

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อชุมชนของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในประเทศไทย: การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

RESPONSIBLE TOURISM FROM THE PERSPECTIVE OF TOURISM COMMUNITY ENTERPRISES IN THAILAND: AN EXPLORATORY FACTOR ANALYSIS APPROACH

พิชชานันท์ ช่องรักษ์^{1*}, พัทธรียา หลักเพชร² และสุนทร คุณชัยมัง³

Pichanan Chongruk^{1*}, Patthareeya Lakpetch², and Soontorn Koonchaimang³

^{1,2}คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

³วิทยาลัยผู้นำและนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต

^{1,2}Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration

³College of Leadership and Social Innovation, Rangsit University

Received: December 12, 2024 / Revised: April 25, 2025 / Accepted: May 14, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อชุมชนของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวซึ่งจดทะเบียนภายใต้กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร จำนวน 325 วิสาหกิจชุมชน เพื่อวัดการรับรู้ด้านความรับผิดชอบต่อด้านการจัดการการท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ด้วยวิธีสกัดองค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis) หมุนแกนองค์ประกอบด้วยวิธี Varimax ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อชุมชน สามารถจำแนกออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ 1) การจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม 2) การสร้างความสัมพันธ์อันดีและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน 3) การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 4) การมีส่วนร่วมลดผลกระทบต่อสังคม 5) การส่งเสริมด้านเศรษฐกิจและการกระจายผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม 6) การสนับสนุนชุมชนและส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยโครงสร้างองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อชุมชนของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว สามารถนำไปประยุกต์ใช้จัดทำแนวทางบูรณาการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อชุมชนภายใต้การดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนและองค์กรขนาดเล็กเพื่อสร้างคุณค่าให้กับผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นกลไกในการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการดำเนินการจัดการอย่างรับผิดชอบต่อชุมชน ซึ่งจะช่วยสนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวสามารถประสบความสำเร็จด้านการจัดการการท่องเที่ยว ช่วยสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และมุ่งไปสู่เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อชุมชน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

*Corresponding Author

E-mail: pichapattha@gmail.com

Abstract

This research aims to identify the components of responsible tourism from the perspective of tourism community enterprises in Thailand. A questionnaire was used to collect data on perception of responsible tourism management from 325 community enterprises that registered with the Division of Community Enterprise Promotion, Department of Agricultural Promotion. The collected data were analyzed using Exploratory Factor Analysis (EFA) with principal component analysis and Varimax rotation. The findings identify six key components of responsible tourism management: (1) participatory tourism management; (2) creating good relationship and joint learning exchanges; (3) reduction of environmental impacts; (4) participation in reduction of impact on the society; (5) economic promotion and equal distribution of benefits; and 6) supports for local communities and social responsibility. The structural components of responsible tourism management from the perspective of tourism community enterprises can be applied to develop integrated approaches for responsible tourism practices within community enterprises and small-scale organizations in order to create values for the stakeholders. This approach can also serve as a mechanism to support sustainable tourism through responsible management practices. Such initiatives can enable tourism community enterprises to succeed in tourism management, resulting in positive economic, social, and environmental impacts, and ultimately contributing more effectively toward achieving sustainable tourism development goals.

Keywords: Responsible Tourism, Exploratory Factor Analysis, Community Tourism Enterprise

บทนำ

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible Tourism) เป็นแนวคิดใหม่ของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้จนถึงปัจจุบัน นับตั้งแต่การท่องเที่ยวแห่งสหประชาชาติ (United Nations Tourism) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ตลอดจนความเสี่ยงที่เกิดจากผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยวมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น (Burrai et al., 2019) จึงได้มีการประชุม Cape Town Conference on Responsible Tourism Destinations ซึ่งช่วยกระตุ้นให้เกิดความร่วมมืออย่างเป็นทางการในระดับนานาชาติภายใต้ “ปฏิญญาเคปทาวน์” ที่ช่วยสร้างความตระหนักต่อผลกระทบจากการท่องเที่ยวและ

ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบของทุกภาคส่วน (Goodwin, 2011) ซึ่งการประชุมดังกล่าวระบุว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบจะช่วยลดผลกระทบในด้านลบต่อสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ องค์กรธุรกิจ ชุมชน และนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว (Ministry of Tourism and Sports, 2023)

จากปัญหาการท่องเที่ยวที่เกินขีดความสามารถในการรองรับ (Overtourism) ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวได้กลายเป็นประเด็นที่ถูกกล่าวถึงอย่างกว้างขวางทั้งในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและในเชิงวิชาการ ทำให้

รูปแบบการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบซึ่งเป็นแนวทางการแก้ปัญหาดังกล่าวได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น โดยการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบจะช่วยสร้างความตระหนักของผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ชุมชน ท้องถิ่น ผู้ประกอบการท้องถิ่น ธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงนักท่องเที่ยว ในด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้มีความรับผิดชอบต่อส่วนร่วมสร้างคุณค่าให้กับพื้นที่ท่องเที่ยวจากการดำเนินตามแนวปฏิบัติที่ดี (Mihalic et al., 2021)

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นแนวปฏิบัติซึ่งส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ และสามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ร่วมกับชุมชน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นซึ่งส่งเสริมให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้และพึ่งพาตนเองได้ (Sin & Minca, 2014) นอกจากนี้การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบยังมีความสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) ซึ่งครอบคลุมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม การส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น การรักษาสมดุลของทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และการส่งมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว (Goodwin, 2011) กล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีบทบาทสำคัญต่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว (Mathew & Sreejesh, 2017)

โดยในมิติของการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นเครื่องมือสำคัญต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและส่งเสริมให้เกิดความตระหนักและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม (Mathew & Sreejesh, 2017) ซึ่งจะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนจึงจะเกิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชน (Malatji & Mtapuri, 2012) เพื่อให้เกิดการจัดสรรผลประโยชน์

อย่างเท่าเทียมและลดการเกิดปัญหาการรั่วไหลของผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปยังนายทุนได้ (Kennedy & Dornan, 2009) โดยจากแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาพบว่า นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ต้องการสนับสนุนสินค้าและบริการจากธุรกิจที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม มีความน่าเชื่อถือและมีเป้าหมายรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Spenceley et al., 2002) จากแนวโน้มดังกล่าวส่งผลให้ทุกภาคส่วนให้ความสำคัญกับการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบต่อการจัดการการท่องเที่ยว รวมถึงวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มมีศักยภาพช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น (Malatji & Mtapuri, 2012) ซึ่งหากวิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินงานอย่างรับผิดชอบได้โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ จะสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันและส่งมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์แท้จริงให้แก่นักท่องเที่ยวอันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระดับท้องถิ่นได้ (Frey & George, 2010)

โดยในมุมมองเชิงวิชาการการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบส่วนใหญ่มุ่งเน้นศึกษาในมิติของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นหลัก (Bramwell et al., 2008) และแม้ว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทและผลกระทบของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว แต่ยังไม่มีการวิจัยซึ่งศึกษาด้านการรับรู้ของชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่แล้วเสร็จ ดังนั้นการวิจัยนี้จึงพยายามเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยมุ่งเน้นไปที่มิติของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่ชุมชนรับรู้ และจัดทำเครื่องมือวัด โดยศึกษาองค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อค้นหาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ซึ่งเป็นกรอบ

การดำเนินการที่สำคัญที่ช่วยให้ชุมชนท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นแนวปฏิบัติการจัดการด้านการท่องเที่ยวตลอดจนบรรลุไปสู่เป้าหมายของความยั่งยืนได้ ทั้งนี้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประกอบการจัดทำแผนการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยว อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

วัตถุประสงค์

เพื่อค้นหาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในประเทศไทย

บททวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแนวคิดที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกันของผู้มีส่วนได้เสียในทุกภาคส่วน อาทิ องค์กรธุรกิจ นักท่องเที่ยว ชุมชน และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว (Goodwin & Francis, 2003) โดยแนวคิดนี้ให้ความสำคัญในด้านการรับรู้และพฤติกรรมที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว ต่อสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด (Caruana et al., 2014) และมุ่งเน้นการสร้างผลกระทบในเชิงบวกต่อสังคม สร้างคุณภาพชีวิต กระตุ้นเศรษฐกิจ รักษาวัฒนธรรม และระบบนิเวศในพื้นที่ (Jamal et al., 2013) บนรากฐานของการเคารพชุมชนและสิ่งแวดล้อม ท้องถิ่น การมีจริยธรรม (Moral) คุณธรรม (Ethical) เพื่อสร้างแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืน (Bramwell et al., 2008) และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย อาทิ ชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการธุรกิจ นักท่องเที่ยว ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ เพื่อสร้างการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม (Manente et al., 2014) จากการศึกษาของ Bramwell et al. (2008) ซึ่งศึกษา

ภาพรวมของมุมมองการวิจัยในประเด็นการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า สามารถจัดกลุ่มงานวิจัยออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) มุมมองการศึกษาผู้บริโภคและผู้ผลิต (Consumption and Production Focus) ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยศึกษาค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภคประสบการณ์การท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาความเชื่อ แรงจูงใจ และพฤติกรรมของผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 2) มุมมองของการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและพื้นฐานของความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น 3) มุมมองด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับบุคคลและกลุ่มสังคม รวมถึงการเคลื่อนไหวทางสังคม ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม 4) มุมมองของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงนโยบายและกลยุทธ์ขององค์กรซึ่งสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

โดยบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องมีความสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม และเพื่อให้เกิดความร่วมมือด้านการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นรูปธรรม ชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และองค์กรธุรกิจจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่สนับสนุนแนวปฏิบัติที่ยั่งยืน โดยความเข้มข้นของระดับการดำเนินงานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมเกี่ยวข้องกับ 1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การเคารพวัฒนธรรมท้องถิ่น การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 2) บทบาทของพฤติกรรมและทัศนคติของชุมชนท้องถิ่น อาทิ การปกป้องทรัพยากรการลดขยะ การอนุรักษ์ทรัพยากร และการปกป้องถิ่นที่อยู่อาศัยธรรมชาติ 3) พฤติกรรมของการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการและธุรกิจท่องเที่ยว 4) การสนับสนุนจากรัฐบาลในด้าน

นโยบายและกฎระเบียบที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และ 5) บทบาทของการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในด้านการบริหารจัดการจุดหมายปลายทางอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืน และการอนุรักษ์ทรัพยากรในท้องถิ่น (Schönherr, 2024) นอกจากนี้ Settachai (2008) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อชุมชนท่าเตียน ประเทศไทย โดยได้เสนอกรอบแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ 3 มิติหลัก ได้แก่ 1) การมีธรรมาภิบาลที่ดี 2) การวางแผนและพัฒนาในพื้นที่อย่างสมดุล และ 3) การจัดการการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของการอนุรักษ์มรดกท้องถิ่นและใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยในแต่ละมิติจะต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนเจ้าของทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว

กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวซึ่งมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวควบคู่กับการเปิดโอกาสให้องค์กรธุรกิจมีการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบต่อซึ่งช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นผ่านประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เพิ่มขึ้น และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่ดีขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการดำเนินการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อเป็นรูปธรรม หน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องมีการวางแผนและนโยบายที่ชัดเจน รวมถึงการส่งเสริมพฤติกรรมที่มีจริยธรรมทั้งในระดับบุคคลและองค์กร (Bramwell et al., 2008)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อเป็นมุมมองของการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนผ่านการกระทำของบุคคลที่ได้รับอิทธิพลจากหลักการด้านจริยธรรมและบรรทัดฐานทางสังคมร่วมกัน โดยตัวชี้วัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถนำมาบูรณาการหลักการกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงแนวทางของการสนับสนุน

การพัฒนาอย่างยั่งยืนได้มากขึ้น (Blackstock et al., 2008) โดยจากการประชุมนานาชาติว่าด้วยการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อในจุดหมายปลายทางปฎิญญาเคปทาวน์ (Cape Town Declaration) ระบุนแนวทางสำคัญ 7 ประการของบทบาทของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อไว้ดังนี้ 1) ลดผลกระทบด้านลบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด 2) สร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน สร้างโอกาสและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของชุมชน 3) สนับสนุนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การตัดสินใจในประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตและโอกาสของชุมชน 4) ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม และความหลากหลายทางชีวภาพ 5) สร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าด้วยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจในประเด็นทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ 6) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงการท่องเที่ยวได้ และ 7) เสริมสร้างความเข้าใจและความเคารพซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น (Cape Town Declaration, 2002 อ้างถึงใน Manente et al., 2014) อย่างไรก็ตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อจะต้องให้ความสำคัญกับประเด็นของการจัดการบนพื้นฐานของความร่วมมือซึ่งประกอบไปด้วย 1) มีการกำกับดูแลและส่งเสริมพฤติกรรม การดำเนินงานอย่างรับผิดชอบต่อและยั่งยืน 2) ส่งเสริมการสร้างความร่วมมือและการจัดทำข้อตกลงร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย 3) กำหนดมาตรฐานการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เช่น สุขภาพและความปลอดภัย สภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม และแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน 4) สนับสนุนแนวทางและนวัตกรรมที่สร้างสรรค์ซึ่งเอื้อต่อการดำเนินกิจการที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อ 5) ยกย่องการดำเนินกิจการซึ่งมุ่งสร้างคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ และ 6) สร้าง

ความตระหนักรู้ ความไว้วางใจ และสื่อสารอย่างสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย (Camilleri, 2016) นอกจากนี้ Tourism Authority of Thailand [TAT] (2020) ได้ระบุข้อปฏิบัติในการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบสำหรับผู้มีส่วนได้เสีย อาทิ ผู้ประกอบการ ธุรกิจนำเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐ ใน 3 มิติ ได้แก่ 1) มิติด้านสังคม ผู้มีส่วนได้เสียจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น เคารพความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรมและเกิดการเรียนรู้ต่อวัฒนธรรม วิถีชุมชนหรือท้องถิ่น 2) มิติด้านเศรษฐกิจ ชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว สนับสนุนสินค้าชุมชน ส่งเสริมการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบ และการค้าที่เป็นธรรมและเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในชุมชนท้องถิ่น และ 3) มิติด้านสิ่งแวดล้อม ผู้มีส่วนได้เสียจะต้องมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน อนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ และลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ การศึกษาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบจะต้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเชิงโครงสร้างทั้งในทางทฤษฎีและแนวทางการปฏิบัติซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปตามรูปแบบการดำเนินงานเพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจได้มากขึ้น (Burrai et al., 2019) ซึ่งหากพิจารณากรอบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบภายใต้การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวจะประกอบไปด้วย 1) ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพ 2) ใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยจัดการทรัพยากรเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 3) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ปกป้องสัตว์ป่า และไม่ทำลายระบบนิเวศท้องถิ่น 4) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการวางแผนและตัดสินใจด้านการท่องเที่ยวเพื่อกระจายผลประโยชน์

อย่างเท่าเทียม 5) รักษาสมดุลทางวัฒนธรรม เคารพและส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น 6) ส่งเสริมการจ้างงานที่เป็นธรรม 7) ส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชน และ 8) สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน (Malatji & Mtapuri, 2012)

จากแนวคิดในข้างต้นงานวิจัยชิ้นนี้สังเคราะห์กรอบแนวคิดของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนท้องถิ่น บนฐานคิดของแนวปฏิบัติที่จะช่วยให้อุตสาหกรรมก้าวไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ ดังนั้นจึงพัฒนามาตรวัดของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในบริบทของการจัดการการท่องเที่ยวในองค์กรขนาดเล็กซึ่งได้แก่ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยพัฒนาตัวชี้วัดมาจาก Camilleri (2016), Malatji และ Mtapuri (2012), Manente et al. (2014) และ TAT (2020)

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และ 2) คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งพัฒนามาตรวัดมาจากแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Camilleri, 2016; Malatji & Mtapuri, 2012; Manente et al., 2014; TAT, 2020) จำนวน 20 ข้อคำถาม ซึ่งใช้มาตรวัดเจตคติในรูปแบบมาตราส่วน Likert-scale ผ่านระดับคะแนน 5 ระดับ ตรวจสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือแบบสอบถามจำนวน 3 ท่าน ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นจึงขอการสนับสนุนการพิจารณาการรับรองมาตรฐานจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และได้รับการอนุมัติจริยธรรมจากสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA) ไปรับรอง

(Certificate of Analysis: COA) หมายเลข 2021/0135 และรหัสโครงการหมายเลข ECNIDA 2021/0152 จากนั้นจึงทดสอบเครื่องมือ (Pilot Test) โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มชุมชนที่เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าภายในงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทยครั้งที่ 40 ประจำปี พ.ศ. 2565 ซึ่งจัดขึ้นที่สวนลุมพินี กรุงเทพมหานคร จำนวน 50 ชุมชน แล้วจึงวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือโดยทดสอบความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาช (Cronbach's Alpha) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.746 ซึ่งค่าความน่าเชื่อถือของแต่ละตัวแปรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้

ทั้งนี้เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของชุดข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัย จำเป็นต้องคำนึงถึงขนาดตัวอย่างและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Stevens, 2009) ซึ่งโดยทั่วไปแนะนำให้ใช้ตัวอย่าง 10-20 ตัวอย่างต่อตัวแปร (Kline, 2023; Schreiber et al., 2006) และหากวิเคราะห์องค์ประกอบมีตัวอย่าง 200 ตัวอย่างถือว่าเพียงพอ (Hair et al., 2010) โดยงานวิจัยชิ้นนี้ คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวซึ่งจดทะเบียนภายใต้กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร จำนวน 475 วิสาหกิจชุมชน โดยใช้แบบสอบถามซึ่งกำหนดให้ 1 วิสาหกิจชุมชนมีตัวแทนในการตอบแบบสอบถาม 1 ฉบับ อย่างไรก็ตามชุดแบบสอบถามซึ่งผ่านการตรวจสอบข้อมูล (Data Screening) ก่อนการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยการจัดการกับข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ (Missing Value) และตรวจสอบค่าผิดปกติ (Outliers) พบว่า สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ 325 ชุดข้อมูล กล่าวได้ว่า ตัวอย่างของงานวิจัยชิ้นนี้มีจำนวน 325 วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ซึ่งมีจำนวนตัวอย่างมากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดไว้ โดยก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลมีการตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปร (Multicollinearity)

ซึ่งอาจทำให้ข้อสรุปทางสถิติจากข้อมูลขาดความน่าเชื่อถือ โดยพิจารณาจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และค่าดีเทอร์มิแนนท์ของเมตริกสหสัมพันธ์ (Determinant Score) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.00001 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างตัวแปรควรมีค่าน้อยกว่า 0.8 (Kline, 2023)

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) วิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติค่าความถี่และค่าร้อยละ (Frequency and Percentage) และในส่วนของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยการสกัดส่วนประกอบหลัก (Principal Components Extraction) แล้วหมุนแกนองค์ประกอบด้วยวิธี Varimax พิจารณาความเหมาะสมของข้อมูล โดยตรวจสอบจากค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Bartlett's Test of Sphericity ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) โดยค่า KMO ที่เหมาะสมควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.700 (Watkins, 2018) และพิจารณาค่า Bartlett's Test of Sphericity ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันและสามารถนำไปวิเคราะห์ได้ (Hair et al., 2010) โดยองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.6 จะถูกตัดทิ้ง (Stevens, 2009) และองค์ประกอบที่เหลืออยู่จะต้องมีค่าไอเกน (Eigen Values) มากกว่า 1 ซึ่งบ่งชี้ว่าปัจจัยนั้นสามารถอธิบายความแปรปรวนที่เป็นของร่วมกันได้มากกว่าความแปรปรวนเฉพาะตัวของแต่ละตัวแปร (Hair et al., 2010)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งได้แก่ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว จำนวน 325 วิสาหกิจชุมชน ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2

รองลงมาคือ คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 และเป็นประธานกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 โดยระยะเวลาการดำเนินงานภายใต้การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนส่วนมากดำเนินงานมาแล้ว 11-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินงานมาแล้วน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.2 ดำเนินงานมาแล้ว 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.4 และดำเนินการมาแล้วมากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.5 ซึ่งวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวส่วนมากมีสมาชิกมากกว่า 50 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาคือ มีสมาชิก 11-30 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 มีสมาชิก 31-50 คน ร้อยละ 22.2 และมีสมาชิกน้อยกว่า 11 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 โดยประเภทการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินงานโดยมุ่งเน้นจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 31.3 วิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินงานโดยมุ่งเน้นการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 25.9 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินงานโดยมุ่งเน้นบริการนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 17.1 ให้บริการที่พัก คิดเป็นร้อยละ 13.5 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ให้บริการด้านการขนส่ง คิดเป็นร้อยละ 1.4 และให้บริการอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

คณะผู้วิจัยตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปร (Multicollinearity) ก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรทั้ง 20 ตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.055-0.624 และมีค่าดีเทอร์มิแนนต์ของเมตริกสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.003 กล่าวได้ว่า ไม่พบปัญหาความสัมพันธ์กันสูงระหว่างกลุ่มตัวแปร วิเคราะห์จำนวนองค์ประกอบของการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบพบว่า ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) มีค่าเข้าใกล้ 1 โดยมีค่าเท่ากับ 0.836 แสดงให้เห็นว่าค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรมีความเหมาะสม และมีค่า Bartlett's Test of Sphericity มีค่าเท่ากับ 1847.220 มีค่า df เท่ากับ 153 และ p -value เท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ดังตารางที่ 1

Table 1 Results of Exploratory Factor Analysis

Factors	Factor loading	Eigen Values	Cronbach's Alpha
Factor 1: Participatory Tourism Management		5.402	0.829
Implementation of regulatory frameworks for responsible tourism	0.724		
Supporting responsible and sustainable development	0.719		
Collaboration through multi-stakeholder partnerships	0.710		
Adherence to performance standards for health, safety and sustainability	0.704		
Value-driven tourism that generates environmental, social, and economic benefits	0.672		
Raising stakeholder awareness and fostering constructive dialogue	0.670		

Table 1 Results of Exploratory Factor Analysis (Cont.)

Factors	Factor loading	Eigen Values	Cronbach's Alpha
Factor 2: Maintaining Positive Relationships and Mutual Learning		1.640	0.736
Support for cultural exchange and mutual understanding	0.769		
Support for local economies and community well-being	0.740		
Promoting engagement with local cultural practices)	0.706		
Factor 3: Minimizing Environmental Impacts		1.678	0.698
Sustainable use of natural resources	0.709		
Environmentally friendly tourism practices	0.667		
Conservation of biodiversity	0.664		
Factor 4: Community Engagement in Mitigating Social Impacts		1.200	0.628
Community participation in tourism management	0.843		
Tourism that respects local culture and lifestyles	0.640		
Factor 5: Promoting Economic Equity and the Fair Distribution of Benefits		1.054	0.628
Equitable distribution of tourism benefits	0.794		
Enhanced economic benefits for local communities	0.786		
Factor 6: Supporting Communities and Promoting Social Responsibility		1.001	0.678
Support for the consumption of local goods and products	0.759		
Support for fair trade practices	0.721		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = 0.836			
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square = 1847.220			
Df = 153 (p -value = 0.000)			

จากตารางที่ 1 ค่าไอเกน (Eigen Values) ซึ่งเป็นผลรวมกำลังสองของสัมประสิทธิ์ขององค์ประกอบในแต่ละองค์ประกอบซึ่งมีค่ามากกว่า 1 และค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาชของแต่ละองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.628-0.829 โดยงานวิจัยชิ้นนี้จะพิจารณาเฉพาะค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ที่มีค่า 0.60 หรือมากกว่าสำหรับองค์ประกอบเดียวเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ ตัวแปรซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำกว่า 0.60 ได้แก่ ผู้มีส่วนได้เสียให้ความสำคัญกับการเคารพในความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม และชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว จึงไม่ถูกนำมาพิจารณาในการวิเคราะห์ปัจจัย โดยคณะผู้วิจัยจัดกลุ่มองค์ประกอบเชิงสำรวจของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ได้ทั้งหมด 6 องค์ประกอบ จำนวนรวม 18 ตัวแปร ซึ่งอธิบายความแปรปรวนสะสมได้ร้อยละ 66.526 ของความแปรปรวนทั้งหมด โดยตั้งชื่อองค์ประกอบจากกลุ่มตัวแปรที่พบส่วนใหญ่ในแต่ละองค์ประกอบรวม ดังนี้

1. องค์ประกอบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม ประกอบไปด้วย 6 ตัวแปร ได้แก่ มีการกำกับดูแลและส่งเสริมพฤติกรรมการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบและยั่งยืน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.724 สนับสนุนแนวทางและการดำเนินการที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.719 ส่งเสริมการสร้างความร่วมมือและการจัดทำข้อตกลงร่วมกัน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.710 กำหนดมาตรฐานการดำเนินงานที่เหมาะสม มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.704 ยกกระตือรือร้นการซึ่งมุ่งสร้างคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.672 สร้างความตระหนักรู้และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย 0.670 โดยองค์ประกอบนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 30.009

2. องค์ประกอบการสร้างความสัมพันธ์อันดีและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ประกอบไปด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม

และสร้างความเข้าใจระหว่างชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.769 ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นและสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.740 สนับสนุนการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.706 โดยองค์ประกอบนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 9.324

3. องค์ประกอบการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบไปด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.709 ท่องเที่ยวโดยไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.667 รักษาความหลากหลายทางชีวภาพ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.664 โดยองค์ประกอบนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 9.110

4. องค์ประกอบการมีส่วนร่วมลดผลกระทบต่อสังคม ประกอบไปด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.843 ไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.640 โดยองค์ประกอบนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 6.664

5. องค์ประกอบการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจและการกระจายผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม ประกอบไปด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ กระจายผลประโยชน์และรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียม มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.794 เพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนท้องถิ่น มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.786 โดยองค์ประกอบนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 5.858

6. องค์ประกอบการสนับสนุนชุมชนและส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบไปด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ สนับสนุนสินค้าชุมชน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.759 ส่งเสริมธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและการค้าที่เป็นธรรม มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.721 โดยองค์ประกอบนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 5.560

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจพบว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมี 6 องค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 การจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งจะต้องส่งเสริมการสร้างความร่วมมือและการจัดทำข้อตกลงร่วมกัน กำกับดูแล สนับสนุนแนวทางการดำเนินการอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อระดับการดำเนินกิจการโดยมุ่งสร้างคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ สอดคล้องกับ Schönherr (2024) ซึ่งระบุว่า บทบาทของผู้มีส่วนได้เสียมีความสำคัญต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และเพื่อให้เกิดความร่วมมือในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่เป็นรูปธรรมชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการและธุรกิจจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่สนับสนุนแนวปฏิบัติที่ยั่งยืน เช่นเดียวกับ Stoffelen et al. (2020) ซึ่งระบุว่า การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบโดยการแบ่งความรับผิดชอบระหว่างรัฐบาล ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน เป็นแนวทางที่เหมาะสมต่อการเชื่อมโยงระหว่างนโยบาย การเติบโตของเศรษฐกิจระดับมหภาค และกลยุทธ์การพัฒนาชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำกับดูแลที่มุ่งเน้นด้านความยั่งยืนของสังคม นอกจากนี้ตัวชี้วัดการสนับสนุนแนวทางการดำเนินการอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อหน่วยงานภาครัฐจะต้องให้ความสำคัญโดยสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดความร่วมมืออย่างแท้จริง สอดคล้องกับ Frey และ George (2010) ซึ่งระบุว่า การขาดการสนับสนุนจากรัฐบาลเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในประเทศกำลังพัฒนา นอกจากนี้ Settachai (2008) ระบุว่า การจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management) เป็นหลักการสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ซึ่งจะต้องมีการบริหารจัดการผลกระทบอย่างมีประสิทธิภาพ ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นและอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

องค์ประกอบที่ 2 การสร้างความสัมพันธ์อันดีและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งมุ่งเน้นส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและสร้างความเข้าใจระหว่างชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว สนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนและเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ดังเช่น Koutra และ Edwards (2012) ระบุว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นเงื่อนไขเบื้องต้นสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ Blackstock et al. (2008) ซึ่งระบุว่า หนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบคือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ซึ่งช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นในประเด็นการอนุรักษ์วัฒนธรรม และการลดผลกระทบเชิงลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น นอกจากนี้การส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและสร้างความเข้าใจระหว่างชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวยังเป็นหนึ่งในหลักการของหลักจริยธรรมสากลสำหรับการท่องเที่ยว (Global Code of Ethics for Tourism) ข้อที่ 1 ของการท่องเที่ยวแห่งสหประชาชาติ ซึ่งระบุถึงความเข้าใจและความเคารพซึ่งกันและกันระหว่างผู้คนและสังคม โดยชุมชนท้องถิ่นควรเรียนรู้และเคารพนักท่องเที่ยว ต้อนรับและส่งมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 3 การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบที่ 4 การมีส่วนร่วมลดผลกระทบต่อสังคม และองค์ประกอบที่ 5 การส่งเสริมด้านเศรษฐกิจและการกระจายผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม สอดคล้องกับหลักการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดย Mihalic (2016) ระบุว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นแนวทางในเชิงปฏิบัติของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วยมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะต้องมีการกำหนดแนวทางเพื่อสร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมจริยธรรมผ่านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย โดยหากพิจารณาความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบพบว่า เป้าหมายของ

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นรากฐานที่สำคัญสำหรับการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของชุมชน นอกจากนี้องค์ประกอบการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจ จะต้องมีการกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างทั่วถึง ดังเช่น Kennedy และ Dornan (2009) ซึ่งระบุว่า การท่องเที่ยวซึ่งเป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาท้องถิ่น ชุมชนท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเพื่อให้มีการจัดสรรผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม ซึ่งจะทำให้เกิดการร่วมสร้างคุณค่าและส่งเสริมให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นธรรมสำหรับผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน (Schönherr, 2024)

องค์ประกอบที่ 6 การสนับสนุนชุมชนและส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านการสนับสนุนสินค้าชุมชน ส่งเสริมธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและเป็นธรรม เป็นหนึ่งในองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบสอดคล้องกับ Spenceley et al. (2002) ซึ่งจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของแอฟริกาใต้ ระบุว่า ธุรกิจซึ่งนำกลยุทธ์และเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมาใช้อย่างจริงจัง จะต้องเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวที่ปฏิบัติตามหลักการและเกณฑ์ของการค้าอย่างเป็นธรรม เพื่อให้ธุรกิจมีความโปร่งใสซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และเป็นพื้นฐานของความน่าเชื่อถือขององค์กร ทั้งนี้ การสนับสนุนธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในวงกว้าง

สรุปผล

องค์ประกอบของการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมจากมุมมองของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม 2) การสร้างความสัมพันธ์อันดีและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน 3) การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 4) การมีส่วนร่วม

ลดผลกระทบต่อสังคม 5) การส่งเสริมด้านเศรษฐกิจและการกระจายผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม 6) การสนับสนุนชุมชนและส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมมีความสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรวมถึงหน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่นจะต้องมีการกำกับดูแลและกำหนดแผนการพัฒนาและนโยบายที่ส่งเสริมให้เกิดการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบ โดยการบังคับใช้กฎระเบียบที่เข้มงวดขึ้น ส่งเสริมผลประโยชน์ทางสังคมและเศรษฐกิจ รวมทั้ง สนับสนุนให้องค์กรธุรกิจและวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวจัดทำรายงานความยั่งยืนที่แสดงให้เห็นแนวปฏิบัติการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมให้ครอบคลุมองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทั้ง 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม 2) การสร้างความสัมพันธ์อันดีและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน 3) การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 4) การมีส่วนร่วมลดผลกระทบต่อสังคม 5) การส่งเสริมด้านเศรษฐกิจและการกระจายผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม 6) การสนับสนุนชุมชนและส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างภาพลักษณ์การดำเนินงานอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและมีความโปร่งใสในการดำเนินงานซึ่งสามารถนำไปเป็นกลไกในการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มการเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ซึ่งให้ความสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น

นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวสามารถนำแนวปฏิบัติการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 6 องค์ประกอบ ไปบูรณาการในการจัดทำแผนการ

จัดการการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต้องการเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ร่วมกับชุมชนและช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยวิสาหกิจชุมชนจะต้องมีการกำกับดูแลและส่งเสริมพฤติกรรมการทำงานอย่างรับผิดชอบ สร้างความร่วมมือและการจัดทำข้อตกลงร่วมกันกับภาคีเครือข่าย และกำหนดมาตรฐานการทำงานที่เหมาะสม ตลอดจนสร้างความตระหนักรู้และสร้างความสัมพันธ์อันดีและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างธุรกิจและภาคีเครือข่าย โดยจะต้องสนับสนุนการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นและสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน สนับสนุนสินค้าชุมชนและการค้าที่เป็นธรรม สร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย ตลอดจนการดำเนินธุรกิจโดยตระหนักถึงผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวและองค์กรขนาดเล็กสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นตัวชี้วัดในการวางแผนการจัดการธุรกิจบนพื้นฐานของการประกอบกิจการและการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อสร้างคุณค่าให้กับองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ปัจจัยเป็นวิธีที่มีศักยภาพในการสกัดปัจจัยที่สำคัญซึ่งมุ่งเน้นความสำคัญไปที่ปัจจัยหลักที่สามารถนำไปบูรณาการได้ง่าย โดยไม่ต้องพิจารณาตัวแปรจำนวนมากเกินไป ทั้งนี้ นักวิชาการและนักวิจัยสามารถนำองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบไปใช้ในการประเมินแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ผู้ประกอบการชุมชน ตลอดจนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยขับเคลื่อนไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยใช้การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม หน่วยงานภาครัฐและองค์กรธุรกิจจะต้องบูรณาการบทบาทของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเพื่อให้เกิดการดำเนินการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรม

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตการศึกษาให้ครอบคลุมไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบและวิเคราะห์องค์ประกอบของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อมุมมองที่หลากหลาย นอกจากนี้ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถอธิบายองค์ประกอบต่าง ๆ ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น รวมถึงการวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาข้อจำกัดเกี่ยวกับระดับความร่วมมือผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และประเด็นปัญหาสังคมที่เฉพาะเจาะจงของแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะช่วยให้สามารถพัฒนาตัวชี้วัดด้านการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เหมาะสมกับบริบทของการดำเนินงานในแต่ละองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนจาก สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และได้รับทุนอุดหนุนการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรมจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

References

- Blackstock, K. L., White, V., McCrum, G., Scott, A., & Hunter, C. (2008). Measuring responsibility: An appraisal of a Scottish National Park's sustainable tourism indicators. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), 276-297. <http://doi.org/10.2167/jost787.0>
- Bramwell, B., Lane, B., McCabe, S., Mosedale, J., & Scarles, C. (2008). Research perspectives on responsible tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), 253-257. <http://doi.org/10.2167/jost163e.0>
- Burrai, E., Buda, D. -M., & Stanford, D. (2019). Rethinking the ideology of responsible tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 992-1007.
- Camilleri, M. A. (2016). Responsible tourism that creates shared value among stakeholders. *Tourism Planning & Development*, 13(2), 219-235. <http://doi.org/10.1080/21568316.2015.1074100>
- Caruana, R., Glozer, S., Crane, A., & McCabe, S. (2014). Tourists' accounts of responsible tourism. *Annals of Tourism Research*, 46, 115-129. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2014.03.006>
- Frey, N., & George, R. (2010). Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Management*, 31(5), 621-628. <http://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.017>
- Goodwin, H. (2011). *Taking responsibility for tourism*. Goodfellow Publishers Limited.
- Goodwin, H., & Francis, J. (2003). Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 271-284. <http://doi.org/10.1177/135676670300900306>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. (2010). *Multivariate data analysis*. Pearson Prentice Hall.
- Jamal, T., Camargo, B. A., & Wilson, E. (2013). Critical omissions and new directions for sustainable tourism: A situated macro-micro approach. *Sustainability*, 5(11), 4594-4613.
- Kennedy, K., & Dornan, D. (2009). An overview: Tourism non-governmental organizations and poverty reduction in developing countries. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 14(2), 183-200. <http://doi.org/10.1080/10941660902847237>
- Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford Publications.
- Koutra, C., & Edwards, J. (2012). Capacity building through socially responsible tourism development: A Ghanaian case study. *Journal of Travel Research*, 51(6), 779-792. <http://doi.org/10.1177/0047287512451141>
- Malatji, M. I., & Mtapuri, O. (2012). Can community-based tourism enterprises alleviate poverty? Toward a new organization. *Tourism Review International*, 16(1), 1-14. <http://doi.org/10.3727/154427212X13369577826825>
- Manente, M., Minghetti, V., & Mingotto, E. (2014). *Responsible tourism and CSR: Assessment systems for sustainable development of SMEs in Tourism*. Springer International Publishing.

- Mathew, P. V., & Sreejesh, S. (2017). Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 83-89.
- Mihalic, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse-Towards 'responsustable' tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111, 461-470.
- Mihalic, T., Mohamadi, S., Abbasi, A., & Dénes, L. D. (2021). Mapping a sustainable and responsible tourism paradigm: A bibliometric and citation network analysis. *Sustainability*, 13(2), 853. <http://doi.org/10.3390/su13020853>
- Ministry of Tourism and Sports. (2023). *The third national tourism development plan (2023-2027)*. <https://anyflip.com/zzfck/rptc> [in Thai]
- Schönherr, S. (2024). Tourism actors' responsible behavior: A systematic literature review. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 48(4), 671-683.
- Schreiber, J. B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A., & King, J. (2006). Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results: A review. *The Journal of Educational Research*, 99(6), 323-338.
- Settachai, N. (2008). *Global tourism and community life: Toward a responsible tourism framework* [Doctoral dissertation]. University of Hawaii at Manoa.
- Sin, H. L., & Minca, C. (2014). Touring responsibility: The trouble with going local' in community-based tourism in Thailand. *Geoforum*, 51, 96-106. <http://doi.org/10.1016/j.geoforum.2013.10.004>
- Spenceley, A., Relly, P., Keyser, H., Warneant, P., McKenzie, M., Mataboge, A., Norton, P., Mahlangu, S., & Seif, J. (2002). *Responsible tourism manual for South Africa*. Department of Environmental Affairs and Tourism. <https://www.tourism.gov.za/CurrentProjects/ResponsibleTourism/Responsible%20Tourism/Responsible%20Tourism%20Manual.pdf>
- Stevens, J. P. (2009). *Applied multivariate statistics for the social sciences* (5th ed.). Routledge.
- Stoffelen, A., Adiyia, B., Vanneste, D., & Kotze, N. (2020). Post-apartheid local sustainable development through tourism: An analysis of policy perceptions among 'responsible' tourism stakeholders around Pilanesberg National Park, South Africa. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(3), 414-432. <http://doi.org/10.1080/09669582.2019.1679821>
- Tourism Authority of Thailand (TAT). (2020). *Responsible tourism guide*. https://api.tourismthailand.org/upload/live/content_article_file/20603-15378.pdf [in Thai]
- Watkins, M. W. (2018). Exploratory factor analysis: A guide to best practice. *Journal of Black Psychology*, 44(3), 219-246. <http://doi.org/10.1177/0095798418771807>



Name and Surname: Pichanan Chongruk

Highest Education: M.A. in Integrated Tourism Management,
National Institute of Development Administration

Affiliation: Graduate School of Tourism Management, National
Institute of Development Administration

Field of Expertise: Research and Management



Name and Surname: Patthareeya Lakpetch

Highest Education: Ph.D. in Development Administration,
National Institute of Development Administration

Affiliation: Graduate School of Tourism Management,
National Institute of Development Administration

Field of Expertise: Tourism and Hospitality Industry Management,
MICE Industry Management, Strategic Management, Marketing and
Business Administration, Public and Private Sectors Management,
and Public Policy Management



Name and Surname: Soontorn Koonchaimang

Highest Education: Ph.D. in Good Governance Development,
Chandrakasem Rajabhat University

Affiliation: College of Leadership and Social Innovation,
Rangsit University

Field of Expertise: Social Innovation, Social Movements, Social
Business, Social Entrepreneurship, and Creating Shared Value