

## องค์ประกอบการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการ ของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหารกองทัพบก

### Components of tourism and tourism management on service quality of tourism agencies using horses in the Royal Thai Army

Received 3 October 2022

Revised 3 October 2022

Accepted 21 October 2022

ชนัดดา ยังเฟื่องมน<sup>1</sup>, ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน<sup>1</sup>

และธีทัต ตริศิริโชติ<sup>2</sup>

Chanadda youngfeungmon<sup>1</sup>, Supasit Lertbuasin<sup>1</sup>,

and Teetut Tresirichod<sup>2</sup>

มหาวิทยาลัยบูรพา<sup>1</sup>

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี<sup>2</sup>

Burapha University<sup>1</sup>

Rajamangala University of Technology Thanyaburi<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว การบริหารจัดการ ต่อคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหารกองทัพบก งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก จำนวน 310 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างมีคุณภาพดี ค่าสัมประสิทธิ์แสดงการตัดสินใจ  $R^2$  ของตัวแปรองค์ประกอบ การท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.4727 อยู่ในระดับกลาง และคุณภาพการให้บริการมีค่าเท่ากับ 0.8686 ซึ่งอยู่ในระดับพอเพียง การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรใน 3 เส้นทาง มีผลดังนี้ 1) เส้นทางที่ 1 การบริหารจัดการไปยังคุณภาพการให้บริการ เป็นเส้นทางที่มีขนาดผลกระทบรวมเท่ากับ 0.9318 โดยเป็นผลกระทบทางตรงทั้งหมด มีค่าขนาดอิทธิพลขนาดใหญ่ที่สุดเท่ากับ 3.3559 รองลงมาเป็น 2) เส้นทางที่ 2 การบริหารจัดการไปยังองค์ประกอบการท่องเที่ยว เป็นเส้นทางที่มีขนาดผลกระทบรวมเท่ากับ 0.6875 โดยเป็นผลกระทบทางตรงทั้งหมด มีค่าขนาดอิทธิพลขนาดใหญ่เท่ากับ 0.8965 และ 3) เส้นทางที่ 3 องค์ประกอบการท่องเที่ยวไปยังคุณภาพการให้บริการ เป็นเส้นทางที่มีขนาดผลกระทบเท่ากับ 0.0250 โดยเป็นผลกระทบทางตรงทั้งหมด ค่าขนาดอิทธิพลขนาดเล็กเท่ากับ 0.0025

**คำสำคัญ:** องค์ประกอบการท่องเที่ยว, การบริหารจัดการท่องเที่ยว, คุณภาพการให้บริการ

## Abstract

This article aims to study the components of tourism. management on the quality of service of tourism agencies using horses in the Royal Thai Army This research is a quantitative research. The sample group used in this research was A total of 310 samples of tourists who traveled by using horses in the Royal Thai Army were using a questionnaire as a tool to collect data. Data were analyzed by using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis was tested by analyzing the Partial Least Squares Equation Model (PLS-SEM). The results showed that the results of the structural model analysis were of good quality. The decision coefficient  $R^2$  of the tourism component variable was 0.4727 at the middle level. and service quality was equal to 0.8686, which was at the level of sufficiency. The analysis of the influence of the variables in the 3 routes resulted as follows: 1) Route 1 Management towards service quality. It is a path with a total impact size of 0.9318, all direct impacts. The largest influence size was 3.3559, followed by 2) Route 2, management to tourism component. It is a path with a total impact size of 0.6875, all direct impacts. and 3) Route 3 tourism components to service quality. It is a path with an impact magnitude of 0.0250, all direct effects. A small influence size value is 0.0025.

**Keywords:** Tourism Components, Tourism Management, Service Quality

## บทนำ

ตามแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก (พ.ศ.2561-2564) ที่ให้ความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนในหน่วยทหาร รวมทั้งการเตรียมความพร้อมสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคต และการลงทุนเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ระหว่างภาครัฐและเอกชน สำหรับแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารประกอบด้วย (1) การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย (2) การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ (3) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา (4) การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ (5) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ และ(6) การท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม บนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงกองทัพบกได้มีความคิดที่จะปลูกกระแสการท่องเที่ยวภายใต้โครงการ "อาร์มีแลนด์" ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกมากขึ้นในการท่องเที่ยว พักผ่อน และร่วมกิจกรรมนันทนาการ อีกทั้งการเปิดพื้นที่หน่วยงานราชการทหารให้คนทั่วไปได้เข้าเยี่ยมชม จะเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประชาชนทั่วไป และกองทัพบกอีกด้วย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561: ออนไลน์) ซึ่งการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจในประเภทกีฬา ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับประสบการณ์

และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (UNWTO, 2005) โดยการขี่ม้าเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมบุคลิกภาพและสร้างการพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนเป็นอย่างดี เป็นการพัฒนาทั้งทักษะความสามารถเฉพาะตัว การสื่อสาร รวมถึงความแข็งแรงของร่างกาย สามารถขี่ม้าได้ทุกเพศทุกวัย ซึ่งในกองทัพบกก็ได้มีการให้บริการด้านการขี่ม้า และมีทหารในหน่วยเป็นผู้ดูแลความปลอดภัยให้แก่ประชาชนที่สนใจและมาใช้บริการ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการท่องเที่ยวต่อคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหารกองทัพบก เพื่อนำไปวางแผนและกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบกต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว การบริหารจัดการ ต่อคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหารกองทัพบก

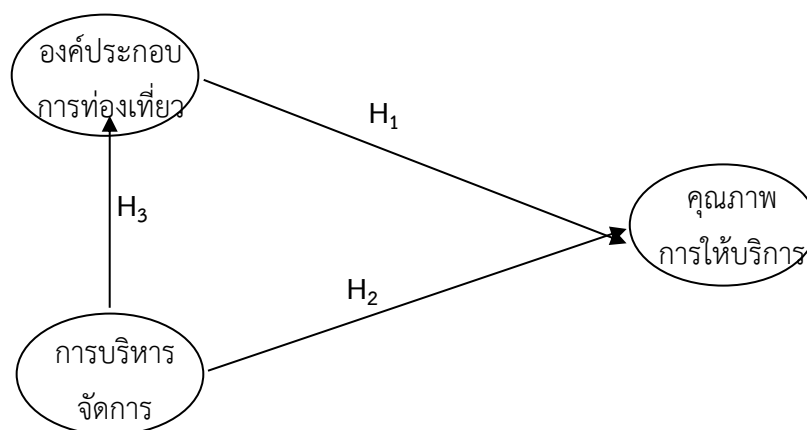
### สมมติฐานการวิจัย

H1: องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหารกองทัพบกส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหารกองทัพบก

H2: การบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหารกองทัพบกส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหารกองทัพบก

H3: การบริหารจัดการท่องเที่ยวส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหารกองทัพบกและส่งผลผ่านองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหารกองทัพบก

### กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขต ดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาโดยการศึกษา แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการองค์ประกอบการท่องเที่ยว บริหารจัดการท่องเที่ยว และคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดประชากรสำหรับการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวโดยการใช้จ่ายในเขตทหาร กองทัพบก ในปี พ.ศ.2564 จำนวน 1,600 คน (ข้อมูลคาดการณ์จากสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวกองทัพบก, 2560) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Krejcie and Morgan (1970) ได้กลุ่มกลุ่มตัวอย่าง 310 คน
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ โดยกำหนดพื้นที่เป้าหมาย คือ กองทัพบก
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ในช่วงระยะเวลา เริ่มเดือน มกราคม พ.ศ.2563 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2564

## ทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยถาวรไปยังอีกสถานที่หนึ่งซึ่งเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจมิใช่การถูกบังคับ โดยมีวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใด แต่มิใช่วัตถุประสงค์เพื่อการประกอบอาชีพหรือการหารายได้ เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ การเยี่ยมญาติมิตร การแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ เป็นต้น (Holloway, 1983; Davidson, 1995; ภาสกร หิรัญ, 2562)

การท่องเที่ยวจะสามารถขับเคลื่อนให้ประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องอาศัยสิ่งที่สำคัญที่เป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ซึ่งมีนักวิชาการได้ศึกษาและอธิบายไว้ดังนี้

บูฮาลิส (Buhalis, 2000) ได้กล่าวว่า ลักษณะสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) ถือเป็นองค์ประกอบหลักในสถานที่ท่องเที่ยว เพราะแหล่งท่องเที่ยวต้องสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมได้ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว
2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) เป็นองค์ประกอบที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เส้นทางคมนาคมขนส่งที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ถือเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีความจำเป็น ตลอดจนต้องสามารถเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่บริเวณใกล้เคียงได้ หากมีความสะดวกในการเดินทางก็จะยิ่งเพิ่มความประทับใจได้มาก
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นองค์ประกอบสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีไว้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้รับความสุข ความสบายใจ ความประทับใจ อยากใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น ที่พัก ร้านอาหาร โทรศัพท์ แผนที่ ร้านขายของ เป็นต้น
4. โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available package) เป็นการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกสบาย อาจเป็นการเตรียมการโดยเจ้าของรีสอร์ท หรือหน่วยงานภาครัฐที่อาจจัดโปรโมชั่นเสริมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) คือ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ตามความถนัดและความสนใจในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทางน้ำ กิจกรรมผจญภัยเหมาะสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบความท้าทายต้องการความแปลกใหม่ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ ทักษะความสามารถในการให้คำแนะนำดูแลเพื่อความปลอดภัยในเบื้องต้น เช่น การกระโดดร่ม ปีนหน้าผา ไรยตัว ล่องแก่ง เป็นต้น แต่สำหรับนักท่องเที่ยวที่รักสุขภาพกิจกรรมที่นิยมมาก คือ การทำสปา ชดผิว รวมถึงกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น การดูนก ส่องสัตว์ ท่องเที่ยวชมประเพณีวัฒนธรรมและอื่น ๆ

6. การบริการเสริม (Ancillary service) หมายถึง การบริการที่นอกเหนือจากการบริการขั้นพื้นฐานสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล ร้านอินเทอร์เน็ต โดยปกติบริการเหล่านี้ภาครัฐจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชนของตนเอง ซึ่งถือว่าเป็นผลพลอยได้ของนักท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านแหล่งท่องเที่ยว

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชม ประโยชน์มากมายจากทรัพยากรการท่องเที่ยวก่อให้เกิดกระแสการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม การสร้างจิตสำนึก รวมถึงการมีระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนาให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวคงอยู่อย่างยั่งยืนต่อไป (ภุชงค์ แยมพรบริ, 2559) การจัดการการท่องเที่ยวจะประสบผลสำเร็จมากน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการ สามารถสรุปได้ดังนี้

ภุชงค์ แวมพรบริ (2559) ได้กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยหลักการในการจัดการโดยทั่วไปเช่นกัน ซึ่งหลักการจัดการโดยทั่วไป หมายถึง การทำให้งานสำเร็จโดยอาศัยบุคคลอื่นเป็นผู้ทำซึ่งสามารถพิจารณารายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ดังนี้

1. ปัจจัยพื้นฐานในการจัดการ การจัดการปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้ย่อมมีประสิทธิภาพจะช่วยให้องค์กรนั้นประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1.1 คน (Man) หมายถึง ทรัพยากรบุคคลที่ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะก่อให้เกิดผลสำเร็จทั้งในแง่ของปริมาณและคุณภาพงาน โดยเฉพาะการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องอาศัยบุคลากรที่มีคุณภาพ มีความรู้ ความสามารถ และมีจิตสำนึกในการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

1.2 เครื่องจักร (Machine) หมายถึง อุปกรณ์ เครื่องจักรที่จัดหามา เพื่อใช้ปฏิบัติงานในการจัดการเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่า

1.3 เงินทุน (Money) หมายถึง เงินทุนระยะสั้นหรือระยะยาวที่เป็นปัจจัยสำคัญในการให้การสนับสนุนในการจัดหาทรัพยากรต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้การดำเนินกิจกรรมขององค์กรเป็นไปอย่างราบรื่นและประสบผลสำเร็จ

1.4 วัสดุสิ่งของ (Material) หมายถึง วัตถุดิบ วัสดุสิ่งของที่ต้องจัดหามาใช้ในการดำเนินกิจกรรมขององค์กรไม่ว่าจะเป็นการผลิตหรือการสร้างบริการที่ดีแก่ลูกค้า

2. ปัจจัยด้านการตลาด (Market) หมายถึง ตลาดที่ประกอบด้วย ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่ธุรกิจมุ่งที่จะเสนอขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว การจัดการด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นสินค้าและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวจึงต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มแตกต่างกันในการดำเนินการจึงต้องมีการศึกษาถึงลักษณะความเป็นไปของการตลาด การวิเคราะห์กลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวที่นิยมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องเน้นแนวทางการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ ส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม เพื่อให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวคงสภาพสมบูรณ์ที่สุดในระยะยาว เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านวิธีการปฏิบัติงาน (Method) หมายถึง การกำหนดระบบงาน ระเบียบ ขั้นตอน วิธีปฏิบัติงานในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องกำหนดให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด สามารถกำหนดตัวบุคลากรและเลือกเครื่องมือในการจัดการได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุน ได้ผลงานตรงตามวัตถุประสงค์และมีมาตรฐานที่ดี

4. ปัจจัยด้านการจูงใจผู้ปฏิบัติงาน (Motivation) ในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จคนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง การจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องยินดีที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ และมีทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานจึงเป็นศิลปะของหัวหน้างานในการใช้ความสามารถของการเป็นผู้นำทำการจูงใจและส่งเสริมขวัญกำลังใจต่อผู้ปฏิบัติงานให้ปฏิบัติงานให้ดีที่สุดคำนึงถึงการประสานประโยชน์ของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

5. วิธีการจัดการ (Management) หมายถึง วิธีการกระบวนการหรือมาตรการในการจัดการกับทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุตามเป้าหมายขององค์กรซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากต่อความสำเร็จในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนตลอดไป

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการท่องเที่ยว**

พาราสุรามาน, ซีทฮอัม และเบอรี่ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 2013) กล่าวว่า การวัดคุณภาพการบริการ มีข้อกำหนด 5 ข้อ ที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินคุณภาพบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การสร้างความมั่นใจ รูปลักษณ์ทางกายภาพ การดูแลเอาใจใส่ และการตอบสนอง โดยที่ลูกค้าจะใช้ข้อกำหนดทั้ง 5 ในการตัดสินคุณภาพบริการ โดยเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและบริการที่ได้รับจริง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านการจับต้องได้ หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสได้ มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน สภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของพนักงาน แพนพับ และเอกสารใด ๆ ป้ายประกาศ ความสะอาด และความเป็นระเบียบของสำนักงาน ท่าเลที่ตั้ง ลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ได้ว่ามีความตั้งใจในการให้บริการ

2. ด้านความน่าเชื่อถือ หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้กับลูกค้า งานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสมและมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้า

และสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

3. ด้านการตอบสนองการบริการ หมายถึง ความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าอย่างรวดเร็ว รวมทั้งมีความกระตือรือร้น เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย การตอบสนองลูกค้าที่ดีจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. ด้านความเชื่อมั่นของการให้บริการ หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง มีทักษะในการทำงาน ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและรู้สึกปลอดภัย สร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

5. ด้านการเอาใจใส่ของการบริการ หมายถึง การบริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่ และเป็นกันเอง ดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ คอยแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละบุคคลว่ามีความเหมือนและความแตกต่างกันในเรื่องใดบ้าง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการให้บริการลูกค้าแต่ละบุคคลในการสร้างความพึงพอใจ

สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ ผู้วิจัยได้บูรณาการจากรอบงานวิจัยของ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) เป็นกรอบแนวคิดด้านตัวแปรตามในการวิจัยซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านการจับต้องได้ หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่สามารถจับต้องได้ เป็นรูปธรรม หรือสามารถสังเกตได้ เช่น เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก ฯลฯ 2) ด้านความน่าเชื่อถือ หมายถึง การให้บริการที่ถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรกที่นักท่องเที่ยวเข้าใช้บริการ 3) ด้านการตอบสนองการบริการ หมายถึง ความตั้งใจหรือความพร้อมของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ 4) ด้านความเชื่อมั่นของการให้บริการ หมายถึง เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ ทักษะ ความสามารถ ประสบการณ์ มีความซื่อสัตย์ และมีสัมมาคารวะ สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวได้ และ 5) ด้านการเอาใจใส่ของการบริการ หมายถึง การดูแลเอาใจใส่ การให้ความสนใจ และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นรายบุคคล

## ผลการวิจัย

### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ปรากฏดังนี้ เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 39-49 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมามีอายุ 50-60 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 อายุ 18-38 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 ตามลำดับ สถานภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 58.40 รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 และหม้าย/อยู่ร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 ตามลำดับ ตำแหน่งงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีตำแหน่ง พนักงานประจำ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 33.90 รองลงมามีตำแหน่ง ลูกจ้างประจำ/ชั่วคราว จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90 มีตำแหน่ง ผู้บริหาร จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 17.70 มีตำแหน่งอื่น ๆ โปตรระบุ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และมีตำแหน่งว่างงาน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 58.40 รองลงมามีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 และมีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 ตามลำดับ รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001–20,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 41.60 รองลงมารายได้ต่อเดือน 20,001–30,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,001 บาท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 และรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 10.60 ตามลำดับ ภูมิลำเนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา ภาคใต้ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมามีภูมิลำเนา ภาคเหนือ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 มีภูมิลำเนา กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 20.60 มีภูมิลำเนา ภาคกลาง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 และมีภูมิลำเนา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 ตามลำดับ อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 รองลงมามีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 มีอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 และมีอาชีพ อื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว และคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ 1. ด้านสถานที่ 2. ด้านการอำนวยความสะดวก 3. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ 4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 5. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ 6. ด้านแหล่งท่องเที่ยว พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว โดยใช้ข้อมูลในเขตทหารกองทัพบก ในภาพรวม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $\bar{X}$  = 3.97, S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านสถานที่ ( $\bar{X}$  = 4.06, S.D. = 0.63) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ( $\bar{X}$  = 4.03, S.D. = 0.65) ด้านการอำนวยความสะดวก ( $\bar{X}$  = 3.97, S.D. = 0.54) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X}$  = 3.95, S.D. = 0.60) ด้านแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X}$  = 3.94, S.D. = 0.65) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ( $\bar{X}$  = 3.84, S.D. = 0.55)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1. ปัจจัยพื้นฐานในการจัดการ 2. ปัจจัยด้านการตลาด (Market) 3. ปัจจัยด้านวิธีการปฏิบัติงาน (Method) 4. ปัจจัยด้านการจูงใจผู้ปฏิบัติงาน (Motivation) และ 5. วิธีการจัดการ (Management) พบว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้ข้อมูลในเขตทหาร กองทัพบก ในภาพรวม มีการบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $\bar{X}$  = 3.88, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการบริหารจัดการอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านวิธีการปฏิบัติงาน (Method) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X}$  = 3.90, S.D. = 0.63) ปัจจัยด้านการตลาด (Market) ( $\bar{X}$  = 3.90, S.D. = 0.63) ด้านปัจจัยด้านการจูงใจผู้ปฏิบัติงาน (Motivation) ( $\bar{X}$  =



3.86, S.D.= 0.56) ด้านปัจจัยพื้นฐานในการจัดการ ( $\bar{X}$  = 3.83, S.D.= 0.63) และด้านวิธีการจัดการ (Management) ( $\bar{X}$  = 3.75, S.D. = 0.55)

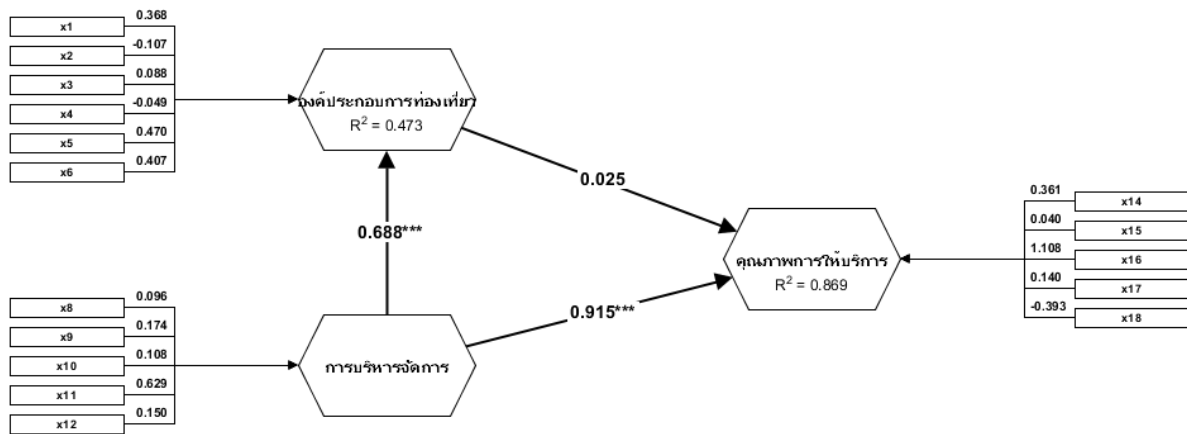
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1. ด้านการจับต้องได้ 2. ด้านความน่าเชื่อถือ 3. ด้านการตอบสนองการบริการ 4. ด้านความเชื่อมั่นของการให้บริการ และ 5. ด้านการเอาใจใส่ของการบริการ พบว่า คุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหารกองทัพบก ในภาพรวม มีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $\bar{X}$  = 3.88, S.D.= 0.42) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการจับต้องได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ( $\bar{X}$  = 4.11, S.D.= 0.67) ด้านความน่าเชื่อถือ ( $\bar{X}$  = 3.91, S.D.= 0.56) ด้านความเชื่อมั่นของการให้บริการ ( $\bar{X}$  = 3.80, S.D.= 0.53) ด้านการตอบสนองการบริการ ( $\bar{X}$  = 3.79, S.D.= 0.54) และด้านการเอาใจใส่ของการบริการ ( $\bar{X}$  = 3.78 S.D.= 0.56)

### ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้าง

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์แสดงการตัดสินใจ (Coefficient of Determination)

| Construct               | Coefficient of determination ( $R^2$ ) | Adjusted $R^2$ |
|-------------------------|----------------------------------------|----------------|
| องค์ประกอบการท่องเที่ยว | 0.4727                                 | 0.4710         |
| คุณภาพการให้บริการ      | 0.8686                                 | 0.8677         |

สมการโครงสร้างแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงที่แบ่งได้ตามตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ ตัวแปรตามคือตัวแปรที่ถูกสร้างขึ้น และตัวแปรอิสระคือตัวแปรที่อยู่ต้นทางลูกศร ตัวแปรตามอาจมีหลายตัว นอกจากนั้น Inner model ยังประกอบด้วยตัวแปรแทรกกลาง (Intervening variable) และเป็นตัวแปรตามในสมการโครงสร้างด้วย หลักพิจารณาแบบจำลองมีคุณภาพดีในแบบจำลองโครงสร้างคือ ค่าน้ำหนัก (Loading) หรือค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) และ  $R^2$  ที่ค่าสถิติทั้งสองมีค่าสูง มีนัยสำคัญทางสถิติและเป็นบวก Hair et al., (2010) เสนอว่าการพิจารณาค่า  $R^2$  ในการวิจัยทางสังคมศาสตร์แบ่งเป็นสามระดับคือ ระดับอ่อน (Weak) 0.25 ระดับกลาง (Moderate) 0.50 ระดับพอเพียง (Substantial) 0.75 จากตารางที่ 1 และภาพที่ 2 ค่า  $R^2$  ของตัวแปรองค์ประกอบการท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.4727 อยู่ในระดับกลาง และคุณภาพการให้บริการมีค่าเท่ากับ 0.8686 ซึ่งอยู่ในระดับพอเพียง



ภาพที่ 2 แสดงผลการวัดองค์ประกอบการทำงานและการบริหารจัดการต่อคุณภาพการให้บริการ

#### ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เพื่อตอบสนองมาตรฐานการวิจัย

ตารางที่ 2 ผลกระทบรวม (Total effect) ทางตรง (Direct effect) และทางอ้อม (Indirect effect)

| ผลกระทบ                                  | Direct Effect | Indirect effects | Total effect | Cohen's f² |
|------------------------------------------|---------------|------------------|--------------|------------|
| องค์ประกอบการทำงาน -> คุณภาพการให้บริการ | 0.0250        |                  | 0.0250       | 0.0025     |
| การบริหารจัดการ -> องค์ประกอบการทำงาน    | 0.6875        |                  | 0.6875       | 0.8965     |
| การบริหารจัดการ -> คุณภาพการให้บริการ    | 0.9146        | 0.0172           | 0.9318       | 3.3559     |

f²: เล็ก ≥ 0.02; กลาง ≥ 0.15; ใหญ่ ≥ 0.35

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์อิทธิพลประกอบด้วย 3 เส้นทาง โดยเส้นทาง การบริหารจัดการ -> คุณภาพการให้บริการ เป็นเส้นทางที่มีขนาดผลกระทบรวมใหญ่ที่สุดเท่ากับ 0.9318 และมีผลกระทบทั้งทางตรง มีค่าเท่ากับ 0.9146 และทางอ้อมมีค่าเท่ากับ 0.0172 มีค่าขนาดอิทธิพลขนาดใหญ่เท่ากับ 3.3559 รองลงมาเป็นเส้นทาง การบริหารจัดการ -> องค์ประกอบการทำงาน เป็นเส้นทางที่มีขนาดผลกระทบรวมเท่ากับ 0.6875 โดยเป็นผลกระทบทางตรงทั้งหมด มีค่าขนาดอิทธิพลขนาดใหญ่เท่ากับ 0.8965 และเส้นทาง องค์ประกอบการทำงาน -> คุณภาพการให้บริการ เป็นเส้นทางที่มีขนาดผลกระทบเท่ากับ 0.0250 โดยเป็นผลกระทบทางตรงทั้งหมด ค่าขนาดอิทธิพลขนาดเล็กเท่ากับ 0.0025

#### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยค่าสัมประสิทธิ์แสดงการตัดสินใจ  $R^2$  ของตัวแปรองค์ประกอบการทำงาน มีค่าเท่ากับ 0.4727 อยู่ในระดับกลาง และคุณภาพการให้บริการมีค่าเท่ากับ 0.8686 ซึ่งอยู่ในระดับพอเพียงการ

อภิปรายผลเพื่อตอบสนองมติฐานในการวิจัย ผลของการวิเคราะห์อิทธิพลผลกระทบบรวม (Total effect) ทางตรง (Direct effect) และทางอ้อม (Indirect effect) ใน 3 เส้นทาง ดังนี้

เส้นทางที่ 1 องค์ประกอบการท่องเที่ยวไปยังคุณภาพการให้บริการ เป็นเป็นเส้นทางที่มีขนาดผลกระทบเท่ากับ 0.0250 โดยเป็นผลกระทบทางตรงทั้งหมด ค่าขนาดอิทธิพลขนาดเล็กเท่ากับ 0.0025 ไม่สอดคล้องกับวิจัยของ จูไรรัตน์ ฉิมพาลี (2563) เรื่อง คุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ พบว่า คุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติจะต้องพิจารณาถึงคุณลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3) โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 4) ราคาหรือค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 5) การติดต่อสื่อสาร 6) บุคคล และ 7) กระบวนการให้บริการ และจำเป็นจะต้องมีตัวแบบการวัดคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม 2) ด้านการบริการที่สร้างความน่าเชื่อถือ 3) ด้านการบริการที่มีความใส่ใจ และ 4) ด้านการบริการด้วยทักษะความรู้

เส้นทางที่ 2 การบริหารจัดการไปยังองค์ประกอบการท่องเที่ยว เป็นเส้นทางที่มีขนาดผลกระทบเท่ากับ 0.6875 โดยเป็นผลกระทบทางตรงทั้งหมด มีค่าขนาดอิทธิพลขนาดใหญ่เท่ากับ 0.8965 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลเชตต์ หิรัญพิศ (2557) เรื่อง การบริหารจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวค่ายกรมหลวงชุมพร อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี สู่แหล่งท่องเที่ยวชั้นนำ พบว่า การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวค่ายกรมหลวงชุมพร อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรีนั้น มีการบริหารจัดการก่อนข้างดี เนื่องจากมีบุคลากรที่มีความชำนาญในการดูแลกิจกรรมต่าง ๆ งบประมาณมีการบริหารงบประมาณของหน่วยงาน โดยได้รับการสนับสนุนจากผู้เข้ามาทำกิจกรรมต่าง ๆ ในส่วนที่ตัวเองรับผิดชอบจึงมีความเพียงพอและมีประสิทธิภาพที่จะดำเนินการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่วนการจัดการนั้นที่มีการดำเนินการสร้างและปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวในค่ายกรมหลวงชุมพร มีการประชาสัมพันธ์ การเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว มีการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีการกำกับดูแลกิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนมีองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้การสนับสนุน และส่งเสริมการท่องเที่ยวหน่วยได้รับผิดชอบ

เส้นทางที่ 3 การบริหารจัดการไปยังคุณภาพการให้บริการ เป็นเส้นทางที่มีขนาดผลกระทบเท่ากับ 0.9318 โดยเป็นผลกระทบทางตรงทั้งหมด มีค่าขนาดอิทธิพลขนาดใหญ่เท่ากับ 3.3559 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลเชตต์ หิรัญพิศ (2557) เรื่อง การบริหารจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวค่ายกรมหลวงชุมพร อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี สู่แหล่งท่องเที่ยวชั้นนำ และ สมชาย ชมภูน้อย (2561) เรื่อง แนวทางการเพิ่มมูลค่าท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี พบว่า ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านเชียงมีศักยภาพของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวโดดเด่น มีเอกลักษณ์ มีการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบในการให้บริการอย่างชัดเจน มีส่วนร่วมและความร่วมมือจากคนในชุมชนในระดับดีมาก หากแต่ยังขาดการต่อยอดอัตลักษณ์ หรือจุดขายสำหรับนักท่องเที่ยวให้มีส่วนร่วมต่อยอดในเชิงการตลาดและมาตรฐานแบบครบวงจร แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ชุมชนบ้านเชียงพยายามคิดกิจกรรมเพื่อสร้างความประทับใจและขยายการใช้เวลาพร้อมการใช้จ่ายในชุมชนให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยความร่วมมือของภาครัฐที่เข้ามาพัฒนาด้าน

การท่องเที่ยวชุมชน เกิดเป็นมูลค่าที่สร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี การที่ชุมชนท้องถิ่นจะสามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนนั้น รูปแบบการบริหารจัดการผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวซึ่งเชื่อมโยงกันเป็นห่วงโซ่มูลค่าการท่องเที่ยวถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการนำสังคม-วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม มาเป็นข้อมูลสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน และมีคุณค่าต่อไป

## ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก ให้มีความสำคัญและเรียงลำดับดังต่อไปนี้

ด้านการจูงใจผู้ปฏิบัติงาน โดยเน้นการทำงานร่วมกันเป็นทีม สร้างขวัญกำลังใจและเอาใจใส่ผู้ปฏิบัติงาน และผู้บริหารต้องร่วมแก้ปัญหากับผู้ปฏิบัติงานให้กับนักท่องเที่ยวจนประสบผลสำเร็จ

ด้านการตลาด ต้องจัดให้มีแพ็คเกจทัวร์ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว โปรโมชั่นสำหรับที่พัก การโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีความทั่วถึง และค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม

ด้านวิธีการจัดการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีมาตรฐานในการให้บริการที่ชัดเจน และปฏิบัติได้ มีมาตรการในการจัดการในแต่ละกิจกรรมที่เหมาะสม และมีการชี้แจงขั้นตอนและกิจกรรมต่าง ๆ ภายในให้นักท่องเที่ยวทราบอย่างชัดเจน

ด้านวิธีการปฏิบัติงาน มีการกำหนดระเบียบขั้นตอนในการให้บริการอย่างชัดเจน เจ้าหน้าที่มีความพร้อมและเพียงพอในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงเครื่องมือที่เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการใช้มีความเหมาะสม

ปัจจัยพื้นฐานในการจัดการ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยอาชาในเขตทหาร กองทัพบกเป็นอย่างดี วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานมีความทันสมัย งบประมาณที่ได้รับมีความเพียงพอเหมาะสมสำหรับดำเนินกิจกรรมของหน่วยงาน วัสดุอุปกรณ์ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมีความเพียงพอเหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก ให้มีความสำคัญเรียงตามลำดับดังต่อไปนี้

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีช่องทางการรับทราบข่าวสารด้านการท่องเที่ยวโดยอาชาในเขตทหาร กองทัพบกที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์ บุคคลใกล้ชิด และแผ่นพับประชาสัมพันธ์ ฯลฯ มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ง่าย มีเส้นทางเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่สะดวกและรวดเร็ว และแหล่งท่องเที่ยวสามารถเข้า-ออกได้อย่างสะดวก

ด้านแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเหมาะสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติ ร่มรื่น แหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดียวกัน และแหล่งท่องเที่ยวสามารถดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวได้

ด้านสถานที่ สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย มีความสะอาด มีความน่าสนใจ เหมาะกับการท่องเที่ยว และมีจุดเด่น ไม่ซ้ำกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น

ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีการต้อนรับอย่างเป็นมิตร สามารถตอบของซักถามได้อย่างชัดเจน ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวเมื่อประสบปัญหา เต็มใจให้บริการและให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน

ด้านการอำนวยความสะดวก มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอต่อการใช้งาน มีที่จอดรถเพียงพอเหมาะสม มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปสำหรับนักท่องเที่ยว และมีป้ายบอกทางและแผนที่นำทางที่ชัดเจน

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย มีความน่าสนใจ สามารถเข้าร่วมได้ทุกช่วงวัย และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ค้นพบอิทธิพลที่สำคัญของตัวแปรการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อำเภอในเขตทหาร กองทัพบก ซึ่งข้อค้นพบนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับองค์การที่มีลักษณะคล้ายกันได้ สำหรับประเด็นการวิจัยครั้งต่อไป อาจมีการนำปัจจัยความพึงพอใจและการกลับมาเที่ยวซ้ำ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่นักท่องเที่ยวที่ใช้ประกอบการเลือกมาท่องเที่ยวโดยใช้อำเภอในเขตทหาร กองทัพบก รวมถึงการกำหนดยุทธศาสตร์ของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อำเภอในเขตทหาร กองทัพบกต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

- กฤษณะ ถวิลวงษ์. (2559). การบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมและทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา กรณีศึกษาโรงแรมธรรมะ (Temple stay) ของวัดภูเก็ตและชุมชนรอบวัด. การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). พิธีลงนาม ข้อตกลงความร่วมมือ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก โครงการ "อาร์มีแลนด์". ค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2564. จาก <https://www.mots.go.th/News-view.php?nid=11094>.
- จุไรรัตน์ ฉิมพาลี. (2563). คุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 6(3), 1-14.
- ชลเชตต์ หิรัญพิศ. (2557). การบริหารจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวค่ายกรมหลวงชุมพร อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี สู่แหล่งท่องเที่ยวชั้นนำ. งานนิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภาวิศสร หิรัญ. (2562). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ทีมเยือนสโมสรชลบุรีเอฟซี. วิทยานิพนธ์ปรัชญาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ.

- สมชาย ชมภู่น้อย. (2561). *แนวทางการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี*. นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 60, วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). *แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว* กองทัพบก พ.ศ. 2561-2564. กองบัญชาการกองทัพบก. กรุงเทพฯ.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination in the future. *Tourism Management*. 21(1). 97-116.
- Davidson, R. (1995). *Tourism*. 2<sup>nd</sup> ed. Singapore: Longman Group Limited.
- Holloway, J. C. (1983). *The Business of Tourism*. Plymouth: Macdonald and Evans Ltd.
- Krejcie, R.V., & D.W. Morgan. (1970). "Determining Sample Size for Research Activities". *Educational and Psychological Measurement*. 30(3), 607 -610.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 49, 41-50.
- UNWTO. (2005). *Draft White Paper: a Look into Tourism's Future with the World Tourism Organization*, 21 October 2005.