

ผลกระทบและความพึงพอใจจากโปรแกรมนำเที่ยว ‘หนองเซ่งพาซิ่ง’ ของผู้อาศัยใน
หมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี
Impact and Satisfaction of the 'Nong Seng Pasing' Tour Program of Residents in
Nong Seng Village, Nong Prue Subdistrict, Phanat Nikhom District,
Chonburi Province

¹พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต, ^{2*}ภัทราวดี มากมี, ³วรารณ ไทยมา และ ⁴นพนัฐ ศรีพิศาล
¹Pongsatean Luengalongkot, ²Pattrawadee Makmee, ³Waraporn Thaima and
⁴Noppanat Sripisarn

¹คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

^{2*}วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

³วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

⁴วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

¹Faculty of Political Science and Law, Burapha University, Thailand.

^{2*}College of Research and Methodology in Cognitive Science, Burapha University, Thailand.

³Graduate College of Management, Sripatum University, Thailand.

⁴College of Research and Methodology in Cognitive Science, Burapha University, Thailand.

E-mail: ¹pongsate@hotmail.com, ^{2*}pattrawadee@buu.ac.th, ³waraporn.th@spu.ac.th, ⁴65910050@go.buu.ac.th

*Corresponding Author

Received March 8, 2024; Revised April 15, 2024; Accepted May 8, 2024

บทคัดย่อ

โครงการนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนโดยผู้อาศัยในพื้นที่ ผลกระทบและความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวซึ่งนำพานักท่องเที่ยวเข้ามา จึงมีความน่าสนใจในการศึกษา การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทำนายความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะกลุ่มตัวอย่าง ระดับการรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งและการเข้าถึงโซเชียลมีเดียกับ (1) ผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่ง และ (2) ระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน 140 คน โดยการสุ่มอย่างง่าย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล นำมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติกับผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งที่ระดับ .01 คือตัวแปรการรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งและตัวแปรสถานภาพสมรส ตัวแปรทั้งหมดร่วมกันทำนายผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งได้ร้อยละ 17.60 ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งที่ระดับ .01 คือตัวแปรการรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่ง และตัวแปรการเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดียสามารถทำนายความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งได้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ตัวแปรทั้งหมดร่วมกันทำนายระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งของผู้อาศัยได้ร้อยละ 50.70 ตัวแปรการรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งสามารถทำนายได้ทั้ง

ผลกระทบและความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งของผู้อาศัยที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้วยกันทั้งคู่

คำสำคัญ: ผลกระทบ; ความพึงพอใจ; โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่ง

Abstract

Nong Seng Pasing tour program drives the community economy by residents. The impact and satisfaction of the tour program on residents from more tourists is interesting to study. The research purposes were to analyze factors predicting the relationship between sample characteristics, perception of Nong Seng Pasing tour program, and social media access: (1) the impact of Nong Seng Pasing tour program, and (2) the level of satisfaction of the Nong Seng Pasing tour program from the residents of Nong Seng Village, Nong Prue Sub-district, Phanat Nikhom District, Chonburi Province, 140 people from simple random sampling using questionnaires as a tool to collect data then analyzed by multiple regression analysis. The results of the analysis revealed the variables that were statistically significant with the impact of the Nong Seng Pasing tour program at the .01 level were the perception variable of the Nong Seng Pasing tour program and the marital status variable. All variables predicted the impact of the Nong Seng Pasing tour program was 17.60%. The statistically significant variable with the satisfaction level of the Nong Seng Pasing tour program at the .01 level was the perception variable of the Nong Seng Pasing tour program, meanwhile, social media access variables were able to predict satisfaction with Nong Seng Pasing tour program at a statistically significant level at .05. All variables predicted the level of satisfaction of the Nong Seng Pasing tour program of residents of Nong Seng Village, Nong Prue Sub-district, Phanat Nikhom District, Chonburi Province was 50.70%.

The perception variable of the Nong Seng Pasing tour program was able to predict both the impact and satisfaction of the Nong Seng Pasing tour program of residents at a statistically significant level of .01.

Keywords: Impact; Satisfaction; Nong Seng Pasing Tour Program

บทนำ

การท่องเที่ยวมีส่วนในบทบาทด้านเศรษฐกิจในประเทศไทยเป็นอย่างมากส่งผลให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราและกระจายรายได้แก่ชุมชน ทำให้เกิดการเพิ่มรายได้ต่อหัวในท้องถิ่นยังผลให้เศรษฐกิจมีความเข้มแข็งมากขึ้น และยังส่งผลอย่างมากต่อสังคม จริยธรรม นอกเหนือจากมิติทางเศรษฐกิจอีกด้วย (Dans, & Gonzalez, 2020; MacNell, & Wozniak, 2020) ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี (2022) มีการคาดว่าในปี 2565 จะสามารถสร้างรายได้ 7.2 แสนล้านบาทจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเน้นความยั่งยืน มีการผสมผสาน วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา และความเป็นไทย (Kewsri et al., 2022) เพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวกระจายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ

ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว ในเมืองรองมากขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว (Ministry of Foreign Affairs, 2018)

จังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวจังหวัดหนึ่งซึ่งมีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลทอดยาวถึง 160 กิโลเมตร อีกทั้งยังมีชุมชนพักอาศัยย้อนไปถึงยุคทวารวดี ส่งสมวัฒนธรรมและความเจริญรุ่งเรืองมาหลายด้าน ทั้งขนบธรรมเนียม วิถีชีวิตชุมชน อุตสาหกรรมนาข้าว อีกทั้งยังมีที่ตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพฯ เมืองหลวงของประเทศ ไทย สามารถใช้เวลาสัญจรไม่นาน มีผู้เยี่ยมชมมาท่องเที่ยวจากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศส่งผลต่อรายได้ จากการท่องเที่ยวจากข้อมูลถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่า ในพื้นที่จังหวัด ชลบุรี มีจำนวนผู้เยี่ยมชมสะสมในปี 2565 จำนวน 6.98 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นชาวไทย 6.76 ล้านคน และ ชาวต่างชาติ 2.2 แสนคน (Ministry of Tourism and Sport, 2022) แม้ว่าในจังหวัดชลบุรีจะมีความเจริญเติบโต ทางด้านเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอีกหลายส่วนที่ยังไม่เป็นที่รู้จักกันมากนัก อาจเนื่องมาจากจังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่ค่อนข้างใหญ่มีพื้นที่ทั้งสิ้น 2,726,875 ไร่ หรือ 4,363 ตารางเมตร คิด เป็นร้อยละ 0.85 ของพื้นที่ ประเทศไทย (Department of Provincial Administration, 2021) มีสถานที่ ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณชายฝั่งทะเล ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวอีกหลายแห่งที่มีจุด ดึงดูดนักท่องเที่ยวแตกต่างจากจุดสนใจของนักท่องเที่ยวต่อตัวพื้นที่ไม่เป็นที่รู้จักกันมากนักในวงกว้าง เช่น ชุมชนบ้าน หนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอบ้านฉาง ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแบบวิถีชาวบ้าน ยังไม่เป็นที่รู้จัก กัน จึงได้มีโครงการหนองเซ่งพาซึ่งเกิดขึ้น โดยนำจุดเด่นของชุมชนคือ รถมอเตอร์ไซด์พ่วงข้างและการเกษตรภายใน ชุมชนมาเป็นจุดขายให้นักท่องเที่ยวได้นั่งรถมอเตอร์ไซด์พ่วงข้าง เที่ยวชมทัศนียภาพของชนบท การให้ความรู้ ทางการเกษตร พืชผักหายาก และภูมิปัญญาท้องถิ่น งานฝีมือจักรสานซึ่งเป็นที่เลื่องชื่อของพนสนิมคม บริการโดยผู้ อาศัยในชุมชนโดยมีจุดนำเสนอสื่อหลักที่ความเป็นกันเองของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง และบรรยากาศชนบท ถึง กระนั้นนับตั้งแต่ปี 2563 เกิดเหตุวิกฤตการระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งนับเป็นวิกฤตที่รุนแรงที่สุดในรอบ 100 ปี ทำให้เศรษฐกิจไทยหดตัวอย่างรุนแรงที่สุดในรอบ 23 ปี นับตั้งแต่วิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 ส่งผลให้นักท่องเที่ยว ลดลงจำนวนมาก โดยจังหวัดที่ได้รับผลกระทบจากการลดลงของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ จังหวัดภูเก็ต กรุงเทพมหานคร และ ชลบุรี (Rukumnuaykit et al., 2022)

โครงการหนองเซ่งพาซึ่งเป็นโครงการท่องเที่ยวในลักษณะวิถีชีวิต ซึ่งเกิดขึ้นในปี 2563 ก็ได้รับผลกระทบ จากการลดลงของนักท่องเที่ยว โดยสภาพของไค้นำเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความต้องการ ผักอบรมในระดับสูงสุด (Pungunsakul et al., 2024) ประกอบกับปี 2565 วิกฤตการระบาดของโควิด-19 มี แนวโน้มที่จะดีขึ้น นับเป็นเส้นทางสู่ความปกติใหม่ของธุรกิจการท่องเที่ยว ถือเป็นก้าวที่ดีของหมู่บ้านหนองเซ่งที่ จะนำโครงการนี้มาขายทอดสู่ท้องตลาดให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวนั้น จะต้องมิตลาดการท่องเที่ยวชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ในปัจจุบันที่เป็นยุคของสื่อสังคมออนไลน์ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในไทยใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเป็นสื่อกลางการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆของแหล่ง ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้รู้จัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย หมู่บ้าน หนองเซ่งเป็นพื้นที่ด้านอุตสาหกรรมเป็นส่วนใหญ่และไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงมากนัก จึงเหมาะสมที่จะใช้สื่อ ช่องทางออนไลน์เป็นสื่อกลางให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในนักท่องเที่ยวที่มาจากสถานที่ห่างไกล การ โฆษณาแบบปากต่อปากมีระยะจำกัดและล่าช้า ทว่าอย่างไรก็ตามการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั้งหมดนี้ล้วนแต่ เกิดขึ้นจากการใช้อุปกรณ์ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต อาทิ สมาร์ทโฟน หรือเครื่องคอมพิวเตอร์ โครงการหนองเซ่ง พาซึ่งเองก็ได้มีการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้ และมีช่องทางในการติดต่อ ทั้ง ทางเว็บไซต์ขององค์การบริหารส่วนตำบล และช่องทาง Facebook ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่นิยมมากในไทย มีผู้ใช้ในไทยมากถึง 50.05 ล้านราย โดยสังคมของผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์จำนวนมาก

(Nuchanong, & Jones, 2020) ซึ่งภายในหมู่บ้านหนองเซ่งมีประชากรในกลุ่มสูงอายุค่อนข้างมาก ทว่าในการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการโฆษณาจะเกิดขึ้นไม่ได้หากขาดการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ อาจเนื่องจากการขาดอุปกรณ์ในการเชื่อมต่อ การไม่เข้าใจถึงการใช้งานสื่อออนไลน์ และปัญหาทางการเชื่อมต่อเครือข่าย

นอกจากนี้โครงการนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งเกิดขึ้นได้จากการดำเนินงานของผู้อาศัยในหมู่บ้าน การได้รับความร่วมมือของประชาชนในพื้นที่มีบทบาทต่อการขับเคลื่อนชุมชน (Tuleh, et al., 2021) ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาผลกระทบและความพึงพอใจจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี โดยอาศัยปัจจัยทำนายได้แก่ ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์และการรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่ง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชน และไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนหรือความไม่พอใจแก่ผู้อาศัยต่อนักท่องเที่ยวในชุมชนบ้านหนองเซ่ง ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปเป็นแนวทางปรับปรุงการท่องเที่ยว การบริการ เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือของการท่องเที่ยวและผู้อาศัยได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทำนายความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะกลุ่มตัวอย่าง ระดับการรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งและการเข้าถึงโซเชียลมีเดีย กับผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทำนายความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะกลุ่มตัวอย่าง ระดับการรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งและการเข้าถึงโซเชียลมีเดีย กับระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

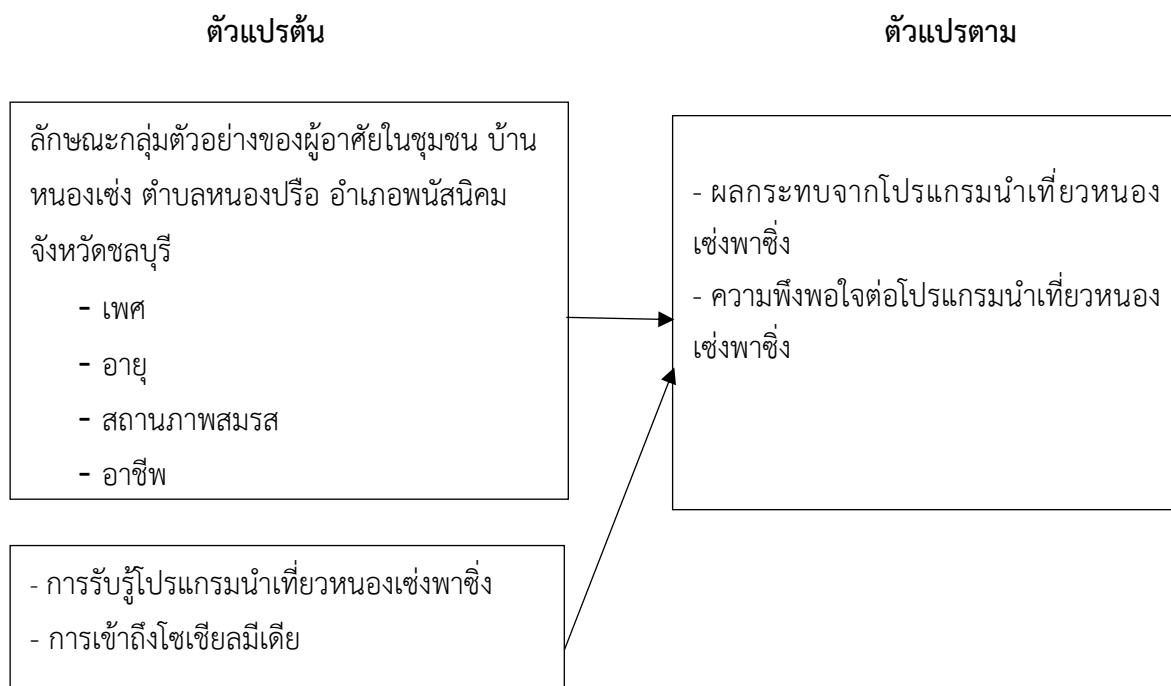
Almeida-García et al. (2016) ระบุว่า สถานภาพการสมรสเป็นตัวทำนายทัศนคติของผู้อยู่อาศัยต่อผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชีวิตทางสังคมวัฒนธรรม ผู้อยู่อาศัยที่แต่งงานแล้ว เมื่อเทียบกับคนที่ยังไม่แต่งงาน

Obradovic et al. (2021) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจและการรับรู้ของผู้อาศัยได้ให้ข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น ช่วยให้บรรลุการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ง่าย

Bello, et al. (2017) กล่าวว่า การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในชุมชนส่งผลต่อผลกระทบและการยอมรับต่อการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

Nunkoo et al. (2022) ด้วยการเพิ่มขึ้นของสังคมสารสนเทศที่ไฮสปีดออนไลน์เป็นหลัก โซเชียลมีเดียมีอิทธิพลที่แพร่หลายในหลายแง่มุมของชีวิตเรา ผู้ใช้โซเชียลมีเดียมีทัศนคติ อันเป็นองค์ประกอบของความพึงพอใจ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่องผลกระทบและความพึงพอใจจากโปรแกรมนำเที่ยว‘หนองเซ่งพาซึ่ง’ของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยเลือกใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง (Cross – Sectional Descriptive Research) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยนี้คือ ผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จำนวน 476 คน (Nong Prue Subdistrict Administrative Organization, 2022) หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Hair et al ,2010) และทำการสุ่มตัวอย่าง (Sample) ในการเก็บข้อมูล โดยเลือกใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยเกณฑ์ โดยการทำนาย ตัวแปรต้นที่ศึกษา คิดเป็นตัวแปรละ 20 คน จาก 6 ตัวแปร รวมเป็น 120 คน เพื่อคลาดเคลื่อน 20 คน รวมทั้งสิ้น ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 140 คน ได้ข้อมูลกลับ 140 คน คิดเป็น 100% ของกลุ่มตัวอย่างที่คาดหวัง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาเรื่องผลกระทบและความพึงพอใจจากโปรแกรมนำเที่ยว‘หนองเซ่งพาซึ่ง’ ของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยปัจจัยที่ศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส และอาชีพ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามการรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซึ่ง การเข้าถึงโซเชียลมีเดีย จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 ผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซึ่ง

ส่วนที่ 4 ระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซึ่ง และข้อเสนอแนะ

ระดับผลกระทบซึ่งมีลักษณะคำถามแบบ Likert Scale 6 ระดับ (Small, 2007) เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วยข้อความที่ให้ระดับผลกระทบในแต่ละเรื่อง มีคำตอบให้เลือก 6 ระดับ การแปลผลคะแนนโดยรวมใช้ค่าเฉลี่ยที่มีค่าตั้งแต่ 0.00-5.00 โดยพิจารณาตามเกณฑ์ของเบสท์ (Best, 1977) คำถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจเป็นลักษณะคำถามแบบ Likert Scale 6 ระดับ (Michel, Buchecker, & Backhaus, 2015) ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วยข้อความที่ให้ระดับความพึงพอใจในแต่ละด้าน

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบแก้ไขให้ครอบคลุมเนื้อหางานวิจัยและความถูกต้องของการใช้ภาษา ได้ค่า IOC = 0.98 สามารถนำไปใช้ได้ เนื่องจากค่า IOC มากกว่า 0.5 และผู้วิจัยได้มีการนำเครื่องมือไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อวัดความเข้าใจในตัวคำถามและคำตอบ ก่อนนำมาปรับปรุงให้มีความเข้าใจง่ายขึ้นและนำไปใช้จริง จำนวน 140 ชุด โดยการแจกแบบสอบถามทั้งแบบทางตรงและแบบออนไลน์ผ่าน Google Form ด้วยการสแกน QR-code หรือเข้าผ่านลิงค์เว็บไซต์ ระหว่างเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2565 โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง และช่วยในการตอบในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยี หรือมีปัญหาในการใช้ระบบอินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาหาข้อมูลทางสถิติผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ผลข้อมูลตามจุดประสงค์ของงานวิจัย

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Static) ประกอบในการอธิบายในส่วนที่ 1 ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส และอาชีพ รวมไปถึงส่วนที่ 2 ซึ่งเป็นตัวแปรการรับรู้โปรแกรมนำเที่ยว และการเข้าถึงโซเชียลมีเดีย รวมไปถึงอธิบายในส่วนของเหตุผลที่ไม่ใช้โซเชียลมีเดียเลย ในลักษณะ ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์เบื้องต้น และใช้วิธีการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง การรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งและการเข้าถึงโซเชียลมีเดียสามารถร่วมกันทำนายผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งของผู้อาศัยในชุมชนบ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรีได้

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง การรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งและการเข้าถึงโซเชียลมีเดียสามารถร่วมกันทำนายระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรีได้

จากสมมติฐานใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบปัจจัยที่ดูกับปัจจัยหลักตัวแปรอิสระ (X) ที่มีผลต่อปัจจัยตัวแปรตาม (Y) ได้สมการพยากรณ์

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

สัญลักษณ์ที่ใช้มีความหมายต่อไปนี้

k หมายถึง จำนวนตัวแปรทำนาย

$\hat{Y}$ หมายถึง ค่าทำนาย

b_0 หมายถึง แทนค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย

$b_1 \dots b_k$ หมายถึง น้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึงตัว k

$X_1 \dots X_k$ หมายถึง คะแนนตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง 140 คน แสดงคุณลักษณะกลุ่มตัวอย่างดังภาพที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.29 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.14 มีสถานภาพโสดเป็นร้อยละ 41.43 และประกอบอาชีพลูกจ้างสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 27.14

แบ่งออกเป็นสองส่วน ได้แก่ ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลกระทบ แสดงในตารางที่ 1 และปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิงของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี แสดงในตารางที่ 2

ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณของผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิงของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี พบว่า ตัวแปรทั้ง 6 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิงของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 17.6 โดยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิง คือ การรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิง (PCT) สถานภาพสมรส (MTS) อายุ (AGE) การเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดีย (SOC) เพศ (GEN) และอาชีพ (OCC) ตามลำดับ

ตัวแปรทำนายที่มีนัยทางสถิติที่ .01 ได้แก่ สถานภาพสมรส (MTS) และการรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิง (PCT) เขียนสมการถดถอยพหุคูณได้ดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิง (IMP) ของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี

ตัวแปร	b	SE b	β	p
Constant	.685	.373		.325
GEN (เพศ)	-.174	.212	-.065	.413
AGE (อายุ)	-.136	.084	-.149	.109
MTS (สถานภาพสมรส)	.525	.150	.310**	.001
OCC (อาชีพ)	-.016	.058	-.023	.782
PCT (การรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิง)	2.230	.515	.342**	.000
SOC (การเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดีย)	-.136	.137	-.078	.321
R square = .176 SEE = 1.206 F = 5.907*				

* ≤ .05, ** ≤ .01

สมการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ คือ

$$\hat{Y}_{IMP} = 0.685 - 0.174_{GEN} - 0.13_{AGE} + 0.525_{MTS^{**}} - 0.016_{OCC} + 2.230_{PCT^{**}} - 0.136_{SOC}$$

สมการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ

$$Z = -0.065_{GEN} - 0.149_{AGE} + 0.310_{MTS^{**}} - 0.023_{OCC} + 0.342_{PCT^{**}} - 0.078_{SOC}$$

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่ง (STF) ของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี

ตัวแปร	b	SE b	β	p
Constant	.685	.373		.068
GEN (เพศ)	.196	.109	.111	.073
AGE (อายุ)	-.002	.043	-.003	.972
MTS (สถานภาพสมรส)	.065	.076	.059	.392
OCC (อาชีพ)	-.033	.030	-.071	.268
PCT (การรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่ง)	3.112	.285	.678**	.000
SOC (การเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดีย)	-.138	.069	-.122*	.048

R square = .507 SEE = .609 F = 24.133*

* ≤ .05, ** ≤ .01

ผลการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณของความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี พบว่า ตัวแปรทั้ง 6 ตัว ร่วมกันอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 50.7 โดยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งคือ การรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่ง (PCT) การเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดีย (SOC) เพศ (GEN) อาชีพ (OCC) สถานภาพสมรส (MTS) และอายุ (AGE) ตามลำดับ

ตัวแปรทำนายที่มีนัยทางสถิติที่ .01 ได้แก่ การรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่ง (PCT) และตัวแปรที่มีนัยทางสถิติที่ .05 ได้แก่ การเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดีย (SOC) เขียนสมการถดถอยพหุคูณได้ดังนี้

สมการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ คือ

$$\hat{Y}_{STF} = 0.685 + 0.196_{GEN} - 0.002_{AGE} + 0.065_{MTS} - 0.033_{OCC} + 3.112_{PCT} - 0.138_{SOC}$$

สมการถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ

$$\hat{Z}_{STF} = 0.111 Z_{GEN} - 0.003 Z_{AGE} + 0.059 Z_{MTS} - 0.071 Z_{OCC} + 0.678 Z_{PCT} - 0.122 Z_{SOC}$$

ตารางที่ 3 แสดงลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อ ผลกระทบและความพึงพอใจของผู้อาศัยในหมู่บ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี จากมากไปน้อย

ลำดับที่	ผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่ง	ความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่ง
1	การรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่ง	การรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่ง
2	สถานภาพสมรส	การเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดีย

อภิปรายผลการวิจัย

1. ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง การรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งและการเข้าถึงโซเชียลมีเดีย สามารถร่วมกันทำนายผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่งของผู้อาศัยในชุมชนบ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยนี้ มีทั้งสอดคล้องและไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ดังนี้

1.1 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่ง คือ สถานภาพสมรส และการรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซิ่ง

Almeida-García, Pelaez-Fernandez, Balbuena-Vazquez & Cortes-Macias (2016) ระบุว่า สถานภาพการสมรสเป็นตัวทำนายทัศนคติของผู้อยู่อาศัยต่อผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชีวิตทางสังคม

วัฒนธรรม ผู้อยู่อาศัยที่แต่งงานแล้ว เมื่อเทียบกับคนที่ยังไม่แต่งงาน มีทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่แต่งงานแล้วอาจมองว่าข้อเสนอเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมเหมาะสมกับความต้องการมากกว่าผู้ที่ยังไม่แต่งงาน กล่าวคือผู้แต่งงานแล้วอาจมีมุมมองที่เข้าใจถึงบทบาทและผลกระทบของโปรแกรมท่องเที่ยวในชุมชนได้ดีกว่า

การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในชุมชนส่งผลต่อผลกระทบและการยอมรับต่อการท่องเที่ยวในท้องถิ่น การศึกษาของ Bello, et al. (2017) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้การท่องเที่ยวของผู้อาศัยในท้องถิ่น กล่าวว่า คนในชุมชนมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและเรียนรู้วิธีที่ดีที่สุดในการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ผู้อาศัยมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวในชุมชนสัมพันธ์กับการรับรู้ ผู้เข้าร่วมตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อธิบายว่ากิจการท่องเที่ยวมีบทบาทมากขึ้นในการกระตุ้นเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้นำไปสู่การพัฒนาที่พัก ร้านอาหารและธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ที่มีตลาดพร้อมไปกับผลผลิตในชุมชน ทั้งพืชสวนและผลผลิตพื้นบ้าน จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นยังส่งผลให้ความต้องการวัตถุดิบทางงานศิลปะ หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวบ้านหมู่บ้านหนองเซ่งที่ประกอบอาชีพทำสวน นา และจักรสานเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น

1.2 ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซัง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และการเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดีย

ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ของผู้อาศัยในท้องถิ่น มีบทบาทค่อนข้างน้อยในการอธิบายถึงทัศนคติการท่องเที่ยว ในงานวิจัยของ Hao, Long, & Kleckley (2010) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยประเมินทัศนคติผลกระทบของผู้อาศัยในท้องถิ่น พบว่าตัวบ่งชี้สำคัญในการวัดทัศนคติผลกระทบของผู้อาศัยต่อการท่องเที่ยว คือระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ดังกล่าว โดยระยะเวลาอาศัยสัมพันธ์กับทัศนคติต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยวในทางบวก กล่าวคือ ยิ่งอยู่อาศัยในพื้นที่นานก็จะมีผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยวและเข้าในกลไกทางเศรษฐกิจและการพัฒนาชุมชน คนที่ยังใหม่ต่อชุมชนอาจไม่ได้ตระหนักถึงบทบาทสำคัญของการท่องเที่ยว ไม่ใช่ตัวแปรอายุ เนื่องจากมีการเก็บข้อมูลทั้งจากผู้อาศัยดั้งเดิมที่มีสามเณรอยู่ในพื้นที่ดังกล่าว และประชากรแฝงที่เข้ามาอาศัยในพื้นที่ รวมถึงไม่ได้มีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับระยะเวลาหลังจากเข้ามาอยู่อาศัย ตัวแปรอายุที่ใช้จึงไม่สัมพันธ์กับระยะเวลาอาศัยในพื้นที่

ผู้อาศัยในหมู่บ้านส่วนใหญ่เห็นพ้องถึงข้อดีของการท่องเที่ยวในชุมชน ในทางกลับกันโปรแกรมนำเที่ยวไม่ได้เสนองานหรือมีการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพียงพอ จึงได้ประกอบอาชีพที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว หรือบางส่วนก็ออกไปหางานทำไกลจากภูมิลำเนาซึ่งไม่มีความสะดวกในการดูแลครอบครัว (Zhuang, Yao, & Li, 2019) การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีประชากรแฝงซึ่งไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับภาคเศรษฐกิจและผลกระทบในท้องถิ่นจึงไม่สามารถอธิบายหาความสัมพันธ์ของอาชีพและผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวในท้องถิ่นได้

Nunkoo, Gursoy, & Dwivedi ได้สรุปเกี่ยวกับการเข้าถึงโซเชียลมีเดียของผู้อยู่อาศัยต่อการท่องเที่ยว ยังไม่ได้รับการตรวจสอบเท่าที่ควร ในขณะที่สื่อข่าวแบบดั้งเดิมดำเนินการภายในกรอบการกำหนดวาระ สื่อสังคมออนไลน์จะทำหน้าที่สนับสนุนโดยสมัครใจโดยบุคคลที่เลือกเองซึ่งร่วมสร้าง แบ่งปัน รายงาน และแจกจ่ายข่าวโซเชียลมีเดียยังอนุญาตให้ผู้ดูแลข่าวสารสำหรับผู้ใช้อื่นด้วยการเลือกและแบ่งปันสิ่งที่ควรค่าแก่ความสนใจ การตรวจสอบอิทธิพลของโซเชียลมีเดียอย่างเหมาะสมจึงต้องใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เหมาะสมซึ่งจับลักษณะเด่นของมันในขณะที่ให้พื้นฐานทางทฤษฎีที่แข็งแกร่งเพื่อทำความเข้าใจอิทธิพลที่มีต่อทัศนคติของผู้อยู่อาศัยต่อการท่องเที่ยว

2. ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง การรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซังและการเข้าถึงโซเชียลมีเดีย สามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซังของผู้อาศัยในชุมชนบ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยนี้ มีทั้งสอดคล้องและไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ดังนี้

2.1 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซัง คือ การรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซัง และการเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดีย

การรับรู้สอดคล้องกับความพึงพอใจ คล้ายกับในผลลัพธ์จากการวิจัยของ Pham, Anderreck, & Vogt (2019) กล่าวว่า ผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว ควรพิจารณาและสร้างความมั่นใจในคุณภาพชีวิตที่ดีในขณะที่จุดหมายปลายทางพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ผลลัพธ์แสดงความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางระหว่างความพึงพอใจโดยรวมกับคุณภาพชีวิต ระดับการสนับสนุนการท่องเที่ยวของผู้อยู่อาศัยส่วนหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับระดับความพึงพอใจของพวกเขา นอกจากนี้ Alrwajfah et al. (2019) ยังยืนยันว่าความพึงพอใจของผู้อาศัยในท้องถิ่นยังมีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญกับการรับรู้ และยังกล่าวว่า ควรพิจารณาผลกระทบในเชิงบวกและความพึงพอใจของผู้อาศัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้การนำเสนอวัฒนธรรม วิถีชีวิต หรืองานศิลปะดั้งเดิมให้แก่นักท่องเที่ยว ยังมีส่วนให้ผู้อาศัยมีความภาคภูมิใจ (Jaafar, & Rasoolimanesh, 2015; Rasoolimanesh, et al., 2017)

ด้วยการเพิ่มขึ้นของสังคมสารสนเทศที่ไฮสปีดออนไลน์เป็นหลัก โซเชียลมีเดียมีอิทธิพลที่แพร่หลายในหลายแง่มุมของชีวิตเรา ผู้ใช้โซเชียลมีเดียมีแนวโน้มความกังวลหรือมีส่วนร่วม การแสดงความเห็น และทัศนคติ อันเป็นองค์ประกอบของความพึงพอใจ การตรวจสอบอิทธิพลของโซเชียลมีเดียอย่างเหมาะสมจึงต้องใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เหมาะสมซึ่งจับลักษณะเด่นของมันในขณะที่ให้พื้นฐานทางทฤษฎีที่แข็งแกร่งเพื่อทำความเข้าใจอิทธิพลที่มีต่อทัศนคติของผู้อยู่อาศัยต่อการท่องเที่ยวในยุคข้อมูลข่าวสารที่ทวีความรุนแรงขึ้นโดยการเติบโตของแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตผู้คนไปอย่างมาก (Nunkoo et al. 2022)

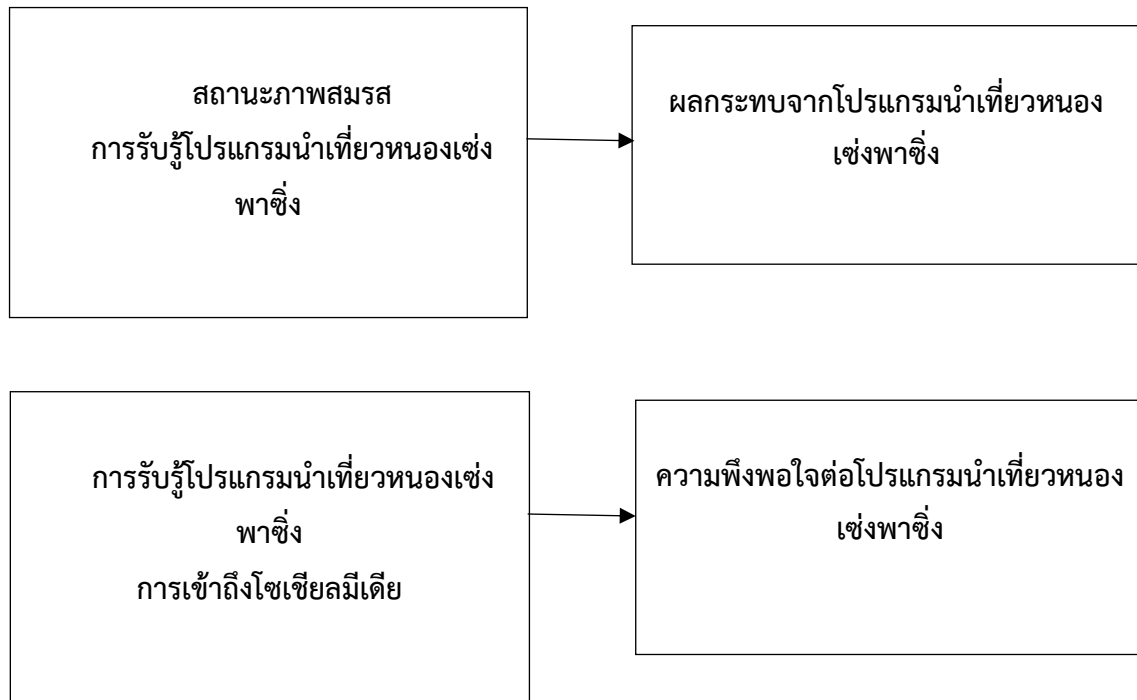
2.2 ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซัง คือ ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส และอาชีพ

Obradovic et al. (2021) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจและการรับรู้ของผู้อาศัยได้ให้ข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น ช่วยให้บรรลุการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ง่ายขึ้นทั้งประชากรในท้องถิ่นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว และให้ออกาสในการทำงาน สร้างรายได้ ประโยชน์เหล่านี้สามารถปรับปรุงคุณภาพชีวิตคนในชุมชนและตอบรับความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในงานวิจัยนี้ไม่สามารถจำแนกได้ถึงความสำเร็จมีส่วนร่วมจากตัวแปรลักษณะกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส และอาชีพ ซึ่งไม่พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ Gong et al. (2021) ชี้ให้เห็นว่า แม้ว่าผู้อาศัยจะได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการพัฒนาการท่องเที่ยว ผลกำไรเศรษฐกิจที่ได้ควรไปถึงระดับคาดหวังก่อนถึงจะเกิดความพึงพอใจในหมู่ผู้อาศัย

สรุป

ปัจจัยที่สามารถทำนายผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซังของผู้อาศัยในชุมชนบ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี ได้แก่ ตัวแปรสถานภาพสมรส และตัวแปรการรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซัง ซึ่งมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรทั้งหมดร่วมกันทำนายผลกระทบจากโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซังได้ร้อยละ 17.6 ในขณะที่ ปัจจัยที่สามารถทำนายระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซังของผู้อาศัยในหมู่บ้านบ้านหนองเซ่ง ตำบลหนองปรือ อำเภอนนทบุรี จังหวัด

ชลบุรี ได้แก่ การรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซึ่ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 และการเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดียที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่าตัวแปรทั้งหมดร่วมกันทำนายระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซึ่งของผู้อาศัยได้ร้อยละ 50.7 ซึ่งสามารถนำมาเป็นหลักหรือแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านหนองเซ่งได้ สามารถสังเคราะห์ออกมาเป็น Diagram ได้ดังนี้



ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยพบว่าการรับรู้โปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซึ่งส่งผลต่อผลกระทบต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซึ่งและความพึงพอใจต่อโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซึ่ง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ของโปรแกรมนำเที่ยวหนองเซ่งพาซึ่งในหลาย ๆ ช่องทางจะได้นำพาสู่การท่องเที่ยวที่มากขึ้นพร้อมสร้างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวยังผลต่อการเพิ่มปริมาณของนักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคตอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรนำตัวแปรอื่น ๆ เข้ามาในโมเดลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เช่น ระยะเวลาของการอยู่อาศัยในพื้นที่ เป็นต้น และควรศึกษาผลกระทบในด้านต่าง ๆ เพื่อแยกความสัมพันธ์ เช่น ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม

ควรมีการศึกษาเฉพาะในกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่ หรือศึกษาความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาและประชากรแฝงในพื้นที่มาก่อนเพื่อสามารถจำแนกความสัมพันธ์ได้และศึกษาในเชิงผลานวิธีเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

References

- Almeida-García, F., Pelaez-Fernandez, M.A., Balbuena-Vazquez, A., & Cortes-Macias, R. (2016). Residents' Perceptions of Tourism Development in Benalmadena (Spain). *Tourism Management*, 54, 259-274. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.11.007>
- Alrwajfah, M.M., Almeida-García, F., & Cortés-Macías, R. (2019). Residents' Perceptions and Satisfaction toward Tourism Development: A Case Study of Petra Region, Jordan. *Sustainability* 2019, 11(7). <https://doi.org/10.3390/su11071907>
- Bello, F.G., Carr, N., Lovelock, B., & Xu, F. (2017). Local Residents' Perception of Socio-Cultural Impacts of Tourism in Mangochi, Malawi. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 5(1), 1-22. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ahtr/issue/32314/359087>
- Best, J. W. (1977). *Research in Education*. New Jersey: Prentice Hall.
- Dans, E. P., & Gonzalez, P. A. (2018). The Altamira Controversy: Assessing The Economic Impact of a World Heritage Site for Planning and Tourism Management. *Journal of Cultural Heritage*, 30, 180-189. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2017.09.007>
- Gong, J., Shapovalova, A., Lan, W., & Knight, D. W. (2023). Resident support in China's new national parks: an extension of the Prism of Sustainability. *Current Issues in Tourism*, 26(11), 1731-1747. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1890699>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. (7th ed). New Jersey: Pearson Education.
- Hao, H., Long, P., & Kleckley, J. (2010). Factors Predicting Homeowners' Attitudes toward Tourism: A Case of a Coastal Resort Community. *Journal of Travel Research*, 50(6), 1-14. <https://doi.org/10.1177/0047287510385463>
- Jaafar, M., & Rasoolimanesh, S. M. (2015). Tourism Growth and Entrepreneurship: Empirical Analysis of Development of Rural Highlands. *Tourism Management Perspectives*, 14, 17-24. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.02.001>
- Kewsri, S., Chunhabunyatip, P., & Buathong, K. (2022). The Value of “Tha Non Kon Dern” Walking Street as a Space to Enhance Tourism in Nakhon Phanom Province. *International Journal of Multidisciplinary in Management and Tourism*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.14456/ijmmt.2022.1>
- Lu, Q., Mihalik, B. J., Heere, B., Meng, F., & Fairchild, A. (2019). Media Effect on Resident Attitudes Toward an Olympic Bid. *Tourism Management Perspectives*, 29, 66–75. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.10.009>
- MacNell, T., & Wozniak, D. (2018). The Economic, Social and Environmental Impacts of Cruise Tourism, *Tourism Management*, 66, 387-404.
- Michel, A. H., Buchecker, M., & Backhaus, N. (2015). Renewable Energy, Authenticity, and Tourism: Social Acceptance of Photovoltaic Installations in a Swiss Alpine Region. *Mountain Research and Development*, 35(2), 161-170.

- Ministry of Foreign Affairs. (October 13, 2018). *Security Sustainability Synergy Standard Status 2018-2037*. Retrieved January 13, 2024, from <https://tica-thaigov.mfa.go.th/en/page/overview-of-sep-for-sgds?menu=5f478c32e3439863bd2eff3a>
- Ministry of Tourism and Sport. (2022). *Domestic Tourism Statistics (Classify by Region and Province) 2022*. Retrieved January 13, 2024 from <https://www.mots.go.th/news/category/655>
- Nong Prue Subdistrict Administrative Organization, *Local Development Plan (2018 - 2022)*. Retrieved from http://www.nongpruepanas.go.th/news/doc_download/a_230919_100231.pdf
- Nunkoo, R., Gursoy, D., & Dwivedi, Y. K. (2023). Effects of Social Media on Residents' Attitudes to Tourism: Conceptual Framework and Research Propositions. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), 350-366. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1845710>
- Nunkoo, R., Gursoy, D., & Dwivedi, Y.K. (2022). Effects of Social Media on Residents' Attitudes to Tourism: Conceptual Framework and Research Propositions. *Journal of Sustainable Tourism*, 30 Nov 2020. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1845710>
- Nuchanong, S., & Jones, P. (2020). Elderly People's Use of Social Media for Travel Purpose. *Business Review*, 12(1), 208-222. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bahcuojs/article/view/227828>
- Small, K. (2007). Social Dimensions of Community Festivals: An Application of Factor Analysis in the Development of the Social Impact Perception (SIP) Scale. *Event Management*, 11(1-2), 45-55. <https://doi.org/10.3727/152599508783943219>
- Obradovic, S., Tesin, A., & Bozovic, T. (2021). Residents' Perceptions of Satisfaction with Tourism Development: A Case Study of The UVAC Special Nature Reserve, Serbia. *Tourism and Hospitality Research* 2021, 21(1), 31-43. <https://doi.org/10.1177/1467358420946789>
- Pungunsakul, D., Jantachum, N., & Sujaree T. (2024). Subject Development of Training Courses for Tour Guides Along the Agricultural Tourism Route in the College of Agriculture and Technology. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, 4(1), 565-584. <https://doi.org/10.60027/iarj.2024.271309>
- Rasoolimanesh, S.M., Ringle, C.M., Jaafar, M., & Ramayah, T. (2017). Urban vs Rural Destinations: Residents' Perceptions, Community Participation and Support for Tourism Development. *Tourism Management*, 60, 147-158. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.019>
- Rukumnuaykit, P., Pholphirul, P., & Kwanyou, A. (2022). Business Survival in Times of COVID-19: Empirical Evidence from Tourism Enterprises in Thailand. *Global Business Review*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/09721509221116002>
- TTB Analytics (2022). *TTB Analytics Sees Thai Travel to Thailand, The Number of Sales Jumps in The Second Half of the Year, Expects to Grow 161.7% for the Whole Year*. Retrieved from <https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/halfyear-travel-2565>.

- Tuleh, P., Wangworawong, C., Sareemasae, I., Maliprom, C., Nuanoi, S., Manopkham, P., & Tongincharach, M. (2021). Factors Affecting Sustainable Community Development in Narathiwat Province, *Princess of Naradhiwas University Journal of Humanities and Social Sciences*, 8(1), 230-245. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pnuhuso/article/view/247021>
- Zhuang, X., Yao, Y., & Li, J. (2019). Sociocultural Impacts of Tourism on Residents of World Cultural Heritage Sites in China. *Sustainability*, 11(3), 840- 859. <https://doi.org/10.3390/su 11030840>