

การพัฒนาตัวบ่งชี้เพื่อกำหนดเกณฑ์มาตรฐาน ธุรกิจนำเที่ยวของไทยที่จำเป็นสำหรับ การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

พัทธริยา หลีกเพ็ชร*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาตัวบ่งชี้ที่จำเป็นในธุรกิจนำเที่ยวของไทย และการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทย ประเภทการวิจัยเชิงสำรวจและพัฒนา เครื่องมือวัดเพื่อกำหนดเกณฑ์มาตรฐานโดยอาศัยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน อันดับสาม

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ตัวบ่งชี้ที่จำเป็นในธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียนที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเรียงลำดับความจำเป็น จากมากไปน้อย ได้แก่ การดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว (28 ตัวบ่งชี้จาก 8 องค์ประกอบย่อย) รองลงมา จรรยาบรรณวิชาชีพ (6 ตัวบ่งชี้จาก 2 องค์ประกอบย่อย) องค์การและการบริหารจัดการ (25 ตัวบ่งชี้ จาก 8 องค์ประกอบย่อย) ความรับผิดชอบต่อสังคม (12 ตัวบ่งชี้จาก 4 องค์ประกอบย่อย) ตามลำดับ ซึ่งในแต่ละองค์ประกอบต่างมีความเที่ยงตรงเชิงสัมพันธ์ ทั้งนี้เนื่องจาก ค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง ผ่านเกณฑ์มากกว่า 0.60 และค่าเฉลี่ยของการผันแปรที่สกัดได้ผ่านเกณฑ์มากกว่า 0.50 ตลอดจน เมื่อนำตัวบ่งชี้ที่พัฒนาขึ้นมากำหนดเกณฑ์มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวโดยพิจารณาจากคะแนนรวมสุทธิ แบ่งได้ 3 ระดับ คือ ระดับมาตรฐาน (3 ดาว) ($\geq 60-69\%$) ระดับดี (4 ดาว) ($\geq 70-89\%$) และระดับ ดีเยี่ยม (5 ดาว) ($\geq 90-100\%$)

คำสำคัญ: ตัวบ่งชี้เพื่อกำหนดเกณฑ์มาตรฐาน ธุรกิจนำเที่ยวของไทย ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

* คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
118 หมู่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240
อีเมล: dr.patthareeya@yahoo.com

The Development of Indicators Needed to Specify Standard Criteria of Tour Operation in Thailand for ASEAN Economic Community (AEC)

Patthareeya Lakpetch*

Abstract

The research was aimed at studying the development of needed indicators and specification on standard criteria of tour operation in Thailand. This article was designed as a survey research to develop construct measurement by using Third Order Confirmatory Factor Analysis. The research finding indicated that the needed indicators of tour operation in Thailand to participate in ASEAN Economic Community were created consistently with empirical data and were ordered from the most needs to the least which were tourism business operations (28 indicators from 8 subcomponents, code of ethics (6 indicators from 2 subcomponents), organization and management (25 indicators from 8 subcomponents) and corporate social responsibility (12 indicators from 4 subcomponents) respectively. Each component had the convergent validity because construct reliability was more than 0.60 and variance extracted was more than 0.50. Also the developed indicators specifying standard criteria of tourism business from complete total were classified into 3 levels; standard level (3 stars) with ≥ 60 -69%, good level (4 stars) with ≥ 70 -89% and excellent level (5 stars) with ≥ 90 -100%.

Keywords: Indicators Needed to Specify Standard Criteria, Tourism Business in Thailand, ASEAN Economic Community

* Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration
118 Moo 3, Sereethai Road, Klong-Chan, Bangkok, Bangkok 10240, THAILAND.
E-mail: dr.patthareeya@yahoo.com

บทนำ (Introduction)

ประเทศสมาชิกอาเซียนกำลังเดินทางเข้าสู่ช่วงเวลาแห่งพัฒนาการที่สำคัญในการรวมตัวเป็นประชาคมของภูมิภาคในปี 2558 ซึ่งประเทศไทยได้รับผิดชอบให้กำหนดแผนกลยุทธ์สาขาด้านการท่องเที่ยวและการบินจาก 12 สาขาที่สำคัญซึ่งแบ่งให้แก่ประเทศรับผิดชอบตามความเชี่ยวชาญ จึงทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านการท่องเที่ยวและการบิน (กระทรวงพาณิชย์, 2556)

การกำหนดมาตรฐานในหลาย ๆ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในแผนกลยุทธ์ที่มีส่วนสำคัญที่จะนำอาเซียนให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งการดำเนินงานด้านมาตรฐานเป็นงานที่ท้าทายและเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งจากภาครัฐ เอกชน และองค์กรที่ไม่ใช่ภาครัฐต่าง ๆ ในปัจจุบัน ตลาดหลัก ๆ ของอาเซียนต่างให้ความสำคัญกับเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภค และใส่ใจกับเรื่องมาตรฐานและการบังคับใช้มาตรฐานมากขึ้น บริษัทนำเที่ยวรายใหญ่ของประเทศเหล่านั้นจึงมีความกังวลหลายประการเกี่ยวกับมาตรฐานการท่องเที่ยวของประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางอย่างมาก ดังนั้นหากประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวใดมีมาตรฐานสูงเป็นที่น่าพอใจ ก็จะได้เปรียบคู่แข่งอื่น ๆ อย่างชัดเจน (บ้านเมือง, 2555)

ปัจจัยที่เป็นเครื่องชี้วัดมาตรฐานของภาคธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเตรียมพร้อมก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีความจำเป็น (Needs) มีหลายปัจจัย อาทิ มาตรฐานด้านองค์การและการบริหารจัดการ (Organization and Management) การดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว (Tourism Operations) จรรยาบรรณวิชาชีพ (Code of Ethics) และความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2552) ซึ่งมักมีความซับซ้อนทั้งในแง่การกำหนดมาตรฐานและการประเมินมาตรฐานที่จะต้องได้รับการยอมรับเป็นมาตรฐานสากลจาก 10 ประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน

เมื่อเป็นเช่นนี้แล้วประเทศไทยซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียน (ASEAN) มีความจำเป็นที่จะต้องผลักดันให้ภาคธุรกิจนำเที่ยวมีมาตรฐาน น่าเชื่อถือ ไว้วางใจ และเป็นที่ยอมรับได้ แต่ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดของความแตกต่างของแนวนโยบายและระบบกฎหมายในแต่ละประเทศ ความไม่แน่นอนที่เกิดในกระบวนการเปิดเสรี การติดขัดในด้านการลงทุน รวมถึงกฎหมายแรงงานที่ปกป้องธุรกิจในประเทศและไม่สนับสนุนการทำธุรกิจข้ามพรมแดน จึงทำให้การจัดระบบให้การรับรองที่น่าเชื่อถือกลายเป็นปัญหาที่ท้าทายยิ่ง (สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้, 2556)

ดังนั้น การกำหนดมาตรฐานและตัวชี้วัดที่วัดของภาคธุรกิจนำเที่ยวจะต้องพัฒนากระบวนการประเมินมาตรฐานและรายงานผลให้มีความโปร่งใส เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถนำผลการประเมินไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวได้ตรงตามความต้องการโดยปราศจากความเสี่ยงต่อชีวิตและการสูญเสียทรัพย์สิน จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษา การพัฒนาตัวบ่งชี้เพื่อกำหนดเกณฑ์มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทยที่จำเป็นสำหรับการเข้าสู่ประชาคม

เศรษฐกิจอาเซียน โดยศึกษาถึงมาตรฐานทั้ง 4 ด้านซึ่งเกี่ยวกับองค์การและการบริหารจัดการ การดำเนินงาน ธุรกิจนำเที่ยว (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2552) จรรยาบรรณวิชาชีพ องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO, 2013) และความรับผิดชอบต่อสังคม (Carroll, 1991) เพื่อนำมากำหนดเกณฑ์มาตรฐานของธุรกิจนำเที่ยวของไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล จากประเทศในกลุ่มอาเซียนโดยทั่วกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives of the Study)

1. เพื่อพัฒนาตัวบ่งชี้ที่จำเป็นในธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. เพื่อกำหนดเกณฑ์มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Contribution of the Study)

ข้อค้นพบจากการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประเมินมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทย เพื่อเตรียมความพร้อมรับการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจ ในปี 2558 ภายใต้หลักการบริหารจัดการ องค์การที่ดี การดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว การยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ และการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นมาตรฐานสากลที่ยอมรับ สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้ นอกจากนี้ องค์กรรัฐที่เกี่ยวข้องยังสามารถนำโมเดลการวัด (Measurement Model) ที่พัฒนาขึ้นจากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานของธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะด้านอื่น ๆ อาทิ ธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ (Domestic) หรือธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศซึ่งประกอบด้วย การท่องเที่ยวขาออก (Outbound) และการท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound) เป็นต้น

กรอบแนวคิดในการวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Literature Review)

การวิจัยครั้งนี้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยไว้ 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. กรอบแนวคิดเบื้องต้น แนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ใช้ศึกษาองค์ประกอบจำเป็นของการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว บูรณาการมาจาก 1) สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2552) เกี่ยวกับองค์การและการบริหารจัดการและการดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว 2) องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO, 2013) เกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพ และ 3) Carroll (Carroll, 1991) เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม โดยในแต่ละองค์ประกอบมีสาระสำคัญโดยสรุป ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 องค์การและการบริหารจัดการ (Organization and Management: QM) คือ ระบบการจัดการของผู้บริหารที่ใช้ศาสตร์และศิลป์มาดำเนินกิจกรรมตามขั้นตอนต่าง ๆ ภายในองค์การ (John, A. Pearce and Richard B. Robinson, Jr., 1989) โดยอาศัยทรัพยากรที่มีอยู่ให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ทั้งด้านกำไร การประสานงานหรือความร่วมมือ การเพิ่มผลผลิต (Productivity) การบริการ

โดยไม่หวังผลกำไร (Dale S. Beach, 1980) ซึ่งองค์การจะบรรลุผลสัมฤทธิ์ได้นั้น ภาคธุรกิจนำเที่ยวจะต้องมีการบริหารจัดการที่ดีเลิศทั้งด้านการนำนโยบายและแผนงานของบริษัทไปปฏิบัติ ระเบียบข้อบังคับของบริษัท ภาวะผู้นำและบริหารจัดการโดยยึดหลักความโปร่งใส บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านธุรกิจนำเที่ยวและความรู้เรื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์สำนักงานที่เพียงพอกับการปฏิบัติงาน ระบบข้อมูลและสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว การส่งเสริมให้บุคลากรมีความมั่นคงและก้าวหน้าในการทำงาน และการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมสังคม (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2552)

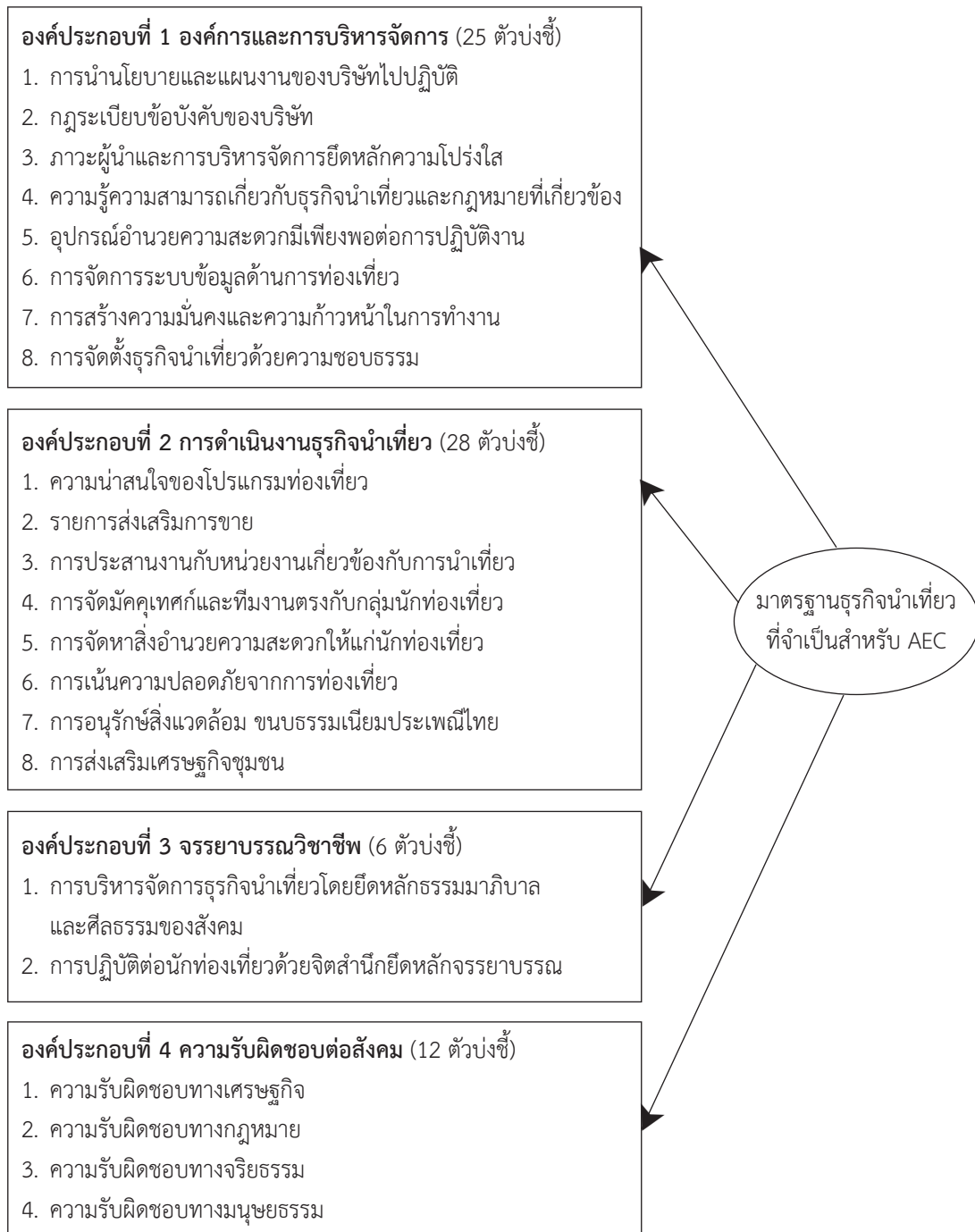
องค์ประกอบที่ 2 การดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว (Tourism Operations: TO) เป็นการประกอบธุรกิจในประเทศไทยเกี่ยวกับการจัดหรือการให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ที่พักนาค และ/หรือมัคคุเทศก์ให้ผู้มาเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555) ซึ่งการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จจะต้องพิจารณาถึงโปรแกรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ รายการส่งเสริมการขาย การประสานงานกับหน่วยงานเกี่ยวข้องทั้งก่อนและระหว่างการจัดนำเที่ยว การจัดมัคคุเทศก์และทีมงานในแต่ละโปรแกรมตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวและรายการนำเที่ยว การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว การจัดการนำเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว การจัดการนำเที่ยวที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ชนบทธรรมเนียม ประเพณีไทย และการจัดการนำเที่ยวที่ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556)

องค์ประกอบที่ 3 จรรยาบรรณวิชาชีพ (Code of Ethics: CE) คือ มาตรฐานของคุณค่าแห่งความดีงามของการกระทำหนึ่ง ๆ หรือพฤติกรรมโดยรวมของผู้ประกอบวิชาชีพใดอาชีพหนึ่งอาจถูกกำหนดขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร โดยหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน โดยเฉพาะวิชาชีพที่เกี่ยวกับสวัสดิภาพและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน จะต้องมีการจรรยาบรรณวิชาชีพเพื่อรักษามาตรฐานการปฏิบัติหน้าที่ และป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นซึ่งผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวควรต้องมีจรรยาบรรณวิชาชีพในการดำเนินธุรกิจโดยการบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยวโดยยึดหลักธรรมาภิบาลและศีลธรรมของสังคม รวมถึงการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวด้วยจิตสำนึกในบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบโดยยึดหลักจริยธรรมอย่างเคร่งครัดขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO, 2013)

องค์ประกอบที่ 4 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) คือ การดำเนินการที่องค์กรธุรกิจพึงที่จะปฏิบัติเพื่อสังคมโดยรวม ไม่สร้างความเสียหายให้แก่สังคมและสิ่งแวดล้อม ช่วยเหลือสังคมและประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งที่เกิดด้วยจิตสำนึกอย่างเต็มใจและเกิดจากกฎข้อบังคับทางกฎหมาย (Griffin, Ricky, W., 1996; Mondy, R. Wayne, 1998) มีหน้าที่และความรับผิดชอบต่อ 4 ประการของ Carroll (Carroll, 1991) ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ (Economic) กฎหมาย (Legal) จริยธรรม (Ethical) และมนุษยธรรม (Philanthropy) ซึ่งผู้ประกอบการหรือองค์กรธุรกิจ

ต้องให้ความสำคัญและคำนึงถึงการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย รวมถึงการให้ข้อมูลของสินค้าและบริการที่เป็นความจริงต่อผู้บริโภคสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นการแสดงออกถึงการคุ้มครองผู้บริโภคที่องค์กรธุรกิจนั้น พึ่งที่จะปฏิบัติต่อผู้บริโภค เป็นสิ่งที่บ่งชี้ให้เห็นถึงความมีจริยธรรมของธุรกิจ อันจะนำไปสู่การพัฒนาสภาพสังคมและคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนและทุกภาคส่วนในสังคม (Kotler, P. & Lee, N., 2005)

2. กรอบแนวคิดที่พัฒนาขึ้นระหว่างกรอวิจัย โดยนำตัวบ่งชี้ที่สังเคราะห์จากกรอบแนวคิดเบื้องต้นมาทำการคัดสรรด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิของสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว ผู้ทรงคุณวุฒิของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว และผู้ทรงคุณวุฒิด้านประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้งสิ้น 9 ท่าน และการสัมภาษณ์กลุ่มย่อยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจนำเที่ยวที่เกี่ยวข้อง รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการแสดงความคิดเห็นต่อองค์ประกอบรายได้ของตัวบ่งชี้มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 25 คน จำนวน 3 ครั้ง รวม 75 คน ซึ่งสามารถประมวลสังเคราะห์การนำเสนอตัวบ่งชี้ที่จำเป็นในธุรกิจนำเที่ยวของไทย (Tourism Operations: TO) ได้ทั้งสิ้น 71 ตัวบ่งชี้จาก 4 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 องค์การและการบริหารจัดการ ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบย่อย 25 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 2 การดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบย่อย 28 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 3 จรรยาบรรณวิชาชีพ ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบย่อย 6 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 4 ความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย 12 ตัวบ่งชี้ สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

Figure 1: Conceptual Model of the Study

ที่มา: ผู้วิจัย ปรับจากข้อกำหนดในพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551

สมมติฐานการวิจัย (Hypotheses of the Study)

สมมติฐานที่ 1 โมเดลองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ที่จำเป็นในธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สมมติฐานที่ 2 เกณฑ์มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจำแนกได้ 3 ระดับแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจและพัฒนาเครื่องมือวัด (Survey Research and Construct Measurement) โดยอาศัยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อสำรวจข้อมูล และพัฒนาตัวบ่งชี้ที่จำเป็นในธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสาม (Third Order Confirmatory Factor Analysis) หลังจากนั้นกำหนดเกณฑ์มาตรฐานของธุรกิจนำเที่ยวไทยเป็น 3 ระดับ ได้แก่ มาตรฐาน (3 ดาว) ดี (4 ดาว) และดีเยี่ยม (5 ดาว) โดยใช้อัตราร้อยละของผลคูณระหว่างคะแนนน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Factor Loading) กับคะแนนดิบ (Raw Score) มาเป็นตัวกำหนด

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการที่รับใบอนุญาตธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ณ วันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 12,262 ราย (สำนักงานทะเบียนนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กรมการท่องเที่ยว, 2556) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจะคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของ Thomson (Thomson, 1992: 34) โดยใช้สูตร

$$n = \frac{1}{e^2/(Z^2(CV)^2) + 1/N} ; e = 0.05, Z = 1.96, CV = 0.50, N = 12,262 \text{ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น}$$

$n = 372.49 \approx 372$ ราย ในการคัดเลือกตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) (Cochran, W.G., 1977) โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม (Stratified Random Sampling) ตามใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ (1) นำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ (2) นำเที่ยวในประเทศ (Domestic) (3) นำเที่ยวต่างประเทศโดยนำคนไทยไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ (Outbound) และ (4) นำเที่ยวต่างประเทศโดยนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย (Inbound) และในแต่ละกลุ่ม ทำการคัดเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ได้ขนาดตัวอย่างกลุ่มละ 93 รายจาก 93 แห่ง (แห่งละ 1 ราย) ได้ขนาดตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 372 รายจากธุรกิจนำเที่ยวจำนวน 372 แห่ง ($93 \times 4 = 372$) ซึ่งมีความเพียงพอ ทั้งนี้เนื่องจากขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ด้วยวิธี (Maximum Likelihood Estimation: MLE) ควรอย่างน้อย 100 ตัวอย่าง (มนตรีพิริยะกุล, 2553) ตลอดจนมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor

Analysis; EFA) ซึ่งใช้อัตราส่วน 1:5 (Joseph F. Hair, Jr., et al., 2005) ในที่นี้ คือ 71 ตัวบ่งชี้ ดังนั้น ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 355 ตัวอย่าง ($71 \times 5 = 355$)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 9 ท่านเพื่อคัดสรรตัวบ่งชี้ที่สังเคราะห์จากกรอบแนวคิดเบื้องต้น ลักษณะการสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) นำตัวบ่งชี้จากการทบทวนแนวคิดเบื้องต้น สัมภาษณ์ ความเห็นว่าตัวบ่งชี้ใดบ้างที่เหมาะสม/ไม่เหมาะสม และต้องปรับปรุงแก้ไขอย่างไร นอกจากนั้น ยังมีการ สังเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบเชิงเนื้อหา (content analysis) รายด้านขององค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน จากข้อเสนอแนะในการสัมมนากลุ่มย่อยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Focused Group) ซึ่งประกอบด้วย ผู้กำหนดมาตรฐาน ผู้ใช้มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึง สถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 รอบ รอบละ 25 คน รวม 75 คน หลังจากนั้นนำมาสร้างเป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในไทย จำนวนทั้งสิ้น 372 ราย ลักษณะการสอบถามเป็นแบบกรอกด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaires) ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ *ส่วนแรก* ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจนำเที่ยวของไทย ลักษณะของคำถามเป็นแบบระบุรายการ (Check List) *ส่วนสอง* มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำนวน 71 ตัวบ่งชี้ ลักษณะของคำถามเป็นการประมาณค่าคะแนนจากกราฟ (Graphical Rating Scale) ในช่วงคะแนน ตั้งแต่ 1 คะแนน (ไม่ปฏิบัติเลย) จนถึง 5 คะแนน (ปฏิบัติบ่อยที่สุด) ซึ่งจะพิจารณาอัตราส่วนในการประมาณ ด้วยกราฟตามความเป็นจริงในการให้คะแนนด้วย และ*ส่วนที่สาม* แนวทางในการปรับตัวของภาคธุรกิจ เพื่อเตรียมพร้อมรับการประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ลักษณะของคำถามเป็นแบบระบุข้อคิดเห็น

การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้คำนึงถึงการสร้างแบบสอบถาม ให้เป็นไปตามหลักวิชาการที่ถูกต้อง และการได้แบบสอบถามที่ดีมีคุณภาพมีความตรงทั้งในเชิงเนื้อหา (Content Validity) และมีความเที่ยง (Reliability) ดังนี้ (1) การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นั้นใช้เทคนิค IOC (Item Objective Congruence Index) หรือดัชนีความสอดคล้องระหว่าง ข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (สุวิมล ติรภานันท์, 2543) โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวนทั้งสิ้น 5 คน และ (2) การ ตรวจสอบ ความเที่ยง (Reliability) ว่าแบบสอบถามนั้นไม่ว่าจะใช้สอบถามกลุ่มตัวอย่างกี่ครั้ง หรือไม่ว่าจะ นำไปสอบถามบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างใด ก็จะได้รับคำตอบที่แน่นอน ด้วยการใช้วิเคราะห์ความเที่ยงโดยใช้ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) (Cronbach, 2003) และค่าความ สอดคล้องของข้อคำถาม (Item Total Correlation: ITC) (นิคม ถนอมเสียง, 2550)

ผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ พบว่า แบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหา เนื่องจากค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 ผ่านเกณฑ์ 0.50 ขึ้นไป (สุวิมล ติรภานันท์, 2543) และมีความเที่ยง เนื่องจาก ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.891 ซึ่งผ่านเกณฑ์ 0.70 ขึ้นไป (Cronbach, 2003) อีกทั้งให้ค่า ITC อยู่ระหว่าง 0.33-0.79 ซึ่งผ่านเกณฑ์ 0.20 ขึ้นไป (นิคม ถนอมเสียง, 2550)

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป PASW Statistic version 18.0 และ AMOS version 18.0 ในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป มาตรฐานธุรกิจนำเข้าของไทย และแนวทางในการปรับตัวของภาคธุรกิจ เพื่อเตรียมพร้อมรับการประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ด้วย Frequency Distribution, Percentage, Arithmetic Mean, Standard Deviation, Skewness และ Kurtosis ตลอดจนการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

2. วิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ที่จำเป็นในธุรกิจนำเข้าของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสาม (Third Order Confirmatory Factor Analysis) โดยนำเสนอค่าดัชนีต่าง ๆ เช่น GFI, AGFI, NFI, IFI, RMSEA, RMR, CMIN/DF (Arbuckle, 1995; Bollen, 1989; Brown & Cudeek, 1993) ค่า C.R และ R^2 (Joreskog & Sorbom, 1993)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล (Results of the Study and Discussion)

ลักษณะข้อมูลทั่วไปที่พบมากในธุรกิจนำเข้าของไทย จำนวนทั้งสิ้น 372 แห่ง คือ มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 300,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.1 ส่วนใหญ่ถือหุ้นโดยคนไทยทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 69.2 จำนวนพนักงานในองค์กรไม่เกิน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 5-10 ปี จำนวนมากที่สุดถึงร้อยละ 44.7 และมีทำเลที่ตั้งอยู่ในต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 50.5 สำหรับลักษณะข้อมูลที่พบน้อย คือ สัดส่วนผู้ถือหุ้นของชาวต่างชาติมากกว่า 50% มีเพียงร้อยละ 7.7 และมีจำนวนพนักงานในองค์กร 31 คนขึ้นไป จำนวนน้อยร้อยละ 3.8 เท่านั้น ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากเป็นวิสาหกิจขนาดเล็ก (Small Enterprise) การดำเนินธุรกิจมีอิสระ มีเอกชนเป็นเจ้าของ ดำเนินการโดยเจ้าของเอง ประกอบการในรูปบุคคลธรรมดา มีจำนวนมากในประเทศไทย ในที่นี้เป็นธุรกิจนำเข้าซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มภาคบริการ (Service Sector) ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้นสูงของสินทรัพย์ถาวร ไม่เกิน 50 ล้านบาทและมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน (กรมสรรพากร, 2556)

มาตรฐานธุรกิจนำเข้าของไทยสำหรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ทั้ง 71 ตัวบ่งชี้จาก (1) มาตรฐานด้านองค์การและการบริหารจัดการ ค่า Skewness อยู่ระหว่าง -0.631 ถึง -0.753 และ Kurtosis อยู่ระหว่าง 0.715 ถึง 1.013 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้วัดจำนวน 25 ตัวบ่งชี้ มีความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.661 ถึง 0.708 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อีกทั้งให้ค่า KMO = 0.732, Bartlett's Test of Sphericity = 461.109* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (2) มาตรฐานด้านการดำเนินงานธุรกิจนำเข้า ค่า Skewness อยู่ระหว่าง -0.611 ถึง -0.748 และ Kurtosis อยู่ระหว่าง 0.651 ถึง 1.082 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้วัดจำนวน 25 ตัวบ่งชี้ มีความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.585 ถึง 0.698 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อีกทั้งให้ค่า KMO = 0.891, Bartlett's Test of Sphericity = 571.238* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (3) มาตรฐานด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ ค่า Skewness อยู่ระหว่าง -0.630 ถึง -0.667

และ Kurtosis อยู่ระหว่าง 0.751 ถึง 1.127 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้วัดจำนวน 12 ตัวบ่งชี้ มีความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.578 ถึง 0.741 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อีกทั้งให้ค่า KMO = 0.831, Bartlett's Test of Sphericity = 754.317* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ (4) มาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ระหว่าง -0.558 ถึง -0.696 และ Kurtosis อยู่ระหว่าง 0.823 ถึง 1.105 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้วัดจำนวน 6 ตัวบ่งชี้ มีความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.548 ถึง 0.722 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อีกทั้งให้ค่า KMO = 0.875, Bartlett's Test of Sphericity = 858.279* มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis; EFA) ดังตารางที่ 1 ต่างมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ทั้งนี้เนื่องจากค่าความเบ้ (Skewness) ไม่เกิน 0.75 (ค่าสัมบูรณ์) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ไม่เกิน 1.5 (ค่าสัมบูรณ์) จึงทำให้ข้อมูลมีแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) (West, 1995) และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้วัดมาตรฐานทั้ง 4 ด้านมีค่าไม่น้อยกว่า 0.30 (ค่าสัมบูรณ์) ซึ่งต่างเป็นข้อตกลงเบื้องต้นก่อนนำข้อมูลไปวิเคราะห์ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) อีกทั้งค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) มากกว่า 0.50 และ Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546)

ตารางที่ 1: แสดงองค์ประกอบจากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

Table 1: Factor Loading and Exploratory Factor Analysis

ตัวบ่งชี้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Factor Loading)			
	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4
QM1-8 (25 ตัวบ่งชี้)	0.518-0.785	-	-	-
	KMO = 0.732, Bartlett's Test of Sphericity = 461.109*			
TO1-8 (28 ตัวบ่งชี้)	-	0.523-0.812	-	-
	KMO = 0.891, Bartlett's Test of Sphericity = 571.238*			
CE1-2 (6 ตัวบ่งชี้)	-	-	0.540-0.846	-
	KMO = 0.831, Bartlett's Test of Sphericity = 754.317*			
CSR1-4 (12 ตัวบ่งชี้)	-	-	-	0.501-0.773
	KMO = 0.875, Bartlett's Test of Sphericity = 858.279*			
ค่าความเชื่อมั่น (α) รายด้าน	0.832	0.875	0.844	0.882
ทั้งฉบับ	0.891			

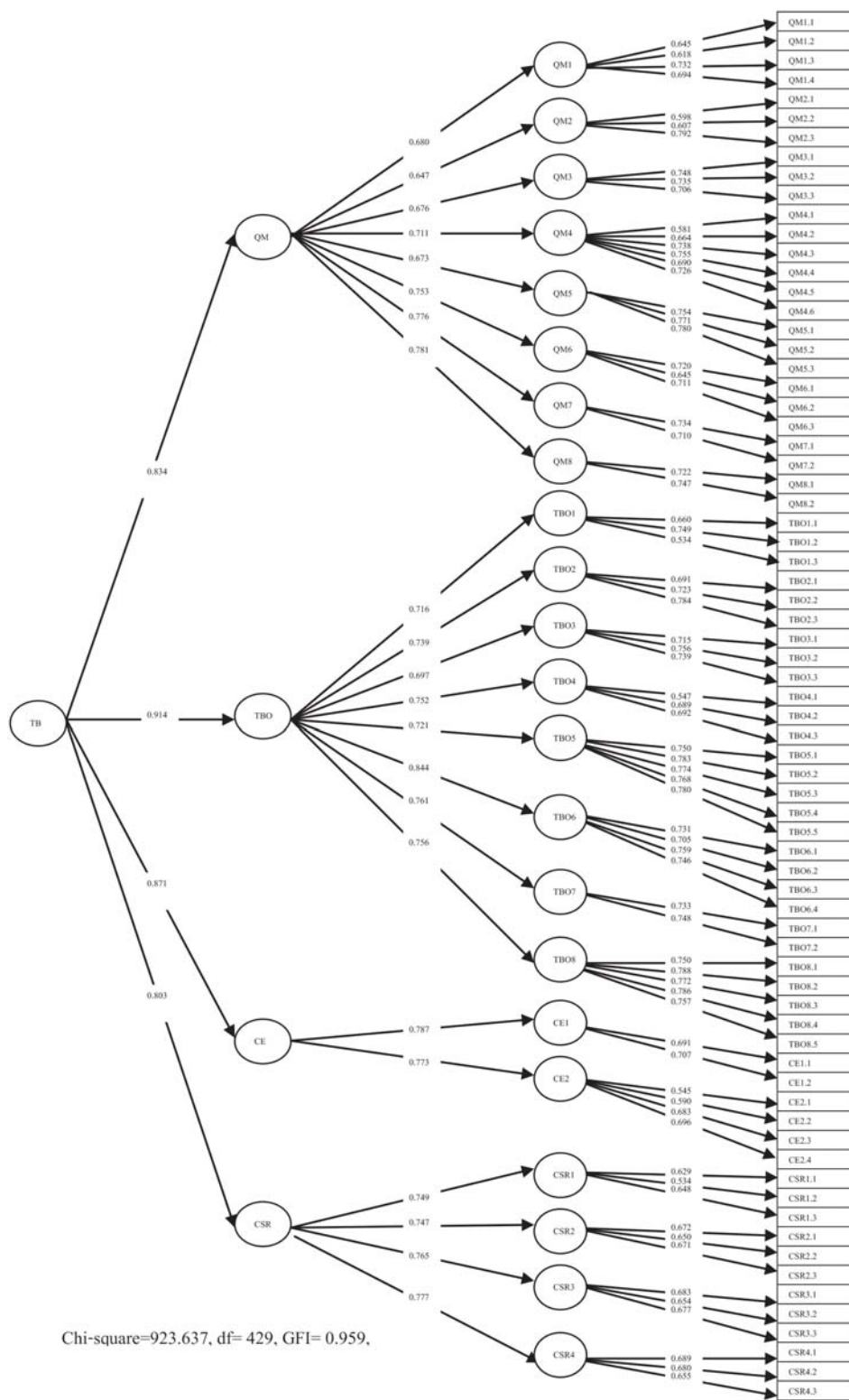
วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 เพื่อพัฒนาตัวบ่งชี้ที่จำเป็นในธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลการวิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ที่จำเป็นในธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ด้วยเทคนิค Third Order Confirmatory Factor Analysis พบว่า โมเดลองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ที่จำเป็นในธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้เนื่องจากความกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบในภาพรวม (Overall Model Fit Measure) จากค่าสถิติต่าง ๆ ที่ได้จากการคำนวณ พบว่า สัดส่วนค่าสถิติไคสแควร์/ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ (χ^2/df) หรือค่า CMIN/DF มีค่าเท่ากับ 2.153 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 (Bollen, 1989) เมื่อพิจารณาดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่า ดัชนีทุกตัวได้แก่ GFI=0.959, AGFI=0.911, NFI=0.942, IFI=0.937 ผ่านเกณฑ์ (Arbuckle, 1995) ส่วนดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า 0.05 พบว่า ดัชนี RMR=0.047 และ RMSEA=0.032 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน (Brown & Cudeek, 1993) จึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า “โมเดลองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ที่จำเป็นในธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์”

เมื่อนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาพิจารณาความกลมกลืนของผลลัพธ์ (Component Fit Measure) ในส่วนของโมเดลการวัด (Measurement Model) จากภาพที่ 2 พบว่า

โมเดลองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ที่จำเป็นในธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์การและการบริหารจัดการ (QM) การดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว (TBO) จรรยาบรรณวิชาชีพ (CE) ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) มีค่า Factor Loading อยู่ระหว่าง 0.803 ถึง 0.914 ซึ่งมีความผันแปรร่วมกันกับมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทย (TB) อยู่ระหว่างร้อยละ 64.5 ถึง 69.6 เมื่อพิจารณาแยกส่วนโมเดลองค์ประกอบ พบว่า

(1) โมเดลองค์ประกอบขององค์การและการบริหารจัดการ ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ การนโยบายและแผนงานของบริษัทไปปฏิบัติ (QM1) กฎระเบียบข้อบังคับของบริษัท (QM2) ภาวะผู้นำและการบริหารจัดการยึดหลักความโปร่งใส (QM3) ความรู้ความสามารถเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (QM4) อุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน (QM5) การจัดการระบบข้อมูลด้านการท่องเที่ยว (QM6) การสร้างความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน (QM7) การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวด้วยความชอบธรรม (QM8) มีค่า Factor Loading อยู่ระหว่าง 0.647 ถึง 0.781 ซึ่งมีความผันแปรร่วมกันกับมาตรฐานด้านองค์การและการบริหารจัดการ (QM) อยู่ระหว่างร้อยละ 41.9 ถึง 61.0 นอกจากนี้ ภายในแต่ละองค์ประกอบขององค์การและการบริหารจัดการจะประกอบด้วย 25 ตัวบ่งชี้ มีค่า Factor Loading อยู่ระหว่าง 0.581 ถึง 0.792 ซึ่งสามารถอธิบายการผันแปรอยู่ระหว่างร้อยละ 33.8 ถึง 62.7



ภาพที่ 2: ผลการวิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวบ่งชี้ที่จำเป็นในธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่พัฒนาขึ้น มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

Figure 2: Empirical Results of the Overall Model Fit and Confirmatory Factor Analysis of Indicators Needed for Tour Operation in Thailand for ASEAN Economic Community (AEC)

(2) โมเดลองค์ประกอบของการดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ความน่าสนใจของโปรแกรมท่องเที่ยว (TO1) รายการส่งเสริมการขาย (TBO2) การประสานงานกับหน่วยงานเกี่ยวข้องกับการนำเที่ยว (TO3) การจัดมัคคุเทศก์และทีมงานตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยว (TO4) การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว (TO5) การเน้นความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว (TO6) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ชนบทธรรมนิยมประเทศไทย (TO7) และการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน (TO8) มีค่า Factor Loading อยู่ระหว่าง 0.697 ถึง 0.844 ซึ่งมีความผันแปรรวมกันกับมาตรฐานด้านการดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว (TO) อยู่ระหว่างร้อยละ 48.6 ถึง 71.2 นอกจากนี้ ภายในแต่ละองค์ประกอบของการดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยวจะประกอบด้วย 28 ตัวบ่งชี้ มีค่า Factor Loading อยู่ระหว่าง 0.534 ถึง 0.788 ซึ่งสามารถอธิบายการผันแปรอยู่ระหว่างร้อยละ 28.5 ถึง 62.1

(3) โมเดลองค์ประกอบของจรรยาบรรณวิชาชีพ ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ การบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยวโดยยึดหลักธรรมาภิบาลและศีลธรรมของสังคม (CE1) การปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวด้วยจิตสำนึกโดยยึดหลักจรรยาบรรณ (CE2) มีค่า Factor Loading อยู่ระหว่าง 0.773 ถึง 0.787 ซึ่งมีความผันแปรรวมกันกับมาตรฐานด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ (CE) อยู่ระหว่างร้อยละ 0.598 ถึง 0.619 นอกจากนี้ ภายในแต่ละองค์ประกอบของจรรยาบรรณวิชาชีพ จะประกอบด้วย 6 ตัวบ่งชี้ มีค่า Factor Loading อยู่ระหว่าง 0.545 ถึง 0.707 ซึ่งสามารถอธิบายการผันแปรอยู่ระหว่างร้อยละ 29.7 ถึง 50.0

(4) โมเดลองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ (CSR1) ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย (CSR2) ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม (CSR3) ความรับผิดชอบต่อทางมนุษยธรรม (CSR4) มีค่า Factor Loading อยู่ระหว่าง 0.747 ถึง 0.777 ซึ่งมีความผันแปรรวมกันกับมาตรฐานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) อยู่ระหว่างร้อยละ 0.558 ถึง 0.604 นอกจากนี้ ภายในแต่ละองค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมจะประกอบด้วย 12 ตัวบ่งชี้ มีค่า Factor Loading อยู่ระหว่าง 0.534 ถึง 0.689 ซึ่งสามารถอธิบายการผันแปรอยู่ระหว่างร้อยละ 28.5 ถึง 47.5

จะเห็นว่า โมเดลองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ที่จำเป็นในธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่างมีความตรงเชิงเสมือน (Convergent Validity) (ตารางที่ 2) ทั้งนี้เนื่องจากค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability: ρ_c) เท่ากับ 0.892, 0.911, 0.757, 0.845 ตามลำดับ และโดยรวมเท่ากับ 0.917 ตามลำดับซึ่งผ่านเกณฑ์คือมากกว่า 0.60 (Hair & Other, 1998) ตลอดจนค่าความผันแปรของค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยของการผันแปรที่สกัดได้ (Variance Extracted: ρ_v) เท่ากับ 0.509, 0.562, 0.608, 0.577 ตามลำดับ และโดยรวมเท่ากับ 0.734 ซึ่งผ่านเกณฑ์คือมากกว่า 0.50 ด้วยเช่นกัน (Diamantopoulos, A. & Siguaw, J., 2000) หรือกล่าวอีกนัยว่า องค์ประกอบ (ตัวแปรแฝง) กับตัวบ่งชี้ที่อยู่ภายใน (ตัวแปรสังเกตได้) มีความเหมือนกันนั่นเอง (ฉัตรศิริ ปิยพิมลสิทธิ์, 2548)

ตารางที่ 2: แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทยที่จำเป็นสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Weighted Scores of Tour Operation Standard Criteria for ASEAN Economic Community)

ตัวย่อ	มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทยที่จำเป็นสำหรับ AEC	λ	C.R.	R ²	ρc	ρv
QM	องค์การและการบริหารจัดการ (25 ตัวบ่งชี้)	0.834		0.696	0.892	0.509
QM1	1. การนำนโยบายและแผนงานของบริษัทไปปฏิบัติ	0.680		0.462		
QM2	2. กฎระเบียบข้อบังคับของบริษัท	0.647	7.636*	0.419		
QM3	3. ภาวะผู้นำและการบริหารจัดการยึดหลักความโปร่งใส	0.676	7.342*	0.457		
QM4	4. ความรู้ความสามารถเกี่ยวกับธุรกิจนำเที่ยวและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	0.711	6.681*	0.506		
QM5	5. อุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน	0.673	7.679*	0.453		
QM6	6. การจัดการระบบข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	0.753	7.635*	0.567		
QM7	7. การสร้างความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน	0.776	8.362*	0.602		
QM8	8. การจัดตั้งธุรกิจนำเที่ยวด้วยความชอบธรรม	0.781	7.615*	0.610		
TO	การดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว (28 ตัวบ่งชี้)	0.914	6.985*	0.835	0.911	0.562
TO1	1. ความน่าสนใจของโปรแกรมท่องเที่ยว	0.716		0.513		
TO2	2. รายการส่งเสริมการขาย	0.739	8.118*	0.546		
TO3	3. การประสานงานกับหน่วยงานเกี่ยวข้องกับนำเที่ยว	0.697	8.163*	0.486		
TO4	4. การจัดมัคคุเทศก์และทีมงานตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยว	0.752	7.515*	0.566		
TO5	5. การจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว	0.721	7.570*	0.520		
TO6	6. การเน้นความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว	0.844	8.083*	0.712		
TO7	7. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย	0.761	7.563*	0.579		
TO8	8. การส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน	0.756	7.979*	0.572		
CE	จรรยาบรรณวิชาชีพ (6 ตัวบ่งชี้)	0.871	8.168*	0.759	0.757	0.608
CE1	1. การบริหารจัดการธุรกิจนำเที่ยวโดยยึดหลัก ธรรมาภิบาลและศีลธรรมของสังคม	0.787		0.619		
CE2	2. การปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวด้วยจิตสำนึกโดยยึดหลัก จรรยาบรรณ	0.773	9.928*	0.598		
CSR	ความรับผิดชอบต่อสังคม (12 ตัวบ่งชี้)	0.803	8.218*	0.645	0.845	0.577
CSR1	1. ความรับผิดชอบต่อทางเศรษฐกิจ	0.749		0.561		
CSR2	2. ความรับผิดชอบต่อทางกฎหมาย	0.747	10.689*	0.558		
CSR3	3. ความรับผิดชอบต่อทางจริยธรรม	0.765	10.637*	0.585		
CSR4	4. ความรับผิดชอบต่อทางมนุษยธรรม	0.777	11.012*	0.604		
TB	มาตรฐานของธุรกิจนำเที่ยวที่จำเป็นสำหรับ AEC				0.917	0.734

หมายเหตุ: กำหนดค่าพารามิเตอร์ = 1 ในตำแหน่งแรก จึงไม่มีค่า C.R., Critical Value (C.R.) > 1.96 (p<0.05)

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 เพื่อกำหนดเกณฑ์มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ภายหลังการพัฒนาโมเดลองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ที่จำเป็นในธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนซึ่งมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์แล้ว เพื่อประโยชน์การนำไปใช้จัดกลุ่มธุรกิจนำเที่ยว จึงได้ตั้งสมมติฐานเพื่อทดสอบที่ว่า “เกณฑ์มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจำแนกได้ 3 ระดับแตกต่างกัน” ผลการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยอัตราร้อยละของผลคูณระหว่างคะแนนน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Factor Loading) กับคะแนนดิบ (Raw Score) มาเป็นตัวกำหนด เพื่อกำหนดเกณฑ์มาตรฐานของธุรกิจนำเที่ยวไทยเป็น 3 ระดับ ได้แก่ มาตรฐาน (3 ดาว) ดี (4 ดาว) และดีเยี่ยม (5 ดาว) ตามเกณฑ์ประกาศของสำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2552) ซึ่งคะแนนที่ใช้ในการกำหนดมาตรฐานทั้ง 4 ด้าน คะแนนทุกด้านรวมกันเท่ากับ 100 คะแนน ซึ่งด้านองค์การและการบริหารจัดการ เท่ากับ 24 คะแนน ด้านการดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว เท่ากับ 27 คะแนน ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ เท่ากับ 26 คะแนน และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เท่ากับ 23 คะแนน (นำค่า Factor Loading ทั้ง 4 ค่า ได้แก่ 0.834, 0.914, 0.871, 0.803 มา รวมคำนวณ) โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ประเมินอย่างน้อยจำนวน 7 ท่าน ซึ่งผลการประเมินของกรรมการแต่ละคนนำมารวมกันแล้วตัดคะแนนของกรรมการที่ให้คะแนนรวมสุทธิสูงสุดและต่ำสุดออก นำผลคะแนนของกรรมการที่เหลือ มาคำนวณรวมกันเพื่อหาค่าเฉลี่ยรวมสุทธิแล้วแปลงหน่วยเป็นอัตราร้อยละ (%) เทียบกับเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ ดังนี้

1. ระดับมาตรฐาน (3 ดาว) จะต้องได้คะแนนรวมสุทธิไม่น้อยกว่าร้อยละ 60-69
2. ระดับดี (4 ดาว) จะต้องได้คะแนนรวมสุทธิไม่น้อยกว่าร้อยละ 70-89
3. ระดับดีเยี่ยม (5 ดาว) จะต้องได้คะแนนรวมสุทธิไม่น้อยกว่าร้อยละ 90-100

ซึ่งการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานดังกล่าวมีความใกล้เคียงกับการกำหนดเกณฑ์คุณภาพการปฏิบัติงานที่สังเกตได้ของธุรกิจนำเที่ยว (สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์) (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2552) แต่ใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) มาเป็นตัวกำหนด กล่าวคือ ระดับมาตรฐาน ($3.00 \leq \bar{X} \leq 3.49$) ระดับดี ($3.50 \leq \bar{X} \leq 4.49$) และระดับดีมาก ($4.50 \leq \bar{X} \leq 5.00$)

อย่างไรก็ตาม เครื่องหมายรับรองมาตรฐาน (ดาว) ที่ให้แก่ธุรกิจนำเที่ยวของไทยจะมีอายุเพียง 2 ปี ก็จะต้องประเมินใหม่เพื่อรักษามาตรฐานการให้บริการด้านการนำเที่ยวให้ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558

ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางในการปรับตัวของภาคธุรกิจเพื่อเตรียมพร้อมรับการประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนี้

1. สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรร่วมมือกับภาคธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย โดยนำตัวบ่งชี้ไทยที่จำเป็นในธุรกิจนำเที่ยวของไทยสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการผลักดันนโยบายการอบรม พัฒนาความรู้ ทักษะ และทัศนคติแบบมีส่วนร่วม (Participation) ทั้งในด้านการและการบริหารจัดการ การดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว จรรยาบรรณวิชาชีพ และความรับผิดชอบต่อสังคมให้มีความพร้อม เพื่อให้ธุรกิจนำเที่ยวมีมาตรฐานที่พึงประสงค์รวมถึงสามารถนำตัวบ่งชี้ที่สำคัญไปจัดโครงการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในธุรกิจนำเที่ยวของไทยให้เทียบเคียงประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนได้อย่างเร่งด่วน
2. ภาคธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยควรปรับตัวในมิติองค์การและการบริหารจัดการ การดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยว จรรยาบรรณวิชาชีพ และความรับผิดชอบต่อสังคม ด้วยการนำร่องบุกตลาดไปยังประเทศกลุ่มสมาชิกอาเซียนก่อน ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงศักยภาพ ความพร้อม และขีดความสามารถในการแข่งขัน ปัญหาอุปสรรคเพื่อจะได้หากวิธีมาเตรียมพร้อมได้อย่างทันที่
3. คำนวณหักองค์ประกอบมาตรฐาน (Factor Loading) ของมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทยแต่ละด้าน จากการวิเคราะห์ Third Order Confirmatory Factor Analysis ทำให้ทราบว่ามาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวด้านใดและตัวบ่งชี้ใดมีความสำคัญมากน้อย ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการเลือกและจัดลำดับความจำเป็นเร่งด่วนเพื่อกำหนดนโยบายในการพัฒนามาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทย ตัวอย่าง เช่น การดำเนินงานธุรกิจนำเที่ยวเกี่ยวกับการเน้นความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว (Factor Loading สูงสุด = 0.844) โดยการประกันชีวิตและสุขภาพของนักท่องเที่ยวระหว่างเดินทางมาเที่ยว สถานที่พักผ่อนควรจะมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้รับมาตรฐาน เป็นต้น
4. ตัวบ่งชี้มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทยที่จำเป็นสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่พัฒนาขึ้นแล้วสามารถนำมาใช้วัดมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวภายหลังจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนปี 2558 เพื่อสรรหาตัวบ่งชี้ที่เหมาะสมสำหรับการกำหนดเกณฑ์มาตรฐาน (ดาว) ให้ทันสมัย และมีความเป็นเอกภาพเป็นที่ยอมรับโดยสากลทั่วกัน โดยยึดหลักของการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนและบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป 1) ควรศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Key Success Factors) ในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวของไทยเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน 2) ควรศึกษาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และโครงสร้างตลาด (Market Structure) ของธุรกิจนำเที่ยวของไทย และ 3) ควรศึกษาการติดตาม (Monitoring) และประเมินผล (Evaluation) การกำหนดมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวของไทยที่จำเป็นสำหรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมสรรพากร. (2556). *เกี่ยวกับธุรกิจ SMEs*. กลุ่มบริหารการเสียภาษีธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก.
แหล่งที่มา: <http://www.rd.go.th/publish/38056.0.html>
- กระทรวงพาณิชย์. (2556). *ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC คืออะไร*. กระทรวงพาณิชย์, กรุงเทพฯ.
- กัลยา วาณิชบัญชา. (2546). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, น. 23.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). *พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535*.
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กรุงเทพฯ.
- ฉัตรศิริ ปิยพิมลสิทธิ์. (2548). *ทฤษฎีการวัดและการทดสอบ*. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ, น. 9-10.
- บ้านเมือง, หนังสือพิมพ์. (2555). *ผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวควรเตรียมความพร้อมรับ AEC*. ประจำวันที่
28 พฤษภาคม 2555.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (LISREL): สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทาง
สังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์*. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ, น. 84.
- นิคม ถนอมเสียง. (2550). *เอกสารประกอบการอบรม เรื่องการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม*. ขอนแก่น:
ภาควิชาสถิติและประชากรศาสตร์ คณะสาธารณสุขศาสตร์. มหาวิทยาลัยขอนแก่น, น. 6-7.
- มนตรี พิริยะกุล. (2553). *ตัวแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน*. การประชุมวิชาการสถิติและสถิติ
ประยุกต์ ครั้งที่ 11 ประจำปี 2553, น. C-2.
- สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. (2556). *แผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของ ASEAN 2011-
2015*. สำนักเลขาธิการอาเซียน, กรุงจาการ์ตา, ประเทศอินโดนีเซีย.
- สำนักงานทะเบียนนำเที่ยวและมัคคุเทศก์, กรมการท่องเที่ยว. (2556). *สถิติงานทะเบียนผู้ประกอบการธุรกิจ
นำเที่ยวทั้งหมด*. แหล่งที่มา: <http://122.155.9.59:8081/stm4/NewReport/report509.jsp>
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2552). *มาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและ
มัคคุเทศก์ ปี 2551*. กรุงเทพฯ.
- สุวิมล ตีรกันันท์. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางปฏิบัติ*. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ, น. 44-46.
- Arbuckle, J.J. (1995). *AMOS User's guides*. Chicago: Small Waters Corporation, p. 523.
- Bollen, K.A. (1989). *Structure Equations with Latent Variables*. New York: John Wiley &
Sons, pp. 257-258.
- Brown, M.W. & Cudeek, R. (1993). *Alliterative Ways of Assessing Model fit, in Testing Structural
Equation Model*. New Jersey: Sage Publication, pp. 141-162.
- Carroll, A.B. (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral
Management of Organizational Stakeholders*. Business Horizons, pp. 39-48.

- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed). New York: John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (2003). *Essential of Psychology Testing*. New York: Harpercollishes, p. 204
- Dale S. Beach. (1980). *Personnel: The Management of People at Work*. (4th ed.). New York: Macmillan Publishing, pp. 5-32.
- Diamantopoulos, A. & Siguaw, J. (2000). *Introducing Lisrel*. London: SAGE, p. 91.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. (5th edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, p. 642.
- Griffin, Ricky, W. (1996). *Management*. (5th ed.). Boston: Houghton Mifflin, p. 11.
- John, A. Pearce and Richard B. Robinson, Jr. (1989). *Management*. New York: Random House. p. 4.
- Joreskog. K.G. & Sorbom. D. (1993). *Lisrel 8: Structural Equation Modeling with the Simplis Command language*. Chicago: Software International, p. 59.
- Joseph F. Hair, Jr., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham. (2005). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, p. 196.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility*. New Jersey: John Willey & Sons, p. 48.
- Mondy, R. Wayne. (1998). *Management*. New Jersey: Prentice Hall, p. 22.
- Thomson, S.K. (1992). *Sampling*. New York: John Wiley & Sons.
- West, S.G., Finch, J.F, & Curan, P.J. (1995). *Structural Equation Model with Non-normal Variable*. Problem and Remedies. In R.H. Hoyle. *Structural equation modeling: Concept, Issue, and application*. (pp. 56-75). Thousand Oaks, CA: SAGE, pp. 56-75.

Translated Thai References

- Association of Southeast ASEAN Nations. (2013). *Strategic Tourism 2011 to 2013 [statistics]*. The ASEAN Secretariat, Jakarta, Indonesia. (In Thai)
- Ban Mueang. (2013). *What should Tourism Business' Entrepreneurs prepare for AEC?* Newspaper 28 May, 2013
- Bureau of Tourism Business and Guide Registration, Department of Tourism. (2013). *Statistics of Tourism*
- Business and Guides Registration, retrieved on 10 February, 2015 from website <http://122.155.9.59:8081/stm4/NewReport/report509.jsp>
- Bureau of Attraction Development, Ministry of Tourism and Sports. (2011). *Handbook of*

- Tourism Business and Guides Standards*, 2011. (In Thai)
- Ministry of Commerce. (2013). What is AEC? Ministry of Commerce: Bangkok (In Thai)
- Piriyakul, M. (2011). *Partial Least Square*. 11th Statistics and Applied Statistics Conferences, (2011) Proceedings, C-2.
- Piyapimolsith, C. (2005). *Measurement Theories and Testing*. Faculty of Education, Thaksin University. (In Thai)
- Revenue Department. (2013). SMEs Business: Tax Management for SMEs. Retrieved on 16 February, 2015 from website <http://www.rd.go.th/publish/38056.0.html>
- Thanomsaeng, N. (2008). *Handbook of Quality Assessment of Questionnaires*, Khon Kaen: Statistics and Population Department, Faculty of Public Health , Khon Kaen university . (In Thai)
- Tirakanun, S. (2000). *Research Methodology for Social Sciences and Implications*. Bangkok: Chulalongkorn University. (In Thai)
- Tourism Authority of Thailand. (2013). *Tourism Business and Guides Acts*, Bangkok: Tourism Authority of Thailand.
- Wanitchabuncha, K. (2003). *Advanced Statistical Analysis with SPSS for Windows*, 3th ed. Bangkok: Chulalongkorn Press. (In Thai)
- Wiratchai, N. (1999). *Linear Structural Equation Model (LISREL): Analytical Statistics for Social and Behavioral Sciences*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- World Tourism Organization. (2013). *Global Code of Ethics for Tourism Twelfth Meeting of the World Committee on Tourism Ethics*. Madrid: World Tourism Organization.