

รูปแบบการท่องเที่ยวโดยใช้ม้าในเขตทหาร กองทัพบก

Horse-based tourism model in the Royal Thai Army

ชนัดดา ย้งเฟื่องมน¹ และ ถีทัต ตริศิริโชติ²

Chanadda Youngfeungmon¹ and Teetut Tresirichod²

¹วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

¹Graduate School of Commerce, Burapha University, Thailand

²Faculty of Busuniness Administration, Rajamangala University of Technology, Thailand

E-mail: ¹Talook34@gmail.com; ²teetut_t@rmutt.ac.th

Received June 23, 2022; Revised December 15, 2023; Accepted December 18, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวโดยใช้ม้าในเขตทหาร กองทัพบก มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวโดยใช้ม้าในเขตทหาร กองทัพบก เพื่อให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ และเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mix method research) คือ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวโดยใช้ม้าในเขตทหาร กองทัพบก ในปี พ.ศ.2564 จำนวน 310 ชุด และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กับผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยใช้ม้าในเขตทหาร กองทัพบก จำนวน 17 คน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวโดยใช้ม้าในเขตทหาร กองทัพบก ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านสถานที่ การบริการจัดการการท่องเที่ยว คุณภาพการบริการของหน่วยงาน การบริการจัดการการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว และการพัฒนาการบริการท่องเที่ยวของหน่วยงาน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศสามารถเข้ามาใช้บริการ และได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยมีข้อเสนอแนะที่สำคัญคือ การสร้างความหลากหลายทางการท่องเที่ยว และการแสวงหาเครือข่ายทางการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: รูปแบบการท่องเที่ยว; ม้า; เขตทหาร; กองทัพบก

Abstract

The objective of this research was to create the horse-based tourism model in the Royal Thai Army for a new and alternative tourism model for both Thai and foreign tourists. It was mixed method research. In this regard, quantitative research was conducted through the distribution of questionnaires to a sample group of 310 tourists traveling by horses in the Royal Thai Army in 2021. Qualitative research was conducted using in-depth interviews with 17 experts involved in horse-based tourism in the Royal Thai Army. The research results showed that the horse-based tourism model in the Royal Thai Army consisted of tourism management service locations, agency service quality, tourist attraction management services, and agency tourism service development to accommodate both Thai and foreign tourists and create maximum satisfaction. An important suggestion was to create tourism diversity and tourism networks.

Keywords: Tourism Model; Horse; Military area; Royal Thai Army

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีการพัฒนาและเติบโตมาอย่างต่อเนื่อง และสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ดีขึ้นและแหล่งท่องเที่ยวของไทยได้รับความนิยมติดอันดับต้น ๆ ของโลก ดังนั้น หากประเทศไทยต้องการรักษามาตรฐานของคุณภาพ การให้บริการ รวมถึงความปลอดภัย จึงควรมีการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะต่อไป และให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่อยู่บนพื้นฐานของศักยภาพและโอกาสของประเทศไทยควบคู่ไปกับการแก้ไขปัญหาพื้นฐาน เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในตลาดโลก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) ซึ่งแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก (พ.ศ. 2561–2564) ให้ความสำคัญในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนในหน่วยทหาร รวมทั้งการเตรียมความพร้อมสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคต และการลงทุนเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ระหว่างภาครัฐและเอกชน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจมีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น เพราะมีความหลากหลายทั้งในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้านประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวในรูปแบบผจญภัย และกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถนำมารวมไว้ในแหล่งท่องเที่ยวแห่งเดียวกันได้อย่างสอดคล้อง ซึ่งการท่องเที่ยวในเขตทหารจะมีคามแตกต่างกันไปตามสภาพพื้นที่ตั้ง อีกทั้ง

ทั้งยังมีความปลอดภัยสูงเนื่องจากมีเจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านคอยให้คำแนะนำและดูแลการประกอบกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยว รวมถึงอุปกรณ์สำหรับทำกิจกรรมที่ได้มาตรฐาน จึงถือได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารเป็นอีกแหล่งท่องเที่ยวที่ควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนา สอดคล้องกับการท่องเที่ยวในเขตทหารในยุโรปและสหรัฐอเมริกาได้รับความนิยมน้อยมาก เพราะในเขตพื้นที่ทหารจะมีความอุดมสมบูรณ์ในด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ทั้งด้านการเมือง การปกครอง และความมั่นคงของประเทศได้เป็นอย่างดี ซึ่งการนำทรัพยากรทั้งในรูปธรรมชาติและนามธรรมในพื้นที่ทหารมาสร้างกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้และผลประโยชน์ (บรรจบมูลเชื้อ, 2563) ด้วยเหตุนี้ รัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งกองทัพก็ได้ร่วมกับกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาได้มีการจัดบันทึกข้อตกลงว่าด้วยความร่วมมือ ด้านการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวในเขตทหาร ภายใต้โครงการ Amy Land หรือ ดินแดนท่องเที่ยวในเขตทหาร เพื่อเปิดบริการให้กับประชาชนในรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ และเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เลือกใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เป็นการสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประชาชนกับกองทัพอีกด้วย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) ซึ่งการท่องเที่ยวโดยใช้อาชญาเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สร้างความเพลิดเพลินความสนุกสนาน นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่ สร้างความแข็งแรงของร่างกาย รองรับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย และการท่องเที่ยวในพื้นที่ทหารยังเป็นการส่งเสริมอาชีพสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชนทหารและครอบครัว รวมถึงประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียง (หนังสือพิมพ์คู่มือดิน, 2563) ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561) กำหนดแนวคิด Army Land ประกอบด้วย 1) การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย 2) การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ 3) การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม 4) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา 5) การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ 6) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ และ 7) การท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาเพื่อหาแนวทางการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวโดยใช้อาชญา ในการสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีทางเลือกมากขึ้น เพื่อเสริมสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชญาในเขตทหารกองทัพบก
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้อาชญาในเขตทหารกองทัพบก มีอิทธิพลกับคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชญาในเขตทหาร กองทัพบกทั้งนี้เพื่อการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวโดยใช้อาชญาในเขตทหาร กองทัพบกในอนาคต

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน H1 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชานในเขตทหาร กองทัพบก

สมมติฐาน H2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยใช้อาชานในเขตทหาร กองทัพบก มีอิทธิพลกับคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชานในเขตทหาร กองทัพบก

สมมติฐาน H3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้อาชานในเขตทหาร กองทัพบก มีอิทธิพลกับคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชานในเขตทหาร กองทัพบก

สมมติฐาน H4 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้อาชานในเขตทหาร กองทัพบก มีอิทธิพลกับคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชานในเขตทหาร กองทัพบก

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เป็นแนวคิดที่อธิบายถึงความหมายพื้นฐานของการท่องเที่ยวในบริบทต่าง ๆ อย่างหลากหลาย ทั้งจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและนักวิชาการหลายท่าน โดยที่ Davidson (1995) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราวระยะสั้น เพื่อไปเยี่ยมญาติมิตรหรือมีวัตถุประสงค์อื่น ๆ ทางด้านการท่องเที่ยว เช่น พักผ่อน การกีฬา การประชุม สัมมนา เป็นต้น โดยที่ Mill (1990) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจการบริการและการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยสามารถสรุปได้ว่าเป็นการเดินทางชั่วคราวระยะสั้น ที่ได้รับประทับใจและมีความพึงพอใจในการเดินทางนั้น

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออกของนักท่องเที่ยว เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสามารถสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's covert behavior) เป็นการกระทำของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายใน ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กันโดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ ซึ่ง ฤดีกร เดชาชัย (2557) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยว และประเภทของนักท่องเที่ยว กล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่ม Drifter และกลุ่ม The explorer เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ และต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ปรับตัวเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า เป็นนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในขณะที่ สิริรัตน์ นาคแป้น (2555) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยวผู้ซึ่งแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวจัดซื้อสินค้าบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ใช้ประโยชน์ และประเมินสินค้าและบริการทางการ

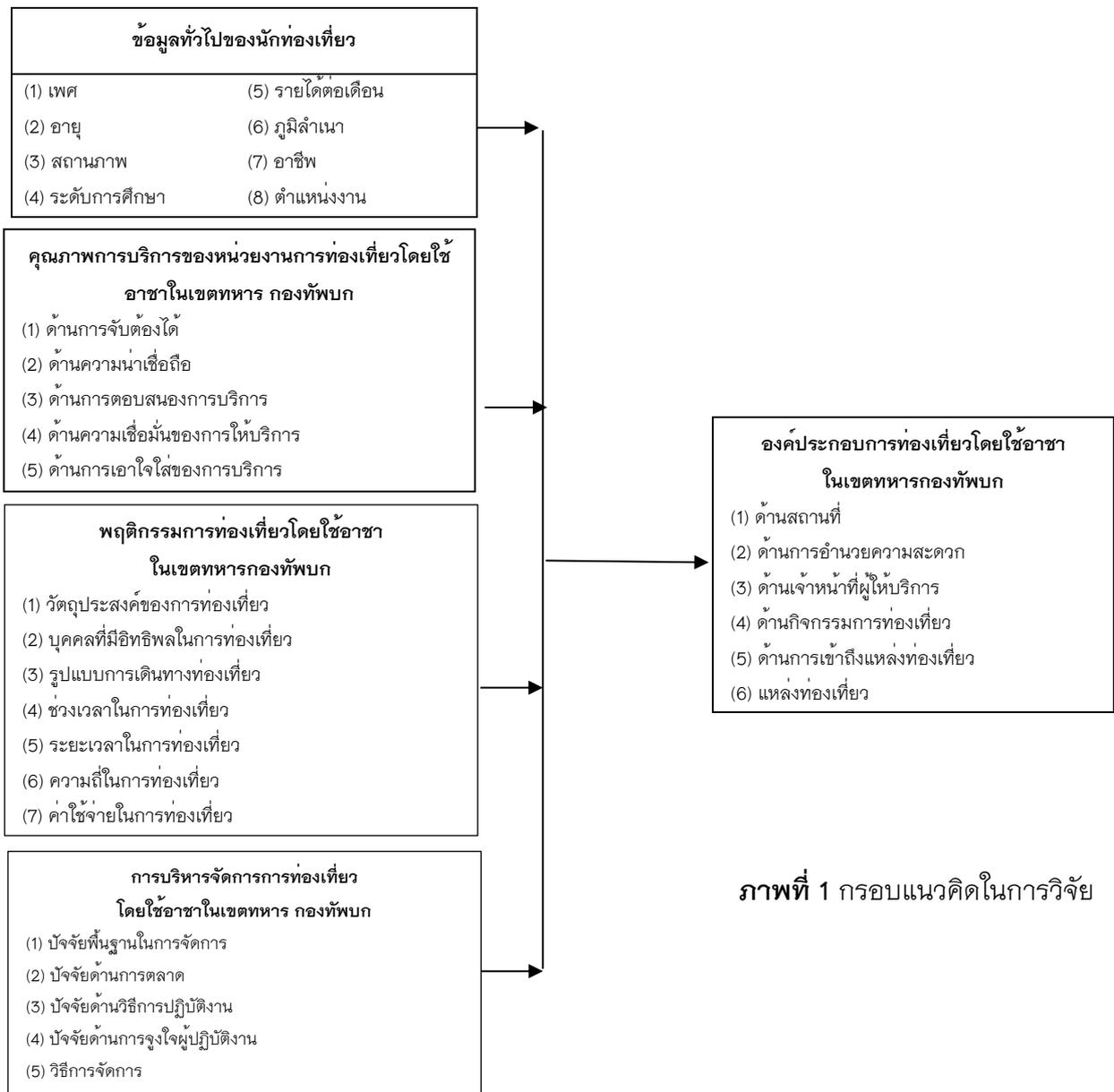
ท่องเที่ยว ที่คาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นได้ สามารถสรุปได้ว่าการแสดงออกทางกายจากบุคคลในกลุ่มที่มีความสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวด้วยกัน

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยว การบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของการท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมและประโยชน์อื่นที่มากมายจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดกระแสอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม การสร้างจิตสำนึก รวมถึงการมีระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวคงอยู่อย่างยั่งยืนต่อไป (กุชงค์ แยมพรพิริ, 2559) และยังได้กล่าวถึงหลักบริหารการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ประกอบด้วย การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ที่ต้องมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมอย่างเพียงพอ หรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ และใช้อย่างประหยัดให้คุ้มค่า โดยคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่า คุณภาพของธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น การลดการบริโภคใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและลดการก่อของเสีย ตลอดจน การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม มีการวางแผนขยายฐานการท่องเที่ยว โดยรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม โดยการเพิ่มคุณค่า มาตรฐานและการบริการ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นนานขึ้น หรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก รวมถึงการประสานการพัฒนาการท่องเที่ยวกับแผนกลยุทธ์ แผนการพัฒนาของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว ขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่นนำไปประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวมากขึ้น พร้อมทั้งสร้างการมีส่วนร่วม สร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น โดยทำงานร่วมกับท้องถิ่นแบบเป็นองค์กรร่วม ร่วมประชุมปรึกษากับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการตลาด การพัฒนาบุคลากร ให้ความรู้ ฝึกอบรม ส่งพนักงานที่เกี่ยวข้องดูงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีความรู้ แนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จัดเตรียมข้อมูลคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อม การบริการการขายให้พร้อมเพียงต่อการเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดทำในรูปแบบสื่อทัศนูปกรณ์รูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนการประเมินผล ตรวจสอบผลกระทบและศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดยสอบถามจากผู้ใช้บริการโดยตรงจากใบประเมินหรือวิจัยตลาดการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบผลของการบริการและนำมาปรับปรุง แก้ไขจัดการการบริการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเสริมสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว การวัดคุณภาพการบริการมีข้อกำหนด 5 ข้อ ที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินคุณภาพบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การสร้างความมั่นใจ รูปลักษณ์ทางกายภาพ การดูแลเอาใจใส่ และการตอบสนอง โดยที่ลูกค้าจะใช้ข้อกำหนดทั้ง 5 ข้อใน

การตัดสินใจคุณภาพการบริการ โดยเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและบริการที่ได้รับจริง ซึ่ง Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) ได้กล่าวถึง การตอบสนอง (R: Responsiveness) หมายถึง ความตั้งใจที่แสดงถึงความพร้อมยินดีให้บริการเสมอและรวดเร็วและมีการตอบสนองลูกค้าด้วยความตั้งใจและเต็มใจให้บริการ เพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ และยังกล่าวถึง การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง มีทักษะในการทำงาน สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและรู้สึกปลอดภัย สร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับการบริการที่ดี รวมถึง Lovelock (1996) ยังได้กล่าวถึงความมั่นใจ หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ สุภาพและเป็นมิตร มีความซื่อสัตย์และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ และความมั่นคงปลอดภัย โดยสามารถสรุปได้ถึงความสำคัญในเรื่องคุณภาพการให้บริการ ด้วยความเต็มใจและจริงจัง ตลอดจนให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้ออกแบบการศึกษาเพื่อให้ได้รูปแบบการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mix method research) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวโดยใช้อาชา ในเขตทหาร กองทัพบก ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ของ Krejcie & Morgan (1970) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 310 คน และทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กับผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก จำนวน 17 คน (ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2546)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามแบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) สถานภาพ (4) ระดับการศึกษา (5) รายได้ต่อเดือน (6) ภูมิลำเนา (7) อาชีพ และ (8) ตำแหน่งงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหารกองทัพบก ประกอบด้วย (1) ด้านสถานที่ (2) ด้านการอำนวยความสะดวก (3) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (5) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (6) แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยข้อคำถาม 24 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหารกองทัพบก ประกอบด้วย (1)วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว (2) บุคคลที่มีอิทธิพลในการท่องเที่ยว (3) รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว (4) ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว (5) ระยะเวลาในการท่องเที่ยว (6) ความถี่ในการท่องเที่ยว และ (7) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหารกองทัพบก ประกอบด้วย (1) ปัจจัยพื้นฐานในการจัดการ ได้แก่ คน เครื่องจักร เงินทุน และ วัสดุสิ่งของ (2) ปัจจัยด้านการตลาด (3) ปัจจัยด้านวิธีการปฏิบัติงาน (4) ปัจจัยด้านการจูงใจผู้ปฏิบัติงาน และ (5) วิธีการจัดการ ประกอบด้วยข้อคำถาม 20 ข้อ

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก ประกอบด้วย (1) ด้านการจับต้องได้ (2) ด้านความน่าเชื่อถือ (3) ด้านการตอบสนองการบริการ (4) ด้านความเชื่อมั่นของการให้บริการ และ (5) ด้านการเอาใจใส่ของการบริการ ประกอบด้วยข้อคำถาม 20 ข้อ

ตอนที่ 6 คำถามปลายเปิด (Open Ended Questionnaire) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะอย่างอิสระ

โดยข้อคำถามในส่วนที่ 2 – 5 แต่ละคำตอบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่าคำตอบตามวิธีของ Likert (ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ, 2557) มี 5 ระดับ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาหลักการทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำผลการศึกษามาสร้างเป็นแบบสอบถามและกำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือ

2. สร้างเครื่องมือในการวิจัยและเสนอร่างเครื่องมือต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ

3. นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความตรงทางเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 4 ท่านตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Congruence: IOC) แล้วคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ ตั้งแต่ .75 ขึ้นไปมาใช้

4. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้หลังจากทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ไปทดสอบกับประชากรซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยแต่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกัน (Pilot Test) จำนวน 30 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ใช้เกณฑ์พิจารณาตัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ .80 ขึ้นไป

5. นำเครื่องมือที่ทดลองใช้แล้วเสนอที่อาจารย์ปรึกษา เพื่อปรับปรุงเครื่องมือให้ถูกต้องสมบูรณ์และจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในการแสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางโดยค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัยเพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรที่ศึกษา โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยใช้ค่า Cronbach's Alpha ส่วนสถิติที่นำมาใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องโดยใช้อาสาในเขตทหารกองทัพกับคุณภาพการบริการของหน่วยงานการทำงานที่เกี่ยวข้อง โดยการทดสอบค่าที ด้วยสถิติ Independent Sample T-Test และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA) ทดสอบรายคู่ ด้วยวิธี LSD และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ของ (1) องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยใช้อาสาในเขตทหาร กองทัพบก มีอิทธิพลกับคุณภาพการบริการของหน่วยงานการทำงานที่เกี่ยวข้องโดยใช้อาสาในเขตทหาร กองทัพบก (2) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้อาสาในเขตทหาร กองทัพบก มีอิทธิพลกับคุณภาพการบริการของหน่วยงานการทำงานที่เกี่ยวข้องโดยใช้อาสาในเขตทหาร กองทัพบก โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression Analysis)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.00 มีอายุระหว่าง 30-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.50 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 58.40 ประกอบอาชีพ เป็นพนักงานประจำ คิดเป็นร้อยละ 33.90 ส่วนใหญ่ทำงานในตำแหน่งพนักงานประจำ คิดเป็นร้อยละ 33.90 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.40 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.60 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้คิดเป็นร้อยละ 36.50 มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายคิดเป็นร้อยละ 30.60

ส่วนด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 35.20 บุคคลที่มีอิทธิพลในการท่องเที่ยว คือ ครอบครัว/ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 35.80 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวมากับครอบครัว/ กลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 37.70 มีช่วงเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวจะเป็น วันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ 54.80 โดยใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวอยู่ที่ 1-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 86.20 และมีความถี่ในการท่องเที่ยว 11 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 52.30 และค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่อครั้งอยู่ที่ 5,001 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 64.80

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทั้งภาพรวมและรายด้าน ซึ่งด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุดที่สุด คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว รองลงมาคือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ , ด้านการอำนวยความสะดวก, ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว, ด้านแหล่งท่องเที่ยว และที่ต่ำสุดคือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบกพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทั้งภาพรวมและรายด้านซึ่งด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุดที่สุด คือ ด้านวิธีการปฏิบัติงาน รองลงมาคือ ด้านการตลาด, ด้านการจูงใจผู้ปฏิบัติงาน , ด้านปัจจัยพื้นฐานในการจัดการ และที่ต่ำสุดคือ ด้านวิธีการจัดการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทั้งภาพรวมและรายด้าน ซึ่งด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุดที่สุด คือ ด้านการจับต้องได้ รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ, ด้านความเชื่อมั่นของการให้บริการ, ด้านการตอบสนองการบริการ และที่ต่ำสุดคือ ด้านการเอาใจใส่ของการบริการ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ความมีอิทธิพลระหว่างข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกับคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบกพบว่า ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก แตกต่างกัน (Sig.= .03) ส่วนด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ภูมิลำเนา ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ความมีอิทธิพลของ องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยใช้อาชา ในเขตทหาร กองทัพบก กับคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชา ในเขตทหาร กองทัพบก ในภาพรวม พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหารบก กองทัพบกมีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยว ร้อยละ 38 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 เมื่อทำการทดสอบรายด้านพบว่า ด้านสถานที่ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชา ในเขตทหาร กองทัพบก ซึ่งพบว่า ด้านสถานที่มีอิทธิพล ร้อยละ 28 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลร้อยละ 19 และด้านแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลร้อยละ 28 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

ผลการวิเคราะห์ความมีอิทธิพลของข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบกกับคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก พบว่า ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้งที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก แตกต่าง (Sig. = .02) ส่วนด้านพฤติกรรมอื่น ๆ มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบกไม่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ความมีอิทธิพลของ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้อาชา ในเขตทหาร กองทัพบก กับคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชา ในเขตทหาร กองทัพบก โดยภาพรวม พบว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้อาชา ในเขตทหาร กองทัพบกมีอิทธิพลต่อ คุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยว ร้อยละ 87 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 และเมื่อทำการทดสอบเป็นรายด้านพบว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้อาชา ในเขตทหาร กองทัพบก ด้านปัจจัยพื้นฐานในการจัดการ ด้านวิธีการปฏิบัติงาน ด้านการจูงใจผู้ปฏิบัติงาน ด้านวิธีการจัดการ มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชา ในเขตทหาร กองทัพบก ซึ่งพบว่า ด้านปัจจัยพื้นฐานในการจัดการ มีอิทธิพลร้อยละ 22 ด้านวิธีการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลร้อยละ 8 ด้านการจูงใจผู้ปฏิบัติงาน มีอิทธิพลร้อยละ 49 และด้านวิธีการจัดการ มีอิทธิพลร้อยละ 14 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน พบว่า

ประเด็นแรก รูปแบบการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร ปัจจุบันมีรูปแบบการให้บริการ 2 รูปแบบ ได้แก่ ด้านการกีฬา เช่น การขี่ม้าเพื่อออกกำลังกาย การขี่ม้าเพื่อแข่งขันในระดับสากล และด้านสุขภาพ เช่น การใช้อาชาบำบัด เพื่อให้เด็กที่ต้องการรับการดูแลเป็นพิเศษได้เข้าใช้บริการ โดยทั้งสองรูปแบบจะเป็นท่องเที่ยวแบบไม่เน้นผลกำไรและประชาชนได้รับประโยชน์อย่างแท้จริง

ประเด็นที่สอง ปัจจัยด้านบริหารจัดการการท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสิ่งที่จะสามารถดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร การจัดกิจกรรมนอกเหนือจากการขี่ม้า การประชาสัมพันธ์ และอนุญาตให้ผู้ประกอบการอื่นสามารถเข้าประกอบกิจการในพื้นที่ทหารได้ เช่น ร้านกาแฟ ร้านอาหาร เป็นต้น

ประเด็นที่สาม ด้านการบริการของหน่วยงาน ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มมีความคิดเห็นการให้บริการในปัจจุบันมีการให้บริการที่ดี เจ้าหน้าที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการอีกครั้ง แต่ก็ขาดเรื่องการบริการที่ครบวงจร เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร และร้านกาแฟ

ประเด็นที่สี่ ด้านการพัฒนาคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยว ในอนาคต ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มให้ความเห็นว่าควรมี การพัฒนาคุณภาพการบริการของหน่วยงานท่องเที่ยวโดยใช้ภาษาในเขตทหารเป็นอย่างยิ่งเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ทั้งทางด้านการให้บริการที่ครอบคลุมนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุ และพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ และเพิ่มกิจกรรมที่หลากหลายมากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้ภาษาในเขตทหาร กองทัพบก ทั้งภาพรวมและรายด้าน โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับด้านการจับต้องได้ รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเชื่อมั่นของการให้บริการ ด้านการตอบสนองการบริการ และด้านการเอาใจใส่ของการบริการ ด้านการจับต้องได้ หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสและมองเห็นได้ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นต้น นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านนี้มากที่สุด เนื่องจากเป็นสิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวจะสัมผัสและรับรู้ได้เมื่อเดินทางมาถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความน่าเชื่อถือ หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเชื่อว่าหน่วยงานการท่องเที่ยวจะให้บริการตามมาตรฐานและสัญญาที่ตกลงกันไว้ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านนี้ เนื่องจากต้องการความมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่ดีและเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ด้านความเชื่อมั่นของการให้บริการ หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเชื่อว่าหน่วยงานการท่องเที่ยวจะให้บริการด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและเต็มใจ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านนี้ เนื่องจากต้องการได้รับการบริการจากเจ้าหน้าที่ที่มีความซื่อสัตย์สุจริตและเต็มใจให้บริการ ด้านการตอบสนองการบริการ หมายถึง การที่หน่วยงานการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและทันท่วงที นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านนี้ เนื่องจากต้องการได้รับการบริการที่รวดเร็วและทันกับความต้องการ ด้านการเอาใจใส่ของการบริการ หมายถึง การที่หน่วยงานการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและพยายามตอบสนองความต้องการเหล่านั้นอย่างดีที่สุด นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านนี้ เนื่องจากต้องการได้รับการบริการที่ใส่ใจและคำนึงถึงความต้องการของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ Robert Christie Mill (1990) สิ่งที่ดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงการท่องเที่ยวโดยใช้ภาษาในเขตทหาร ยังส่งผลกระตุ้นถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับ กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) อธิบายถึงแรงจูงใจและพฤติกรรมของ

นักท่องเที่ยวทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เช่น แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ความสนใจ ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ วิธีการได้รับข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยว นโยบายการจัดการ และสภาพภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของรูปแบบการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร

อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ ได้แก่ ตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีตำแหน่งงานเป็นผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีตำแหน่งงานอื่น เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีรายได้สูงและคาดหวังจะได้รับบริการที่มีคุณภาพ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านสถานที่มากที่สุด เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านสถานที่และด้านแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านสถานที่มากที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกในการเดินทางไปถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบกที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านปัจจัยพื้นฐานในการจัดการ ด้านวิธีการปฏิบัติงาน ด้านการจูงใจผู้ปฏิบัติงาน และด้านวิธีการจัดการ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านวิธีการปฏิบัติงานมากที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการได้รับการบริการจากเจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญและมีความรู้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิษฐา ใจเป็ง (2563) ได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวในเขตทหารโดยหน่วยบัญชาการสงครามพิเศษในจังหวัดลพบุรี พบว่าพื้นที่หน่วยบัญชาการสงครามพิเศษมีทรัพยากรทางธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นอันอุดมสมบูรณ์ อีกทั้งยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายในพื้นที่ มีจุดแข็งในด้านภูมิทัศน์ รวมถึงทัศนียภาพที่สวยงาม การสร้างแผนกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวคือ พัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในเขตทหาร สร้างเครือข่ายพันธมิตรและประสานงานระหว่างหน่วยงานทหารในจังหวัดลพบุรี อีกทั้งพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในด้านการท่องเที่ยวซึ่งเกิดประโยชน์ต่อการจัดการท่องเที่ยวในเขตทหารอย่างแท้จริง

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถสรุปรูปแบบการท่องเที่ยวโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก ซึ่งมีปัจจัยของแต่ละองค์ประกอบที่นำไปประยุกต์ใช้ด้านการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่กำหนดแนวทางการท่องเที่ยวตามแนวคิด Army Land โดยมีองค์ประกอบ ตามภาพดังนี้



ภาพที่ 2 รูปแบบการทำงานโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก

จากภาพพบว่ารูปแบบการทำงานโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก ควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ องค์ประกอบการทำงานที่เกี่ยวข้อง, การบริหารจัดการการทำงานที่เกี่ยวข้อง, คุณภาพบริการของหน่วยงาน, การบริหารจัดการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว และการพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวของหน่วยงาน โดยมีรูปแบบการทำงานโดยใช้อาชาในเขตทหาร กองทัพบก ประกอบไปด้วย การมีกิจกรรมหลากหลาย เช่น กิจกรรมการขี่ม้าให้มีความหลากหลาย มีความ

น่าสนใจกับทุกช่วงวัย และเป็นตามความต้องการของนักท่องเที่ยวการปรับปรุงทัศนียภาพ เช่น มีความเป็นธรรมชาติ ร่มรื่น มีความแตกต่างจาก แหล่งท่องเที่ยวเดียวกัน สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ ควรมีการกีฬาและการพักผ่อน เช่น ด้านสถานที่ที่มีความปลอดภัย สะอาด เหมาะกับการท่องเที่ยวโดยขี่ม้า การดำเนินการเพื่อสุขภาพ เช่น ให้บริการโดยอาสาที่ชัดเจน และปฏิบัติได้ กิจกรรมมีความเหมาะสมกับ ทุกช่วงวัย การมีเอกลักษณ์และแหล่งวัฒนธรรม เช่น การบำบัดฟื้นฟูผู้ป่วย ให้ความรู้ด้านการขี่ม้า ปลูกฝังอุดมการณ์รักชาติ การส่งเสริมรูปแบบสัญลักษณ์ทางทหาร เช่น เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเต็มใจและให้บริการในการใช้งานเกี่ยวกับม้าอย่างเท่าเทียมกัน การให้ความช่วยเหลือผู้อื่น เช่น เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยขี่อาสา วัสดุอุปกรณ์มีความทันสมัยเพียงพอต่อความต้องการ การปลูกฝังให้มีความเป็นระเบียบ เช่น เน้นย้ำต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ปลูกฝังให้รักชาติ การ เพิ่มกลุ่มเป้าหมาย เช่น มีแพ็คเกจทัวร์ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว โปรโมชันต่าง ๆ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาให้เป็นรูปแบบสากล เช่น มีการกำหนดระเบียบขั้นตอนในการเข้าใช้บริการ มีเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอต่อการให้บริการการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเพื่อการผจญภัย เช่น เจ้าหน้าที่มีประสบการณ์ในการให้บริการเกี่ยวกับม้า เน้นพัฒนาทักษะด้านการขี่ม้าสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว

สรุป

รูปแบบการท่องเที่ยวโดยขี่อาสาในเขตทหาร กองทัพบก พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยขี่อาสา ในเขตทหารกองทัพบก และพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยขี่อาสาในเขตทหาร กองทัพบก มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการของหน่วยงานการท่องเที่ยวโดยขี่อาสาในเขตทหารกองทัพบก สามารถสรุปได้ว่าการบริหารจัดการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีปัจจัยในการพิจารณาในเรื่อง การอนุรักษ์ รักษา คงสภาพ เพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว สร้างคุณค่ามาตรฐานในการให้บริการ เพื่อให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ โดยมีการวางแผนงานร่วมกับเครือข่ายองค์กรที่เกี่ยวข้องอย่างสอดประสาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะความพร้อมในการให้บริการในการท่องเที่ยว การพัฒนาด้านการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและแนวโน้มของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันซึ่งจะมีความเป็นตัวตนสูงและมีความต้องการที่แตกต่างกันไป อีกทั้งการใช้สื่อตลาดอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาช่วยเสริมสร้างการทำกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการวิจัยประเมินผลเพื่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ควรมีการทำงานแบบบูรณาการในการประสานระหว่าง หน่วยงานทหารที่เปิดรับนักท่องเที่ยว โดยใช้อาสา และหน่วยงานภาครัฐอื่น เช่น กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา หน่วยงานที่ดูแลเรื่องทรัพยากรป่าไม้ หน่วยงานปศุสัตว์ และหน่วยงานภาคเอกชนอื่น ๆ เช่น ผู้ประกอบการโรงแรม ผู้ประกอบการขนส่ง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการ และความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการพัฒนาคุณภาพการบริการ การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ มีกิจกรรมที่หลากหลายระหว่างรอการขึ้นม้า รวมถึงร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งก่อนและหลังจากทำกิจกรรมจากการขึ้นม้า

1.2 หน่วยงานจะต้องศึกษา เตรียมความพร้อม ด้านต่าง ๆ และฝึกอบรมกำลังพล เจ้าหน้าที่ อุปกรณ์เครื่องมือ เทคโนโลยี รวมถึงผู้ประกอบการทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อให้เกิดความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามา รวมถึงการพัฒนาทักษะของผู้เชี่ยวชาญ กำลังพล และเจ้าหน้าที่ ทางด้านการสื่อสาร ภาษา เพื่อเตรียมต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติ เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยอาสาในเขตทหาร

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในภาคอื่น ๆ ของประเทศไทยเพื่อเปรียบเทียบว่าผลการศึกษาเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ หรือแตกต่างกันอย่างไร

2.2 ควรศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวรูปแบบกีฬา หรือการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อเปรียบเทียบว่าผลการศึกษาเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ หรือแตกต่างกันอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). พิธีลงนาม ข้อตกลงความร่วมมือ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก โครงการ “อาร์มีแลนด์”. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.mots.go.th/News-view.php?nid=11094>
- หนังสือพิมพ์ คู่แผ่นดิน. (2563). แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร พื้นที่กองทัพภาคที่ 3. สืบค้นเมื่อ 24 ธันวาคม 2563, จาก <http://www.xn--42c6aobm0m5a5d2cc.com/2019/?p=11377>
- กอบกาญจน์ เหริญทอง. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม.

- ชนิษฐา ใจเป็ง. (2563). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานวัฒนธรรมชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยคริสเตียน.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2546). การพัฒนาระบบการตรวจราชการและผู้ตรวจราชการ. *วารสารวิธีวิทยาการวิจัย*, 16(2), 199–220.
- บรรจบ มูลเชื้อ. (2563). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่กองทัพเรือ. *วารสารมหาจุฬาริชาการ*, 7(1), 288–300.
- พัชชา ตีระติเรก. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 13. นนทบุรี: เอสอาร์พรีนติ้งแมสโปรดักส์.
- ภูงค์ แยมพริบพรี. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี กรณีศึกษา: เทศบาลเมืองชะอำ. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 6(2), 34–45.
- ฤดีกร เดชาชัย. (2557). การจัดการผลกระทบจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชนเผ่าอาข่า จังหวัดเชียงราย (วิทยานิพนธ์บริหารศาสตรดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination in the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116.
- Christopher H. L. (1996). *Service Marketing* (3rd ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Davidson, R. (1995). *Tourism* (2nd ed.). Essex: Longman.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Mill, R. C. (1990). *Tourism the international Business*. New Jersey: Prentice–Hall, Inc.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service*. New York: The Free Press.