

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความต้องการเดินทางและ
กลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะกูด
ภายใต้การรับรู้ความเสี่ยงจากสถานการณ์ COVID-19

Causal Model Relationships Affecting Thai Tourists' Desire to
Travel and Revisit Ko Kut in the Context of Perceived Risks
from the COVID-19 Situation

อิสรพงษ์ พลธานี^{1*}
อุมาพร บุญเพชรแก้ว²

Issarapong Poltanee
Umaporn Boonphetkaew

Received : 16 กุมภาพันธ์ 2566

Revised : 30 มกราคม 2567

Accepted : 5 กุมภาพันธ์ 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความต้องการเดินทางและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะกูด ภายใต้การรับรู้ความเสี่ยงจากสถานการณ์ COVID-19 โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง 401 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพื้นที่เกาะกูด จังหวัดตราด และวิเคราะห้ ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์โมเดลมิมิก

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

*Corresponding Author, Asst. Prof. Dr., Hotel Management and Tourism Program, Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University

² อาจารย์ สาขานวัตกรรมการท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Lecturer, Tourism Innovation Program, Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University

ผลการวิจัยพบว่า โมเดลเชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นตามสมมติฐาน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (CMIN/DF) เท่ากับ 1.94 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.93 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.96 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่า ความคาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.04 และค่า Norm Fit Index (NFI) เท่ากับ 0.92 โดยนักท่องเที่ยวมีความเต็มใจที่จะเดินทาง นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางกลับมาอีกครั้งหาได้รับรู้ข้อมูลถึงความเสี่ยงที่จะได้รับการเดินทางท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p < .05$ โดยปัจจัยที่จะส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับ ได้แก่ ความประทับใจก่อนการเดินทาง ความตั้งใจในการเดินทาง และการรับรู้ถึงสภาวะความเสี่ยงที่จะได้รับจากตนเอง โดยอิทธิพลเชิงบวก (β) 0.66, 0.25, และ 0.21 ตามลำดับ โดยที่ปัจจัยทั้ง 3 นี้สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนในการรับรู้ถึงความเสี่ยงที่จะได้รับการเดินทางได้ร้อยละ 97 (R^2) และผลการวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ที่สามารถนำไปพัฒนาการให้บริการหรือการเตรียมพร้อมสำหรับการบริการให้มีประสิทธิภาพผ่านการกำหนดเป็นนโยบายและแผนงานต่าง ๆ ในการสร้างการรับรู้ถึงความเสี่ยงที่จะได้รับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ : ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวซ้ำ เกาะกูด
โมเดลมิมิค

Abstract

The objective of this research was to develop and examine the causal relationships model influencing Thai tourists' intention to travel and revisit to Koh Kood under the perceived risks from the COVID-19 situation. This study employed a quantitative research design. Data were

collected randomly from a sample of 401 Thai tourists who had traveled to Koh Kood, Trat Province, and were analysed using MIMIC model.

The results revealed that the causal model developed based on the hypothesis was consistent with the empirical data. The relative chi-squared value (CMIN/DF) was 1.94, the goodness-of-fit index (GFI) was 0.93, and the comparative fit index (CFI) was 0.96, the root mean square error of approximation (RMSEA) was 0.04, and the normed fit Index (NFI) was 0.92. The findings revealed that tourists' willingness to travel and their intention to revisit after they were aware of the risks associated with traveling were statistically significant at the 0.05 level. Factors influencing perceived risk included pre-travel impression, travel intentions, and self-awareness of travel-related risks, with positive path coefficients (β) of 0.66, 0.25, and 0.21, respectively. Together, these three factors explained 97% of the variance in perceived travel risk ($R^2 = 0.97$). The findings of this study can serve as a practical guideline for entrepreneurs or stakeholders in the area to enhance service delivery, as well as to prepare through the formulation of policies and plans aimed at raising awareness of travel-related risk that tourists may encounter during their travels.

Keywords : travel intention, revisit tourism, Koh Kood, MIMIC Model

บทนำ

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ตั้งแต่ช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 ได้ก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและทั่วโลก สถานการณ์นี้ทำให้การท่องเที่ยวระหว่างประเทศต้องหยุดชะงัก ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในไทยลดลงอย่างรุนแรง จากข้อมูลของกอง

เศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยในปี พ.ศ. 2566 ลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ถึง 36.4% หรือคิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงกว่า 13.7 ล้านคน ส่วนรายได้จากการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2566 ลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ถึง 36.5% หรือคิดเป็นรายได้ลดลงกว่า 6.8 แสนล้านบาท

สถานการณ์นี้ได้สะท้อนถึงความท้าทายที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ต้องเผชิญ และแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการหาแนวทางใหม่ ๆ ในการฟื้นฟูและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมนี้ในภาวะวิกฤต (Office of the National Economic and Social Development Board, 2019) (Jackson, 2019)

ซึ่งจากการลดลงของรายได้จากการท่องเที่ยวดังกล่าว ประกอบกับการจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศทำให้นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศไม่สามารถเดินทางได้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นการให้ความสำคัญกับการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจึงเป็นสิ่งสำคัญในการกระจายรายได้เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจภายในประเทศสามารถที่จะดำเนินธุรกิจในการท่องเที่ยวและบริการได้อย่างต่อเนื่อง และในช่วงระยะหลายปีที่ผ่านมาก่อนเกิดเหตุการณ์โรคระบาดอัตราการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทางทะเลจำนวนสูงถึง 5.7 ล้านคน ในพื้นที่ภาคตะวันออก และพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการเดินทางไปท่องเที่ยว คือ พื้นที่เกาะภูเก็ตซึ่งเป็นพื้นที่ที่ได้รับความสำคัญ กล่าวคือ จากข้อมูลในอดีต พบว่าพื้นที่เกาะภูเขามีนักท่องเที่ยวที่เดินทาง มีจำนวน 1,186,852 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 1,150,000 คน นักท่องเที่ยวต่างชาติ 30,000 คน และมีการประมาณการว่าหากมีมาตรการผ่อนคลายการควบคุมโรคระบาด หรือมีการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะมีโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวมากถึง 1.2 ล้านคน Economic, Tourism and Sports Division (2022) กล่าวว่าจากสถานการณ์ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวของไทยอย่างรุนแรง ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติลดลงอย่างมาก เกาะภูเก็ตเป็นหนึ่งในพื้นที่ท่องเที่ยวที่

ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวเช่นกัน การศึกษาความต้องการเดินทางและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะภูเก็ต ภายใต้การรับรู้ความเสี่ยงจากสถานการณ์ COVID-19 จึงมีความจำเป็นเพื่อประเมินผลกระทบของสถานการณ์ดังกล่าวต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่

ดังนั้น การศึกษาถึงสาเหตุของการเดินทางหากมีการรับรู้ความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวนั้นเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเนื่องจากจะเป็นสิ่งที่ทำให้ทราบว่าเพราะเหตุใดนักท่องเที่ยวจึงเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว (Huang et al., 2020) และนอกจากนั้นจากการที่สถานการณ์ของโรคระบาดมีระยะเวลามากกว่า 3 ปี และก็ยังไม่สามารถที่จะคาดการณ์ถึงช่วงระยะเวลาของการควบคุมโรคระบาดได้ทั่วโลก (Su, Lian and Huang, 2020) จึงทำให้ธุรกิจหลาย ๆ ธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น การท่องเที่ยวทางทะเล โดยเฉพาะในพื้นที่เกาะภูเก็ตมีความต้องการนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และจากการศึกษาที่ผ่านมาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์โรคระบาด COVID-19 ได้แก่ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ความรู้สึกถึงประเทศที่กำลังเกิดโรคระบาด การรับรู้ความเสี่ยง ความเต็มใจที่จะเดินทาง และความสัมพันธ์ของการเดินทางในอดีตที่จะส่งผลต่อการเดินทางในอนาคตผ่านการรับรู้ถึงความเสี่ยงที่จะได้รับระหว่างการเดินทาง จึงเป็นเรื่องหรือเป็นประเด็นที่มีความสำคัญที่จะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการมีความมั่นใจหรือเกิดความเชื่อมั่นในการเดินทาง ดังผลการศึกษาของ Sonmez and Tasci (2019) ที่ได้ให้ประเด็นที่น่าสนใจว่าการตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีขั้นตอนที่ซับซ้อนและมีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจแต่สิ่งนี้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญก่อนการเดินทางนั้น คือ การรับรู้ถึงความเสี่ยงที่จะได้รับจากการเดินทางในแต่ละครั้ง ซึ่งการแก้ไขปัญหาที่ได้กล่าวมาในข้างต้นนั้นสามารถแก้ไขปัญหาได้ด้วยกระบวนการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและรับรู้ถึงผลกระทบที่จะได้รับ ดังนั้น จึงเป็นสาเหตุให้เกิดการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผ่านการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางทะเล

พื้นที่เกาะกูด ภายใต้การรับรู้ความเสี่ยงจากสถานการณ์ COVID-19 ซึ่งในปัจจุบันได้มีการศึกษาแนวทางในเรื่องของการแก้ไขปัญหาจากการดำเนินวิจัย ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในลักษณะของการแก้ปัญหาโดยใช้หลักการพื้นฐาน ซึ่งส่งผลให้ในบางครั้งผลจากการศึกษามีความไม่น่าเชื่อถือเพียงพอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือแม้กระทั่งในทางวิชาการก็ไม่สามารถนำไปอ้างอิงได้เต็มที่เท่าที่ควร ซึ่งการแก้ไขปัญหาโดยการเลือกใช้สถิติในการวิจัยในครั้งผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์โมเดลมิมิค (Multiple Indicators and Multiple Causes: MIMIC model) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะที่ตัวแปรสังเกตได้ที่มีจำนวนหลาย ๆ ตัวแปรทำนายหรือส่งผลต่อตัวแปรแฝง (Schumacker and Lomax, 2010) โดยรูปแบบโมเดล MIMIC จะเป็นลักษณะของการที่มีจำนวนตัวแปรสังเกตได้หลายตัวแปรทำการทำนายหรือส่งผลต่อตัวแปรแฝง โดยที่ตัวแปรแฝงนั้นวัดได้จากตัวบ่งชี้หลายตัวแปร (Joreskog & Sorbom, 1996) ซึ่งผลจากการวิเคราะห์จะทำให้ผู้วิจัยทราบถึงผลของตัวแปรที่สังเกตได้แต่ละตัวแปรที่มีต่อตัวแปรแฝงได้อย่างชัดเจน

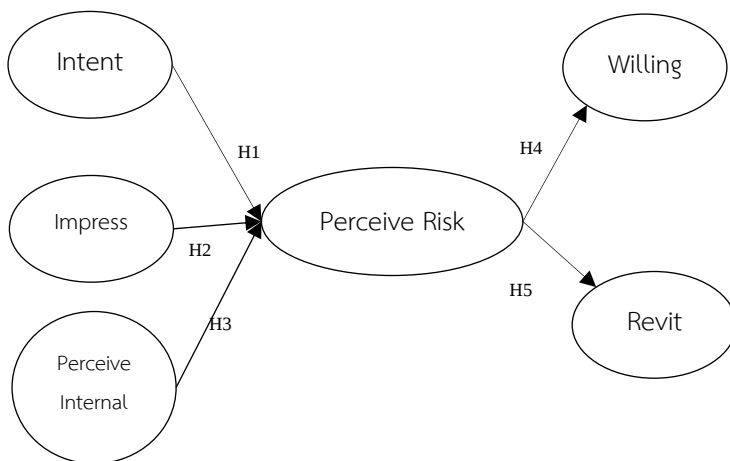
ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางทะเลพื้นที่เกาะกูดภายใต้การรับรู้ความเสี่ยงจากสถานการณ์ COVID-19 เพื่อเป็นการทดสอบทฤษฎีที่ได้สร้างขึ้นมาประยุกต์ใช้ผ่านการศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูล ซึ่งการทดสอบทฤษฎีจากปัจจัยนั้นเป็นการดำเนินการในลักษณะของโมเดลสมการโครงสร้าง ที่เป็นการใช้ตัวแปรส่งผ่านในการศึกษาประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องในการศึกษา ซึ่งมีข้อดีหรือจุดเด่นคือเป็นเทคนิคทางสถิติที่ใช้ในการทดสอบ (testing) และประมาณค่า (estimate) ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal relationships) เพื่อที่จะสามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการรับรู้ถึงความเสี่ยงจากการเดินทางซึ่งผลจากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปพัฒนาการให้บริการหรือการเตรียมพร้อมสำหรับการบริการให้มีประสิทธิภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาในอนาคต

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความต้องการเดินทางและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาะกูด ภายใต้การรับรู้ความเสี่ยงจากสถานการณ์ COVID-19

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมในการพัฒนาแบบจำลองสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความประทับใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Impress) 2) การรับรู้ถึงความเสี่ยงก่อนการเดินทาง (Perceive Internal) 3) ความตั้งใจที่จะเดินทาง (Intent) 4) ความเต็มใจที่จะเดินทาง (Willing) 5) ความตั้งใจในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Revit) 6) การรับรู้ถึงความเสี่ยงจากการเดินทาง (Perceive Risk) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

ความประทับใจ ความตั้งใจ และการรับรู้ถึงความเสี่ยงภายในที่จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวซ้ำ

การวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าประสบการณ์การเดินทางในอดีตทำนายความตั้งใจในการเดินทางในอนาคต (Lam & Hsu, 2006) และนอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่เคยไปเยือนจุดหมายปลายทางในอดีตและเกิดความประทับใจจะมีแนวโน้มที่จะมีความคิดว่างานที่ตนเองได้เคยเดินทางไปแล้วนั้นมีความปลอดภัยและจะมีความตั้งใจ รวมถึงการรับรู้ถึงความเสี่ยงภายในตนเองก่อนการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวอีกครั้ง และมีแนวโน้มที่จะมีความกลัวหรือมีความกังวลน้อยลงเมื่อกลับมาจุดหมายปลายทางหากมีการรับรู้ความเสี่ยงภายใน และการรับรู้การจัดการความเสี่ยงหรือสิ่งที่ตนเองอาจจะได้รับจากการเดินทางภายนอก (Floyd et al., 2004) จากการวิจัยที่ผ่านมา พบว่าในการเดินทางของนักท่องเที่ยวจะพิจารณาปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกคุณภาพการบริการ กิจกรรมส่งเสริมการขาย ค่าครองชีพ ค่าขนส่ง แพคเกจ ราคา มาพิจารณาเพื่อประกอบการตัดสินใจในการเดินทาง (Sonmez and Tasci, 2019) ในการที่จะกำหนดเป็นความตั้งใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอีกครั้งถึงแม้ว่าในช่วงเวลาที่โรคระบาดหรือการเมืองไม่มีเสถียรภาพก็ตาม (Seddighi & Theocharous, 2002) ดังนั้น จึงอาจทำการสังเคราะห์ได้ว่านักท่องเที่ยวที่เคยหรือสนใจที่จะเดินทางไปพื้นที่เกาะกูด มีแนวโน้มที่จะกลับมาเยือนอีกครั้งเมื่อมีการผ่อนปรนข้อจำกัดด้านการเดินทาง หรือการให้ข้อมูลถึงความเสี่ยงที่จะได้รับเพิ่มมากขึ้น

การรับรู้ความเสี่ยงและความเต็มใจที่จะเดินทาง

การศึกษานี้พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความเต็มใจที่จะเดินทางไปยังพื้นที่เกาะกูด เพื่อพักผ่อนที่เป็นศึกษาการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจากสถานะของโรคระบาดและมีการใช้บริการที่พักระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาที่ผ่านมาการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพล

ต่อการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และความเต็มใจในการเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจน การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะเลือกจุดหมาย ปลายทางที่มีความเสี่ยงต่ำในการเดินทาง (Sonmez & Graefe, 1998) หรือมี ความปลอดภัยในระดับที่มีความเชื่อมั่นที่จะสามารถทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้ (Dolnicar, 2005) นอกจากนั้น จากผลการศึกษาของ Hajibaba (2015) และ Sonmez and Graefe (1998) พบว่า นักเดินทางประเภทผจญภัยมีแนวโน้มเดินทางไปท่องเที่ยว ต่างประเทศในแม้ว่าปลายทางจะได้รับผลกระทบจากวิกฤตก็ตาม แต่ก็ขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจของแต่ละบุคคล หรือลักษณะเฉพาะของประเภทกิจกรรมที่ต้องดำเนินการ ดังนั้น การรับรู้ประโยชน์ของกิจกรรมที่จะได้รับในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหรือการรับรู้ ความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยง จะมีโอกาสที่จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจ ในการเดินทางได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น (Dowling & Staelin, 1994) นอกจากนั้น การศึกษา การรับรู้ความเสี่ยงและความเต็มใจที่จะเดินทางในช่วงที่มีการระบาดของโรคซาร์ส ในประเทศเอเชียก็แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงจุดหมายปลายทางที่เป็นพื้นที่ ของโรค (Cooper, 2005; Wilder-Smith, 2006) โดย Rittichainuwat and Chakraborty (2009) ได้ตั้งข้อสังเกตที่น่าสนใจว่านักเดินทางครั้งแรกจะรับรู้ถึงความเสี่ยงต่อสุขภาพจาก โรคซาร์สและไข้หวัดนก H1N1 นั้นเป็นโรคระบาดและมีความรุนแรงซึ่งจะทำให้ผู้เดินทาง อาจจะได้รับความเสี่ยงและอาจงดการเดินทางในอนาคต แต่ในขณะเดียวกัน หากนักท่องเที่ยวเคยเดินทางไปท่องเที่ยวมาก่อนหรือมีความตั้งใจที่จะเดินทางไป ท่องเที่ยว และมีการปกป้องตนเองเบื้องต้นอยู่ก่อนแล้วนักท่องเที่ยวก็น่าจะติดตามข้อมูล ข่าวสารในการระวังตนเองขณะเดินทางท่องเที่ยว และจะเกิดความเต็มใจที่จะเดินทาง ท่องเที่ยวภายในสภาวะความเสี่ยงจนในบางครั้ง จะเกิดความต้องการในการเดินทางมา ท่องเที่ยวอีกครั้ง นอกจากนั้น ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นว่าการระบาดของโรคที่สำคัญ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความเสี่ยงที่มากขึ้นเกี่ยวกับการเดินทางของนักท่องเที่ยว เป็นอย่างมาก (Cahyanto et al., 2016; Sonichsen, 2020) ซึ่งจากเหตุผลของ ความสัมพันธ์ดังกล่าวสามารถตั้งสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H1 ความตั้งใจที่จะเดินทางส่งอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับ

H2: ความประทับใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวส่งอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับ

H3: การรับรู้ถึงความเสี่ยงก่อนการเดินทางส่งอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับ

H4: การรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับส่งอิทธิพลทางบวกต่อความเต็มใจที่จะเดินทาง

H5: การรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับส่งอิทธิพลทางบวกต่อด้านความตั้งใจในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ความประทับใจ การรับรู้ความเสี่ยงภายใน การรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับจากการเดินทาง การเต็มใจที่จะเดินทาง และการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

ขอบเขตด้านประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่ทำการศึกษ

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการตั้งแต่เดือน กันยายน พ.ศ. 2564 – เดือน มีนาคม พ.ศ. 2565

ขอบเขตด้านสถานที่

ได้แก่ พื้นที่เกาะภูเก็ต จังหวัดตราด

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คอ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะภูเก็ต จังหวัดตราด โดยการคำนวณขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมเป็นไปตามเกณฑ์การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) โดยกำหนดค่าอิทธิพล (Effect Size) ระดับปานกลางโดยใช้กฎ Rule of Thumb (Nunnally & Bernstein, 1994) อัตราส่วน 15 ต่อ 1 ตัวแปรสังเกต ทั้งนี้เครื่องมืองานวิจัยประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 26 ข้อ ส่งผลให้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 390 ตัวอย่าง อีกทั้ง Kline (2011) ได้แนะนำจำนวนขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูล คือ 200 ตัวอย่าง สำหรับการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Hair et al., 2010) และจากการเก็บข้อมูลสามารถเก็บแบบสอบถามได้จำนวน 401 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าตรงกับข้อกำหนดของขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม ผู้วิจัยเลือกเทคนิคการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (non-Probability) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เนื่องจาก มีข้อจำกัดของข้อมูลที่ใช้ในการสุ่มตัวอย่างตามหลักความน่าจะเป็น รวมทั้งข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณและระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกตามลักษณะของวิธีการวิจัยได้เป็น 1 ประเภท คือ เครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งจะมีลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่แบ่งออกเป็น 3 ตอน โดยประยุกต์ประเด็นคำถามที่พัฒนามาจาก Chin et al. 2018; Abraham et al. (2023) ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ทำการศึกษา ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อประเด็นเกี่ยวกับการศึกษาในครั้งนี้ที่ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความเต็มใจที่จะเดินทาง (willing) และ 2) ความตั้งใจในการเดินทางกลับมา

ท่องเที่ยวซ้ำ (Revisit) ตัวแปรคั่นกลาง การรับรู้ถึงความเสี่ยงจากการเดินทาง (Perceive Risk) และตัวแปรเหตุที่ส่งผลต่อตัวแปรคั่นกลางประกอบด้วย 1) ความตั้งใจที่จะเดินทาง (Intent) 2) ความประทับใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Impress) 3) การรับรู้ถึงความเสี่ยงก่อนการเดินทาง (Perceive Internal) โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้เกณฑ์ในการให้ค่าของน้ำหนักของการประเมินเป็น 7 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยมีวิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้ 1) ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามโดยเป็นไปตามกรอบแนวความคิดในการวิจัย 2) ศึกษาข้อมูลจากหนังสือเอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางนำมาสร้างข้อคำถาม 3) กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านที่จะทำการศึกษาพิจารณา จำนวน 3 ท่าน เพื่อดำเนินการหาคุณภาพเครื่องมือ หลังจากนั้นทำการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยผลการประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.80 -1.00 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.94

การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองภายใต้การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัย และขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยโดยละเอียดเพื่อให้ได้ประโยชน์และลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น แนวทางป้องกันในกรณีเกิดอันตราย จากนั้นเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างได้ตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยอย่างสมัครใจและยินยอมในการเข้าร่วมวิจัย จึงดำเนินการเก็บข้อมูล โดยข้อมูลที่ได้รับจากผู้เข้าร่วมวิจัยจะถูกเก็บไว้เป็นความลับไม่มีการระบุชื่อหรือที่อยู่ของกลุ่มตัวอย่าง และรายงานผลการศึกษาในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างสามารถยกเลิกหรือออกจากกรวิจัยครั้งนี้ได้ตลอดเวลาโดยไม่มีผลกระทบใด ๆ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้วยสถิติเชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐานงานวิจัยด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อยืนยันความสอดคล้องของโมเดลการวัด (Measurement Model) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ และการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model : SEM) ของประเด็นที่ทำการศึกษา ผ่านการวิเคราะห์แบบจำลองค่าองค์ประกอบหรือตัวแปรแฝง (Latent Variable Adjustment) โดยพิจารณาการประเมินความสอดคล้องของตัวแปรแฝงที่ประกอบด้วยค่า CMIN/DF, NFI, CFI, NFI, RMSEA (Arbuckle, 2019) และการวิเคราะห์เส้นทางด้วยวิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood)

การตรวจสอบลักษณะข้อมูลที่ใช้ศึกษา

ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามมีการตรวจสอบความถูกต้องและความครบของการตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ พบว่าข้อมูลการตอบแบบสอบถามมีความถูกต้องและไม่มีปัญหาข้อมูลขาดหาย (Missing Value) นอกเหนือจากนี้ ยังมีการตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normal Distribution) ซึ่งถือเป็นแบบสมมติฐานที่สำคัญสำหรับการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง SEM ทั้งนี้ ในการทดสอบได้ให้ความสำคัญที่ค่าความเบ้และความโด่ง (Skewness & Kurtosis) จากการทดสอบโดย พบว่า ค่าความเบ้ของข้อมูลอยู่ระหว่าง ± 2.00 และ ค่าความโด่งอยู่ที่ ± 5.00 ซึ่งอยู่ในระดับที่ต้องการตามเอกสารอ้างอิงของ Hair et al. (2010) และ Byrne (2010) ทั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลมีการแจกแจงความถี่ในระดับปกติ

ตารางที่ 1 เป็นผลการทดสอบความเชื่อมั่นของชุดตัวแปรทั้ง 6 ตัว ได้แก่ ตัวแปรต้น (1) ความประทับใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว (2) ความตั้งใจที่จะเดินทาง (3) การรับรู้ถึงความเสี่ยงก่อนการเดินทาง (4) โอกาส และตัวแปรคั่นกลาง (1) การรับรู้ถึงความเสี่ยงจากการเดินทาง และตัวแปรตาม 2 ตัว ได้แก่ (1) ความเต็มใจที่จะเดินทาง และ (2) ความตั้งใจในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ พบว่า ค่า Cronbach's Alpha ของชุดตัวแปรอยู่ในระดับมากกว่า 0.80 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ระดับ 0.60 รวมไปถึง

ค่า Composite Reliability ซึ่งมีค่าตามเกณฑ์ที่สูงกว่าระดับ 0.70 (Hair et al., 2010) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Estimates) พบว่า ชุดตัวแปรมีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.60-0.70 และสูงกว่า ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่เสนอ โดย Hair et al. (2010) สามารถอธิบายได้ว่าชุดตัวแปรมีความสัมพันธ์ต่อกันเพียงพอ สำหรับนำมาวิเคราะห์ในการชี้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต ตัวแปรคั่นกลาง และตัวแปรแฝง ที่มีความเชื่อมั่นระดับสูง ทั้งนี้ ยังสอดคล้องกับค่า Average Variance Extracted (AVE) ที่อยู่ในระดับสูงกว่าร้อยละ 50 ซึ่งเป็นการยืนยันได้ว่าตัวแปรแฝง สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตต่าง ๆ ได้มากกว่าร้อยละ 50 (Hair et al., 2010)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัด

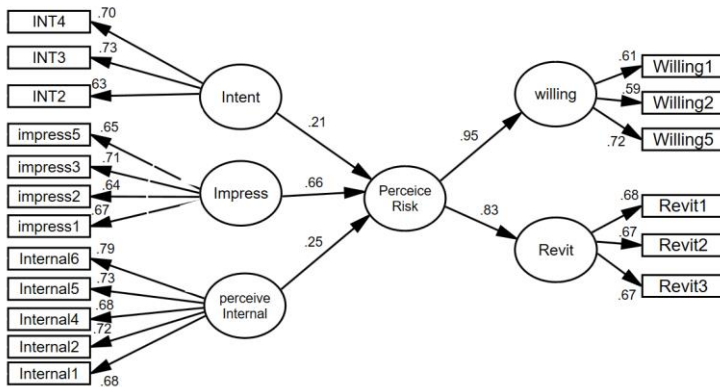
ตัวแปรองค์ประกอบ	จำนวนตัวแปรสังเกต	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (CR)	Average Variance Extracted (AVE)
ความประทับใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Impress)	5	0.815	0.805	0.652
การรับรู้ถึงความเสี่ยงก่อนการเดินทาง (Perceive Internal)	6	0.863	0.865	0.517
ความตั้งใจที่จะเดินทาง (Intent)	5	0.813	0.771	0.505
ความเต็มใจที่จะเดินทาง (willing)	5	0.840	0.833	0.708
ความตั้งใจในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Revisit)	5	0.851	0.847	0.674
การรับรู้ถึงความเสี่ยงจากการเดินทาง (Perceive Risk)	4	0.873	0.809	0.681

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของพฤติกรรมของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางทะเลพื้นที่เกาะภูเก็ต ภายใต้การรับรู้ความเสี่ยงจากสถานการณ์ COVID - 19 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.9 มีอายุระหว่าง 18 – 29 ปี ร้อยละ 21.9 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 71.2 และมีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในภาคกลาง ร้อยละ 48.4 มีรายได้ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 29.4 มีความถี่ในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะภูเก็ต จังหวัดตราด 2 ครั้งต่อปี ร้อยละ 36.4 และใช้ระยะเวลาในการพักผ่อน 3 วัน 2 คืน ร้อยละ 48.1 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง คือ พักผ่อนร่างกาย/จิตใจ และเพื่อใช้เวลาว่างกับครอบครัว/เพื่อน/คู่รัก ร้อยละ 41.6 ซึ่งทำการค้นหาข้อมูลและวางแผนจากสื่อสังคมออนไลน์และการสอบถามจากกลุ่มอ้างอิง เช่น คนรู้จัก/เพื่อน/ครอบครัว ร้อยละ 27.2

นอกจากนั้น พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางทะเลพื้นที่เกาะภูเก็ต ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.96$, S.D. = 0.94) ซึ่งสามารถจัดลำดับความสำคัญของผลการศึกษาได้ ดังนี้ 1. นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะไปเยือน ณ เกาะภูเก็ต จังหวัดตราด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 6.03$, S.D. = 0.89) 2. ด้านความเต็มใจที่จะเดินทาง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 6.01$, S.D. = 0.88) 3. ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 6.01$, S.D. = 0.92) 4. ด้านความสัมพันธ์การเดินทางในอดีตที่ส่งผลต่อการเดินทางในอนาคต ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.98$, S.D. = 0.91) 5. ด้านการรับรู้ ความเสี่ยง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.89$, S.D. = 0.96) และ 6. ความรู้สึกภายในที่มีต่อการระบาดของ COVID-19 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 5.86$, S.D. = 1.09) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงยืนยัน



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงยืนยัน

ความประทับใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Impress) การรับรู้ถึงความเสี่ยงก่อนการเดินทาง (Perceive Internal) ความตั้งใจที่จะเดินทาง (Intent) ความเต็มใจที่จะเดินทาง (willing) ความตั้งใจในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Revisit) การรับรู้ถึงความเสี่ยงจากการเดินทาง (Perceive Risk)

ค่าสถิติประเมินความสอดคล้องกลมกลืนของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางทะเลพื้นที่เกาะภูเก็ต โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงแบบจำลอง โดยพิจารณาเงื่อนไขในการปรับปรุงจากการพิจารณา ค่า Modification Indices โดยการพิจารณาค่าของผลที่ได้มาจากโปรแกรมสำเร็จรูปพร้อมหลักวิชาการทางทฤษฎี เพื่อตัดตัวแปรเชิงสังเกตที่มีความไม่เหมาะสมบางตัวออกไปทีละตัวหรือพัฒนาความสัมพันธ์ของตัวแปรแล้วดำเนินการประมวลผลตัวแบบใหม่ ทั้งนี้เพื่อให้ค่าสถิติที่ผ่านเกณฑ์ครบทั้ง 5 ค่า Arbuckle (2019) จึงจะถือว่าแบบจำลองตัวแบบสมการโครงสร้างนั้นมีความสมบูรณ์สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ภายหลังที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแบบจำลองเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งพบว่า ค่าไคสแควร์

สัมพัทธ์ (CMIN/DF) เท่ากับ 1.94 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.93 ซึ่งมีค่ามากกว่า .90 และค่า CFI ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) (Comparative. Fit Index) เท่ากับ 0.96 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่า ความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.04 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .08 และค่า Norm Fit Index (NFI) เท่ากับ 0.92 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.90 จึงสรุปได้ว่า สถิติทั้ง 5 ค่า ผ่านเกณฑ์ประเมิน ดังนั้น ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางทะเลพื้นที่เกาะภูเก็ต ภายหลัง การปรับปรุงแล้วนั้นจึงมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการรับรู้ความเสี่ยงในสถานการณ์ COVID - 19 ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การวิเคราะห์ทางสถิติที่เชื่อถือ ได้นี้สามารถนำไปใช้เพื่อแนะนำการออกแบบนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มความมั่นใจและกระตุ้นการท่องเที่ยวในเกาะภูเก็ตที่จะผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนเกี่ยวกับสถานการณ์และมาตรการป้องกันโรคเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสถิติประเมินความสอดคล้องกลมกลืน

ค่าสถิติ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ผลการประเมิน
CFI	มีค่ามากกว่า 0.90	0.96
CMIN/DF	มีค่าน้อยกว่า 3	1.94
GFI	มีค่ามากกว่า 0.90	0.93
NFI	มีค่ามากกว่า 0.90	0.92
RMSEA	มีค่าน้อยกว่า 0.08	0.04

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางทะเลพื้นที่เกาะภูเก็ต ภายใต้การรับรู้ความเสี่ยงจากสถานการณ์ COVID-19

ตารางที่ 3 ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

Variables	Estimate		Variance	R ²	C.R.	P
	Standard	Unstandardized				
Intent				0.41		
- Perceive Risk	0.21	0.20	0.01		1.89	***
Impress				0.32		
- Perceive Risk	0.66	0.73	0.01		4.96	***
Perceive Internal				0.60		
- Perceive Risk	0.25	0.20	0.01		4.85	***
Perceive Risk						
- Willing	0.95	0.79	0.02	0.91	10.84	***
Perceive Risk						
- Revit	0.83	0.85	0.13	0.69	10.42	***

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ตารางที่ 4 ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity Analysis) และ AVE Square Root Matrix

ตัวแปร	willing	Revisit	impress	Perceive	internal	intent
willing	(0.821)					
Revisit	.688	(0.817)				
impress	.741	.674	(0.726)			
Perceive	.670	.597	.672	(0.846)		
internal	.595	.520	.516	.598	(0.823)	
intent	.725	.640	.678	.631	.531	(0.823)

จากตารางที่ 4 แสดงผลความเที่ยงตรงเชิงจำแนก พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าระหว่าง .516 -.741 ซึ่งมีค่าสัมพันธ์ไม่เกินกว่า .90 สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรแฝงที่ใช้ในการศึกษามีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกต่อกันในระดับเหมาะสมหรืออาจกล่าวได้ว่า ตัวแปรแฝงแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป และผลการเปรียบเทียบค่ารากที่ 2 ของ AVE กับ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ พบว่าค่ารากที่ 2 ของ AVE ในแต่ละแถวในแนวทแยงมีค่าสูงกว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทุกค่า ทั้งในแนวตั้ง และแนวนอน จึงสรุปว่า โมเดลมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) แสดงให้เห็นว่า โมเดลสมการโครงสร้างมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ซึ่งเป็นคุณสมบัติของการที่ดัชนีสามารถวัดองค์ประกอบได้อย่างถูกต้อง

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง พบว่า แบบจำลองสมการโครงสร้าง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุประกอบด้วยตัวแปรแฝง (Latent Variable) จำนวน 6 ตัวแปร แบ่งเป็นตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) จำนวน 2 ตัว ได้แก่ Willing และ Revisit และตัวแปรคั่นกลาง Perceive Risk ตัวแปรแฝงภายใน

(Endogenous Latent Variable) จำนวน 3 ตัว ได้แก่ Intent, Impress, Perceive Internal ซึ่งสามารถอธิบายในแต่ละประเด็นได้ดังต่อไปนี้

ตัวแปร Intent ส่งอิทธิพลทางตรงกับตัวแปร Perceive Risk ที่ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) $\beta = 0.21$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.41 ค่าความแปรปรวน 0.01 ตัวแปร Impress ส่งผลอิทธิพลทางตรงกับตัวแปร Perceive Risk ที่ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) $\beta = 0.66$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.32 ค่าความแปรปรวน 0.01 และตัวแปร Perceive Internal ส่งผลอิทธิพลทางตรงกับตัวแปร Perceive Risk ที่ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) $\beta = 0.25$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.60 ค่าความแปรปรวน 0.01

และในขณะเดียวกันตัวแปร Perceive Risk ส่งอิทธิพลทางตรงกับตัวแปร willing ที่ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) $\beta = 0.95$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.91 ค่าความแปรปรวน 0.02 และตัวแปร Perceive Risk ส่งผลอิทธิพลทางตรงกับตัวแปร Revisit ที่ค่าน้ำหนัก (Standardized Regression Weight) $\beta = 0.83$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) 0.69 ค่าความแปรปรวน 0.13 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าสถิติจากการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

Variables	Estimate		Variance	R ²	C.R.	P
	Standard	Unstandardized				
Intent				0.41		
- INT2	0.70	0.88	0.48	0.40	11.28	***
- INT3	0.73	1.00	0.35	0.54	N/A	

Variables	Estimate		Variance	R ²	C.R.	P
	Standard	Unstandardized				
- INT4	0.63	0.99	0.41	0.49	12.36	***
Impress				0.32		
- impress1	0.67	1.00	0.39	0.45	N/A	
- impress2	0.72	0.99	0.45	0.41	11.23	***
- impress3	0.71	1.20	0.45	0.50	12.29	***
- impress5	0.65	1.08	0.52	0.42	11.46	***
Perceive						
Internal				0.60		
- Internal1	0.68	1.00	0.68	0.47	N/A	***
- Internal2	0.72	0.98	0.55	0.51	12.93	
- Internal4	0.68	1.03	0.74	0.46	12.11	***
- Internal5	0.73	1.09	0.61	0.54	13.01	***
- Internal6	0.79	1.07	0.41	0.62	13.67	***
Willing				0.91		
- willing1	0.61	1.00	0.45	0.37	N/A	***
- willing2	0.59	0.97	0.48	0.35	12.61	***
- willing5	0.72	1.25	0.38	0.32	12.33	***
Revit				0.69		
- Revit1	0.68	1.00	0.38	0.47	N/A	***
- Revit2	0.67	0.99	0.47	0.46	11.23	***
- Revit3	0.67	1.03	0.52	0.45	11.04	***

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝงภายในมีจำนวน 5 สมมติฐาน ดังนี้ สมมติฐานข้อที่ 1 ความตั้งใจที่จะเดินทางส่งอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับ สมมติฐานข้อที่ 2 ความประทับใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวส่งอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับ สมมติฐานข้อที่ 3 การรับรู้ถึงความเสี่ยงก่อนการเดินทางส่งอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับ สมมติฐานข้อที่ 4 การรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับส่งอิทธิพลทางบวกต่อความเต็มใจที่จะเดินทาง สมมติฐานข้อที่ 5 การรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับส่งอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งจากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า 1. ความตั้งใจที่จะเดินทางส่งอิทธิพลเป็นสาเหตุโดยตรงในการรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับ 2. ความประทับใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเป็นสาเหตุโดยตรงในการรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับ และ 3. การรับรู้ถึงความเสี่ยงก่อนการเดินทางเป็นสาเหตุโดยตรงในการรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับจากการเดินทาง โดยมีค่า Factor Loading = 0.21, 0.66, 0.25 และในขณะเดียวกันตัวแปรที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง ถึงแม้จะรับรู้ถึงความเสี่ยงจากการเดินทาง (Perceive internal) คือ ความเต็มใจที่จะเดินทาง (Willing) และความตั้งใจในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Revit) 0.95 , 0.83 ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาอิทธิพลของตัวแปรในโมเดล MIMIC ที่พัฒนาขึ้น พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพล ต่อการรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับมากที่สุด คือ ความประทับใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Impress) รองลงมา คือ การรับรู้ถึงความเสี่ยงก่อนการเดินทาง (Perceive internal) และ ความตั้งใจที่จะเดินทาง (Intent) ตามลำดับโดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .66, .25, .21 ตามลำดับ และตัวแปรที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางจากการรับรู้ถึงความเสี่ยงจากการเดินทาง (Perceive internal) คือ ความเต็มใจที่จะเดินทาง (Willing) และความตั้งใจในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Revit) 0.95, 0.83

องค์ความรู้ใหม่ และการนำไปใช้ประโยชน์

จากผลการศึกษาข้างต้นเกิดองค์ความรู้แสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของตัวแปรหลายตัวในการกำหนดการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค ตัวแปร Intent ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลเชิงบวกในระดับปานกลางต่อการรับรู้ความเสี่ยง ตัวแปร Impress ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับความสวยงามหรือความน่าดึงดูดใจของผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลเชิงบวกมากขึ้นต่อการรับรู้ความเสี่ยง ตัวแปร Perceive Internal ซึ่งสะท้อนการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับลักษณะภายในที่จะได้รับความเสี่ยงก่อนการเดินทาง มีอิทธิพลเชิงบวกมากที่สุดต่อการรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับการเดินทาง ผลของการศึกษาในครั้งนี้เป็นประโยชน์ในการแสดงข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าสำหรับนักการตลาดและธุรกิจที่ต้องการลดความเสี่ยงที่รับรู้และเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ของตน ด้วยการทำความเข้าใจปัจจัยที่นำไปสู่การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการสามารถพัฒนากลยุทธ์ที่ตรงเป้าหมายเพื่อจัดการกับข้อกังวลเหล่านี้และสร้างความไว้วางใจกับกลุ่มเป้าหมายหรือนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาใช้บริการต่อไปในอนาคต นอกจากนั้น ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาโอกาสในความเป็นไปได้ของการพัฒนาแนวทางในการจัดการความเสี่ยงของโรคระบาดที่จะต้องส่งต่อนักท่องเที่ยว โดยสามารถพัฒนาหรือประยุกต์จากผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

นอกจากนั้น ผลการศึกษาในการวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยที่บ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญเชิงอิทธิพลของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางทะเลพื้นที่เกาะกูดของการรับรู้ถึงความเสี่ยงที่ส่งผลและมีความสัมพันธ์ต่อความเต็มใจในการเดินทางและการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ดังนั้น การให้ข้อมูลที่ถูกต้องถึงสถานะความเสี่ยงที่จะได้รับ จะเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางในอนาคต มากกว่าเมื่อเทียบกับก่อนการรับรู้ถึงความเสี่ยงซึ่งสิ่งนี้จะให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางมากที่สุดคือความประทับใจตนเองได้รับจากที่ผ่านมา ดังนั้น นักวิชาการสามารถต่อยอดงานวิจัยนี้โดยการพัฒนา ทดสอบ

หรือสังเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุในด้านของผู้ประกอบการในพื้นที่ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในการที่จะผลักดันการใช้นโยบายของการรับรู้ความเสี่ยงที่จะได้รับของนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการ เช่น การทดสอบหรือการสอบถามการรับรู้ความเสี่ยงผ่านการให้บริการ หรือการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมในการบริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังพื้นที่ที่ให้บริการหรือพื้นที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้ ก็เพื่อที่จะสามารถนำไปสร้างรูปแบบการบริการที่ถูกต้องต่อผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยว

ตลอดจนงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นบทบาทสำคัญของการรับรู้ถึงความเสี่ยงที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวหรือการเดินทางจากในอดีตที่ส่งผลต่อความเต็มใจในการเดินทางและการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่จำเป็นต้องมีการพัฒนาองค์ความรู้ของการป้องกันหรือโอกาสของการติดเชื้ระหว่างนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นประเด็นที่มีความสำคัญมากที่สุดเพื่อทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เดินทางมาใช้บริการรับรู้ถึงความปลอดภัยของสถานที่แหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ให้บริการของระบบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

บทสรุป

สรุปผลการวิจัยข้างต้นมีประเด็นที่ควรอภิปรายจากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางมาท่องเที่ยวทางทะเลพื้นที่เกาะภูเก็ตในประเด็นของความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยเฉพาะก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยวจะมีการวางแผนการเดินทางก่อนออกเดินทางอยู่ในระดับมาก อาจทำการสรุปได้ว่าความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการรับรู้ความเสี่ยงของโรคระบาดก่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยวนั้นจะมีเหตุผลหลายด้านที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Abraham et al. (2021) โดยเฉพาะด้านความประทับใจจากการที่เคยเดินทางหรือมีประสบการณ์ที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวก่อนการเดินทางจะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางไปยังพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และการรับรู้ถึงความเสี่ยงภายในของนักท่องเที่ยว

เช่น ความอันตรายหรือโอกาสจากการที่จะติดโรคระบาดโคโรนาช่วงเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาของ Hajibaba (2015) และ Sonmez and Graefe (1998) พบว่า หากนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกถึงประเด็นข้างต้นที่กล่าวมาทั้งสองประเด็น นักท่องเที่ยวจะเกิดความตั้งใจที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว และจะมีแนวโน้มเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศแม้ว่าปลายทางจะได้รับผลกระทบจากวิกฤต ซึ่งจากการสังเคราะห์ของผู้วิจัยถึงเหตุผลที่นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในแม้ว่าปลายทางจะได้รับผลกระทบจากวิกฤตนั้น น่าจะมาจากปัจจัยหลัก 2 ประการ ประการแรก นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะมีประสบการณ์ใหม่ ๆ และเปิดโลกทัศน์ของตนเอง การท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งกิจกรรมที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยว และผู้คนใหม่ ๆ ซึ่งสามารถช่วยเติมเต็มความต้องการดังกล่าวได้ โดยไม่คำนึงว่าปลายทางจะได้รับผลกระทบจากวิกฤตหรือไม่ ประการที่สอง นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจว่าวิกฤตที่เกิดขึ้นนั้นเป็นเรื่องชั่วคราว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เชื่อว่าวิกฤตที่เกิดขึ้นจะคลี่คลายลงในเวลาอันสั้น และเมื่อวิกฤตคลี่คลายลง นักท่องเที่ยวก็จะได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่คุ้มค่ายิ่งขึ้น เนื่องจากราคาสินค้าและบริการในปลายทางอาจลดลง และนักท่องเที่ยวอาจมีโอกาสดำเนินสัมผัสกับวัฒนธรรมและสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างจากเดิม

แต่ในขณะเดียวกัน หากนักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความเสี่ยงและพร้อมที่จะยินยอมปฏิบัติตามเงื่อนไขของการป้องกันตนเองก่อนการเดินทาง และระหว่างการเดินทางแล้ว นักท่องเที่ยวจะเกิดความเต็มใจที่จะเดินทางไปยังพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งสาเหตุดังกล่าวอาจจะเป็นเพราะจากช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาของการที่จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของการกักตัวหรือการจำกัดพื้นที่ในการเดินทาง อาจจะเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นหากมีการผ่อนปรนนโยบายของภาครัฐ รวมถึงหากมีการรับรู้ถึงความเสี่ยงที่จะได้รับจากการเดินทางไปยังพื้นที่ นักท่องเที่ยว ก็จะมี ความเต็มใจที่จะเดินทางไปและจะปฏิบัติตามกฎระเบียบหรือเงื่อนไขของภาครัฐที่ได้กำหนด และในขณะเดียวกันก็จะเกิดการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

ครั้งนี้จะรับรู้ถึงความเสี่ยงในการเดินทาง ซึ่งในประเด็นของการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้งอาจจะกล่าวได้ว่า จากการที่นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการที่พักผ่อนนั้นได้ถูกจำกัดพื้นที่ในการเดินทางเป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปีที่จะผ่านจะทำให้เกิดความต้องการเชิงพฤติกรรมในการแสดงออกนั้นคือ ถึงแม้จะรับรู้ถึงความเสี่ยงก็จะยินดีที่จะเดินทางท่องเที่ยวสอดคล้องกับผลการศึกษาที่น่าสนใจของ Sonnichsen (2020) ทั้งนี้เนื่องมาจากการเดินทางนั้นจะทำให้เกิดความผ่อนคลายจากความตึงเครียดหรือจากการดำรงชีวิตประจำวันในรูปแบบเดิมที่ตนเองเป็นอยู่

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าจากผลการวิเคราะห์โมเดลนั้นนักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางภายในประเทศหากมีการรับรู้ถึงความเสี่ยงก่อนการเดินทางแล้วก็จะมีความยินดีที่จะเดินทางและยอมรับหรือปฏิบัติตามเงื่อนไขในการป้องกันโรคระบาดและมีความต้องการที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งซึ่งสอดคล้องกับประเด็นผลการศึกษาของ Cahyanto et al. (2016) แต่ในขณะเดียวกันหากนักท่องเที่ยวยังไม่รับรู้ถึงความเสี่ยงหรือวิธีการปฏิบัติตนระหว่างเดินทางท่องเที่ยว สิ่งที่จะเป็นตัวกระตุ้นในการทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางหรือเกิดการหาข้อมูลในการรับรู้ความเสี่ยงเพื่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว นั่นคือ ความประทับใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าการรับรู้ถึงความเสี่ยงภายในและความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองจากการไม่มีข้อมูลในการป้องกันตนเองจากการเดินทาง ดังนั้น หากรัฐบาลหรือผู้ที่เป็นผู้กำหนดกฎเกณฑ์ของพื้นที่หรือนโยบายระดับประเทศนั้นอาจจะต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลในการป้องกันตนเองที่ถูกต้อง ทั้งนี้ ก็เพื่อที่จะทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจที่หมุนเวียนผ่านระบบการท่องเที่ยวอันจะเป็นการกระตุ้นสถานะเศรษฐกิจหดตัวจากที่ผ่านมาได้เป็นอย่างดีและเป็นการป้องกันการเกิดสภาวะความไม่เท่าเทียมกันทางสังคมจากระบบการปกครองจนนำไปสู่การประท้วงถึงความไม่พอใจต่อการจัดการโรคระบาดโควิด เช่นกรณีต่างประเทศที่มีการกำหนดนโยบายให้โควิดเป็นศูนย์

ความตั้งใจในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ความประทับใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว และการรับรู้ความเสี่ยงภายในที่จะได้รับหากเกิดการเดินทาง มีอิทธิพลอย่าง

มากต่อตัวแปร ตัวแปร Intent มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการรับรู้ถึงความเสี่ยงที่จะได้รับในการเดินทาง ซึ่งหมายความว่าเมื่อความตั้งใจที่จะเดินทางไปในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น การรับรู้ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องก็จะเพิ่มขึ้นเช่นกัน และตัวแปร ความประทับใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกมากขึ้นกับการรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งบ่งชี้ว่าการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความสวยงามหรือความน่าดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะกูดสามารถส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง ตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงภายในที่จะได้รับหากเกิดการเดินทาง มีความสัมพันธ์เชิงบวกมากที่สุดกับความเสี่ยงที่จะได้รับในการเดินทาง ซึ่งหมายความว่านักท่องเที่ยวมีการรับรู้ถึงความเสี่ยงที่จะได้รับหากมีการเดินทางแต่การที่นักท่องเที่ยวเคยมีประสบการณ์ที่ดีหรือการได้รับข้อมูลที่ดีจากแหล่งข้อมูลของพื้นที่เกาะกูด เช่น คุณภาพ ความสวยงาม และมาตรฐานของการบริการ ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเต็มใจที่จะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวอีกครั้ง การค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงการรับรู้ถึงลักษณะภายในของนักท่องเที่ยวเพื่อลดความเสี่ยงที่จะได้รับจากการเดินทาง และในขณะเดียวกันก็พิจารณาถึงบทบาทของความคุ้มค่าในด้านการได้รับสุนทรียะและอารมณ์ที่ดึงดูดใจในการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- Arbuckle, J. L. (2019). *IBM SPSS Amos 20 user's guide*. New York: IBM.
- Abraham, V., Bremser, K., Carreno, M., Crowley, L., & Moreno, M. (2021). Exploring the consequences of COVID-19 on tourist behaviors: perceived travel risk, animosity and intentions to travel. *Tourism Management*, 76(4), 701-717. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.103959>

- Abraham, V., Bremser, K., Carreno, M., Crowley-Cyr, L., & Moreno, M. (2023). Exploring the consequences of COVID-19 on tourist behaviors: Perceived travel risk, animosity, and intentions to travel. *Journal of Travel Research*, 62(1), 22-36. <https://doi.org/10.1177/0047287522108431>
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (2nd ed.). Routledge.
- Cahyanto, I., Wiblishauser, M., Pennington-Gray, L., & Schroeder, A. (2016). The dynamics of travel avoidance: The case of Ebola in the US. *Tourism Management Perspectives*, 20, 195-203. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.08.007>
- Chin, C.-H., Chin, C.L. & Wong, W.P.-M. (2018). The implementation of green marketing tools in rural tourism: the readiness of tourists, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 27(3) , 261-280. <https://doi.org/10.1080/19368623.2017.1359723>
- Cooper, M. (2005). Japanese tourism and the SARS epidemic of 2003. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2-3), 117-131. https://doi.org/10.1300/J073v19n02_08
- Dolnicar, S. (2005). Understanding barriers to leisure travel: Tourist fears as a marketing basis. *Journal of Vacation Marketing*, 11(3), 197-208. <https://doi.org/10.1177/1356766705052342>
- Dowling, G. R., & Staelin, R. (1994). A model of perceived risk and intended risk-handling activity. *Journal of Consumer Research*, 21(1), 119. <https://doi.org/10.1086/209380>

- Economic, Tourism and Sports Division. (2022). *Tourism Economy of Thailand, Quarter 1 of the year 2022 and the trend of 2023*. <https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/InfoTourismEconomicReport>
- 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
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Pearson.
- Hajibaba, H., Gretzel, U., Leisch, F., & Dolnicar, S. (2015). Crisis-resistant tourists. *Annals of Tourism Research*, 53, 46-60. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.011>
- Huang, Y., Zhang, M., Gursoy, D., & Shi, S. (2020). An examination of interactive effects of employees' warmth and competence and service failure types on customer's service recovery cooperation intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(7), 2429-2451. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2018-0636>
- Jackson, M. (2019). Utilizing attribution theory to develop new insights into tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, 176-183. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.04.007>
- Joreskog, K.G. & Sorbom, D. (1996). *LISREL 8 : User's reference guide*. Chicago, IL: Scientific Software International

- Kline, R.B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York: Guilford Press.
- Lam, T., & Hsu, C. (2006). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism Management*, 27(4), 589-599. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>
- Nunnally, J.C., & Bernstein, I.H. (1994). *The assessment of reliability*. In *Psychometric theory* (3rd ed., pp. 248-292). New York: McGraw-Hill.
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2019). *National Economic and Social Development Plan*, No. 12 (2017-2021). Bangkok.
- Rittichainuwat, B.N., & Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Tourism Management*, 30(3), 410 - 418. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.08.001>
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2010). *Structural Equation Modeling*. (3th ed.). New York: Routledge.
- Sonmez, S.F., & Graefe, A.R. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 112 - 144. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2019-0043>
- Sonmez, S., & Tasci, A.D.A. (2019). Characteristics and behaviors of anti-gun and pro-gun travelers. *Tourism Review*, 75(2), 347-368. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2019-0043>
- Sonnichsen, B. (2020, October 28). Gesundheitsminister Spahn zu Herbst- und Winterurlaub: 'Schönheit Deutschlands genießen' [Television broadcast]. ARD. www.tagesschau.de/inland/spahnurlaub-corona-virus-101.html

- Su, L., Lian, Q., & Huang, Y. (2020). How do tourists' attribution of destination social responsibility motives impact trust and intention to visit? The moderating role of destination reputation. *Tourism Management*, 77, 346-361. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2019-0098>
- Seddighi, H.R., & Theocharous, A.L. (2002). A model of tourism destination choice: A theoretical and empirical analysis. *Tourism Management*, 23(5), 475-487. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2019-028>
- Wilder-Smith, A. (2006). The severe acute respiratory syndrome: Impact on travel and tourism. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 4(2), 53-60. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2019-0118>