12	3.00
30 ปี	20	5.00
31 ปี	8	2.00
32 ปี	21	5.30
33 ปี	5	1.30
34 ปี	9	2.30
35 ปี	22	5.50
36 ปี	7	1.80
37 ปี	11	2.80
38 ปี	9	2.30
39 ปี	13	3.30
40 ปี	30	7.50
41 ปี	12	3.00

มหาวิทยาลัยศิลปากร

42 ปี	18	4.50
43 ปี	8	2.00
44 ปี	10	2.50
45 ปี	20	5.00
46 ปี	4	1.00
47 ปี	9	2.30
48 ปี	6	1.50
49 ปี	2	0.50
50 ปี	16	4.00
51 ปี	5	1.30
52 ปี	6	1.50
53 ปี	7	1.80
54 ปี	4	1.00
55 ปี	4	1.00
56 ปี	5	1.30
57 ปี	5	1.30
59 ปี	4	1.00
60 ปี	6	1.50
61 ปี	2	0.50
62 ปี	4	1.00
63 ปี	3	0.80
64 ปี	4	1.00
65 ปี	2	0.50
66 ปี	3	0.80
68 ปี	4	1.00
69 ปี	2	0.50
70 ปี	1	0.30
74 ปี	1	0.30
77 ปี	1	0.30
82 ปี	1	0.30
84 ปี	1	0.30

มหาวิทยาลัยศิลปากร

91 ปี	1	0.30
รวมทั้งหมด	**400**	**100.00**
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษา	45	11.20
มัธยมศึกษาตอนต้น	60	15.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	84	21.00
อนุปริญญา/ปวส.	37	9.30
ปริญญาตรี	160	40.00
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	14	3.50
รวมทั้งหมด	**400**	**100.00**
ศาสนา		
พุทธ	78	19.40
อิสลาม	315	78.80
นับถือบรรพบุรุษ/ผี	0	0
คริสต์	7	1.80
อื่นๆ	0	0
ไม่มีศาสนา	0	0
รวมทั้งหมด	**400**	**100.00**
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
ต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน	197	49.20
15,001 – 25,000 บาท/เดือน	122	30.50
25,001 – 35,000 บาท/เดือน	65	16.30
35,001 – 50,000 บาท/เดือน	14	3.50
มากกว่า 50,000 บาท/เดือน	2	0.50
รวมทั้งหมด	**400**	**100.00**
รายได้หลักมาจากการประกอบอาชีพ		
อาชีพเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะลันตา	83	20.80
อาชีพทำการประมง	10	2.50
อาชีพรับจ้างทั่วไป	77	19.30

อาชีพค้าขาย	86	21.50
อาชีพเกษตรกรรม	47	11.70
อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	69	17.20
อื่นๆ	28	7.00
ธุรกิจส่วนตัว (ร้านอาหาร)	15	3.70
ข้าราชการบำนาญ	3	0.80
พนักงานอัตราจ้าง/ลูกจ้างชั่วคราว	10	2.50
รวมทั้งหมด	**400**	**100.00**
ความถี่ในการพบเจอกับนักท่องเที่ยว		
บ่อยมาก	165	41.30
บ่อย	145	36.30
นานๆ ครั้ง	86	21.40
ไม่เคยพบเจอเลย	4	1.00
รวมทั้งหมด	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 26 ผลการศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน

ด้านตำบล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่ในตำบลเกาะลันตาใหญ่ 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตำบลเกาะลันตาน้อย 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตำบลเกาะกลาง 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตำบลคลองยางจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และตำบลศาลาด่านจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 และเพศหญิงจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50

ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุตั้งแต่ 20-91 ปี ได้แก่ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือมีอายุ 40 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 รองลงมามีอายุ 35 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 มีอายุ 32 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 มีอายุ 30 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 มีอายุ 45 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 มีอายุ 28 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 มีอายุ 42 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 มีอายุ 50 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 มีอายุ 25 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 มีอายุ 39 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 มีอายุ 29 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 มีอายุ 41 ปี จำนวน 12 คน คิด

เป็นร้อยละ 3.00 มีอายุ 37 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 มีอายุ 44 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 มีอายุ 34 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 มีอายุ 38 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 มีอายุ 47 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 มีอายุ 31 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 มีอายุ 43 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 มีอายุ 26 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 มีอายุ 36 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 มีอายุ 53 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 มีอายุ 48 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 มีอายุ 60 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 มีอายุ 33 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 มีอายุ 51 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 มีอายุ 56 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 มีอายุ 57 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 มีอายุ 24 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 มีอายุ 46 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 มีอายุ 54 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 มีอายุ 55 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 มีอายุ 59 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 มีอายุ 62 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 มีอายุ 64 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 มีอายุ 68 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 มีอายุ 63 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 มีอายุ 20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 มีอายุ 22 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 มีอายุ 23 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 มีอายุ 49 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 มีอายุ 61 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 มีอายุ 65 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 มีอายุ 69 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 มีอายุ 21 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 มีอายุ 27 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 มีอายุ 70 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 มีอายุ 74 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 มีอายุ 77 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 มีอายุ 82 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 มีอายุ 84 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 และมีอายุ 91 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา คือ ระดับระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ระดับประถมศึกษา จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 และระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ด้านศาสนา พบว่า โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามนับถือศาสนาอิสลาม จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.80 รองลงมานับถือศาสนาพุทธ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.40 นับถือศาสนาคริสต์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20 รองลงมา มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท/เดือน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท/เดือน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.30 มีรายได้ 35,001 – 50,000 บาท/เดือน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และมีรายได้มากกว่า 50,000 บาท/เดือน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ด้านรายได้หลักมาจากการประกอบอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้หลักมาจากการประกอบอาชีพค้าขาย จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 รองลงมา คือ อาชีพเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะลันตา จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 อาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 อาชีพเกษตรกรรม จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 อาชีพอื่นๆ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 (ธุรกิจส่วนตัว -ร้านอาหาร จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.70 พนักงานอัตราจ้าง/ลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และข้าราชการบำนาญ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80) และอาชีพทำการประมง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ด้านความถี่ของการพบเจอนักท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการพบเจอนักท่องเที่ยวบ่อยมาก จำนวน 165 คิดเป็นร้อยละ 41.30 รองลงมา คือ พบเจอบ่อย จำนวน 145 คิดเป็นร้อยละ 36.30 พบเจอนาน ๆ ครั้ง จำนวน 86 คิดเป็นร้อยละ 21.40 และไม่เคยพบเจอเลย จำนวน 4 คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง การส่งเสริมการท่องเที่ยว ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ทัศนคติเชิงบวก และทัศนคติเชิงลบ ของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

แบบสอบถามด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีข้อคำถามทั้งหมด จำนวน 6 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แสดงดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (n= 400)

ด้านการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่	S.D.	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. กังวลเรื่องการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19	0.98	4.19	มาก
2. กังวลต่อความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด-19	0.97	4.17	มาก
3. กลัวว่าครอบครัวจะติดเชื้อโควิด-19	0.99	4.17	มาก
4. กังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา	1.00	4.19	มาก
5. หลีกเลี่ยงการออกจากบ้าน	1.18	3.92	มาก
6. ลดการทำกิจกรรมนอกบ้าน (เช่น ไปตลาดนัด ออกกำลังกายกลางแจ้ง)	1.19	3.96	มาก
รวมทั้งหมด	**0.95**	**4.10**	**มาก**

จากตารางที่ 27 พบว่า ค่าเฉลี่ยของข้อมูลด้านการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ อยู่ในระดับมากทุกข้อคำถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดของด้านการรับรู้ความเสี่ยง คือ ข้อคำถาม “กังวลเรื่องการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19” และ “กังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา” อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมาคือ “กังวลต่อความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด-19” และ “กลัวว่า

ครอบครัวจะติดเชื้อโควิด-19” อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 “ลดการทำกิจกรรมนอกบ้าน (เช่น ไปตลาดนัด ออกกำลังกายกลางแจ้ง)” อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และ “หลีกเลี่ยงการออกจากบ้าน” อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ตามลำดับ

4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

แบบสอบถามด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีข้อคำถามทั้งหมด จำนวน 3 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แสดงดังตารางที่ 28

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (n=400)

ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่	S.D.	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ยินดีที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยว	0.97	4.31	มากที่สุด
2. สนับสนุนให้มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักท่องเที่ยว	0.99	4.27	มากที่สุด
3. สนับสนุนให้มีการลงทุนจากหน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนเพื่อภาคการท่องเที่ยว	0.85	4.35	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	0.87	4.31	มากที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า ค่าเฉลี่ยของข้อมูลด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อคำถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดของด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ ข้อคำถาม “สนับสนุนให้มีการลงทุนจากหน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนเพื่อภาคการท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาคือ “ยินดีที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และ “สนับสนุนให้มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ตามลำดับ

4.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับธรรมชาติความเป็นมิตรของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

แบบสอบถามด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับธรรมชาติความเป็นมิตรของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีข้อคำถามทั้งหมด จำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แสดงดังตารางที่ 29

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยธรรมชาติความเป็นมิตรของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (n=400)

ด้านธรรมชาติความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่	S.D.	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. รู้สึกยินดีที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยว	0.77	4.55	มากที่สุด
2. รู้สึกว่าชุมชนได้รับประโยชน์เมื่อมีนักท่องเที่ยว	0.80	4.50	มากที่สุด
3. รู้สึกขอบคุณนักท่องเที่ยวที่มาช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น	0.74	4.54	มากที่สุด
4. ปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวอย่างสุจริตและเท่าเทียม	0.67	4.58	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	**0.69**	**4.54**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 29 พบว่า ค่าเฉลี่ยของข้อมูลด้านธรรมชาติความเป็นมิตรของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อคำถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดของด้านธรรมชาติความเป็นมิตร คือ ข้อคำถาม “ปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวอย่างสุจริตและเท่าเทียม” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมาคือ “รู้สึกยินดีที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 “รู้สึกขอบคุณนักท่องเที่ยวที่มาช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และ “รู้สึกว่าชุมชนได้รับประโยชน์เมื่อมีนักท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ตามลำดับ

4.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความใกล้ชิดทางอารมณ์ของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

แบบสอบถามด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความใกล้ชิดทางอารมณ์ของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีข้อคำถามทั้งหมด จำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แสดงดังตารางที่ 30

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยความใกล้ชิดทางอารมณ์ของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (n=400)

ด้านความใกล้ชิดทางอารมณ์ของคนในพื้นที่ อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่	**S.D.**	**ค่าเฉลี่ย**	**แปลผล**
1. ไม่เคอะเขินที่จะเข้าไปทักทายนักท่องเที่ยวอย่างเป็นกันเอง	0.95	4.22	มากที่สุด
2. ยินดีผูกมิตรที่จะเป็นเพื่อนกับนักท่องเที่ยว	0.83	4.32	มากที่สุด
3. รู้สึกสนุกสนานที่ได้พูดคุยโต้ตอบกับนักท่องเที่ยว	0.99	4.15	มาก
4. คิดว่าคนในพื้นที่คนอื่นๆมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว	0.75	4.41	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	**0.79**	**4.28**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 30 พบว่า ค่าเฉลี่ยของข้อมูลด้านความใกล้ชิดทางอารมณ์ของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดของด้านความใกล้ชิดทางอารมณ์ คือ ข้อคำถาม “คิดว่าคนในพื้นที่คนอื่นๆมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมาคือ “ยินดีผูกมิตรที่จะเป็นเพื่อนกับนักท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 “ไม่เคอะเขินที่จะเข้าไปทักทายนักท่องเที่ยวอย่างเป็นกันเอง” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และ “รู้สึกสนุกสนานที่ได้พูดคุยโต้ตอบกับนักท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ตามลำดับ

4.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความเห็นอกเห็นใจของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

แบบสอบถามด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความเห็นอกเห็นใจของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีข้อคำถามทั้งหมด จำนวน 2 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แสดงดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นอกเห็นใจของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (n= 400)

ด้านความเห็นอกเห็นใจของคนในพื้นที่ อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่	S.D.	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ยินดีที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อพวกเขาประสบปัญหา	0.63	4.57	มากที่สุด
2. รู้สึกยอมรับและไม่รังเกียจนักท่องเที่ยว	0.77	4.43	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	**0.65**	**4.50**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 31 พบว่า ค่าเฉลี่ยของข้อมูลด้านความเห็นอกเห็นใจของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อคำถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดของด้านความเห็นอกเห็นใจ คือ ข้อคำถาม “ยินดีที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อพวกเขาประสบปัญหา” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลงมาคือ “รู้สึกยอมรับและไม่รังเกียจนักท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ตามลำดับ

4.2.6 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

แบบสอบถามด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีข้อคำถามทั้งหมด จำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แสดงดังตารางที่ 32

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติเชิงบวกของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (n=400)

ด้านทัศนคติเชิงบวกของคนในพื้นที่ อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่	S.D.	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. การท่องเที่ยวสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพมากขึ้น	0.62	4.65	มากที่สุด
2. การท่องเที่ยวทำให้คุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ดีขึ้น	0.66	4.58	มากที่สุด
3. การท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน	0.68	4.59	มากที่สุด
4. การพบปะกับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดโอกาสในการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมอื่นๆ	0.72	4.52	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	**0.61**	**4.58**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 32 พบว่า ค่าเฉลี่ยของข้อมูลด้านทัศนคติเชิงบวกของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อคำถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดของด้านทัศนคติเชิงบวก คือ ข้อคำถาม “การท่องเที่ยวสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพมากขึ้น” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 รองลงมาคือ “การท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 “การท่องเที่ยวทำให้คุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ดีขึ้น” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และ “การพบปะกับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดโอกาสในการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมอื่นๆ” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ตามลำดับ

4.2.7 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติเชิงลบของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

แบบสอบถามด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติเชิงลบของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีข้อคำถามทั้งหมด จำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แสดงดังตารางที่ 33

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติเชิงลบของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (n=400)

ด้านทัศนคติเชิงลบของคนในพื้นที่ อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่	S.D.	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. การท่องเที่ยวทำให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของคนในพื้นที่มากขึ้น	1.023	2.37	น้อย
2. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น	1.140	2.64	ปานกลาง
3. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเพิ่มมลพิษทางทะเล	1.087	2.46	น้อย
4. การท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาแออัดของคนในพื้นที่	1.104	2.11	น้อย
รวมทั้งหมด	**0.93**	**2.40**	**น้อย**

จากตารางที่ 33 พบว่า ค่าเฉลี่ยของข้อมูลด้านทัศนคติเชิงลบของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดของด้านทัศนคติเชิงลบ คือ ข้อคำถาม “การท่องเที่ยวทำให้เกิดการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น” อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 รองลงมาคือ “การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเพิ่มมลพิษทางทะเล” อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 “การท่องเที่ยวทำให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของคนในพื้นที่มากขึ้น” อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.37 และ “การท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาแออัดของคนในพื้นที่” อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40 ตามลำดับ

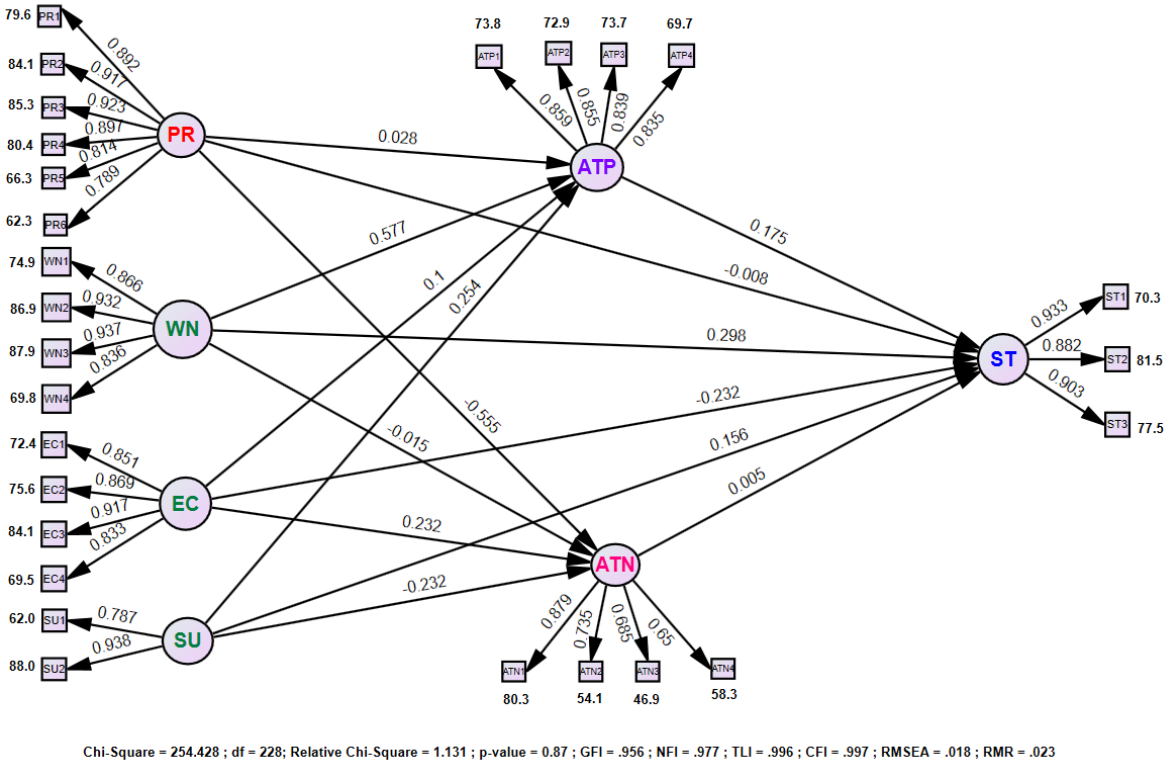
4.3 การวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์ โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

4.3.1 โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ผลการวิเคราะห์อิทธิพล (Part Analysis) ความสัมพันธ์ตามโมเดลสมการโครงสร้างที่ปรับใหม่ตามสมมติฐานแสดงอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา

จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรและหาอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Effect) แสดงรายละเอียดดังภาพที่ 17



ภาพที่ 17 โมเดลสมการโครงสร้างปรับใหม่แสดงอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน กับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากการวิเคราะห์กรอบแนวคิดตามสมมติฐาน (Hypothesized Model) ก่อนการปรับโมเดล มีค่าสถิติเท่ากับ Relative Chi-Square = 3.709, *p*-value = 0.000, Goodness of Fit Index: GFI = 0.826, Normal Fit Index (NFI) = 0.899, Tucker-Lewis Index (TLI) = 0.912, Comparative Fit Index (CFI) = 0.924, Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.082 และ Root Mean Square Residual (RMR) = 0.044 หลังการปรับโมเดล พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องผ่านเกณฑ์การพิจารณา มีค่าสถิติเท่ากับ Relative Chi-Square = 1.131, *p*-value = 0.087, Goodness of Fit Index: GFI = 0.956, Normal Fit Index (NFI) = 0.977, Tucker-Lewis Index (TLI) = 0.996, Comparative Fit Index (CFI) = 0.997, Root Mean Square Error

of Approximation (RMSEA) = 0.018 และ Root Mean Square Residual (RMR) = 0.023 โมเดลหลังการปรับมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงดังตารางที่ 34

ตารางที่ 34 สรุปผลการเปรียบเทียบค่าสถิติของโมเดลระหว่างข้อมูลเชิงประจักษ์กับโมเดลสมมติฐาน (Hypothesized Model) และรูปแบบที่ปรับใหม่ (Modified Model)

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ก่อนปรับโมเดล		หลังปรับโมเดล	
		ค่าสถิติ	ความสอดคล้อง	ค่าสถิติ	ความสอดคล้อง
Relative Chi-Square	< 3.00	3.709	ไม่สอดคล้อง	1.131	สอดคล้อง
p-value	> 0.05	0.000	ไม่สอดคล้อง	0.087	สอดคล้อง
GFI	> 0.90	0.826	ไม่สอดคล้อง	0.956	สอดคล้อง
NFI	> 0.90	0.899	ไม่สอดคล้อง	0.977	สอดคล้อง
TLI	> 0.90	0.912	สอดคล้อง	0.996	สอดคล้อง
CFI	> 0.90	0.924	สอดคล้อง	0.997	สอดคล้อง
RMSEA	< 0.08	0.082	ไม่สอดคล้อง	0.018	สอดคล้อง
RMR	< 0.05	0.044	สอดคล้อง	0.023	สอดคล้อง

4.3.2.1 การทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาถึงอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้างในการทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 35

ตารางที่ 35 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

	เส้นทาง (Path)	β	t-value	ผลการวิเคราะห์
H1	PR -> ST	0.045	-0.165	ไม่สนับสนุน
H2a	WN -> ST	0.169	2.874**	สนับสนุน
H2b	EC -> ST	0.102	3.304***	สนับสนุน
H2c	SU -> ST	0.100	1.963*	สนับสนุน

หมายเหตุ: 1) * หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) (1.96 ≤ t-value < 2.576) 2) ** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$) (t-value ≥ 2.576) 3) *** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($p < 0.001$) (t-value ≥ 3.291) 4) PR = การรับรู้ความเสี่ยง 5) ST = การส่งเสริมการท่องเที่ยว 6) WN = ธรรมชาติความเป็นมิตร 7) EC = ความใกล้ชิดทางอารมณ์ 8) SU = ความเห็นอกเห็นใจ

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 35 งานวิจัยครั้งนี้มีสมมติฐานทดสอบตัวแปรอิสระ (การรับรู้ความเสี่ยง ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) และตัวแปรตาม (การส่งเสริมการท่องเที่ยว) ได้ 2 สมมติฐาน จากผลการวิจัยโดยการวิเคราะห์โมเดลเชิงยืนยัน พบว่า

สมมติฐานที่ 1 การศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ พบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์ยังไม่สนับสนุนความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ (β_1 = 0.045, t = -0.165, $p > 0.05$) ซึ่งผลการวิจัยนี้ สามารถอธิบายได้ว่า คนในพื้นที่ให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ แม้ว่าจะรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

สมมติฐานที่ 2 การศึกษาอิทธิพลของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

สมมติฐานที่ 2a การศึกษาอิทธิพลของธรรมชาติความเป็นมิตรที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ พบว่า ธรรมชาติความเป็นมิตรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β_2 = 0.169, t = 2.874, $p < 0.01$) ดังนั้น ผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ สามารถอธิบายได้ว่า คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีธรรมชาติความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว จึงส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ว่าเป็นในทิศทางบวก

สมมติฐานที่ 2b การศึกษาอิทธิพลของความใกล้ชิดทางอารมณ์ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ พบว่า ความใกล้ชิดทางอารมณ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β_3 = 0.102, t = 3.304, $p < 0.001$) ดังนั้น ผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ สามารถอธิบายได้ว่า คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีความใกล้ชิดทางอารมณ์ต่อนักท่องเที่ยว จึงส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ว่าเป็นในทิศทางบวก

สมมติฐานที่ 2c การศึกษาอิทธิพลของความเห็นอกเห็นใจที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ พบว่า ความเห็นอกเห็นใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β_4 = 0.100, t = 1.963, $p < 0.05$) ดังนั้น ผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ สามารถอธิบายได้ว่า คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีความเห็นอกเห็นใจต่อนักท่องเที่ยว จึงส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ว่าเป็นในทิศทางบวก

การวิเคราะห์บุพปัจจัยทั้งหมดที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวคือ ธรรมชาติความเป็นมิตร (TE = 0.399) รองลงมาคือ ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (TE = 0.248) ความเห็นอกเห็นใจ (TE = 0.202) และการรับรู้ความเสี่ยง (TE = -0.006) ตามลำดับ โดยทั้ง 4 ปัจจัยร่วมกันพยากรณ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 62.20 แสดงดังตารางที่ 36

ตารางที่ 36 อิทธิพลของตัวแปรบุพปัจจัยที่มีต่อตัวแปรตาม

ตัวแปรตาม	R^2	อิทธิพล (Effect)	ตัวแปรบุพปัจจัย			
			การรับรู้ความเสี่ยง	ธรรมชาติความเป็นมิตร	ความใกล้ชิดทางอารมณ์	ความเห็นอกเห็นใจ
การส่งเสริมการท่องเที่ยว	0.622	DE	-0.008	0.298	0.232	0.156
		IE	0.002	0.101	0.016	0.046
		TE	-0.006	0.399	0.248	0.202

หมายเหตุ: อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) อิทธิพลรวม (TE)

4.3.2.2 ผลการทดสอบสมมติฐานตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Effect)

การศึกษาทัศนคติเชิงบวกและเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว และความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ การวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่านผู้วิจัยได้ใช้หลักเกณฑ์ของ Baron and Kenny (1986) และ Hair et al. (2010) กล่าวว่า ตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Variable) คือ ตัวแปรที่ทำหน้าที่อธิบาความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของปัจจัยสาเหตุที่อยู่ต้นทาง (ตัวแปรอิสระ) ไปสู่ปัจจัยผลที่อยู่ปลายทาง (ตัวแปรตาม) ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาว่าตัวแปรนั้น ๆ จะเป็นตัวแปรส่งผ่านหรือไม่ โดยพิจารณาจากค่าอิทธิพลรวม (Total Effect) ของโมเดลเมื่อเพิ่มตัวแปรส่งผ่านเข้าแทรกระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามจะต้องมีค่าสัมประสิทธิ์ลดลง (สัมประสิทธิ์เส้นทาง c’ < สัมประสิทธิ์เส้นทาง c) และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง a และ b ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติ (Baron & Kenny, 1986) โดยมีเกณฑ์ ดังนี้

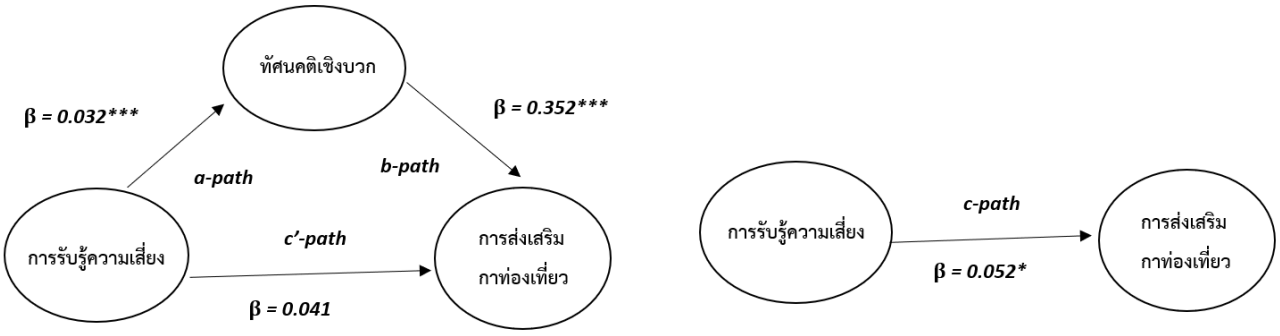
1) ถ้าค่า c’ ลดลงจนเข้าสู่ระดับไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง a และ b ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) แสดงว่าเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ (Complete Mediation) หรือ (Full Mediation)
2) ถ้าค่า c’ ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง a และ b มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) แสดงว่าเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน (Partial Mediation)
3) ถ้าไม่ได้อยู่ในเกณฑ์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 แสดงว่า การส่งผ่านนั้นไม่ถูกสนับสนุนหรืออาจกล่าวได้ว่า ตัวแปรนั้นๆ ไม่มีอิทธิพลของการส่งผ่าน (No Mediation)

งานวิจัยครั้งนี้มีสมมติฐานทดสอบตัวแปรส่งผ่าน (ทัศนคติเชิงบวกและทัศนคติเชิงลบ) ได้ 2 สมมติฐาน จากผลการวิจัยโดยการวิเคราะห์โมเดลเชิงยืนยัน พบว่า

สมมติฐานที่ 3 การศึกษาทัศนคติเป็นตัวแปรส่งผ่านของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3.1 การศึกษาทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติเชิงบวก (a-path) เท่ากับ 0.032 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทัศนคติเชิงบวกและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.352 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่า

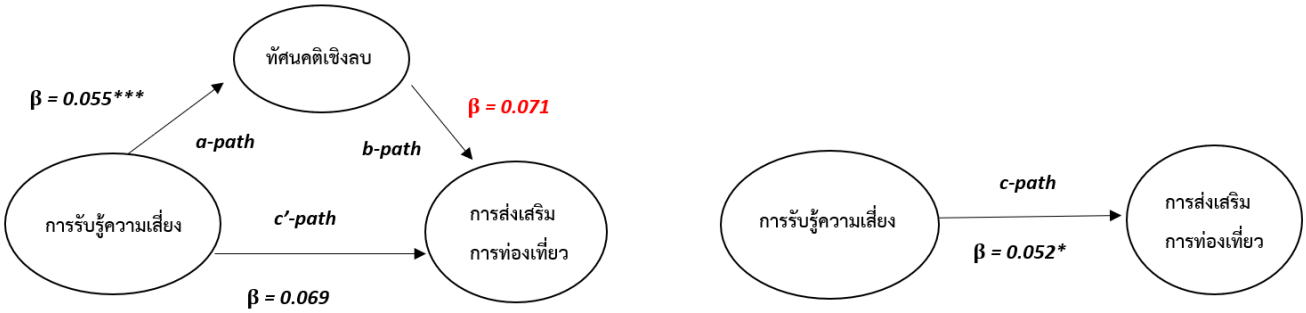
สัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.041 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงบวก (c-path) ลดลงจาก 0.052 เป็น 0.041 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกจึงเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ (Complete Mediation หรือ Full Mediation) ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้นผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ สามารถอธิบายได้ว่า การที่คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ให้การส่งเสริมการท่องเที่ยว แม้ว่าจะรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นั้น เพราะว่า คนในพื้นที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวในระดับสูง แสดงดังภาพที่ 18



ภาพที่ 18 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3.2 การศึกษาทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติเชิงลบ (a-path) เท่ากับ 0.055 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทัศนคติเชิงลบและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.071 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.069 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงลบ (c-path) เพิ่มขึ้นจาก 0.052 เป็น 0.069 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ทัศนคติเชิงลบไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง b-path ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผลการวิจัยจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ สามารถอธิบายได้ว่า คนในพื้นที่อำเภอ

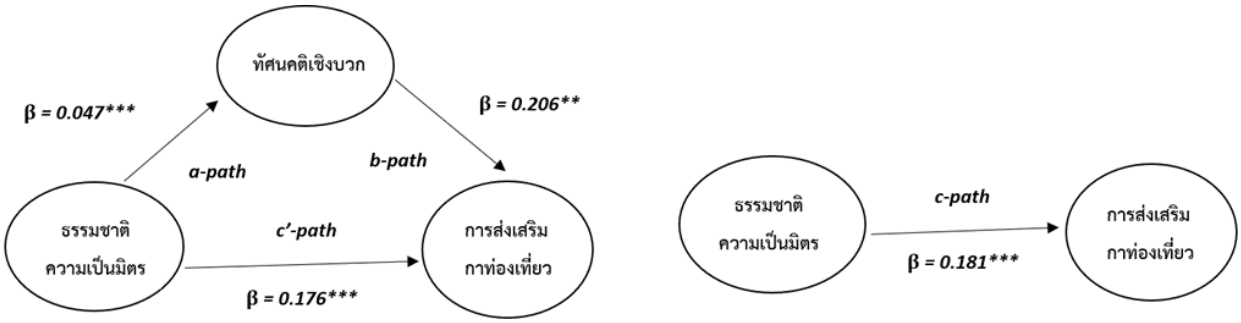
เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีทัศนคติเชิงลบต่อการท่องเที่ยวในระดับต่ำ จึงเน้นย้ำให้เห็นว่า คนในพื้นที่ให้การส่งเสริมการท่องเที่ยว แม้ว่าจะรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ก็ตาม แสดงดังภาพที่ 19



ภาพที่ 19 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว

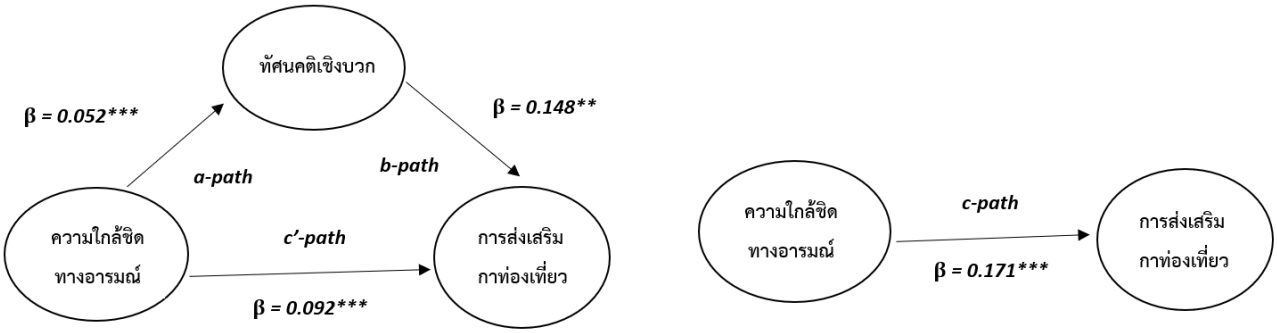
สมมติฐานที่ 4 การศึกษาทัศนคติเป็นตัวแปรส่งผ่านของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4.1a การศึกษาทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของธรรมชาติความเป็นมิตรที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและทัศนคติเชิงบวก (a-path) เท่ากับ 0.047 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.206 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.176 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงบวก (c-path) ลดลงจาก 0.181 เป็น 0.176 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างธรรมชาติความเป็นมิตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้นผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ สามารถอธิบายได้ว่า การที่คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีธรรมชาติความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวและส่งผลให้เกิดการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวนั้น เพราะว่า คนในพื้นที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวในระดับสูง แสดงดังภาพที่ 20



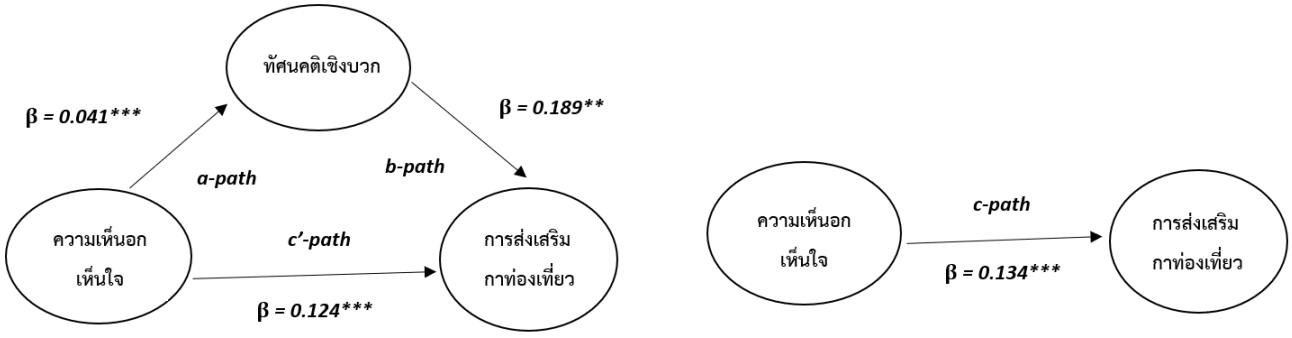
ภาพที่ 20 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของธรรมชาติความเป็นมิตรที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4.1b การศึกษาทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของความใกล้ชิดทางอารมณ์ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และทัศนคติเชิงบวก (a-path) เท่ากับ 0.052 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.148 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.092 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงบวก (c-path) ลดลงจาก 0.171 เป็น 0.092 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างความใกล้ชิดทางอารมณ์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น ผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ สามารถอธิบายได้ว่า การที่คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีความใกล้ชิดทางอารมณ์ต่อนักท่องเที่ยวและส่งผลให้เกิดการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวนั้น เพราะว่า คนในพื้นที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวในระดับสูง แสดงดังภาพที่ 21



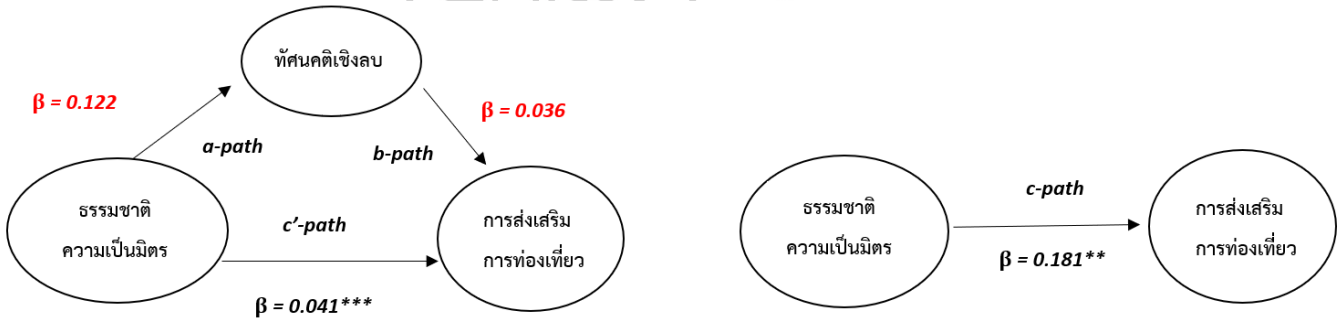
ภาพที่ 21 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของความใกล้ชิดทางอารมณ์ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4.1c การศึกษาทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของความเห็นอกเห็นใจที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและทัศนคติเชิงบวก (a-path) เท่ากับ 0.041 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.189 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.124 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงบวก (c-path) ลดลงจาก 0.134 เป็น 0.124 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างความเห็นอกเห็นใจกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น ผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ สามารถอธิบายได้ว่า การที่คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีความเห็นอกเห็นใจต่อนักท่องเที่ยวและส่งผลให้เกิดการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวนั้น เพราะว่า คนในพื้นที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวในระดับสูง แสดงดังภาพที่ 22



ภาพที่ 22 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของความเห็นอกเห็นใจที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว

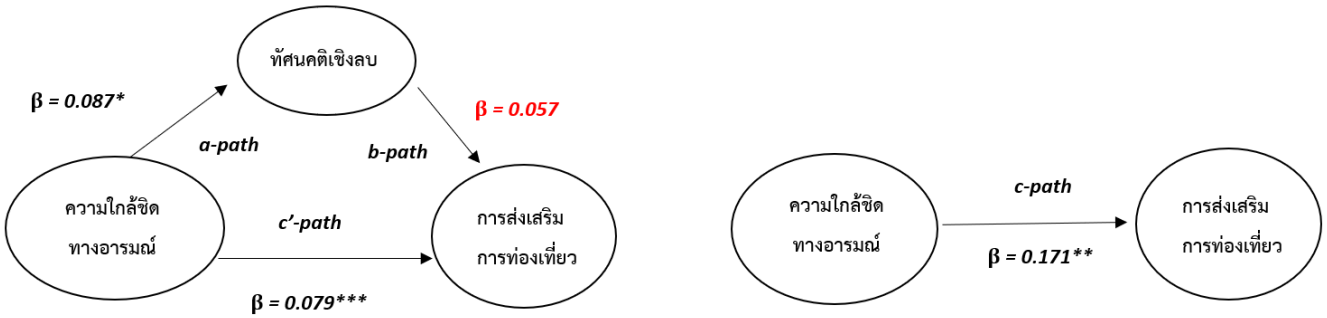
สมมติฐานที่ 4.2a การศึกษาทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของธรรมชาติความเป็นมิตรที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและทัศนคติเชิงลบ (a-path) เท่ากับ 0.122 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.036 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.041 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงลบ (c-path) ลดลงจาก 0.181 เป็น 0.041 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงว่า ทัศนคติเชิงลบไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง a-path และ b-path ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ สามารถอธิบายได้ว่า คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีทัศนคติเชิงลบต่อการท่องเที่ยวในระดับต่ำ จึงเน้นย้ำให้เห็นว่าคนในพื้นที่มีธรรมชาติความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวในระดับสูงและส่งผลให้เกิดการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวตามมา แสดงดังภาพที่ 23



ภาพที่ 23 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของธรรมชาติความเป็นมิตรส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว

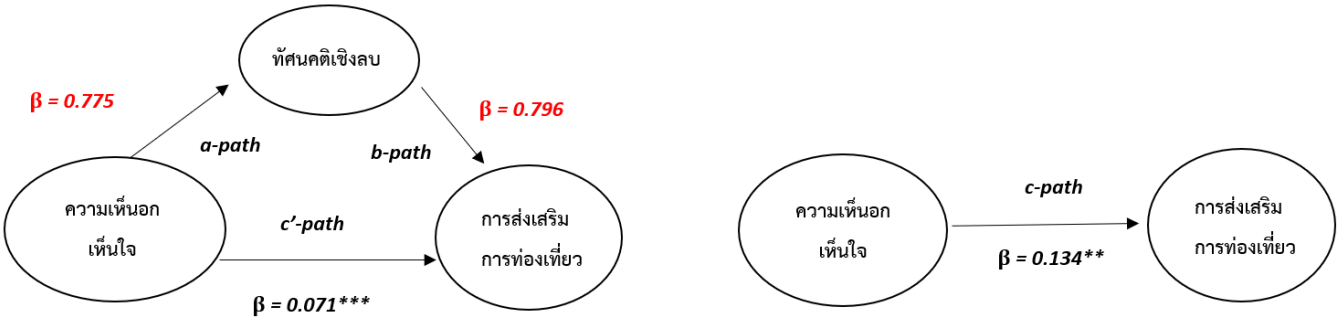
สมมติฐานที่ 4.2b ศึกษาทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของความใกล้ชิดทางอารมณ์ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และทัศนคติเชิงลบ (a-path) เท่ากับ 0.087 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.057 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.079 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงลบ (c-path) ลดลงจาก 0.171 เป็น 0.079

และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 แสดงว่า ทัศนคติเชิงลบไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง b-path ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ สามารถอธิบายได้ว่า คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีทัศนคติเชิงลบต่อการท่องเที่ยวในระดับต่ำ จึงเน้นย้ำให้เห็นว่าคนในพื้นที่มีความใกล้ชิดทางอารมณ์ต่อนักท่องเที่ยวในระดับสูงและส่งผลให้เกิดการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวตามมา แสดงดังภาพที่ 24



ภาพที่ 24 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของความใกล้ชิดทางอารมณ์ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 4.2c ศึกษาทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของความเห็นอกเห็นใจที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและทัศนคติเชิงลบ (a-path) เท่ากับ 0.775 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.796 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.071 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงลบ (c-path) ลดลงจาก 0.134 เป็น 0.071 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 แสดงว่า ทัศนคติเชิงลบไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง a-path และ b-path ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ สามารถอธิบายได้ว่า คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีทัศนคติเชิงลบต่อการท่องเที่ยวในระดับต่ำ จึงเน้นย้ำให้เห็นว่าคนในพื้นที่มีความเห็นอกเห็นใจต่อนักท่องเที่ยวในระดับสูงและส่งผลให้เกิดการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวตามมา แสดงดังภาพที่ 25



ภาพที่ 25 โมเดลการศึกษาทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของความเห็นอกเห็นใจส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว

จากการทดสอบสมมติฐานตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Effects) สรุปได้ว่า ตัวแปรทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านแบบสมบูรณ์ (Complete Mediation) ระหว่างความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสียงที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว และตัวแปรทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลเป็นตัวแปรแบบบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างความสัมพันธ์ของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว สำหรับตัวแปรทัศนคติเชิงลบไม่มีอิทธิพลส่งผ่าน (No Mediation) ทั้งความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสียงที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว และระหว่างความสัมพันธ์ของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 37

ตารางที่ 37 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Effects)

	เส้นทาง (Path)	β (a-path)	β (b-path)	β (c-path)	β (c'-path)	ผลการวิเคราะห์
H3.1	PR->ATP->ST	0.032***	0.352***	0.052*	0.041	ส่งผ่านแบบสมบูรณ์
H3.2	PR->ATN->ST	0.055***	0.071	0.052*	0.069	ไม่มีการส่งผ่าน
H4.1a	WN->ATP->ST	0.047***	0.206**	0.181***	0.176***	ส่งผ่านแบบบางส่วน
H4.1b	EC->ATP->ST	0.052***	0.148***	0.171***	0.092***	ส่งผ่านแบบบางส่วน
H4.1c	SU->ATP->ST	0.041***	0.189***	0.134***	0.124***	ส่งผ่านแบบบางส่วน
H4.2a	WN->ATN->ST	0.122	0.036	0.181***	0.041***	ไม่มีการส่งผ่าน
H4.2b	EC->ATN->ST	0.087*	0.057	0.171**	0.079***	ไม่มีการส่งผ่าน
H4.2c	SU->ATN->ST	0.775	0.796	0.134**	0.071***	ไม่มีการส่งผ่าน

หมายเหตุ: 1) * หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$) (1.96 ≤ t-value < 2.576) 2) ** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$) (t-value ≥ 2.576) 3) *** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($p < 0.001$) (t-value ≥ 3.291) 4) PR = การรับรู้ความเสี่ยง 5) ST = การส่งเสริมการท่องเที่ยว 6) WN = ธรรมชาติความเป็นมิตร 7) EC = ความใกล้ชิดทางอารมณ์ 8) SU = ความเห็นอกเห็นใจ 9) ATP = ทัศนคติเชิงบวก 10) ATN = ทัศนคติเชิงลบ

4.4 ผลสรุปการตรวจสอบสมมติฐาน

การสรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยในครั้งนี้ สามารถสรุปผลการทดสอบอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน แสดงดังตารางที่ 38

ตารางที่ 38 ข้อมูลสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

	สมมติฐาน (Hypothesis)	**ผลการทดสอบสมมติฐาน**
H1	การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน
H2a	ธรรมชาติความเป็นมิตรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว	สนับสนุนสมมติฐาน
H2b	ความใกล้ชิดทางอารมณ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว	สนับสนุนสมมติฐาน
H2c	ความเห็นอกเห็นใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว	สนับสนุนสมมติฐาน
H3.1	ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว	สนับสนุนสมมติฐาน
H3.2	ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน
H4.1a	ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติความเป็นมิตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว	สนับสนุนสมมติฐาน
H4.1b	ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความใกล้ชิดทางอารมณ์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว	สนับสนุนสมมติฐาน
H4.1c	ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นอกเห็นใจกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว	สนับสนุนสมมติฐาน
H4.2a	ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติความเป็นมิตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน
H4.2b	ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความใกล้ชิดทางอารมณ์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน
H4.2c	ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความเห็นอกเห็นใจกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยกำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นคนในพื้นที่ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป และเป็นผู้อาศัยอยู่ใน 5 ตำบล ของอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ อย่างน้อย 3 ปี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคัดกรองเบื้องต้นก่อนทำแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลคัดกรองเบื้องต้นก่อนทำแบบสอบถามคือ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน แบ่งเป็นคนเกาะลันตาโดยกำเนิด 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.40 และเป็นผู้ย้ายถิ่นฐานเข้ามาประกอบอาชีพในอำเภอเกาะลันตาตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60 และตอบรับการให้ข้อมูล 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ซึ่งอาศัยอยู่ในตำบลเกาะลันตาใหญ่ 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตำบลเกาะลันตาน้อย 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตำบลเกาะกลาง 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตำบลคลองยางจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และตำบลศาลาด่านจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 เพศชายจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 และเพศหญิงจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบสอบถามมีอายุ 40 ปี 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 นับถือศาสนาอิสลาม 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.80 ระดับการศึกษาสูงสุด คือ ระดับปริญญาตรี 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 รายได้หลักมาจากการประกอบอาชีพค้าขาย 86 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 ความถี่ของการพบเจอนักท่องเที่ยวในเกาะลันตาอยู่ในระดับบ่อยมาก 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 การส่งเสริมการท่องเที่ยว ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ทัศนคติเชิงบวก และทัศนคติเชิงลบของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่

1. ด้านการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่

การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ อยู่ในระดับมากทุกข้อคำถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดของด้านการรับรู้ความเสี่ยง คือ ข้อคำถาม “กังวลเรื่องการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19” และ “กังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่” อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมาคือ “กังวลต่อความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด-19” และ “กลัวว่าครอบครัวจะติดเชื้อโควิด-19” อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 “ลดการทำกิจกรรมนอกบ้าน (เช่น ไปตลาดนัด ออกกำลังกายกลางแจ้ง)” อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และ “หลีกเลี่ยงการออกจากบ้าน” อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ตามลำดับ

2. ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อคำถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดของด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ ข้อคำถาม “สนับสนุนให้มีการลงทุนจากหน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนเพื่อภาคการท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาคือ “ยินดีที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และ “สนับสนุนให้มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ตามลำดับ

3. ด้านธรรมชาติความเป็นมิตรของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

ธรรมชาติความเป็นมิตรของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อคำถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดของด้านธรรมชาติความเป็นมิตร คือ ข้อคำถาม “ปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวอย่างสุจริตและเท่าเทียม” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมาคือ “รู้สึกยินดีที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 “รู้สึกขอบคุณนักท่องเที่ยวที่มาช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น” อยู่ในระดับ

มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และ “รู้สึกว่าชุมชนได้รับประโยชน์เมื่อมีนักท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ตามลำดับ

4. ด้านความใกล้ชิดทางอารมณ์ของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

ความใกล้ชิดทางอารมณ์ของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดของด้านความใกล้ชิดทางอารมณ์ คือ ข้อคำถาม “คิดว่าคนในพื้นที่คนอื่นๆมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมาคือ “ยินดีผูกมิตรที่จะเป็นเพื่อนกับนักท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 “ไม่เคอะเขินที่จะเข้าไปทักทายนักท่องเที่ยวอย่างเป็นกันเอง” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และ “รู้สึกสนุกสนานที่ได้พูดคุยโต้ตอบกับนักท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ตามลำดับ

5. ด้านความเห็นอกเห็นใจของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

ความเห็นอกเห็นใจของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อคำถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดของด้านความเห็นอกเห็นใจ คือ ข้อคำถาม “ยินดีที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อพวกเขาประสบปัญหา” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลงมาคือ “รู้สึกยอมรับและไม่รังเกียจนักท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ตามลำดับ

6. ด้านทัศนคติเชิงบวกของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

ทัศนคติเชิงบวกของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อคำถาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดของด้านทัศนคติเชิงบวก คือ ข้อคำถาม “การท่องเที่ยวสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพมากขึ้น” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 รองลงมาคือ “การท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 “การท่องเที่ยวทำให้คุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ดีขึ้น” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และ “การพบปะกับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดโอกาสในการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมอื่นๆ” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ตามลำดับ

7. ด้านทัศนคติเชิงลบของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

ทัศนคติเชิงลบของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดของด้านทัศนคติเชิงลบ คือ ข้อ

คำถาม “การท่องเที่ยวทำให้เกิดการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น” อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 รองลงมาคือ “การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเพิ่มมลพิษทางทะเล” อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 “การท่องเที่ยวทำให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของคนในพื้นที่มากขึ้น” อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.37 และ “การท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาแออัดของคนในพื้นที่” อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานสมการโครงสร้าง

การทดสอบสมมติฐานของการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้างในการทอสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วย 4 สมมติฐาน ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ พบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์ยังไม่สนับสนุนความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ (β_1 = 0.045, t = -0.165, $p > 0.05$) ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2a ธรรมชาติความเป็นมิตรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β_2= 0.169, t = 2.874, $p < 0.01$) ดังนั้น ผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2a

สมมติฐานที่ 2b ความใกล้ชิดทางอารมณ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β_3= 0.102, t = 3.304, $p < 0.001$) ดังนั้น ผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2b

สมมติฐานที่ 2c ความเห็นอกเห็นใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β_4= 0.100, t = 1.963, $p < 0.05$) ดังนั้น ผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2c

สมมติฐานที่ 3.1 ทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติเชิงบวก (a-path) เท่ากับ 0.032 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทัศนคติเชิงบวกและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.352 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์

เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.041 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงบวก (c-path) ลดลงจาก 0.052 เป็น 0.041 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกจึงเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบสมบูรณ์ (Complete Mediation) ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น ผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 3.1

สมมติฐานที่ 3.2 ทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติเชิงลบ (a-path) เท่ากับ 0.055 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางทัศนคติเชิงลบและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.071 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.069 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงลบ (c-path) เพิ่มขึ้นจาก 0.052 เป็น 0.069 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่า ทัศนคติเชิงลบไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3.2

สมมติฐานที่ 4.1a ทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของธรรมชาติความเป็นมิตรที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและทัศนคติเชิงบวก (a-path) เท่ากับ 0.047 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.206 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.176 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงบวก (c-path) ลดลงจาก 0.181 เป็น 0.176 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างธรรมชาติความเป็นมิตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น ผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 4.1a

สมมติฐานที่ 4.1b ทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของความใกล้ชิดทางอารมณ์ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และทัศนคติเชิงบวก (a-path) เท่ากับ 0.052 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทาง

อารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.148 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.092 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงบวก (c-path) ลดลงจาก 0.171 เป็น 0.092 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างความใกล้ชิดทางอารมณ์กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น ผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 4.1b

สมมติฐานที่ 4.1c ทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านของความเห็นอกเห็นใจที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและทัศนคติเชิงบวก (a-path) เท่ากับ 0.041 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.189 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.124 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงบวก (c-path) ลดลงจาก 0.134 เป็น 0.124 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงว่า ทัศนคติเชิงบวกเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างความเห็นอกเห็นใจกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น ผลการวิจัยจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 4.1c

สมมติฐานที่ 4.2a ทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของธรรมชาติความเป็นมิตรที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและทัศนคติเชิงลบ (a-path) เท่ากับ 0.122 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.036 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.041 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางธรรมชาติความเป็นมิตรและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงลบ (c-path) ลดลงจาก 0.181 เป็น 0.041 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 แสดงว่า ทัศนคติเชิงลบไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 4.2a

สมมติฐานที่ 4.2b ทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของความใกล้ชิดทางอารมณ์ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และทัศนคติเชิงลบ (a-path) เท่ากับ 0.087 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทาง

อารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.057 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.079 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความใกล้ชิดทางอารมณ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงลบ (c-path) ลดลงจาก 0.171 เป็น 0.079 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 แสดงว่า ทัศนคติเชิงลบไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 4.2b

สมมติฐานที่ 4.2c ทัศนคติเชิงลบเป็นตัวแปรส่งผ่านของความเห็นอกเห็นใจที่ส่งผลต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและทัศนคติเชิงลบ (a-path) เท่ากับ 0.775 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (b-path) เท่ากับ 0.796 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยว (c'-path) เท่ากับ 0.071 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความเห็นอกเห็นใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งต้นก่อนการคำนวณร่วมกับตัวแปรทัศนคติเชิงลบ (c-path) ลดลงจาก 0.134 เป็น 0.071 และมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 แสดงว่า ทัศนคติเชิงลบไม่ได้เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 4.2c

จากการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ตามวัตถุประสงค์การวิจัยพบว่างานวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ค่า Chi-Square= 254.428, df= 228, Relative Chi-Square = 1.131, p-value = 0.087, Goodness of Fit Index: GFI = 0.956, Normal Fit Index (NFI) = 0.977, Tucker-Lewis Index (TLI) = 0.996, Comparative Fit Index (CFI) = 0.997, Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.018 และ Root Mean Square Residual (RMR) = 0.023

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่องอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 การส่งเสริมการท่องเที่ยว ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ทัศนคติเชิงบวก และทัศนคติเชิงลบของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 อภิปรายผลระดับการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 การส่งเสริมการท่องเที่ยว ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ทัศนคติเชิงบวก และทัศนคติเชิงลบของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่

การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อคำถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับกังวลเรื่องการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 กังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่ จากผลระดับความคิดเห็น แสดงให้เห็นว่าคนในพื้นที่เกาะลันตามีความกังวลต่อความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด-19 กลัวว่าครอบครัวจะติดเชื้อโควิด-19 ลดการทำกิจกรรมนอกบ้าน (เช่น ไปตลาดนัด ออกกำลังกายกลางแจ้ง) และ หลีกเลี่ยงการออกจากบ้าน แสดงให้ทราบว่า ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตามีกการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยมีความกังวลเรื่องการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 กังวลการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่ กังวลต่อความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด-19 กลัวว่าครอบครัวจะติดเชื้อโควิด-19 ลดการทำกิจกรรมนอกบ้าน ตลอดจนหลีกเลี่ยงการออกจากบ้าน

ซึ่งผลการศึกษาของระดับความคิดเห็นของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zenker and Kock (2020) ท่ามกลางการระบาดใหญ่ของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระดับความเสี่ยงที่รับรู้ของคนในพื้นที่มีแนวโน้มที่จะมีมากขึ้นเมื่อต้องเผชิญกับนักท่องเที่ยวที่หลั่งไหลเข้ามาจำนวนมาก และอาจก่อให้เกิดอคติภายในกลุ่มและนอกกลุ่ม ทั้งในหมู่คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ Bae and Chang (2021) ที่ได้กล่าวว่าการรับรู้ความเสี่ยงจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบเชิงลบต่อ

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวของพลเมืองเกาหลีใต้ นอกจากนี้ การแสดงความกังวลของคนในพื้นที่เกี่ยวกับความเสี่ยงต่อสุขภาพที่จะมาพร้อมกับนักท่องเที่ยวนั้น มีสาเหตุมาจากพวกเขาจะไม่รู้ล่วงหน้าว่านักท่องเที่ยวคนใดติดเชื้อ ดังนั้นคนในพื้นที่จึงไม่สามารถป้องกันความเสี่ยงหรือทนต่อความเสี่ยงได้ ทั้งยังขาดความรู้ทางด้านสาธารณสุขควบคู่ไปกับรับรู้ความเสี่ยงด้านสุขภาพและด้านเศรษฐกิจ (Joo et al., 2021)

การส่งเสริมการท่องเที่ยว

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อคำถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการสนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ สนับสนุนให้มีการลงทุนจากหน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนเพื่อภาคการท่องเที่ยว และสนับสนุนให้มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักท่องเที่ยว แสดงให้ทราบว่า ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตามีการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความยินดีที่จะสนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวในเกาะลันตาและมีความต้องการให้หน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนสนับสนุนด้านการลงทุนในภาคการท่องเที่ยว รวมทั้งอยากให้มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวบนเกาะลันตาเพื่อเป็นการฟื้นฟูการท่องเที่ยวหลังจากที่มีการปิดเกาะในช่วงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อย่างรุนแรง

ซึ่งผลการศึกษาของระดับความคิดเห็นของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Azougagh (2022) พบว่า ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อเศรษฐกิจในเมืองเอท เบนฮัทดู ประเทศโมร็อคโค คนในพื้นที่ทราบดีว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อภูมิภาคของตนและคนในพื้นที่จำนวนมากต้องพึ่งพาการท่องเที่ยวในการประกอบอาชีพ ดังนั้น พวกเขาจึงยินดีที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยว ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจในพื้นที่ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Pham (2012) กล่าวว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ส่งผลกระทบโดยรวมที่เป็นประโยชน์ต่อคนในพื้นที่ เนื่องจากการท่องเที่ยวที่มีอุตสาหกรรมสำคัญที่สนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น โอกาสในการจ้างงาน โอกาสการลงทุน-กิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม กิจกรรมและนันทนาการ

ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์และความเห็นอกเห็นใจ)

โดยธรรมชาติความเป็นมิตรของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อคำถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านความรู้สึก

ยินดีที่นักท่องเที่ยวมาเยือน รู้สึกขอบคุณนักท่องเที่ยวที่มาช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น รู้สึกว่าชุมชนได้รับประโยชน์เมื่อมีนักท่องเที่ยว และปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวอย่างสุจริตและเท่าเทียม แสดงให้ทราบว่า ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตามีธรรมชาติความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวต่างถิ่น โดยมีความรู้สึกยินดีที่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวบนเกาะลันตา รู้สึกขอบคุณนักท่องเที่ยวที่มาช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่นซึ่งทำให้คนในพื้นที่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว นอกจากนี้ คนในพื้นที่ยังให้ความสำคัญในการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวอย่างสุจริตและเท่าเทียม

โดยความใกล้ชิดทางอารมณ์ของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความไม่เคอะเขินที่จะเข้าไปทักทายนักท่องเที่ยวอย่างเป็นกันเอง รู้สึกสนุกสนานที่ได้พูดคุยโต้ตอบกับนักท่องเที่ยว ยินดีผูกมิตรที่จะเป็นเพื่อนกับนักท่องเที่ยว และคิดว่าคนในพื้นที่คนอื่นๆมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว แสดงให้ทราบว่า ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตามีความใกล้ชิดทางอารมณ์กับนักท่องเที่ยวต่างถิ่น โดยไม่มีความเคอะเขินที่จะเข้าไปทักทายนักท่องเที่ยว รู้สึกสนุกสนานที่ได้พูดคุยโต้ตอบและยินดีที่จะเป็นเพื่อนกับนักท่องเที่ยว รวมทั้งคิดว่าคนในพื้นที่คนอื่นๆล้วนมีความสัมพันธ์อันดีต่อนักท่องเที่ยวเช่นกัน

โดยความเห็นอกเห็นใจของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อคำถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านความยินดีที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อพวกเขาประสบปัญหา และรู้สึกยอมรับและไม่รังเกียจนักท่องเที่ยว แสดงให้ทราบว่า ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตามีความเห็นอกเห็นใจต่อนักท่องเที่ยวต่างถิ่น ให้ความสำคัญกับความยินดีที่จะให้ความช่วยเหลือเมื่อนักท่องเที่ยวประสบปัญหา โดยไม่คำนึงว่านักท่องเที่ยวต่างถิ่นเป็นคนแปลกหน้า ตรงกันข้ามกลับแสดงความยอมรับและไม่รังเกียจนักท่องเที่ยว

ซึ่งผลการศึกษาของระดับความคิดเห็นของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) ในงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhang and Tang (2021) พบว่า ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดต่อความสัมพันธ์ระหว่างคนในพื้นที่กับนักท่องเที่ยว ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นอกจากนี้ ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในพื้นที่ยังส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับการศึกษาของ Lan et al. (2021) พบว่า ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอัน

เดียวกันเดียวกัน (ธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจ) มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้ผลประโยชน์ที่มาจากการพัฒนาการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะ Meizhou ในมณฑลฝูเจี้ยน ประเทศจีน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lai and Hitchcock (2017); (Woosnam, 2012) คนในพื้นที่ที่มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันสูงต่อนักท่องเที่ยวจะรักษามุมมองในแง่ดีเกี่ยวกับผลกระทบในปัจจุบันและศักยภาพในอนาคตของการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน

ทัศนคติเชิงบวก

ทัศนคติเชิงบวกของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อคำถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านการท่องเที่ยวสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพมากขึ้น การท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน การท่องเที่ยวทำให้คุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ดีขึ้น และการพบปะกับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดโอกาสในการเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลาย แสดงให้ทราบว่า ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตามีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยว โดยมองว่าการท่องเที่ยวสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพมากขึ้น สร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน ส่งผลให้คุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ดีขึ้น และการพบปะกับนักท่องเที่ยวทำเกิดโอกาสในการเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลาย

ระดับความคิดเห็นของทัศนคติเชิงบวกในงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bermingham et al. (2021) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว ในรัฐมอนตานา ประเทศสหรัฐอเมริกา ช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2020 พบว่า แม้ว่าการต้อนรับนักท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จะเพิ่มความเสี่ยงด้านความปลอดภัยส่วนบุคคล แต่คนในพื้นที่ของรัฐมอนตานาร้อยละ 75 มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวภายในรัฐ มากไปกว่านั้นคนในพื้นที่ยังเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การท่องเที่ยวมีผลประโยชน์โดยรวมมากกว่าผลกระทบด้านลบ นอกจากนี้ คนในพื้นที่ร้อยละ 49 เห็นด้วยหากการท่องเที่ยวในรัฐมอนตานาเพิ่มขึ้น เพราะจะทำให้คุณภาพชีวิตโดยรวมของชาวมอนตานาดีขึ้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ McCool and Martin (1994) และ Perdue et al. (1990) พบว่า คนในพื้นที่รู้สึกว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ต่อด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยว กล่าวคือ มีการพัฒนาเศรษฐกิจ มีโอกาสในการพักผ่อนหย่อนใจและสวนสาธารณะที่มากขึ้น การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนในพื้นที่

ทัศนคติเชิงลบ

ทัศนคติเชิงลบของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ภาพรวมของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านการท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาความแออัดของคนในพื้นที่ การท่องเที่ยวทำให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของคนในพื้นที่มากขึ้น การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเพิ่มมลพิษทางทะเล และการท่องเที่ยวทำให้เกิดการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่นดั้งเดิม แสดงให้ทราบว่าช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตามีทัศนคติเชิงลบต่อการท่องเที่ยว โดยคำนึงว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาความแออัดของคนในพื้นที่ ทั้งยังทำให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของคนในพื้นที่มากขึ้น และมีการเพิ่มมลพิษทางทะเล นอกจากนี้ คนในพื้นที่ยังมองว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่นดั้งเดิม

ระดับความคิดเห็นของทัศนคติเชิงลบในงานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kour et al. (2020) พบว่า ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คนในพื้นที่แสดงอาการตื่นตระหนก ไม่ไว้วางใจ และกลัวนักท่องเที่ยวที่อาจจะนำพาเชื้อโรคไวรัสโควิด-19 เข้ามายังพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Lee (2021)พบว่า ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสไวรัส-19 คนในพื้นที่แสดงอารมณ์เชิงลบต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้นและกีดกันนักท่องเที่ยวต่างชาติในระหว่างการเดินทางของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับแนวคิดของ Perdue et al. (1990) พบว่า คนในพื้นที่มีทัศนคติเชิงลบต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวมีส่วนทำให้ค่าครองชีพเพิ่มขึ้น ราคาของที่ดินและที่อยู่อาศัยมีมูลค่าสูงขึ้น และนำไปสู่การขาดความหลากหลายทางเศรษฐกิจ (Jackson & Inbakaran, 2006) นอกจากนี้ คนในพื้นที่ยังมองว่าการท่องเที่ยวส่งผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวในทางลบ (Ap & Crompton, 1998)

ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่มีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่ค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 ($p > 0.05$) และมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (β) เท่ากับ 0.045 ซึ่งข้อมูลเชิงประจักษ์ไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 เนื่องจากผู้วิจัยสร้างสมมติฐานจากแนวคิดจากบทความของ Joo et al. (2021) เป็นงานวิจัยได้ทำการสำรวจช่วงกลางปี พ.ศ. 2563 เป็นช่วงระยะแรกของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งขณะนั้นคนในพื้นที่รู้สึกกลัวและหวาดระแวงกับโรคอุบัติใหม่ (Emerging Infectious Diseases) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการและต้อนรับนักท่องเที่ยวที่อาจนำมาซึ่งการแพร่เชื้อโรคในพื้นที่ ในทางกลับกัน จากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยพบว่าคนในพื้นที่มีการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว แม้ว่าการรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตาอยู่ในระดับสูง แต่คนในพื้นที่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขายและธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อันเนื่องมาจาก เกาะลันตาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ส่วนใหญ่รายได้หลักของคนในพื้นที่มาจากนักท่องเที่ยว เมื่อเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จึงส่งผลกระทบต่อรายได้และอาชีพของคนในพื้นที่ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในช่วงปลายเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 ซึ่งเป็นช่วงระลอกที่สองของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 รวมถึงมีการฉีดวัคซีนป้องกันแล้วในวงกว้าง เมื่ออำเภอเกาะลันตาเปิดรับนักท่องเที่ยวอีกครั้ง ทำให้คนในพื้นที่กลับมาประกอบอาชีพเพื่อความอยู่รอด แม้ว่าจะรับรู้ถึงความเสี่ยงมากก็ตาม

หลังจากที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ระลอกที่สองและมีวัคซีนป้องกันโรค ได้มีงานวิจัยของ Barr et al. (2022) พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ไม่มีผลกระทบเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญที่จะทำให้ผู้อยู่อาศัยต้อนรับนักท่องเที่ยวน้อยลง เช่นเดียวกันกับผลการวิจัยของ Nakamura (2022) พบว่า ผู้อยู่อาศัยในเมืองชูนัน จังหวัดยามากุจิ ประเทศญี่ปุ่น ส่วนมากให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวแบบเดียวกันกับที่เคยทำก่อนการเกิดโรคระบาดโควิด-19 ยิ่งไปกว่านั้นพวกเขายินดีต้อนรับแรงงานข้ามชาติที่เข้ามาทำงานในชุมชนอีกด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Markose (2020) พบว่า แม้ว่าโควิด-19 มีผลกระทบอย่างมากต่อการดำรงชีวิตประจำวันของชุมชนท้องถิ่นวายานาด ประเทศอินเดีย แต่ชาวท้องถิ่นกลับต้อนรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนท้องถิ่นวายานาดให้ความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คนในชุมชนต้องการการรับประกันความ

ปลอดภัยทางด้านสาธารณสุข เช่น การปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่จำเป็น (สุขอนามัยส่วนบุคคลและสุขอนามัยโดยรอบ) การชุมนุมที่จำกัด เป็นต้น

สมมติฐานที่ 2 ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (สมมติฐานที่ 2a ธรรมชาติความเป็นมิตร สมมติฐานที่ 2b ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และสมมติฐานที่ 2c ความเห็นอกเห็นใจ) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่

จากการศึกษาพบว่า ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ธรรมชาติความเป็นมิตรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01และมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (β) เท่ากับ 0.169 ความใกล้ชิดทางอารมณ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001และมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (β) เท่ากับ 0.102 และความเห็นอกเห็นใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (β) เท่ากับ 0.100 แสดงให้ทราบว่า ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตามีความรู้สึกอันเดียวกันต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้ง 3 มิติ กล่าวคือ คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตามีมิติธรรมชาติความเป็นมิตรมากที่สุด รองลงมาคือ มิติความใกล้ชิดทางอารมณ์ และมิติความเห็นอกเห็นใจ ตามลำดับ

ผลการวิจัยนี้สนับสนุนสมมติฐานที่ 2 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Joo et al. (2021) พบว่า ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นของคนในพื้นที่ศึกษา และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Aleshinloye et al. (2021) พบว่า บทบาทของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน สามารถอธิบายการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Suess et al. (2020) พบว่า ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในพื้นที่จะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเนื่องจากมีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Woosnam, 2012) กล่าวว่า ธรรมชาติความเป็นมิตรถือเป็นอิทธิพลที่แข็งแกร่งที่สุด เมื่อเทียบกับความใกล้ชิดทางอารมณ์และความเห็นอกเห็นใจ สำหรับความใกล้ชิดทางอารมณ์ของคนในพื้นที่นั้น (Woosnam, 2012) กล่าวว่า ความใกล้ชิดทางอารมณ์ไม่ได้พยากรณ์ระดับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่โดยตรง แต่ความใกล้ชิดทางอารมณ์จะเป็นตัวพยากรณ์ถึงการมีส่วนร่วมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มอบให้กับชุมชน ส่วนความเห็นอกเห็นใจ Woosnam et al. (2009) กล่าวว่า ความเห็นอกเห็นใจของคนในพื้นที่มีต่อนักท่องเที่ยว คือ “การเอาใจเขามาใส่ใจเรา” มุมมองดังกล่าวช่วยลด "ความเป็นอื่น" ระหว่างคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว แสดงให้ถึงระดับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติ ประกอบด้วย สมมติฐานที่ 3.1 ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ และสมมติฐานที่ 3.2 ทัศนคติเชิงลบมีอิทธิพลส่งผ่านต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่

จากการศึกษาพบว่า ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านแบบสมบูรณ์ (Complete Mediation หรือ Full Mediation) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตามีการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อยู่ในระดับมาก แต่ระดับการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ คนในพื้นที่มีทัศนคติเชิงบวกอยู่ระดับมากที่สุด ดังนั้น บทบาทของทัศนคติเชิงบวกจึงทำหน้าที่ส่งผ่านแบบสมบูรณ์ต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในทางกลับกัน คนในพื้นที่มีทัศนคติเชิงลบอยู่ในระดับน้อย ดังนั้น ตัวแปรทัศนคติเชิงลบจึงไม่มีอิทธิพลส่งผ่านต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยครั้งนี้สนับสนุนสมมติฐานที่ 3.1 เนื่องจากแสดงให้เห็นบทบาทของทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Bermingham et al. (2021) พบว่า แม้ว่าการต้อนรับนักท่องเที่ยวในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จะเพิ่มความเสี่ยงด้านความปลอดภัยส่วนบุคคล แต่คนในพื้นที่ของรัฐมอนตานาร้อยละ 75 มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวภายในรัฐ มากไปกว่านั้น คนในพื้นที่ร้อยละ 83 ยังเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยรัฐจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนของตนในเชิงเศรษฐกิจ ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ÇELİK and Rasoolimanesh (2021) พบว่า ทัศนคติเชิงบวกมาจากการที่คนในพื้นที่รับรู้ผลประโยชน์ในระดับที่สูงกว่าการรับรู้ความเสี่ยง จึงส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Chen and Chen (2010) พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลเชิงบวกจากทัศนคติเชิงบวก ขณะที่ทัศนคติเชิงลบไม่มีอิทธิพลการส่งผ่าน ซึ่งข้อมูลเชิงประจักษ์ยังไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3.2 สืบเนื่องมาจากสมมติฐานที่ 1 คนในพื้นที่มีการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้น ทัศนคติเชิงลบจึงไม่มีอิทธิพลส่งผ่านต่อความสัมพันธ์ดังกล่าว

สมมติฐานที่ 4 ทัศนคติ ประกอบด้วย สมมติฐานที่ 4.1 ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านต่อความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (4.1a ธรรมชาติความเป็นมิตร 4.1b ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และ 4.1c ความเห็นอกเห็นใจ) และการส่งเสริมการท่องเที่ยว และสมมติฐานที่ 4.2 ทัศนคติเชิงลบอิทธิพลส่งผ่านต่อความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (4.2a ธรรมชาติความเป็นมิตร 4.2b ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และ 4.2c ความเห็นอกเห็นใจ) และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่

จากการศึกษาพบว่า ทัศนคติเชิงบวกมีอิทธิพลส่งผ่านแบบบางส่วน (Partial Mediation) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตามีระดับความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในระดับมากที่สุด และระดับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ คนในพื้นที่ยังมีทัศนคติเชิงบวกอยู่ระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน ดังนั้น บทบาทของทัศนคติเชิงบวกจึงทำหน้าที่ส่งผ่านแบบบางส่วนต่อความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในทางกลับกัน คนในพื้นที่มีทัศนคติเชิงลบอยู่ในระดับน้อย ดังนั้น ทัศนคติเชิงลบจึงไม่มีอิทธิพลส่งผ่านต่อความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยครั้งนี้สนับสนุนสมมติฐานที่ 4.1a, 4.1b และ 4.1c เนื่องจากแสดงให้เห็นบทบาทของทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และการส่งเสริมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Munanura et al. (2021) พบว่า ทัศนคติเชิงบวกจะทำให้สามารถคาดการณ์ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้ และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวส่งผลทางอ้อมต่อความคาดหวังว่าการท่องเที่ยวจะทำให้คนในพื้นที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Tilaki et al. (2021) พบว่า เมื่อมีการเปิดตลาดกลางคืนของประเทศมาเลเซียเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้คนในพื้นที่ที่ประกอบอาชีพค้าขายในตลาดกลางคืนรู้สึกยินดีเป็นอย่างมาก เนื่องจากคนในพื้นที่ได้รับประโยชน์และผูกพันในอาชีพที่เกี่ยวกับการนำเสนอสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในพื้นที่ไปในทิศทางบวก ขณะที่ทัศนคติเชิงลบไม่มีอิทธิพลการส่งผ่าน ซึ่งข้อมูลเชิงประจักษ์ยังไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 4.2a, 4.2b และ 4.2c ตามผลการวิจัยของสมมติฐานที่ 2 คนในพื้นที่มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้นทัศนคติเชิงลบจึงไม่มีอิทธิพลส่งผ่านต่อความสัมพันธ์ดังกล่าว

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยว

จากผลการวิจัยพบว่า คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ คนในพื้นที่มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับนักท่องเที่ยว รวมทั้งยังมีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยว แม้ว่าจะอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ก็ตาม ซึ่งผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า คนในพื้นที่ได้รับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจอย่างหนัก อันเนื่องมาจากมาตรการการปิดรับนักท่องเที่ยวเพื่อการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้คนในพื้นที่ต้องเผชิญหน้ากับปัญหาทางเศรษฐกิจ ทั้งการขาดรายได้ การปิดกิจการ การตกงาน ฯลฯ เมื่อการท่องเที่ยวคือความหวังของการอยู่รอด ด้วยเหตุนี้ คนในพื้นที่จึงมีความยินดีที่จะให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวและมีความต้องการให้หน่วยงานภาครัฐดำเนินนโยบายเปิดการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา ทั้งนี้คนในพื้นที่ยินดีที่จะให้ความร่วมมือในการช่วยขับเคลื่อนนโยบายทางการท่องเที่ยว เพื่อวัตถุประสงค์ของการฟื้นฟูเศรษฐกิจในพื้นที่

ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวควรส่งเสริมนโยบายเศรษฐกิจทางการท่องเที่ยวและสนับสนุนงบประมาณทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวควรพิจารณาให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับการจ้างงานให้แก่คนในพื้นที่เพื่อฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ และควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจและความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวว่าอำเภอเกาะลันตามีมาตรการในการป้องกันการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล ในขณะเดียวกัน หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาถึงความปลอดภัยของคนในพื้นที่เป็นสำคัญ ควรบังคับใช้มาตรการสาธารณสุขอย่างเข้มงวดและจริงจัง อาทิ การตรวจคัดกรองนักท่องเที่ยวก่อนเข้าพื้นที่เกาะ การบังคับให้คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวสวมหน้ากากอนามัยในสถานที่ปิด รวมทั้งควรมีการระบบติดตามนักท่องเที่ยวที่เข้ามาบนเกาะ หากนักท่องเที่ยวอยู่ในกลุ่มเสี่ยงหรือเป็นผู้ที่ได้รับเชื้อ ระบบจะสามารถติดตามตัวและอำนวยความสะดวกในการเข้ารับการรักษาอย่างทันท่วงที และยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้แก่คนในพื้นที่อีกด้วย

นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปปรับใช้ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคอุบัติใหม่อื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งการแพร่ระบาดอาจขยายตัวในวงกว้างเช่นเดียวกับโรคโควิด-19 เมื่อต้นเดือนพฤษภาคม 2565 ได้มีการแพร่ระบาดของ

เชื้อไวรัสฝีดาษวานร (Monkeypox Virus) ที่ได้มีการแพร่ระบาดนอกทวีปแอฟริกาเป็นครั้งแรก ปัจจุบันได้มีการแพร่ระบาด 33 ประเทศทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ในประเทศไทยยังไม่มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสนี้ (ฐานเศรษฐกิจ, 2565) แต่หากมีการแพร่ระบาดในประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยและกรอบแนวคิดทางการวิจัยนี้ไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการเปรียบเทียบและตรวจสอบการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ จากนั้นนำผลที่ได้มาพิจารณาว่าควรผลักดันหรือควรชะลอนโยบายทางการท่องเที่ยวท่ามกลางการแพร่ระบาดของเชื้อโรคเพื่อให้สอดคล้องกับความพร้อมของคนในพื้นที่

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานเอกชนฐานะเป็นผู้ให้บริการ (Service provider) ทางการท่องเที่ยว

จากผลการวิจัยพบว่า คนในพื้นที่มีการรับรู้ความเสี่ยงในระดับมากและมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุด ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 หน่วยงานเอกชนหรือผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบมากที่สุด เนื่องจากไม่มีรายได้จากนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยนี้จึงเป็นประโยชน์ทางตรงแก่หน่วยงานเอกชนหรือผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวและบริการ เนื่องจากคนในพื้นที่ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวและให้การส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาจส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนนโยบายทางด้านการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้น สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ควรทบทวนนโยบายองค์กรในการจ้างงานให้เพียงพอเพื่อต้อนรับลูกค้า ควรมีการจัดอบรมพนักงานในเรื่องมาตรการสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด และควรออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความปลอดภัย เช่น โปรแกรมนำเที่ยว ผู้นำเที่ยว พาหนะรับส่ง ฯลฯ เพื่อสร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้า และสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการบริการ (โรงแรม ร้านอาหาร การขนส่ง ฯลฯ) เช่นเดียวกันกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ควรทบทวนนโยบายองค์กรในการจ้างงานให้เพียงพอเพื่อต้อนรับลูกค้า ควรมีการจัดอบรมพนักงานในเรื่องมาตรการสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด และควรนำเสนอข้อเสนอที่น่าสนใจต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการ ทั้งทางด้านความคุ้มค่าของราคาหรือเน้นด้านคุณภาพในการให้บริการ

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า ทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันสามารถช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพได้ ซึ่งทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันประกอบด้วย 1) ธรรมชาติความเป็นมิตร คือ คนในพื้นที่ยินดีต้อนรับและยินดีที่จะเพื่อนกับนักท่องเที่ยว 2) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ คือ คนในพื้นที่ทักทายพูดคุยกับนักท่องเที่ยวอย่างสนุกสนานจนเกิดความใกล้ชิด และ 3) การเห็นอกเห็นใจ คือ คนในพื้นที่ยินดีรับฟังและพร้อมให้ความช่วยเหลือ เมื่อนักท่องเที่ยว

ประสบปัญหาใดๆ ดังนั้น หากผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการนำทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันไปปรับใช้ในการบริการลูกค้า จะช่วยให้เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพของการให้บริการทางการท่องเที่ยว มากไปกว่านั้น ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการสามารถนำทฤษฎีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันไปเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน โดยการจัดอบรมพนักงานให้มีธรรมชาติความเป็นมิตร ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และความเห็นอกเห็นใจแก่ลูกค้า สิ่งนี้เป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าเพื่อให้กลับมาใช้บริการซ้ำ

5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับคนในพื้นที่

จากผลการวิจัยพบว่า คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อยู่ในระดับมาก และการส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ คนในพื้นที่มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับนักท่องเที่ยว รวมทั้งยังมีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวมากกว่าทัศนคติเชิงลบ ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ปรากฏการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า คนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตารู้ดีว่าโควิด-19 มีความเสี่ยงต่อชีวิต แต่เรื่องปากท้องสำคัญกว่า คนในพื้นที่จึงให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อหาเลี้ยงชีพ ไม่เพียงแต่คนในพื้นที่ที่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการค้าขายเท่านั้นที่จะได้รับผลประโยชน์ทางตรงจากการท่องเที่ยว แต่คนในพื้นที่ที่ประกอบอาชีพอื่นๆต่างก็ได้รับผลประโยชน์ทางการท่องเที่ยวทางอ้อม ผ่านการลงทุนจากรัฐบาลเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ (Infrastucture) เช่น สะพานข้ามระหว่างเกาะกับแผ่นดินหลัก ถนน แสงสว่าง ไฟฟ้า น้ำประปา ถังขยะ ฯลฯ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายในการเดินทางและความเป็นอยู่ เป็นต้น คนในพื้นที่ที่ประกอบอาชีพอื่นจึงให้การส่งเสริมทางการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

ดังนั้น คนในพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว ควรให้ความร่วมมือกับภาครัฐช่วยในการขับเคลื่อนนโยบายทางการท่องเที่ยว ควรปฏิบัติตามมาตรการสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด (สวมหน้ากากอนามัย เว้นระยะห่าง วัดอุณหภูมิ ล้างมือด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์ ฯลฯ) เพื่อทำให้แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวปลอดโควิด-19 และเป็นแบบอย่างให้แหล่งท่องเที่ยวเห็นถึงความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ หากหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนประกาศใช้นโยบายที่ไม่ตอบสนองกับความต้องการของคนในพื้นที่ คนในพื้นที่ควรใช้สิทธิ์ของตนเองในการแสดงออกทางความคิดเห็น

5.4 ข้อจำกัดงานวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 งานวิจัยนี้ดำเนินการเก็บข้อมูล ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross-sectional studies) ซึ่งจะได้ทราบการรับรู้ความเสี่ยง ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและบทบาทของทัศนคติของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ ณ ช่วงเวลานั้น ซึ่งอาจจะไม่มีความแน่นอนอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น งานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาแบบเชิงพรรณนาระยะยาว (Longitudinal Descriptive Studies) เพื่อที่จะได้ข้อมูลอย่างต่อเนื่องและเป็นข้อมูลเชิงลึก

5.4.2 ควรศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและต่อเนื่อง

5.4.3 ควรศึกษามุมมองด้านนักท่องเที่ยว (Demand Side) ที่มีต่อการรับรู้ความเสี่ยงและการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว หรืออาจปรับเปลี่ยนบทบาทตัวแปรส่งผ่าน เช่น การรับรู้สุขอนามัย (Perceived Hygiene) ความไว้วางใจ (Trust) และความกังวลใจ (Anxiety) เป็นต้น

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยศิลปากร

รายการอ้างอิง

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. https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1881051

Alexandrov, A., Myers, S., & Sen, S. (2010). The moderating effect of personality traits on attitudes toward advertisements: A contingency framework. *Management & Marketing*, *5*.

AlJazeera. (2020). *Coronavirus: Travel restrictions, border shutdowns by country*. AlJazeera and News Agencies. Retrieved August 4 from https://bit.ly/3aKEeLq

Allen, L. R., Hafer, H. R., Long, P. T., & Perdue, R. R. (1993). Rural Residents' Attitudes Toward Recreation and Tourism Development. *Journal of Travel Research*, *31*(4), 27-33. https://doi.org/10.1177/004728759303100405

Allport, G. W. (1935). *Handbook of Social Psychology*. Clark University Press.

Altman, I., & Low, S. (1992). *Place attachment*. Plenum.

Ambard, M., Beckley, T. M., Stedman, R. C., & Wallace, W. (2004). *A new tool for understanding sense of place. Sustainable forest management network*. University of Alberta.

An, M., Lee, C., & Noh, Y. (2010). Risk factors at the travel destination: their impact on air travel satisfaction and repurchase intention. *Service Business*, *4*(2), 155-166. https://doi.org/10.1007/s11628-010-0094-2

Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents [Article]. *Journal of Travel Research*, *50*(3), 248-260. https://doi.org/10.1177/0047287510362918

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, *32*(4), 1056-1076. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001

Ap, J. (1990). Residents' perceptions research on the social impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, *17*(4), 610-616.

https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90032-M

Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, *19*(4), 665-690. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3

Ap, J., & Crompton, J. L. (1998). Developing and Testing a Tourism Impact Scale. *Journal of Travel Research*, *37*(2), 120-130. https://doi.org/10.1177/004728759803700203

Aqueveque, C. (2006). Extrinsic cues and perceived risk: the influence of consumption situation. *Journal of Consumer Marketing*, *23*(5), 237-247. https://doi.org/10.1108/07363760610681646

Aramberr, J. (2001). The Host Should Get Lost: Paradigms in the Tourism Industry. *Annals of Tourism Research*, *28*(3), 738–761.

Artv er, S. (2015). The Effect of Risk Perceptions on Tourist“ Revisit Intentions. *European Journal of Business and Management*, *7*, 36-43.

Azougagh, H. R., P. (2022). Community Residents’ Attitudes towards Tourism Development after the COVID-19 Pandemic: The Case of Ait Ben Haddou, Morocco. *International Tourism and Hospitality Journal*, *5(3)* 1-17. https://doi.org/https://doi.org/10.37227/ITHJ-2022-02-732/

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. https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1798895

Baldwin, J. M. (1901-1905). *Dictionary of philosophy and psychology* (Vol. 3). Macmillan.

BangkokPost. (2020). *Staying alive on freshly deserted Koh Lanta Island*. Retrieved September 26 from https://www.bangkokpost.com/business/2007475/staying-alive-on-freshly-deserted-koh-lanta

Barcelona Field Studies Centre. (2020). *Tourism Costs and Benefits*. Retrieved August 22 from https://geographyfieldwork.com/TourismProsCons.htm

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, January 20, 2022.). *Explaining GA residents’ pro-tourism behaviour during the COVID-19 pandemic* Northeast

Travel and Tourism Research Association (NETTRA) Annual Conference Research Colloquium,

Bauer, R. A. (1960). *Consumer behavior as Risks taking. In Dynamic Marketing for a Changing World; Hancock, R. S., Ed*. American Marketing Association.

Baumgartner, H., & Homburg, C. (1996). Applications of structural equation modeling in marketing and consumer research: A review. *International Journal of Research in Marketing*, *13*(2), 139-161. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0167-8116(95)00038-0

Beckley, T. M. (2003). *The relative importance of sociocultural and ecological factors in attachment to place*. (L. E. Kruger, Ed.). Forest Service.

Belisle, F. J., & Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents a case study in Santa Marta, Colombia. *Annals of Tourism Research*, *7*(1), 83-101. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0160-7383(80)80008-9

Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, *88*(3), 588-606. https://doi.org/10.1037/0033-2909.88.3.588

Bermingham, C., Schultz, M., & Grau, K. (2021). *Residents' Attitudes Towards Tourism - 4th Quarter 2020*. https://scholarworks.umt.edu/itrr_pubs/417/#:~:text=Institute%20for%20Tourism%20and%20Recreation%20Research%20Publications.

Besculides, A., Lee, M. E., & McCormick, P. J. (2002). Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, *29*(2), 303-319. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00066-4

Bettman, J. R. (1973). Perceived Risk and Its Components: A Model and Empirical Test. *Journal of Marketing Research*, *10*(2), 184-190. https://doi.org/10.2307/3149824

Bimonte, S., & Faralla, V. (2016). Does residents' perceived life satisfaction vary with tourist season? A two-step survey in a Mediterranean destination. *Tourism Management*, *55*, 199-208. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.02.011

Black, R., & Nickerson, N. (1997). *Visitor Impacts: Livingston Case Study*.

Brouder, P., Teoh, S., Salazar, N. B., Mostafanezhad, M., Pung, J. M., Lapointe, D., Higgins Desbiolles, F., Haywood, M., Hall, C. M., & Clausen, H. B. (2020). Reflections and

discussions: tourism matters in the new normal post COVID-19. *Tourism Geographies*, *22*(3), 735-746. https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1770325

Brougham, J. E., & Butler, R. (1981). A segmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism. *Annals of Tourism Research*, *8*, 569-590.

Browne, M. W., & Cudeck, R. (1992). Alternative Ways of Assessing Model Fit. *Sociological Methods & Research*, *21*(2), 230-258. https://doi.org/10.1177/0049124192021002005

Budescu, D. V., & Wallsten, T. S. (1985). Consistency in interpretation of probabilistic phrases. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *36*(3), 391-405. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(85)90007-X

Burleigh, N. (2020). *The Caribbean dilemma*. The New York Times. Retrieved August 27 from https://www.nytimes.com/2020/08/04/travel/coronavirus-caribbean-vacations.html

Bustos-Gallardo, B., & Román, Á. (2019). A sea uprooted: islandness and political identity in Chiloé, Chile. *Island Studies Journal*, *14*. https://doi.org/10.24043/isj.91

Byrne, B. M. (2010). Structural equation modeling with AMOS: basic concepts, applications, and programming (multivariate applications series). *New York: Taylor & Francis Group*, *396*(1), 7384.

Carmichael, B. A., Peppard, D. M., & Boudreau, F. A. (1996). Megaresort on My Doorstep: Local Resident Attitudes toward Foxwoods Casino and Casino Gambling on Nearby Indian Reservation Land. *Journal of Travel Research*, *34*(3), 9-16.

Caton, K., & Santos, C. A. (2008). Closing the hermeneutic circle? photographic encounters with the other [Article]. *Annals of Tourism Research*, *35*(1), 7-26. https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.03.014

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*. https://doi.org/10.1080/21568316.2021.1873836

çetinsöz, b., & Ege, Z. (2013). Impacts of perceived risks on tourists' revisit intentions. *Anatolia*, *24*, 173-187. https://doi.org/10.1080/13032917.2012.743921

Che Rose, R., Sri Ramalu, S., Uli, J., & Kumar, N. (2010). Expatriate performance in overseas assignments: The role of Big Five Personality. *Asian Social Science*, *6*(9), 104-113.

Chen, C.-F., & Chen, P.-C. (2010). Resident Attitudes toward Heritage Tourism Development. *Tourism Geographies*, *12*(4), 525-545. https://doi.org/10.1080/14616688.2010.516398

Chew, E. Y. T., & Jahari, S. A. (2014). Destination image as a mediator between perceived risks and revisit intention: A case of post-disaster Japan. *Tourism Management*, *40*, 382-393. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.008

Chien, P. M., & Ritchie, B. W. (2018). Understanding intergroup conflicts in tourism. *Annals of Tourism Research*, *72*, 177-179. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.03.004

Christensen, N. A., & Nickerson, N. P. (1996). *Three Communities Explore Tourism* (Research Report 47, Issue.

Compton, N. B. (2020). *Hawaii is open to tourists. Here's what locals want you to know before you go*. The Washington Post. Retrieved August 27 from https://www.washingtonpost.com/travel/tips/hawaii-travel-covid-restrictions/

Cox, D. (1967). *Risks taking and information handling in consumer behavior*. Harvard University Press.

Cunningham, S. M. (1967). *The major dimensions of perceived Risks* (Risks taking and information handling in consumer behavior, Cox, D. (ed.) ed.). Harvard University Press.

Daoust, J. F. (2020). Elderly people and responses to COVID-19 in 27 Countries. *PLOS ONE*, *15*(7), e0235590. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0235590

Deng, J., Arbogast, D., & Selin, S. (2011). Community-Based Tourism Planning: An Application of the APPA Approach to Ansted, West Virginia. *Tourism Analysis*, *16*, 601-615. https://doi.org/10.3727/108354211X13202764960780

Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2000). *Introduction to LISREL: A guide for the uninitiated*. SAGE Publications.

Diroy, D. (2020). *Traveling while Asian during the pandemic*. CNN. Retrieved September 5 from https://edition.cnn.com/travel/article/asian-travelers-

pandemic/index.html

Dixon, J., & Durrheim, K. (2000). Displacing place-identity: A discursive approach to locating self and other. *British Journal of Social Psychology*, *39*(1), 27-44. https://doi.org/https://doi.org/10.1348/014466600164318

Doll, W. J., Xia, W., & Torkzadeh, G. (1994). A confirmatory factor analysis of the end-user computing satisfaction instrument. *MIS Q.*, *18*(4), 453–461. https://doi.org/10.2307/249524

Douglas, M. A., & Wildavsky, A. (1983). Risk and culture : an essay on the selection of technical and environmental dangers. *Journal for the Scientific Study of Religion*, *22*, 188.

Draper, J., Woosnam, K. M., & Norman, W. C. (2011). Tourism Use History: Exploring a New Framework for Understanding Residents' Attitudes toward Tourism. *Journal of Travel Research*, *50*(1), 64-77. https://doi.org/10.1177/0047287509355322

Durkheim, E. (1912). *The elementary forms of the religious life*. Free Press.

Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, *28*(2), 409-422. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.04.002

Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.

Erul, E., Woosnam, K. M., & McIntosh, W. A. (2020). Considering emotional solidarity and the theory of planned behavior in explaining behavioral intentions to support tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, *28*(8), 1158-1173. https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1726935

Eslami, S., Khalifah, Z., Mardani, A., Streimikiene, D., & Han, H. (2019). Community attachment, tourism impacts, quality of life and residents' support for sustainable tourism development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *36*(9), 1061-1079. https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1689224

Eusébio, C., Vieira, A. L., & Lima, S. (2018). Place attachment, host–tourist interactions, and residents' attitudes towards tourism development: the case of Boa Vista Island in Cape Verde. *Journal of Sustainable Tourism*, *26*(6), 890-909.

https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1425695

Farnum, J., Hall, T., & Kruger, L. E. (2005). *Sense of place in natural resource recreation and tourism: an evaluation and assessment of research findings*. Forest Service.

Faulkner, J., Schaller, M., Park, J. H., & Duncan, L. A. (2004). Evolved Disease-Avoidance Mechanisms and Contemporary Xenophobic Attitudes. *Group Processes & Intergroup Relations*, *7*(4), 333-353. https://doi.org/10.1177/1368430204046142

Fayombo, G. (2010). The Relationship between Personality Traits and Psychological Resilience among the Caribbean Adolescents. *International Journal of Psychological Studies*, *2*. https://doi.org/10.5539/ijps.v2n2p105

Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics.* Sage.

Fischer, E., & Arnold, S. J. (1994). Sex, gender identity, gender role attitudes, and consumer behavior. *Psychology & Marketing*, *11*(2), 163-182. https://doi.org/10.1002/mar.4220110206

Fishwick, L., & Vining, J. (1992). Toward a phenomenology of recreation place. *Journal of Environmental Psychology*, *12*(1), 57-63. https://doi.org/10.1016/S0272-4944(05)80297-X

Floyd, M. F., Gibson, H., Pennington-Gray, L., & Thapa, B. (2004). The Effect of Risk Perceptions on Intentions to Travel in the Aftermath of September 11, 2001. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *15*(2-3), 19-38. https://doi.org/10.1300/J073v15n02_02

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, *18*(1), 39-50. https://doi.org/10.2307/3151312

Furt, J., & Maupertuis, M. A. (2012). Island Tourism Development and Quality of Life of its Residents: a Critical Analysis of Sustainable Tourism Indicators. *Études caribéennes* https://doi.org/https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.6277

Gabriel Brida, J., Osti, L., & Faccioli, M. (2011). Residents' perception and attitudes towards tourism impacts. *Benchmarking: An International Journal*, *18*(3), 359-385. https://doi.org/10.1108/14635771111137769

Gilbert, D. C., & Clark, M. (1997). An exploratory examination of urban tourism impact, with reference to residents attitudes, in the cities of Canterbury and Guildford.

Cities, *14*, 343-352.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, *29*(1), 1-20. https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708

Grydehøj, A., Kelman, I., & Su, P. (2020). Island geographies of separation and cohesion: The coronavirus (COVID‐19) pandemic and the geopolitics of Kalaallit Nunaat (Greenland). *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, *111*(3), 288-301.

Gu, H., & Ryan, C. (2008). Place attachment, identity and community impacts of tourism—the case of a Beijing hutong. *Tourism Management*, *29*, 637-647. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.006

Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). Locals' Attitudes toward Mass and Alternative Tourism: The Case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, *49*(3), 381-394. https://doi.org/10.1177/0047287509346853

Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident Attitudes—A Structural Modelling Approach. *Annals of Tourism Research*, *29*, 79-105.

Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, *31*(3), 495-516. https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.008

Gut, P., & Jarrell, S. (2007). Silver Lining on a Dark Cloud: The Impact of 9/11 on a Regional Tourist Destination. *Journal of Travel Research*, *46*(2), 147-153. https://doi.org/10.1177/0047287507299590

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Prentice Hall.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. (2006). Multivariate data analysis . Uppersaddle River. In: NJ: Pearson Prentice Hall.

Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, *22*(3), 577-598. https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131

Hao, H., Long, P., & Kleckley, J. (2011). Factors Predicting Homeowners' Attitudes toward Tourism: A Case of a Coastal Resort Community. *Journal of Travel Research*, *50*,

627-640. https://doi.org/10.1177/0047287510385463

Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: The case of samos. *Annals of Tourism Research*, *23*, 503-526.

Harrill, R. (2004). Residents' Attitudes toward Tourism Development: a Literature Review with Implications for Tourism Planning. *Journal of Planning Literature*, *18*(3), 251-266. https://doi.org/10.1177/0885412203260306

Harrill, R., & Potts, T. D. (2003). Tourism Planning in Historic Districts: Attitudes Toward Tourism Development in Charleston. *Journal of the American Planning Association*, *69*(3), 233-244. https://doi.org/10.1080/01944360308978017

Harrison, D. (1992). *International tourism and the less developed countries* (D. Harrison (Ed.) ed.). Bellhaven.

Harvey, M. J., Hunt, J. D., & Harris, C. C. (1995). Gender and community tourism dependence level. *Annals of Tourism Research*, *22*, 349-366.

Hassan, I. (1985). The Culture of Postmodernism. *Theory, Culture & Society*, *2*(3), 119-131. https://doi.org/10.1177/0263276485002003010

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. https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382

Hilsenrath, J. (2020). *Global viral out breaks like coronavirus, once rare, will become more common*. The Wall Street Journal. Retrieved August 4 from https://www.wsj.com/articles/viral-outbreaks-once-rare-become-part-of-the-global-landscape-11583455309

Hinkle, D. E., Wiersma, W., & Jurs, S. G. (1998). *Applied Statistics for the Behavior Sciences* (Applied Statistics for the Behavior Sciences (4 ed.) ed.). Houghton Mifflin College Division.

Hoffman, K. D., & Bateson, J. E. G. (1997). *Essentials of Services Marketing*. Fort Worth.

Hossain, M. E., Quaddus, M., & Shanka, T. (2015). Effects of Intrinsic and Extrinsic Quality Cues and Perceived Risk on Visitors' Satisfaction and Loyalty. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, *16*(2), 119-140. https://doi.org/10.1080/1528008X.2015.1013405

Huang, X., Dai, S., & Xu, H. (2020). Predicting tourists' health risk preventative behaviour

and travelling satisfaction in Tibet: Combining the theory of planned behaviour and health belief model. *Tourism Management Perspectives*, *33*, 100589. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100589

Imboden, A. (2012). Between Risk and Comfort: Representations of Adventure Tourism in Sweden and Switzerland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, *12*(4), 310-323. https://doi.org/10.1080/15022250.2012.752624

Jaafar, M., Rasoolimanesh, S. M., & Ismail, S. (2017). Perceived sociocultural impacts of tourism and community participation: A case study of Langkawi Island. *Tourism and Hospitality Research*, *17*(2), 123-134. https://doi.org/10.1177/1467358415610373

Jackson, M. S., & Inbakaran, R. (2006). Evaluating residents' attitudes and intentions to act towards tourism development in regional Victoria, Australia. *International Journal of Tourism Research*, *8*, 355-366.

Jafari, J. (1986). A systemic view of sociocultural dimensions of tourism. *President's commission on American outdoors, tourism*, 33-50.

Johnson, J. D., Snepenger, D. J., & Akis, S. (1994). Residents' perceptions of tourism development. *Annals of Tourism Research*, *21*(3), 629-642.

Joo, D., Cho, H., & Woosnam, K. M. (2019). Exploring tourists' perceptions of tourism impacts. *Tourism Management Perspectives*, *31*, 231-235.

Joo, D., Cho, H., Woosnam, K. M., & Suess, C. (2020). Re-theorizing social emotions in tourism: applying the theory of interaction ritual in tourism research. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-16.

Joo, D., Tasci, A. D., Woosnam, K. M., Maruyama, N. U., Hollas, C. R., & Aleshinloye, K. D. (2018). Residents' attitude towards domestic tourists explained by contact, emotional solidarity and social distance. *Tourism Management*, *64*, 245-257.

Joo, D., Woosnam, K. M., Lee, S., & Lee, C. K. (2020). Destination loyalty as explained through self-congruity, emotional solidarity, and travel satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *45*, 338-347.

Joo, D., Woosnam, K. M., Shafer, C. S., Scott, D., & An, S. (2017). Considering Tobler's first law of geography in a tourism context. *Tourism Management*, *62*, 350-359.

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. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100553

Jurowski, C., & Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, *31*, 296-312. https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.12.005

Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, *36*(2), 3-11.

Kaltenborn, B. P. (1998). Effects of sense of place on responses to environmental impacts: A study among residents in Svalbard in the Norwegian high Arctic. *Applied Geography*, *18*(2), 169-189.

Kamata, H. (2021). Tourist destination residents' attitudes towards tourism during and after the COVID-19 pandemic. *Current Issues in Tourism*, 1-16.

Kaplan, L. B., Szybillo, G. J., & Jacoby, J. (1974). Components of perceived risk in product purchase: A cross-validation. *Journal of applied Psychology*, *59*(3), 287.

Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, *36*, 527-540.

King, B., Pizam, A., & Milman, A. (1993). Social impacts of tourism: Host perceptions. *Annals of Tourism Research*, *20*(4), 650-665.

Kline, R. B. (2011). Principles and practice of structural equation modeling (3. Baskı). *New York, NY: Guilford.*

Ko, D.-W., & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, *23*(5), 521-530.

Kock, F., Josiassen, A., & Assaf, A. G. (2019). The xenophobic tourist. *Annals of Tourism Research*, *74*, 155-166.

Kock, F., Josiassen, A., Assaf, A. G., Karpen, I., & Farrelly, F. (2019). Tourism ethnocentrism and its effects on tourist and resident behavior. *Journal of Travel Research*, *58*(3), 427-439.

Kour, P., Jasrotia, A., & Gupta, S. (2020). COVID-19: a pandemic to tourism guest-host relationship in India. *International Journal of Tourism Cities*.

Kozak, M., & Law, R. (2007). The Impact of the Perception of Risk on International

Travellers. *International Journal of Tourism Research*, *9*, 233-242. https://doi.org/10.1002/jtr.607

Kozak, M., & Tasci, A. D. (2005). Perceptions of foreign tourists by local service providers: the case of Fethiye, Turkey. *International Journal of Tourism Research*, *7*(4-5), 261-277.

Kruger, P. S. S. (2012). Perceptions of tourism impacts and satisfaction with particular life domains. In *Handbook of tourism and quality-of-life research* (pp. 279-292). Springer.

Kunreuther, H. (1976). Limited knowledge and insurance protection. *Public policy*, *24*(2), 227-261.

Kwan, A. V. C., & McCartney, G. (2005). Mapping resident perceptions of gaming impact. *Journal of Travel Research*, *44*(2), 177-187.

Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2004). Effect of activity involvement and place attachment on recreationists' perceptions of setting density. *Journal of leisure Research*, *36*(2), 209-231.

Lai, I. K. W., & Hitchcock, M. (2017). Local reactions to mass tourism and community tourism development in Macau. *Journal of Sustainable Tourism*, *25*(4), 451-470.

Lan, T., Zheng, Z., Tian, D., Zhang, R., Law, R., & Zhang, M. (2021). Resident-Tourist Value Co-Creation in the Intangible Cultural Heritage Tourism Context: The Role of Residents' Perception of Tourism Development and Emotional Solidarity. *Sustainability*, *13*(3), 1369.

Lankford, S. V. (1994). Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development. *Journal of Travel Research*, *32*(3), 35-43.

Lankford, S. V., & Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, *21*(1), 121-139.

Law, R. (2006). The perceived impact of risks on travel decisions. *International Journal of Tourism Research*, *8*(4), 289-300. https://doi.org/https://doi.org/10.1002/jtr.576

Lee, C.-K., Kang, S., Long, P., & Reisinger, Y. (2010). Residents' Perceptions of Casino Impacts: A Comparative Study. *Tourism Management - TOURISM MANAGE*, *31*, 189-201. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.011

Lee, C.-K., Song, H.-J., Bendle, L. J., Kim, M.-J., & Han, H. (2012). The impact of non-pharmaceutical interventions for 2009 H1N1 influenza on travel intentions: A model of goal-directed behavior. *Tourism Management*, *33*(1), 89-99. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.02.006

Lee, S. (2021). Analysis of Positive Feelings Toward Tourism During the COVID-19 Pandemic. *Research on the Coronavirus Disaster*, 63.

Lepp, A., & Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk and international tourism. *Annals of Tourism Research*, *30*(3), 606-624.

Lew, A. A., Cheer, J. M., Haywood, M., Brouder, P., & Salazar, N. B. (2020). Visions of travel and tourism after the global COVID-19 transformation of 2020. In: Taylor & Francis.

Li, X., & Wan, Y. K. P. (2017). Residents' support for festivals: Integration of emotional solidarity. *Journal of Sustainable Tourism*, *25*(4), 517-535.

Lindberg, K., & Johnson, R. L. (1997). Modeling resident attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, *24*(2), 402-424.

March, R., & Woodside, A. G. (2005). *Tourism behaviour: travellers' decisions and actions*. Cabi Publishing.

Markose, M. N., & VT, B. (2020, 1 – 3 December 2020). *RESIDENT' S ATTITUDE TOWARDS RESPONSIBLE TOURISM IN THE POST COVID-19 PANDEMIC SCENARIO.* ASIAN TOURISM RESEARCH, School of Tourism Studies, Mahatma Gandhi University.

Martínez-Román, J. A., Tamayo, J. A., Gamero, J., & Romero, J. E. (2015). Innovativeness and business performances in tourism SMEs. *Annals of Tourism Research*, *54*, 118-135.

Masclanis, F. (2020). Résilience et tourisme: d'une crise conjoncturelle à une mutation structurelle?. L'exemple occitan. *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, *39*(3).

Mbaiwa, J. E. (2003). The socio-economic and environmental impacts of tourism development on the Okavango Delta, north-western Botswana. *Journal of arid environments*, *54*(2), 447-467.

McCloskey, B., & Heymann, D. L. (2020). SARS to novel coronavirus–old lessons and new lessons. *Epidemiology & Infection*, *148*.

McCool, S. F., & Martin, S. R. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development. *Journal of Travel Research*, *32*(3), 29-34.

McGehee, N. G., & Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, *43*(2), 131-140.

Milman, A., & Pizam, A. (1988). Social impacts of tourism on central Florida. *Annals of Tourism Research*, *15*(2), 191-204.

Mitchell, V.-W., & Greatorex, M. (1993). Risk perception and reduction in the purchase of consumer services. *Service Industries Journal*, *13*(4), 179-200.

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.

Mok, C., Slater, B., & Cheung, V. H. I. (1991). Residents' attitudes towards tourism in Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management*, *10*, 289-293.

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. https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1901104

Murray, K. B., & Schlacter, J. L. (1990). The impact of services versus goods on consumers' assessment of perceived risk and variability. *Journal of the Academy of Marketing science*, *18*(1), 51-65.

Mustapha, N. (2001). *Sociology for Caribbean students*. Kingston Publishers.

Nakamura, M., Hattori, T,. (2022). Impacts of the COVID-19 Pandemic on Rural Residents of Japan and Their Interactions with the Outside World. *Sustainability*, *14*, 2465.

Nepal, S. K. (2008). Residents' attitudes to tourism in central British Columbia, Canada. *Tourism Geographies*, *10*(1), 42-65.

Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism: An identity perspective. *Annals of Tourism Research*, *39*(1), 243-268.

Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2010). Modeling community support for a proposed integrated resort project. *Journal of Sustainable Tourism*, *18*(2), 257-277.

Nunkoo, R., & So, K. K. F. (2016). Residents' support for tourism: Testing alternative

structural models. *Journal of Travel Research*, *55*(7), 847-861.

Nunnally, J. (1978). *Psychometric Theory*. McGraw-Hill, NY.

Oxford. (2021). *Definition of attitude noun from the Oxford Advanced Learner's Dictionary.* Retrieved September 5 from https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/attitude

Patwardhan, V., Ribeiro, M. A., Payini, V., Woosnam, K. M., Mallya, J., & Gopalakrishnan, P. (2020). Visitors' place attachment and destination loyalty: Examining the roles of emotional solidarity and perceived safety. *Journal of Travel Research*, *59*(1), 3-21.

Pavlić, I., Puh, B., & Mišković, L. (2019). RESIDENTS'ATTITUDES TOWARDS TOURISM IMPACTS IN RURAL AREA. *Tourism in South East Europe... 5*, 521-532.

Pennington-Gray, L. (2018). Reflections to move forward: Where destination crisis management research needs to go. *Tourism Management Perspectives*, *25*, 136-139.

Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1987). Rural resident tourism perceptions and attitudes. *Annals of Tourism Research*, *14*(3), 420-429. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90112-5

Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1990). Resident Support for Tourism Development. *Annals of Tourism Research*, *17*(4), 586-599.

Peter, J. P., & Ryan, M. J. (1976). An Investigation of Perceived Risk at the Brand Level. *Journal of Marketing Research*, *13*(2), 184-188. https://doi.org/10.1177/002224377601300210

Pham, L. (2012). Tourism impacts and support for tourism development in Ha Long Bay, Vietnam: An examination of residents' perceptions. *Asia Social Science*, *8*(8).

Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, *16*(4), 8-12.

Pizam, A., Uriely, N., & Reichel, A. (2000). The intensity of tourist–host social relationship and its effects on satisfaction and change of attitudes: The case of working tourists in Israel. *Tourism Management*, *21*(4), 395-406.

Prayag, G., Hosany, S., Nunkoo, R., & Alders, T. (2013). London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. *Tourism*

Management, *36*, 629-640.

Qiu, R. T., Park, J., Li, S., & Song, H. (2020). Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*, *84*, 102994.

Quintal, V. A., Lee, J. A., & Soutar, G. N. (2010). Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example. *Tourism Management*, *31*(6), 797-805.

Quintal, V. A., & Polczynski, A. (2010). Factors influencing tourists' revisit intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.

Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N., & Ramayah, T. (2015). A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions. *Tourism Management Perspectives*, *16*, 335-345.

Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2005). Travel anxiety and intentions to travel internationally: Implications of travel risk perception. *Journal of Travel Research*, *43*(3), 212-225.

Relph, E. (1996). *Sense of place. Ten geographic ideas that changed the world*. New Brunswick Rutgers University Press.

Ribeiro, M. A., Moritomo, M., & Woosnam, K. M. (2020). Residents' Support for Sustainable Tourism Development in Rural Areas: The Case of Karuizawa, Japan. In *Handbook of Research on Resident and Tourist Perspectives on Travel Destinations* (pp. 88-114). IGI Global.

Ribeiro, M. A., Woosnam, K. M., Pinto, P., & Silva, J. A. (2018). Tourists' destination loyalty through emotional solidarity with residents: An integrative moderated mediation model. *Journal of Travel Research*, *57*(3), 279-295.

Ritchie, B. W., & Jiang, Y. (2019). A review of research on tourism risk, crisis and disaster management: Launching the annals of tourism research curated collection on tourism risk, crisis and disaster management. *Annals of Tourism Research*, *79*, 102812.

Rittichainuwat, B. N., & Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*, *30*(3), 410-418.

Robert, M. (1993). A tale of tourism in two cities. *Annals of Tourism Research*, *20*(3), 336-353.

Roehl, W. S., & Fesenmaier, D. R. (1992). Risk perceptions and pleasure travel: An

exploratory analysis. *Journal of Travel Research*, *30*(4), 17-26.

Roselius, T. (1971). Consumer rankings of risk reduction methods. *Journal of marketing*, *35*(1), 56-61.

Saarinen, J. (2003). The regional economics of tourism in Northern Finland: The socio-economic implications of recent tourism development and future possibilities for regional development. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, *3*(2), 91-113.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer Behaviour*. Prentice Hall.

Schumann, F. R. (2021). Monitoring changes in resident attitudes toward tourism development in small island destinations What comes next in a post-COVID world? *Journal of Global Tourism Research*, *6*(1), 61-66.

Seabra, C., AlAshry, M., Çınar, K., Raja, I., Reis, M., & Sadiq, N. (2021). Restrictions' acceptance and risk perception by young generations in a COVID-19 context. *International Journal of Tourism Cities*.

Sharifpour, M., Walters, G., & Ritchie, B. W. (2014). Risk perception, prior knowledge, and willingness to travel: Investigating the Australian tourist market's risk perceptions towards the Middle East. *Journal of Vacation Marketing*, *20*(2), 111-123.

Sharpley, R. (2008). Tourism, tourists and society (a cura di). *Huntingdon: Elm Publications*.

Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2015). *Tourism and development: concepts and issues* (Vol. 63). Channel view publications.

Shen, J., D'Netto, B., & Tang, J. (2010). Effects of human resource diversity management on organizational citizen behaviour in the Chinese context. *The International Journal of Human Resource Management*, *21*(12), 2156-2172.

Siegel, P. B., & Jakus, P. M. (1995). Tourism as a Sustainable Rural Development Strategy: Building Consensus in Resident Attitudes. *Journal of Rural Social Sciences*, *11*(1), 3.

Simpson, J. J., & Simpson, P. M. (2017). Emotional solidarity with destination security forces. *Journal of Travel Research*, *56*(7), 927-940.

Sinclair-Maragh, G. (2017). Demographic analysis of residents' support for tourism development in Jamaica. *Journal of Destination Marketing & Management*, *6*(1),

5-12.

Sinclair-Maragh, G., & Gursoy, D. (2016). A conceptual model of residents' support for tourism development in developing countries. *Tourism Planning & Development*, *13*(1), 1-22.

Sinclair-Maragh, G., Gursoy, D., & Vieregge, M. (2015). Residents' perceptions toward tourism development: A factor-cluster approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, *4*(1), 36-45.

Sinclair, M. T. (1998). Tourism and economic development: A survey. *The journal of development studies*, *34*(5), 1-51.

Skidmore, W. (1979). *Theoretical thinking in sociology*. CUP Archive.

Smith, M. D., & Krannich, R. S. (1998). Tourism dependence and resident attitudes. *Annals of Tourism Research*, *25*(4), 783-802.

Smith, V. (1989). Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism, Uni. In: of Pennsylvania press.

Snaith, T., & Haley, A. (1994). Tourism's impact on host lifestyle realities. *Tourism: The state of art*, 826-835.

Sohn, H.-K., Lee, T. J., & Yoon, Y.-S. (2016). Relationship between perceived risk, evaluation, satisfaction, and behavioral intention: A case of local-festival visitors. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *33*(1), 28-45.

Stainton, H. (2020). *Inbound tourism explained Understanding the basics*. Retrieved August 27 from https://tourismteacher.com/inbound-tourism/

Statista. (2020). *International tourist arrivals Thailand 2015-2019*. Retrieved August 27 from https://bit.ly/3BYoBMq

Stedman, R. C. (2003). Is it really just a social construction?: The contribution of the physical environment to sense of place. *Society &Natural Resources*, *16*(8), 671-685.

Stronza, A., & Gordillo, J. (2008). Community views of ecotourism. *Annals of Tourism Research*, *35*(2), 448-468.

Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, *45*, 260-274.

https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.006

Stylidis, D., Woosnam, K. M., & Ivkov, M. (2020). Tourists' emotional solidarity with residents: a segmentation analysis and its links to destination image and loyalty. *Journal of Destination Marketing & Management*, *17*, 100458.

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.

Teye, V., & Sirakaya, E. (2002). F Sönmez, S.(2002). *Residents' attitudes toward tourism development*, 668-688.

Thaitravellers. (2021). สนุกกับโลกใต้น้ำและหาดสวยน้ำใสที่ เกาะลันตา. Retrieved 9 สิงหาคม from https://bit.ly/3AL5c01

Thammajak, S., & Tirasattayapitak, A. (2020). Our Homeland is A Tourist Destination: Voices of School-Aged Children towards Island Tourism Impacts. *WMS Journal of Management*, *9*(2), 97-108.

Thompson, K. A. (2006). *An eye for the tropics: Tourism, photography, and framing the Caribbean picturesque*. Duke University Press.

Tilaki, M. J. M., Abooali, 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.

Tomljenovic, R., & Faulkner, B. (2000). Tourism and older residents in a sunbelt resort. *Annals of Tourism Research*, *27*(1), 93-114.

Torres, R., & Momsen, J. H. (2004). Challenges and potential for linking tourism and agriculture to achieve pro-poor tourism objectives. *Progress in Development Studies*, *4*(4), 294-318.

Tovar, C., & Lockwood, M. (2008). Social impacts of tourism: An Australian regional case study. *International Journal of Tourism Research*, *10*(4), 365-378.

Travel+Leisure. (2020). *The Top 25 Islands in the World*. Retrieved August 9 from https://www.travelandleisure.com/worlds-best/islands

Tse, S., & Tung, V. W. S. (2020). Residents' discrimination against tourists. *Annals of Tourism Research*.

Tuan, Y.-F. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. U of Minnesota Press.

Um, S., & Crompton, J. L. (1987). Measuring resident's attachment levels in a host community. *Journal of Travel Research*, *26*(1), 27-29.

UNWTO. (2015). *UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition. United Nations*. Retrieved August 4 from https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899

UNWTO. (2020). *Policy Brief: COVID-19 and Transforming Tourism. United Nations*. Retrieved August 4 from https://bit.ly/3C3vKeu

Vargas-Sánchez, A., Plaza-Mejia, M. d. l. Á., & Porras-Bueno, N. (2009). Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. *Journal of Travel Research*, *47*(3), 373-387.

Veenendaal, W. (2020). Islands of democracy. *Area*, *52*(1), 30-37.

Wang, I. M., & Ackerman, J. M. (2019). The infectiousness of crowds: Crowding experiences are amplified by pathogen threats. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *45*(1), 120-132.

Wang, S., & Xu, H. (2015). Influence of place-based senses of distinctiveness, continuity, self-esteem and self-efficacy on residents' attitudes toward tourism. *Tourism Management*, *47*, 241-250.

Wang, Y., & Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, *47*(1), 84-93.

Ward, C., & Berno, T. (2011). Beyond social exchange theory: Attitudes toward tourists. *Annals of Tourism Research*, *38*(4), 1556-1569.

Wen, J., Wang, C. C., & Kozak, M. (2021). Post-COVID-19 Chinese domestic tourism market recovery: Potential influence of traditional Chinese medicine on tourist behaviour. *Anatolia*, *32*(1), 121-125.

WHO. (2020). *WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19*. Retrieved August 30 from https://bit.ly/3poVG0O

WHO. (2021a). *Weekly epidemiological update on COVID-19 - 3 August 2021*. World Health Organization. Retrieved August 4 from https://bit.ly/3ncgRAl

WHO. (2021b). ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับไวรัสโควิดสายพันธุ์โอมิครอน. https://www.who.int/thailand/news/detail/29-11-2021-Update-on-Omicron

WHO. (2022, 6 January 2022). *Weekly epidemiological update on COVID-19*. https://www.who.int/publications/m/item/weekly-epidemiological-update-on-covid-19---6-january-2022

Wiley, N. (1976). [Conflict Sociology: Toward an Explanatory Science., Randall Collins]. *Contemporary Sociology*, *5*(3), 235-239. https://doi.org/10.2307/2064056

Williams, A. M., & Baláž, V. (2013). Tourism, risk tolerance and competences: Travel organization and tourism hazards. *Tourism Management*, *35*, 209-221.

Williams, D. R., & Vaske, J. J. (2003). The measurement of place attachment: Validity and generalizability of a psychometric approach. *Forest Science*, *49*(6), 830-840.

Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, *50*, 84-97.

Woosnam, K. M. (2011). Comparing residents' and tourists' emotional solidarity with one another: An extension of Durkheim's model. *Journal of Travel Research*, *50*(6), 615-626.

Woosnam, K. M. (2012). Using emotional solidarity to explain residents' attitudes about tourism and tourism development. *Journal of Travel Research*, *51*(3), 315-327.

Woosnam, K. M., & Aleshinloye, K. D. (2013). Can tourists experience emotional solidarity with residents? Testing Durkheim's model from a new perspective. *Journal of Travel Research*, *52*(4), 494-505.

Woosnam, K. M., & Aleshinloye, K. D. (2018). Residents' emotional solidarity with tourists: Explaining perceived impacts of a cultural heritage festival. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, *42*(4), 587-605.

Woosnam, K. M., Aleshinloye, K. D., Van Winkle, C. M., & Qian, W. (2014). Applying and expanding the theoretical framework of emotional solidarity in a festival context. *Event Management*, *18*(2), 141-151.

Woosnam, K. M., & Norman, W. C. (2010). Measuring residents' emotional solidarity with tourists: Scale development of Durkheim's theoretical constructs. *Journal of Travel Research*, *49*(3), 365-380.

Woosnam, K. M., Norman, W. C., & Ying, T. (2009). Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists. *Journal of Travel Research*, *48*(2), 245-258.

Woosnam, K. M., Shafer, C. S., Scott, D., & Timothy, D. J. (2015). Tourists' perceived safety through emotional solidarity with residents in two Mexico–United States border regions. *Tourism Management*, *46*, 263-273. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.06.022

Workpointtoday. (2560). ชาวเกาะลันตาหวั่น ปัญหาขยะล้นเมือง ตกค้างกว่า *5* หมื่นตัน. https://bit.ly/32Oi0a0

WTTC. (2019a). *Economic Impact Reports*. Retrieved August 27 from https://wttc.org/Research/Economic-Impact

WTTC. (2019b). *World Travel & Tourism Council: Travel & Tourism Economic Impact 2019 - March 2019* World Travel & Tourism Council.

Wu, Z., & McGoogan, J. M. (2020). Characteristics of and Important Lessons From the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Outbreak in China: Summary of a Report of 72 314 Cases From the Chinese Center for Disease Control and Prevention. *Jama*, *323*(13), 1239-1242. https://doi.org/10.1001/jama.2020.2648

Yang, Y., Shang, W., & Rao, X. (2020). Facing the COVID‐19 outbreak: What should we know and what could we do? *Journal of medical virology*.

Yehia, Y. (2019). *The Importance of Tourism on Economies and Businesses*. Retrieved August 27 from https://globaledge.msu.edu/blog/post/55748/the-importance-of-tourism-on-economies-a

Ying, T., & Norman, W. C. (2017). Personality effects on the social network structure of boundary-spanning personnel in the tourism industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, *41*(5), 515-538.

Zeithaml, V. A. (1981). How consumer evaluation processes differ between goods and services. *Marketing of services*, *9*(1), 25-32.

Zenker, S., & Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic - A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, *81*, 104164-104164. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164

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.

Zikmund, W. G., & Scott, J. E. (1974). A Multivariate analysis of perceived risk self-confidence and information sources. *ACR North American Advances*.

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2563). ข้อมูลสถิติจำนวนประชากร อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่. Retrieved 9 สิงหาคม from https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/file/63/stat_a63.txt

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. *2562*. Retrieved 16 ตุลาคม from https://www.mots.go.th/download/article/article_20200106115256.pdf

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย *Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA)*.

คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล. (2563). ความรู้พื้นฐาน *COVID - 19* การติดเชื้อ การป่วย การดูแลรักษา การป้องกันการแพร่เชื้อและการติดเชื้อ. Retrieved 30 กันยายน from https://cutt.ly/0EU5fkx

จส.100. (2564). กระบี่ เสนอของบฯ สร้างอาคารห้องพิเศษ *12* ห้อง รพ.เกาะลันตา เดือนนี้ ฉีดวัคซีน*70%*. https://www.js100.com/en/site/news/view/111137

จิตติศักดิ์ นันทพานิช. (2564). ถอดบทเรียนไทยสู้โควิด. กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์.

ชนบทที่รัก. (2564). วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทุ่งหยีเพ็ง จ. กระบี่. https://www.xn--12cr3baig9d1f8azp.com/tung-yee-peng-ecotourism-community-enterprise/

ชลทิศ อุไรฤกษ์กุล. (2564). สายพันธุ์ *Alpha ,Beta ,Gramma , Delta* ซึ่งส่งผลต่อความรุนแรงและประสิทธิภาพของวัคซีน จาก *WHO Situation report 5 July 2021. THLA* สมาคมส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพไทย. Retrieved 4 สิงหาคม from http://doh.hpc.go.th/bs/issueDisplay.php?id=592&category=B10&issue=CoronaVirus2019

ฐานเศรษฐกิจ. (2563). โควิด-*19* ผลกระทบต่อความท้าทายโอกาสการท่องเที่ยวแบบสร้างสรรค์. Retrieved 12 กันยายน from https://www.thansettakij.com/content/columnist/451799

ฐานเศรษฐกิจ. (2565). ฝีดาษลิงล่าสุด ระบาดแล้วกี่ประเทศ พร้อมเช็คอาการและสาเหตุ สถานการณ์ในประเทศไทยล่าสุด กรมควบคุมโรครายงานยังไม่พบผู้ติดเชื้อในประเทศ. https://www.thansettakij.com/economy/527052

ดรรชนี เอมพันธุ์, พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์, & วันชัย อรุณประภารัตน์. (2562). คู่มือการประเมิน ขีดความสามารถรองรับการท่องเที่ยวพื้นที่หมู่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่. สำนักงานคณะกรรมการ ส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.) และสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.).

ไทยรัฐออนไลน์. (2564). *1* พ.ย. ดีเดย์ไทยเปิดประเทศ สรุปรวมมาตรการ พื้นที่สีไหนทำอะไรได้บ้าง. https://www.thairath.co.th/news/politic/2232786

นฤมล ขุนวีช่วย, & มานะ ขุนวีช่วย. (2553). รายงานวิจัย ชีวิตและวัฒนธรรมชาวเลอูรักลาโว้ยแห่งทะเลอันดามัน.

บ้านเมือง. (2563). ชาวเกาะลันตาน้อย แห่เก็บเห็ดเสม็ดกินแบ่งขายสร้างรายได้. https://www.banmuang.co.th/news/region/190521

บีบีซีนิวส์ไทย. (2564). โควิด-*19 : 18* เดือนผ่าน จาก "ตัวอย่างชั้นเยี่ยม" ของ *WHO* สู่เกือบ *2* พันศพใน *3* เดือน. Retrieved 6 สิงหาคม from https://www.bbc.com/thai/57674892

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2563). เที่ยวไทย'*63* สะดุด "โควิด" นักท่องเที่ยวต่างชาติหาย-รายได้เป็นศูนย์. Retrieved 16 ตุลาคม from https://www.prachachat.net/tourism/news-584487

ผู้จัดการออนไลน์. (2564a). กระบี่สั่งปิดอีก *2* หมู่บ้านบนเกาะลันตา หลังพบผู้ติดเชื้อ *10* ราย ปิดต่อตลาดมหาราชอีก *3* วัน. Retrieved 31 สิงหาคม from https://mgronline.com/south/detail/9640000044108

ผู้จัดการออนไลน์. (2564b). น่าชื่นชม! จิตอาสาเก็บขยะทะเลจำนวนมากที่ “เกาะรอก” รอรับนักท่องเที่ยวไฮซีซั่นนี้. https://mgronline.com/travel/detail/9640000099801

ผู้จัดการออนไลน์. (2564c). สธ.ประกาศพบผู้ติดเชื้อ “โอมิครอน” ภายในประเทศรายแรก เป็นภรรยานักบินรับเชื้อจากสามี. https://mgronline.com/qol/detail/9640000125485

พิฑูรย์ ทองฉิม. (2558). การจัดการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. บัณฑิตวิทยาลัย

เพจปูดำนิวส์. (2563). ชาวเกาะลันตาพอใจที่ จังหวัดกระบี่ ประกาศปิดห้ามเข้าออก เนื่องจากเป็นพื้นที่เสี่ยงการระบาดของโควิด*19*. https://www.facebook.com/watch/?v=2917066365026243

มูลนิธิหยาดฝน. (2555). ผลกระทบจากสึนามิและการปรับตัวของ “อูรักลาโว้ย” ชาวเลบ้านคลองดาว ตำบลศาลาด่าน อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่. Retrieved 9 สิงหาคม from https://bit.ly/3FWa9a0

ลันตาอินโฟดอทคอม. (2564). ความเป็นมาของเกาะลันตา. Retrieved 9 สิงหาคม from https://www.lantainfo.com/th_about_ko_lanta_history.htm

วิชิต อู่อ้น. (2548). การจัดการเชิงกลยุทธ์ขั้นตอนและวิธีการวิเคราะห์กรณีศึกษาเชิงกลยุทธ์. เซ็ลทรลัเอ็กซ์ เพรส.

ศาลากลางจังหวัดกระบี่. (2564). เกาะลันตา. Retrieved 9 สิงหาคม from http://krabi.thailocallink.com/travel/detail/6

ศูนย์ข่าวท้องถิ่นภาคใต้. (2561). เริ่มแล้วเทศกาลลานตา ลันตา วิถีท้องถิ่นชาวสังกะอู้ *7-9* มีนาคม นี้. Retrieved 9 สิงหาคม from http://www.krabilocalnews.com/krabi00891112334231/

สนุกดอทคอม. (2563). ฟังความจริงจาก “เกาะลันตา” ในวันเผชิญวิกฤต โควิด-*19* ร้ายแรงกว่าสึนามิ. Retrieved 9 สิงหาคม from https://www.sanook.com/news/8036242/

สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวเกาะลันตา. (2564, 6 กันยายน). จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในเกาะลันตา [Interview].

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่. (2563). ตารางแสดงข้อมูลสถิติด้านการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ประจำเดือนพฤษภาคม ปีพ.ศ. *2563* เปรียบเทียบ ปีพ.ศ. *2562*. Retrieved 12 กันยายน from https://krabi.mots.go.th/download/article/article_20200630094737.pdf

สำนักงานจังหวัดกระบี่. (2562). แผนพัฒนาจังหวัดกระบี่ พ.ศ. *2561 – 2565* ฉบับทบทวนรอบปี พ.ศ. *2564*.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ปีที่ *1/2563* ฉบับที่ *4* เดือนกรกฎาคม – กันยายน.

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2554). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. *2554*. https://dictionary.orst.go.th/

สุวิมล ติรกานนท์. (2548). สถิติในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคผนวก

ภาพลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลอำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

มหาวิทยาลัยศิลปากร

หนังสือฉบับนี้ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

รหัสโครงการ: REC 64.1227-211-8840

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย): การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและทัศนคติ

ชื่อโครงการ (ภาษาอังกฤษ): Perceived Risk from the Covid-19 Pandemic and Support for Tourism of Local Residents in Lanta Island, Krabi Province: the Roles of Emotional Solidarity and Attitudes

ผู้วิจัยหลัก: นางสาวกรวรรณ ใจยาว **สังกัด:** คณะวิทยาการจัดการ

เอกสารที่รับรอง:

1. แบบเสนอเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เวอร์ชั่น 01 ฉบับลงวันที่ 27 ธันวาคม 2564
2. แบบเสนอโครงการวิจัยเพื่อการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (ฉบับภาษาไทย) เวอร์ชั่น 01 ฉบับลงวันที่ 27 ธันวาคม 2564

ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยยึดหลักเกณฑ์ตามคำประกาศ เฮลซิงกิ (Declaration of Helsinki) และมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมายข้อบังคับ และข้อกำหนดภายในประเทศ

(ศาสตราจารย์ ดร.พรศักดิ์ ศรีอมรศักดิ์)
ประธานกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยศิลปากร

หมายเลขใบรับรอง COE 64.1229-188
วันที่รับรอง: 29 ธันวาคม พ.ศ. 2564

สำนักงานบริหารการวิจัย นวัตกรรมและการสร้างสรรค์
6 ถนนราชมรรคาใน ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 73000
โทร 0-3425-5808 โทรสาร (Fax) : 0-3425-5808
email : su.ethicshuman@gmail.com

ประกาศ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เรื่อง เปลี่ยนแปลงหัวข้อวิทยานิพนธ์
ประจำภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2564

.....

ชื่อนักศึกษา นางสาวกรวรรณ ใจยาว รหัสประจำตัว 631220103

สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต

เดิม การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและทัศนคติ
Perceived Risk from the Covid-19 Pandemic and Support for Tourism of Local Residents in Lanta Island, Krabi Province: The Roles of Emotional Solidarity and Attitudes

เปลี่ยนเป็น อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน
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: Mediating Role of Attitudes

อาจารย์ที่ปรึกษา 1. อาจารย์ ดร.วงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ประกาศ ณ วันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ. 2565

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจุ้ย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

นางสาวกรวรรณ ไจยาว รหัสประจำตัว 631220103

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

11 มกราคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นายกเทศมนตรีตำบลเกาะสันตาใหญ่

อ้างถึง หนังสือที่ อพ 8606 (พบ) / 624 ลงวันที่ 24 ธันวาคม 2564

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม เรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19ฯ จำนวน 80 ชุด

ตามหนังสือที่อ้างถึง ข้าพเจ้านางสาวกรวรรณ ไจยาว รหัสประจำตัว 631220103 นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้จัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะสันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและทัศนคติ" จึงมีความจำเป็นในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลเกาะสันตาใหญ่เป็นเวลาอย่างน้อย 3 ปีขึ้นไป จำนวน 80 คน เพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ ข้าพเจ้าจึงขอเข้าดำเนินการจัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามดังกล่าวจากหน่วยงานของท่าน ในวันพฤหัสบดีที่ 27 มกราคม 2565

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานของท่าน

เป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

กรวรรณ

(นางสาวกรวรรณ ไจยาว)

นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต

(นายสนาน หวังผล)

นายกเทศมนตรีตำบลเกาะสันตาใหญ่

นางสาวกรวรรณ ไจยาว

เลขที่ 126/49 หมู่ที่ 1 ตำบลบ้านฉาง

อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง 21130

โทรศัพท์ 094-2495863

องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะลันตาน้อย
เลขที่รับ ๓๔
วันที่ ๐๕ ม.ค. ๒๕๖๕
เวลา

ที่ อว 8606 (พบ) / 626

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

24 ธันวาคม 2564

○ สำนักปลัด
○ กองคลัง
○ กองช่าง
⊘ กองการศึกษาฯ
○ กองสวัสดิการฯ
เรียน

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะลันตาน้อย

ด้วย นางสาวกรวรรณ โจยาว รหัสประจำตัว 631220103 นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและทัศนคติ" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลเกาะลันตาน้อยเป็นเวลาอย่างน้อย 3 ปีขึ้นไป จำนวน 80 คน เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่ในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้นางสาวกรวรรณ โจยาว หมายเลขโทรศัพท์ 094 249 5863 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

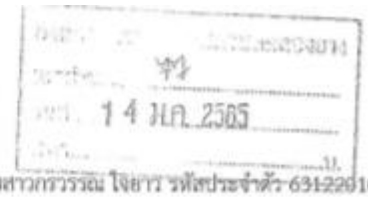
(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจุ้ย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

เรียน นายก อบต.เกาะลันตาน้อย
เสนอพิจารณา
ลงชื่อ
ปลัด อบต.
วันที่ ๐๕ ม.ค. ๖๕

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107 ๐๕ ม.ค. ๒๕๖๕

ความเห็น/คำสั่ง
ลงชื่อ
นายก อบต.
วันที่

14 มค. 2565



นางสาวกรวรรณ ใจยาว รหัสประจำตัว 631220103

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาศิลปากร

11 มกราคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลคลองยาง

อ้างถึง หนังสือที่ อพ 8606 (พบ) / 628 ลงวันที่ 24 ธันวาคม 2564

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม เรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19ฯ จำนวน 80 ชุด

ตามหนังสือที่อ้างถึง ข้าพเจ้านางสาวกรวรรณ ใจยาว รหัสประจำตัว 631220103 นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้จัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและทัศนคติ" จึงมีความจำเป็นในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลคลองยางเป็นเวลาอย่างน้อย 3 ปีขึ้นไป จำนวน 80 คน เพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ ข้าพเจ้าจึงขอเข้าดำเนินการจัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามดังกล่าวจากหน่วยงานของท่าน ในวันพฤหัสบดีที่ 27 มกราคม 2565

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานของท่านเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

กรวรรณ

(นางสาวกรวรรณ ใจยาว)

นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต

(นายนรากร พิมล)

ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลคลองยาง

เรียนนายกอบต.

- น.ส.กรวรรณ ใจยาว แจ้งขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

- เพื่อโปรดทราบ

(นางกุสุมา ยอดวาฤทธิ์)

เจ้าพนักงานบริหารส่วนตำบลคลองยาง

14 มค. 2565

นางสาวกรวรรณ ใจยาว

เลขที่ 126/49 หมู่ที่ 1 ตำบลบ้านฉาง

อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง 21130

โทรศัพท์ 094-2495863

(นางสาวนิตยา พรหมปาน)

หัวหน้าฝ่ายบริหารทั่วไป

ราชการแทนหัวหน้าสำนักปลัด

๑๗ มกราคม ๒๕๖๕

(นายสุรศักดิ์ ฝาไทย)

นายกองค์การบริหารส่วนตำบลคลองยาง

เทศบาลตำบลศาลาด่าน อ.เกาะลันตา จ.กระบี่
เลขที่รับ 261
วันที่ 25 มกราคม 2565
เวลา 10.30 น.

ตรวจ/แจ้ง
- ✓ สำนักปลัด
- ○ กองคลัง
- ○ กองช่าง
- ○ กองการศึกษาฯ
- ○ สปสช.

นางสาวกรวรรณ ใจยาว รหัสประจำตัว 631220103
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาศิลปากร

11 มกราคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นายกเทศมนตรีตำบลศาลาด่าน

อ้างถึง หนังสือที่ อพ 8606 (พบ) / 625 ลงวันที่ 24 ธันวาคม 2564

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม เรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19ฯ จำนวน 80 ชุด

ตามหนังสือที่อ้างถึง ข้าพเจ้านางสาวกรวรรณ ใจยาว รหัสประจำตัว 631220103 นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้จัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและทัศนคติ" จึงมีความจำเป็นในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลศาลาด่านเป็นเวลาอย่างน้อย 3 ปีขึ้นไป จำนวน 80 คน เพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ ข้าพเจ้าจึงขอเข้าดำเนินการจัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามดังกล่าวจากหน่วยงานของท่าน ในวันพฤหัสบดีที่ 27 มกราคม 2565

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานของท่านเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

เรียน นายกเทศมนตรีตำบลศาลาด่าน
☑ เพื่อโปรดทราบ
☐ เพื่อโปรดพิจารณา
☐ แจ้งส่วนที่เกี่ยวข้อง.....
☐ .....

นักศึกษา ระดับปริญญามหาบัณฑิต หลักสูตร
ขอเก็บรวบรวมข้อมูลการจัดทำวิทยานิพนธ์
นางสาวกรวรรณ ใจยาว
เลขที่ 126/49 หมู่ที่ 1 ตำบลบ้านฉาง
อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง 21130
โทรศัพท์ 094-2495863

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวกรวรรณ ใจยาว)
นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต

(นางสาวปิยะลักษณ์ อังณะวัฒนา)
เจ้าหน้าที่งานอำนวยการปฏิบัติงาน

เสนอ ☐ นายก ☑ รอง 1 ☐ รอง 2

(นางสาวธัญญลักษณ์ ประดิษฐ์พชรกุล)
หัวหน้าสำนักปลัด

26-1-65

(นายสุกฤษฎิ์พงษ์ วะเจดีย์)
รองนายกเทศมนตรี ปฏิบัติราชการแทน
นายกเทศมนตรีตำบลศาลาด่าน
26/01/65

นางสาวกรวรรณ ใจยาว รหัสประจำตัว 631220103
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาศิลปากร

11 มกราคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะกลาง

อ้างถึง หนังสือที่ อพ 8606 (พบ) / 627 ลงวันที่ 24 ธันวาคม 2564

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม เรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19ฯ จำนวน 80 ชุด

ตามหนังสือที่อ้างถึง ข้าพเจ้านางสาวกรวรรณ ใจยาว รหัสประจำตัว 631220103 นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้จัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะสันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและทัศนคติ" จึงมีความจำเป็นในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลเกาะกลางเป็นเวลาอย่างน้อย 3 ปีขึ้นไป จำนวน 80 คน เพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ ข้าพเจ้าจึงขอเข้าดำเนินการจัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามดังกล่าวจากหน่วยงานของท่าน ในวันพฤหัสบดีที่ 27 มกราคม 2565

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานของท่านเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวกรวรรณ ใจยาว)
นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต

นางสาวกรวรรณ ใจยาว
เลขที่ 126/49 หมู่ที่ 1 ตำบลบ้านฉาง
อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง 21130
โทรศัพท์ 094-2495863

เรียน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะกลาง

นางสาวกรวรรณ ไจยาว นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต มาวิทยาลัยศิลปกร ขอความอนุเคราะห์ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-๑๙ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ โดยจะเข้าจัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามในวันพฤหัสบดีที่ ๒๗ มกราคม ๒๕๖๕

- เพื่อโปรดทราบ
- เพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ลงชื่อ .....

(นางสาวเสาวนีย์ ชนะกุล)
นักจัดการงานทั่วไปชำนาญการ
๑๙ มกราคม ๒๕๖๕

เรียน ปลัด/นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะกลาง

เห็นควร .....

- เพื่อโปรดพิจารณา

(นายวรศักดิ์ สุภาพ)
หัวหน้าสำนักปลัด
๑๙ มกราคม ๒๕๖๕

เรียน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะกลาง

เห็นควร .....

.....

(นายวีรธรรม เอื้อศิวะ)
ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะกลาง

พิจารณา/สั่งการ

.....

.....

(นายประหยัด หนูสงฆ์)
รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ปฏิบัติราชการแทน
นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะกลาง

บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย โทร.032 594 107

ที่ อว 8606 (พบ)/ 547 วันที่ 12 พฤศจิกายน 2564

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกฤต สังข์เฉย

ด้วย นางสาวกรวรรณ ใจยาว รหัสประจำตัว 631220103 นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและทัศนคติ"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากรมีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจุ้ย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย โทร.032 594 107

ที่ อว 8606 (พบ)/ 548 วันที่ 12 พฤศจิกายน 2564

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์รสมารินทร์ อรุโณทัยพิพัฒน์

ด้วย นางสาวกรวรรณ ใจยาว รหัสประจำตัว 631220103 นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและทัศนคติ"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากรมีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจุ้ย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ อว 8606 (พบ) / 549

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

12 พฤศจิกายน 2564

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน นายปณต ประคองทรัพย์

ด้วย นางสาวกรวรรณ ใจยาว รหัสประจำตัว 631220103 นักศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและทัศนคติ"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจุ้ย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรื่อง อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน

.....

คำชี้แจง : แบบประเมินความเที่ยงตรง IOC ของเครื่องมือวิจัย เรื่อง “อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน” เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อคำถามมีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัย ซึ่งจะทำการประเมินความเที่ยงตรง โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรงดังนี้

+1 หมายถึง แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม

0 หมายถึง ไม่แน่ใจคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่

-1 หมายถึง แน่ใจว่าคำถามมีความไม่เหมาะสม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความสอดคล้องหรือถูกต้องเพียงใด

ข้อ	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			IOC
		เห็นด้วย +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	
ท่านยินยอมทำแบบสอบถามตามความสมัครใจ [/] ยินยอม [ ] ไม่ยินยอม		3			1.0
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม					
1.	ท่านอาศัยอยู่ในอำเภอเกาะลันตาเป็นเวลาอย่างน้อย 3 ปี ขึ้นไป [ ] ใช่ [ ] ไม่ใช่	3			1.0

2.	ท่านอาศัยอยู่ในตำบลใดของอำเภอเกาะลันตา [ ] ตำบลเกาะลันตาใหญ่ [ ] ตำบลเกาะลันตาน้อย [ ] ตำบลเกาะกลาง [ ] ตำบลคลองยาง [ ] ตำบลศาลาด่าน	3			1.0
3.	เพศ [ ] ชาย [ ] หญิง	2	1		0.7
4.	อายุ ..... ปี	3			1.0
5.	ระดับการศึกษาสูงสุด [ ] ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี [ ] ระดับปริญญาตรี [ ] ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า	2	1		0.7
6.	ศาสนา [ ] อิสลาม [ ] พุทธ [ ] นับถือบรรพบุรุษ [ ] คริสต์ [ ] อื่น ๆ	2	1		0.7
7.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท) [ ] ต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน [ ] 15,000 – 25,000 บาท/เดือน [ ] 25,001 – 35,000 บาท/เดือน [ ] 35,001 – 50,000 บาท/เดือน [ ] 50,001 บาท/เดือน ขึ้นไป	3			1.0
8.	รายได้หลักของท่านมาจากการท่องเที่ยว	2	1		0.7

	[ ] ใช่ [ ] ไม่ใช่				
9.	อาชีพหลักของท่านเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว [ ] ใช่ [ ] ไม่ใช่	2	1		0.7
10.	กรณีที่อาชีพของท่านไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ท่านประกอบอาชีพ [ ] อาชีพทำการประมง [ ] อาชีพรับจ้างทั่วไป [ ] อาชีพค้าขาย [ ] อาชีพเกษตรกรรม [ ] อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ [ ] อื่นๆ.....	2	1		0.7
11.	ความถี่ในการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว [ ] ไม่เคยเลย [ ] 1 วัน/สัปดาห์ [ ] 2 วัน/สัปดาห์ [ ] 3 วัน/สัปดาห์ [ ] 4 วัน/สัปดาห์ [ ] 5 วัน/สัปดาห์ [ ] 6 วัน/สัปดาห์ [ ] ทุกวัน	2	1		0.7

ข้อ	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			IOC
		เห็นด้วย +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	
ส่วนที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ (Perceived Risk of Local Residents)					
การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ หมายถึง คนในพื้นที่รับรู้ถึงความกังวล ความไม่ปลอดภัย ความไม่มั่นคง และ/หรือ ความรู้สึกถูกคุกคามทางร่างกาย จิตใจ และทรัพย์สิน ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 นั้น คนในพื้นที่จะรับรู้ความเสี่ยงมิติด้านสุขภาพที่มาจากการที่นักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดความรู้สึกอคติระหว่างคนในพื้นที่กับนักท่องเที่ยว เพื่อป้องกันตัวเองจากความเสี่ยงเหล่านี้ อาจนำมาสู่การหลีกเลี่ยงการมีปฏิสัมพันธ์ใดๆกับคนนอกพื้นที่ ทั้งนี้ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ยังส่งผลทางอ้อมต่อการรับรู้ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจของคนในพื้นที่ด้วยเช่นกัน เนื่องจากคนในพื้นที่พึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยว ดังนั้น เมื่อไม่มีนักท่องเที่ยวอาจจะทำให้คนในพื้นที่รู้สึกไม่มีความมั่นคงทางรายได้ มี 6 ข้อคำถาม ดังนี้					
1.	นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในเกาะลันตามากขึ้น ทำให้ท่านกังวลเรื่องการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19	2	1		0.7
2.	นักท่องเที่ยวเข้ามาในเกาะลันตามากขึ้น ท่านรู้สึกว่ามีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อโควิด-19	2	1		0.7
3.	ท่านกังวลว่าคนในครอบครัวจะติดเชื้อโควิด-19 เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในเกาะลันตา	2	1		0.7
4.	ท่านกังวลว่าจะเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่เกาะลันตา เมื่อมีการเปิดรับนักท่องเที่ยว	2	1		0.7
5.	นักท่องเที่ยวเข้ามาในเกาะลันตามากขึ้น ทำให้ท่านไม่อยากออกไปนอกบ้านเพราะกลัวติดเชื้อโควิด-19	2	1		0.7
6.	นักท่องเที่ยวเข้ามาในเกาะลันตามากขึ้น ทำให้ท่านลดการทำกิจกรรมนอกบ้าน เช่น ไปตลาดนัด ออกกำลังกายกลางแจ้ง งานอีเวนต์ ฯลฯ	2	1		0.7

ข้อ	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			IOC
		เห็นด้วย +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	
ส่วนที่ 3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ (Support for Tourism of Local Residents)					
การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ หมายถึง คนในพื้นที่ยอมรับและเห็นว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญ เนื่องจากคนในพื้นที่รับรู้ถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการท่องเที่ยว จึงทำให้คนในพื้นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคำถามในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโรควิด-19 มี 3 ข้อคำถาม ดังนี้					
1.	ท่านสนับสนุนให้มีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นของเกาะลันตาในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19	3			1.0
2.	ท่านสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้รับการบริการที่ดีและมีประสิทธิภาพในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19	3			1.0
3.	ท่านเชื่อว่าการท่องเที่ยวในเกาะลันตาควรได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19	3			1.0

ข้อ	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			IOC
		เห็นด้วย +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	
ส่วนที่ 4 ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Emotional Solidarity)					
ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หมายถึง คนในพื้นที่มีความรู้สึกว่านักท่องเที่ยวเป็นพวกเดียวกัน และไม่มีความรู้สึกแบ่งแยกกัน นักท่องเที่ยวคือผู้มาเยือนและคนในพื้นที่อยู่ในฐานะเป็นเจ้าของบ้านซึ่งเจ้าของบ้านไม่มองว่าผู้มาเยือนเป็นคนแปลกหน้า ประกอบด้วย 1) ธรรมชาติความเป็นมิตร 2) ความใกล้ชิดทางอารมณ์ และ 3) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ มี 10 ข้อคำถาม ดังนี้					
4.1 ธรรมชาติความเป็นมิตร (Welcoming Nature) หมายถึง คนในพื้นที่มีความรู้สึกยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยว					
1.	ท่านรู้สึกยินดีที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในเกาะลันตา	3			1.0

2.	ท่านรู้สึกว่าชุมชนได้รับประโยชน์เมื่อมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในเกาะลันตา	3			1.0
3.	ท่านรู้สึกขอบคุณนักท่องเที่ยวที่มาช่วยสนับสนุนให้เศรษฐกิจท้องถิ่นของเกาะลันตาดีขึ้น	3			1.0
4.	ท่านปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเกาะลันตาอย่างเป็นธรรมและเสมอภาค	3			1.0
4.2 ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (Emotional Closeness) หมายถึง คนในพื้นที่มีความรู้สึกห่วงใยและเอาใจใส่ มีการแสดงความรู้สึกที่ดีต่อนักท่องเที่ยวจนกลายเป็นความรู้สึกผูกพันอย่างใกล้ชิด					
1.	เมื่อท่านพบเจอนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเกาะลันตา ท่านจะเข้าไปทักทายอย่างเป็นกันเอง	3			1.0
2.	ท่านชอบผูกมิตรที่จะเป็นเพื่อนกับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเกาะลันตา	3			1.0
3.	ท่านรู้สึกสนุกสนานที่ได้พูดคุยโต้ตอบกับนักท่องเที่ยว	3			1.0
4.	ความสัมพันธ์ของท่านกับนักท่องเที่ยวเป็นไปในทางที่ดีและเป็นที่น่าพอใจ	3			1.0
4.3 ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ (Sympathetic Understanding) หมายถึง ความรู้สึกของการเอาใจเขามาใส่ใจเราของคนในพื้นที่ที่มีต่อนักท่องเที่ยว					
1.	ท่านคิดว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเกาะลันตาไม่มีความแตกต่างกับคนในพื้นที่	2	1		0.7
2.	ท่านเข้าใจและยินดีจะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อพวกเขาประสบปัญหา	3			1.0

ข้อ	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			IOC
		เห็นด้วย +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เห็นด้วย -1	
ส่วนที่ 5 ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว (Attitudes toward tourism of Local Residents)					
ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว หมายถึง แนวความคิดเห็นของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว เมื่อแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่อยู่อาศัยของคนในพื้นที่ คนในพื้นที่ย่อมรับรู้ถึงผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบต่อการดำรงชีวิตของตน สิ่งนี้จะสามารถแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มทางความคิดเชิงบวกและเชิงลบของคนในพื้นที่ที่มีต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อาจจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติของคนในพื้นที่ในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อการส่งเสริมทางการท่องเที่ยว มี 8 ข้อคำถาม ดังนี้					
5.1 ทัศนคติที่มีผลกระทบเชิงบวกของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว (Attitudes to Positive Impacts) หมายถึง แนวโน้มทางความคิดที่คนในพื้นที่รับรู้ว่าการท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในชุมชน กล่าวคือ การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจ รักษาคุณค่าทางวัฒนธรรม และปรับปรุงคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เป็นต้น ทัศนคติที่มีผลกระทบเชิงบวกนี้ ส่งผลให้เกิดการส่งเสริมทางการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เพิ่มขึ้น มี 4 ข้อคำถาม ดังนี้					
1.	การท่องเที่ยวสร้างโอกาสในการทำงานมากขึ้น	3			1.0
2.	การท่องเที่ยวทำให้คุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ดีขึ้น	3			1.0
3.	การท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน	3			1.0
4.	การพบปะกับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดโอกาสในการเรียนรู้ถึงความแตกต่างของคนแต่ละประเทศ	3			1.0
5.2 ทัศนคติที่มีผลกระทบเชิงลบของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว (Attitudes to Negative Impacts) หมายถึง แนวโน้มทางความคิดที่ทำให้คนในพื้นที่เกิดความกังวลเมื่อมีการท่องเที่ยวในชุมชน กล่าวคือ การท่องเที่ยวทำให้ค่าครองชีพที่สูงขึ้น ทำลายทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งเป็นต้นเหตุของความเสี่ยงทางร่างกายและจิตใจของคนในพื้นที่ เป็นต้น ทัศนคติที่มีผลกระทบเชิงลบนี้ ทำให้การส่งเสริมทางการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ลดลง มี 4 ข้อคำถาม ดังนี้					

2.	การท่องเที่ยวทำให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของคนในพื้นที่มากขึ้น	3			1.0
3.	การท่องเที่ยวทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น ซึ่งอาจจะทำให้ทรัพยากรนั้นได้รับความเสียหาย	3			1.0
4.	การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเพิ่มมลพิษทางทะเล	3			1.0
6.	การท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาแออัดของคนในพื้นที่	3			1.0

มหาวิทยาลัยศิลปากร

แบบสอบถาม

<u>เรื่อง</u> อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่: บทบาทของทัศนคติในฐานะตัวแปรส่งผ่าน

<u>คำชี้แจง</u> งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ถูกทำขึ้นเพื่อการศึกษา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงในฐานะ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ท่านมีสิทธิ์ที่จะตอบรับหรือปฏิเสธการให้ข้อมูล โดยไม่เสียผลประโยชน์หรือได้รับผลกระทบใดๆ การเข้าร่วมโครงการวิจัยเป็นไปด้วยความสมัครใจ ไม่มีการบังคับ โดยท่านมีสิทธิ์ในการปฏิเสธเข้าร่วมการวิจัยด้วยการเลือกทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องปฏิเสธที่จะให้ข้อมูล แต่ถ้าท่านมีความยินดีที่จะประสงค์เข้าร่วมการวิจัยและรับทราบแนวทางการพิทักษ์สิทธิ์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว สามารถเลือกทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องยินดีที่จะให้ข้อมูล ซึ่งข้อมูลการวิจัยนี้จะถูกเก็บรักษาไว้เป็นความลับ มีเพียงผู้วิจัยเท่านั้นที่จะเข้าถึงข้อมูลได้และข้อมูลจะถูกทำลายเมื่อการวิจัยเสร็จสิ้น การรายงานผลวิจัยจะกระทำในภาพรวมและจะดำเนินการด้วยความระมัดระวัง รัดกุม ไม่มีการอ้างอิงถึงชื่อของผู้ให้ข้อมูล หรือข้อมูลส่วนตัวใดๆ ลงในเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการวิจัยครั้งนี้ก่อนได้รับอนุญาตจากผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ช่วยสละเวลาในการตอบแบบสอบถามชุดนี้ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้งานวิจัยนี้ประสบความสำเร็จ

ท่านยินดีที่จะให้ข้อมูลในแบบสอบถามการวิจัยชุดนี้หรือไม่

[ ] ยินดีที่จะให้ข้อมูล [ ] ปฏิเสธที่จะให้ข้อมูล

แบบสอบถามการวิจัยชุดนี้ สำหรับท่านที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป และเป็นผู้อาศัยอยู่ในอำเภอเกาะลันตาเป็นเวลาอย่างน้อย 3 ปี ขึ้นไป เท่านั้น

[ ] ท่านเป็นคนเกาะลันตาโดยกำเนิด

[ ] ท่านย้ายถิ่นฐานเข้ามาประกอบอาชีพในอำเภอเกาะลันตา ปัจจุบันเป็นเวลา.....ปี

<u>คำชี้แจงเกี่ยวกับการตอบแบบสอบถาม</u> : แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่

ส่วนที่ 3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่

ส่วนที่ 4 ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

ส่วนที่ 5 ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง [ ] หน้าข้อความตามความเป็นจริง

ท่านอาศัยอยู่ในตำบลใดของอำเภอเกาะลันตา:

[ ] ตำบลเกาะลันตาใหญ่

[ ] ตำบลเกาะลันตาน้อย

[ ] ตำบลเกาะกลาง

[ ] ตำบลคลองยาง

[ ] ตำบลศาลาด่าน

เพศ:

[ ] ชาย [ ] หญิง [ ] อื่นๆ

อายุปัจจุบันของท่าน (โปรดระบุอายุตัวเลข):

ท่านอายุ.....ปี

ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน:

[ ] ระดับประถมศึกษา [ ] ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น [ ] ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

[ ] ระดับอนุปริญญา/ปวส. [ ] ระดับปริญญาตรี [ ] ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า

ศาสนา:

[ ] พุทธ [ ] อิสลาม [ ] นับถือบรรพบุรุษ/ผี

[ ] คริสต์ [ ] อื่น ๆ [ ] ไม่มีศาสนา

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท):

[ ] ต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน [ ] 15,001 – 25,000 บาท/เดือน

[ ] 25,001 – 35,000 บาท/เดือน [ ] 35,001 – 50,000 บาท/เดือน

[ ] มากกว่า 50,000 บาท/เดือน

ปัจจุบันรายได้หลักของท่านมาจากการประกอบอาชีพใด:

[ ] อาชีพเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะลันตา [ ] อาชีพทำการประมง

[ ] อาชีพรับจ้างทั่วไป [ ] อาชีพค้าขาย

[ ] อาชีพเกษตรกรรม [ ] อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

[ ] อื่นๆ.....(โปรดระบุ)

ท่านพบเจอกับนักท่องเที่ยวในเกาะลันตา:

[ ] บ่อยมาก [ ] บ่อย

[ ] นาน ๆ ครั้ง [ ] ไม่เคยพบเจอเลย

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ส่วนที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หลังข้อความ ตามความเป็นจริง

ระดับความคิดเห็น: มากที่สุด = (5) มาก = (4) ปานกลาง = (3) น้อย = (2) น้อยที่สุด = (1)

การรับรู้ความเสี่ยงของคนในพื้นที่ (Perceived Risk of Local Residents)		ระดับความคิดเห็น				
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.ด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจ						
1.1	นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในเกาะลันตามากขึ้น ทำให้ท่านกังวลเรื่องการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19					
1.2	นักท่องเที่ยวเข้ามาในเกาะลันตามากขึ้น ท่านกังวลว่าท่านมีโอกาสเสี่ยงต่อการติดเชื้อโควิด-19					
1.3	ท่านกังวลว่าคนในครอบครัวจะติดเชื้อโควิด-19 เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในเกาะลันตา					
1.4	ท่านกังวลว่าจะเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในพื้นที่เกาะลันตาอย่างรุนแรง เมื่อมีการเปิดรับนักท่องเที่ยว					
2. ด้านวิถีชีวิตประจำวัน						
2.1	นักท่องเที่ยวเข้ามาในเกาะลันตามากขึ้น ทำให้ท่านไม่อยากออกไปนอกบ้าน เพราะกลัวติดเชื้อโควิด-19					
2.2	นักท่องเที่ยวเข้ามาในเกาะลันตามากขึ้น ทำให้ท่านลดการทำกิจกรรมนอกบ้าน เช่น ไปตลาดนัด ออกกำลังกายกลางแจ้ง งานดนตรี งานพิธีกรรมทางศาสนา ฯลฯ					

ส่วนที่ 3 การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หลังข้อความ ตามความเป็นจริง

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนในพื้นที่ (Support for Tourism of Local Residents)		ระดับความคิดเห็น				
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.	ท่านยินดีที่จะสนับสนุนการท่องเที่ยวของเกาะลันตา ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19					
2.	ท่านสนับสนุนให้มีการประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในเกาะลันตา ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19					
3.	ท่านคิดว่าควรมีการลงทุนจากหน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนเพื่อยกระดับด้านการท่องเที่ยวของเกาะลันตา ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19					

ระดับความคิดเห็น: มากที่สุด = (5) มาก = (4) ปานกลาง = (3) น้อย = (2) น้อยที่สุด = (1)

ส่วนที่ 4 ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หลังข้อความ ตามความเป็นจริง

ระดับความคิดเห็น: มากที่สุด = (5) มาก = (4) ปานกลาง = (3) น้อย = (2) น้อยที่สุด = (1)

ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Emotional Solidarity)		ระดับความคิดเห็น				
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. ธรรมชาติที่เป็นมิตร (Welcoming Nature)						
1.1	ท่านรู้สึกยินดีที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในเกาะลันตา					
1.2	ท่านรู้สึกว่าชุมชนได้รับประโยชน์เมื่อมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในเกาะลันตา					
1.3	ท่านรู้สึกขอบคุณนักท่องเที่ยวที่มาช่วยสนับสนุนให้เศรษฐกิจท้องถิ่นของเกาะลันตาดีขึ้น					
1.4	ท่านปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเกาะลันตาอย่างสุจริตและเท่าเทียม					
2. ความใกล้ชิดทางอารมณ์ (Emotional Closeness)						
1.	เมื่อท่านพบเจอนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเกาะลันตา ท่านไม่เคอะเขินที่จะเข้าไปทักทายนักท่องเที่ยวอย่างเป็นกันเอง					
2.	ท่านยินดีผูกมิตรที่จะเป็นเพื่อนกับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเกาะลันตา					
3.	ท่านรู้สึกสนุกสนานที่ได้พูดคุยโต้ตอบกับนักท่องเที่ยว					
4.	ท่านคิดว่าคนในพื้นที่เกาะลันตามีความสัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว					

ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Emotional Solidarity)		ระดับความคิดเห็น				
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3. ความเห็นอกเห็นใจ (Sympathetic Understanding)						
3.3	ท่านยินดีที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อพวกเขาประสบปัญหา					
3.4	ท่านรู้สึกยอมรับและไม่รังเกียจนักท่องเที่ยว					

ส่วนที่ 5 ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ลังข้อความ ตามความเป็นจริง

ระดับความคิดเห็น: มากที่สุด = (5) มาก = (4) ปานกลาง = (3) น้อย = (2) น้อยที่สุด = (1)

ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว (Attitudes toward tourism of Local Residents)		ระดับความคิดเห็น				
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. ทัศนคติที่มีผลกระทบเชิงบวก (Attitudes to Positive Impacts)						
1.1	การท่องเที่ยวสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพมากขึ้น					
1.2	การท่องเที่ยวทำให้คุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ดีขึ้น					
1.3	การท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน					
1.4	การพบปะกับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดโอกาสในการเรียนรู้ถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม					

ทัศนคติของคนในพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยว (Attitudes toward tourism of Local Residents)		ระดับความคิดเห็น				
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
2. ทัศนคติที่มีผลกระทบเชิงลบ (Attitudes to Negative Impacts)						
2.1	การท่องเที่ยวทำให้เกิดอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินของคนในพื้นที่มากขึ้น					
2.2	การท่องเที่ยวทำให้เกิดการทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น					
2.3	การท่องเที่ยวทำให้เกิดการเพิ่มมลพิษทางทะเล					
2.4	การท่องเที่ยวทำให้เกิดปัญหาแออัดของคนในพื้นที่					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	กรวรรณ ใจยาว
วัน เดือน ปี เกิด	4 กรกฎาคม 2537
สถานที่เกิด	จังหวัดกระบี่
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2560 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต หลักสูตรอักษรศาสตรบัณฑิต (อ.บ.) สาขาวิชาภาษาฝรั่งเศส (เกียรตินิยมอันดับ 2) คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ. 2563 ศึกษาต่อระดับปริญญามหาบัณฑิต หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	126/49 หมู่ 1 ตำบลบ้านฉาง อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง 21130

มหาวิทยาลัยศิลปากร