รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

โดย

พลตรี ธนณัฐ ยังเฟื่องมนต์

ผู้ทรงคุณวุฒิกองทัพบก

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรรุ่นที่ 61

ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2561-2562

หนังสือรับรอง

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร ได้อนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง “รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล” ลักษณะวิชาการเศรษฐกิจ ของพลตรี ธนณัฐ ยังเฟื่องมนต์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร (วปอ.) รุ่นที่ 61 ประจำปีการศึกษาพุทธศักราช 2561-2562

พลโท

(ขจรฤทธิ์ นิลกำแหง)
ผู้อำนวยการวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

บทคัดย่อ

เรื่อง รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

ลักษณะวิชาการเศรษฐกิจ

ผู้วิจัย พล.ต.ธนณัฐ ยังเฟื่องมนต์**หลักสูตร** วปอ. **รุ่นที่**61

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลเป็นการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Method) กลุ่มเป้าหมายการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 40 คน ที่เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องผูกพัน (Stakeholder) กับการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ได้แก่ผู้บริหารระดับนโยบายของรัฐบาล, หน่วยงานการท่องเที่ยว, กองทัพบก, ภาคประชาสังคม, ภาคเอกชนทางการท่องเที่ยว, สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว, มัคคุเทศก์, สื่อมวลชนทางการท่องเที่ยว, และนักท่องเที่ยว สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยว จำนวน 400คน คัดเลือกโดยใช้การคำนวณจากสูตรของ W.G. Cochran ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน และไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากร

ผลการวิจัยพบว่าการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจและการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ในอันที่จะส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลโดยการมุ่งเน้นการสร้างความใหม่ แปลก และแตกต่าง นำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ความเป็นทหาร สร้างความสนุกสนาน ท้าทาย คุ้มค่า และปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยไม่หวังผลทางธุรกิจท่องเที่ยว แต่สร้างเศรษฐกิจแบ่งปัน กระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก ในอันที่จะส่งผลโดยรวมของประเทศ

ข้อเสนอแนะที่สำคัญคือการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการแสงหาความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

ABSTRACT

Title Model of The Royal Thai Army Tourism Development for support the Government's tourism policy

Field Economics

Name Major General Thananut Youngfeungmon **Course** NDC **Class** 61

This study has purposed to Model of The Royal Thai Army Tourism Development for support the Government's tourism policy. This research was Mixed Method. There were 40 Qualitative research target group as Government policy executive, Travel agency, Royal Thai Army, Civil Society, Private tourism sector, Tourism Association, Guide, Tourism media, Tourist and 400 Quantitative research target group selected by using the formula of W.G. Cochran in case of unknown finite population and unknown population proportion.

The results showed that giving importance tosome important recommendations from this study shouldCreating satisfaction and tourism model development in the Royal Thai Army for support the Government's tourism policyby focusing on creating new, unique, different, and presenting the military identity for create fun, challenge, worthwhile and safe for tourists. Do not hope business tourism but created sharing economy for stimulated foundation economy to affect the overall of the country.

Some important recommendations from this study should tourism personnel development, tourism development, public relations and created cooperation from all sectors.

คำนำ

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้มุ่งหวังทำธุรกิจการท่องเที่ยว แต่ต้องการให้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นและชุมชน สร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ซึ่งผู้วิจัยจึงได้สนใจศึกษารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลโดยได้จัดทำเป็นเอกสารการวิจัยฉบับนี้ ซึ่งประกอบไปด้วย

บทที่ 1 กล่าวถึงปัญหาและสภาพของปัญหา วัตถุประสงค์การวิจัย ขอบเขต และวิธีดำเนินการวิจัย

บทที่ 2กล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ในเรื่องแนวคิดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของรัฐบาลและกองทัพบก ความพึงพอใจ การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3 กล่าวถึงวิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วยวิธีการการวิจัยกลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4กล่าวถึงการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการทดสอบสมมติฐาน

บทที่ 5 กล่าวถึงข้อสรุปและข้อเสนอแนะ ที่นำเอาผลการวิจัยมาสรุปและให้ข้อเสนอแนะการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก การสนับสนุนทางสังคม การสนับสนุนทางเศรษฐกิจ การสนับสนุนรัฐบาล และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในโอกาสต่อไป

พลตรี

(ธนณัฐ ยังเฟื่องมนต์)
นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรวปอ. รุ่นที่61
ผู้วิจัย

กิตติกรรมประกาศ

เอกสารวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ลงได้ ด้วยความช่วยเหลืออย่างยิ่งจากคณะอาจารย์ทุกท่าน โดยได้อบรมสั่งสอนและถ่ายทอดวิชาความรู้ตลอดมา ให้ข้อคิดเห็นและคำแนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนเอกสารวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร ที่ได้ให้โอกาสผู้วิจัยเข้ามาทำการศึกษาจนสำเร็จการศึกษาไป ขอขอบพระคุณผู้แต่งตำราและเอกสารต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยใช้อ้างอิง ขอขอบคุณผู้บังคับบัญชา บุคลากรทางการท่องเที่ยวของกองทัพบก ที่ได้ให้โอกาสผู้วิจัยในการทำวิจัย และขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งต่อนักท่องเที่ยวทุกท่านที่ได้ให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้

ท้ายที่สุดนี้ขอขอบคุณสมาชิกในครอบครัวของผู้วิจัยที่ช่วยเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยในระหว่างที่ทำการศึกษาอยู่ในสถาบันนี้จนสำเร็จการศึกษาได้ คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากเอกสารวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้กองทัพบก เพื่อสามารถนำเป็นฐานข้อมูลในการจัดการความรู้ในองค์กรด้านการท่องเที่ยวของกองทัพบกต่อไป

พลตรี

(ธนณัฐ ยังเฟื่องมนต์)
นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรวปอ. รุ่นที่61
ผู้วิจัย

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อ		**ก**
Abstract		**ข**
คำนำ		**ค**
กิตติกรรมประกาศ		**ง**
สารบัญ		**จ**
สารบัญตาราง		**ช**
สารบัญแผนภาพ		**ฌ**
บทที่ 1	**บทนำ**	**1**
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
	ประเด็นสำคัญสำหรับการวิจัย	4
	ขอบเขตของการวิจัย	5
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	5
	คำจำกัดความ	5
บทที่ 2	**แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	**7**
	แนวคิดที่เกี่ยวกับพื้นที่ที่ศึกษา	7
	แนวคิดที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว	29
	แนวคิดที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ	48
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	54
	กรอบแนวคิดของการวิจัย	56
บทที่ 3	**วิธีดำเนินการวิจัย**	**58**
	การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย	58
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	59
	ขั้นตอนการวิจัย	64
	การวิเคราะห์ข้อมูล	65
บทที่ 4	**ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**	**69**
	การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ	109

การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ 113
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปจากผู้ตอบแบบสอบถาม 114
ตอนที่ 2ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก 116

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ตอนที่ 3ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก 117
ตอนที่ 4ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการบรรลุเป้าประสงค์แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ 119
ตอนที่ 5การวิเคราะห์ทางสถิติจากสมมติฐานของการวิจัย 124
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 133
สรุป 133
อภิปรายผล 146
ข้อเสนอแนะ 147
บรรณานุกรม 149
ภาคผนวก 153
ผนวก กประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ **154**
ผนวก ข แบบสอบถาม **155**
ประวัติย่อผู้วิจัย 160

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3-1	กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพื้นที่กองทัพภาค	64
4-1	การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลการเพิ่มรายได้ให้ประเทศ	70
4-2	การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น	73
4-3	การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการพัฒนาคุณภาพคนไทย	77
4-4	การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ	80
4-5	การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในเรื่องสภาพการท่องเที่ยวในเขตทหารบกปัจจุบัน	84
4-6	การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในเรื่องข้อขัดข้องในการดำเนินการทางการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก	87
4-7	การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขต ทหารกองทัพบกในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว	90
4-8	การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขต ทหารกองทัพบกในเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในอนาคต	93
4-9	การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 1	96

4-10 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 2 99
4-11 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 3 102

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

4-12 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 4 105
4-13 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 5 109
4-14 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ศาสนา อาชีพ สถานภาพทางครอบครัว ระดับการศึกษา 114
4-15 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก 116
4-16 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก 117
4-17 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล 119
4-18 สรุปการวิเคราะห์ตัวแปรรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก, ตัวแปรความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกและตัวแปรการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล 122
4-19 Model Summary[b]ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก 126
4-20 ANOVA[b]ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก 126
4-21 Coefficientsความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก 127
4-22 Model Summary[b]รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล 130

4-23 ANOVA[b]รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกมีผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล 130
4-24 Coefficientsรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล 131

สารบัญแผนภาพ

หน้า

แผนภาพที่

1-1 แสดงสถิติภาพรวมการท่องเที่ยวในไทยในห้วงเดือน มกราคม – เมษายน พ.ศ.2561 1

1-2 ข้อมูลการปกครองส่วนภูมิภาค/การปกครองส่วนท้องถิ่น 2

2-1 แสดงภาพกระบวนการวิจัยในรูปแบบขั้นตอนเชิงสำรวจ (Exploratory Sequential Design) 56

2-2 แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย 57

4-1 กราฟความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก 124

4-2 กราฟความแปรปรวนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก 125

4-3 กราฟรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล 128

4-4 กราฟความแปรปรวนของรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล 129

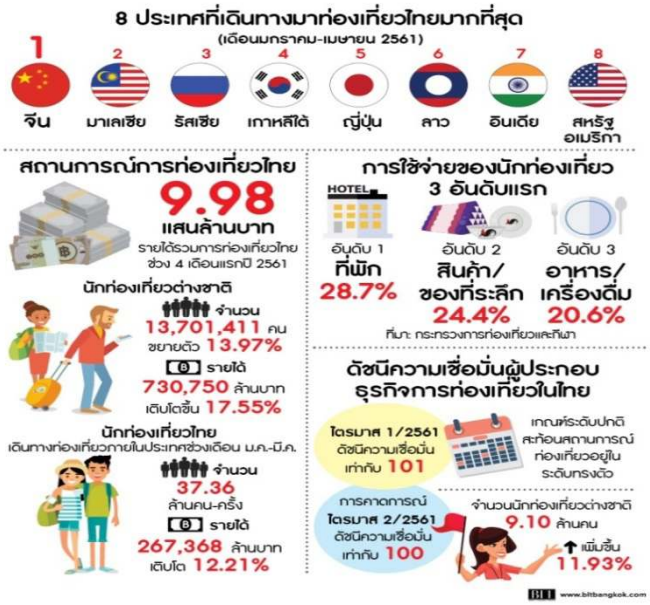
5-1 ตัวแบบในการพัฒนาตามรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล 145

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยเนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งอารยธรรม วัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามประเทศไทยจึงมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเข้ามาท่องเที่ยวถือว่าเป็นอันดับต้นๆของโลก ทำให้มีอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวมีมูลค่าเพิ่มขึ้นในทุกๆปี และยังรวมไปถึงการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศที่ช่วยกระจายรายได้ลงสู่ระบบเศรษฐกิจในประเทศ โดยเฉพาะท้องถิ่นพื้นที่ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวและตามเส้นทางท่องเที่ยว หนังสือพิมพ์ BLTbangkok (ท่องเที่ยวไทยสดใส กวาดรายได้แตะ 1 ล้านล้านบาท, ออนไลน์, 2561) รายงานสรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวช่วงแรกของปี 2561 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าภาพรวมเป็นที่น่าพอใจโดยตั้งแต่เดือนมกราคม-เมษายน ประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวรวมกว่า 9.98 แสนล้านบาท เติบโต 16.07% จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาดังแผนภาพที่ 1

แผนภาพที่ 1-1 แสดงสถิติภาพรวมการท่องเที่ยวในไทยในห้วงเดือน มกราคม – เมษายน พ.ศ.2561



จากแผนภาพที่ 1-1จะพบว่าภาพรวมการท่องเที่ยวในไทยในห้วงเดือน มกราคม – เมษายน พ.ศ.2561 มีแนวโน้มของตัวเลขการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่สร้างรายได้

กว่า 1 ใน 3 ของเป้าหมายที่วางเอาไว้ 3 ล้านล้านบาท ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยยังอยู่ในเกณฑ์ดี

จากการรายงานของสถาบัน Economic Intelligence Center: EIC (EIC,ออนไลน์, 2560)เป็นหน่วยงานที่ธนาคารไทยพาณิชย์จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็น “คลังสมอง” ของธนาคาร และเป็นศูนย์กลางความรู้ทางเศรษฐกิจและธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ผู้บริหารและบุคลากรของธนาคาร ได้สรุป แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2018 และ 2019 โดยประเมินเศรษฐกิจไทยปี 2018 ขยายตัว 4.5% ตามการเติบโตของอุปสงค์ทั้งจากในและนอกประเทศ ขณะที่ปี 2019 จะขยายตัวต่อเนื่องที่ 4.0% ซึ่งในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2018 ตัวเลข GDP ของไทยขยายตัวสูงถึง 4.8%YOY ซึ่งเป็นอัตราสูงที่สุดในรอบมากกว่า 5 ปี และเป็นการขยายตัวเร่งขึ้นจากทุกหมวดการใช้จ่ายสำคัญ โดยการบริโภคและการลงทุนจากภาคเอกชนในประเทศ การใช้จ่ายภาครัฐ และอุปสงค์จากต่างประเทศต่อสินค้าและบริการมีการขยายตัวที่เร่งขึ้นจากปี 2017 สะท้อนถึงแนวโน้มการเติบโตที่แข็งแรงมากยิ่งขึ้นของเศรษฐกิจไทยต่อเนื่องจากปีที่แล้วที่ถือว่าเศรษฐกิจในภาพใหญ่มีการฟื้นตัวที่ชัดเจน(Outlook 2018,ออนไลน์, 2561) โดยได้คาดการณ์ต่อสินค้าและบริการจะมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่จะมีการชะลอตัวเนื่องจากการขยายตัวไม่ทันต่อความต้องการ ดังแผนภาพที่ 1-2

แผนภาพที่ 1-2 แสดงสถิติและแนวโน้มเศรษฐกิจในภาพรวมของไทย ปี 2018 – 2019

จากแผนภาพที่ 1-2 จะเห็นว่าเศรษฐกิจประเทศไทยยังคงมีการขยายตัว ในด้านการลงทุนและการบริโภคของภาคเอกชน รวมถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะมีการขยายตัวชะลอลงจากกำลังรองรับการขยายตัวที่ไม่ทันกับความต้องการ ประกอบกับรัฐบาลได้มีการส่งเสริมสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของไทยให้สอดคล้องกับการขยายตัวของเขตพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออกและนโยบายไทยแลนด์รีเวียร่า ในพื้นที่ภาคกลางและภาคใต้ฝั่งตะวันออกของไทยโดยปัจจัยสนับสนุนยังคงอยู่ใน

ภาคการท่องเที่ยวและบริการที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนรายได้ของภาคครัวเรือนที่ฟื้นตัวดีขึ้น(Outlook 2018, ออนไลน์, 2561)

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานในระยะที่ผ่านมาจะประสบผลสำเร็จในด้านการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ก็ยังประสบปัญหาและอุปสรรคสำคัญหลายประการอาทิจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ยังคงกระจุกตัวอยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลักที่ไม่มีอะไรใหม่มานำเสนอภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในแง่ลบที่ต้องเร่งแก้ไขปรับปรุงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นรวมทั้งความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวและขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ปัญหาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวข้อจำกัดในการพัฒนาและยกระดับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวความล้าสมัยและความขัดแย้งของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวการขาดข้อมูลเชิงลึกเพื่อการวิเคราะห์และวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวตลอดจนขาดการบูรณาการทำงานของกลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งระบบสิ่งเหล่านี้ล้วนมีความจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

กองทัพบกเป็นหน่วยงานทางทหารและเป็นกลไกหลักของรัฐบาล ที่มีที่ตั้งหน่วยทหารอยู่เกือบทุกจังหวัดของประเทศไทย ได้มองถึงความสำคัญในการท่องเที่ยวที่สามารถทำรายได้ให้ประเทศไทยได้อย่างมากมาย ประชาชนอยู่ดีกินดี มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ที่สามารถสนับสนุนนโยบายขอรัฐบาลด้านการท่องเที่ยวได้ อันจะส่งผลถึงความมั่นคงของประเทศที่ดีขึ้นอีกด้วย จึงได้จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวกองทัพบกขึ้น เพื่อให้สอดคล้องตามนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ดำเนินการโดยคณะกรรมการบริหารการท่องเที่ยวกองทัพบก มีผู้บัญชาการทหารบกเป็นประธานกรรมการ และผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวกองทัพบกเป็นกรรมการ และเลขานุการ ในอันที่จะสนับสนุนนโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลตามแนวทางยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีและเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความรัก ความเข้าใจ และการสร้างความสัมพันธ์อันดี กับประชาชนที่มีต่อทหาร จนเกิดความเชื่อมั่น และศรัทธาต่อกองทัพบก ตลอดจนเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นและขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและสังคมของประเทศตามนโยบายของรัฐบาลทั้งนี้กำลังพลของกองทัพบกทุกคนจะได้รับรู้และเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารที่มีประโยชน์ต่อกองทัพบกในเรื่องการสร้างสภาพแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับกำลังพลและครอบครัว (กองทัพบก, 2561) ทั้งนี้<u>กองทัพบกไม่ได้มุ่งหวังทำธุรกิจการท่องเที่ยวในหน่วยทหาร</u> แต่ต้องการให้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing economy) ในเกิดขึ้นในท้องถิ่นและชุมชน สร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ โดยได้ดำเนินการเปิดให้ประชาชนมาใช้บริการมากว่า18ปี ที่มีมากกว่า 370 จุด

ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารบกมีอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศไทย โดยมีที่ตั้งอยู่ในพื้นที่และในความรับผิดชอบของกองทัพบก ซึ่งได้ดำเนินการเปิดให้ประชาชนมาใช้บริการมากว่า 15

ปี โดยที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและตามประเทศมาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารบกมีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ทั้งนี้กองทัพบกได้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหารบกโดยมีแนวคิดหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยกำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยวในเขตทหาร : การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกเป็นการพัฒนามุ่งไปสู่การนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารเป็นจุดขาย เป็นจุดที่สร้างความแตกต่างทางการท่องเที่ยว โดยมุ่งพัฒนาไปสู่ “Armyland” ที่ประกอบด้วยรูปแบบทางการท่องเที่ยวในเขตทหารได้ 7 รูปแบบ คือการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางทหาร นันทนาการ และผจญภัยการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬาการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม(เที่ยวทั่วไทยในเขตทหารบก 2018, 2561)

อย่างไรก็ตามการพัฒนางานการท่องเที่ยวของกองทัพบก ยังคงพัฒนาไปได้อย่างจำกัดเนื่องจากเป็นที่เสริมเพิ่มเติมมาจากภารกิจหลัก ทั้งนี้กองทัพบกได้ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของกองทัพบกทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวบุคลากรการท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานรวมทั้งการสร้างความสมดุลของการพัฒนาทั้งในมิติของพื้นที่เวลากิจกรรมรูปแบบและกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนในหน่วยทหาร และการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของการลงทุนเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐภาคเอกชนและภาคประชาชน

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลว่ามีปัจจัยใดที่ส่งผลถึงการปฏิบัติให้เกิดการพัฒนาอย่างชัดเจน และสามารถดำเนินการได้อย่างไรในอันที่จะสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานราก และความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวให้กับรัฐบาลเพื่อความมั่นคงของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลโดยผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยลักษณะของการวิจัยดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ : เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

2. การวิจัยเชิงปริมาณ : เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก และเพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกมีผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

ประเด็นสำคัญสำหรับการวิจัย

1. เชิงคุณภาพ : คำถามในการวิจัย

รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลดำเนินการได้อย่างไร

2. เชิงปริมาณ : สมมุติฐานการวิจัย

2.1 สมมุติฐานที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

2.2 สมมุติฐานที่ 2 รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกมีผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยนี้เป็นการศึกษารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก เพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลเป็นการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Method) กำหนดกลุ่มเป้าหมายตามรูปแบบการวิจัย ดังนี้

1.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 43คน ประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interviews) จำนวน18 คน และการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group) จำนวน25 คน

1.2 การวิจัยเชิงปริมาณประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้การคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 เชิงคุณภาพ : เป็นการศึกษาถึงรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลในเรื่องกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยว และการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

2.2 เชิงปริมาณ : การวิจัยนี้ได้กำหนดตัวแปรที่ศึกษาคือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว, รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก, และการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

3. ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาในระหว่างห้วงปีงบประมาณ 2562

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงการดำเนินงานตามรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล
2. ทำให้แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปทั้งชาวไทยและต่างประเทศ
3. ทำให้ประชาชนในพื้นที่มีโอกาสสร้างรายได้และสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการสร้างเศรษฐกิจแบ่งปันในชุมชนและท้องถิ่น

คำจำกัดความ

1. คำจำกัดความเฉพาะ

รูปแบบการพัฒนาหมายถึง ประเภทการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก	การท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบของหน่วยทหารกองทัพบก
การสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล	หมายถึงการพัฒนาไปสู่เป้าประสงค์ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564 ฉบับที่ 2

2. คำจำกัดความปฏิบัติการ

กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยว	หมายถึง กลยุทธ์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ที่ประกอบด้วย การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน, การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก, การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยว, การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่มการส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว, และการบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างพื้นที่
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	หมายถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก
เป้าประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ	หมายถึง เป้าประสงค์ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564 ฉบับที่ 2ในเรื่อง การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ,การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ, การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว, การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี เอกสารต่างๆ ตลอดจนผลงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดที่เกี่ยวกับพื้นที่ที่ศึกษา
   - 1.1 การท่องเที่ยวในเขตทหารของกองทัพบก
   - 1.2ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก
   - 1.3 ยุทธศาสตร์และนโยบายทางการท่องเที่ยวของรัฐบาล
2. แนวคิดที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว
   - 2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
   - 2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยว
   - 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว
   - 2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว
3. แนวคิดที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ
   - 3.1 ความหมายความพึงพอใจ
   - 3.2 เกณฑ์วัดความพึงพอใจ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่เกี่ยวกับพื้นที่ที่ศึกษา

การท่องเที่ยวในเขตทหารของกองทัพบก

แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจและแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นทั่วไปเพราะมีความหลากหลายทั้งในด้านของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การผจญภัย และการประกอบกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถนำมารวมไว้ในแหล่งท่องเที่ยวแห่งเดียวกันได้อย่างสดคล้อง ซึ่งการท่องเที่ยวในแต่ละค่ายทหารนั้นจะแตกต่างกันไปตามสภาพที่ตั้ง อีกทั้งยังมีความปลอดภัยสูง เนื่องจากมีเจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน คอยให้คำแนะนำและดูแลการประกอบกิจกรรม มีอุปกรณ์สำหรับการประกอบกิจกรรมแต่ละกิจกรรมที่ได้มาตรฐาน จึงถือได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งที่สมควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น

การท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นส่วนหนึ่งของงานกิจการพลเรือนที่สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างทหารกับประชาชน สร้างความเข้าใจ และเห็นถึงความสำคัญของทหารในการทำหน้าที่ปกป้องอธิปไตยของประเทศชาติ กองทัพบกควรได้แสวงประโยชน์จากงานการท่องเที่ยวในเขตทหารนำมาเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเสริมสร้างความรัก ความศรัทธา และความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อทหาร อันจะนำไปสู่การให้ความร่วมมือต่อทหารอย่างเต็มใจในที่สุด งานการท่องเที่ยวในเขตทหารจึงถือได้ว่าเป็นงานกิ่งหนึ่งที่สำคัญของงานกิจการพลเรือนอย่างชัดเจน

แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งเดียวที่สร้างประโยชน์และให้คุณค่าต่อสังคม ในด้านการพัฒนาความคิด การสร้างจิตสำนึก การสร้างระเบียบวินัย และการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข การท่องเที่ยวในเขตทหาร จึงเป็นทางเลือกใหม่ที่น่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ อันจะนำไปสู่ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวนวัตกรรมแห่งใหม่ของประเทศที่กองทัพบกได้นำเอาอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร มานำเสนอแก่สาธารณะ ซึ่งสามารถทำให้เป็นส่วนหนึ่งของการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานรากของประเทศได้เป็นอย่างดี และสามารถสนองตอบในนโยบายของรัฐบาล โดยเฉพาะโครงการประชารัฐ การสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Tourism) เพราะหน่วยทหารถือเป็นชุมชนหนึ่ง สามารถพัฒนาชุมชนของตนเองในลักษณะระเบิดจากข้างใน เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ และเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายมากขึ้นในโอกาสต่อไป

กองทัพบกได้จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวกองทัพบกขึ้น เพื่อให้สอดคล้องตามนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ดำเนินการโดยคณะกรรมการบริหารการท่องเที่ยวกองทัพบก มีผู้บัญชาการทหารบกเป็นประธานกรรมการ และผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวกองทัพบกเป็นกรรมการ และเลขานุการ ซึ่งผู้บัญชาการทหารบกได้กรุณามอบนโยบายให้แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความรัก ความเข้าใจ และการสร้างความสัมพันธ์อันดี กับประชาชนที่มีต่อทหาร จนเกิดความเชื่อมั่น และศรัทธาต่อกองทัพบก ตลอดจนเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นและขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศตามนโยบายของรัฐบาลทั้งนี้กำลังพลของกองทัพบกทุกคนจะได้รับรู้และเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารที่มีประโยชน์ต่อกองทัพบกในเรื่องการสร้างสภาพแวดล้อมและคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับกำลังพลและครอบครัว

การกำหนดแนวทางในการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกได้กำหนดจากแนวคิดและวิสัยทัศน์ เป็นเจตนารมณ์และนโยบายของผู้บัญชาการทหารบกเป็นหลัก โดยถือว่าการพัฒนาบุคลากรงานด้านการท่องเที่ยว เป็นหัวใจสำคัญของหน่วยตามหลักการของการพัฒนาองค์กร เพื่อให้เกิดการบริหารงานด้านการท่องเที่ยวแบบมืออาชีพ

รวมทั้งการจัดสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นในหน่วยขึ้นตรงกองทัพบก ตั้งแต่ระดับกองทัพภาค จนถึงระดับกองพล หน่วยบัญชาการช่วยรบ,มณฑลทหารบก และจังหวัดทหารบก และค่ายทหารในพื้นที่ จึงจะก่อให้เกิดพลังอำนาจในการบริหารและพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลตามเป้าประสงค์ ของงานด้านกิจการพลเรือนได้อย่างเป็นรูปธรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

คู่มือการปฏิบัติงานการท่องเที่ยวและกีฬา ในกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้ความหมายของ “การท่องเที่ยว” (Tourism) ไว้ว่า เป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อให้เกิดความสนุกสนาน บันเทิงเริงรมย์ รวมถึงการเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเดินทางไปเยี่ยมญาติพี่น้อง อีกด้วยโดยอาจกำหนดได้โดยเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (Temporary)
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ (Voluntary)
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

“การท่องเที่ยวในเขตทหาร” เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง มิได้หมายถึงเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ ในเขตพื้นที่ทหาร ดังที่ส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องในหน่วยทหารของกองทัพบก หรือการเดินทางไปเยี่ยมพื้นที่ปฏิบัติการทางทหารตามแนวชายแดนก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

การสร้างความเข้าใจ ต่อความหมายของคำว่า “การท่องเที่ยวในเขตทหาร” เพื่อให้เกิดความชัดเจนระหว่าง “การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร” กับ “สวัสดิการของหน่วยทหาร” ถือเป็นเรื่องที่สำคัญประการหนึ่ง ซึ่งจะส่งผลในการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมของผู้บังคับบัญชาทุกระดับชั้นของกองทัพบก ให้นำเรื่อง “การท่องเที่ยวในเขตทหาร” ไปเป็นเครื่องมือที่สำคัญ และมีคุณค่าในการสร้างความรัก ความเชื่อมั่น และความศรัทธาต่อประชาชน อันจะก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมแรง ร่วมใจต่อกองทัพ ด้วยความเต็มใจในที่สุด

ความจำเป็นของกองทัพบกที่ต้องมีการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกมีดังนี้

1.การพัฒนาและปรับปรุงความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

2.การพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

3.การสร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคมและระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวกับพื้นที่

4.การพัฒนายกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพ

5.การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

6.การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวรองรับนักท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

7.การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์กิจกรรมนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว

8.การเสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

9.การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

10.การป้องกันและรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

11.การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

12.การสร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกที่ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ

13.การสร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบสนับสนุนการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

14.การส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวและพัฒนาคุณภาพชีวิตของกำลังพลและครอบครัวในหน่วยทหารกองทัพบก

15.การสร้างกระแสการรับรู้เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการท่องเที่ยวการสร้างกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกและการสร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

16.การส่งเสริมการมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกชุมชนท้องถิ่นและสังคมในภาพกว้างแก่กำลังพลและครอบครัวในภาพของการท่องเที่ยวในหน่วยทหารของตน

17.แสวงหาเครือข่าย ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน ในการสร้างความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

นโยบายด้านการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

ผู้บัญชาการทหารบก ได้กรุณามอบนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตทหาร ไว้ว่า *“กองทัพบก เป็นหน่วยงานราชการของประชาชน ดังนั้นกองทัพบกจะไม่มุ่งเน้นการสร้างผลกำไรทางธุรกิจ จากการท่องเที่ยวในเขตทหาร แต่กองทัพบกจะให้ความสำคัญในการสร้างผลกำไรเชิงคุณภาพ นั่นคือการสร้างภาพลักษณ์ เกียรติยศ และชื่อเสียงให้ประชาชนเกิดความรัก ความศรัทธา และความเชื่อมั่น ต่อกองทัพบก”*

ดังนั้น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร ตามนโยบายด้านการท่องเที่ยว ของกองทัพบกจะต้องมีความต่อเนื่อง โดยกำหนด ดังนี้

1. การพัฒนาต้องสนองตอบนโยบายของรัฐบาล และต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กก.) บนพื้นฐานที่เหมาะสมกับหน่วยทหารของกองทัพบก

2. การท่องเที่ยวภายในเขตทหาร ต้องสนับสนุนงานด้านกิจการพลเรือนอย่างบูรณาการและสามารถใช้เป็นเครื่องมือนำไปสู่การแก้ไขปัญหาความมั่นคงของชาติ

3. เร่งรัดให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกอย่างเป็นรูปธรรมและให้สามารถพัฒนาไปสู่ “Armyland” ที่ประกอบด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก 7 รูปแบบ อันประกอบด้วยการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางทหาร นันทนาการ และผจญภัย การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม

4. สนับสนุนกำลังพลของสำนักงานการท่องเที่ยวในเขตทหารของกองทัพบกทุกระดับให้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลในการดำเนินงาน พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของหน่วยอย่างต่อเนื่องสู่เป้าหมายการเป็นมืออาชีพเพื่อสนองตอบนโยบายของกองทัพบก

5. อนุรักษ์ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว และปรับปรุงภูมิทัศน์ของหน่วยทหารในกองทัพบกให้คงความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ และลดปัญหาการรุกล้ำพื้นที่หน่วยทหาร

รูปแบบของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกเป็นการพัฒนามุ่งไปสู่การนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารเป็นจุดขาย เป็นจุดที่สร้างความแตกต่างทางการท่องเที่ยว โดยมุ่งพัฒนาไปสู่ “Armyland” ที่ประกอบด้วยรูปแบบทางการท่องเที่ยวในเขตทหาร7 รูปแบบ คือ

รูปแบบที่ 1การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางทหาร นันทนาการ และผจญภัย เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมทางการทหาร การผจญภัย การทดสอบกำลังใจ เพื่อสร้างความตื่นเต้น และสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการทางทหาร

รูปแบบที่ 2 การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมการเรียนรู้ในเขตพื้นที่ทหารในเรื่อง ศูนย์การเรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ฟาร์มตัวอย่าง โครงการพระราชดำริ อุทยานการเรียนรู้/ศูนย์ศึกษา พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์การสงคราม อาวุธยุทโธปกรณ์และยานรบของทหาร ตลอดจนอนุสาวรีย์ของบุคคลสำคัญและพระราชวังที่สำคัญต่างๆ

รูปแบบที่ 3 การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรมเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาผู้นำ การละลายพฤติกรรม การสร้างความสัมพันธ์ในองค์กร การสร้างเสริมประสบการณ์เพื่อการพัฒนาบุคคลากรขององค์กร

รูปแบบที่ 4 การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬาเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมทางการกีฬา ศูนย์พัฒนากีฬา สวนสุขภาพ และการบริหารทางการแพทย์

รูปแบบที่ 5 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจในธรรมชาติที่สวยงาม การบริการที่พักตากอากาศ ร้านค้า ภัตตาคาร ตลอดจนผลิตภัณฑ์สินค้าและของที่ระลึกต่างๆ

รูปแบบที่ 6 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการงานแสดงสินค้าต่างๆ

รูปแบบที่ 7 การท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคมเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งกิจกรรมที่ช่วยเหลือสังคม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติป่าและน้ำ และมีส่วนในการสนับสนุนการปฏิบัติงานของทหารในการช่วยเหลือประชาชน

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

การวิเคราะห์ศักยภาพของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก สรุปได้ดังนี้

1. จุดแข็ง (Strengths)

1.1 รัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เป็นวาระแห่งชาติโดยส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น

1.2 หน่วยทหารหลายหน่วยมีแหล่งท่องเที่ยวครบถ้วนทุกประเภทในบริเวณแห่งเดียวไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้การ

ท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม

1.3 มีความพร้อมในโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและมีความหลากหลายเกิดความคุ้มค่าในการเดินทาง การใช้จ่ายและเวลา

1.4 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดสนใจแหล่งใหม่ มีความปลอดภัย และน่าเชื่อถือ

1.5 มีทั่วทุกภูมิภาค ของประเทศไทย

1.6 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่โดยทั่วไป

2. จุดอ่อน (Weaknesses)

2.1 บุคลากรไม่ใช่มืออาชีพในเรื่องการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

2.2 นโยบายของการบังคับบัญชาไม่ต่อเนื่องและบางหน่วยไม่มีความชัดเจน

2.3 กฎระเบียบในการเข้าไปท่องเที่ยวในเขตทหารยุ่งยาก ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้าเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

2.4 สถานที่ท่องเที่ยวในเขตทหารบางแห่ง ไม่สวยงาม ไม่น่าดึงดูดและสนใจ

2.5 ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวในเขตทหาร บางส่วนไม่พร้อมให้บริการนักท่องเที่ยวเนื่องจากขาดแคลนกำลังพล

2.6 มีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ ที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหาร วัสดุ อุปกรณ์ ที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยวในเขตทหาร บางหน่วยใช้งานมาเป็นระยะเวลานานจึงเสื่อมสภาพตามกาลเวลา เพราะขาดงบประมาณในการซ่อมบำรุง

2.7 ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องและถาวร

2.8 ความน่าสนใจน้อยกว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะเดียวกัน

2.9 ปัญหาอื่นๆทุกมิติของงานการท่องเที่ยวในเขตทหาร ที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการของหน่วยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในกองทัพบก ถือว่าเป็นจุดอ่อนที่สำคัญยิ่งอีกประการหนึ่ง ซึ่งกองทัพบกจะต้องหาหนทางแก้ไขปัญหานั้นๆ ให้เป็นรูปธรรม เป็นความเร่งด่วนลำดับแรก

3. โอกาส (Opportunities)

3.1 เป็นทางเลือกใหม่ที่ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวในเขตทหาร ในเชิงกิจกรรมทางทหาร การผจญภัยและธรรมชาติ มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

3.2 ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการเปิดตลาดการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

3.3 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยกรมการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหันมาให้ความสำคัญการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

3.4 แนวโน้มจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นในภาวะปัจจุบันเพราะมีค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่าการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่

3.5 การท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นการเสริมยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของรัฐบาลในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

3.6 เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งเดียว ที่สร้างประโยชน์และคุณค่าต่อสังคม ในด้านการพัฒนาความคิด สร้างจิตสำนึก ความมีระเบียบ วินัย และการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

3.7 เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกแห่งใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ

3.8 การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก เช่น Facebook, Twitter, Instagram, Line, Website เป็นต้น

4. อุปสรรค (Threats)

4.1 การบริหารจัดการถูกกำหนดและถูกจำกัดขอบเขต ด้วยระบบของราชการและการปกปิดความลับของทางราชการ รวมถึงการรักษาความปลอดภัยสถานที่ของทางราชการ

4.2 มีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะกิจกรรมคล้ายแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

4.3 ประชาชนส่วนใหญ่ ยังมีความรู้สึกไม่ดีต่อการเข้าไปในค่ายทหาร และยังยึดติดกับคำว่า “เขตทหารห้ามเข้า”

4.4 ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหารบางแห่งลดลง เนื่องมาจากการจัดบุคคลากรที่ไม่มีประสบการณ์ และไม่มีความชำนาญเป็นผู้รับผิดชอบต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะเกิดผลกระทบในภาพรวม

4.5 กระทรวงกลาโหม ยังไม่มีการตกลงกับกระทรวงการคลัง ในการออกข้อบังคับถาวร ให้กองบัญชาการกองทัพไทย กองทัพบก กองทัพเรือ และกองทัพอากาศ ส่งคืนรายได้จากการประกอบกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวซึ่งอาจจะก่อให้เกิดปัญหาหลายๆ ด้าน ในอนาคต

4.6 การแข่งขันกันในตลาดท่องเที่ยว มีแนวโน้มสูงมากขึ้น นักท่องเที่ยวจึงมีทางเลือกในการที่จะไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ แทนที่จะมาท่องเที่ยวในเขตทหาร

4.7 ความไม่แน่นอน ทางเศรษฐกิจ การเมือง ภัยธรรมชาติ และความไม่สงบในประเทศเป็นเหตุให้การท่องเที่ยวในเขตทหารลดลง

4.8 ภารกิจและหน้าที่ของทหาร ทำให้หน่วยไม่สามารถสนใจและเอาใจใส่การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหารของตนได้มากนัก

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

สาระสำคัญของแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก พ.ศ. 2561-2564 ได้ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวบุคลากรการท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐานรวมทั้งการสร้างความสมดุลของการพัฒนาทั้งในมิติของพื้นที่เวลากิจกรรมรูปแบบและกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกองทัพบก ให้ประชาชนมีความรักและศรัทธา และการเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนตามนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อการกระจายรายได้ของรัฐบาล ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐภาคเอกชนประชาชนและระหว่างประเทศทั้งนี้เพื่อให้แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก พ.ศ. 2561-2564 สามารถใช้เป็นแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกสู่วิสัยทัศน์ที่คาดหมายได้อย่างแท้จริง

วิสัยทัศน์ (Vision) การท่องเที่ยวกองทัพบก

“แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารของกองทัพบกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพของประเทศที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพ โดยใช้อัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร ดำเนินการตามแนวคิดการท่องเที่ยวยุคใหม่ บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เน้นความสมดุล พอประมาณ และการรักษาดุลยภาพระหว่างการหารายได้ กับการอนุรักษ์ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน”

พันธกิจมีแนวคิดหลักในการพัฒนา ตามองค์ประกอบ6ประการดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพของประเทศ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ความรับผิดชอบของหน่วยทหารกองทัพบก ทั้งในพื้นที่ค่ายทหารและนอกพื้นที่ค่ายทหารโดยความริเริ่มของหน่วยทหารที่เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปทั้งชาวไทยและต่างชาติเดินทางเข้าไปเพื่อประโยชน์ทางการท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยไม่กระทบกระเทือนต่อระบบการรักษาความปลอดภัยและการปฏิบัติงานในภารกิจของทหารด้วยการยกระดับคุณภาพ เพิ่มความหลากหลายของประเภทการท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศมุ่งเน้นความคุ้มค่า และเสริมสร้างขีดความสามารถทางการท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่และภูมิภาคที่หน่วยทหารตั้งอยู่

2. การเติบโตอย่างมีดุลยภาพโดยส่งเสริมดุลยภาพการเติบโตของการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับงานในหน้าที่ของทหาร ส่งเสริมดุลยภาพการเติบโตระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยวโดยเน้นการกระจายการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกตั้งอยู่ และพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นส่งเสริมดุลยภาพการเติบโตควบคู่ไปกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนและจังหวัด รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆที่ประเทศไทยมีศักยภาพหรือรูปแบบที่ควรพัฒนา

3. อัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารเสริมสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนถึงอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารและเสริมสร้างความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับประชาชนทุกระดับสำหรับอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร นั้นประกอบด้วย การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางทหาร นันทนาการ และผจญภัย การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม

4. แนวคิดการท่องเที่ยวยุคใหม่ เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งรักษาดุลยภาพระหว่างการหารายได้ กับการอนุรักษ์ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย ความเรียบง่าย ฟื้นฟูพัฒนา และ ถนอมรักษา โดยให้ความสนใจกับนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ มากกว่าปริมาณ อย่างสมดุล ในความพอดีและพอประมาณ

5. ฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเน้นความสมดุล พอประมาณ และการรักษาดุลยภาพระหว่างการหารายได้ กับการอนุรักษ์ เป็นการปรับใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการท่องเที่ยวโดยประยุกต์ใช้ใน 4มิติ คือ

5.1 ด้านการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง ที่ต้องยึดความพอประมาณ ความมีเหตุผล และภูมิคุ้มกัน การสร้างภูมิคุ้มกันโดยจัดทำแผนส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวที่มีความรู้ดีพอ การทำตลาดที่คำนึงถึงสิ่งที่มีอยู่ และสิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคม ตลอดจนข้อจำกัดอื่น ๆ นอกจากนี้ต้องรอบรู้และมีคุณธรรม

5.2 ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง เน้นการบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ที่มีแนวทางชัดเจนและมีการบูรณาการภายใต้กรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวเดียวกัน เน้นการพัฒนาโครงสร้าง ได้แก่ วินัย จิตสำนึกและการวางแผนแบบมีส่วนร่วม ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

5.3 ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว เน้นการรู้จักเคารพในภูมิปัญญาและวิถีชีวิต ปรับเปลี่ยนทัศนคติให้ความสำคัญของธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ที่ไม่มองธรรมชาติเป็นแค่ต้นทุน คำนึงถึงการใช้ประโยชน์ และขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้เกิดปฏิสัมพันธ์ตอบสนองการเรียนรู้

5.4 ด้านการพัฒนาชุมชนทหารเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกโดยให้ชุมชนทหารเข้มแข็ง มีเครือข่าย มีการเตรียมความพร้อมในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อการพัฒนาและบริหารจัดการประโยชน์อย่างเสมอภาค

6. การพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยการส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรมโดยการเชิดชูและรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารคุณค่าดั้งเดิมและภูมิปัญญาทางทหาร

งานเสริมสร้างคุณค่าในการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. บูรณาการการวางแผน การพัฒนาคุณค่าและคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวและการบริการการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

2. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการตลาดเชิงรุก ร่วมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ด้วยกลไกการจัดการการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ที่มีประสิทธิภาพ

3. พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความรู้ความสามารถ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว

4. สอดแทรกในการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวไว้ 5 ประการคือ

4.1 เสริมสร้าง การเทิดทูนสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์

4.2 เสริมสร้างความรักและความสามัคคี ของคนในชาติ

4.3 เสริมสร้างอุดมการณ์รักชาติ รักแผ่นดิน

4.4 เสริมสร้างระเบียบวินัยความรับผิดชอบต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคมโดยรวม

4.5 เสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างทหารกับประชาชนโดยทั่วไป ถึงเรื่องความจำเป็นที่ต้องมีทหารไว้ปกป้องอธิปไตยของชาติ

4.6 การแสวงหาเครือข่ายเพื่อความอยู่รอดและความมั่นคงอย่างยั่งยืนขององค์กรเพื่อการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

4.7 เปิดรับและทำความเข้าใจถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก แล้วพัฒนาให้ได้ตามเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

ภารกิจ

1. จัดตั้งหน่วยงานหลักเพื่อรับผิดชอบการดำเนินงานตามแผนโดยประสานงานกับสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวกองทัพบก ในฐานะเป็นคณะทำงานของกองทัพบกที่เป็นหน่วยงาน

กลางในการประสานงานกำกับดูแลติดตามและประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก และบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทุกระดับ

2. พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับภูมิภาคและระดับโลกสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างความเข้าใจและความภาคภูมิใจในความเป็นไทยสร้างจิตสำนึกท้องถิ่นและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

3. พัฒนาศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวสินค้าและบริการเพื่อให้รองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว และการช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างสมดุล

4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีคุณภาพและมีมาตรฐานสามารถรองรับปริมาณของนักท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทแวดล้อมรวมทั้งสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

5. ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะในแหล่งที่เสี่ยงต่อการเสื่อมโทรมเช่นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม

6. การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน โดยเฉพาะการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยให้แก่ชุมชนทั้งภายในหน่วยทหารและชุมชนทั่วไป

7. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารและภูมิปัญญาทางทหาร

8. วางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกของหน่วยตามกรอบ 7 ด้านคือ การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม

9. ปรับปรุงระเบียบและข้อบังคับให้สอดคล้องกับพลวัตการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดการจัดระเบียบและมีความชัดเจนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์เป้าประสงค์และพันธกิจของแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก จึงกำหนดยุทธศาสตร์ออกเป็น5ยุทธศาสตร์ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่1การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

1. เป้าประสงค์

1.1 กองทัพบกมีสินค้าและบริการที่หลากหลายในรูปแบบใหม่ๆ และมีคุณภาพสูงขึ้นเพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากหลากหลายกลุ่ม ให้มีความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและจับจ่ายใช้สอยมากขึ้นอีกทั้งส่งเสริมการพัฒนาหน่วยทหารกองทัพบกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ

1.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกอย่างยั่งยืน ผ่านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมของทหารเพื่อคงไว้ซึ่งความสวยงามของธรรมชาติและอัตลักษณ์ความเป็นทหาร

1.3 การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก มีความแข็งแกร่ง โดยการเพิ่มความสมดุลของการท่องเที่ยว ทั้งความสมดุลเชิงพื้นที่ความสมดุลเชิงเวลาหรือฤดูกาลและความสมดุลในทุกภาคส่วน

1.4 การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก มีบทบาทสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้โดยการสร้างรายได้ให้กับจังหวัดและในพื้นที่ที่ยังไม่เป็นที่นิยมรวมถึงการสร้างรายได้ให้กับชุมชนและอุตสาหกรรมในท้องถิ่นทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่อง

2. แนวทางการพัฒนา

2.1 พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐานโดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบเสริมสร้างพัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการให้ครอบคลุมทุกรูปแบบ 7 รูปแบบที่แสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร ประกอบด้วย การท่องเที่ยวที่เป็นกิจกรรมนันทนาการและผจญภัยทางทหาร การท่องเที่ยวเพื่อความรู้ การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคมตลอดจนการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างมีมาตรฐานสอดรับกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนครอบคลุมทั้งภาคผลิตภาคบริการและกิจการที่เกี่ยวข้องตลอดจนการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในระดับสากล

2.2 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการอย่างยั่งยืนโดยการส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม และสนับสนุนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกให้เกิดอย่างยั่งยืนทั้งในเชิงอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร ท้องถิ่นวัฒนธรรมประเพณีและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้แก่การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวการส่งเสริมนวัตกรรมด้านการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยการให้ความรู้และการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการพัฒนา วางแผนจัดการภูมิสถาปัตยกรรมการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ที่เป็นจุดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่

2.3 สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการทั้งในเชิงพื้นที่เชิงเวลาฤดูกาลและรูปแบบการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมความสมดุลเชิงพื้นที่ในการท่องเที่ยวทั้งในแง่การกระจายรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวได้แก่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ให้สอดคล้องและเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดและพื้นที่ที่มีศักยภาพที่ยังไม่ได้รับความนิยม การพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละหน่วยทหารการส่งเสริม สนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์และการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย และการส่งเสริมความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลในการท่องเที่ยวเช่นการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่และเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ต่างๆการเปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัวของทหารลงทุนเสริมกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่2การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

1. เป้าประสงค์

1.1 หน่วยทหารที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ค่ายทหาร หรือที่ตั้งหน่วยที่มีศักยภาพ สามารถจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวตามรูปแบบอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหาร 7 รูปแบบ นำเสนอภายใต้แบรนด์Armyland

1.2 นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติมีความสะดวกสบายมากขึ้นในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกโดยมีความสามารถในการรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง

1.3 นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ได้ ในภูมิภาคจังหวัดและพื้นที่ต่างๆอย่างสะดวกสบายมากขึ้นซึ่งจะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวของประเทศในวงกว้างมากขึ้น เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้กับชุมชนและท้องถิ่นต่างๆทั่วภูมิภาค

1.4 นักท่องเที่ยวมีความประทับใจและมีประสบการณ์ที่ดี ทั้งในด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย รวมไปถึงคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อชักจูงให้กลับมาเยี่ยมเยือนอีกครั้งและส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ

1.5 นักท่องเที่ยวอิสระ (Free and Independent Travelers) มีความสะดวกสบายมากขึ้นในการวางแผนและการเดินทางท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

2. แนวทางการพัฒนา

2.1 พัฒนาเครือข่ายถนนด้านการท่องเที่ยวโดยการพัฒนาระบบการคมนาคม ในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีความสะดวก และไม่กระทบต่อการปฏิบัติหน้าที่รักษาความปลอดภัยสถานที่ ได้แก่ การพัฒนาเส้นทางเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจัดระบบขนส่งสาธารณะเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณานำเอายุทโธปกรณ์ยานพาหนะที่ปลดประจำการมาพัฒนาเพื่อใช้ประโยชน์พัฒนาเส้นทางคมนาคมให้สามารถเชื่อมโยงกับรูปแบบการเดินทางอื่นๆในชุมชนเมืองและท้องถิ่น

2.2 พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวโดยการปรับปรุงระบบการตรวจคนเข้าในหน่วยทหารโดยใช้เทคโนโลยี โดยการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวลงทะเบียนเป็นสมาชิกท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปรับปรุงและอำนวยความสะดวกในการเดินทางผ่านเข้ามายังหน่วยทหารปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน จัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแหล่งเพิ่มจุดบริการ Free –WiFiในแหล่งท่องเที่ยวจัดทำระบบบัตรเดียวที่ใช้ได้กับทุกแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารพัฒนาแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for All) โดยการพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์ ลานจอดรถ ป้ายสื่อความหมาย ทางลาด บันไดเลื่อน ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว ห้องน้ำ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ และผู้สูงอายุให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล และสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

2.3 พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวโดยการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้แก่กล้องวงจรปิดเครื่องแปลภาษาการติดตั้งไฟในสถานที่ท่องเที่ยว อุปกรณ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้นจัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือและบริการนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยวส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเช่นปรับปรุงสุขาสาธารณะการจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่3การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. เป้าประสงค์

1.1บุคลากรในงานการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก มีศักยภาพสูงขึ้นทั้งในด้านคุณภาพความรู้ความสามารถระดับทักษะทั่วไปทักษะการบริหารและทักษะเฉพาะทางเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่มีความซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้นอันจะสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวได้แก่ พัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและสถานที่ท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกการมีส่วนช่วยในการสนับสนุนการพัฒนาชุมชน พื้นที่ ภูมิภาคของประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและเพิ่มจำนวนบุคลากรที่มีคุณภาพสูง

1.2บุคลากรในการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกเพื่อการพัฒนาระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกอย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ผู้บังคับบัญชา กำลังพลและครอบครัวมีความรู้ความเข้าใจความต้องการและความพร้อมที่จะมีส่วนร่วมในการสนับสนุนและพัฒนาสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

2. แนวทางการพัฒนา

2.1พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอโดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐภาคเอกชนและชุมชนในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับงานการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในเรื่องการพัฒนาทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและสถานที่ท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บังคับบัญชาสนับสนุนบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามหน้าที่งานการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกและได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล

2.2ส่งเสริมให้กำลังพลและครอบครัวมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมให้กำลังพลและครอบครัวมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้กำลังพลและครอบครัวมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารส่งเสริมให้เข้ารับการอบรมหลักสูตรการฝึกอบรมทักษะธุรกิจพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจใหม่การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกสนับสนุนการลงทุนและพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่กำลังพลและครอบครัวภายใต้หลักการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Thailand 4.0

ยุทธศาสตร์ที่4การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่มการส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

1. เป้าประสงค์

1.1นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกมากขึ้น

1.2การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกมีภาพลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ

1.3การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

1.4การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและน่ามาเยือนสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม

1.5นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารและอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเพิ่มขึ้น

1.6นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกที่หลากหลายขึ้น

1.7คนไทยนิยมการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกมากขึ้น

2. แนวทางการพัฒนา

2.1เสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกโดยการพัฒนาภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นด้านคุณภาพมุ่งเน้นการสื่อสารคุณค่าการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) ที่มีคุณภาพสูงต่อนักท่องเที่ยวการส่งเสริมการตลาดเป้าหมายและการสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกข้อควรปฏิบัติเพื่อความปลอดภัยและสิ่งที่ควรกระทำในกรณีฉุกเฉินเพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยรวมถึงการส่งเสริมการบังคับใช้และให้ความรู้เกี่ยวกับระเบียบและแบบธรรมเนียมการปฏิบัติของทหารที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยวและสาธารณชน

2.2ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยวและกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆโดยการส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปอันได้แก่ กลุ่มบริษัท กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มพลังมวลชน ภาคประชาสังคม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นต้นตลอดจนกลุ่มความสนใจพิเศษเช่นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศเป็นต้น

2.3ส่งเสริมเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก และของแต่ละหน่วยทหารด้วยการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารอาทิการสร้างคุณค่าความเป็นตัวตนของทหารในสินค้าและบริการต่างๆผ่านสัญลักษณ์ “Army Land”หรือ ร้านสะดวกซื้อ “Armymart”บนสินค้าและบริการที่คงอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของ

ทหารผ่านสื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางสื่อต่างๆเช่นรายการโทรทัศน์การจัดแสดง Roadshow เป็นต้นและการส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละหน่วยทหาร โดยการพัฒนาแบรนด์ และสื่อสารความแตกต่างของแต่ละหน่วยทหารต่างๆในรูปแบบการเล่าเรื่อง (Storytelling) การสื่อสารเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ผ่านช่องทางการสื่อสารการตลาดที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นต้น

2.4ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลาโดยการสร้างการรับรู้สินค้าบริการและแหล่งท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกอาทิการจัดกิจกรรม/เทศกาล/งานประเพณีพิธีการเฉพาะพื้นที่ของหน่วยทหารการสร้างความนิยมโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายแพ็กเกจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคเอกชนเป็นต้นและการส่งเสริม “เที่ยวทั่วไทยในเขตทหาร” โดยการสร้างค่านิยมการเดินทางท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกให้แก่คนไทยทุกคนในทุกเพศทุกวัยโดยให้ความสำคัญกับกลุ่มเฉพาะอันได้แก่ กลุ่มบริษัท กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มพลังมวลชน ภาคประชาสังคม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นต้น

2.5การส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาดด้วยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนในการทำการตลาดได้แก่การร่วมมือกับชุมชนครอบครัวทหารในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของทหารและสอดคล้องกับแบรนด์การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกการส่งเสริมการตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนและการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการตลาดเช่นการสนับสนุนการพัฒนาและต่อยอดแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการทำการตลาด เพิ่มประสิทธิภาพของหน่วยงาน ในการดูแลบริหารและวิเคราะห์สถิติข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกเป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่5การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างพื้นที่

1. เป้าประสงค์

1.1การวางแผนและการดำเนินงานของทุกภาคส่วนอย่างมีการบูรณาการมีความสอดคล้องและเป็นไปตามทิศทางเดียวกัน

1.2ทุกภาคส่วนมีความร่วมมือกันในการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

1.3กำลังพลและครอบครัวในระดับชุมชนหน่วยทหารมีโอกาสและได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น

1.4การดำเนินงานของหน่วยทหารเพื่อการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก มีประสิทธิภาพสูงขึ้นทั้งด้านการวางแผนและการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรบุคคลที่สอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในอนาคต

1.5การดำเนินงานของทุกหน่วยมีประสิทธิภาพ จากการบริหารจัดการท่องเที่ยวในหน่วยของตน ภายใต้การสนับสนุนและส่งเสริมของกองทัพบกโดยสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวกองทัพบก

1.6หน่วยทหารกองทัพบกมีการกำหนดและใช้ระเบียบข้อบังคับและมาตรฐานต่างๆอย่างเคร่งครัดเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มความปลอดภัยและส่งเสริมความยั่งยืน

1.7การลงทุนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐเอกชนและชุมชน

1.8การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ได้รับความร่วมมือ สนับสนุน ช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานการท่องเที่ยวของพื้นที่ในระดับประเทศ

2. แนวทางการพัฒนา

2.1ส่งเสริมการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพโดยเสริมสร้างการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างกองทัพบก หน่วยขึ้นตรงกองบัญชาการกองทัพบก และหน่วยขึ้นตรงกองทัพบก โดยสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวกองทัพบก เป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดนโยบายประสานงานกำกับดูแล ติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ส่งเสริมการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหารในแต่ละระดับหน่วย เป็นพื้นที่ เพื่อทำหน้าที่รับผิดชอบขับเคลื่อนแผนและการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกพัฒนากระบวนการการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชนและภาคประชาสังคม ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ความรู้จัดสรรงบประมาณและบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานในทุกระดับผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) จัดให้มีแผนบริหารจัดการความเสี่ยงและแผนบริหารจัดการสภาวะวิกฤตด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติสำรวจและจัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก และจัดทำแผนการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนระบบการติดตามและประเมินผล

2.2ปรับปรุงระเบียบข้อบังคับและมาตรฐานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก โดยการทบทวนแก้ไขระเบียบข้อบังคับที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน

ทหารที่ตั้งอยู่พื้นที่เดียวกัน ในการกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจนส่งเสริมการปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับด้านการท่องเที่ยวต่างๆตลอดจนการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในทางเดียวกัน

2.3สนับสนุนการลงทุนจากทุกภาคส่วนและการจัดทำข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการลงทุนต่างๆ ทั้งนี้จะต้องมีการพิจารณาผลกระทบที่มีต่อภาพลักษณ์ของกองทัพบกโดยรวม การจัดตั้งหน่วยบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกต่อไปในอนาคต

2.4ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการประสานความร่วมมือกับองค์กรทางการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่และประเทศการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงภายใต้ความร่วมมือระหว่างกันพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง การมีบทบาทในเวทีระดับพื้นที่และประเทศ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของพื้นที่และประเทศ ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค สร้างความสัมพันธ์กับองค์กรทางการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่และประเทศแบบบูรณาการ และส่งเสริมการตลาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในภาพรวมของการท่องเที่ยวระดับพื้นที่ จังหวัด และภูมิภาคของประเทศ

ยุทธศาสตร์และนโยบายทางการท่องเที่ยวของรัฐบาล : แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่2 (พ.ศ. 2560-2564)

ยุทธศาสตร์ที่1การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

1. พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐานโดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบเสริมสร้างพัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการให้ครอบคลุมทุกรูปแบบและส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทยรวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการระดับโลกสากล

2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการอย่างยั่งยืนโดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐเอกชนและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในเชิงอัตลักษณ์วิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณีและสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ได้แก่การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวการส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่การ

ส่งเสริมสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนผู้ประกอบการให้ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการการดูแลรักษาและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นต้น

3. สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการทั้งในเชิงพื้นที่เชิงเวลาฤดูกาลและรูปแบบการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมความสมดุลเชิงพื้นที่ในการท่องเที่ยวทั้งในแง่การกระจายรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวได้แก่การจัดตั้งเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดและพื้นที่ที่มีศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองการพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทการพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเป็นต้นและการส่งเสริมความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลในการท่องเที่ยวได้แก่การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือเทศกาลประจำปีในพื้นที่ต่างๆการสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ (Man - Made Attractions) เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่2การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1. พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวโดยการพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งในการเดินทางเข้าสู่ประเทศทั้งทางบกทางน้ำและทางอากาศได้แก่การพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวกระดับระบบขนส่งสาธารณะเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สามารถเชื่อมโยงกับรูปแบบการเดินทางอื่นๆพัฒนาศักยภาพของสนามบินในการรองรับนักท่องเที่ยวเพิ่มเส้นทางและจำนวนเที่ยวบินระหว่างประเทศและภายในประเทศที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง

2. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวโดยการปรับปรุงระบบการตรวจคนเข้าเมืองปรับปรุงและอำนวยความสะดวกในการเดินทางผ่านแดนปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแหล่งเพิ่มจุดบริการ Free - WiFiในแหล่งท่องเที่ยวจัดทำระบบบัตรโดยสารเดียวที่ใช้ได้กับทุกช่องทางการเดินทางพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล(Tourism for All) ได้แก่ห้องน้ำคนพิการทางลาดราวจับเป็นต้นและพัฒนาแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว

3. พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวโดยการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้แก่กล้องวงจรปิดเครื่องแปลภาษาการติดตั้งไฟในสถานที่ท่องเที่ยวอุปกรณ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้นจัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยวส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเช่นปรับปรุงสุขาสาธารณะการจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่3การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันสอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาดโดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐภาคเอกชนและชุมชนในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องความต้องการของตลาดแรงงานสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวสนับสนุนบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่งงานและได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล

2. ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่นจัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมทักษะธุรกิจพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มช่องทางการลงทุนและพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่ภาคเอกชนภายใต้หลักการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมThailand 4.0

ยุทธศาสตร์ที่4การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่มการส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

1.เสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทยโดยการพัฒนาภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นด้านคุณภาพมุ่งเน้นการสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม(Preferred Destination) ที่มีคุณภาพสูงต่อนักท่องเที่ยวการทำการตลาดเป้าหมายและสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยและมาตรการป้องกันของประเทศไทยข้อควรปฏิบัติเพื่อความปลอดภัยและสิ่งที่ควรกระทำในกรณีฉุกเฉินเพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยรวมถึงการส่งเสริมการบังคับใช้และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยวและสาธารณชน

2. ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยวและกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆโดยการส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปกลุ่มตลาดระดับกลาง - บน (มีรายได้ส่วนบุคคลสูงกว่า20,000เหรียญสหรัฐต่อปี) ในพื้นที่ตลาดที่มีศักยภาพและการทำการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษเช่นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ

3. ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่นด้วยการสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้เป็นที่เข้าใจในเวทีโลกอาทิการสร้างคุณค่าความเป็นไทยในสินค้าและบริการต่างๆผ่านสัญลักษณ์ “Thainess” บนสินค้าและบริการที่คงอัตลักษณ์ความเป็นไทยการสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านสื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางสื่อต่างๆเช่นรายการโทรทัศน์การจัดแสดง

Roadshow เป็นต้นและการส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและจังหวัดโดยการพัฒนาแบรนด์และสื่อสารความแตกต่างของภาคและจังหวัดต่างๆในรูปแบบการเล่าเรื่อง (Storytelling)การสื่อสารเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ผ่านช่องทางการตลาดที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมาย

4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา โดยการสร้างการรับรู้สินค้าบริการและแหล่งท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลอาทิการจัดกิจกรรมเทศกาลและงานประเพณีประจำถิ่นในแต่ละเดือนการสร้างความนิยมของจังหวัดท่องเที่ยวรองเช่นการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายแพ็กเกจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคเอกชนเป็นต้นและการส่งเสริม “ไทยเที่ยวไทย” ได้แก่การสร้างค่านิยมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศให้แก่คนไทยทุกคนในทุกเพศทุกวัยการส่งเสริมการตลาดแบบมีเป้าหมายเฉพาะเช่นกลุ่มผู้สูงอายุกลุ่มนักเรียนนักศึกษากลุ่มสุภาพสตรีรวมถึงการสนับสนุนมาตรการทางการเงินเพื่อส่งเสริมการใช้จ่ายช่วงการท่องเที่ยวอาทิมาตรการการลดหย่อนทางภาษี

5. ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการทำการตลาดด้วยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนในการทำการตลาดได้แก่การร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและสอดคล้องแบรนด์จังหวัดการส่งเสริมการตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนและการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการตลาดเช่นการสนับสนุนการพัฒนาและต่อยอดแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการทำการตลาดเพิ่มประสิทธิภาพหน่วยงานที่รับผิดชอบการตลาดดิจิทัลทั้งในด้านการดูแลบริหารและวิเคราะห์สถิติข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย

ยุทธศาสตร์ที่5การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

1.ส่งเสริมการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพโดยการเสริมสร้างการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานระดับนโยบายโดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดนโยบายประสานงานกำกับติดตามและประเมินผลการดำเนินงานส่งเสริมการกระจายอำนาจสู่หน่วยงานระดับภูมิภาคและท้องถิ่นขับเคลื่อนแผนและการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชาติพัฒนากระบวนการการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐเอกชนและประชาชนส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ความรู้จัดสรรงบประมาณและบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานในทุกระดับผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน(Community - based Tourism: CBT) จัดให้มีแผนบริหารจัดการความเสี่ยงและแผนบริหารจัดการสภาวะวิกฤตด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ

2.ปรับปรุงกฎหมายข้อบังคับและมาตรฐานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังโดยการทบทวนแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐในการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังกำหนดบทบาทและความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจนส่งเสริมการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อระเบียบด้านการท่องเที่ยวต่างๆ ประชาสัมพันธ์เสริมสร้างความเข้าใจในระเบียบและกฎหมายด้านการท่องเที่ยว

3.สนับสนุนการลงทุนจากภาคเอกชนและการจัดทำศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวอาทิส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการลงทุนต่างๆและการจัดตั้งหน่วยบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่การจัดทำ Tourism Intelligence Center และสนับสนุนการแบ่งปันข้อมูลกลางแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน

4.ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการประสานความร่วมมือกับนานาประเทศในการส่งเสริมการพัฒนาท่องเที่ยวและการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศระดับต่างๆเช่น APEC ASEAN GMS ACMECS IMT - GT สนับสนุนให้ตัวแทนประเทศไทยในองค์กรและหน่วยงานต่างๆมีบทบาทในเวทีนานาชาติเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยและอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว

ในระดับภูมิภาคเช่นการลดขั้นตอนการเดินทางเข้าประเทศการตรวจลงตราและใบขับขี่ที่ครอบคลุมทั้งภูมิภาคเป็นต้นส่งเสริมความสัมพันธ์ในรูปแบบเมืองพี่เมืองน้องด้านการท่องเที่ยวกับต่างประเทศส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวบนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก - ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจเหนือ – ใต้ (North SouthEconomic Corridor: NSEC) และส่งเสริมการตลาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในภาพรวมของกลุ่มประเทศตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศต่างๆ

แนวคิดที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมาย

การท่องเที่ยวมีนักวิชาการหลายท่านสรุปไว้ตามทรรศนะของตนกันดังนี้

ฉลองศรีพิมลสมพงศ์ (2557)กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึงการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจโดยมีเงื่อนไขในการเดินทางอยู่ 3 ประการคือ

1.เดินทางจากที่อยู่ถาวรไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

2. เดินทางด้วยความตั้งใจและสมัครใจของตนเองโดยมิได้บังคับ

3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆแต่ไม่ใช้การเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจอาชีพหรือเป็นการหารายได้

บุญเลิศจิตตั้งวัฒนา (2556)กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวคือการเดินทาง(Travel) ถ้าหากไม่มีการเดินทางก็จะไม่ใช่การท่องเที่ยวแต่การเดินทางต้องเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจมิได้ถูกบังคับด้วยเหตุผลต่างๆโดยมีวัตถุประสงค์อื่นๆเช่นการพักผ่อนหย่อนใจความสนุกสนานการศึกษาหาความรู้ศาสนากีฬาเยี่ยมญาติพี่น้องติดต่อธุรกิจการประชุมสัมมนาเป็นต้นมิฉะนั้นก็จะไม่ใช่เงื่อนไขการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งมี 6 ประการดังนี้

1. การเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือประกอบธุรกิจต่างๆ

2. การเดินทางโดยตั้งใจที่จะย้ายที่อยู่อาศัยเป็นการถาวร

3. การเดินทางไปยังประเทศใดประเทศหนึ่งเพื่อปฏิบัติงานต่างๆโดยได้รับค่าตอบแทน

4. การเดินทางข้ามอาณาเขตไปทำงานนอกประเทศทุกคน

5. การเดินทางผ่านโดยไม่แวะลงแม้ว่าจะข้ามจากอาณาเขตของแต่ละประเทศมานานกว่า24 ชั่วโมง

6. การเดินทางที่ถูกบังคับไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตาม

ฐิรชญา มณีเนตร (2552)กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไปและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬาซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อนการประชุมสัมมนา (ธุรกิจ)การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนยังสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมิใช่เป็นการพำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

นิศา ชัชกุล (2551)กล่าวว่าการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ การเดินทาง การพักค้างคืน และการกินอาหารนอกบ้าน

องค์การสหประชาชาติ (United Nation) ในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อ พ.ศ.2506 ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวไว้ว่าหมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่3 ประการ คือ

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งและใช้ยานพาหนะไปเป็นระยะทางใกล้หรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิมโดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั่น ซึ่ง ณ ที่นั่นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

อาทิตย์ ศิริธร (2541)กล่าวว่า โดยทั่วไปการท่องเที่ยว หมายถึง การที่ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมเยือนยังสถานที่หนึ่งเพื่อการเที่ยวชมเมือง เพื่อเยี่ยมญาติและเพื่อน ไปพักผ่อนวันหยุด รามไปถึงบุคคลที่เดินทางไปร่วมประชุมทางวิชาการทางการเมืองหรือการประชุมทางธุรกิจหรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆ ทางธุรกิจตลอดจนการเดินทางไปศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญหรือไปทำการศึกษาวิจัย โดยผู้ที่มาเยือนสามารถใช้การคมนาคมขนส่งทุกรูปแบบ

David & Martin (2000) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวธุรกิจต่างๆ รัฐบาลของประเทศเจ้าบ้าน และประชาชนท้องถิ่นในกระบวนการดึงดูดและให้การต้อนรับแก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนอย่างอบอุ่น

จากการศึกษา พบว่า ความหมายการท่องเที่ยวมีผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและนักวิชาการได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้มากนัก และการให้ความหมายก็แตกต่างออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการพิจารณาว่าเกี่ยวข้องกับเรื่องธุรกิจ หรือกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลินของมนุษย์ การให้ความหมายจึงขึ้นอยู่กับพื้นฐานดังกล่าวที่มีต่อการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การที่คนเดินทางออกจากที่พักหรือที่ทำงานไปยังสถานที่อื่นๆ ในระยะเวลาสั้นๆ และคนเหล่านี้จะทำกิจกรรมต่างๆ ระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในการที่คนเดินทางออกจากที่พัก หรือที่ทำงานไปยังสถานที่อื่นๆ ในระยะเวลาสั้นๆ และคนเหล่านี้จะทำกิจกรรมต่างๆ ระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางต้องการไปเยี่ยมญาติมิตรหรือท่องเที่ยว

องค์ประกอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (4As)

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมีนักวิชาการหลายท่านสรุปไว้ใกล้เคียงกันดังนี้

Cooper & Boniface (1998)กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย 4 Asคือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว

2. การเข้าถึง (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจได้มากหากมีความสะดวกในการเข้าถึง

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม

4. บริการเสริมที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาขึ้นมาเอง (Ancillary Service) แหล่งท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังสถานที่ท่องเที่ยว

Collier &Harraway (1997)กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการ หรือ 3 Asได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ที่เกิดจากสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Event) โดยสถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้นแต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึงบริเวณพื้นที่และโครงสร้างสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ที่สร้างขึ้นรองรับกิจกรรมของผู้มาเยือนและกิจกรรมในการบริหารจัดการพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน เช่น ระบบขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวเพราะจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ซึ่งจะต้องมีระบบขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วยเส้นทาง ยานพาหนะ และผู้ประกอบการขนส่งเพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542)ได้สรุปเพิ่มเติมว่าการที่จะให้มีนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวใดๆ ก็ตาม มักจะขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ ดังที่ คูเปอร์ และฮาราเวย์ ได้กล่าวไว้แล้ว คือ

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจ เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2. ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีเส้นทางคมนาคมเข้าถึง เป็นปัจจัยสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นตลอดจนสามารถเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง

3. ทรัพยากรท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นองค์ประกอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวได้ประทับใจ เช่น บริการด้านน้ำประปา ไฟฟ้า การสื่อสาร การขนส่ง ที่พัก อาหาร นำเที่ยว แลกเปลี่ยนเงินตรา สินค้าที่ระลึก เป็นต้น

เทิดชาย ช่วยบำรุง (2551)กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวควรมีองค์ประกอบหลักอย่างน้อย 5 ประการ หรือ 5As ดังต่อไปนี้

1. Accessibility หมายถึง การเข้าถึง คือ มีความสามารถในการเข้าถึงความสามารถในการคมนาคมไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดี เช่น มีถนนคอนกรีตและถนนลาดยาง อยู่ในสภาพที่ดี เข้าถึงง่าย สะดวกสบาย รวมไปถึงการเดินทางโดยวิธีอื่นๆ

2. Activity หมายถึง กิจกรรม คือ ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบ เช่นการเดินป่าการปั่นจักรยาน การศึกษาธรรมชาติ การพายเรือ การถ่ายรูป เป็นต้น

3. Amenity หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก คือ แหล่งท่องเที่ยวต้องมิสิ่งอำนวยความสะดวกเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยวอย่างครบครันและเพียงพอ เช่น ด้านสาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า ถนน โทรศัพท์ สถานีตำรวจ โรงพยาบาล รวมถึงที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกและจุดบริการนักท่องเที่ยว

4. Attraction หมายถึง สิ่งดึงดูดใจ คือ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ

5. Accommodation หมายถึง ที่พัก คือ ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณใกล้เคียงต้องมีที่พักไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยว

ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2543)กล่าวว่า การท่องเที่ยวที่จะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบสำคัญ3 ประการ (3As) ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Site) และเหตุการณ์ (Event) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้างหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบายที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัยและสะดวกสบายยิ่งขึ้นการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน

(Infrastructure) เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว

3. การเข้าไปถึง (Accessibility) การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ประกอบด้วย เส้นทางยานพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่ง เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดมุ่งหมายปลายทางโดยผ่านเส้นทางหรือท่อลำเลียง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ของ Cooper & Boniface (1998)ซึ่งได้อธิบายว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย 4 As อันประกอบไปด้วย ด้านความดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสำราญจากแหล่งท่องเที่ยว และด่านองค์ประกอบของการบริการ ซึ่งมีความครอบคลุมมากกว่าแนวคิดองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว หรือ 3 As อันได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

วรรณาศิลปอาชา (2557)และฉันทัชวรรณถนอม (2552)ได้เห็นสอดคล้องกันว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวจะต้องประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบดังนี้

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) คือองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดเพราะถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเกิดไม่เกิดขึ้นการศึกษานักท่องเที่ยวจะเป็นไปในลักษณะประชากรศาสตร์ซึ่งถือเป็นการศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อการเข้าใจนักท่องเที่ยวและสามารถนำไปคิดกลยุทธ์การท่องเที่ยวประกอบไปด้วยเพศอายุอาชีพรายได้การศึกษาสถานภาพและถิ่นที่อยู่อาศัยอีกทั้งยังต้องคำนึกถึงวัตถุประสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวด้วย

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) คือสถานที่ท่องเที่ยวกิจกรรมและวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับตัวเองซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะได้แก่

2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติคือสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติเช่นทะเลภูเขาน้ำตกแม่น้ำป่าไม้เป็นต้น

2.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นคือสถานที่ท่องเที่ยวที่สร้างโดยฝีมือมนุษย์ประกอบไปด้วยทรัพยากรด้านประวัติศาสตร์เช่นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์โบราณสถานเป็นต้นทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคมเช่นวัฒนธรรมศิลปะประเพณีวิถีชีวิตอาหารภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นต้นและทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านบันเทิงและความเพลิดเพลินเช่นสวนสนุกสถานบันเทิงสวนสัตว์เป็นต้น

3. ธุรกิจการท่องเที่ยว (Tourism Business) คือธุรกิจที่เกี่ยวกับผลิตสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวได้แก่ธุรกิจที่พักแรมธุรกิจนำเที่ยวธุรกิจ

อาหารและเครื่องดื่มธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกธุรกิจคมนาคมขนส่งและธุรกิจนันทนาการเพลิดเพลิน

4. ประชากรในท้องถิ่น (Local People) คือปัจจัยสำคัญในการดูแลรักษาและจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพสร้างความประทับใจประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวและสร้างความสำเร็จให้กับชุมชนอีกทั้งชุมชนยังสามารถกำหนดแบบแผนและทิศทางในการพัฒนาได้ด้วยตนเอง

5. องค์กรด้านการท่องเที่ยว (Tourism Organization) คือการขับเคลื่อนที่สำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมีบทบาทกำกับดูแลส่งเสริมการท่องเที่ยวและประสานความร่วมมือการท่องเที่ยวโดยองค์กรด้านการท่องเที่ยวมีทั้งองค์กรการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism Organization) ซึ่งประกอบไปด้วยองค์กรที่ดำเนินงานโดยภาครัฐเช่นองค์กรการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) และองค์กรที่ดำเนินงานโดยภาคเอกชนเช่นสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (WTTC) ส่วนองค์กรด้านการท่องเที่ยวระดับประเทศ(National Tourism Organization) ซึ่งประกอบไปด้วยองค์กรที่ดำเนินงานโดยภาครัฐเช่นกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและองค์กรที่ดำเนินงานโดยภาคเอกชนเช่นสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากข้างต้นองค์ประกอบการท่องเที่ยวสามารถช่วยสนับสนุนส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการการท่องเที่ยวและสามารถช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอีกด้วยเพราะนักท่องเที่ยวคือองค์ประกอบที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการกำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยว

ความหมาย

ความเป็นมาของมาตรฐานการท่องเที่ยว

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีภารกิจหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ โดยการจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยและนำเข้าสู่กระบวนการตรวจประเมินและการให้การรับรองที่เทียบเคียงมาตรฐานสากล กรมการท่องเที่ยวเชื่อมั่นว่า การพัฒนาสถานประกอบการและองค์ประกอบอื่นๆ ด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ สร้างรายได้ให้กับประเทศรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คนรุ่นต่อไปและช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้ยั่งยืนในปัจจุบัน กรมการท่องเที่ยวจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวแล้วเสร็จ จำนวน 50 มาตรฐาน ครอบคลุมทั้งมาตรฐานด้านการบริการท่องเที่ยว มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว และมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์การตรวจประเมินและรับรองมาตรญานการท่องเที่ยวไทย ได้เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2550 เป็นต้นมา โดยในปี พ.ศ. 2555 – 2556 มีสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยดังนี้

จำนวนสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ปี พ.ศ. 2555

ลำดับ	มาตรฐาน	จำนวน แห่ง/ลำ/หลัง
1	ที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรม	9
2	ที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทรีสอร์ท	19
3	บริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว	38
4	ห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวระดับสากล	12
5	เรือรับจ้างนำเที่ยว	53
6	เรือภัตตาคาร	5
7	การให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)	7
8	การให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)	4
9	การจัดกิจกรรมค่ายพักแรม	5
10	การจัดกิจกรรมปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว	3
11	การจัดกิจกรรม Eco Lodge เพื่อการท่องเที่ยว	2
	รวม จำนวน	157

จำนวนสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ปี พ.ศ. 2556

ลำดับ	มาตรฐาน	จำนวน แห่ง/ลำ/หลัง
1	ที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรม	57
2	ที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทรีสอร์ท	53
3	ที่พักเพื่อการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay)	4
4	บริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว	60
5	ห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวระดับสากล	15
6	เรือรับจ้างนำเที่ยว	108
7	เรือภัตตาคาร	5
8	แพบริการเพื่อการท่องเที่ยว	7
9	การให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)	10
10	การให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)	28
11	ศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว	4
12	กิจกรรมล่องแก่ง	8
13	กิจกรรมปีนหน้าผา	3
14	กิจกรรมเดินป่า	1
15	กิจกรรมดำน้ำ	1
16	กิจกรรมแคนู-คายัค	4
17	การจัดกิจกรรมค่ายพักแรม	1
18	การจัดกิจกรรมปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว	3
19	การบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว	74
	รวมจำนวน	446

รวมทั้งสิ้น 603 แห่ง/ลำ/หลัง

องค์ประกอบ

มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรม สถานพักตากอากาศ

มาตรฐานที่พักเพื่อท่องเที่ยว ประเภทโรงแรมและรีสอร์ท จัดทำขึ้นเพื่อกำหนดระดับการให้บริการของสถานประกอบการที่พัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจเลือกใช้บริการตามระดับความต้องการ ตั้งแต่ 1-5 ดาว โดยสามารถจัดแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

กลุ่มที่ 1สถานที่พักระดับ 1-4 ดาว กลุ่มนี้จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานอยู่ในระดับดีตามที่กฎหมายกำหนดหรือมากกว่าเล็กน้อย ด้านความสวยงามทันสมัยหรือความหรูหรา อาจมีไม่มากนัก แต่ทั้งนี้ บริการต้องดีและเหมาะสมกับการจัดการให้บริการเป็นที่พักได้อย่างเหมาะสมกับระดับของที่พักนั้นๆ

กลุ่มที่ 2 สถานที่พักระดับ 5 ดาว นอกจากจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานอยู่ในระดับดีตามที่กฎหมายกำหนดหรือมากกว่า สิ่งที่ต้องมีเพิ่มเป็นพิเศษ คือ มีความสะดวกสบาย ความทันสมัย สวยงาม หรูหรา ประณีตบรรจง การให้บริการดีมากและยอดเยี่ยม สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้พักได้อย่างดีและสมบูรณ์แบบ การบริหารจัดการต่างๆ จะต้องอยู่ในระดับสากล

มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

ที่พักเพื่อการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว หมายถึง สถานที่ให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับนักท่องเที่ยวที่พำนักเพื่อการพักผ่อนเป็นเวลา 30 วันขึ้นไป การจัดระดับที่พักเพื่อการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวมีเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้ ต้องเป็นไปตามข้อกำหนด กฎกระทรวงหรือกฎหมายที่ควบคุมในแต่ละประเภทของธุรกิจ ต้องมีจำนวนห้องพักที่เป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวอย่างน้อยร้อยละ 10 ของจำนวนห้องพักทั้งหมด ในการณีที่มีจำนวนห้องพักทั้งหมดไม่ถึง 80 ห้อง/หน่วย ต้องมีห้องพักตามข้อกำหนดของมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวไม่น้อยกว่า 10 ห้อง/หน่วย เน้นให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัย การบริการที่มีคุณภาพ ถูกหลักอนามัยและสุขลักษระ คำนึงถึงคุณภาพสิ่งแวดล้อมทั้งด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของสถานที่ตั้ง ห้องพัก ห้องอาหาร บริการเสริมอื่นๆ และบุคลากรมี 3 ระดับ คือ ระดับแพลทตินัม(Platinum) ระดับโกลด์ (Gold) และระดับซิลเวอร์ (Silver)

มาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว

มาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว เป็นแนวทางในการดำเนินงานของผู้ประกอบการร้านอาหาร เพื่อให้สามารถให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ ถูกสุขลักษณะ มีความปลอดภัย ซึ่งเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคโดยตรง และยังช่วยเสริมสร้างให้นักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างประเทศเกิดความเชื่อมั่นต่อการให้บริการด้านอาหาร โดยเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพ ยกระดับการบริการ สร้างมูลค่าเพิ่มรวมทั้งเป็นการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล

มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวระดับสากล

มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวระดับสากล ครอบคลุมเฉพาะห้องน้ำสาธารณะที่เป็นทางผ่านสู่แหล่งท่องเที่ยว สถานีขนส่งผู้โดยสาร ท่าเรือ ท่าอากาศยาน ห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมถึงห้องน้ำในบริเวณอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น บริเวณที่ซื้อขายสินค้าและบริการตลาด ห้างสรรภสินค้า องค์ประกอบของมาตรฐาน ประกอบด้วย ความสะอาด ความม

ปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ การออกแบบและจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน การบริหารจัดการคุณภาพบริการ

มาตรฐานเรือรับจ้างนำเที่ยว

การท่องเที่ยวทางเรือ เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งในรายการนำเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ ด้วยจุดขายที่โดดเด่นในด้านวัฒนธรรม โบราณสถาน ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ ทัศนียภาพที่งดงาม ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวมีการพัฒนาไปอย่างหลากหลาย กรมการท่องเที่ยวจึงจัดทำมาตรฐานเรือรับจ้างนำเที่ยว เป็นแนวทางเพื่อให้เรือรับจ้างนำเที่ยวสามารถให้บริการได้อย่างมีคุณภาพ เรือรับจ้างนำเที่ยวตามมาตรฐานนี้ หมายถึง เรือบรรทุกคนโดยสารที่แล่นในลำน้ำหรือทะเล เป็นเรือที่ได้รับการจดทะเบียนให้บรรทุกคนโดยสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อการนำเที่ยวแบ่งเป็น 3 ขนาด คือ เรือขนาดเล็ก บรรทุกคนโดยสารไม่เกิน 15 คน เรือขนาดกลาง บรรทุกคนโดยสาร 16-70 คน เรือขนาดใหญ่ บรรทุกคนโดยสาร 71-150 คน

มาตรฐานเรือภัตตาคาร

เรือภัตตาคารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำรูปแบบหนึ่ง ที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวโดยสามารถพักผ่อน รับประทานอาหารเพลิดเพลินกับการชมวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม ชมวิถีชีวิตที่น่าสนใจตามลำน้ำ มาตรฐานเรือภัตตาคารนี้ จัดทำเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจเรือภัตตาคารให้มีประสิทธิภาพทั้งด้านคุณภาพและบริการ โดยเน้นที่ความปลอดภัย การให้บริการ สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวมาตรฐานมี 3 ระดับ คือ 3 ดาว 4 ดาว และ 5 ดาว

มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)

งานศิลปหัตถกรรมของแต่ละท้องถิ่นได้กลายเป็นของที่ระลึกที่มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะซื้อหาของที่ระลึกเพื่อเป็นของทดแทนความทรงจำที่ประทับใจ และเป็นของฝากญาติมิตรมาตรฐานนี้จัดทำขึ้นเพื่อเสนอแนวทางการจัดการให้เป็นที่ยอมรับ เป็นการพัฒนารูปแบบการให้บริการที่มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ครอบคลุมผลิตภัณฑ์การบริการ สถานที่และการบริหารจัดการไม่รวมถึงสถานที่จำหน่ายอัญมณี และสินค้าประเภทอาหาร

มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี)

มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก(สินค้าอัญมณี) ถือว่าเป็นเกณฑ์กำกับคุณภาพการให้บริการที่จะสามารถสร้างความวางใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวและซื้อหาสินค้าประเภทอัญมณีจากประเทศไทย ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ และอีกประการหนึ่งก็คือการสร้างบรรยากาศของธุรกิจขายของที่ระลึก (สินค้าอัญมณี) ให้เป็นธุรกิจที่ประกอบด้วยคุณธรรมและจริยธรรมในการให้บริการที่มีมาตรฐานมากขึ้น ครอบคลุมด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่และสภาวะแวดล้อม การให้บริการ การบริหารจัดการและจริยธรรม จรรยาบรรณของธุรกิจ

มาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว

มาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว ครอบคลุมเฉพาะศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวที่ให้บริการในลักษณะการให้บริการสาธารณะ ไม่ครอบคลุมศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวที่ให้บริการในลักษณะบริการธุรกิจนำเที่ยว มาตรฐานนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการ และพัฒนาการให้บริการศูนย์ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของแระเทศเทียมเท่าระดับสากล มีคุณภาพตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

มาตรฐานแพบริการเพื่อการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวทางน้ำโดยแพบริการท่องเที่ยว จัดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวชนิดหนึ่งที่ได้รับความนิยม และมีแนวโน้มในการใช้บริการแพท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ทั้งนี้ จากปริมาณความต้องการเที่ยวแพเพิ่มขึ้นนี้ ทำให้รูปแบบการบริการ จำนวนของผู้ให้บริการอพท่องเที่ยวมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น มาตรฐานแพบริการเพื่อการท่องเที่ยว จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางการให้บริการแพบริการสำหรับนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการแพ ในด้านการติดต่อประสานงานและการเตรียมตัวการบริหารจัดการ ความสามารถของบุคลากร อุปกรณ์เพื่อความปลอดภัย กิจกรรมการท่องเที่ยวและบริการ และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน

มาตรฐานกิจกรรมเดินป่า

กิจกรรมการเดินป่า เป็นกิจกรรมที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความเพลิดเพลิน มีเอกลักษณ์ประกอบกิจกรรมได้หลายรูปแบบ เช่น เดินป่า ส่องสัตว์ เล่นน้ำตก ถ่ายภาพ ชมธรรมชาติ ท่องแรมไพร การจัดกิจกรรมนี้ ย่อมมีผลกระทบต่อทรัพยากรโดยตรง มาตรฐานนี้จัดทำขึ้นเพื่อป้องกันผลกระทบและอนุรักษ์ทรัพยากร ใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ยกระดับคุณภาพการบริการ

มาตรฐานกิจกรรมปีนหน้าผา

การปีนหน้าผา เป็นกิจกรรมที่ให้ประโยชน์ ให้ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ตื่นเต้น ผจญภัย และยังเป็นการออกกำลังกายที่ดีมาก นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด และต้องใช้พื้นที่ที่เป็นภูเขาที่มีหน้าผาสูงเป็นธรรมชาติซึ่งมีความเสี่ยงต่อการถูกทำลาย มาตรฐานกิจกรรมปีนหน้าผาจึงเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบคุณภาพการดำเนินกิจกรรมของผู้ประกอบการเพื่อสร้างความปลอดภัยและความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว พร้อมกับอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

มาตรฐานกิจกรรมล่องแก่ง

การล่องแก่ง เป็นการล่องเรือยางในลำน้ำที่มีพื้นท้องน้ำลาดชันมาก มีกระแสน้ำไหลเร็วและแรงผ่านบริเวณที่มีเกาะแก่งต่างๆ เป็นการท่องเที่ยวแบบผจญภัยกึ่งอนุรักษ์ ตื่นเต้น ท้าทาย มาตรฐานกิจกรรมล่องแก่ง จัดทำขึ้นเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการได้ใช้เป็นแนวทางในการประกอบ

ธุรกิจการให้บริการนักท่องเที่ยว การป้องกันอุบัติเหตุ การรักษาสภาพแวดล้อม เพื่อให้การล่องแก่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

มาตรฐานกิจกรรมดำน้ำ

มาตรฐานกิจกรรมดำน้ำ เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวแนวผจญภัยที่มีแหล่งท่องเที่ยวอยู่ใต้ทะเลจึงเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ต้องบริหารจัดการด้วยความรับผิดชอบสูง ทั้งต่อตนเอง ผู้อื่น และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ดำน้ำ มาตรฐานนี้เป็นแนวทางปฏิบัติในการอนุรักษ์ทรัพยากรใต้ทะเล สร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวในเรื่องความปลอดภัยเมื่อใช้บริการ

มาตรฐานการจัดกิจกรรมค่ายพักแรม

การพักแรมในรูปแบบแค้มปิ้ง เป็นรูปแบบการพักแรมเพื่อการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว มาตรฐานการจัดกิจกรรมค่ายพักแรม เป็นมาตรฐานที่ใช้เป็นแนวทางในการให้บริการสถานที่พักในแหล่งธรรมชาติที่ไม่รบกวนหรือสร้างความเสียหายแก่ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม โดยมีวัตถุประสงค์ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในลักษณะการศึกษา เรียนรู้ เพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่าในพื้นที่

มาตรฐานกิจกรรมแคนู/คายัค

การพายเรือแคนู เรือคายัค เป็นรูปแบบของเรือพายที่นำมาจากต่างประเทศ นำมาใช้ในการท่องเที่ยวตามลำน้ำและชายฝั่งทะเล เป็นเรือพายขนาดเล็ก นั่งได้ 1-3 คน เรือใช้วัสดุที่คงทน แต่มีน้ำหนักเบาไม่ล่มได้ง่าย กิจกรรมพายเรือแคนูและคายัค ถือเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวผจญภัย แบ่งพื้นที่กิจกรรมเป็น 2 ประเภท คือ พื้นที่กิจกรรมน้ำนิ่ง และพื้นที่กิจกรรมน้ำเชี่ยว

มาตรฐานการจัดกิจกรรมปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว

ปางช้างกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ มีกิจกรรมที่เกี่ยวเนื่องกับช้าง เช่น การนั่งช้าง การแสดงของช้าง และการเรียนรู้เกี่ยวกับช้าง เป็นกิจกรรมที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง มาตรฐานการจัดกิจกรรมปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว จะเป็นบริการกิจกรรมที่อยู่ภายใต้กรอบของการท่องเที่ยวและสอดคล้องกับแผนแม่บทการอนุรักษ์ช้างแห่งชาติ

มาตรฐานการจัดกิจกรรม Eco Lodge เพื่อการท่องเที่ยว

แหล่งกิจกรรม Eco Lodge ในประเทศไทยส่วนใหญ่พบกระจายตัวขึ้นอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ โดยส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่แหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมของชนเผ่าหรือชาติพันธุ์ที่ยังคงวิถีชีวิตดั้งเดิม มาตรฐานการจัดกิจกรรม Eco Lodge จึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อช่วยกำหนดแนวทางในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับบริการนักท่องเที่ยว การจัดการสิ่งแวดล้อมในบริเวณโดยรอบ สนับสนุนการเรียนรู้เกี่ยวกับนิเวศวิทยาในพื้นที่ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ

โดยรวม เพื่อให้เกิดดุลยภาพระหว่างความต้องการรายได้ที่เหมาะสมกับการใช้ต้นทุนที่เป็นธรรมชาติให้ยั่งยืน และตอบสนองแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

มาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว

มาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว จัดทำโดยกรมหารท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ซึ่งดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2550 และนำเข้าสู่การตรวจประเมินและให้การรับรองมาตั้งแต่ปี 2551 มาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว เป็นมาตรฐานเชิวสมัครใจไม่ใช่มาตรฐานบังคับ หลักสำคัญของมาตรฐาน คือ หลักศาสนบัญัติอิสลาม หลักสุขาภิบาลอาหาร การบริการที่ดี มีความปลอดภัยต่อการบริโภค มีความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งหวังให้นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความมั่นใจในการบริโภคอาหาร และช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนร้านอาหารที่มีคุณภาพเพื่อช่วยยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

หน่วยตรวจสอบและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

กรมการท่องเที่ยว ได้ดำเนินการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยให้แก่สถานประกอบการและธุรกิจการท่องเที่ยวที่สนใจขอรับการตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยและเพื่อให้กระบวนการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย มีความน่าเชื่อถือและยิมรับในระดับสากล จึงได้มอบหมายให้หน่วยตรวจสอบและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นบุคคลที่ 3 (Third Party) ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนจากกรมการท่องเที่ยว และมีการจัดทำระบบคุณภาพการดำเนินงานตามระบบสากล เป็นผู้ดำเนินการตรวจประเมินและให้การรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยที่กรมการท่องเที่ยวกำหนด เนื่องจากกรมการท่องเที่ยวเล็งเห็นว่ากระบวนการที่จะได้มาซึ่งการรับรองมาตรฐานนั้นๆ ต้องมีกระบวนการตรวจประเมินและรับรองที่มีคุณภาพในระดับสากลด้วย ซึ่งจะส่งผลให้กระบวนการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยมีคุณภาพเทียบเท่าระดับสากล โดยธุรกิจการท่องเที่ยวได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยมีความเข้มแข็ง มีศักยภาพที่จะแข่งขันได้ในระดับสากล นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติเกิดความเชื่อมั่นในมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ภาคการท่องเที่ยวโดยรวมอีกด้วย โดยปัจจุบันมีหน่วยตรวจสอบและรับรองได้รับการขึ้นทะเบียน

หน่วยงานความร่วมมือด้านการตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยว

กรมการท่องเที่ยว ได้มีการดำเนินการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวในรูปแบบคณะกรรมการ โดยเป็นการดำเนินการตรวจประเมินและรับรองร่วม และได้มีความร่วมมืออย่างใกล้ชิดมาตั้งแต่เริ่มแรกตั้งแต่มีการจัดทำมาตรฐานขึ้น ซึ่งคณะกรรมการตรวจประเมิน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้น

สถานประกอบการดีเด่นด้านมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 กรมการท่องเที่ยว ได้ตั้งรางวัลสถานประกอบการดีเด่นด้านมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยขึ้น เพื่อมอบให้สถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนด ด้วยมีเจตนาส่งเสริม สนับสนุน และเป็นแรงผลักดันให้สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้มีความภาคภูมิใจ ในความตั้งใจพัฒนาคุณภาพของสถานประกอบการ และการให้บริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ให้ดียิ่งๆขึ้นไป อันจะส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวและเครื่องหมายรับรองมาตรฐานดารท่องเที่ยวไทย

โดยมีหลักเกณฑ์ การคัดเลือกจากสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 รอบการรับรองติดต่อกัน และมีคะแนนผลการประเมินมาตรฐานอยู่ในระดับดีเยี่ยมขึ้นไปในแต่ละมาตรฐาน หรือแต่ละประเภท และมีคะนนผลการประเมินที่เพิ่มขึ้นในทุกรอบของการประเมินเพื่อรักษาคุณภาพ (Surveillance) และการประเมินเพื่อการรับรอง อีกทั้ง ยังได้เข้าร่วมกิจกรรมด้านต่างๆ กับกรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

ความหมาย

ความหมายของการตลาดท่องเที่ยว (Marketing of Tourism) ได้ใช้หลักการเดียวกันกับความหมายของการตลาดทั่วไปซึ่งมีนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความหมายตามความเห็นของตนเองดังนี้

มิดเดลตัน (Middleton, 1990)กล่าวว่าการตลาดการท่องเที่ยวหมายถึงการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวและการจัดองค์ประกอบที่สำคัญของส่วนประสมทางการตลาดเพื่อเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงให้เหมาะสมและสอดคล้องกัน

การตลาดการท่องเที่ยวหมายถึงกระบวนทางการจัดการและสังคมซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคลจะได้รับสิ่งจำเป็นและสิ่งที่พวกเขาต้องการจากการสร้างและแลกเปลี่ยนผลิตสินค้ารวมทั้งคุณค่าของสินค้ากับบุคคลอื่นด้วย(Kotler, Bowen & Makens, 1999)

บุญเลิศจิตตั้งวัฒนา (2543)กล่าวว่าการตลาดการท่องเที่ยวหมายถึงการทำกิจกรรมเพื่อวิเคราะห์ให้ทราบถึงความต้องการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นๆและซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวแล้วทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้ผลกำไรส่วนนักท่องเที่ยวก็เกิดความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยว

สุรีย์เข็มทอง (2555)กล่าวว่าการตลาดการท่องเที่ยวหมายถึงการจัดกิจกรรมหรือการนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ตรงต่อความต้องการเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจโดยต้องมีการวิเคราะห์เข้าใจถึงความต้องการความจำเป็นของนักท่องเที่ยวและต้องมีการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

จากข้างต้นสรุปได้ว่าการตลาดการท่องเที่ยวหมายถึงการศึกษาความต้องการและความจำเป็นที่สะท้อนออกมาทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงความต้องการสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวและเกิดการซื้อโดยนำส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) มาใช้เป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการนั้นๆได้อย่างตรงตามความต้องการและส่งผลต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้มีรายได้ผลกำไรจากการขายสินค้าและบริการส่วนนักท่องเที่ยวก็เกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเช่นกัน

ส่วนประกอบของการตลาดการท่องเที่ยว

ฉลองศรีพิมลสมพงศ์ (2557); นิศาชัชกุล (2557)และฉันทัชวรรณถนอม (2554)ได้มีความเห็นสอดคล้องกันว่าการตลาดการท่องเที่ยวจะสมบูรณ์ต้องประกอบไปด้วย 3 ส่วนประกอบดังนี้

1. ผู้ซื้อ (Buyer) คือนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวจึงต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆโดยผู้ซื้อสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มดังนี้

1.1 กลุ่มผู้ซื้อส่วนบุคคลคือบุคคลที่ตัดสินใจและต้องการเดินทางท่องเที่ยวโดยการซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวหรือการซื้อออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ซึ่งอาจจะติดต่อโดยตรงกับผู้ผลิตหรือติดต่อผ่านตัวแทนจำหน่าย

1.2 กลุ่มผู้ซื้อองค์กรคือกลุ่มบุคคลที่เป็นหน่วยงานสมาคมห้างร้านต่างๆโดยการให้บริษัทนำเที่ยวจัดรายการนำเที่ยวให้กับองค์กรซึ่งผู้ซื้ออาจจะซื้อรายการนำเที่ยวให้ตนเองหรือให้ผู้อื่นก็ได้เช่นการให้รางวัลพนักงานการจัดประชุมเป็นต้น

2. สินค้าและบริการ (Product and Service) คือสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดการซื้อเพื่อที่จะออกเดินทางไปท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วยดังนี้

2.1 สิ่งที่ดึงดูดทางการท่องเที่ยวคือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นวัฒนธรรมเทศกาลประเพณีวิถีชีวิตเป็นต้นซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สำคัญที่จะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้เป็นอย่างดี

2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวคือถนนไฟฟ้าน้ำประปาการติดต่อสื่อสารท่าอากาศยานสถานีขนส่งการขนส่งสายการบินที่พักร้านอาหารเป็นต้น

3.ผู้ผลิต (Producer) คือผู้ประกอบธุรกิจจัดหาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวผลิตวัตถุดิบในลักษณะการแปรรูปสินค้าและบริการเช่นการเข้าพักที่โรงแรมการเดินทางโดยเครื่องบินการบริการอาหารและเครื่องดื่มร่วมทั้งสินค้าและบริการอื่นๆในสายเดียวกันอีกมากมายจากข้างต้นจะ

เห็นได้ว่าทั้ง 3 ส่วนประกอบของตลาดการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันเพราะถ้าไม่มีผู้ซื้อก็จะไม่มีผู้ผลิตและถ้าไม่มีผู้ผลิตก็ไม่มีสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเช่นกันซึ่งได้แสดงความสัมพันธ์ของส่วนประกอบของการตลาดการท่องเที่ยว

ส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือและกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญเพื่อให้ธุรกิจการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จโดยฉลองศรีพิมลสมพงศ์ (2557);บุญเลิศจิตตั้งวัฒนา (2556)และฉันทัชวรรณถนอม (2554)ได้เห็นสอดคล้องกันว่าส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยวประกอบด้วย 4Ps ได้แก่

1. สินค้า (Produce) คือสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้และไม่สามารถทดลองใช้ก่อนได้อาทิเช่นรายการนำเที่ยวเป็นต้น

2. ราคา (Price) คือราคาของสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเกิดจากการคิดและกำหนดราคาโดยราคาต้องสร้างแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางและสามารถตอบสนองความต้องการให้กับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่มอีกทั้งราคาต้องสามารถแข่งขันกันกับคู่แข็งในตลาดได้ด้วย

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือช่องทางหรือสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมส่งไปให้นักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวกที่สุดเพื่อทำการขายให้กับนักท่องเที่ยวได้โดยตรงและผ่านตัวแทนจำหน่าย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตสินค้าและบริการการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเร็วขึ้นและซื้อจำนวนมากขึ้นประกอบด้วยการใช้พนักงานขายการส่งเสริมการขายการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

5. บุคลากร (People) คือพนักงานหรือเจ้าหน้าที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวซึ่งการบริการจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับตัวพนักงานที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจได้มากน้อยเพียงใดดังนั้นพนักงานควรมีทัศนคติที่ดีและได้รับการอบรมมาอย่างดีด้วย

6. กายภาพ (Physical) คือลักษณะรูปแบบของตัวอาคารที่เป็นสำนักงานบริษัทในการซื้อขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวรวมถึงบรรยากาศขณะการซื้อขายด้วย

7. การซื้อ (Purchasing) คือกระบวนการเลือกสินค้าและบริการการท่องเที่ยวและตัดสินใจซื้อซึ่งบริษัทนำเที่ยวต้องมีการหาข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการซื้อและการสรรหาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเพื่อจะสามารถให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อได้อย่างรวดเร็วและซื้อมากขึ้นด้วย

8. การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) คือการนำสินค้าและบริการการท่องเที่ยวมาจัดรวมกันให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายเช่นรายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (All-inclusive Tour)

9. ความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership) คือการทำงานร่วมกันเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจระหว่างผู้จัดส่งวัตถุดับผู้ผลิตและผู้ขายเพื่อตอบสนองความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนำมาซึ่งการเสนอขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวและได้รับความพึงพอใจสูงสุด

จากข้างต้นส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสินค้าราคาช่องทางจัดจำหน่ายบุคลากรกายภาพการซื้อการจัดรวมผลิตภัณฑ์ความร่วมมือทางธุรกิจทุกองค์ประกอบล้วนมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวโดยองค์ประกอบอีกหนึ่งอย่างที่ถือว่าสำคัญเป็นอย่างมากที่จะสามารถช่วยให้องค์ประกอบต่างๆดำเนินการไปได้คือการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยการส่งเสริมการตลาดนั้นยังถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารทางตลาดแบบบูรณาการทั้งในรูปแบบออนไลน์ (Online) และออฟไลน์ (Offline) (Mohammed, Fisher, Jaworski& Cahill,2001)บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์อีกด้วย(ภิเษกชัยนิรันดร์, 2551)ซึ่งการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการคือเครื่องมือสื่อสารสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพสูงสุดในการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้อย่างชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียว(วารุณีตันติวงศ์วาณิช, นิภา นิรุตติกุล, สุนทรีเหล่าพัดจัน, พรพรหมพรหมเพศ, นิตยางามแดนและจุฑามาศทวีไพบูลย์วงษ์, 2545; ฉัตรยาพรเสมอใจ, 2547และธนวรรณแสงสุวรรณ, 2547)ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจะสามารถช่วยสื่อสารสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดการกระตุ้นแรงจูงใจความต้องการอยากจะออกเดินทางไปท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นด้านแรกที่จะสามารถดึงดูดดึงความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นแซดเพราะเป็นกลุ่มประชากรรุ่นใหม่ที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

4. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์

ความหมายกลยุทธ์หมายถึงแบบแผนของผู้บริหารระดับสูงที่จะนำไปสู่ความสำเร็จที่มีความสอดคล้องกับภารกิจและเป้าหมายขององค์กร(Wright, Pringle & Kroll, 1992)

เชอร์เมอร์ฮอร์น (Schermerhorn, 2002)ยังได้กล่าวว่ากลยุทธ์หมายถึงแบบแผนหรือ

แผนปฏิบัติการที่มีความสำคัญต่อองค์กรเพื่อใช้ในการกำหนดทิศทางขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

โคลเธอร์ (Coulter, 2005)ได้กล่าวว่ากลยุทธ์หมายถึงการตัดสินใจและการนำไปสู่เป้าหมายโดยตรงในการใช้ทรัพยากรและศักยภาพขององค์กรเพื่อสร้างโอกาสและป้องกันเหตุการณ์ต่างๆที่จะเกิดขึ้นกับองค์กร

เฟรด (Fred, 2012)ยังได้กล่าวอีกว่ากลยุทธ์หมายถึงวัตถุประสงค์ระยะยาวที่จะทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จ

จากข้างต้นสรุปได้ว่ากลยุทธ์หมายถึงรูปแบบแผนการและแนวทางที่จะนำไปสู่ความสำเร็จได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กรความหมายการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

เรดและโบจานิค (Reid &Bojanic, 2001)กล่าวว่าการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวหมายถึงวิธีการต่างๆที่ใช้ในการสื่อสารกับตลาดนักท่องเที่ยวต่างๆซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยวนำไปใช้ในการสื่อสารข้อความต่างๆไปยังนักท่องเที่ยว

ฉันทัชวรรณถนอม (2554)ได้กล่าวว่าการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวหมายถึงเครื่องมือสื่อสารผ่านรูปแบบต่างๆให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้จดจำและรู้จักอย่างรวดเร็ว

บุญเลิศจิตตั้งวัฒนา (2555)ยังกล่าวว่าการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวหมายถึงการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการให้ข้อมูลชักชวนและทำให้เกิดการตอบสนองจากลูกค้า

ฉลองศรีพิมลสมพงศ์ (2557)กล่าวว่าการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวหมายถึงเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการจำหน่ายเพื่อสื่อสารทางการตลาดระหว่างผู้ผลิตและลูกค้าตลาดเป้าหมายเพื่อแจ้งข่าวสารหรือจูงใจให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ

จากความหมายข้างตันสรุปได้ว่าการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวหมายถึงเครื่องมือและวิธีการที่ธุรกิจทางการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารกับลูกค้า

กลุ่มเป้าหมายหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการรับรู้และจดจำได้อย่างรวดเร็วเพื่อให้เกิดแรงกระตุ้นจูงใจทัศนคติความต้องการในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ากลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวหมายถึงรูปแบบแผนการและแนวทางที่เป็นเครื่องมือและวิธีการที่ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารกับกท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการรับรู้และจดจำได้อย่างรวดเร็วเพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจทัศนคติและพฤติกรรมการการท่องเที่ยว

นงค์นุชศรีธนาอนันต์ (2550)ยังได้กล่าวว่ากลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวมีบทบาทความสำคัญต่อบริษัทการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นองค์ประกอบของกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดซึ่งวิธีการที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดมีวัตถุประสงค์สำคัญดังนี้

1. ส่งเสริมการรับรู้ของตลาดด้วยการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าราคาช่องทางการจัดจำหน่ายและวิธีการส่งเสริมการตลาด

2. กระตุ้นให้เกิดการยอมรับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวเสนอออกสู่ตลาด

3. ชักชวนให้มีการซื้อและช่วยเร่งการตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มท่องเที่ยวเป้าหมาย

4. การจูงใจนักท่องเที่ยวให้สนับสนุนการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในครั้งต่อไปและซื้อเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

องค์ประกอบของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

นักวิชาการทางการท่องเที่ยวโมฮัมเหม็ดและคณะ(Mohammed et al., 2001);นงค์นุชศรีธนาอนันต์ (2550); ฉันทัชวรรณถนอม (2554); บุญเลิศจิตตั้งวัฒนา (2555)และฉลองศรีพิมลสมพงศ์ (2557)ได้มีความเห็นสอดคล้องถึงองค์ประกอบของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวต้องประกอบไปด้วยส่วนประสมย่อยที่สำคัญดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising) คือรูปแบบความคิดวิธีการนำเนอสินค้าและบริการการท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อต่างๆโดยมิใช่ตัวบุคคลเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเกิดแรงจูงใจไปกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อหรือเพื่อการใช้สินค้าและบริการของธุรกิจการท่องเที่ยวนั้นทั้งในปัจจุบันและอนาคตอีกทั้งยังสามารถเข้าถึงและสร้างความน่าเชื่อให้กลุ่มผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย

1.1 ลักษณะเด่นการโฆษณาคือรูปแบบการนำเสนอสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่เป็นการโฆษณาต้องประกอบไปด้วยลักษณะเด่น 4 ประการดังนี้

1.1.1 การโฆษณาต้องมีการเสียค่าใช้จ่ายเพราะการชำระเงินถือเป็นค่าตอบแทนในการลงโปรโมทสินค้าและบริการผ่านการโฆษณาสื่อต่างๆ

1.1.2 การโฆษณาต้องนำเสนอผ่านสื่อไม่ใช่ผ่านตัวบุคคลเพราะการสื่อสารไม่ได้ใช่บุคคลแต่ใช่สื่อมวลชนจึงไม่ได้มีการตอบโต้ระหว่างพนักงานขายกับลูกค้าแต่อย่างใดแต่เป็นการโปรโมทข้อมูลสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่กระจายตัวตามพื้นที่ต่างๆให้รับรู้อย่างทั่วถึงกัน

1.1.3 การโฆษณาต้องเป็นการเผยแพร่แสดงความคิดอย่างกว้างขวางเพราะเป็นการสร้างความคุ้นเคยมั่นใจตรวจสอบยอมรับเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างคู่แข่งขันต่างๆเปลี่ยนทัศนคติทดลองสั่งซื้อและสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวนั้นๆให้แก่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

1.1.4 การโฆษณาต้องมีการระบุผู้อุปถัมภ์หรือผู้ทำการโฆษณาเพราะการปรากฏชื่อผู้โฆษณาจะช่วยป้องกันไม่ให้ผู้รับสารเกิดความสงสัยและขาดความน่าเชื่อถือในโฆษณาหากโฆษณาไม่เหมาะสมและไม่เป็นเป็นไปตามความเป็นจริงก็สามารถเรียกร้องจากผู้ลงโฆษณาได้เพราะผู้โฆษณาเป็นผู้เสียค่าใช้จ่ายจึงสามารถที่จะควบคุมส่วนต่างๆไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาสถานที่ช่วงเวลาที่โฆษณาได้อย่างเต็มที่

1.1.5 การโฆษณาเป็นการขายโดยอาศัยเหตุผลเพราะการที่นำเสนอการขายด้วยเหตุผลจริงแต่อาจจะไม่ทั้งหมดและเหตุผลสมมติก็สามารถจูงใจได้อย่างไรก็ตามสิ่งที่ปรากฏในโฆษณาทั้งหมดเป็นความจริงแต่ความจริงก็ไม่ทั้งหมดของโฆษณาเช่นกัน

1.2 ประเภทของการโฆษณาจะต้องประกอบไปด้วยสื่อประเภทต่างๆดังต่อไปนี้

1.2.1 สื่อที่ใช้คลื่นกระจายข่าว (Broadcast Media) ได้แก่โทรทัศน์วิทยุกระจายเสียงเป็นต้น

1.2.2 สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) ได้แก่หนังสือพิมพ์นิตยสารโปสเตอร์ใบปลิวไวนิลเป็นต้น

1.2.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) ได้แก่ป้ายไฟวิ่งเลเซอร์คอมพิวเตอร์เป็นต้น

1.2.4 สื่อเคลื่อนที่ (Mobile Media) เช่นรถแท็กซี่รถโดยสารประจำทางสายการบินรถไฟเป็นต้น

1.2.5 สื่อกลางแจ้ง (Outdoor Media) ได้แก่ป้ายโฆษณา

1.2.6 สื่อสังคมออนไลน์สื่อออนไลน์ (Social Media) ได้แก่ FacebookInstagram Twitter LINE เว็บไซต์อีเมลอินเทอร์เน็ตเป็นต้น

1.2.7 สื่อพิเศษอื่นๆเช่นเสื้อยืดแก้วน้ำจานพวงกุญแจกระเป๋าเป็นต้น

2.การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆของธุรกิจไปยังผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการรับรู้และการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยวการประชาสัมพันธ์จะต้องมีการกระทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอต้องเป็นข้อมูลที่ชัดเจนทันสมัยทันเวลาและกระจายได้ทั่วถึง

2.1 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์คือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพความเข้มแข็งในการแข่งขันทางการตลาดดังนี้

2.1.1 เพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทและการแนะนำสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่เสนอขายให้เป็นที่รู้จักอีกทั้งยังเป็นการเผยแพร่กิจกรรมความเคลื่อนไหวของบริษัทให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้รับทราบด้วย

2.1.2 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กรให้มีบรรยากาศความเข้าใจความเชื่อถือบริษัทและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในของบริษัทซึ่งเป็นการทำให้บริษัทมีการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ

2.1.3 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและประชาชนภายนอกทั้งที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายผู้ผลิตและประชาชนทั่วไปเพื่อให้เกิดความนิยมความเชื่อถือสนับสนุนและเห็นชอบกับนโยบายและวิธีการดำเนินธุรกิจ

2.1.4เพื่อสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอื่นๆในการกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมากขึ้น

2.1.5เพื่อสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัทและสินค้ารวมทั้งป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดเพื่อรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ไว้

2.2วิธีการประชาสัมพันธ์สามารถทำได้หลากหลายวิธีดังนี้

2.2.1การเผยแพร่ต่อสาธารณชน (Publicity) คือการตีพิมพ์บทความต่างๆของธุรกิจการท่องเที่ยวลงในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารต่างๆในท้องถิ่นหรือผ่านทางอินเทอร์เน็ตสังคมออนไลน์ต่างๆซึ่งอาจจะไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยตรงในการลงบทความเหมือนการโฆษณาแต่จะเสียค่าใช้จ่ายให้ผู้จัดทำไปหาข้อมูลโดยกิจกรรมการเผยแพร่ต่อสาธารชนของการท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ทั่วไปได้แก่การจัดทัศนศึกษาการทำจดหมายแจ้งข่าวสารการแจ้งข่าวสารหรือสถานการณ์เป็นครั้งคราวการสัมภาษณ์บุคคลและการจัดแถลงข่าวสื่อมวลชน

2.2.2 การเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน (Community Relations) คือการเข้าร่วมงานประจำปีของเมืองสำคัญหรือประเทศต่างๆหรืองานที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้การสนับสนุนซึ่งบริษัทการท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมและสนับสนุนเพื่อร่วมกันประชาสัมพันธ์

2.2.3 การจัดกิจกรรมโอกาสพิเศษ (Special Event) คือการจัดกิจกรรมครั้งคราวตามวาระหรือโอกาสพิเศษเช่นการจัดทัวร์ตัวอย่าง (FAM Trip) ในเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้บริษัทตัวแทนจำหน่ายรายการนำเที่ยวเข้ามามีส่วนช่วยกันส่งเสริมการขาย

3.การขายโดยบุคคล (Personal Selling) คือการนำสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวขายตรงไปยังลูกค้าหรือผู้ที่คาดหวังจะเป็นลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสินค้าและบริการโดยต้องอาศัยพนักงานที่มีความสามารถมีบุคลิกภาพที่จูงใจลูกค้าและส่งผลให้เกิดเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

3.1ลักษณะของการขายโดยบุคคลมีดังต่อไปนี้

3.1.1การขายโดยบุคคลเป็นการเสนอข้อมูลข่าวสารแบบตัวต่อตัวสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี

3.1.2การขายโดยบุคคลมีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงานสามารถเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานได้เพราะจะทราบถึงความต้องการแรงจูงใจและมูลเหตุของการซื้อตลอดจนปฏิกิริยาข้อโต้แย้งจากลูกค้าต่างๆ

3.1.3การขายโดยบุคคลเป็นเครื่องมือที่ใช้ขายจริงและพนักงานขายสามารถให้บริการอื่นๆนอกเหนือจากการขายด้วยเช่นชักชวนแนะนำแต่บริษัทอาจจะเสียค่าใช้จ่ายที่สูงไม่ว่าจะเป็นเงินเดือนเบี้ยเลี้ยงค่าเดินทางสวัสดิการเป็นต้น

3.2วิธีการขายโดยบุคคลสามารถแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

3.2.1การขายโดยการส่งพนักงานขายไปเสนอขายสินค้ายังลูกค้า (FieldSales) คือการส่งพนักงานขายของบริษัทออกไปนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้โดยการขายจะเกิดขึ้นภายนอกบริษัทและเป็นการขายแบบตัวต่อตัวด้วย

3.2.2การขายโดยการติดต่อทางโทรศัพท์ (Telephone Sales) คือการติดต่อลูกค้าผ่านทางโทรศัพท์เพื่อการจัดแจงเรื่องการนัดลูกค้าสอบถามรวบรวมข้อมูลยืนยันความต้องการของลูกค้าติดตามผลหลังการขายหรือบางบริษัทอาจจะไม่สามารถจัดการเรื่องค่าตอบแทนให้กับพนักงานงานก็สามารถขายผ่านทางโทรศัพท์ได้เช่นกัน

3.2.3 การขายตามหน้าร้านของบริษัทตนเอง (Inside Sales) คือการขายตามหน้าร้านของตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวซึ่งลูกค้าเป็นผู้เดินทางมาติดต่อซื้อสินค้าด้วยตัวเองจึงเป็นการขายที่เกิดขึ้นภายในบริษัท

3.2.4 การขายออนไลน์ (Online Sales) คือการติดต่อสอบถามและการขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวให้กับลูกค้าโดยผ่านทางเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์ของบริษัทเพื่อที่ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้ทุกที่สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

4. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) คือกิจกรรมหรือเครื่องมือที่สำคัญในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมากขึ้นและอาจจะเกิดการซื้อซ้ำซึ่งเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวอีกด้วย

4.1 วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการขาย

4.1.1 เพื่อชักชวนกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยวรวดเร็วขึ้น

4.1.2 เพื่อรักษาลูกค้าและให้รางวัลแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเดิมที่จงรักภักดีต่อสินค้าและบริการของบริษัท

4.1.3 เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการทดลองใช้สินค้าและบริการการท่องเที่ยวใหม่ๆ

4.1.4 เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับบริษัทในช่วงที่อัตราการซื้อลดลง

4.1.5 เพื่อช่วยให้จัดทำได้ตามงบประมาณที่มีอย่างจำนวนจำกัด

4.1.6 เพื่อผู้ผลิตตัวแทนจำหน่ายสามารถควบคุมการส่งเสริมการขายได้

4.1.7 เพื่อสามารถใช้การส่งเสริมการขายเป็นกลยุทธ์ตั้งรับหางเกิดการแย่งลูกค้าของบริษัทคู่แข่ง

4.1.8 เพื่อเป็นเครื่องมือการตลาดที่สามารถช่วยสนับสนุนการโฆษณา

4.1.9 เพื่อกระตุ้นให้ตัวแทนจำหน่ายเพิ่มปริมาณการขายให้มากขึ้น

4.2 วิธีการส่งเสริมการขายสามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

4.2.1 สินค้าตัวอย่าง (Samples) คือการเชิญลูกค้าให้มาลองใช้บริการโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้นหรือเป็นการอภินันทนาการหรือการเพิ่มระดับของการบริการให้กับลูกค้าเช่นสายการบินเพิ่มระดับบริการที่นั่งให้ผู้โดยสารสูงขึ้นจากเดิม

4.2.2 การแจกคูปอง (Coupon) คือการนำใบคูปองมามอบให้กับลูกค้าเพื่อที่สามารถนำมาลดราคาและแลกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้

4.2.3 การแจกของแถม (Premiums) คือการมอบของพิเศษหรือของสมนาคุณให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามีแรงจูงใจในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวก่อนที่จะได้ของแถมชิ้นนี้หรืออาจจะเป็นการสะสมยอดซื้อให้ครบตามที่บริษัทกำหนดเพื่อนำมาแลกของแถมนี้ได้

4.2.4 การลดราคา (Price-offs) คือการนำเสนอราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ต่ำกว่าปกติภายในระยะเวลาที่กำหนดโดยการลดราคาก็ต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของบริษัทนั้นๆด้วยซึ่งส่วนใหญ่บริษัทนำเที่ยวสายการบินโรงแรมร้านอาหารและอื่นๆที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมักจะมีการร่วมมือกันเพื่อที่จะสามารถช่วยกันนำสินค้าและบริการของบริษัทตนมาร่วมมือกันลดราคาให้กับลูกค้าของตนเองได้เช่นลูกค้าซื้อรายการนำเที่ยวจำนวน2 ท่านลูกค้าสามารถนำไปลดราคาห้องพักของโรงแรมนี้ได้

4.2.5 การแข่งขัน (Contest) คือการเชิญชวนให้ลูกค้าเข้าร่วมการแข่งขันโดยใช้ทักษะความรู้ความสามารถซึ่งอาจจะเป็นกิจกรรมการตอบคำถามการประกวดต่างๆเพื่อชิงรางวัลต่างๆไม่ว่าจะเป็นเงินสดตั๋วเครื่องบินฟรีบัตรกำนัลที่พักฟรีบัตรกำนัลรับประทานอาหารสุดหรูฟรีเป็นต้น

4.2.6 การชิงโชค (Sweepstakes) คือการให้ลูกค้าเขียนชื่อนามสกุลที่อยู่เบอร์ติดต่อของตนเองเพื่อจับลุ้นรับของรางวัลต่างๆอาทิเช่นตั๋วเครื่องบินฟรีบัตรกำนัลที่พักฟรีบัตรกำนัลรับประทานอาหารสุดหรูฟรีบัตรลดราคารายการนำเที่ยวเป็นต้น

4.2.7 การเล่นเกม (Games) คือการให้ลูกค้าได้ร่วมเล่นเกมและลุ้นว่าได้รางวัลหรือไม่ได้รางวัลณสถานที่นั้นเลยเช่นเกมบิงโกเป็นต้น

4.2.8 การจัดแสดงสินค้าณจุดขาย (Point of Purchase Displays) คือการจัดแสดงสินค้าให้เด่นสะดุดตาให้ลูกค้ามองเห็นภาพก่อนที่จะไปใช้บริการโดยควรจะมีการออกแบบให้น่าดึงดูดน่าสนใจมีภาพประกอบที่สวยสดงดงามถึงอย่างไรก็ไม่ควรโฆษณาเกิดจริงจนเกิดไปเช่นการทำแผ่นผับนำเสนอรายการนำเที่ยวเป็นต้น

4.2.9 การให้รางวัล (Patronage Rewards) คือการให้รางวัลในรูปแบบเงินสดบัตรกำนัลส่วนลดหรือบริการพิเศษต่างๆแก่ลูกค้าที่เป็นลูกค้าประจำเพื่อให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อสินค้าอีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าซื้อมากขึ้นหรือใช้บริการมากขึ้นด้วย

แนวคิดที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

กู๊ด (Good, 1973)ได้กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึงสภาพคุณภาพหรือระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆและทัศนคติที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งนั้นโดยที่โอลิเวอร์(Oliver, 1997)ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจคือการตอบสนองที่แสดงถึงวิจารณญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการที่มีมุมมองที่แตกต่างกันเช่นเดียวกับ โวลแมน(Wolman, 1973)กล่าวถึงความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสาเร็จตามจุดมุ่งหมายตามความต้องการและเคลิร์ก (Quirk, 1987)ก็ได้ให้ความหมายเช่นเดียวกัน ในขณะที่ ฮอร์นบี้ (Hornby, 2000) กล่าวถึงความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จหรือได้รับสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ

เชลลี่ (Shelli, 1995 : 9อ้างถึงในปราการกองแก้ว, 2546 : 17)ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจสรุปได้ว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์คือความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้ความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับและความรู้สึกนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีกดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบความรู้สึกทางบวกและความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความพึงพอใจโดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

มาสโลว์ (Maslow)ได้เรียงลำดับสิ่งจูงใจหรือความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ระดับโดยเรียงลำดับขั้นของความต้องการไว้ตามความสาคัญคือ

1. ความต้องการพื้นฐานทางสรีระ

2. ความต้องการความปลอดภัยรอดพ้นอันตรายและมั่นคง

3. ความต้องการความรักความเมตตาความอบอุ่นและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงการยกย่องและความเคารพตัวเอง

5. ความต้องการความสาเร็จด้วยตนเอง

ความพอใจในขั้นต่างๆของความต้องการของมนุษย์นี้ความต้องการขั้นสูงกว่าบางครั้งได้ปรากฏออกมาให้เห็นแล้วก่อนที่ความต้องการขั้นแรกจะได้เห็นผลเป็นที่พอใจเสียด้วยซ้า

อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนส่วนมากแสดงให้เห็นว่าตนมีความพอใจอย่างสูงสุดในลาดับขั้นความต้องการขั้นต่ำๆมากกว่าขั้นสูงจากการสารวจพบว่าคนธรรมดาทั่วไปจะมีความพอใจในลำดับขั้นตอนต่างๆดังนี้

ความต้องการทางด้านกายภาพ 85%

ความต้องการความปลอดภัย 70%

ความต้องการทางด้านสังคม 50%

ความต้องการเด่นในสังคม 40%

ความต้องการที่จะได้รับความสาเร็จในสิ่งที่ตนปรารถนา 10%

พาราสุรามานเซทเฮมทและแบรรี่ (Parasuraman, Zaithamal& Berry, 1994อ้างถึงในภูษิตสายกิ้มซ้วน, 2550 : 18 - 20) กล่าวว่าหลักการบริการที่ดีต้องประกอบด้วย

1. ความเชื่อมั่นไว้วางใจบริการนั้นจะต้องมีความถูกต้องมีความถูกต้องแม่นยำและเหมาะสมตั้งแต่ครั้งแรกรวมทั้งต้องมีความสม่าเสมอคือบริการทุกครั้งจะต้องได้ผลเช่นเดิมทำให้ผู้มารับบริการรู้สึกว่าผู้ให้บริการเป็นที่พึ่งได้เช่นมีความถูกต้องแม่นยาในการวินิจฉัย

2. สมรรถภาพในการให้บริการผู้ให้บริการต้องมีทักษะและความรู้ความสามารถในการบริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการได้เช่นแพทย์มีความเชี่ยวชาญในการรักษาโรคเภสัชกรมีความเชี่ยวชาญในเรื่องเกี่ยวกับยาฯลฯหรือบุคคลอื่นๆมีความรู้ความสามารถในสาขาของตนและสามารถนามาใช้ในการบริการได้อย่างเต็มที่

3. ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้มารับบริการผู้ให้บริการจะต้องมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการด้านต่างๆของผู้มารับบริการให้ทันท่วงทีเช่นโรงพยาบาลมีความพร้อมที่จะรับผู้ป่วยจากเหตุการณ์ฉุกเฉินต่างๆได้อย่างรวดเร็ว

4. ความมีอัธยาศัยไมตรีบุคลากรทุกคนในสถานบริการที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีความสุภาพมีการเอาใจใส่และเห็นใจผู้มารับบริการรวมทั้งต้องมีกิริยามารยาทการแต่งกายและการใช้วาจาที่เหมาะสมด้วย

5. การเข้าถึงบริการผู้มารับบริการจะต้องเข้าถึงการบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการบริการรวมถึงการบริการนั้นจะต้องมีการกระจายไปอย่างทั่วถึงเช่นการคมนาคมที่สะดวกการบริการที่เป็นระเบียบรวดเร็วไม่ต้องนั่งรอนานการให้บริการเป็นไปอย่างเสมอภาค

6. ความน่าเชื่อถือเกิดจากความซื่อสัตย์ความจริงใจความสนใจอย่างแท้จริงของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการซึ่งเป็นสิ่งสาคัญที่สุดโดยเฉพาะทางการแพทย์และจะทำให้มีผู้รับบริการซึ่งเป็นสิ่งสาคัญที่สุดโดยเฉพาะทางการแพทย์และจะทำให้บริการนั้นอาจเกิดจากปัจจัยอื่นเสริมอีกเช่นชื่อเสียงของโรงพยาบาลและบุคลากรต่างๆ

7. การสื่อสารผู้ให้บริการควรมีการให้ข้อมูลด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องที่ผู้มารับบริการพึงทราบและประสงค์จะทราบเช่นข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลที่ผู้ป่วยจะได้รับข้อมูลเรื่องค่าใช้จ่ายและทางเลือกในการรักษาฯลฯนอกจากนี้ยังต้องคานึงถึงความเหมาะสมของผู้ให้บริการและผู้รับบริการในด้านอื่นๆอีกเช่นระดับการศึกษาฯลฯ

8. ความมั่นคงปลอดภัยเป็นความรู้สึกที่มั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินรวมทั้งชื่อเสียงปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่างๆเช่นการรักษาความลับผู้ป่วย

9. ความเป็นรูปธรรมของการบริการซึ่งจะทาให้ผู้มารับบริการรับรู้ถึงการบริการนั้นได้อย่างชัดเจนและง่ายขึ้นเช่นการที่โรงพยาบาลมีสถานที่ใหญ่หรูหราสะอาดมีเครื่องมือเครื่องใช้ทันสมัยการบริการมีความเหมาะสมฯลฯนอกจากนี้ยังมีสิ่งอื่นที่ช่วยสร้างรูปธรรมของการบริการได้อีกเช่นการใช้รอยยิ้มเป็นสื่อที่แสดงอัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ

10. ความเข้าใจและรู้จักผู้มารับบริการผู้ให้บริการควรจะมีความเข้าใจและรู้จักผู้มารับบริการของตนเองเช่นการที่แพทย์หรือพยาบาลสามารถจำผู้ป่วยได้ผู้ให้บริการสามารถจำลูกค้าของตนเองได้ฯลฯ

เกณฑ์การวัดความพึงพอใจ

โทมัสและเอิรล์ (Thomas& Earl. 1995: 88)ได้ให้แนวคิดความพึงพอใจไว้ว่าการวัดความพึงพอใจเป็นวิธีหนึ่งที่ใช้กันอยู่เพื่อทราบผลของการให้บริการที่ดีเลิศที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและควรทำความเข้าใจต่อความต้องการและปัญหาของลูกค้าในการให้บริการที่จะต้องมีความรับผิดชอบในการปรับปรุงคุณภาพให้เกิดประสิทธิผลและได้ผลดีอย่างต่อเนื่องดังนั้นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงานมีเกณฑ์ในการวัดที่ลูกค้ามักอ้างอิงถึงดังต่อไปนี้(วีรพงษ์เฉลิมจิระรัตน์, 2538: 17)

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึงลักษณะสิ่งอานวยความสะดวกทางกายภาพอุปกรณ์บุคลากรและวัสดุการติดต่อสื่อสาร

2. ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึงความสามารถในการให้บริการตามสัญญาที่ให้ไว้และมีความน่าเชื่อถือ

3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึงความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการในทันที

4. สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึงการมีความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน

5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึงความสุภาพอ่อนโยนให้เกียรติมีน้ำใจและเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ

6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึงความน่าเชื่อถือซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์ความจริงใจของผู้ให้บริการ

7. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึงความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินชื่อเสียงการปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่างๆรวมทั้งการรักษาความลับของผู้รับบริการ

8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึงการที่ผู้รับบริการสามารถเข้าใช้บริการได้ง่ายได้รับความสะดวกในการติดต่อ

9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึงการให้ข้อมูลด้านต่างๆแก่ผู้รับบริการใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจและรับฟังเรื่องราวที่ผู้รับบริการร้องทุกข์

10. การเข้าใจและรู้สึกผู้รับบริการ (Customer understanding) หมายถึงการทำความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการรวมทั้งความต้องการของผู้รับบริการของตน

เครื่องมือในการติดตามและการวัดความพึงพอใจของลูกค้า(Tools for Tracking and Measuring Customer Satisfaction) เป็นวิธีการที่จะติดตามวัดและค้นหาความต้องการของลูกค้าโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าตามแนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) ได้มุ่งความสำคัญที่ลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจ ซึ่งมีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงคือ

1. การสร้างความพึงพอใจโดยการลดต้นทุนของลูกค้า(ลดราคา) หรือการเพิ่มบริการและจุดเด่นของสินค้าซึ่งจะมีผลทำให้กำไรของบริษัทลดลง

2. บริษัทจะต้องสามารถสร้างกำไรโดยวิธีใดวิธีหนึ่งเช่นลงทุนในการผลิตมากขึ้นหรือมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เหล่านี้ถือว่ามีผลกระทบทั้งรายได้ของบริษัทและต้นทุนของสินค้า

3. บุคคลที่เกี่ยวข้องกับบริษัทประกอบด้วยผู้ถือหุ้นพนักงานผู้ขายปัจจัยการผลิตและคนกลางและเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของคนเหล่านี้ด้วย

วิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้าสามารถทำได้ 4 วิธีดังนี้

1. ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ(Complaint and Suggestion Systems) เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัทปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานรวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า(Customer Satisfaction Systems) ในกรณีนี้จะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งดีกว่าวิธีแรกที่มักพบปัญหาว่าลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความร่วมมือและมักเปลี่ยนไปซื้อสินค้าจากผู้ขายรายอื่นแทนเป็นผลให้บริษัทต้องสูญเสียลูกค้าไปเครื่องมือที่นิยมใช้มากคือการวิจัยตลาดวิธีนี้บริษัทจะต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้าเทคนิคต่างๆที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ามีดังนี้

2.1 การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยอยู่ในรูปของการให้คะแนนเช่นไม่พอใจอย่างยิ่งไม่พอใจไม่แน่ใจพอใจพอใจอย่างยิ่ง

2.2 การถามลูกค้าได้รับความพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่อย่างไร

2.3 การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์และเสนอแนะประเด็นต่างๆที่จะแก้ไขปัญหานั้นเรียกว่าการวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า

2.4 เป็นการถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่างๆและการทำงานของผลิตภัณฑ์เรียกว่าเป็นการให้คะแนนการทำงานของผลิตภัณฑ์วิธีนี้จะช่วยให้ทราบถึงจุดอ่อนจุดแข็งของผลิตภัณฑ์

2.5 เป็นการสำรวจความตั้งใจในการซื้อซ้ำของลูกค้า

3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย(Ghost shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่งขันพร้อมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของบริษัท

4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป (Lost Customer Analysis) ในกรณีนี้จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่นวิธีแก้ปัญหาต่างๆที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจเช่นราคาสูงเกินไปบริการไม่ดีพอผลิตภัณฑ์ไม่น่าเชื่อถือรวมทั้งอาจจะศึกษาถึงอัตราการสูญเสียลูกค้าด้วย

ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

1. ด้านพนักงานและการต้อนรับมีดังนี้

1.1. มีความรู้และรู้รอบในเรื่องของสินค้าบริการผู้บริหารโครงสร้างขององค์กรนโยบายขององค์กรข้อมูลข่าวสารข้อมูลของลูกค้าและการเปลี่ยนแปลงต่างๆภายในองค์กรโดยเฉพาะงานในหน้าที่ที่ต้องการศึกษาหาความรู้เทคโนโลยีใหม่ๆที่ก้าวหน้าต่อไปต้องรู้จักนำความรู้หรือประสบการณ์ที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

1.2. มีบุคลิกภาพที่ดีมีความมั่นใจในตนเองและมีความคล่องตัวแสดงถึงความกระตือรือร้นสุภาพจริงใจดูเป็นธรรมชาติการแต่งกายเรียบร้อยสะอาดสวยงามเหมาะสมกับกาลเทศะเหล่านี้ล้วนทำให้บุคลิกของผู้ให้บริการน่าชวนมองน่านิยมนับถือน่าเข้าใกล้และน่าประทับใจต่อผู้มาทำการติดต่อ

1.3. ร่างกายแข็งแรงท่าทางคล่องแคล่วสุขภาพอนามัยเป็นส่วนประกอบที่สำคัญผู้ที่มีร่างกายอ่อนแอมีโรคภัยมาเบียดเบียนอยู่เสมอย่อมเป็นอุปสรรคในการทำงานและการพัฒนาตนเอง ฉะนั้นการระวังรักษาสุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรงอยู่เสมอจะมีผลทำให้จิตใจสมองสติปัญญาสุขภาพจิตดีเป็นปกติการทำงานติดต่อกับผู้อื่นย่อมเป็นไปอย่างราบรื่น

1.4. มีจิตสำนึกในการต้อนรับและบริการที่ดีชอบให้บริการผู้อื่นยึดถือว่าบุคคลอื่นหรือผู้มาติดต่อถูกเสมอปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจและอย่างตั้งใจ

1.5. ชอบช่วยเหลือผู้อื่นมีไมตรีจิตมีใจเมตตากรุณาเห็นอกเห็นใจผู้อื่นให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้อื่นมีปัญหาทุกข์ร้อนสามารถรับฟังปัญหาด้วยความเห็นอกเห็นใจ

1.6. เป็นคนช่างสังเกตมีปฏิภาณดีแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้การพบปะหรือประจันหน้ากันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้มาติดต่อย่อมมีโอกาสหรือแนวโน้มที่จะปะทะคารมกันได้ความมีปฏิภาณไหวพริบดีสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้จะช่วยหลบหลีกมิให้โอกาสแบบนั้นเกิดขึ้นได้ ประการสำคัญความมีปฏิภาณไหวพริบจะช่วยเสริมบุคลิกภาพความอะลุ้มอล่วยและความเข้าใจซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี

2. ด้านสถานที่ประกอบการลักษณะของสถานที่ที่ให้บริการที่ดี (สุวัฒนาในเจริญ 2540:11)

2.1. ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวกไม่แออัดในการเดินทาง

2.2. สะอาดมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่

2.3. การจัดป้ายบอกหน่วยงานที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการในขณะรอรับบริการ

2.4. สถานที่จอดรถสะดวกไม่คับแคบจนเกินไป

3. ด้านความสะดวกที่ได้รับลูกค้าจะรู้สึกประทับใจเมื่อ

3.1. มีพนักงานที่คอยให้ความสะดวกกับลูกค้าเพียงพอ

3.2. มีความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานให้บริการกับลูกค้า

3.3. การให้คำแนะนำและชี้แจงผลประโยชน์ที่ผู้รับบริการควรจะได้รับ

3.4. การให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้รับบริการไม่เข้าใจในบริการ

4. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

4.1. ความทันสมัยต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการและประโยชน์ของข้อมูลที่ผู้รับบริการจะได้รับ

4.2. การให้คำแนะนำตอบปัญหาที่ถูกต้องชัดเจน

4.3. การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้ารวมถึงรูปแบบการทำเสนอข้อมูลที่ง่ายไม่คลุมเครือเข้าใจต่อการฟัง

5. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการการบริการที่มีการดำเนินการที่ดีได้แก่

5.1 ความรวดเร็วของการให้บริการในแต่ละครั้งแต่ละเรื่อง

5.2 การลดขั้นตอนหรืออนุโลมให้ลูกค้าในบางกรณีลูกค้าจะมีความรู้สึกที่ง่ายไม่เสียเวลา

5.3 การดำเนินการให้บริการด้านต่างๆที่ไม่ทำให้ลูกค้าเสียโอกาสหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ

จากความหมายข้างต้นจึงพอสรุปได้ว่าความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่เกิดจากความต้องการที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้ถ้าความต้องการของผู้บริโภคได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้หรือมากกว่าความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นแต่ถ้าความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้นไป

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดความพึงพอใจ มาเป็นตัววัดการมาท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกที่มุ่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เกิดความรู้สึกสนุกสนานท้าทาย คุ้มค่า และปลอดภัย ซึ่งล้วนเป็นความต้องการทางด้านอารมณ์และความรู้สึกของมนุษย์ ที่มุ่งแสวงหาเพื่อความสุขของตน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฉัตรชัยสิริวาณีปกรณ์ (2558)ศึกษาเรื่อง “กรณีศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการของโรงแรมไอบิสและโรงแรมโนโวเทลในเขตกรุงเทพมหานคร” รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับชาวต่างประเทศที่เลือกใช้บริการโรงแรมระดับ2 ดาวและโรงแรมระดับ 4 ดาวจำนวน 500 ชุดพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวทั้ง 7 ด้านประกอบด้วยด้านสินค้าและบริการด้านราคาด้านสถานที่จัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านกระบวนการในการทำงานด้านพนักงานและด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อทัศนคติชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 2 ดาวและโรงแรมระดับ 4 ดาว

วันทิกาหิรัญเทศ (2556)ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีและเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยช่องทางการรับสื่อกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรีจำนวน 400 คนเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเปรียบเทียบการทดสอบแบบทีและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวผลการศึกษาพบว่าระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและรายด้าน คือด้านพื้นที่ด้านการมีส่วนร่วมด้านกิจกรรมและกระบวนการและด้านการจัดการอยู่ในระดับมากการเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีในภาพรวมเมื่อจำแนกตามเพศกลุ่มอายุกลุ่มการศึกษากลุ่มอาชีพ กลุ่มรายได้แรงจูงใจและช่องทางการรับสื่อมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

พลอยระพีชลวริช (2555)ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจโดยใช้รถเช่าเป็นพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมักจะเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1 – 2 วันมีช่วงเวลาที่มักเดินทางท่องเที่ยวช่วงคืนวันเสาร์ –อาทิตย์ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาทชอบท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากเพื่อนปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากยกเว้นแรงจูงใจทางสถานภาพอยู่ในระดับน้อยเมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันพบว่าแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันพบว่าแรงจูงใจทางกายภาพและแรงจูงใจระหว่างบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและเมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันพบว่าไม่แตกต่างกัน

อติกานต์ไพโรจน์พิริยะกุลและสุชาติทวีพรปฐมกุล (2555)ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางพบว่าการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางระหว่างเพศอาชีพระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนการเปรียบเทียบปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่มีเพศอายุอาชีพระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางมากที่สุด

เกษราศิณีอินไชย (2554)ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในการท่องเที่ยวภายในประเทศของวัยทำงานตอนต้น: กรณีศึกษาวัยทำงานตอนต้นในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลกผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับด้านบุคลากรและการบริการเป็นอันดับหนึ่งด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเป็นอันดับสองด้านสถานที่เป็นอันดับสามด้านราคาเป็นอันดับสี่ด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับห้าและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับสุดท้าย

แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งได้แก่ด้านราคาคือความเหมาะสมของราคาที่พักด้านสถานที่คือความสวยงามของที่พักหรือห้องพักด้านการส่งเสริมการตลาดคือการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการให้ส่วนลดหรือสิทธิพิเศษด้านบุคลากรและการบริการคือพนักงานมีความเอาใจใส่ กระตือรือร้นและเป็นกันเองกับผู้ใช้บริการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินคือความปลอดภัยของที่พักและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือมีเบอร์โทรศัพท์ติดต่อเพื่อจองห้องพักและสอบถาม

ปกาศิตพันธุ์เพ็ง (2553)ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดจตุจักรของนักท่องเที่ยวผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในระดับมากในทุกด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรในระดับมากทุกด้านเช่นกันผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศอายุและการศึกษาต่างกันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านของอาชีพรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

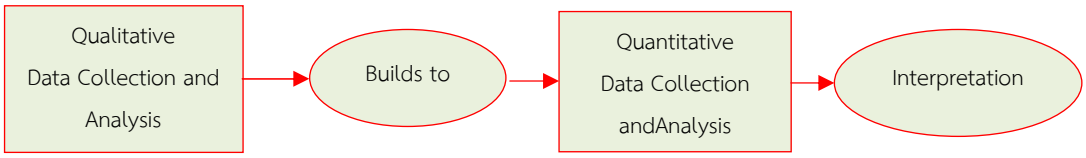
บุษกรแก้วมีจีน (2546)ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวชายทะเลหมู่เกาะของคนกรุงเทพมหานครผลการศึกษาพบว่าสื่อที่มีอิทธิพลที่สุดคือสื่อโทรทัศน์รองลงมาคือสื่อบุคคลและสื่อสิ่งพิมพ์ตามลำดับพฤติกรรมการรับสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลหมู่เกาะคนกรุงเทพมหานครที่มีเพศอายุสถานภาพสมรสอาชีพและรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวชายทะเลหมู่เกาะไม่แตกต่างกันคนกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมเรื่องเที่ยวชายทะเลหมู่เกาะแตกต่างกันคนกรุงเทพมหานครที่มีเพศและสถานภาพสมรสต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับชายทะเลหมู่เกาะไม่แตกต่างกันและคนกรุงเทพมหานครที่มีอายุการศึกษาอาชีพและรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับชายทะเลหมู่เกาะแตกต่างกัน

Prayag&Hosany (2014)ได้ทำการศึกษาเรื่องเมื่อตะวันออกกลางพบตะวันตก: ความเข้าใจแรงจูงใจและการรับรู้ของนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาวจากสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (When MiddleEast meets West: Understanding the motives and perceptions of young tourists fromUnited Arab Emirates) การวิจัยนี้เป็นการศึกษาตลาดการท่องเที่ยวในตะวันออกกลางโดยทำการสำรวจแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนวัยหนุ่มสาวในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และการรับรู้ว่ากรุงปารีสเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่หรูหราทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในเมืองดูไบชาร์จาห์และอาบูดาบีผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันตามการรับรู้ความหรูหราของกรุงปารีสและแรงจูงใจโดยรวมที่มีต่อการบริโภคที่หรูหราผลการวิจัยมีความสำคัญสำหรับนักการตลาดในแง่ของการโฆษณาการแบ่งส่วนและกลยุทธ์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในอนาคต

กรอบแนวคิดของการวิจัย

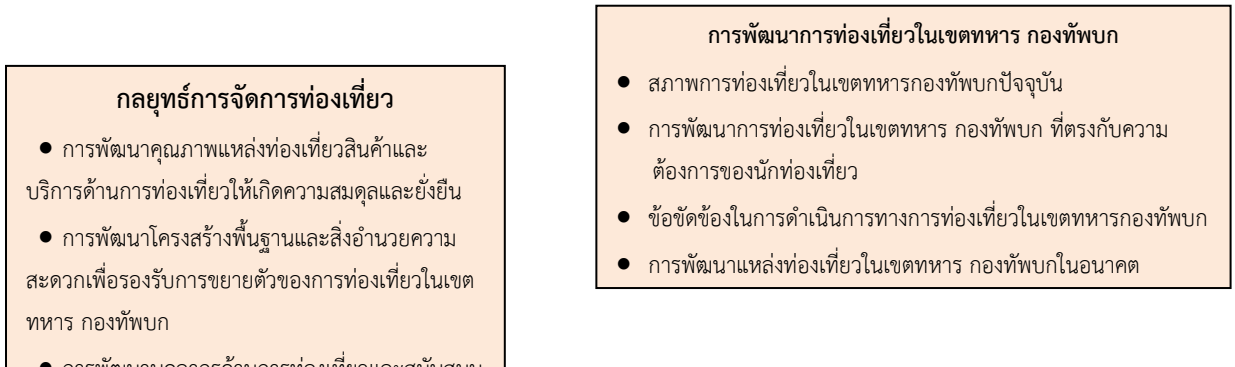
การวิจัยเรื่องรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล ได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยโดยผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดกระบวนทัศน์ของโทมัสคุ้นส์(Thosmas S. Khun) (ธนณัฐ ยังเฟื่องมนต์, 2561 : 86-87)มาเป็นแนวทางในการศึกษาและใช้แนวทางการวิจัยแบบ ตามวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ตามหลักการของ เครสเวลCreswell(ธนณัฐ ยังเฟื่องมนต์, 2561 : 26)ในรูปแบบการวิจัยแบบขั้นตอนเชิงสำรวจ (Exploratory Sequential Design) เป็นการวิจัยที่แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน โดยทำการวิจัยหลักด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสำรวจข้อมูล แล้วนำผลมาทำการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อยืนยันและสามารถนำผลไปใช้ต่อได้ ตามแผนภาพที่ 2-1

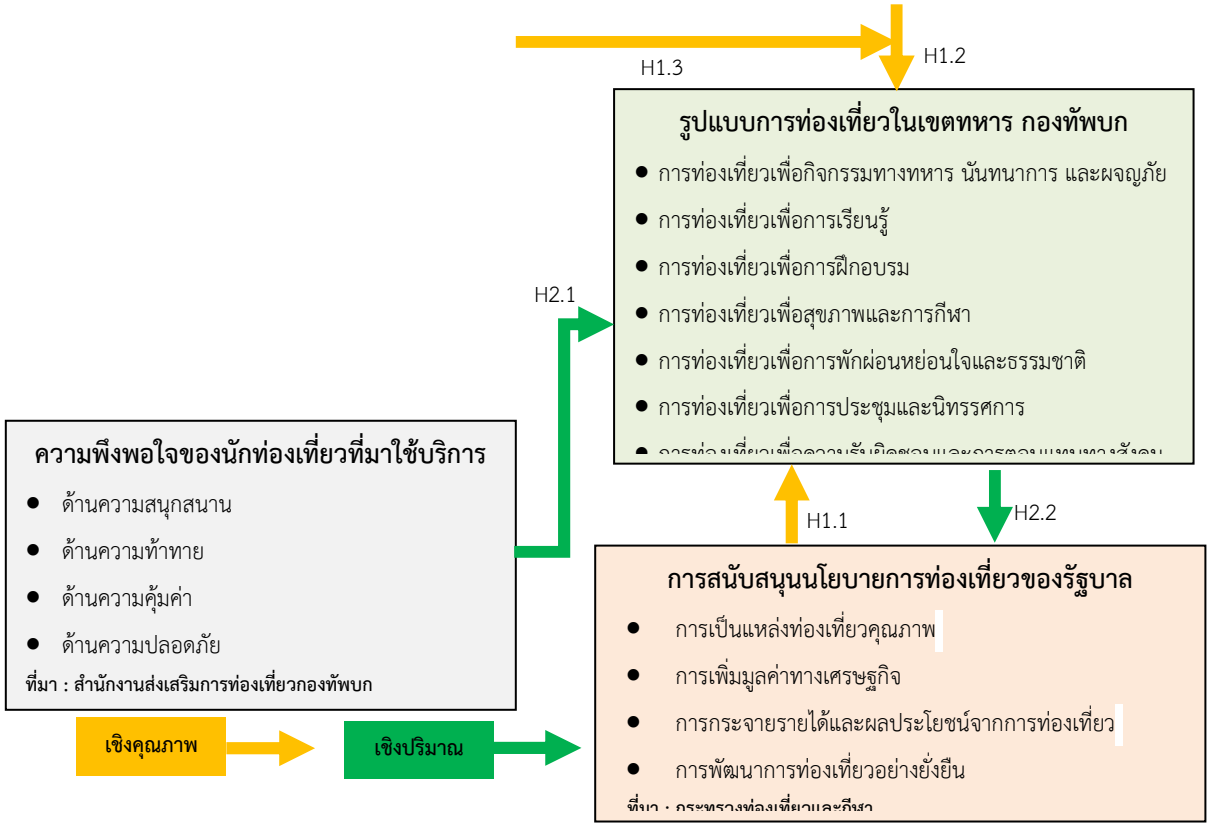
แผนภาพที่ 2-1แสดงภาพกระบวนการวิจัยในรูปแบบขั้นตอนเชิงสำรวจ (Exploratory Sequential Design)



และเมื่อประยุกต์แนวคิดของนักวิชาการทั้งสองคน สามารถกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยในครั้งนี้ได้ดังแผนภาพที่ 2-2

แผนภาพที่ 2-2แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย




H1.3
H1.2
รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก
การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางทหาร นันทนาการ และผจญภัย
การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้
การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม
การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา
การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ
การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ
H2.1
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ
ด้านความสนุกสนาน
ด้านความท้าทาย
ด้านความคุ้มค่า
ด้านความปลอดภัย
ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวกองทัพบก
H1.1
H2.2
การสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล
การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ
การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ
การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว
การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
เชิงคุณภาพ
เชิงปริมาณ

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล”เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Method)ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดรายละเอียดวิธีการดำเนินการศึกษาดังนี้

1. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย การสร้างเครื่องมือในการวิจัย การตรวจสอบเครื่องมือ และการใช้เครื่องมือ (การเก็บรวบรวมข้อมูล)
3. ขั้นตอนการวิจัย
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

1. เชิงคุณภาพกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักคือ

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการในระบบออนไลน์ ด้วยคำถามปลายเปิด (Open – ended) กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 40 คน ที่เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องผูกพัน (Stakeholder) กับการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ได้แก่ผู้บริหารระดับนโยบายของรัฐบาล, หน่วยงานการท่องเที่ยว, กองทัพบก, ภาคเอกชนทางการท่องเที่ยว, สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว, มัคคุเทศก์, สื่อมวลชนทางการท่องเที่ยว, และนักท่องเที่ยว

2.เชิงปริมาณ

2.1กลุ่มประชากรได้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในห้วงเดือน เมษายน 2562 ที่มีขนาดไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

2.2กลุ่มตัวอย่าง คัดเลือกโดยใช้การคำนวณจากสูตรของW.G. Cochran(Cochran, 1977 อ้างในธีรวุฒิเอกะกุล, 2543) ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน และไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรโดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับ ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยการแทนค่าในสูตรดังกล่าวดังนี้

กรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรหรือ p = 0.5 ใช้ $n = \frac{Z^2}{4e^2}$ สูตร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Z = 1.96
- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 99% หรือระดับนัยสำคัญ 0.01 มีค่า Z = 2.58

แทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อสะดวกในในการวิจัย ผู้วิจัยจึงขอกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ 400 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าค่าที่คำนวณได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1.1เชิงคุณภาพ :ประเด็นในการสัมภาษณ์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยซึ่งเป็นคำถามในการสัมภาษณ์เพื่อให้ครอบคลุมคำถามในการวิจัยคือ “รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก เพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลสามารถดำเนินการได้อย่างไร” ดังนี้

คำถามในการวิจัย	ประเด็นในการสัมภาษณ์

รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่พัฒนาไปสู่การบรรลุเป้าประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ดำเนินการได้อย่างไร	**ตอนที่ 1** ความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในเรื่อง ข้อที่ 1 การเพิ่มรายได้ให้ประเทศ ข้อที่ 2 การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ข้อที่ 3 การพัฒนาคุณภาพคนไทย ข้อที่ 4 การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ **ตอนที่ 2** คำถามการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกดังนี้ ข้อที่ 1 สภาพการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันเป็นอย่างไร ข้อที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวควร เป็นอย่างไร ข้อที่ 3 ข้อขัดข้องในการดำเนินการทางการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก เป็นอย่างไร ข้อที่ 4 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกในอนาคตควรเป็นอย่างไร

คำถามในการวิจัย	**ประเด็นในการสัมภาษณ์**
	ตอนที่ 3 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ดังนี้ ข้อที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน ข้อที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ข้อที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ข้อที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่มการส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ข้อที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการ

	ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างพื้นที่

1.2 เชิงปริมาณ : แบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ที่สร้างมาจากผลการวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัย ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list) แบบสอบถามข้อคำถามแบบปิด(Close-Ended Question) ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์และขอบเขตของการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางครอบครัว อาชีพ และพื้นที่ท่องเที่ยวทางทหาร กองทัพบกที่ชื่นชอบซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามปลายปิด (Close–Ended Question) จำนวน 6 ข้อ ใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย, การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้, การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม, การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา, การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ, การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ, และการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคมซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question)ในแต่ละด้านๆ ละ 4 ข้อ รวม16 ข้อ ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนโดยเรียงลำดับจากน้อยไปหามากด้วยค่าคะแนน 1 – 5 ตามลำดับ ดังนี้

ความคิดเห็นมากอย่างยิ่ง	ให้	5	คะแนน
ความคิดเห็นมาก	ให้	4	คะแนน
ความคิดเห็นปานกลาง	ให้	3	คะแนน
ความคิดเห็นน้อย	ให้	2	คะแนน
ความคิดเห็นน้อยอย่างยิ่ง	ให้	1	คะแนน

ตอนที่ 3ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกจำแนกตาม ความสนุกสนาน ความคุ้มค่า ความท้าทาย ความปลอดภัยซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question)ในแต่ละด้านๆ ละ 4ข้อ รวม16 ข้อ ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนโดยเรียงลำดับจากน้อยไปหามากด้วยค่าคะแนน 1 – 5 ตามลำดับ ดังนี้

พึงพอใจมากอย่างยิ่ง	ให้	5	คะแนน
พึงพอใจมาก	ให้	4	คะแนน
พึงพอใจปานกลาง	ให้	3	คะแนน
พึงพอใจเห็นน้อย	ให้	2	คะแนน
พึงพอใจน้อยอย่างยิ่ง	ให้	1	คะแนน

ตอนที่ 4ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลในเรื่อง การเพิ่มรายได้ให้ประเทศการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น การพัฒนาคุณภาพคนไทยและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question)ในแต่ละด้านๆ ละ 4 ข้อ รวม 16 ข้อ ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนโดยเรียงลำดับจากน้อยไปหามากด้วยค่าคะแนน 1 – 5 ตามลำดับ ดังนี้

ความคิดเห็นมากอย่างยิ่ง	ให้	5	คะแนน
ความคิดเห็นมาก	ให้	4	คะแนน
ความคิดเห็นปานกลาง	ให้	3	คะแนน
ความคิดเห็นน้อย	ให้	2	คะแนน
ความคิดเห็นน้อยอย่างยิ่ง	ให้	1	คะแนน

2.การตรวจสอบเครื่องมือผู้วิจัยนำประเด็นในการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาความเหมาะสม ก่อนที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล

2.1 เชิงคุณภาพ: ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำประเด็นการสัมภาษณ์ ในครั้งนี้ ให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือที่สามารถนำไปสู่คำถามการวิจัยในครั้งนี้ได้ จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

รศ.ดร.บรรพต วิรุณราช อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา/นักวิชาการด้านวิจัย

พล.อ.ชาติชาย ขันสุวรรณอดีตผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวกองทัพบก/ที่ปรึกษาสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ผศ.ดร.พรพรรณ วีระปรียากูรที่ปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว กองทัพบก

จากนั้นนำมาประมวลความเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด ที่ได้รับการพิจารณาแบบสอบถามเป็นรายข้อแล้ว นำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ มาทำการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (Index of Concordance :IOC)

สูตร $IOC = \frac{\sum R}{N}$

IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$แทน ค่าคะแนนรวมที่ผู้เชี่ยวชาญให้

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดย ค่า IOC นี้ สามารถกำหนดได้จากการอ้างอิงบุคคล ทั้งนี้ค่าที่กำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนนั้น มีดังนี้

1 ข้อคำถามสอดคล้องกับงานวิจัย

0 ไม่มั่นใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับงานวิจัย แต่อาจใช้ได้

-1 ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับงานวิจัย

โดยที่ผู้เชี่ยวชาญจะแสดงความคิดเห็นต่อข้อคำถามเป็นรายข้อ ผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้มารวมกันในแต่ละบุคคล จากนั้นรวมคะแนนของทุกคนเข้าด้วยกันหารด้วยจำนวนผู้เชี่ยวชาญจะได้ผลลัพธ์ที่เป็นตัวเลข ซึ่งค่าในการยอมรับจะต้องไม่ต่ำกว่า .66 (ธนณัฐ ยังเฟื่องมนต์, 2554) จากการคำนวณได้ค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ

2.2เชิงปริมาณ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

2.2.1การหาค่าความสอดคล้องผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) และข้อบกพร่องของข้อคำถาม จำนวน 3 ท่าน

รศ.ดร.บรรพต วิรุณราช อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา/นักวิชาการด้านวิจัย

พล.อ.ชาติชาย ขันสุวรรณ อดีตผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว กองทัพบก/ที่ปรึกษาสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ผศ.ดร.พรพรรณ วีระปรียากูร ที่ปรึกษาสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว กองทัพบก

จากนั้นนำมาประมวลความเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด ที่ได้รับการพิจารณาแบบสอบถามเป็นรายข้อแล้ว นำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ มาทำการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (Index of Concordance :IOC)

$$\text{สูตร} \quad IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$แทน ค่าคะแนนรวมที่ผู้เชี่ยวชาญให้

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดย ค่า IOC นี้ สามารถกำหนดได้จากการอ้างอิงบุคคล ทั้งนี้ค่าที่กำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนนั้น มีดังนี้

1 ข้อคำถามสอดคล้องกับงานวิจัย

0 ไม่มั่นใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับงานวิจัย แต่อาจใช้ได้

-1 ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับงานวิจัย

โดยที่ผู้เชี่ยวชาญจะแสดงความคิดเห็นต่อข้อคำถามเป็นรายข้อ ผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้มารวมกันในแต่ละบุคคล จากนั้น รวมคะแนนของทุกคนเข้าด้วยกันหารด้วยจำนวนผู้เชี่ยวชาญจะได้ ผลลัพธ์ที่เป็นตัวเลข ซึ่งค่าในการยอมรับ จะต้องไม่ต่ำกว่า .66 (ธนณัฐ ยังเฟื่องมนต์. 2554) จากการคำนวณได้ค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ

2.2.2 หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ ไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลองซึ่งเป็นประชาชนในพื้นที่จังหวัดสงขลาจำนวน 30 คนโดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)จากนั้นทำการทดสอบด้วยสถิติ วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS Version 11.5)หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาช(Cronbach's Alpha Coefficient :α)โดยใช้เมนูคำสั่งMENU : Analyze → Scale → Reliability Analysis และได้กำหนดค่าของความเชื่อมั่นไว้ไม่ต่ำกว่า .80 จากการคำนวณได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ

2. การใช้เครื่องมือ:การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 เชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งวิธีในการเข้าถึงข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลด้านเอกสาร (Review data) และข้อมูลภาคสนาม (Field data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review data)

ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ศึกษาวิธีการสร้างแบบสัมภาษณ์โดยดำเนินการในระบบออนไลน์ ด้วยคำถามปลายเปิด(Open – ended)ขึ้นมาจากเอกสารงานวิจัย เพื่อเป็นการกำหนดขอบเขตและเนื้อหาให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ข้อมูลทุติยภูมิผู้วิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากเอกสารบทความหนังสืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทั่วไป เพื่อเป็นการกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของการวิจัย และสร้างเครื่องมือวิจัยให้มีความชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม(Field data)

ผู้วิจัยใช้วิธีการอ่านจากคำตอบที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ แล้วสรุปสั้นๆ เฉพาะประเด็นที่สำคัญ

2.2 เชิงปริมาณ

การสุ่มตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling)เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า(Quota sampling)โดยออกเป็นพื้นที่ 4 ภาค ๆ ละ 100 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบโดยบังเอิญ (accidental sampling) หรือการเลือกหน่วยตัวอย่างแบบตามสะดวก (convenience sampling)เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ครบจำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ กลุ่มตัวอย่างจะเป็นใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้แต่ต้องอยู่ในกลุ่มของประชากรที่สนใจศึกษา

ตารางที่ 3-1 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพื้นที่กองทัพภาค

นักท่องเที่ยวในพื้นที่	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
กองทัพภาคที่ 1	100
กองทัพภาคที่ 2	100
กองทัพภาคที่ 3	100
กองทัพภาคที่ 4	100
รวม	400

นำแบบสอบถามไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละกองทัพภาค โดยมอบหมายให้กำลังพลที่ปฏิบัติงานในสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวกองทัพบกไปดำเนินการในห้วงระหว่างเดือน เม.ย. 62

ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในเชิงผสานวิธี (Mixed Method) โดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

1. ทำการศึกษาสภาพของความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาจากการศึกษาเอกสาร วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และ เวทีประชาคม การสัมมนา ของกลุ่มบุคคลที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกและสำรวจสภาพของพื้นที่และสภาพความเป็นจริงในพื้นที่เป้าหมาย

2. กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา, วิธีการศึกษา, และกลุ่มเป้าหมาย

3. สร้างเครื่องมือในระบบออนไลน์ โดยใช้ Google form เป็นเครื่องมือในการออกแบบ

4. ตรวจสอบความเชื่อมั่นและความสอดคล้องของเครื่องมือ โดยผู้เชี่ยวชาญ

5. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการในระบบออนไลน์ ด้วยคำถามปลายเปิด (Open – ended) กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 50 คน ที่เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องผูกพัน (Stakeholder) กับการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ได้แก่ผู้บริหารระดับนโยบายของรัฐบาล, หน่วยงานการท่องเที่ยว, กองทัพบก, ภาคประชาสังคม, ภาคเอกชนทางการท่องเที่ยว, สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว, มัคคุเทศก์, สื่อมวลชนทางการท่องเที่ยว, และนักท่องเที่ยว

6. วิเคราะห์ความเป็นไปได้ตามแนวทางที่ได้จากผลการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วสังเคราะห์ ให้ได้เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

7. นำผลตามข้อ 6 มาออกแบบเครื่องมือสำหรับการวิจัยในเชิงปริมาณเพื่อสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยการทำแบบสอบถามด้วยคำถามปลายปิด (Close - ended) จำนวน 400 คน แบ่งออกตามสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 4 กองทัพภาคๆ ละ 100 คน ให้ได้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

8. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows) โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ให้ได้ข้อสรุปและอภิปรายผลการวิจัย

9. นำผลการศึกษาตามข้อ 9 มาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้เกิดรูปแบบใหม่สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก แล้วสรุปเป็นข้อค้นพบในการวิจัยครั้งนี้ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1.เชิงคุณภาพ

1.1หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จากนั้นจึงทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) ดังนี้

1.1.1 ผู้สัมภาษณ์มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ถูกสัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในตัวผู้วิจัย อันจะมีผลต่อความถูกต้องและความเป็นจริงของข้อมูล

1.1.2 ผู้วิจัยมีการยืนยันความถูกต้องของข้อมูล (Member checking) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ด้วยการจดบันทึกอย่างละเอียด นำกลับไปผู้ถูกสัมภาษณ์ยืนยันความถูกต้องของข้อมูล ว่ามีความถูกต้องและเป็นจริง ตรงกับความรู้สึกของผู้ถูกสัมภาษณ์หรือไม่

1.1.3 ผู้วิจัยมีการตรวจสอบความไว้วางใจได้ของข้อมูล (Dependability) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษางานวิทยานิพนธ์ เพื่อยืนยันความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้า

1.1.4 ผู้วิจัยมีการใช้ความสามารถในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ (Transferability) โดยการเขียนระเบียบวิธีการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และบริบทที่ต้องการศึกษาอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือของการวิจัย ในการที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ในบริบทที่ใกล้เคียงกัน

1.1.5 ผู้วิจัยมีการยืนยันผลการวิจัย (Conformability) โดยผู้วิจัยจะเก็บเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยไว้เป็นอย่างดีพร้อมสำหรับการตรวจสอบ (Audit trial) เพื่อเป็นการยืนยันว่าข้อมูลที่ได้ ไม่มีความลำเอียงหรือเกิดจากการคิดขึ้นของผู้วิจัย

1.2 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยดัดแปลงขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของ Colaizzi (1978) ซึ่งเป็นวิธีที่ได้รับการยอมรับและใช้กันอย่างแพร่หลายในงานวิจัยเชิงปรากฏการณ์วิทยา ดังนี้

1.2.1นำข้อมูลที่ได้จากการถอดความกับงานภาคสนามมาพิจารณาหลาย ๆ ครั้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่ได้และพิจารณาประเด็นที่สำคัญ

1.2.2 นำข้อมูลที่ได้กลับมาอ่านพิจารณาอีกครั้งอย่างละเอียด จากนั้นจึงทำการตีความพร้อมกับทำการดึงข้อความหรือประโยคสำคัญที่เกี่ยวข้องออกมา

1.2.3 นำข้อมูลที่เป็นข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงมาไว้กลุ่มเดียวกัน เพื่อสร้างหัวข้อสรุป และกลุ่มหัวข้อสรุปแนวคิดในตัวข้อมูล โดยมีรหัสข้อมูลกำกับทุกข้อความหรือทุกประโยค จากนั้นจึงตั้งคำสำคัญ ซึ่งจะจัดเป็นกลุ่มใหญ่ (Themes) และกลุ่มย่อย (Sub-theme) ที่อยู่ภายใต้ความหมายของกลุ่มใหญ่

1.2.4 อธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างละเอียดครบถ้วน โดยเขียนให้มีความต่อเนื่องและกลมกลืนกันระหว่างข้อความหรือประโยคของความหมายและหัวข้อต่าง ๆ ซึ่งในขั้นตอนนี้ต้องพยายามตัดข้อมูลหรือหัวข้อที่ไม่จำเป็นออก

1.2.5 ยกตัวอย่างคำพูดประกอบคำหลักสำคัญที่ได้ เพื่อแสดงความชัดเจนของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

1.2.6 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยนำข้อสรุปที่ได้ไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบถึงความเป็นจริงและความถูกต้อง เพื่อให้ได้ข้อสรุปสุดท้ายที่สมบูรณ์และเป็นข้อค้นพบที่ได้จากผู้ให้ข้อมูล จากนั้นจึงนำข้อมูลมาตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง

2.เชิงปริมาณ

เมื่อได้แบบสอบถามคืนแล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการ ดังนี้

2.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า สำหรับแบบสอบถามชนิดปลายเปิด(Close-Ended Question) ส่วนแบบสอบถามชนิดปลายเปิด(Open-Ended Question) ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มตามคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัส

2.3 การประมวลผลข้อมูลข้อมูลที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึกโดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ เพื่อการประมวลผลข้อมูลซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS Version 11.5)

2.4 การคำนวณค่าสถิติแยกเป็น 2 ส่วนดังนี้

2.4.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)แบ่งเป็น 5 ตอนดังนี้

<u>ตอนที่ 1</u>ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางครอบครัว อาชีพกิจกรรมท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ วิเคราะห์โดยการใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) โดยใช้เมนูคำสั่ง

MENU : Analyze → Descriptive Statistics → Frequencies

<u>ตอนที่ 2</u>ระดับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก 7 รูปแบบ ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย, การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้, การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม, การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา, การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ, การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ, และการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคมวิเคราะห์โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequencies) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage) โดยใช้เมนูคำสั่ง

MENU : Analyze → Descriptive Statistics → Frequencies

การแปลผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมินผลโดยใช้เกณฑ์ประเมินจากสูตรต่อไปนี้ (วิเชียร์เกตุสิงห์, 2538 : 8–11)

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{3}$$

$$= 1.33$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายของระดับความพึงพอใจ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 2.33 หมายถึงความพึงพอใจ ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.34 - 3.67 หมายถึง ความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 หมายถึงความพึงพอใจ ในระดับมาก

<u>ตอนที่ 3</u>ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกจำแนกตาม ความสนุกสนาน ความคุ้มค่า ความท้าทาย ความปลอดภัยวิเคราะห์โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequencies) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage) โดยใช้เมนูคำสั่ง

MENU : Analyze → Descriptive Statistics → Frequencies

การแปลผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมินผลโดยใช้เกณฑ์ประเมินจากสูตรต่อไปนี้ (วิเชียร์เกตุสิงห์, 2538 : 8–11)

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{3}$$

$$= 1.33$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายของระดับความพึงพอใจ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 2.33 หมายถึงความพึงพอใจ ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.34 - 3.67 หมายถึง ความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 หมายถึงความพึงพอใจ ในระดับมาก

ตอนที่ 4ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการบรรลุเป้าประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติในเรื่อง การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ,การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ, การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว, การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนวิเคราะห์โดยการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เมนูคำสั่ง

MENU : Analyze → Descriptive Statistics → Frequencies

การแปลผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมินผลโดยใช้เกณฑ์ประเมินจากสูตรต่อไปนี้ (วิเชียร์เกตุสิงห์. 2538 : 8–11)

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{3}$$

$$= 1.33$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายของระดับความคิดเห็น ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 2.33 หมายถึงความคิดเห็น ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.34 - 3.67 หมายถึง ความคิดเห็น ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.68 – 5.00 หมายถึงความคิดเห็น ในระดับมาก

2.4.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)ในการทดสอบสมมติฐานได้แก่

สมมุติฐานที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)โดยใช้เมนูคำสั่ง

MENU : Analyze → Regression → Linear

สมมุติฐานที่ 2 รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่พัฒนาไปสู่การบรรลุเป้าประสงค์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติในเรื่อง การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ,การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ, การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว

, การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้เมนูคำสั่ง

MENU : Analyze → Regression → Linear

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเอกสารต่าง ๆ เกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลทำการศึกษาโดยกำหนดขั้นตอนในการศึกษาดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณคุณภาพ โดยกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักคือกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 40 คน ที่เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องผูกพัน (Stakeholder) กับการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ได้แก่ผู้บริหารระดับนโยบายของรัฐบาล, หน่วยงานการท่องเที่ยว, กองทัพบก, ภาคเอกชนทางการท่องเที่ยว, สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว, มัคคุเทศก์, สื่อมวลชนทางการท่องเที่ยว, และนักท่องเที่ยวดำเนินการในระบบออนไลน์ ด้วยคำถามปลายเปิด(Open – ended)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณกลุ่มประชากรเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกในห้วงเดือน เมษายน 2562 ที่มีขนาดไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนคัดเลือกโดยใช้การคำนวณจากสูตรของW.G. Cochran(Cochran, 1977 อ้างในธีรวุฒิเอกะกุล, 2543) ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน และไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรโดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คนโดยกำหนดขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

ตอนที่ 3ผลการวิเคราะห์ระดับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

ตอนที่ 4ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการบรรลุเป้าประสงค์แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นผู้บริหารระดับนโยบายของรัฐบาล, หน่วยงานการท่องเที่ยว, กองทัพบก, ภาคเอกชนทางการท่องเที่ยว, สมาคมธุรกิจการ

ท่องเที่ยว, มัคคุเทศก์, สื่อมวลชนทางการท่องเที่ยว, และนักท่องเที่ยวมาทำการวิเคราะห์ตามแนวทางการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ได้ดังนี้

ตารางที่ 4-1 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการเพิ่มรายได้ให้ประเทศ

การเพิ่มรายได้ให้ประเทศ
ผลการสัมภาษณ์
1. ทำให้ประเทศไทยสามารถดึงดูดประชาชนทั้งในและต่างประเทศมาสนใจท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆในเมืองไทย 2. ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญสร้างรายได้ให้ประเทศเป็นลำดับต้นๆการเพิ่มขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อรายได้ของประเทศแต่เป็นการเพิ่มรายได้เฉพาะกลุ่ม 3. เป็นแผนพัฒนาที่ส่งผลดีอีกช่องทางและมีผลต่อการบริหารจัดการที่ดีต่อประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4. ทหารมีอุปกรณ์ที่เอกชนไม่มีการจัดกิจกรรมกับทหารจะช่วยให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกเพิ่มแปลว่าชาติก็จะมีรายได้เพิ่ม 5. การท่องเที่ยวเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ในทุกระดับโดยเฉพาะเงินรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือคนไทยเกิดการสร้างงานสร้างรายได้ ในทุกมิติ รัฐสามารถเก็บภาษีจากสินค้าและบริการนั้นๆช่วยขับเคลื่อนระบบเงิน 6. นโยบายกระตุ้นการส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพิ่มขึ้นรายได้เพิ่มขึ้น - รองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต - เศรษฐกิจฐานรากแข็งแรง ส่งผลต่อ การมีรายได้ในภาพรวมของประเทศเข้มแข็งขึ้น 7. เป็นช่องทางส่งเสริมการเพิ่มรายได้อย่างมากหากมีการจัดเก็บรายได้อย่างรัดกุมเช่นเดียวกับอุทยานแห่งชาติต่างๆ 8. ช่วยให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจจากพื้นฐานไปสู่ระดับวงกว้างมากขึ้น 9. เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างเสริมร่วมพัฒนาควบคู่กับการท่องเที่ยวในประเทศ 10. เป็นการต่อยอดอีกช่องทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ซึ่งย่อมส่งผลให้เกิดมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจแน่นอน 11. ปัจจุบันการท่องเที่ยวในประเทศสร้างรายได้ให้กับประเทศ ดังนั้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวกองทัพบก จึงเป็นทางหนึ่งต่อการเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ

12. เมื่อเกิดการท่องเที่ยว จะทำให้เกิดการใช้จ่ายตั้งแต่การเดินทาง การรับประทานอาหาร การจับจ่ายใช้สอยต่างๆ เมื่อเกิดการใช้จ่าย ทำให้เกิดการเสียภาษีทางอ้อม ไม่ว่าจะร้านสะดวกซื้อ หรือ ค่ารถการเดินทาง
13. ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดีแต่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเท่าที่ควร ทำให้รายได้น้อย
14. เป็นแหล่งสันทนาการที่ช่วยดึงดูดเม็ดเงินจากนักท่องเที่ยว
15. สามารถเพิ่มได้แต่ต้องเปิดพื้นที่ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าเพราะการท่องเที่ยวในเขตทหาร มีหลากหลาย ปลอดภัย ท้าทาย มีผู้คนสนใจมากขึ้น
16. ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อทุกแขนง เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว จ้างงาน สร้างรายได้
17. เราจะดึงเม็ดเงินออกจากกระเป๋า นทท. โดย ปชส. ให้จับจ่าย ที่ ร้านค้าสินค้าที่ระลึก ของเรา
18. ชักชวนนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศให้มากลดขั้นตอนที่จะเกิดปัญหากับการเข้ามาของนักท่องเที่ยวเช่น การทำบัตรผ่านแดน การเข้ามาในราชอาณาจักรไทยควรลดขั้นตอนในด้านเอกสารให้น้อยลง เพิ่มระยะเวลาการพักอาศัยให้มากขึ้น

ตารางที่ 4-1 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการเพิ่มรายได้ให้ประเทศ (ต่อ)

การเพิ่มรายได้ให้ประเทศ
ผลการสัมภาษณ์
19. การที่จัดสถานที่ท่องเที่ยวให้แปลกแยก และแตกต่าง ทำให้มีนักท่องเที่ยวสนใจมาก แต่เสริมสร้างเมื่อมาแล้วต้องเป็นสมาชิกเพ็จของสถานที่ท่องเที่ยว แล้วให้โพสภาพตนเอง แล้วแชร์ออกไปในสื่อสังคมออนไลน์ การแชร์เยอะๆ จะช่วยให้ นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศได้รู้จัก เป็นการประชาสัมพันธ์วิธีการหนึ่ง ถ้านักท่องเที่ยวต่างประเทศมาเยอะ ก็จะเพิ่มรายได้ให้กับประเทศไปด้วย
20. ทำให้เพื่อนบ้านหรือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการเรียนรู้และรับชม ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวลักษณะโฮมสเตย์เรียนรู้วิถีพอเพียง ในพื้นที่ทางทหารในแต่ละหน่วย
21. ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวตามวิถีของตนที่ชอบ ทำให้เกิดรายได้ให้ชุมชนทหารนั้นๆทั้งโดยตรงในค่าเข้าชม และการจับจ่ายซื้อสินค้าพื้นเมืองที่ชุมชนสนับสนุนเป็นเอกลักษณ์พัฒนา ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้ชาวโลกได้รู้จัก
22. ณปัจจุบันนับได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นที่มาของรายได้หลัก ซึ่งการท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่ทำรายได้มหาศาลให้กับประเทศเราควรร่วมมือกันเพื่อพัฒนาในทุกรูปแบบเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวใช้บริการตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆภายในประเทศ เพื่อพัฒนารายได้หมุนเวียนภายในประเทศมากขึ้นแบบก้าวกระโดดต่อไป
23. การท่องเที่ยวในเขตทหารมีผลต่อการประชาสัมพันธ์ของหน่วย สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกองทัพบก สร้างเศรษฐกิจและการตลาดอีกหนึ่งรูปแบบ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางรายได้ให้กับประเทศ

24. เพิ่มงานเพิ่มเงินกระจายรายได้ลงสู่ชุมชนและนำรายได้เข้าสู่ประเทศ
25. เป็นการเพิ่มรายได้ให้ประเทศของกองทัพบก โดยให้พื้นที่ของทหารเป็นพื้นที่เพิ่มรายได้ส่งเสริมภูมิปัญญาไทย
26. เพิ่มสิ่งที่สามารถ นำรายได้จากต่างประเทศเข้ามาในประเทศ เช่น การผลิตสินค้าส่งออก ที่ทำรายได้มากๆ และการเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศ เป็นต้น
27. สามารถทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนในประเทศได้หากทำให้เป็นแหล่งอาชีพของคนในชุมชน
28. คืนการกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้ทุกภาคส่วนของประเทศ ในภาคอุตสาหกรรมค้าปลีกและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยสามารถแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านได้ และช่วยให้ประเทศไทยได้ก้าวไปสู่เป้าหมายการเป็นศูนย์กลางการค้าของเอเชียได้อย่างมีประสิทธิภาพ
29. การท่องเที่ยวเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าสามารถกระจายรายได้ให้กับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวและเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับชุมชน
30. สถานที่ท่องเที่ยวในเขตทหารเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวได้ออกมาท่องเที่ยวทำให้มีการใช้จ่ายเงินซึ่งจะทำให้มีการหมุนเวียนเงินภายในประเทศมากขึ้น
31. สามารถดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่ต้องการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการได้มากขึ้น
32. กิจการการท่องเที่ยวถือเป็นกิจการที่ทำรายได้ให้กับชุมชนเป็นอย่างมากเช่น ร้านอาหาร โรงแรม โฮมสเตย์ฯลฯ
33. การ ปชส. แหล่งท่องเที่ยวทั้งเมืองหลัก และเมืองรองของประเทศ ให้คนไทยและคนต่างชาติมาเที่ยวให้ทั่วไทย
34. ปชส.แหล่งเปิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดให้ นทท.ทั่วทิศเข้ามาให้มาก ด้วย ปชส.ทุกแขนง

ตารางที่ 4-1 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการเพิ่มรายได้ให้ประเทศ (ต่อ)

การเพิ่มรายได้ให้ประเทศ
ผลการสัมภาษณ์
35. เป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ได้เลือกใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวอย่างหลากหลายอันจะส่งผลต่อการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวในมวลรวมรายได้ของประเทศ
36. สร้างความเชื่อมั่น ด้านความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว..ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว..สิ่งอำนวยสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
37. เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มรายได้และมีเงินหมุนเวียนให้กับประเทศ สิ่งที่สำคัญคือ การประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนหรือบุคคลทั่วไปได้รับทราบข้อมูลในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวย่อมเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมาก ผู้คนหลั่งไหล มาหาเราได้มากเท่าไหร่ ไม่เพียงแต่จะมีรายได้เพิ่มขึ้นยังมีส่วนช่วยพัฒนาในด้านอื่นๆ อีกด้วย
38. ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นลำดับต้นๆรวมถึงการเพิ่มรายได้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ที่ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น
39. การท่องเที่ยวในเขตหารจะเพิ่มรายได้ให้ประเทศโดยการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศและต่างประเทศ จะทำให้มีนักท่องเที่ยวมาหลากหลาย เป็นการเพิ่มรายได้อีกอย่างหนึ่ง

40. สามารถทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสนใจการท่องเที่ยวในเขตทหารมากยิ่งขึ้น และสนใจเข้าประเทศ ส่งผลให้มีการใช้จ่ายจากชาวต่างชาติเพิ่มขึ้น ทำให้ประเทศได้รับรายได้เพิ่มต่างส่วนต่างๆที่ชาวต่างชาติได้ใช้จ่ายเงินในประเทศไทย

จากตารางที่ 4-1 ความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในเรื่อง การเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ พบว่า

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ทำให้ประเทศไทยสามารถดึงดูดประชาชนทั้งในและต่างประเทศมาสนใจท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ ในเมืองไทยเป็นแผนพัฒนาที่ส่งผลดีอีกช่องทางและมีผลต่อการบริหารจัดการที่ดีต่อประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยที่ทหารมีอุปกรณ์ที่เอกชนไม่มีการจัดกิจกรรมกับทหารจะช่วยให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกที่สามารถเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ในทุกระดับ เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ในทุกมิติ เพื่อรองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคตสนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากแข็งแรง ส่งผลต่อ การขยายตัวทางเศรษฐกิจจากพื้นฐานไปสู่ระดับวงกว้างมากขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างเสริมร่วมพัฒนาควบคู่กับการท่องเที่ยวในประเทศควรมีการที่จัดสถานที่ท่องเที่ยวให้แปลก และแตกต่าง ควรมีการประชาสัมพันธ์ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกองทัพบก สร้างเศรษฐกิจและการตลาดอีกหนึ่งรูปแบบ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางรายได้ให้กับประเทศเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าสามารถกระจายรายได้ให้กับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวและเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับชุมชนทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนในประเทศได้หากทำให้เป็นแหล่งอาชีพของคนในชุมชนสร้างความเชื่อมั่น ด้านความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวและพัฒนาสิ่งอำนวยความความสะดวก และเพิ่มการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4-2 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น
ผลการสัมภาษณ์
1. ทำให้ท้องถิ่นหรือประชาชนทั่วไปมีรายได้และสามารถนำสินค้าของแต่ละหมู่บ้านมาสร้างมูลค่าเพิ่มได้ 2. เป็นการกระจายรายได้ ให้ในครอบครัวกำลังพล และหน่วยอาจจะเป็นในรูปแบบของที่ระลึกต่างๆ เช่น หมวก กระเป๋า แก้ว ที่มีแบรนด์ ของหน่วยทหาร 3. แนวทางการพัฒนาที่เป็นแรงขับเคลื่อน คู่ขนานไปกับภาคส่วนอื่นๆสุดยอดแนวคิดนี้ เกิดการกระตุ้นและทำให้รายได้ชุมชนหมุนเวียนในครัวเรือน สร้างสังคมเข้มแข็ง ด้วยการมีส่วนร่วมและเกิดการพึ่งตนเองมากขึ้น 4. พื้นที่ทหารย่อมมีชุมชนภายใน ชุมชนรอบข้าง การใช้จ่ายที่กระเพื่อมไปถึงท้องถิ่นจึงเกิดตามมาด้วย

5. เป็นช่องทางกระจายรายได้อย่างมาก 6. กำลังพลและครอบครัว มีรายได้ มีอาชีพเสริม จากที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทหาร - ชุมชนรอบข้างหน่วยทหารมีรายได้ จากการขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การบริการต่างๆสินค้าพื้นเมือง ในท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ เป็นที่รู้จัก สร้างรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น 7. หากจะปฏิบัติได้จริง เช่น ค่ายทหารบางค่ายมีตลาดนัดถนนคนเดินทุกวันศุกร์เสาร์อาทิตย์ แต่จริงๆแล้วทำอะไรได้มากกว่านั้น 8. เป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นโดยตรง เป็นการช่วยให้ชาวบ้านสามารถสร้างรายได้จากอาชีพเสริม เช่น ไกด์ ขายของที่ระลึก เป็นต้น 9. เป็นการสร้างเครือข่ายในการพัฒนาชุมชนให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วม จะกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นแน่นอน 10. ทท.ในปัจจุบันเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งการเพิ่มอาชีพ และทำรายได้ให้กับชุมชนทั้งระบบ โดยรายได้มาจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและความเคลื่อนไหวภายในชุมชนหลายระดับ 11. ชุมชนรอบพื้นที่ท่องเที่ยวมีส่วนร่วม 12. เมื่อมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นทำให้มีรายได้สู่ท้องถิ่น 13. สร้างงานและรายได้ให้กับคนในชุมชน 14. สามารถกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นได้ แต่ต้องสร้างการมีส่วนร่วมระหว่าง พท.ทหารดังกล่าวกับประชาชนและความเข้าใจร่วมกัน การแบ่งผลประโยชน์แบบเท่าเทียมกันรายได้จากการท่องเที่ยวในเขตทหาร ยังส่งผลให้เศรษฐกิจรอบๆ ดียิ่งขึ้นบูรณาการกับท้องถิ่นให้เกิดการจ้างงาน และขายของที่ระลึก, ที่พักในรูปแบบโฮมสเตย์ และวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่ 15. สินค้าในร้าน มาจาก กลุ่มแม่บ้านของหน่วย และ ชุมชน รอบค่าย 16. รัฐควรจัดสรรงบประมาณในการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้ส่วนภูมิภาคเพิ่มขึ้น 17. ในการจัดสถานที่ท่องเที่ยว เป็นการส่งเสริม ให้ บ้าน วัด โรงเรียน และค่ายทหาร เป็นหนึ่งเดียว ดังนั้นการที่ค่ายทหารควรเปิดสถานที่ท่องเที่ยว จัดให้มีสถานที่ให้บริการอาหาร เครื่องดื่ม รวมไปถึงนวดแผนโบราณ ในการให้บริการทั้งหมด ควรจะมีร้านของกำลังพล และร้านของชุมชนรอบค่าย ในอัตราส่วนที่เท่าเทียมกัน 18. เป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นสู่ชุมชนรอบแหล่งท่องเที่ยวโดยการจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองของชุมชนนั้นๆและเกิดการจ้างงานในท้องถิ่น เช่น.การขนส่ง 19. หาจุดเด่นในท้องถิ่น สร้างงาน สร้างรายได้ ทำให้ชุมชนเข็มแข็ง

ตารางที่ 4-2 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น (ต่อ)

:การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

ผลการสัมภาษณ์
20. เมื่อทุกแหล่งท่องเที่ยวพัฒนากิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์หรือจุดเด่นจุดขายของแต่ละที่แล้ว นักท่องเที่ยวก็จะบอกต่อในกิจกรรมที่ได้ทำ ย้อนกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ รายได้ที่เกิดจากการขายบริการหรือสินค้าจากกิจกรรมการท่องเที่ยวก็จะเป็นที่รู้จักและขายได้มากขึ้นเรื่อยๆตามลำดับ ซึ่งการบริการและสินค้าจากการท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งดึงดูดรายได้จากนักท่องเที่ยวได้ในที่สุด
21. การท่องเที่ยวในเขตทหาร ดึงผู้คนให้มองกองทัพบกในมุมมองใหม่ และเป็นการสร้างเศรษฐกิจแบ่งปัน กระจายรายได้และกระตุ้นการซื้อหาใช้จ่ายในบริเวณพื้นที่ทหารและใกล้เคียงได้เป็นอย่างดี
22. นำรายได้มาพัฒนาสู่ท้องถิ่น ส่งเสริมและต่อยอดในท้องถิ่นให้มีความก้าวหน้าต่อไป
23. ให้ชุมชนทำสินค้าประจำชุมชน เพื่อขาย และทำแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนนั้นหากสามารถชักจูงคนในท้องถิ่นมาร่วมทำงานด้วย
24. เชื่อมโยงการท่องเที่ยวของทหารกับการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและการพัฒนาตลาดประชารัฐท้องถิ่นและการให้บริการที่พักเพื่อช่วยส่งเสริมการกระจายรายได้สู้ท้องถิ่น
25. เมื่อมีผู้คนเดินทางไปในท้องถิ่นย่อมมีการใช้จ่ายประเภทสินค้าท้องถิ่นนั้น และการใช้จ่ายสำหรับการกินอยู่
26. แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารมีการกระจายอยู่ในทุกภาคของประเทศไทย ถ้ามีผู้สนใจและเข้าชมก็จะทำให้พื้นที่นั้นๆมีเงินหมุนเวียนและกระจายลงสู่ท้องถิ่น ถือเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชน ทำให้ชุมชนเกิดการสร้างงานสร้างเงิน ที่เพียงพอต่อการดูแลครอบครัวได้
27. ชุมชนบริเวณรอบข้างค่ายทหาร สามารถหารายได้จากแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยทหาร
28. กระจายรายได้สู่ชุมชน. เช่นสินค้าโอท้อป. สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การจ้างงานคนในพื้นที่ฯลฯ
29. สนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวหมู่บ้านนวัตกรรมแต่ละตำบลให้มากยิ่งขึ้น ชาวบ้านแต่ละตำบลจะได้มีรายได้ยิ่งขึ้น
30. ประเพณียี่เป็งทุกๆ ปีมี นทท.ของจัดงานลอยกระทงและปล่อยโคมไฟ ดังนั้นภูมิปัญญาวิถีชีวิตในการผลิตกระทงและโคมไฟเพื่อให้ นทท.ซื้อในราคาพึงพอใจ
31. ส่งเสริมอาชีพ และสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ชุมชนทหารและครอบครัว รวมถึงประชาชนในพื้นที่ใกล้เคียงทำให้ชุมชนทหารมีรายได้เพิ่ม
32. ให้ผู้ประกอบการ/ พ่อค้าแม่ค้าในท้องถิ่นชุมชน เข้ามามีส่วนร่วม เช่น การทำธุรกิจโรงแรม/รีสอร์ท./ ร้านอาหาร การท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในชนบท
33. ข้อนี้เป็นอีกข้อหนึ่งที่สำคัญนอกจากจะสร้างท้องถิ่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ยังปลูกฝังให้คนในชุมชนรักษาวัฒนธรรมประเพณีประจำถิ่นไว้ รวมถึงเป็นการกระจายรายได้ให้กับคนภายในชุมชนอีกทางหนึ่ง เช่น การผลิตสินค้าที่ทำมาจากวัสดุในชุมชน งานแฮนด์เมดต่างๆ งานจักรสาน เป็นต้น
34. แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารมีการกระจายอยู่ทั่วประเทศ จึงเกิดให้เกิดการจ้างงานชาวบ้านในพื้นที่ เพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นต่อไป
35. การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นเพื่อให้ประชาชนมีรายได้ให้กับครอบครัวช่วยเงินเข้าถึงชุมชุนได้เร็วไว
36. สามารถทำให้พี่น้องประชาชนได้รายได้เพิ่มขึ้นจากการนำสินค้าของตนเองนำมาขายได้จากแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารที่เปิดให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม

ตารางที่ 4-2 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น (ต่อ)

การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น
ผลการสัมภาษณ์
37. ทำให้ชุมชนมีเศรษฐกิจที่ดีขึ้น มีการจ้างงานประชากรมีรายได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น 38. เมื่อมีสถานที่ท่องเที่ยว ประชาชน จะสามารถ มีช่องทางประกอบอาชีพ ในพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของชำ บ้านพัก ธุรกิจที่เกี่ยวกับการเดินทาง เป็นต้น 39. สถานที่ท่องเที่ยวในเขตทหารมีการกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศก่อให้เกิดการจ้างงานของชาวบ้านในพื้นที่เป็นการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน 40. คือการสร้างงานสร้างรายได้ภายในท้องถิ่น ต้องคิดหาวิธีสร้างจุดขายสินค้าหรือบริการทีเป็นจุดเด่นของพื้นที ทำให้คนมีงานทำเกิดรายได้ อยู่อย่างมีความสุข เกิดความรักความสามัคคี ผู้นำท้องถิ่นต้องมีวิสัยทัศน์ไม่เห็นแก่ตัว รัฐต้องเป็นพี่เลี้ยงเมือเกิดปัญหาต้องแก้ไขเข้าช่วยเหลือ ไม่ใช่สร้างปัญหากีดกันความเจริญด้วยระเบียบต่างๆ มากมาย โดย จนท.ของรัฐ เพื่อประโยชน์ โดยใช้อำนาจหน้าที่

จากตารางที่ 4-2 ความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในเรื่อง การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น พบว่า

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกทำให้ท้องถิ่นหรือประชาชนทั่วไปมีรายได้และสามารถนำสินค้าของแต่ละหมู่บ้านมาสร้างมูลค่าเพิ่มได้เป็นการกระจายรายได้ เกิดการกระตุ้นและทำให้รายได้ชุมชนหมุนเวียนในครัวเรือน สร้างสังคมเข้มแข็ง ด้วยการมีส่วนร่วมและเกิดการพึ่งตนเองมากขึ้นสร้างงานและรายได้ให้กับคนในชุมชนโดยเฉพาะการขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การบริการต่างๆ สินค้าพื้นเมือง ในท้องถิ่นที่มี อัตลักษณ์เฉพาะ เป็นการสร้างเครือข่ายในการพัฒนาชุมชนให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วม นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทหาร–ชุมชนรอบข้างหน่วยทหาร ทำให้มีรายได้เป็นที่รู้จัก สร้างรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่นเช่น ตลาดนัดถนนคนเดินเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นโดยตรง เป็นการช่วยให้ชาวบ้านสามารถสร้างรายได้จากอาชีพเสริม เช่น ไกด์ ขายของที่ระลึก เป็นต้น จะกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นแน่นอนทท.ในปัจจุบันเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งการเพิ่มอาชีพ และทำรายได้ให้กับชุมชนทั้งระบบ โดยรายได้สามารถกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นได้ แต่ต้องสร้างการมีส่วนร่วมระหว่าง พท.ทหารดังกล่าวกับประชาชนและความเข้าใจร่วมกัน การแบ่งผลประโยชน์แบบเท่า

เทียมสินค้าพื้นเมืองของชุมชนนั้นๆและเกิดการจ้างงานในท้องถิ่น เช่น.การขนส่งหาจุดเด่นในท้องถิ่น สร้างงาน สร้างรายได้ ทำให้ชุมชนเข็มแข็ง

สถานที่ท่องเที่ยวในเขตทหารมีการกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศก่อให้เกิดการจ้างงานของชาวบ้านในพื้นที่เป็นการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ภายในท้องถิ่น มีวิธีสร้างจุดขายสินค้าหรือบริการที่เป็นจุดเด่นของพื้นที่ ทำให้คนมีงานทำเกิดรายได้ อยู่อย่างมีความสุข เกิดความรักความสามัคคี ผู้นำท้องถิ่นต้องมีวิสัยทัศน์ไม่เห็นแก่ตัว รัฐต้องเป็นพี่เลี้ยงเมือเกิดปัญหาต้องแก้ไขเข้าช่วยเหลือ ไม่ใช่สร้างปัญหากีดกันความเจริญด้วยระเบียบต่างๆมากมาย โดย จนท.ของรัฐ เพื่อประโยชน์ โดยใช้อำนาจหน้าที่

เมื่อทุกแหล่งท่องเที่ยวพัฒนากิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์หรือจุดเด่นจุดขายของแต่ละที่แล้ว นักท่องเที่ยวก็จะบอกต่อในกิจกรรมที่ได้ทำ ย้อนกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ รายได้ที่เกิดจากการขายบริการหรือสินค้าจากกิจกรรมการท่องเที่ยวก็จะเป็นที่รู้จักและขายได้มากขึ้นเรื่อยๆตามลำดับ เป็นสิ่งดึงดูดรายได้จากนักท่องเที่ยวได้ในที่สุดการท่องเที่ยวในเขตทหาร ทำให้นักท่องเที่ยวมองกองทัพบกในมุมมองใหม่ และเป็นการสร้างเศรษฐกิจแบ่งปัน กระจายรายได้และกระตุ้นการซื้อหาใช้จ่ายในบริเวณพื้นที่ทหารและใกล้เคียงได้เป็นอย่างดีนำรายได้มาพัฒนาสู่ท้องถิ่น ส่งเสริมและต่อยอดในท้องถิ่นให้มีความก้าวหน้าต่อไปให้ชุมชนทำสินค้าประจำชุมชน เพื่อขาย และทำแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนนั้นทั้งยังปลูกฝังให้คนในชุมชนรักษาวัฒนธรรมประเพณีประจำถิ่นไว้

ตารางที่ 4-3 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการพัฒนาคุณภาพคนไทย

การพัฒนาคุณภาพคนไทย
ผลการสัมภาษณ์
1. ทำให้คนไทยรู้จักประวัติต่างๆของคนรุ่นหลังและสามารถสร้างความรู้ให้ก่อเกิดอาชีพต่างๆได้อีกด้วย 2. พัฒนาทักษะในเรื่องภาษา การสื่อสาร เทคโนโลยีต่างๆ และ คุณภาพการบริการ พัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพ เกิดกระบวนการทางความคิด เกิดปัญญาต่อยอดแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม 3. ทหารมีมาตรฐานด้านวินัยและการอำนวยความปลอดภัย. จึงทำให้ผู้มาสัมผัสกิจกรรมได้เปรียบเทียบก่อให้เกิดการพัฒนาภายในตัวคน 4. พัฒนาคนไทยในด้านความคิด ความหลากหลาย และวิสัยทัศน์ให้คนรู้จักคิด รู้จักพัฒนา 5. ทักษะที่จำเป็นต่อการให้บริการในธุรกิจท่องเที่ยว เช่น ด้านภาษา การสื่อสาร มาตรฐานวิชาชีพผู้นำเที่ยว - มีรายได้เพิ่มขึ้น คุณภาพชีวิตก็ดีขึ้น มีกำลังซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น - ทำให้เกิดการเรียนรู้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ และหาองค์ความรู้ อื่นๆ มาบูรณาการ เป็นการยกระดับพัฒนาคุณภาพคนไทยให้ดียิ่งขึ้น 6. สามารถต่อยอดทั้งการพัฒนาความคิดการยกระดับชีวิตความเป็นของตนเองและไปสู่การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน 7. การสร้างงาน สร้างเสริมความรู้ คู่กับการท่องเที่ยวในเชิงบูรณาการร่วมกันทุกภาคส่วนย่อมส่งผลถึง การทำให้คนไทยมีคุณค่า 8. หากคนในชุมชนมีรายได้มีอาชีพ มีความสุขในการให้บริการที่ดีแก่นักทท.คนไทยจะมีความสุขและมีคุณภาพกายและจิตที่ดี เพราะ การเดินทางท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเป็นวิธีสร้างความสุขจากการเรียนรู้วิธีหนึ่ง 9. เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ และออกกำลังกาย สำหรับคนทั่วไป ทำให้มีสุขภาพดี มีคุณภาพ 10. พัฒนายากเพราะมิติในการพิจารณาแตกต่างกัน คุณภาพคนไทยไม่ได้ขึ้นอยู่กับแค่การท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว 11. การพัฒนาความสามารถในตัวบุคลากรกองทัพบกไปสู่การนักท่องเที่ยวในเขตทหารอย่างมีคุณค่า 12. การเป็นเจ้าบ้านที่ดี มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ตลอดจนการส่งเสริมการศึกษาด้านการท่องเที่ยว/ภาษา 13. แฝงข้อคิด อุดมการณ์ความรักชาติสอดแทรกไปในเนื้อหาที่บรรยายประกอบเหตุการณ์ในอดีตที่หน่วยไปทำการรบมาจริงๆ

14. คนไทยควรเป็นเจ้าบ้านที่ดี ในการนำพานักท่องเที่ยวเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเองด้วยรอยยิ้มและมิตรภาพที่ดี 15. คนไทยด้วยการพัฒนาในเรื่องของภาษาและเทคโนโลยี ควรส่งเสริมให้เกิดการใช้ภาษากับกำลังพล และประชาชนที่มาเปิดร้านให้บริการ โดยเริ่มจาก มีข้อความใส่กระดาษ ให้สามารถติดต่อสื่อสารได้ หรือ แนะนำให้ใช้แอพลิเคชันที่แปลภาษาได้ ต่อจากนั้นพยายามให้พัฒนาตนเองพัฒนาฝีมือและเพิ่มพูนความรู้ 16. ส่งเสริมการแสดงออกของเจ้าบ้านที่ดีโดยใช้ภาษาสากลในการบรรยายหรือต้อนรับนักท่องเที่ยว นอกจากนั้นก็พัฒนาศักยภาพการผลิตสินค้าในชุมชนเพื่อมาจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวให้มีคุณภาพที่สูง เป็นสื่อการขายปากต่อปาก 17. ที่สำคัญที่สุดคือการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นในด้านความรู้ ความสามารถ ความเข้าใจ ในกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาในการสื่อความหมายความสำคัญ ความเป็นมา จุดเด่นของกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจและประทับใจในที่สุด

ตารางที่ 4-3 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการพัฒนาคุณภาพคนไทย (ต่อ)

การพัฒนาคุณภาพคนไทย
ผลการสัมภาษณ์
18. การท่องเที่ยวในเขตทหาร จำเป็นต้องฝึกหัดให้กำลังในหน่วย กระทำตนเจ้าบ้านที่ดี ปฏิบัติต่อผู้มาเยี่ยมเยือนอย่างใส่ใจและเป็นมิตร อันเป็นการพัฒนาคุณภาพ ประสิทธิภาพและบุคลิกภาพของตัวเขา รวมถึงครอบครัวให้เป็นคนไทยที่มีคุณภาพเป็นอย่างดียิ่ง 19. คุณภาพคนระดับล่างมีเมื่อผลผลิตมีตลาดรองรับคุณภาพชีวิตครอบครัวดีขึ้น 20. ส่งเสริมให้คนไทย รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในเขตทหารให้มากขึ้น และพร้อมจะเพิ่มประสิทธิภาพของคนไทย 21. การเพิ่มสมรรถภาพทางการศึกษา ให้มีความทันสมัย ก้าวหน้า อัปเดต ที่ทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน แล้วเข้ากับแนวคิดของคนรุ่นใหม่ โดยที่ไม่ขัดต่อ วัฒนธรรมอันดีงามของประเทศไทย 22. การพัฒนาคุณภาพคนไทยนั้นมีองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ จิตและกาย โดยจิตหมายถึงจิตใจ และกายจะแบ่งออกเป็นกายกับวาจา ตามหลักพุทธศาสนานั้นจิตเป็นศูนย์กลางของการควบคุมร่างกายและเมื่อสองอย่านี้มารวมจะทำให้คุณภาพของคนไทยดีขึ้น 23. เมื่อคนในท้องถิ่นมีรายได้ ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นและมีความต้องการที่จะพัฒนาเพื่อเพิ่มรายได้มากยิ่งขึ้น 24. แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารส่วนใหญ่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ดังนั้นจึงส่งผลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาชม ให้ได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ต่างๆของประเทศตนเอง และเป็นการสร้างจิตสำนึกอันดีต่อประเทศ อีกทั้งยังเป็นการปลูกฝังอุดมการณ์ความรักชาติให้กับคนไทยอีกด้วย

25. สร้างมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีคุณภาพทัดเทียมระดับสากล
26. พัฒนาด้านภาษา. ด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดี. เอกลักษณ์ไทย. พูดภาษาท้องถิ่น. เอกลักษณ์ท้องถิ่นฯลฯ
27. จัดให้มีการอบรมแต่ละโครงการ ให้กับชาวบ้านและสนับสนุนให้นำไปใช้ได้เกิดผลประโยชน์
28. สร้างงาน ผลิตคนให้เก่ง อบรมมัคคุเทศก์ ให้รอบรู้เท่าเทียบกัน
29. เป็นการดีต่อสุขภาพกายและสุขภาพจิตของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดีทำให้มีความรู้สึกที่ดีต่อกัน
30. ทำให้คนในชุมชนมีความกล้าแสดงออกมากขึ้น ทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี และในอนาคตอาจจะมีชาวต่างชาติมาเที่ยวบ้านของพวกเรามากขึ้น จะเป็นเหตุและปัจจัยทำให้พวกเราทุกคนต้องพัฒนาทางด้านภาษาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวชุมชนของเรา
31. การขยายตัวของการท่องเที่ยวในเขตทหารส่งผลให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างอาชีพ ทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่น
32. ทำให้คนไทยหันมาเที่ยว และพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน
33. คุณภาพของคนไทยจะพัฒนายิ่งขึ้นอย่างมาก โดยเริ่มจากการพัฒนาฝีมือหรือความสามรถของตนเองเพื่อนนำมาบอกต่อหรือนำมาขาย จนทำให้การใช้ชีวิตมีประโยชน์และมีคุณค่ามากขึ้น
34. เมื่อเศรษฐกิจดีคุณภาพชีวิต รายได้การที่กระจายสู่ประชากรก็ทั่วถึงและดีขึ้น
35. เมื่อมีการประกอบอาชีพเพิ่มขึ้น จึงมีการแข่งขันในการทำอาชีพ เช่นถ้ามีร้านอาหาร สองร้าน แต่ละร้านก็จะพัฒนาคุณภาพของร้าน พัฒนาคุณภาพของสินค้า เพื่อดึงดูดลูกค้า เป็นต้น
36. การขยายตัวของการท่องเที่ยวในเขตทหารย่อมส่งผลให้เกิดที่มาของกาสร้างงานสร้างอาชีพสร้างรายได้ทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4-3 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการพัฒนาคุณภาพคนไทย (ต่อ)

การพัฒนาคุณภาพคนไทย
ผลการสัมภาษณ์
37. พัฒนาปลูกฝังจิตสำนึกตั้งแต่เด็ก ให้การศึกษา ควบคู่กับการปลูกฝังระเบียบวินัย รู้จักการเสียสละ สร้างเด็กให้เป็นคนดีได้ เหมือนคำขวัญวันเด็กยุคก่อน เด็กดีเป็นศรีแก่ชาติเด็กฉลาดชาติเจริญ การศึกษาที่ดี คนก็มีคุณภาพ อย่าสร้างเด็กด้วยการแข่งขันให้เก่งเกินวัย เพราะ ต่อไปคนเก่งจำนวนไม่น้อยจะมาทำลายหรือเอาเปรียบสังคม ไม่รู้จักเสียสละ ไม่มีจิตอาสา สื่อต่างๆควรนำเสนอแบบสร้างสรรค์ มีข้อคิดและหลักธรรม
38. ช่วยให้ครอบครัวชุมชนมีเงินมีงานคนในชุมชนก็จะมีรายได้หมุนเวียนภายในครอบครัวมากขึ้น
39. ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักความเป็นตัวตนของทหาร และเกิดทัศนคติที่ดี
40. คนไทยได้มีโอกาสได้รู้จัก ชาติของตนเอง เกิดจิตสำนึก รักและหวงแหนแผ่นดินเกิด ทั้งยังมองทหารเป็นแบบอย่างในการดำรงชีวิต

จากตารางที่ 4-3 ความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในเรื่อง การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น พบว่า

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ทำให้คนไทยรู้จักประวัติต่างๆ ของคนรุ่นหลัง และสามารถสร้างความรู้ให้ก่อเกิดอาชีพต่างๆ ได้อีกด้วยพัฒนาทักษะในเรื่องภาษา การสื่อสาร มาตรฐานวิชาชีพผู้นำเที่ยวเทคโนโลยีต่างๆ และ คุณภาพการบริการการพัฒนาความสามารถ ในตัวบุคลากรกองทัพบก ไปสู่ การเป็นเจ้าบ้านที่ดีพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพ เกิดกระบวนการทางความคิด เกิดปัญญาต่อยอดแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมพัฒนาคนไทยในด้านความคิด ความหลากหลาย และวิสัยทัศน์ให้คนรู้จักคิด รู้จักพัฒนาทำให้เกิดการเรียนรู้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ และหาองค์ความรู้ อื่นๆ มาบูรณาการ เป็นการยกระดับพัฒนาคุณภาพคนไทยให้ดียิ่งขึ้น สามารถต่อยอดทั้งการพัฒนาความคิดการยกระดับชีวิตความเป็นของตนเองและไปสู่การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนที่สำคัญที่สุดคือการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นในด้านความรู้ ความสามารถ ความเข้าใจ ในกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาในการสื่อความหมายความสำคัญ ความเป็นมา จุดเด่นของกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจและประทับใจในที่สุดการท่องเที่ยวในเขตทหารจำเป็นต้องฝึกหัดให้กำลังในหน่วย กระทำตนเจ้าบ้านที่ดี ปฏิบัติต่อผู้มาเยี่ยมเยือนอย่างใส่ใจและเป็นมิตร อันเป็นการพัฒนาคุณภาพ ประสิทธิภาพและบุคลิกภาพการเพิ่มสมรรถภาพทางการศึกษา ให้มีความทันสมัย ก้าวหน้า ทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน เข้ากับแนวคิดของคนรุ่นใหม่ ที่ไม่ขัดต่อวัฒนธรรมอันดีงามของประเทศไทยแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารส่วนใหญ่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ดังนั้นจึงส่งผลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาชม ให้ได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ต่างๆของประเทศตนเอง และเป็นการสร้างจิตสำนึกอันดีต่อประเทศ อีกทั้งยังเป็นการปลูกฝังอุดมการณ์ความรักชาติให้กับคนไทยอีกด้วย

ตารางที่ 4-4 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ
ผลการสัมภาษณ์
1. สร้างจุดเด่นให้กับประเทศและสามารถให้ประชาชาวนาและอาชีพต่างๆได้ร่วมมือกับทหารเพื่อนำของต่างๆที่ได้สร้างขึ้นมาจากภูมิปัญญาออกมาสร้างมูลค่าจากสิ่งที่ประเทศเรามีอยู่แล้ว 2. ยกระดับการท่องเที่ยว งบประมาณพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เทียบเคียงมาตรฐานสากล

3. สร้างเครือข่ายในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวได้เต็มรูปแบบ ทั่วถึงให้เกิดมูลค่าเพิ่ม อีกช่องทาง
4. กิจกรรมกับทหารและพื้นที่ทหารหลายอย่างสามารถทำให้มีมูลค่าเพิ่มได้..โดยไม่ต้องแข่งกับเอกชน..เพราะมีความพิเศษมูลค่าเพิ่มจึงสูงได้..แต่พึงระลึกเสมอว่า..เมื่อใดที่มีเอกชนหรือชุมชนจะทำกิจกรรมอย่างเดียวกันหรือที่ทดแทนกันได้ในพื้นที่ที่ใกล้กัน..ทหารซึ่งใช้ที่ดินราชการ..งบราชการมาประกอบกิจกรรมเหล่านั้น..ก็ควรพิจารณาเปลี่ยนไปทำกิจกรรมหรือภารกิจอื่นๆที่จะไม่เป็นการแข่งขันกับประชาชนโดยไม่จำเป็น
5. รางวัลการประกันคุณภาพการท่องเที่ยวในมาตรฐานต่างๆ ก่อให้เกิดการยกระดับให้การท่องเที่ยวมีมูลค่า - การประกอบกิจการการท่องเที่ยว หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณธรรรม รักษาสิ่งแวดล้อม - การประชาสัมพันธ์ ใช้สื่อเชิงสร้างสรรค์ การออกแบบโลโก้ แผนที่ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จากการมีส่วนร่วม - การตกลงในความร่วมมือในการประสานต่อนโยบายภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา ในการเพิ่มมูลค่าแหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการต่างๆ
6. เป็นการเปิดพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ซึ่งจะนำมาสู่การยกระดับในทุกมิติทั้งด้านคุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม การพัฒนาท้องถิ่น
7. การทำงานที่คู่ขนานไปในเรื่องเดียวกันแต่มีการนำกลยุทธ์เข้ามาช่วย เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนในความต่างย่อมเป็นการเพิ่มมูลค่าได้แน่นอน
8. พัฒนาแหล่ง คน และการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจ และประทับใจแก่นักท่องเที่ยว
9. ถ้าสถานที่ท่องเที่ยวมีการพัฒนา และได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ก็จะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มในตัว
10. เงินจากนักท่องเที่ยวที่ใช้จับจ่ายใช้สอย ช่วยเพิ่มมูลค่า
11. ได้แต่สัดส่วนอาจไม่มากเท่าที่ควรเพราะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีลักษณะเฉพาะ แตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและอื่นๆ
12. ดึงดูด การท่องเที่ยวในเขตทหารให้เป็นที่รู้จักขอคนทั่วไปและทั่วโลก
13. ส่งเสริมสินค้า, ที่พัก, วิถีชีวิตของคนท้องถิ่น สู่ความเป็นสากลและสายตาชาวโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจากจุดเล็กๆ ของการท่องเที่ยวในหน่วย บูรณาการกับหน่วยอื่นๆในประเทศ
14. จัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของหน่วย
15. ควรที่เสริมสร้างให้ ร้านที่มาให้บริการ หรือสถานบริการ รวมไปถึงมัคคุเทศก์ท้องถิ่น มีจรรยาบรรณของอาชีพ เมื่อนักท่องเที่ยวรู้สึกสบายใจกับการให้บริการ จะเหมือนเป็นการพูดปากต่อปาก นักท่องเที่ยว จะให้ความสนใจในบริการนั้นๆ เป็นการเพิ่มมูลค่าอย่างหนึ่ง
16. การใช้สื่อจากการเข้าชมของนักท่องเที่ยวเอง วิธีปากต่อปากถึงความประทับใจของมัคคุเทศก์และคุณภาพสินค้าชุมชน วัฒนธรรมอันยิ้มแย้มแจ่มใสของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้นโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์มาก

ตารางที่ 4-4 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ(ต่อ)

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ
ผลการสัมภาษณ์
17.นำสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นออกมาจำหน่ายควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว 18.ต้องมีการพัฒนาต่อยอดทั้งสินค้าหรือบริการ ร่วมทั้งบุคลากร ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ต้องการอะไรไม่ใช่ตามใจผู้นำที่ขาดวิสัยทัศน์ ถ้าต้องการเพิ่มมูลค่าต้องพัฒนา 19.การพัฒนาในทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นกิจกรรม,สถานที่,สินค้าและบริการเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ย่อมทำให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ยิ่งถ้ามีการพัฒนาจนเป็นที่ยอมรับและเป็นเอกลักษณ์ของกิจกรรมนั้นๆย่อมสร้างมูลค่าหรือเพิ่มมูลค่าทั้งกิจกรรม/สินค้าและบริการ ได้ตามปัจจัยการลงทุน คือสามารถเพิ่มราคาสิ่งนั้นๆได้ตามความเหมาะสมตามยุคตามสมัย 20.ปรับปรุงพื้นที่ท่องเที่ยวและสันทนาการในเขตทหารของกองทัพบก อย่างมีรูปแบบแนวทางที่ชัดเจน ซึ่งนับได้ว่าเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มกับการท่องเที่ยวของประเทศได้เป็นอย่างดี 21.มีทรัพยากร อยู่แล้วมีต้นทุนที่ถูกไม่ต้องซื้อหาย่อมเป็นมูลค่าที่ดี 22.ใช้สถานที่ของกองทัพบกในแต่ละพื้นที่ เป็นแหล่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศส่งเสริมภูมิปัญญาไทย 23.การสร้างเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ หรือการสร้างเรื่องราวเพื่อทำให้สถานที่ท่องเที่ยว มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้สูงยิ่งขึ้น 24.สร้างได้ดีมากถ้าทำแบบครบวงจร กิน อยู่ เที่ยว เล่นการประชาสัมพันธ์ จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าท้องถิ่น..ของที่ระลึก 25.คืนการพัฒนาที่ท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้นและมีความปลอดภัยต่อนัดท่องเที่ยว 26.เมื่อมีการเพิ่มศักยภาพสินค้าและมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้นไปทำให้เป็นที่พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะกับมาเที่ยวอีก และส่งต่อความประทับใจให้ผู้ที่อยากเที่ยวได้รับรู้ ก็เป็นการเพิ่มมูลค่าได้ 27.แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารสามารถสร้างธุรกิจท่องถิ่นขนาดเล็กได้เช่นสินค้าท้องถิ่น OTOP ถ้ามองในความเป็นระบบแล้วสถานที่ท่องเที่ยวในเขตทหารก็เป็นหนึ่งในการกระตุ้นเศรษฐกิจ เพราะ เป็นจุดเล็กๆที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจได้ 28.แหล่งท่องเที่ยวมีสิ้นค้าประจำท้องถิ่นจัดจำหน่ายให้กับผู้ที่สนใจทั้งในและต่างประเทศ 29.การท่องเที่ยวในประเทศเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนให้กับคนในประเทศ. สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นที่มีสถานที่ท่องเที่ยว. ลดอัตราคนว่างงาน 30.รัฐบาลควรให้การสนับสนุนงบประมาณ ตั้งแต่ละหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ ให้เกิดแรงจูงใจกับนักท่องเที่ยวที่อยากให้มาเที่ยว 31.การแนะนำ และการให้ข้อมูล โดยสร้างความเชื่อมั่นแก่ นทท. ให้มีมาตรฐานยิ่งๆ ขึ้น 32.เป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนนโยบายทางเศรษฐกิจของรัฐบาล ที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของพื้นที่และประเทศชาติ ให้สอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี 33.ทำให้ประเทศของเรามีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้เป็นที่รู้จักทั้งคนในประเทศไทยและต่างประเทศ 34.แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มต่อธุรกิจของการท่องเที่ยว และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ภายในประเทศ

ตารางที่ 4-4 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ(ต่อ)

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ
ผลการสัมภาษณ์
35.การที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หน้าสนใจแล้ว เราอาจมีผลิตภัณฑ์ของชมชนแต่ละจังหวัดมาจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้และมูลค่าเพิ่ม ได้เที่ยวได้ผลิตภัณฑ์ด้วย 36.การท่องเที่ยวในเขตทหารจะส่งเสริมให้ทุกคนทุกๆระดับอายุได้มีความสนใจการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ภายในจังหวัดที่มีค่ายทหารก็จะส่งผลให้จังหวัดนั้นได้มีผลประโยชน์เพิ่มขึ้น 37.การสร้างฐานลูกค้าเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยว สร้างแบรนด์การท่องเที่ยวสร้างกลุ่มให้เข้มแข็ง 38.สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่ธุรกิจชุมชน ธุรกิจต่างๆในพื้นที่ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้การท่องเที่ยวของประเทศได้ 39.สร้างมูลค่าเพิ่มต่อธุรกิจชุมชนทั่วประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศทำให้เม็ดเงินไม่รั่วไหลออกนอกประเทศ 40.ศึกษาให้ความรู้ความเข้าใจให้ทุกภาคส่วนในพื้นที่ที่มีสถานที่ท่องเที่ยว สร้างความเข้าใจในจุดประสงค์ที่จะพัฒนาสร้างมูลค่าให้การทองเที่ยวตามแบบที่เป็นจริง รับฟังความคิดเห็นข้อเสนอของทุกคนทุกวัยทุกอาชีพ ร่วมทั้งวิสัยทัศน์ผู้นำ ความร่วมมือ เข้าใจในสิ่งที่ต้องทำ เข้าถึงปัญหาเข้าถึงคนที่เกี่ยวข้อง สู่การพัฒนาอย่างเป็นระบบ

จากตารางที่ 4-4 ความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ พบว่า

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก สามารถสร้างจุดเด่นให้กับประเทศ นำเอาภูมิปัญญา ออกมาเพื่อสร้างมูลค่าจากสิ่งที่มีอยู่ขับเคลื่อนตามกลยุทธ์ที่มีอยู่ ยกระดับการท่องเที่ยว งบประมาณพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เทียบเคียงมาตรฐานสากลสร้างเครือข่ายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้ทั่วถึงเต็มรูปแบบ ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม การใช้ประโยชน์ในพื้นที่และขายความเป็นตัวตนของทหารรางวัลการประกันคุณภาพการท่องเที่ยวในมาตรฐานต่างๆ ก่อให้เกิดการยกระดับให้การท่องเที่ยวมีมูลค่า - การประกอบกิจการการท่องเที่ยว หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณธรรรม รักษาสิ่งแวดล้อม - การประชาสัมพันธ์ ใช้สื่อเชิงสร้างสรรค์ การออกแบบโลโก้ แผนที่ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จากการมีส่วนร่วม - การตกลงในความร่วมมือในการประสานต่อนโยบายภาครัฐ เอกชน

สถาบันการศึกษา ในการเพิ่มมูลค่าแหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการต่างๆเป็นการเปิดพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ซึ่งจะนำมาสู่การยกระดับในทุกมิติทั้งด้านคุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม การพัฒนาท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักขอคนทั่วไปและทั่วโลก

ส่งเสริมสินค้า, ที่พัก, วิถีชีวิตของคนท้องถิ่น สู่ความเป็นสากลและสายตาชาวโลกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจากจุดเล็กๆ ของการท่องเที่ยวในหน่วย บูรณาการกับหน่วยอื่นๆ ในประเทศ การใช้สื่อจากการเข้าชมของนักท่องเที่ยวเอง วิธีปากต่อปากถึงความประทับใจของมัคคุเทศก์และคุณภาพสินค้าชุมชน วัฒนธรรมอันยิ้มแย้มแจ่มใสของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้นโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์มากต้องมีการพัฒนาต่อยอดทั้งสินค้าหรือบริการ ร่วมทั้งบุคลากร ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว การพัฒนาในทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นกิจกรรม,สถานที่,สินค้าและบริการเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ย่อมทำให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ยิ่งถ้ามีการพัฒนาจนเป็นที่ยอมรับและเป็นเอกลักษณ์ของกิจกรรมนั้นๆย่อมสร้างมูลค่าหรือเพิ่มมูลค่าทั้งกิจกรรม/สินค้าและบริการ ได้ตามปัจจัยการลงทุน คือสามารถเพิ่มราคาสิ่งนั้นๆได้ตามความเหมาะสมตามยุคตามสมัย

ปรับปรุงพื้นที่ท่องเที่ยวและสันทนาการในเขตทหารของกองทัพบก อย่างมีรูปแบบแนวทางที่ชัดเจน ซึ่งนับได้ว่าเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มกับการท่องเที่ยวของประเทศได้เป็นอย่างดีใช้สถานที่ของกองทัพบกในแต่ละพื้นที่ เป็นแหล่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศส่งเสริมภูมิปัญญาไทย การสร้างเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ หรือการสร้างเรื่องราวเพื่อทำให้สถานที่ท่องเที่ยว มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้สูงยิ่งขึ้นการพัฒนาแบบครบวงจร กิน อยู่ เที่ยว เล่นการประชาสัมพันธ์ จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าท้องถิ่น และของที่ระลึกเมื่อมีการเพิ่มศักยภาพสินค้าและมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้นไปทำให้เป็นที่พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะกับมาเที่ยวอีก และส่งต่อความประทับใจให้ผู้ที่อยากเที่ยวได้รับรู้ ก็เป็นการเพิ่มมูลค่าได้

การท่องเที่ยวในเขตทหารก็เป็นหนึ่งในการกระตุ้นเศรษฐกิจ เพราะ เป็นจุดเล็กๆที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจได้ ส่งเสริมธุรกิจท่องถิ่นขนาดเล็กได้เช่นสินค้าท้องถิ่น OTOPเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนนโยบายทางเศรษฐกิจของรัฐบาล ที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของพื้นที่และประเทศชาติ ให้สอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีทำให้ประเทศของเรามีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้เป็นที่รู้จักทั้งคนในประเทศไทยและต่างประเทศสามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่ธุรกิจชุมชน ธุรกิจต่างๆในพื้นที่ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้การท่องเที่ยวของประเทศได้ศึกษาให้ความรู้ความเข้าใจให้ทุกภาคส่วนในพื้นที่ที่มีสถานที่ท่องเที่ยว สร้างความเข้าใจในจุดประสงค์ที่จะพัฒนาสร้างมูลค่าให้การทอง

เที่ยวตามแบบที่เป็นจริง รับฟังความคิดเห็นข้อเสนอของทุกคนทุกวัยทุกอาชีพ ร่วมทั้งวิสัยทัศน์ผู้นำ ความร่วมมือ เข้าใจในสิ่งที่ต้องทำ เข้าถึงปัญหาเข้าถึงคนที่เกี่ยวข้อง สู่การพัฒนาอย่างเป็นระบบ

ตารางที่ 4-5การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในเรื่องสภาพการท่องเที่ยวในเขตทหารบกปัจจุบัน

สภาพการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบัน
ผลการสัมภาษณ์
1. เป็นจุดเรียนรู้และสร้างแรงบันดาลใจเป็นจุดพักผ่อนท่องเที่ยวได้อีกด้วย 2. บางหน่วยจริงจังในการปฏิบัติ บางหน่วยยังค่อยๆ พัฒนา แต่เนื่องจากมีนโยบายจากหน่วยแม่และการตรวจเยี่ยมให้คำแนะนำ ทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวมีแนวโน้มดีขึ้น ผบ.หน่วยให้ความร่วมมือ และสร้างความแตกต่างในรูปแบบการท่องเที่ยวแนวผจญภัย ต้องที่ในหน่วยทหาร ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ประชาชนบุคคลภายนอก มาใช้บริการเพิ่มขึ้น 3. การท่องเที่ยวในปัจจุบันเห็นภาพเป็นที่ประจักษ์ การเปิดบ้านต้อนรับประชาชน คนไทยให้เข้าไปเห็นวิธีการจัดการที่โดดเด่นอีกรูปแบบ อีกด้านของทหารที่เป็นวิถีชีวิต และความสง่างามมีการพึ่งตนเองทางการต่อยอดทางปัญญา 4. สภาพพื้นที่แม้สะอาดสะอ้านดี..แต่ดูจะแล้งๆ เสมอทั้งพื้นที่..และวิธีการจัดบริการซึ่งเป็นสิ่งที่ปรับปรุงได้แน่..ขอให้กำลังใจ 5. ยังไม่มีการพัฒนาและประชาสัมพันธ์ให้น่าชมเท่าที่ควร 6. น่าเที่ยว ปลอดภัยยังคงความเป็นธรรมชาติ 7. กำลังพัฒนาตามนโยบาย ไทยแลนด์ 4.0 ตามแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก 2561-2564 อย่างต่อเนื่อง 8. ในด้านศักยภาพโดยรวมถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี แต่จะต้องพัฒนาให้บุคคลภายนอกเข้าถึงได้ง่าย คงต้องใช้การประชาสัมพันธ์เข้าช่วยเยอะ

9. การนำเอาสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของความเป็นทหาร ตัวตน ที่ใครๆไม่เคยเห็นไม่เคยรู้จัก เมื่อถูกบริหารจัดการที่ดี ย่อมเป็นจุดขายที่ดีแน่นอน ในแต่ละค่ายย่อมมีความต่างกัน ก็ขายความต่างแต่ละค่าย ทำให้สภาพการท่องเที่ยว มีความชัดเจนคนละด้าน
10. บางแห่งไม่โอเค บางแห่งปรับปรุงและพัฒนาขึ้น ส่วนกระแสการรับรู้แนวโน้มดีขึ้น
11. อยู่ระหว่างการส่งเสริมและพัฒนา
12. ล้าสมัย ได้รับการพัฒนาแค่บางพื้นที่ ไม่เป็นที่รู้จัก ขาดการประชาสัมพันธ์สนับสนุน
13. ขาดการปรับปรุงพัฒนาและจัดการให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวแต่ละแบบ
14. ยังต้องได้รับการสนับสนุน จากรัฐบาลเพื่อปรับปรุง พัฒนา
15. ยังไม่เป็นที่รู้จักในภาคประชาชนเท่าที่ควร
16. น่าจะเป็นไปในแนวทางที่เป็นด้านบวก เนื่องจากมีการส่งเสริมจาก สง.ทท.ทบ. และมีการพัฒนาจนท.ในส่วนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
17. มีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป
18. การท่องเที่ยวในเขตทหาร ยังมีปัญหาเรื่องสถานที่ การจัดกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ ที่ดีของแต่ละค่าย เนื่องจากบางค่ายยังไม่รู้จะทำอะไรดี
19. เป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ทางทหาร -การท่องเที่ยวตามทรัพยากรธรรมชาติ –การท่องเที่ยวลักษณะการเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง

ตารางที่ 4-5 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในเรื่องสภาพการท่องเที่ยวในเขตทหารบกปัจจุบัน (ต่อ)

สภาพการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบัน
ผลการสัมภาษณ์
20. กำลังเป็นที่รู้จักจากการแนะนำ/บอกต่อ/ประชาสัมพันธ์ผ่านทุกช่องทางโดยเฉพาะทางโซเชียวซึ่งทำให้เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็ว
21. เท่าที่สังเกตดู หลายแห่งสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวได้ดีเยี่ยม และอีกมาก ยังคงต้องเร่งพัฒนาศักยภาพ รวมไปถึงการขอรับคำแนะนำเพิ่มเติมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางทหารต่อไปครับ
22. กำลังเดินสู่ทิศทางที่ดี มั่นคงยั่งยืน
23. ต้องส่งเสริมให้ประชนชนและผู้ที่สนใจ เข้ามาศึกษาและเที่ยวในเขตทหาร เพื่อพัฒนาสภาพการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น
24. ค่อนข้างดี แต่ต้องฟื้นฟูอีกหน่อย
25. ยังต้องมีการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพให้มีความเทียบเท่าแหล่งท่องเที่ยวภายนอกหรือเอกชน
26. ประชาชนยังรู้สึกเข้าถึงยากดูเป็นพื้นที่ถูกจำกัดเกินไปหากอยู่ในค่าย
27. คือยังมีความที่ไม่ทันสมัยและบางอย่างยังขาดการดูแลรักษา
28. ยังไม่เปิดกว้างสู่ภายนอกเท่าที่ควร ควรเปิดให้ ปชช.เข้าได้โดยเสรี

29. ปัจจุบันสภาพการท่องเที่ยวของทหารยังไม่เป็นที่สนใจเท่าที่ควร
30. มีการพัฒนาไปในทางที่ดี และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้คนสนใจมากขึ้น
31. เริ่มเป็นที่รู้จักของประชาชนและนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้น
32. ยังขาดแรงจูงใจกับนักท่องเที่ยวที่อยากมาเที่ยวในเขตทหาร
33. อยู่ในช่วงพัฒนาต่อยอดให้ดีขึ้นไปในทุกๆด้าน
34. เป็นแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ถูกสร้างขึ้นเพื่อการท่องเที่ยว
35. ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบเปิด และชัดเจน ที่ประชาชนภายนอกสามารถได้เข้ามาสัมผัส แหล่งท่องเที่ยวทางทหารได้หลายๆที่ ในประเทศ
36. มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตอบรับนักท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น
37. ปัจจุบัน ประชาชน รู้จักแต่สถานที่บางแห่ง เพราะบางแห่ง ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย
38. แหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารมีมากมายหลายจังหวัดกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศแต่นักท่องเที่ยวจะรู้จักเพียงแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแล้วเท่านั้น
39. เป็นสถานที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ถ้าปรุงแต่งตามสภาพแวดล้อม หรือนำจุดเด่นทางทหารมาถ่ายทอด เพื่อเชิดชูเกียรติ แต่ขึ้นอยู่กับ วิสัยทัศน์ ของ ผบ.หน่วยนั้นๆเห็นดีก้อทำ บางที่ก็คิดว่า เป็นภาระเพิ่มภารกิจ. ทั้งที่เป็นการประชาสัมพันธ์หน่วยหรือเชิดชูเกียรตินักรบวีรกรรมของหน่วยให้คงอยู่มีค่าในการจดจำ
40. เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปได้ระดับหนึ่ง ที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากได้

จากตารางที่ 4-5 ความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในเรื่อง สภาพการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบัน พบว่า

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ปัจจุบันเห็นภาพเป็นที่ประจักษ์ การเปิดบ้านต้อนรับประชาชน คนไทยให้เข้าไปเห็นวิธีการจัดการที่โดดเด่นอีกรูปแบบ อีกด้านของทหารที่เป็นวิถีชีวิต และความสง่างามมีการพึ่งตนเองทางการต่อยอดทางปัญญาเป็นจุดเรียนรู้และสร้างแรงบันดาลใจน่าเที่ยว ปลอดภัยยังคงความเป็นธรรมชาติเป็นจุดพักผ่อนท่องเที่ยวได้อีกด้วยการนำเอาสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของความเป็นทหาร ตัวตน ที่ใครๆไม่เคยเห็นไม่เคยรู้จัก เมื่อถูกบริหารจัดการที่ดี ย่อมเป็นจุดขายที่ดีแน่นอน ในแต่ละค่ายย่อมมีความต่างกัน ก็ขายความต่างแต่ละค่าย ทำให้สภาพการท่องเที่ยว มีความชัดเจนคนละด้านกำลังเป็นที่รู้จักจากการแนะนำ/บอกต่อ/ประชาสัมพันธ์ผ่านทุกช่องทางโดยเฉพาะทาง Social ซึ่งทำให้เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็วถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบเปิด และชัดเจน ที่ประชาชนภายนอกสามารถได้เข้ามาสัมผัส แหล่งท่องเที่ยวทางทหารได้หลายๆ ที่ ในประเทศตลอดจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปได้ระดับหนึ่ง ที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากได้

ยังคงอยู่ระหว่างการส่งเสริมและพัฒนาซึ่งบางแห่งล้าสมัย ได้รับการพัฒนาแค่บางพื้นที่ไม่เป็นที่รู้จัก ขาดการประชาสัมพันธ์สนับสนุนขาดการปรับปรุงพัฒนาและจัดการให้เหมาะสมกับกลุ่ม

นักท่องเที่ยวแต่ละแบบยังไม่เป็นที่รู้จักในภาคประชาชนเท่าที่ควร ยังมีปัญหาเรื่องสถานที่ การจัดกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ ที่ดีของแต่ละค่าย หลายแห่งสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวได้ดีเยี่ยม และอีกมาก ยังคงต้องเร่งพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางทหารต่อไป

บางหน่วยจริงจังในการปฏิบัติ บางหน่วยยังค่อยๆ พัฒนา แต่เนื่องจากมีนโยบายจากหน่วยแม่และการตรวจเยี่ยม ให้คำแนะนำ ทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวมีแนวโน้มดีขึ้น ผบ.หน่วยให้ความร่วมมือ และสร้างความแตกต่างในรูปแบบการท่องเที่ยวแนวผจญภัย ต้องที่ในหน่วยทหาร ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ประชาชน บุคคลภายนอก มาใช้บริการเพิ่มขึ้น ประชาชนยังรู้สึกเข้าถึงยากดูเป็นพื้นที่ถูกจำกัดเกินไปหากอยู่ในค่ายต้องพัฒนาให้บุคคลภายนอกเข้าถึงได้ง่ายยังขาดแรงจูงใจกับนักท่องเที่ยวที่อยากมาเที่ยวในเขตทหาร

ตารางที่ 4-6 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในเรื่องข้อขัดข้องในการดำเนินการทางการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

ข้อขัดข้องในการดำเนินการทางการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก
ผลการสัมภาษณ์
1. ในบางจุดไม่สามารถจะพัฒนาได้อย่างรวดเร็วและให้สะดวกต่อการเข้าท่องเที่ยวเนื่องจากงบประมาณไม่เพียงพอ 2. ข้อจำกัดด้านงบประมาณและการเป็นพื้นที่หวงห้ามด้านความมั่นคง 3. กำลังพลมีภารกิจ ภาระงานประจำ มากทำให้การบริการอาจไม่ได้รับความพึงพอใจตามความต้องการ ของ

นักท่องเที่ยว - วัสดุอุปกรณ์ ที่อาจจะชำรุด ไม่เพียงพอ ซ่อมแซมไม่ทันเวลา เช่น ห้องน้ำให้กับสุภาพสตรี อาจมีน้อยในแหล่งท่องเที่ยวทหาร - งบประมาณที่มีจำกัด และไม่ได้มีการวางแผนไว้ - ระบบการบริหารจัดการและควบคุมภายใน ที่ไม่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล
4. โดยส่วนตัวเข้าใจดีว่า พื้นที่ทหารเป็นพื้นที่ความมั่นคง การเปิดกว้างในทุกมิติเยี่ยงเอกชนย่อมทำได้ยาก อย่างไรก็ตาม ขอฝากพิจารณาหากระบวนการที่จะทำให้ระยะห่างระหว่างทหารกับประชาชนลดน้อยลง
5. อาจเป็นเขตที่มีความลับทางทหารที่ต้องสงวน เขตการท่องเที่ยว ก็ขจัดข้อขัดข้องนั้นออกไป ตามความเหมาะสม
6. เปลี่ยนคนทำงาน คนบริหารงานควรฝึกให้ทุกคนมีจิตสำนึกด้วยตนเองรู้จักประโยชน์จากการใช้วิสัยทัศน์เป็นตัวนำมากกว่าตัวคน
7. การประชาสัมพันธ์, การพัฒนาอย่างยั่งยืน, งบประมาณเบื้องต้นที่จะส่งเสริมและสนับสนุน
8. ขาดงบประมาณ และการประชาสัมพันธ์ของแต่ละค่าย
9. สิ่งอำนวยความสะดวกในที่เที่ยวมีน้อย
10. การรักษาความปลอดภัยแบบเข้มงวด ในสถานที่ราชการ สร้างให้เกิดความอึดอัด
11. ข้อขัดข้องคือระเบียบการปฏิบัติในการใช้ พท.ทหาร และการจัดโซนสำหรับการดำเนินการระหว่างโซนพื้นที่ทหารกับโซนท่องเที่ยว
12. การดำเนินการ ล่าช้า
13. ผู้บังคับบัญชาหน่วยไม่ค่อยให้ความสำคัญหากไม่มีผู้บังคับบัญชาระดับสูงมาตรวจเยี่ยม
14. เนื่องจากหน่วย มีภารกิจหลักที่ต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ดูจะเป็นภาระ พอสมควรแก่หน่วยที่มี กำลังพลอย่างจำกัด
15. ปัจจัยในเรื่องการรักษาความปลอดภัยและพื้นที่บางหน่วยไม่อำนวย ที่สำคัญบุคคลากรขาดความรู้และประสบการณ์ในการเป็นวิทยากรบรรยาย
16. ผู้บังคับบัญชา ยังไม่เข้าใจถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร
17. ยังขาดงบประมาณในการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และเพิ่มมิติการท่องเที่ยวแบบใหม่ให้ทันสมัยกับยุคการสื่อสารไร้พรมแดน
18. ด้านงบประมาณและขาดการสนับสนุน
19. การประชาสัมพันธ์ให้เกิดความรู้ความเข้าใจกับประชาชนในกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ เพราะประชาชนยังเข้าไม่ถึงซึ่งข้อมูลทั้งหมด แม้เป็นประชาชนในพื้นที่เองก็ตาม

ตารางที่ 4-6 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในเรื่องข้อขัดข้องในการดำเนินการทางการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก(ต่อ)

ข้อขัดข้องในการดำเนินการทางการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

ผลการสัมภาษณ์
20. ส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวของกองทัพบกในหลายพื้นที่ จัดเป็นกิจการที่มีความเร่งด่วนในการพัฒนาเป็นลำดับเกือบสุดท้าย งานในจุดนี้เขตทหารบางแห่ง ไม่มีสำนักงานและกำลังพล แบ่งออกไปเพื่อปฏิบัติงาน วางแผนงานในอนาคต รวมถึงประชาสัมพันธ์ อย่างเป็นเอกเทศ ทำให้การดำเนินศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตทหารไม่เต็มประสิทธิภาพ
21. กฎระเบียบต้องแก้ไข ต้องสะดวก สบาย
22. งบประมาณในการนำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
23. พื้นที่ส่วนใหญ่มีรูปแบบยังไม่ชัดเจน เช่น ศูนย์เรียนรู้,เชิงธรรมชาติ,เชิงประวัติศาสตร์,กีฬา
24. คือการยังไม่มีงบประมาณในการที่จะใช้จ่ายมาพัฒนาที่ท่องเที่ยวในเขตทหาร
25. พื้นที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา และงบประมาณจำกัดขาดบุคลากร
26. การอำนวยความสะดวกต่างๆค่อนข้างจำกัด เนื่องจากจำนวนของเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอต่อการทำงาน
27. เข้าถึงยากและยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
28. สถานที่ท่องเที่ยวทหารไม่ควรใส่ชุดทหารในการปฏิบัติงานจะได้ลดความกลัวความเกรงที่จะเข้าเยี่ยมชนพื้นที่
29. งบประมาณ และสถานที่ท่องเที่ยวยังไม่มีแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยว ที่อยากจะเข้ามาในค่าย
30. มีขอบเขต ที่ห่วงห้ามทำให้เสียบรรยากาศ แก่ ปชช.
31. ประชาชนยังคิดว่าเขตทหารเข้าถึงยาก
32. หากมีภารกิจหลักไม่สามารถสนับสนุนกิจกรรมได้ดีเท่าที่ควร
33. งบประมาณการจัดสร้างแหล่งท่องเที่ยวและการบริหารจัดการดูแลแหล่งท่องเที่ยวบุคลากรมีน้อย
34. การท่องเที่ยวกองทัพบก หลายที่เป็นเพียงกิจกรรมของค่ายนั้นๆ ประชาชนและนักท่องเที่ยวจึงไม่ค่อยกล้าที่จะเข้าไปเที่ยว อาจจะต้องหาวิธีใหม่ๆ เพื่อให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวกล้าที่จะเข้ามาเที่ยว
35. ประชาชนยังไม่เข้าถึงเท่าที่ควร เพราะ รปภ.ในหน่วยทหาร
36. งบประมาณ และ ผบช.ยังไม่ทราบเรื่องหรือให้ความสำคัญมากนัก
37. งบประมาณและขาดบุคลากร
38. ประชาชน ยัง กลัวที่จะท่องเที่ยวในเขตทหาร และยังไม่รู้จัก และไม่เคยสัมผัสพื้นที่
39. งบประมาณหน่วยทหารที่อยู่ในเมืองรองที่คนยังเข้าไม่ถึงเทคโนโลยีบุคลากรที่ขาดความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริง
40. ข้อขัดข้อง น่าจะเกิดจากวิสัยทัศน์ของผบ.หน่วย หรือ ความไม่ร่วมมือ ขาดผู้มีความรู้ความชำนาญ เรื่องผลประโยชน์ แรงจูงใจต่างๆต้องชัดเจน ที่สำคัญต้องต่อยอดมีตัวแทนในการสืบทอดตามความสามารถจริงๆ ไม่ใช่ใครก็ได้ จะรุ่งในยุคแรกยุคต่อไปทรงกับทรุด พอมีรายได้ เข้ามาปัญหาต่างๆก็ตามมา ผบ.หน่วยต้องมีวิสัยทัศน์. ซื่อตรงยุติธรรม

จากตารางที่ 4-6 ความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในเรื่อง ข้อขัดข้องในการดำเนินการทางการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก พบว่า

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก มีข้อจำกัดด้านงบประมาณและการเป็นพื้นที่หวงห้ามด้านความมั่นคงกำลังพลมีภารกิจ ภาระงานประจำ มากทำให้การบริการอาจไม่ได้รับความพึงพอใจตามความต้องการ ของนักท่องเที่ยว - วัสดุอุปกรณ์ ที่อาจจะชำรุด ไม่เพียงพอ ซ่อมแซมไม่ทันเวลา เช่น ห้องน้ำให้กับสุภาพสตรี อาจมีน้อยในแหล่งท่องเที่ยวทหาร - งบประมาณที่มีจำกัด และไม่ได้มีการวางแผนไว้ - ระบบการบริหารจัดการและควบคุมภายใน ที่ไม่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล

พื้นที่ของทหารอาจเป็นเขตที่มีความลับทางทหารที่ต้องสงวน เขตการท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัยแบบเข้มงวด ในสถานที่ราชการ สร้างให้เกิดความอึดอัดระเบียบการปฏิบัติในการใช้ พท.ทหาร และการจัดโซนสำหรับการดำเนินการระหว่างโซนพื้นทีทหารกับโซนท่องเที่ยวทำให้เข้าถึงยากและยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

ผู้บังคับบัญชาหน่วยยังไม่เข้าใจถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสำคัญเนื่องจากขาดวิสัยทัศน์หน่วย มีภารกิจหลักที่ต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ดูจะเป็นภาระ พอสมควรแก่หน่วยที่มี กำลังพลอย่างจำกัด บุคคลากรขาดความรู้และประสบการณ์ในการเป็นวิทยากรบรรยาย

ตารางที่ 4-7 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
ผลการสัมภาษณ์
1. มีจุดแลนมาร์ค หรือจะถ่ายรูปเพื่อสร้างจุดเด่นให้กับหน่วย ดึงเอาเทคโนโลยีมาเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้สนใจมากขึ้น
2. มีความเป็นสากล ดึงดูดความสนใจ และตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้โดยที่แหล่งท่องเที่ยวภายนอกไม่มี
3. สะดวกต่อการเข้าถึง การเดินทาง ไปกลับ อาจจะโดยรถยนต์ส่วนตัวหรือ การขนส่งสาธารณะ - ประหยัดคุ้มค่าคุ้มราคา ต่อการมาท่องเที่ยวในแหล่งทหาร - ความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน - ความพึงพอใจต่อการให้บริการ และรับฟังข้อคิดเห็นของลูกค้า ไม่เพิกเฉยต่อข้อเสนอแนะต่างๆ
4. กรมอุทยานแห่งชาติทำยังไง ก็นำมาปรับทำได้
5. เข้าถึง เข้าใจ สุขใจ อบอุ่นใจทุกครั้งที่ได้มาเยือน
6. นักท่องเที่ยวคงตื่นเต้นถ้าเจอรูปแบบที่จัดขึ้น แต่ให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว จังหวัดนั้นๆให้เป็นเนื้อเดียวกันให้เหมาะสมกับเวลา การให้บริการ ให้สอดคล้องในสถานที่ก็ตอบสนอง แต่ละกลุ่มได้
7. สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยการให้บริการ จรรยาบรรณการให้บริการ
8. เข้าถึงได้ง่าย, ปลอดภัย, หลากหลายและคุ้มค่า
9. ให้ไปดูที่ห้วยตึงเฒ่า เชียงใหม่
10. เข้าถึงง่าย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ
11. สถานที่ฯ จุดเด่นสำหรับเช็คอินถ่ายรูปสวยๆ กิจกรรมที่น่าสนใจ อาหาร สินค้าในพื้นที่
12. ใช้สิ่งที่ทหารมีให้เป็นประโยชน์ ในเรื่องธรรมชาติ ที่ยังคงเป็นธรรมชาติ 100% กำลังพลจำนวนมากที่พร้อมให้บริการด้วยความสุภาพ
13. ต้องสามารถตอบสนองได้ทุกกลุ่มนักท่องเที่ยวมีสิ่งที่น่าสนใจ เป็นเอกลักษณ์ประจำสถานที่
14. สะอาด ปลอดภัย สนุก ท้าทาย ประหยัด
15. ควรพัฒนา จากการทำแบบสอบถาม เมื่อ นทท. จบการท่องเที่ยวในหน่วย
16. ลดขั้นตอนการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว
17. นักท่องเที่ยวต้องการความแปลก ความแตกต่างและต้องการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว

18. ติดตามความเป็นไปของความต้องการในการท่องเที่ยวของคนในยุตปัจจุบัน เพื่อให้ตอบสนองความต้องการควรทำแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ เช่นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เพิ่มมิติในการดึงนักท่องเที่ยว คือการแสดงแสงสีเสียงให้เห็นภาพประวัติศาสตร์นั้น เพื่อเพิ่มความตื่นเต้นประทับใจ เพิ่มแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะกับความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ เช่นสถานที่พักผ่อนสวยงาม ในบริเวณสถานที่ประวัติศาสตร์หรือ ถ้าไม่มีก็หาวิธีทำแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมา
19. ประชาชนน่าจะอยากจะชมอาวุธยุทโธปกรณ์ที่ทันสมัย
20. ง่าย สะดวก ปลอดภัย ประทับใจ สนุกสนาน เพลิดเพลิน ความรู้อิงประวัติศาสตร์ ความรู้เชิงการท่องเที่ยว หรือเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

ตารางที่ 4-7 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว(ต่อ)

การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
ผลการสัมภาษณ์
21. ชูประเด็นและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงแผนประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบ ในการเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของนักท่องเที่ยวครับ
22. มีจุดเช็คอินในแต่ละครั้ง และทำให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือน กลับมาอีกครั้ง
23. สำหรับในเขตท่องเที่ยวของทหารควรมีความแปลกใหม่ เพื่อที่จะดึงดูดคนภายนอกให้สนใจมาเที่ยว เช่นการเพิ่มการท่องเที่ยวทางทหาร การจำลองเหตุการณ์การรบ ในที่ท่องเที่ยว การผจญภัย ต่างๆ เป็นต้น
24. ควรมีความหลากหลายและดึงจุดเด่นในแต่ละพื้นที่มาใช้ให้เกิดประโยชน์
25. คือมีความทันสมัยและมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว
26. มีความท้าทาย และปลอดภัย ที่สำคัญการประชาสัมพันธ์ และการบริการควรเปิดกว้างให้ค้นหาได้ตามสื่อต่างๆ
27. มีรูปแบบOne Stop Service ต้องรวมความต้องการของนักท่องเที่ยวให้จบภายในที่เดียวเช่น สถานที่ให้ความรู้ความสนุก บริการอาหาร สถานที่พักผ่อน เป็นต้น
28. ควรเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ครบวงจร ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้
29. เป็นกันเอง. เข้าถึงง่าย . น่าจะมีการแสดงวิธีการฝึกของทหารการใช้ชีวิตประจำวันของทหารใหม่ให้ประชาชนดู. จะได้ลดทิฐิกับการเตรียมรับการฝึกทหารใหม่
30. ต้องมีการ ปชส. ให้นักท่องเที่ยวรู้จักและอยากมาเที่ยวมากกว่านี้
31. สามารถเข้าเที่ยวชมได้ทั่วไปเป็นเสรีภาพ เพราะต้องการมาเรียนรู้ในเขตทหารและเป็นที่พักแบบรีสอร์ทขนาดเล็กสามารถดูแลทั่วถึงได้
32. ควรมีระบบการคมนาคมที่ดี เข้าถึงได้ง่าย เพราะเขตทหารบางแห่งเดินทางโดยรถโดยสารลำบาก
33. สิ่งอำนวยความสะดวกควรให้พร้อมมากกว่านี้ เช่น ห้องน้ำ ที่พัก
34. ที่ตรงตามความต้องการผลตอบรับจากการเข้ามาเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะมียอดนักท่องเที่ยวเข้าเที่ยวมาก

35. สร้างกิจกรรมที่ประชาชนเข้าถึงได้ง่ายความมั่นใจในความปลอดภัยของอุปกรณ์เส้นทางการเดินทาง
36. เปิดเผยด้านการข่าวต่างๆ และสถานที่อาจต้องปรับให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่ไม่เป็นระบบทหาร
37. การเข้าหน่วยทหารเพื่อท่องเที่ยวให้เป็น Free Zone
38. หาข้อมูลกลุ่มนักท่องเที่ยวว่าการที่มาเที่ยวในหน่วยทหารเค้าต้องการแบบไหนมาบริการนักท่องเที่ยวได้ตรง
39. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถผ่อนคลาย และ เป็นกันเอง มีความปลอดภัย
40. ขึ้นอยู่กับภูมิประเทศ เรื่องราวที่เกี่ยวข้อง ทางประวัติศาสตร์ ทรัพยากรทีมี นำมาเรียงร้อยเรื่องราว สร้างจุดเด่นตามความคิดความต้องกการของนักท่องเที่ยว

จากตารางที่ 4-7 ความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว พบว่า

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก มีจุดแลนมาร์ค หรือจะถ่ายรูปเพื่อสร้างจุดเด่นให้กับหน่วย ดึงเอาเทคโนโลยีมาเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้สนใจมากขึ้นมีความเป็นสากล ดึงดูดความสนใจ และตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้โดยที่แหล่งท่องเที่ยวภายนอกไม่มีสะดวกต่อการเข้าถึง การเดินทาง ไปกลับ อาจจะโดยรถยนต์ส่วนตัวหรือ การขนส่งสาธารณะ - ประหยัดคุ้มค่า คุ้มราคา ต่อการมาท่องเที่ยวในแหล่งทหาร - ความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน - ความพึงพอใจต่อการให้บริการ และรัยฟังข้อคิดเห็นของลูกค้า ไม่เพิกเฉยต่อข้อเสนอแนะต่างๆ

เข้าถึง เข้าใจ สุขใจ อบอุ่นใจทุกครั้งที่ได้มาเยือนมีสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยการให้บริการ จรรยาบรรณการให้บริการใช้สิ่งที่ทหารมีให้เป็นประโยชน์ ในเรื่องชมอาวุธยุทโธปกรณ์ที่ทันสมัยเพลิดเพลิน ความรู้อิงประวัติศาสตร์ ความรู้เชิงการท่องเที่ยว หรือเพื่อพักผ่อนหย่อนใจความเป็นธรรมชาติ ที่ยังคงเป็นธรรมชาติ 100% ควรมีความแปลกใหม่ เพื่อที่จะดึงดูดคนภายนอกให้สนใจมาเที่ยว เช่นการเพิ่ม การท่องเที่ยวทางทหาร การจำลองเหตุการณ์การรบ ในที่ท่องเที่ยว การผจญภัย ต่างๆ เป็นต้น

ควรมีความหลากหลายและดึงจุดเด่นในแต่ละพื้นที่มาใช้ให้เกิดประโยชน์คือมีความทันสมัยและมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวมีความท้าทาย และปลอดภัย ที่สำคัญการประชาสัมพันธ์และการบริการควรเปิดกว้างให้ค้นหาได้ตามสื่อต่างๆมีรูปแบบOne Stop Service ต้องรวมความต้องการของนักท่องเที่ยวให้จบภายในที่เดียวเช่น สถานที่ให้ความรู้ ความสนุก บริการอาหาร สถานที่พักผ่อน เป็นต้นเป็นกันเองควรมีการแสดงวิธีการฝึกของทหารการใช้ชีวิตประจำวันของทหารใหม่ให้ประชาชนดู จะได้ลดทิฐิกับการเตรียมรับการฝึกทหารใหม่

ตารางที่ 4-8 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในอนาคต

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกในอนาคต
ผลการสัมภาษณ์
1. ควรมีความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การดูงานและจุดการเที่ยวชมรอบหน่วยท่องเที่ยวของทหาร 2. น่าสนใจ หลากกลาย หาชมได้ยากในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆทั่วไปและควรขยายไปในทุกพื้นที่ 3. ส่วนลด สำหรับกำลังพลและครอบครัวและประชาชนที่สมัครเป็นสมาชิกการท่องเที่ยวในหน่วยทหาร - อาคาร สถานที่ สะอาด มีระบบความปลอดภัย มีอารยสถาปัตย์ การท่องเที่ยว friendly desideสำหรับ ผู้สูงวัย ผู้พิการ และคนที่ใช้รถเข็น - ทุกการมาใช้บริการมีส่วนร่วมในการ csrต่อครอบครัวทหารและกำลังพล เช่น ทุนการศึกษา เครื่องมือแพทย์ ที่ขาดแคลน 4. ควรทำให้เข้าถึงเข้าใจสุขใจอบอุ่นใจทุกครั้งที่ได้มาเยือน 5. ภาพในอนาคต คือการเข้าถึง เข้าใจ ให้บริการและขยายเครือข่ายสู่ชุมชน รอบค่ายให้เกิดความสมดุล และยั่งยืน ภายใต้ ARMYLAND ที่จะเป็นความภาคภูมิใจ ในการจัดการให้เป็นที่ประจักษ์ เป็นรูปธรรมมากขึ้น 6. ติดตามสถานการณ์ ทท.สากลควรคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก

7. เป็นเครือข่ายเดียวกัน, พัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกันและพัฒนาได้ด้วยตนเองโดยไม่ใช้งบประมาณของรัฐ
8. ท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ สัมผัสธรรมชาติ ซึ่งกองทัพมีอยู่แล้ว
9. ทันสมัย ได้รับงบประมาณในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
10. อยากให้ทำแบบครบวงจรการเที่ยวและมีการจัดโซนนิ่งที่ชัดเจน
11. ควรแบ่งแยกเขตรักษาความปลอดภัย กับเขตสันทนาการออกจากกันอย่างชัดเจน
12. ตอบสนองความต้องการของภาคประชาชน
13. ควรสอดคล้องกับข้อมูลในข้อ3 ที่ผ่านกรรมวิธี วิเคราะห์แล้ว
14. จัดให้มีโฮมสเตย์ ที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว สะอาด สะดวก ปลอดภัย ที่สำคัญมาเที่ยวแล้วประทับใจในสิ่งที่ดีกลับไป
15. การเสริมสร้างกำลังพล และชุมชนรอบค่ายให้เข้าใจถึงการท่องเที่ยวในเขตทหาร และได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐและเอกชน ในการประชาสัมพันธ์
16. ยิ่งใหญ่ตระการตา แตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป
17. พัฒนาให้มีความง่ายต่อการเข้าเยี่ยมชม พัฒนาให้เกิดความประทับใจในกิจกรรม สร้างจุดเด่นในแต่ละกิจกรรมให้มากที่สุดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้นตามลำดับต่อไปเช่นกัน
18. ควรจัดส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นเอกเทศ มีอัตราและกำลังพลพร้อมปฏิบัติงาน ประจำอยู่ในเขตทหารที่สามารถใช้พื้นที่บางส่วน เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยขั้นต้นในแต่ละพื้นที่ควรมีแผนพัฒนาในเขตของตนอย่างเป็นรูปธรรม
19. ทันสมัยก้าวให้ทันสิ่งใหม่ๆแปลกใหม่ คล่องตัว ไม่ยุ่งยาก
20. มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และสร้างรายได้ให้กับกองทัพบก
21. ในอนาคต ในค่ายทหารจะมีคนภายนอกสามารถเข้าออกได้อย่างอิสระ เข้ามาพักผ่อน กิน เที่ยวเล่น ต่างๆได้โดยที่ไม่มีผลกระทบกับการทำงานของทหาร ทั้งการความมั่นคงและปลอดภัย
22. เข้าถึงง่าย ใกล้ชุมชน สร้างรายได้ให้คนในชุมชน
23. คือการทำให้มีความทันสมัยและตอบรับกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 4-8 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในอนาคต(ต่อ)

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกในอนาคต
ผลการสัมภาษณ์
24. มีการประชาสัมพันธ์ที่เปิดกว้าง รูปแบบการท่องเที่ยวควรเริ่มต้นจากภายนอกเขตทหาร โดยเฉพาะการพัฒนาจุดดึงดูดความสนใจจากภายนอกให้มีการรับรู้ ได้ตามสื่อทั่วไป
25. บุคคลากร งบประมาณ ของที่ระลึกสิ่งอำนวยความสะดวก
26. ควรมีการสร้างความท้าทายในการท่องเที่ยว คืออาจจะมีกิจกรรมที่นอกเหนือจากการฟังบรรยายให้ความรู้ เช่น การทำกิจกรรม Adventure

27. ควรนำหน่วยงานต่างๆเข้ามาช่วยสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
28. ควรรักษาเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆให้คงไว้ให้สมบรูณ์ที่สุดไม่ควรต่อเติมเสริมแต่งมากเกินไป ปรับเท่าที่ปรับได้ พัฒนาอย่างมีศักยภาพ. พัฒนาแต่คงของเดิมไว้
29. ต้องทำให้เป็นแลนมาร์คสำคัญของจังหวัดให้ได้
30. พัฒนาสิ่งใหม่ๆ ที่ไม่เหมือนแหล่งท่องเที่ยวภายนอก จึงดึงดูด นทท.ได้มาก
31. สร้างแรงจูงใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกองทัพและประชาชน
32. ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่แต่ละหน่วยมีไปทุกช่องทาง..และให้กำลังพลและครอบครัวเป็นเจ้าบ้านที่ดีต้อนรับนักท่องเที่ยว
33. ประชาสัมพันธ์ให้ เข้าถึงประชาชนให้มากกว่านี้ สร้างกิจกรรมที่มีความแตกต่างไปจากกิจกรรมที่มีในชุมชน
34. กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวกองทัพบก ต้องชัดเจน เข้าใจง่าย หลากหลายและปลอดภัย ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย
35. เปิดพื้นที่หน่วยทหารให้มาขึ้น แต่ไม่กระทบแก่หน่วย
36. มีงบประมาณที่เพียงพอ ทั่วถึงกับกับหน่วยงาน มีเจ้าที่ผู้รู้และสามารถเชิญชวนนักท่องเที่ยวได้
37. มีการประชาสัมพันธ์ อาจจะเชิญชวน หรือ ประชาสัมพันธ์ ผ่าน โซเชี่ยลมีเดียต่างๆ มีการเชิญชวน มีโปรโมชั่น เช่น เช็คอิน ได้รับสิทธิพิเศษ หรือ แชร์ เพจ มีของขวัญเล็กๆน้อยๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ทางอ้อม
38. เน้นการเข้าถึงประชาชนและเป็นสากล
39. พัฒนาตัวบุคคลากรเพื่อให้ไปต่อยอดพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง
40. พัฒนาอย่างจริงจังตามจุดประสงค์จริงๆในทุกๆเรื่อง พัฒนาคนรับผิดชอบตลอดเวลาสร้างแรงจูงใจ. ผบ.หน่วยสืบทอดนโยบายส่งต่อ

จากตารางที่ 4-8 ความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกในเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกในอนาคต พบว่า

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ควรมีความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การดูงานและจุดการเที่ยวชมรอบหน่วยท่องเที่ยวของทหารอาคารสถานที่ สะอาด มีระบบความปลอดภัย มีอารยสถาปัตย์ การท่องเที่ยว friendly designสำหรับ ผู้สูงวัย ผู้พิการ การทำCSRต่อครอบครัวทหารและกำลังพล เช่น ทุนการศึกษา เครื่องมือแพทย์ ที่ขาดแคลนคำนึงถึงความปลอดภัย มีสิ่งน่าสนใจ หลากกลาย หาชมได้ยากในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ทั่วไปและควรขยายไปในทุกพื้นที่การบริการที่เข้าถึง เข้าใจ ให้บริการและขยายเครือข่ายสู่ชุมชน รอบค่ายให้เกิดความสมดุล และยั่งยืนภายไต้ ARMYLAND ที่จะเป็นความภาคภูมิใจ ในการจัดการให้เป็นที่ประจักษ์ เป็นรูปธรรมมากขึ้นควรทำให้เข้าถึงเข้าใจสุขใจอบอุ่นใจทุกครั้งที่ได้มาเยือนมีความทันสมัย ได้รับงบประมาณในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องอยากให้ทำแบบครบวงจรการเที่ยวและมีการจัดZoningที่ชัดเจนควรแบ่งแยกเขตรักษาความปลอดภัย กับเขตสันทนาการออกจากกัน

การตอบสนองความต้องการของภาคประชาชนจัดให้มีโฮมสเตย์ ที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว สะอาด สะดวก ปลอดภัย ที่สำคัญมาเที่ยวแล้วประทับใจในสิ่งที่ดีกลับไปพัฒนาให้มีความง่ายต่อการเข้าเยี่ยมชม พัฒนาให้เกิดความประทับใจในกิจกรรม สร้างจุดเด่นในแต่ละกิจกรรมให้มากที่สุดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้นตามลำดับต่อไปเช่นกันควรจัดส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นเอกเทศ มีอัตราและกำลังพลพร้อมปฏิบัติงาน ประจำอยู่ในเขตทหารที่สามารถใช้พื้นที่บางส่วน เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยขั้นต้นในแต่ละพื้นที่ควรมีแผนพัฒนาในเขตของตนอย่างเป็นรูปธรรมทันสมัยก้าวให้ทันสิ่งใหม่ๆแปลกใหม่ คล่องตัว ไม่ยุ่งยากมีการประชาสัมพันธ์ที่เปิดกว้างรูปแบบการท่องเที่ยวควรเริ่มต้นจากภายนอกเขตทหาร โดยเฉพาะการพัฒนาจุดดึงดูดความสนใจจากภายนอกให้มีการรับรู้ ได้ตามสื่อทั่วไป

ในอนาคต ในค่ายทหารจะมีคนภายนอกสามารถเข้าออกได้อย่างอิสระ เข้ามาพักผ่อน กินเที่ยวเล่น ต่างๆ ได้ โดยที่ไม่มีผลกระทบกับการทำงานของทหาร ทั้งการความมั่นคงและปลอดภัย เข้าถึงง่าย ใกล้ชุมชน สร้างรายได้ให้คนในชุมชนคือการทำให้มีความทันสมัยและตอบรับกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้เป็นอย่างดีควรนำหน่วยงานต่างๆเข้ามาช่วยสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายควรมีการสร้างความท้าทายในการท่องเที่ยว คืออาจจะมีกิจกรรมที่นอกเหนือจากการฟังบรรยายให้ความรู้ เช่นการทำกิจกรรม Adventureควรรักษาเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆให้คงไว้ให้สมบรูณ์ที่สุด ไม่ควรต่อเติมเสริมแต่งมากเกินไป ปรับเท่าที่ปรับได้ พัฒนาอย่างมีศักยภาพเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกองทัพและประชาชนต้องทำให้เป็นแลนมาร์คสำคัญของจังหวัดให้ได้

ตารางที่ 4-9 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 1

ยุทธศาสตร์ที่ 1 **การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน**
ผลการสัมภาษณ์
1. สร้างรายได้ให้กับประชาชนและหน่วยทหารอย่างมีประสิทธิภาพ 2. การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ค้นพบปัญหาที่เกิด และปรับปรุงระบบงานให้ลื่น ง่าย - สินค้าราคาพอเพียง คุ้มค่า สมราคามีอัตลักษณ์เฉพาะตน - การบริการด้วยหัวใจ เพิ่มความประทับใจ จริงใจ 3. เมื่อท่านเปิดค่ายให้เป็นแหล่งท่อง หลายรูปแบบ ก็พัฒนาในแต่ละรูปแบบให้เข้มข้นและประชาสัมพันธ์ให้ขยายวงกว้างออกไปทุกด้านเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น การบริการที่ดี สินค้าที่มีจำหน่ายจะถูกขับเคลื่อนโดยคนเหล่านั้น โดยมีการจัดรูปแบบสินค้าและบริการร่วมกับชุมชนรอบค่าย เพื่อสร้างความสมดุล และยั่งยืน ด้วยธรรมชาติของการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข 4. ควรให้อพท.เข้าไปช่วยคิดเขียนแผนเพราะอพท.ถูกฝึกมิตินี้มานานกว่าหน่วยใดๆในเรื่องท่องเที่ยวยั่งยืน.. ท่องเที่ยวชุมชน 5. คำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว มีความทันสมัยและความน่าสนใจทำให้ต่อเนื่อง 6. มาตรฐานสินค้า เช่น ตรา GMP ตรา อย. ในสินค้าผลิตภัณฑ์ต่างๆจาก กระทรวงสาธารณสุข เป็นการการันตีให้กับผู้บริโภคในความสะอาด ปลอดภัย ต่อ สินค้า หรือ การเป็นสินค้าโอทอปของวิสาหกิจชุมชน ส่งผลให้มียอดการสั่งซื้อ การดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ยั่งยืน - การจัดระดับสถานที่และแหล่งการท่องเที่ยว เพื่อให้ยกระดับการพัฒนา รู้จุดอ่อนในสิ่งที่ควรปรับปรุง และ ยืนจุดแข็งที่เป็นจุดขายในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ - บุคลากรมีความรู้ทักษะ การมีส่วนร่วม ความสามัคคี ในการดำเนินงาน ส่งผลให้ระบบเข้มแข็ง 7. จับมือกับท้องถิ่นนั้นๆ เด่นอะไร ช่วยขายช่วยซื้อช่วยพัฒนา เอื้อประโยชน์ในด้านต่างๆ 8. ต้องคำนึงถึงคุณภาพสินค้าราคาที่เหมาะสมแพคเก็จจริงต้องดูดีและสะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่น 9. สร้างการท่องเที่ยวในแหล่งนั้นๆ ตามความเป็นจริงให้มากที่สุด ขาย story ตัวตน และบูรณาการ ร่วมกับท้องถิ่นให้สร้างการรับรู้ มีการประชาสัมพันธ์ เพื่อกระจาย รายได้ สู่ชุมชนในค่ายและรอบค่าย 10. ความยั่งยืน อยู่บนพื้นฐานของรายได้ที่สามารถเลี้ยงตัวเอง รวมถึงการบำรุงรักษา 11. พัฒนาโดยให้ชุมชน ท้องถิ่นมีส่วนร่วมมีร่วมมือกับชุมชนรอบๆหน่วย มีการบูรณาการที่ครบ 12. ให้ทุกหน่วยงานเข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวทหาร 13. ควรพัฒนาร่วมกับองค์กรด้านการท่องเที่ยว หรือภาคเอกชนที่เป็นมืออาชีพ 14. ประหยัดปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวอนุรักษ์และส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวไปพร้อมกัน 15. ควรจัดสรร กพ. ในหน่วย รับผิดชอบด้านนี้โดยตรง ทำงานหน้าเดียว 16. เพิ่มสีสันของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าดีมีมาตรฐานสะอาด ปลอดภัย การบริการของคนในชุมชนบริการด้วยรอยยิ้มเป็นกันเอง 17. การพัฒนาด้านมาตรฐานการให้บริการ คือสามารถให้คนทุกเพศ ทุกวัย สามารถมาใช้บริการได้

18. สนับสนุนสินค้าของชุมชนท้องถิ่นนั้นๆให้มีคุณภาพ การขนส่งมวลชนต้องสะดวก
19. ต้องเข้าใจความต้องการความสนใจของผู้ใช้บริการ เพื่อจะได้พัฒนาได้ตรงจุดและเพิ่มมูลค่าได้อย่างรวดเร็ว
20. วางรูปแบบอย่างเป็นระบบ พิจารณาและปรับปรุงบุคลากรให้เหมาะสม
21. มาตรฐานของสถานที่และสินค้าต้องดี

ตารางที่ 4-9 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 1(ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 **การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน**
ผลการสัมภาษณ์
22. มีสินค้าประจำถิ่น และ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยตนเอง
23. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว คือ เพิ่มการท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับทหาร กีฬาทหาร การจำลองสถานการณ์ทางทหาร เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในการท่องเที่ยวของทหาร สินค้าและการบริการ ควรเพิ่มสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะและเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น และคนบริการควรเป็นตัวทหารซึ่งจะคัดจากทหารประจำการมาช่วยการดำเนินการโดยได้ผ่านการอบรมมาแล้ว
24. ต้องเป็นสินค้าทีมีเอกลักษณ์ดึงคนท้องถิ่นเข้ามาส่วนร่วม
25. คือการจัดให้มีที่ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีสินค้าที่ดีและการบริการที่ดีจะทำให้เกิดความสมดุลที่ดีได้
26. ผู้ที่รับผิดชอบมีการพัฒนาและต่อยอดให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น
27. การโฆษณาตามสื่อต่างๆ
28. ต้องมีระบบการจัดการที่ดี มีการPRหรือการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ และมีสิ่งจูงใจที่จะกระตุ้นการท่องเที่ยว
29. ควรมีตลาดรองรับสินค้าที่ผลิตออกมาและสร้างอาชีพให้กับชุมชน
30. สนับสนุนสินค้าเกษตรกรหรือสิ่งที่ชุมชนนั้นๆมีในพื้นที่นั้นๆพัฒนาให้เป็นสินค้าระดับตำบล. อำเภอ. และขยายเป็นระดับประเทศ
31. ต้องทำให้เป็นมาตรฐานและนักท่องเที่ยวยอมรับได้
32. ผลิตของที่ละลึก ให้ดูหน้าซื้อ และสินค้าต้องมีการบริการโดยใกล้ชิด
33. การบริการด้วยใจ สินค้ามีราคาที่เหมาะสม
34. แหล่งท่องเที่ยวสะอาดปลอดภัย..สินค้ามีคุณภาพสร้างแบรนด์ให้เป็นเอกลักษณ์
35. จะทำสินค้าให้มีคุณภาพและทำให้แหล่งท่องเที่ยวยั่งยืน
36. ควรให้ทุกคน ที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ให้มีส่วนร่วมในการทำ การพัฒนา ความรู้ และรักษา
37. มีการวางแผน จัดทำรูปแบบให้ชัดเจน เพื่อผลประโยชน์ที่มั่นคง ยั่งยืน
38. ความเป็นแหล่งท่องเที่ยวครบวงจร เพื่อให้ นักท่องเที่ยว เลือกที่จะ เที่ยวได้ และมีศูนย์บริการเพื่อความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

39. พัฒนาและปรับปรุงให้เข้ากับพื้นที่เพิ่มความหลากหลายของสินค้าและรูปแบบการท่องเที่ยว 40. พัฒนาคน พัฒนาพื้นที่ พัฒนาสินค้าและบริการ ตามความต้องการของนักทองเที่ยว โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมสิ่งแวดล้อมด้วย

จากตารางที่ 4-9 ความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญต่อความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกในเรื่อง การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน พบว่า

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก สามารถ สร้างรายได้ให้กับประชาชนและหน่วยทหารอย่างมีประสิทธิภาพพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลายรูปแบบ โดยมีการจัดรูปแบบสินค้าที่มีมาตรฐาน บริการร่วมกับชุมชนรอบค่าย เพื่อสร้างความสมดุล และยั่งยืน ด้วยธรรมชาติของการอยู่ร่วมกันอย่างสันติคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว มีความทันสมัยและความน่าสนใจทำให้ต่อเนื่องร่วมมือกับท้องถิ่นสร้างการรับรู้ มีการประชาสัมพันธ์ เพื่อกระจาย รายได้ สู่ชุมชนในค่ายและรอบค่ายควรพัฒนาร่วมกับองค์กรด้านการท่องเที่ยว หรือภาคเอกชนที่เป็นมืออาชีพประหยัดปลอดภัย กับนักท่องเที่ยวอนุรักษ์และส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวไปพร้อมกัน

ควรจัดสรร กพ. ในหน่วย รับผิดชอบด้านนี้โดยตรง ทำงานหน้าเดียวการพัฒนาด้านมาตรฐานการให้บริการ คือสามารถให้คนทุกเพศ ทุกวัย สามารถมาใช้บริการได้

วางรูปแบบอย่างเป็นระบบ พิจารณาและปรับปรุงบุคลากรให้เหมาะสมมีสินค้าประจำถิ่น และ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยตนเองการท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับทหาร กีฬาทหาร การจำลองสถานการณ์ทางทหาร เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในการท่องเที่ยวของทหาร สินค้าและการบริการการเพิ่มสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะและเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น และคนบริการควรเป็นตัวทหารซึ่งจะคัดจากทหารประจำการมาช่วยการดำเนินการโดยได้ผ่านการอบรมมาแล้วมีตลาดรองรับสินค้าที่ผลิตออกมาและสร้างอาชีพให้กับชุมชนและสนับสนุนสินค้าเกษตรกรหรือสิ่งที่ชุมชนนั้นๆมีในพื้นที่นั้นๆพัฒนาให้เป็นสินค้าระดับตำบล อำเภอและขยายเป็นระดับประเทศสร้างแบรนด์ให้เป็นเอกลักษณ์มีศูนย์บริการเพื่อความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวพัฒนาและปรับปรุงให้เข้ากับพื้นที่เพิ่มความหลากหลายของสินค้าและรูปแบบการท่องเที่ยวพัฒนาคน พัฒนาพื้นที่ พัฒนาสินค้าและบริการตามความต้องการของนักทองเที่ยว โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมสิ่งแวดล้อมด้วย

ตารางที่ 4-10 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 2

ยุทธศาสตร์ที่ 2 **การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก**
ผลการสัมภาษณ์
1. เป็นผลดีต่อหน่วยงานและหน้าตาของประเทศอีกด้วย 2. สถานที่ ห้องน้ำ ให้ความสำคัญที่สุด เพราะในแหล่งท่องเที่ยวทหาร มีแต่ห้องน้ำผู้ชาย และบางที่ค่อนข้างสะอาดน้อย ทำให้ผู้ใช้บริการ ผู้หญิงลำบากกับการใช้ห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยวทหาร และอาจเพิ่มเติมในห้องน้ำคนพิการ หรือทางลาดชันสำหรับ ผู้ใช้รถเข็น นอกจากนี้ อาจมีที่สถานที่จัดประชุม จัดเลี้ยงไว้รองรับการสัมมนาที่มาขอใช้สถานที่ หรือ สนามกีฬาฟุตบอล ด้วย 3. การพัฒนาให้เกิดความสะดวกสบาย ให้พอดี ตอบสนองความสมดุลในพื้นที่เป็นเรื่องที่ต้องจัดการให้เกิดความประทับใจในหมู่ชนนั้น เค้าจะกลับมาอีกโดยปากต่อปากแน่นอน 4. โครงสร้างที่สำคัญคือความยืดหยุ่นของระบบสื่อสารการตลาด...ที่จะทำให้ผู้เข้ามา..มีความรู้สึกว่าที่ทหารจัดให้มาทำกิจกรรมนั้น..เพราะทหารอยากขายบริการและความน่าประทับใจให้อย่างมีมาตรฐานค่าใช้จ่ายเป็นสิ่งที่ถกเถียงกันได้..ว่าเท่าไหร่เพียงใดจึงจะพอดี...ซึ่งบ่อยครั้งก็อาจมีช่วงราคาสูงต่ำตามฤดูกาล..อย่างมีเหตุผลซึ่งจะช่วยให้ผู้มาใช้บริการได้เรียนรู้ว่า..ทหารมีระบบที่คล่องตัว..ซึ่งเป็นmessageสำคัญที่ประชาชนเองก็สบายใจที่จะ

ได้รู้เงินรายได้เป็นเรื่องไม่สำคัญเท่าการได้ทำให้ประชาชนมีความนิยมชมชอบในระบบบริหารที่ก้าวหน้าทันสมัย ได้ภาพใหญ่ของกองทัพว่า..พัฒนาเคียงข้างกับประชาชนได้อย่างอบอุ่นและน่าชื่นใจ
5. สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐาน ความสะดวกสบาย และเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย รวดเร็ว
6. ควรอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วย
7. สถานที่ประชุมจัดเลี้ยง สัมมนา โดยเฉพาะห้องน้ำ ขอให้มีมาตรฐานส้วมในระดับที่ดีขึ้นไป - ทางลาดขัน อารยสถาปัตย์ สำหรับ ผู้พิการ ผู้สูงวัย ผู้ใช้รถเข็น - ระบบอินเตอร์เนตความเร็วสูง ง่ายต่อการติดต่อ หาข้อมูลต่างๆ - เครื่องเสียง จอโปรเจคเตอร์ ในการนำเสนอสื่อฟรีเซนต์ต่างๆ - สนามกีฬา สระว่ายน้ำ ห้องฟินเนส ห้องซาวน่า ห้องนวดไทย.ห้องคาราโอเกะ เป็นต้น
8. ยุคดิจิทัลแล้ว นำมาใช้และที่สำคัญโปร่งใส ตรวจสอบได้
9. เริ่มที่การวางระบบที่สร้างสรรค์พัฒนาคุณภาพบุคลากรให้รู้จักเซอร์วิสมายด์การร่วมกลุ่มร่วมกันต่อยอดในการพัฒนาด้วยกันอย่างเป็นระบบ
10. เป็นสิ่งสำคัญ ต่อการท่องเที่ยวที่สุด ความสะดวกสบาย การให้บริการ สถานที่ที่เหมาะสมในการใช้สอย เช่น ห้องน้ำ ที่เป็นส่วนสำคัญต่อนักท่องเที่ยวอย่างมาก
11. สะดวก, สะอาดและปลอดภัย
12. จะทำได้ต้องได้รับการสนับสนุนงบประมาณ
13. ระบบขนส่งนักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวในเขตทหาร, นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อความสะดวก
14. ข้อดีของสถานที่คือธรรมชาติ และความรู้สึกปลอดภัย ดังนั้นควรเน้นพัฒนาเพิ่มเติมขึ้นไปอีก
15. ระบบการขนส่งและระบบการส่งต่อจากภายในพท.สู่ภายนอกพท.
16. ควรมีหน่วยงานที่กำกับดูแลระดับกองทัพภาคโดยเฉพาะ เพื่อกำกับดูแลและรักษาสภาพให้พร้อมใช้งาน
17. ทบ.ควรให้การสนับสนุนงบประมาณในการ พัฒนาอย่างเหมาะสม
18. มีรถรับส่งในการเดินทางสู่ที่หมายในแต่ละส่วนของแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-10 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 2(ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 **การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก**
ผลการสัมภาษณ์
19. ต้องกำหนดขอบเขตการทำงานของผู้ที่รับผิดชอบงานการท่องเที่ยว และการทำงานที่เป็นระบบ เสริมสร้างทักษะการบริหารงานด้านการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรม
20. สถานที่จอดรถของนักท่องเที่ยว -ห้องน้ำห้องสุขาต้องเพียงพอ –การบริการให้คำแนะนำ
21. เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งเพราะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเชื่อมั่นและมั่นใจในกิจกรรมในทุกรูปแบบที่มี เมื่อเกิดความเชื่อมั่น ความประทับใจก็ย่อมมีเช่นเดียวกัน

22. ดำเนินการด้านงบประมาณ เพื่อการรองรับการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ
23. มีสถานที่อำนวยความสะดวก ที่พัก และรถโดยสาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวสะดวกต่อการมาเที่ยวพัฒนาบุคลากร เพื่อสำรองในการดำเนินการที่จะมีสถานที่ท่องเที่ยวในค่ายทหารเพิ่มในอนาคตร่วมทั้งความสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิเช่น ห้องน้ำที่ทันสมัยรถนำเที่ยว หรือสิ่งต่างๆ
24. น้ำไฟ อินเตอร์เน็ต การขนส่งต้องเข้าถึงคือจะต้องมีสิ่งของที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว
25. การจัดให้มีผู้รับผิดชอบที่มีความรู้ความเข้าใจมีความคิดริเริ่มในการที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า
26. อาจจะมีการจัดทำรถรางเพื่อรองรับการท่องเที่ยว เพราะสถานที่ท่องเที่ยวในเขตทหารอาจจะมีเยอะและอยู่ไกลกัน หรือมีความไม่สะดวกในการเดินทางเพราะอาจจะเป็นพื้นที่ต้องห้าม ดังนั้นควรจะมีบริการรถราง
27. ควรทำให้ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างความหน้าเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยว
28. สนับสนุนการทำบ้านโฮมสเตย์ท้องถิ่นให้มีการรองรับนักท่องเที่ยวต่างจังหวัดและต่างชาติได้
29. การคมนาคมต้องสะดวก และการจัดทำการ ปชส. ให้ทั่วถึง
30. มีที่นั่งพักผ่อน มีสวนนั่งเล่นและห้องน้ำสะอาด
31. ควรมีให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวต้องให้ครบครัน ในที่เดียวกันยิ่งดี
32. พัฒนาปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความสะดวกสบายและปลอดภัย
33. สร้างพื้นที่เพิ่มเติม กิจกรรมเพิ่มเติม เพื่อรองรับการขยายตัว ของการท่องเที่ยว
34. เชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด โดยมีการท่องเที่ยวในเขตทหารอยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยว
35. จัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว สถานที่ จุดรองรับนักท่องเที่ยว พาหนะให้นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในเขตทหาร
36. จัดการประชุมที่มีแนวทางในการพัฒนาให้ตรงจุดและเข้าใจเหมือนกันทั่วประเทศ
37. สร้างสถานบริการต่างๆให้ครบวงจรให้มีความเป็นกันเอง ประชาชนสามารถเข้าถึง
38. จัดตั้งหน่วยงาน ตามพื้นที่ ที่มีจุดท่องเที่ยว เพื่อทำงานด้านหารท่องเที่ยวโดยเฉพาะ
39. พัฒนาการเดินทางสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางเพื่อง่ายต่อการเข้าถึง
40. การอำนวยการผู้รับผิดชอบวางตัวชัดเจนมีตัวตรงตัว มีการวางแผนงาน การบริหาร

จากตารางที่ 4-10 ความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญต่อความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกในเรื่อง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก พบว่า

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก เป็นการดำเนินการ ที่มีผลดีต่อหน่วยงานและหน้าตาของประเทศอีกด้วยพัฒนาให้เกิดความสะดวกสบายสะอาดและปลอดภัย ในเรื่องสถานที่ห้องน้ำ คนพิการ หรือทางลาดชันสำหรับ ผู้ใช้รถเข็น จัดให้มีสถานที่จัดประชุม จัดเลี้ยงไว้รองรับการสัมมนา ที่มาขอใช้สถานที่ หรือ สนามกีฬาฟุตบอล ที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐาน ความ

สะดวกสบาย และเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย รวดเร็วมีระบบอินเตอร์เนตความเร็วสูง ง่ายต่อการติดต่อหาข้อมูลต่างๆเครื่องเสียง จอโปรเจคเตอร์ ในการนำเสนอสื่อฟรีเซนต์ต่างๆสนามกีฬา สระว่ายน้ำ ห้องฟินเนส ห้องซาวน่า ห้องนวดไทย.ห้องคาราโอเกะ เป็นต้นควรอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วย

การพัฒนาควรเริ่มที่การวางระบบที่สร้างสรรค์พัฒนาคุณภาพบุคลากรให้รู้จักเซอร์วิสมายด์การร่วมกลุ่มร่วมกันต่อยอดในการพัฒนาด้วยกันอย่างเป็นระบบระบบขนส่งนักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวในเขตทหาร, นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อความสะดวก

การขายความเป็นธรรมชาติ และความรู้สึกปลอดภัย ดังนั้นควรเน้นพัฒนาเพิ่มเติมขึ้นไปอีกมีระบบการขนส่งและระบบการส่งต่อจากภายในพท.สู่ภายนอกพท.

ต้องกำหนดขอบเขตการทำงานของผู้ที่รับผิดชอบงานการท่องเที่ยว และการทำงานที่เป็นระบบ เสริมสร้างทักษะการบริหารงานด้านการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมการจัดให้มีผู้รับผิดชอบที่มีความรู้ความเข้าใจมีความคิดริเริ่มในการที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ควรทำให้ได้มาตรฐาน เพื่อสร้างความหน้าเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวสนับสนุนการทำบ้านโฮมสเตย์ท้องถิ่นให้มีการรองรับนักท่องเที่ยวต่างจังหวัดและต่างชาติได้การคมนาคมต้องสะดวกและการจัดทำการ ปชส. ให้ทั่วถึงมีที่นั่งพักผ่อน มีสวนนั่งเล่นและห้องน้ำสะอาดควรมีให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวต้องให้ครบครัน ในที่เดียวกันยิ่งดีพัฒนาปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความสะดวกสบายและปลอดภัยสร้างพื้นที่เพิ่มเติม กิจกรรมเพิ่มเติม เพื่อรองรับการขยายตัว ของการท่องเที่ยวเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด โดยมีการท่องเที่ยวในเขตทหารอยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยวและการอำนวยการผู้รับผิดชอบวางตัวชัดเจนมีตัวตรงตัว มีการวางแผนงาน การบริหาร

ตารางที่ 4-11 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 3

ยุทธศาสตร์ที่ 3
การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์

1. ทำให้ทุกภาคส่วนได้ร่วมมือกันก่อให้เกิดผลงานที่มีคุณภาพ
2. ทักษะในการสื่อสาร ภาษา และมีหัวใจในการบริการ อาจยกระดับให้มีความรู้ในเรื่อง การปฐมพยาบาลเบื้องต้น การทำCPR เนื่องจากอาจมีเหตุได้รับการบาดเจ็บได้ ระหว่างการท่องเที่ยว
3. เรื่องสำคัญอีกด้านทีเดียวทีจะลืมไม่ได้ เป็นหัวใจสำคัญ ที่ต้องจัดการในการสร้างเครือข่ายในทุกพื้นที่ มีแนวคิดร่วมต่อการพัฒนาพื้นที่ โดยการเชิญผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ให้ทราบนโยบายการท่องเที่ยวเราให้รอบรู้ เข้าใจเข้าถึงปฏิบัติได้ เกิดภาคีเครือข่ายที่เข้มแข็งในเชิงนิเวศน์ร่วมกัน
4. การเข้าร่วมกับภาคีเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอในการพัฒนาและช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกันในด้านบริการท่องเที่ยว จะเป็นทักษะอีกด้านที่ฝ่ายทหารจะมีปจว.ที่ลึกซึ้งเข้าถึงคนชั้นกลางได้อย่างแน่นแฟ้น
5. สร้างความรับรู้ความทันสมัยให้กับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว มีความรู้จริง รักในการถ่ายทอด มีจิตสาธารณะ เล็งเห็นผลประโยชน์ในภาพรวมของทุกหน่วยงานร่วมกัน
6. ทักษะด้านภาษา การสื่อสาร จิตวิทยาการท่องเที่ยว - ใบประกอบวิชาชีพในผู้นำเที่ยว ของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว - การปฐมพยาบาลเบื้องต้น การทำ CPR กรณีเกิดอุบัติเหตุเกิดขึ้น ตลอดจนผู้นำเที่ยวทุกท่าน ต้องมีทักษะด้านนี้ - กระทรวงการท่องเที่ยว และการกีฬาให้งบประมาณสนับสนุน ในส่วนของ ทบ.พร้อมกระตุ้น ในเรื่องการท่องเที่ยวในเขตทหารอย่างต่อเนื่อง รวมถึง อบจ.อบต. ในการช่วยพัฒนา
7. เห็นกันอยู่ว่ารายได้หลักของประเทศคือการท่องเที่ยวและในอนาคตจะมีมูลค่ามากยิ่งขึ้น
8. จัดกิจกรรมฝึกอมรมเช่นเชิญกูรูมาแนะนำอบรมการเลือกไปดูงานที่ตรงกับแนวทางของพื้นที่ตนเองเป็นต้น
9. ส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อ เกิดปัญญาต่อยอด สร้างสรรค์ สร้างการรับรู้ของภาคีเครือข่ายเป็นหัวใจ การพัฒนา เพื่อเกิดการพึ่งตนเอง
10. เพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการทางการทท.
11. พัฒนาเรื่องทัศนคติการทำงาน พัฒนาความรู้ความสามารถ ร่วมมือกับส่วนราชการอื่นในพื้นที่
12. จัดให้มีการจัดอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ทุกๆ 3 เดือนและจัดการอบรมฯ กับหน่วยงานต่างๆ
13. ควรพัฒนากำลังพลที่ปลดประจำการ หรือทำงานนอกเวลา เพื่อช่วยสร้างการมีรายได้ให้กำลังพล
14. จิตใจในการให้บริการ ที่เอกชนจะมีมากกว่า เจ้าหน้าที่รัฐทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมมือกัน
15. ส่งเสริมบุคคลากรด้านการท่องเที่ยว และรับงานด้านนี้เฉพาะและให้มีการอบรมอย่างต่อเนื่อง
16. จัดกิจกรรมอบรมให้กับบุคคลในชุมชนเพื่อทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงาน
17. ควรเสริมสร้างความรู้ข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นทักษะด้านภาษาและทักษะด้านเทคโนโลยี
18. เริ่มตั้งแต่ผู้นำพานักท่องเที่ยว เช่น รถขนส่งมวลชน -ผู้มีหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดีต้องมีความรู้ในการอธิบายและแนะนำการท่องเที่ยวที่ชัดเจน –การไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวในการจำหน่ายสินค้าของชุมชน
19. ทำการฝึกอบรมอยู่เป็นประจำและต่อเนื่อง

20. ทุกส่วน ทุกองค์กร ทุกคนในพื้นที่ต้องบูรณาการในทุกด้านร่วมกัน เพื่อพัฒนาในทุกจุดไปพร้อมๆกัน

ตารางที่ 4-11 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 3(ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 **การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยว**
ผลการสัมภาษณ์
21. ดำเนินการฝึกอบรม และนำบุคลากรไปศึกษาดูงานจากแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ รวมถึงอำนวยความสะดวกแก่ทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยว
22. ฝึกอบรมทดลองอยู่เสมอเปิดรับฟังความคิดที่หลากหลาย
23. ร่วมกันนำความสามารถในแต่ละส่วนมาพัฒนาต่อยอด ร่วมมือกันทั้งภาครัฐและเอกชน
24. ส่งบุคลากรไปหาความรู้ประสบการณ์และเข้าร่วมกับสมาคมการท่องเที่ยวเพื่อนำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตน
25. ต้องเป็นแหล่งพัฒนาบุคลากรและสร้างอาชีพให้แก่ชุมชน
26. คือการจัดให้มีการอบรมและฝึกการเรียนรู้ต่างๆเพื่อเป็นผู้ในบริการที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว
27. เป็นการเสริมสร้างความมั่นใจในการนำเสนอทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ
28. การพัฒนาบุคลากรเป็นสิ่งสำคัญ ในการพัฒนาบุคลากรควรจะมีวิธีการเช่นการฝึกอบรม อยู่อย่างสม่ำเสมอ
29. บุคคลกรความมีความรู้และประสบการณ์ เพื่อที่พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปในทางที่ดี
30. สนับสนุนให้หน่วยทหารมีการสอนภาษาฟรีในพื้นที่เขตทหาร. หรือสอนภาษาอังกฤษ จีน สัญจรในถิ่นทุรกันดานแบบไปสอนถึงที่. เดือนละครั้งหรืออาทิตย์ละครั้งก็ยังดี
31. บุคคลากรที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต้องมีประสบการณ์ มีความรู้ความเข้าใจ และใจรักในงานด้านนี้
32. จัดการอบรมบุคลากร หรือมัคคุเทศก์ ให้มีความรู้ ฟังแล้วคนฟังเกิดความเชื่อมั่น
33. มีการจัดอบรมผู้ปฏิบัติงานด้านนี้ให้สามารถปฏิบัติหน้าที่การเป็นเจ้าของบ้านที่ดีได้ดีขึ้น
34. ส่งบุคคลากรเข้าอบรม เพื่อพัฒนาคุณภาพในการทำงานให้มากขึ้นเสริมสร้างความรู้ บทบาทหน้าที่ให้ชัดเจนและมีผู้รับผิดชอบ
35. เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุน
36. นำบุคลาการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในส่วนต่างๆในภาคส่วนต่างๆ
37. ควรมีเจ้าหน้าที่หรือผู้รู้ผู้ชำนาญในด้านต่างๆมาอบรมให้กับเจ้าหน้าที่ทหาร
38. อบรม ศึกษาเรียนรู้ บุคลากร เพื่อพัฒนาคุณภาพให้ความรู้กับบุคลากรให้มีความชำนาญ
39. ส่งเสริมและมีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องและทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

40. ทุกภาคส่วนต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน บูรณาการงานร่วมกันได้ดี มีการวางแผนร่วมกันประสานสอดคล้อง

จากตารางที่ 4-11 ความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญต่อความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกในเรื่อง การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่า

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ทำให้ทุกภาคส่วนได้ร่วมมือกันก่อให้เกิดผลงานที่มีคุณภาพในการสร้างเครือข่ายในทุกพื้นที่ มีแนวคิดร่วมต่อการพัฒนาพื้นที่ โดยการเชิญผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ให้ทราบนโยบายการท่องเที่ยวเราให้รอบรู้ เข้าใจเข้าถึง ปฏิบัติได้ เกิดภาคีเครือข่ายที่เข้มแข็งในเชิงนิเวศน์ร่วมกันสร้างทักษะในการสื่อสาร ภาษา และมีหัวใจในการบริการ อาจยกระดับให้มีความรู้ในเรื่อง การปฐมพยาบาลเบื้องต้น การทำCPR เนื่องจากอาจมีเหตุได้รับการบาดเจ็บได้ ระหว่างการท่องเที่ยวการเข้าร่วมกับภาคีเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอในการพัฒนาและช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกันในด้านบริการท่องเที่ยวจะเป็นทักษะอีกด้านที่ฝ่ายทหารจะมีปจว.ที่ลึกซึ้งเข้าถึงคนชั้นกลางได้อย่างแน่นแฟ้น

การสร้างทักษะด้านภาษา การสื่อสาร จิตวิทยาการท่องเที่ยวใบประกอบวิชาชีพในผู้นำเที่ยว ของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การสร้างความรับรู้ความทันสมัยให้กับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว มีความรู้จริง รักในการถ่ายทอด มีจิตสาธารณะ เล็งเห็นผลประโยชน์ในภาพรวมของทุกหน่วยงานร่วมกันการจัดกิจกรรมฝึกอมรมเช่นเชิญกูรูมาแนะนำอบรมการเลือกไปดูงานที่ตรงกับแนวทางของพื้นที่ตนเองเป็นต้น

ส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อ เกิดปัญญาต่อยอด สร้างสรรค์ สร้างการรับรู้ของภาคีเครือข่ายเป็นหัวใจ การพัฒนา เพื่อเกิดการพึ่งตนเองพัฒนาเรื่องทัศนคติการทำงาน พัฒนาความรู้ความสามารถร่วมมือกับส่วนราชการอื่นในพื้นที่ควรเสริมสร้างความรู้ข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นทักษะด้านภาษาและทักษะด้านเทคโนโลยี

ดำเนินการฝึกอบรม และนำบุคลากรไปศึกษาดูงานจากแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ รวมถึงอำนวยความสะดวกแก่ทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวฝึกอบรมทดลองอยู่เสมอเปิดรับฟังความคิดที่หลากหลายร่วมกันนำความสามารถในแต่ละส่วนมาพัฒนาต่อยอด ร่วมมือกันทั้งภาครัฐและเอกชนส่งบุคลากรไปหาความรู้ประสบการณ์และเข้าร่วมกับสมาคมการท่องเที่ยว

เพื่อนำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเป็นการเสริมสร้างความมั่นใจในการนำเสนอทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ

สนับสนุนให้หน่วยทหารมีการสอนภาษาฟรีในพื้นที่เขตทหาร. หรือสอนภาษาอังกฤษ จีน สัญจรในถิ่นทุรกันดารแบบไปสอนถึงที่. เดือนละครั้งหรืออาทิตย์ละครั้งก็ยังดีบุคคลากรที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต้องมีประสบการณ์ มีความรู้ความเข้าใจ และใจรักในงานด้านนี้เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุนตลอดจนการนำบุคลาการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในส่วนต่างๆในภาคส่วนต่างๆ

ตารางที่ 4-12 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 4

ยุทธศาสตร์ที่ 4 **การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว**
ผลการสัมภาษณ์
1. ทำให้นำภูมิปัญญาชาวบ้านมาเผยแพร่ได้มากขึ้นและสร้างความเชื่อมันให้กับนักท่องเที่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ 2. ควรเพิ่มช่องทาง หรือโน้มน้าวนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ให้หันมาสนใจการท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นการเพิ่มทางด้านการตลาด อาจจะในรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ส่วนลดสำหรับสมาชิก ของข้าราชการทหารและครอบครัว ขยายไปสู่พลเรือน - การส่งเสริมความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยวในเขตทหาร ต้องมีอัตลักษณ์ตัวตนในการเป็นทหารที่ชัดเจน การท่องเที่ยวต้องปลอดภัย ประทับใจ ทหารช่วยเหลือประชาชน หรือแม้แต่ การนำชมแหล่งประวัติศาสตร์ความเป็นมาของทหาร ชมวิถีชีวิตแต่ละท้องถิ่น ย่อมเป็นที่ประทับใจนักท่องเที่ยว 3. จัดการเฉพาะกลุ่ม แต่ให้สอดคล้องกับวิถีพื้นถิ่นนั้นๆ เขตทหารมีความแตกต่างกันไป และไม่ลืมผนวกวิถีไทยในพื้นที่ถิ่นนั้นๆเพราะชุมชนรอบค่าย ที่มีวัด บ้านโรงเรียนอยู่ร่วมกันเสมือนครอบครัวที่ต้องเป็นทุกอย่างในบ้านเรา. แล้วจะส่งผลสู่วงรอบนอก ได้อย่างยั่งยืน แม้ต้องใช้เวลา แต่ความสุขที่ได้มอบให้ประชาชน คือการสร้างชาติ ในอีกรูปแบบ กลมกลืนที่สุดในรูปแบบของการท่องเที่ยว ภายใต้ เอกลักษณ์ ARMY LAND

4. การเลือกกลุ่มลูกค้าที่เฉพาะเช่น สูงวัย..พิการ..ดูนก..ดูสัตว์ป่า..นิยมไพร..ผจญภัย..เป็นต้นจะช่วยให้ลดการแข่งขันและสร้างจุดเด่นให้กิจกรรมได้ดี
5. ควรสร้างมาตรฐานในแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งสินค้าวิถีไทยที่จำนำเสนอสู่สากล เพื่อความยั่งยืน
6. การส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีในเขตทหาร ทั้ง 6 รูปแบบ อย่างต่อเนื่อง โดยแปลงแผนยุทธศาสตร์ให้เป็นกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ที่น่าสนใจ น่าเชิญชวน เหมาะสมกับกลุ่มวัยต่างๆ โดยการใช้สื่อ การประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบ fb., line และ มีเพจ การท่องเที่ยวเชิญชวนให้มาเข้ากลุ่ม เพิ่มช่องทางและสมาชิก เพิ่มขึ้น - ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว มีความสะดวก สบาย ประหยัด คุ้มค่า ราคา และปลอดภัย ที่กล่าวมา ถ้านักท่องเที่ยวมีความมั่นใจ จะจงรักภักดีและมาใช้บริการอีก และส่งผลให้มีการบอกต่อ เป็นการประชาสัมพันธ์อีกรูปแบบหนึ่ง
7. เน้นไทยเที่ยวไทย ให้มั่นคงแข็งแรง ต้องระวังเรื่องความมั่นคงของประเทศด้วย ที่สำคัญอย่าทำแบบการบินไทย หรือ ขสมก. หรือ รฟท. คิดทำให้เป็นสมบัติของส่วนรวมของคนทั้งประเทศ ไม่ใช่ของตนญาติพี่น้องเครือข่าย
8. ควรบูรณาการตั้งแต่แนวคิดวิธีการปฏิบัติและการประเมินหรือวัดผลสำเร็จในการดำเนินการต่างๆ
9. การท่องเที่ยว ที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่ม การนำวิถีไทยแต่ละพื้นที่ ย่อมสร้างความพอใจทุกๆฝ่าย เกิดการใช้บริการซ้ำๆและบอกต่อ
10. เพื่อเพิ่มประสบการณ์ใหม่ๆแก่นทท.
11. พัฒนาร่วมมือร่วมใจกับท้องถิ่น ชุมชน ชาวบ้านมีส่วนร่วม
12. มีการนำวัฒนธรรมท้องถิ่นมาแสดง
13. กำหนดอัตลักษณ์ของทหารที่ชัดเจนให้จำง่ายสร้างแรงดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยว
14. การท่องเที่ยวในเขตทหาร รองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม
15. สมดุลไม่มีในความเป็นจริง เพราะตลาดสำหรับการท่องเที่ยวในพท.ทหาร เป็นตลาดเฉพาะสูงมาก
16. ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์และการกำกับดูแลของผู้บังคับบัญชาชั้นสูง
17. ควรมีเพจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่มีแอดมินคอยอัพเดตข้อมูล ให้เป็นปัจจุบันที่สุด และสามารถตอบคำถาม แนะนำ สถานที่ท่องเที่ยวให้นทท. ได้อย่างชัดเจนรวดเร็ว

ตารางที่ 4-12 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 4(ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 4 **การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว**
ผลการสัมภาษณ์
18. นำเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในความเป็นไทยเสนอต่อนักท่องเที่ยวเพื่อให้เห็นว่าประเทศชาติของเรายังมีเอกลักษณ์และความสง่างามของคนไทย เช่น วัด.สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ การกราบไหว้ การต้อนรับด้วยรอยยิ้มด้วยมิตรภาพที่ดี ที่สำคัญมาเที่ยวแล้วปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน
19. อาศัยการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งเสริมกิจกรรมท้องถิ่น ร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร

ประชาสัมพันธ์การรับรองเขตท่องเที่ยวในเขตทหาร จาก ททท. ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ
20. การสถาปนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม
21. การสนับสนุนจากหน่วยเหนือและความร่วมมือของคนในท้องถิ่น
22. ความประทับใจในเอกลักษณ์เฉพาะหรือจุดเด่นของแต่ละกิจกรรม ถือเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี
23. ให้ความสำคัญในแนวทางวิถีไทย เคียงคู่ไปกับการท่องเที่ยวในแหล่งทหาร
24. ปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานสร้างแพคเก็จแบบครบวงจร ใช้เทคโนโลยีการออนไลน์ไม่ยุ่งยาก
25. นำการดำรงชีวิตของคนไทยมาร่วมกับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างวิถีไทยที่ดีงาม
26. การสร้างความสมดุลคือ ให้สถานที่ท่องเที่ยวกับ บุคลากรมีความสอดคล้องกัน เช่น การท่องเที่ยวทางกีฬาของทหาร บุคลากรควรมีความสามารถและความรู้ที่ตรงกัน เพื่อที่จะสามารถให้ความรู้คำแนะนำให้กับนักท่องเที่ยวและสร้างความมั่นใจได้
27. คือการเปิดให้มีการค้าขายในค่ายทหารโดยใช้แม่บ้านเป็นผู้ขายสิ่งของ จะทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น
28. วิถีความเป็นอยู่ของเฉพาะกลุ่มที่นักท่องเที่ยวยังไม่เคยสัมผัส นำมาเสนอและให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตเฉพาะกลุ่มจะสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวได้
29. อาจจะมีการจำหน่ายสินค้าหรือการให้บริการที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายเช่น มีร้านกาแฟบริการแต่อาจจะใส่ภาชนะที่แปลกใหญ่ทำให้เป็นจุดเด่นและเป็นการเพิ่มมูลค้าของสินค้า
30. เป็นการสร้างชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวและสนับสนุนสิ้นค้าที่ผลิตโดยชุมชนในพื้นที่ มีมาตรฐานของสินค้า จึงจะสร้างความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว
31. ส่งเสริมอาชีพรองของท้องถิ่นนั้นๆหาตลาดรองรับสินค้าทางการเกษตรต่างๆ
32. ต้องทำให้นักท่องเที่ยวเชื่อมั่นในการที่จะมาเที่ยวและมีเอกลักษณ์มีความมาตรฐานของการท่องเที่ยว
33. จุดอ่อนของทหาร คือ ทำงานหลายตำแหน่ง จึงไม่เกิดความเชื่อมั่นทั้งคนพูดและผู้มาเยี่ยมชม
34. จัดการแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือก ที่มีความหลากหลาย มีความปลอดภัย
35. สินค้าพื้นบ้าน..ของที่ระลึกนอกจากจะทำให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปแล้ว ยังสร้างรายได้ให้กับชุมชนมากขึ้น
36. สร้างความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว และสร้างความรู้ต่อนักท่องเที่ยว ในเรื่องของการรักษาความปลอดภัย รวมถึงการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป
37. ประชาสัมพันธ์ในกลุ่มในพื้นที่ในจังหวัด ส่งเสริมสนับสนุนให้แม่บ้านในหน่วย หรือชุมชนบริเวณรอบๆ ให้นำผลิตภัณฑ์ วิถีชีวิตของชุมชนว่ามีอะไรบ้าง
38. มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี และน่าเชื่อถือได้ โดยประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

ตารางที่ 4-12 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 4(ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 4
การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์
39. การประชาสัมพันธ์ แบบปากต่อปากการท่องเที่ยวและให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวส่งเสริมเอกลักษณ์ไทย 40. ความเชื่อมั่นเกิดจากสินค้าหรือบริการที่มาตรฐานรับรอง ถ้าทำได้ หรือบริการทีเป็นวิถีไทยต้องดำรงเอกลักษณ์ความเป็นไทยในทุกเรื่องเช่นการแต่งตัว มารยาท. เครื่องมือ เครื่องใช้แบบไทยทำให้โดดเด่น แน่นอน ดีมีมาตรฐาน

จากตารางที่ 4-12 ความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญต่อความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกในเรื่อง การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว พบว่า

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ทำให้นำภูมิปัญญาชาวบ้านมาเผยแพร่ได้มากขึ้น และสร้างความเชื่อมันให้กับนักท่องเที่ยงอย่างมีประสิทธิภาพเป็นช่องทาง หรือโน้มน้าวนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ให้หันมาสนใจการท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นการเพิ่มทางด้านการตลาด อาจจะในรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ส่วนลดสำหรับสมาชิก ของข้าราชการทหารและครอบครัว ขยายไปสู่พลเรือน - การส่งเสริมความเชื่อมั่นในการท่องเที่ยวในเขตทหาร ต้องมีอัตลักษณ์ตัวตนในการเป็นทหารที่ชัดเจน การท่องเที่ยวต้องปลอดภัย ประทับใจ ทหารช่วยเหลือประชาชน หรือแม้แต่ การนำชมแหล่งประวัติศาสตร์ความเป็นมาของทหาร ชมวิถีชีวิตแต่ละท้องถิ่น ย่อมเป็นที่ประทับใจนักท่องเที่ยว

จัดการเฉพาะกลุ่ม แต่ให้สอดคล้องกับวิถีพื้นถิ่นนั้นๆ เขตทหารมีความแตกต่างกันไป และไม่ลืมผนวกวิถีไทยในพื้นที่ถิ่นนั้นๆเพราะชุมชนรอบค่าย ที่มีวัด บ้านโรงเรียนอยู่ร่วมกันเสมือนครอบครัวที่ต้องเป็นทุกอย่างในบ้านเรา.แล้วจะส่งผลสู่วงรอบนอก ได้อย่างยั่งยืน แม้ต้องใช้เวลา แต่ความสุขที่ได้มอบให้ประชาชน คือการสร้างชาติ ในอีกรูปแบบ กลมกลืนที่สุดในรูปแบบของการท่องเที่ยว ภายใต้ เอกลักษณ์ ARMY LAND การเลือกกลุ่มลูกค้าที่เฉพาะเช่น สูงวัย..พิการ..ดูนก..ดูสัตว์ป่า นิยมไพร ผจญภัย เป็นต้นจะช่วยให้ลดการแข่งขันและสร้างจุดเด่นให้กิจกรรมได้ดี

ควรบูรณาการตั้งแต่แนวคิด วิธีการปฏิบัติ และการประเมินหรือวัดผลสำเร็จในการดำเนินการต่างๆเป็นการท่องเที่ยว ที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่ม การนำวิถีไทยแต่ละพื้นที่ย่อมสร้างความพอใจทุกๆฝ่าย เกิดการใช้บริการซ้ำๆ และบอกต่อ

พัฒนาร่วมมือร่วมใจกับท้องถิ่น ชุมชน ชาวบ้านมีส่วนร่วมมีการนำวัฒนธรรมท้องถิ่นมาแสดงนำเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในความเป็นไทยเสนอต่อนักท่องเที่ยวเพื่อให้เห็นว่าประเทศชาติของเรายังมีเอกลักษณ์และความสง่างามของคนไทย เช่น วัด.สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ การกราบไหว้ การต้อนรับด้วยรอยยิ้มด้วยมิตรภาพที่ดี ที่สำคัญมาเที่ยวแล้วปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินอาศัยการประชาสัมพันธ์

ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งเสริมกิจกรรมท้องถิ่น ร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารประชาสัมพันธ์การรับรองเขตท่องเที่ยวในเขตทหาร จาก ททท. ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบการสถาปนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มการสนับสนุนจากหน่วยเหนือและความร่วมมือของคนในท้องถิ่นความประทับใจในเอกลักษณ์เฉพาะหรือจุดเด่นของแต่ละกิจกรรม ถือเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีให้ความสำคัญในแนวทางวิถีไทย เคียงคู่ไปกับการท่องเที่ยวในแหล่งทหารปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานสร้างแพคเก็จแบบครบวงจร ใช้เทคโนโลยีการออนไลน์ไม่ยุ่งยากนำการดำรงชีวิตของคนไทยมาร่วมกับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างวิถีไทยที่ดีงามการสร้างความสมดุลคือ ให้สถานที่ท่องเที่ยวกับ บุคลากรมีความสอดคล้องกัน เช่น การท่องเที่ยวทางกีฬาของทหาร บุคลากรควรมีความสามารถและความรู้ที่ตรงกัน เพื่อที่จะสามารถให้ความรู้คำแนะนำให้กับนักท่องเที่ยวและสร้างความมั่นใจได้

การรักษาความปลอดภัย รวมถึงการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไปมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี และน่าเชื่อถือได้ โดยประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

ตารางที่ 4-13 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 5

ยุทธศาสตร์ที่ 5 **การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างพื้นที่**
ผลการสัมภาษณ์
1. ทำให้ประชาชนได้มีอาชีพและก่อให้เกิดรายได้โดยแท้จริง 2. ทำ mouให้ความช่วยเหลือระหว่างกระทรวงต่างๆที่มีส่วนในการสนับสนุนงบประมาณ ในส่วนท้องถิ่นเช่น อบจ. อบต.ส่งเสริมการท่องเที่ยวในหน่วยทหาร เพื่อให้มีการมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ตามความต้องการ 3. เราต้องมีผู้นำชุมชนในพื้นที่ ค่ายแห่งการท่องเที่ยวทั่วไทย ของแต่ละชุมชนพื้นที่ที่สามารถ จะเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทาง ARMYLAND ตามวิถีชุมชนการมีส่วนร่วมกันให้เกิดการท่องเที่ยวที่สมดุล เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มี ธรรมาภิบาล ต่อยอดทางปัญญา 4. ให้มีการจัดทำแผนร่วมกับคกก.พัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ระดับจังหวัดระดับกลุ่มจังหวัด. แล้วจะได้แผนที่ไม่ซ้ำซ้อน..ไม่แข่งแย่ง..และได้ใจของคนในวงการ 5. ยังขาดการบูรณาการและการสร้างความรับรู้ร่วมกันในการส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆทุกภาคส่วนในพื้นที่ 6. กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา ส่งเสริมงบประมาณ ให้ ทบ.ในแต่ละพื้นที่ - ททท.ในพื้นที่ สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจภายในประเทศ - สภาหอการค้าในแต่ละพื้นที่ - ผู้ว่าราชการ ส่วนงานท้องถิ่น อบจ.,อบต. , รพ. ,พัฒนาสังคม และส่วนการศึกษาต่างๆ หน่วยงานท่องเที่ยวทหารในพื้นที่ต่างๆ มีความร่วมมือในการส่งเสริมกระตุ้น ประชาสัมพันธ์ หรือสนับสนุนงบประมาณ ว่าการท่องเที่ยวในแหล่งทหาร ก็มีความน่าสนใจ เป็นทางเลือกหนึ่งต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในอนาคต ที่กำลังพัฒนาอย่างต่อเนื่อง 7. ทำได้ ถ้าอยากทำจริง ประเทศไทยมีค่ายทหารหลายร้อยค่ายและเขตพื้นที่ทหารมากมายที่ยังไม่ได้ทำให้เกิดประโยชน์ การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในราคาชาวบ้านเข้าถึงและจับต้องได้จะช่วยพัฒนาท้องถิ่นนั้นๆอีกมากมาย(ไม่ได้หมายความว่าไม่ควรมีบ้านหลังโตบนเนินยอดเขาวิวงามๆที่คิดราคาแพงๆ แต่ระดับนายทหารชั้นผู้ใหญ่แจ้งเข้าพัก.....ฟรี) ถ้าจะทำจริงทบทวนเรื่อง ecotourism และ sustainable tourism ให้แน่นๆ หากผู้ใหญ่ของประเทศนี้ไม่เห็นแก่เงินแก่ประโยชน์สุขประโยชน์ตนและพวกพ้อง นึกถึงรุ่นลูกรุ่นหลานที่ไม่ใช่แค่ลูกหลานตน ประเทศไทยน่าจะไม่มีคนจนหลงเหลืออยู่ในประเทศแล้ว และอย่าลืมว่าการท่องเที่ยวนั้นรายได้ไม่ได้แค่มาจากการท่องเที่ยวผลพลอยได้ที่แฝงมาจากการท่องเที่ยวนั้น.....มหาศาล.....จริง.....จริ๊ง..... 8. รวมกลุ่มทำด้วยกันคิดด้วยกันไปด้วยกันจัดอบรมเปิดโลกทัศน์ให้บุคลากรและบุคคลในพื้นที่ให้เข้าใจในทิศทางเดียวกัน

9. เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้คนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง การยอมรับ การให้ความสำคัญ ย่อมนำมาซึ่งการมีส่วนร่วม จะเป็นผลดีต่อการส่งเสริมให้เกิดการรับรู้เข้าใจ เข้าถึงแน่นอนและเพื่อพัฒนาคุณภาพอุตสาหกรรมการทท.
10. บูรณาการร่วมกับจังหวัด องค์กรส่วนท้องถิ่น ชุมชน ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง
11. ควรจัดให้มีการศึกษาดูงานในพื้นที่ท่องเที่ยวกองทัพบกที่มีการพัฒนาแล้ว
12. ขอความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว
13. มีแค่สองภาคส่วนอาจยากต่อการจัดการ คือ ภาครัฐ หรือทหาร และภาคประชาชน เพราะภาคประชาชนก็ต้องการการได้กำไรจากการขายสินค้า หรือการจัดโฮมสเตย์ ขณะที่พท.ทหารต้องการรายได้สำหรับการบริหารจัดการพท. เมื่อตอบโจทย์ที่แตกต่างย่อมทำให้ไม่สามารถเกิดความร่วมมือที่แท้จริงได้
14. ประสานงานกันอย่างดีกับหน่วยงานในพื้นที่หรือนอกพื้นที่

ตารางที่ 4-13 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 5(ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 5 **การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างพื้นที่**
ผลการสัมภาษณ์
15. สร้างการมีส่วนร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชาวบ้านในพื้นที่
16. จัดตั้งกลุ่มline หรือ เครือข่ายของ จนท. ไว้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลา
17. ระหว่าง รัฐ เอกชน ชุมชน ต้องประสานความร่วมมือกันในการที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆให้เกิดเป็นรูปธรรมให้มาก
18. การร่วมมือกันระหว่างค่ายทหาร องค์กรภาครัฐในท้องถิ่น และภาคเอกชนในท้องถิ่น ควรมีแนวทางหรือปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันต้องร่วมมือทุกภาคส่วน
19. ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประสานงานกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และ อปท.
20. ทุกภาคส่วนในพื้นที่ต้องมีการประสานงานกันอย่างต่อเนื่อง หรือมีความรู้ความเข้าใจในข้อมูลหรือแนวทางในการพัฒนาไปพร้อมๆกันอย่างมีประสิทธิภาพในกิจกรรมที่มีอยู่ เพื่อเกิดประสิทธิผลแก่นักทักเที่ยวในการใช้บริการ/สินค้าด้านการท่องเที่ยวต่อไป
21. เน้นการมีส่วนร่วมและพัฒนาทุกภาคส่วนในพื้นที่อย่างชัดเจนและจริงจังประสานประโยชน์ประสานความรับผิดชอบ
22. มีการวางแผน จัดตั้งในแต่ละส่วนที่เกี่ยวข้องของแต่ละพื้นที่ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นจับมือกับเพื่อนบ้าน
23. สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรที่จะลิงค์ถึงกัน และถึงการบริการต่างๆ เช่น มีบริการเรียกรถรับส่งสำหรับนักท่องเที่ยว หรือ บริการจองที่พักและร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว ส่วนลดเมื่อมาใช้บริการต่างๆ เป็นต้น
24. มีการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม
25. คือจะส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของทหารให้มีคุณภาพที่ดีและมีการเชื่อมต่อการท่องเที่ยวในท้องถิ่นในบริเวณ

ที่อยู่รอบๆค่ายทหารให้มีสวนร่วมของการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ
26. ให้มีการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำมาพัฒนาในส่วนที่จะเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เพิ่มขึ้น
27. มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงานเช่นความร่วมมือระหว่างทหารกับจังหวัด ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
28. ควรให้หลายๆหน่วยงานเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปในทางที่ดีและได้มาตรฐาน
29. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานทหาร. ระหว่างประชาชนในพื้นที่ เช่นการชมสวนผลไม้. การชมวิทีการทอผ้า. การทำร่ม. ฯลฯหรือแนะนำอาชีพให้กับประชาชน
30. ภาครัฐ และเอกชน ควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาในอหล่งท่องเที่ยว ณ ที่นั้นๆเชื่อมโยงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
31. ปัจจุบัน ทุกหน่วยเล็งเห็นการท่องเที่ยวมีความสำคัญ พอสร้างรายได้มาก
32. ต้องให้ได้ประโยชน์ถึงคนในพื้นที่ใกล้เคียง และได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานในพื้นที่ เพราะเมื่อเอื้อประโยชน์ต่อกัน ก็จะมีการร่วมกันพัฒนาให้ดียิ่งๆขึ้นไป
33. ประชาสัมพันธ์ให้ได้มากที่สุด สร้างกิจกรรมให้แตกต่างจากในพื้นที่ ที่มี
34. สร้างพันธมิตรทางธุรกิจถึงภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมชองชุมชนในท้องถิ่นในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-13 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการสัมภาษณ์ถึงความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกตามยุทธศาสตร์ที่ 5(ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 5 **การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างพื้นที่**
ผลการสัมภาษณ์
35. หน่วยทหารต้องจับมือกับหน่วยงานในจังหวัด และประชาชนในพื้นที่นั้นๆ
36. ร่วมมือกับจังหวัดของตนและประชาชนใกล้เคียง เพื่อพัฒนาไปพร้อมๆกัน
37. มีการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก ในการประชาสัมพันธ์ และการท่องเที่ยวแบบต่อเนื่อง เช่น ถ้าเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยว ทบ.เสร็จแล้ว สามารถไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่อื่นได้อีก
38. สร้างเครือค่ายชุมชนรอบค่ายทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงการช่วยกันประชาสัมพันธ์
39. ในระหว่างพื้นที่การสร้างเครือข่ายหรือสร้างกลุ่ม ประชุมวางแผนให้สินค้าบริการประสานสอดคล้องสามารถส่งต่อกิจกรรมกันได้อย่างเป็นระบบ
40. คือข้อด้อยของการบูรณาการคือการไม่ประสานงานประสานประโยชน์ร่วมกันภายในเขตท่องเที่ยว

จากตารางที่ 4-12 ความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญต่อความสำคัญของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกในเรื่อง การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างพื้นที่ พบว่า

การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ทำให้ประชาชนได้มีอาชีพและก่อให้เกิดรายได้โดยแท้จริงโดยการทำ mouให้ความช่วยเหลือระหว่างกระทรวงต่างๆที่มีส่วนในการสนับสนุนงบประมาณในส่วนท้องถิ่นเช่น อบจ.อบต.ส่งเสริมการท่องเที่ยวในหน่วยทหาร เพื่อให้มีการมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ตามความต้องการเชิญชวนชุมชนพื้นที่ที่สามารถ จะเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทาง ARMYLAND ตามวิถีชุมชนการมีส่วนร่วมกันให้เกิดการท่องเที่ยวที่สมดุล เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีธรรมาภิบาล ต่อยอดทางปัญญาพร้อมกับให้มีการจัดทำแผนร่วมกับคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ระดับจังหวัดระดับกลุ่มจังหวัดโดยการบูรณาการและการสร้างความรับรู้ร่วมกันในการส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆทุกภาคส่วน ในพื้นที่

กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา ส่งเสริมงบประมาณ ให้ ทบ.ในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในพื้นที่ สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจภายในประเทศสภาหอการค้าในแต่ละพื้นที่ผู้ว่าราชการ ส่วนงานท้องถิ่น อบจ.,อบต. ,รพ. ,พัฒนาสังคม และส่วนการศึกษาต่างๆ หน่วยงานท่องเที่ยวทหารในพื้นที่ต่างๆ มีความร่วมมือในการส่งเสริม กระตุ้น ประชาสัมพันธ์ หรือสนับสนุนงบประมาณ ว่าการท่องเที่ยวในแหล่งทหาร ก็มีความน่าสนใจ เป็นทางเลือกหนึ่งต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในอนาคต ที่กำลังพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้คนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง การยอมรับ การให้ความสำคัญ ย่อมนำมาซึ่งการมีส่วนร่วม จะเป็นผลดีต่อการส่งเสริมให้เกิดการรับรู้เข้าใจ เข้าถึงแน่นอนและเพื่อพัฒนาคุณภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การจัดตั้งกลุ่มline หรือ เครือข่ายของ จนท. ไว้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลาระหว่าง รัฐ เอกชน ชุมชน ต้องประสานความร่วมมือกันในการที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆให้เกิดเป็นรูปธรรมให้มากเน้นการมีส่วนร่วมและพัฒนาทุกภาคส่วนในพื้นที่อย่างชัดเจนและจริงจังประสานประโยชน์ประสานความรับผิดชอบมีการวางแผน จัดตั้งในแต่ละส่วนที่เกี่ยวข้องของแต่ละพื้นที่ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นจับมือกับเพื่อนบ้านให้มีการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำมาพัฒนาในส่วนที่จะเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เพิ่มขึ้น

สร้างพันธมิตรทางธุรกิจถึงภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมชองชุมชนในท้องถิ่น ในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวการสร้างเครือค่ายชุมชนรอบค่ายทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงการช่วยกันประชาสัมพันธ์มีการประชุมวางแผนให้สินค้าบริการประสานสอดคล้องสามารถส่งต่อกิจกรรมกันได้อย่างเป็นระบบ

การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์ทางสถิติและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ ตามสมมติฐานการวิจัย โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

ตอนที่ 3ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

ตอนที่ 4ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อต่างๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มประชากร
$\overline{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
SD	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองกำลังสองของคะแนนเฉลี่ย (Mean of Square)
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน
F-value	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F-Distribution
F-prob	แทน	ค่าทดสอบนัยสำคัญของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม (ค่าสถิติ F)
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
R	แทน	ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Pearson Correlation)
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Coefficient of Determination)
Adjusted R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับแก้แล้ว
Std. Error of the Estimate		แทนค่าที่แสดงระดับของความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการใช้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมาพยากรณ์ตัวแปรตาม

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างและวิเคราะห์ตาราง แบบเชิงพรรณนา โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequencies) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage) นำมาแจกแจงจำนวน (ความถี่) และหาค่าร้อยละ ของข้อมูลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางครอบครัว อาชีพกิจกรรมท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4-14จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ศาสนา อาชีพ สถานภาพทางครอบครัว ระดับการศึกษา

ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	274	68.5
หญิง	126	31.5
2.อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ25ปี	40	10.0
26-30ปี	84	21.0
31-40ปี	104	26.0
41-50ปี	104	26.0
51-60ปี	68	17.0
3.ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	293	73.3
ปริญญาตรี	94	23.5
สูงกว่าปริญญาตรี	13	3.2
4.สถานภาพทางครอบครัว		
โสด	175	43.7
สมรส	205	51.3
หย่าหรือหม้าย	20	5.0
5.อาชีพ		
เกษตรกร	219	54.8
อิสระ/ส่วนตัว	119	29.8

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	54	13.4
ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน	8	2.0

ตารางที่ 4-14จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ศาสนา อาชีพ สถานภาพทางครอบครัว ระดับการศึกษา (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6.พื้นที่ท่องเที่ยวทางทหาร กองทัพบกที่ชื่นชอบ		
ภาคเหนือ	219	54.8
ภาคอีสาน	119	29.8
ภาคกลาง	54	13.4
ภาคใต้		
กรุงเทพและปริมณฑล	8	2.0
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4-14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequencies) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage) นำมาแจกแจงจำนวน (ความถี่) และหาค่าร้อยละ พบว่า

เพศผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 68.5 ในขณะที่เป็นเพศหญิงร้อยละ 31.5

อายุผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และ 41-50 ปีร้อยละ 26.0 รองลงมา มีอายุ 26-30 ปี ร้อยละ 21.0 และอายุ 51-60 ปีร้อยละ 17.0 ในขณะที่ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีเพียงร้อยละ 10.0

ระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 73.3 รองลงมา ปริญญาตรี ร้อยละ 23.5 ในขณะที่สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 3.2

สถานภาพทางครอบครัวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สมรส ร้อยละ 51.3 รองลงมา เป็นโสด ร้อยละ 43.7 ในขณะที่ หย่าหรือหม้าย ร้อยละ 5.0

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 54.8 รองลงมา อิสระ/ส่วนตัว ร้อยละ 29.8 และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 13.4 ในขณะที่ เป็นลูกจ้าง/พนักงานเอกชน เพียงร้อยละ 2.0

พื้นที่ท่องเที่ยวทางทหาร กองทัพบกที่ชื่นชอบผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบภาคเหนือ ร้อยละ 54.8 รองลงมา ภาคอีสาน ร้อยละ 29.8 และภาคกลาง ร้อยละ 13.4 ในขณะที่กรุงเทพและปริมณฑล มีเพียงร้อยละ 2.0

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย, การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้, การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม, การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา, การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ, การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ, และการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม โดยการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4-15การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก	**ระดับความคิดเห็น**		
	$\overline{X}$	*SD*	**การแปลผล**
1.1 การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางทหาร นันทนาการ และผจญภัย	3.56	.639	7
1.2 การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้	3.63	.635	6
1.3 การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม	3.76	.546	4
1.4 การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา	3.92	.646	2
1.5 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ	3.95	.628	1

1.6 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ	3.75	.546	5
1.7 การท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม	3.89	.632	3
เฉลี่ย	**3.78**	**.487**	**มาก**

จากตารางที่ 4-15ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ3.78 ซึ่งอยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณารายข้อพบว่าการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 3.95รองลงมา การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.92 การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬามีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.89 การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.76 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75 การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ในขณะที่ การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางทหาร นันทนาการ และผจญภัย มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด เท่ากับ 3.56

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกจำแนกตาม ความสนุกสนาน ความคุ้มค่า ความท้าทาย ความปลอดภัย โดยการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4-16 การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

การมาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก	**ระดับความพึงพอใจ**		
	$\overline{X}$	*SD*	**การแปลผล**
ความสนุกสนาน			
1.1 ได้จากการเรียนรู้	4.01	.556	1
1.2 ได้ประสบการณ์แปลกใหม่	3.95	.560	3
1.3 ได้จากปฏิบัติด้วยตนเองและหมู่คณะ	3.98	.571	2
1.4ได้จากความเพลิดเพลินในสิ่งที่ชอบ	3.83	.602	4

เฉลี่ย	**3.94**	**.498**	**มาก**
ความท้าทาย			
2.1 ต่อความตื่นเต้น	4.04	.610	1
2.2 ต่อการสร้างโอกาสให้ตนเอง	3.71	.577	4
2.3 ต่อการสร้างมุมมองใหม่ของชีวิต	3.96	.471	2
2.4 ต่อการวัดความสามารถของตนเอง	3.90	.618	3
เฉลี่ย	**3.90**	**.477**	**มาก**
ความคุ้มค่า			
3.1 การใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวในเขตทหาร	3.76	.639	4
3.2 การใช้เวลาได้อย่างเต็มที่	4.30	.672	1
3.3 การเดินทางที่สะดวก อยู่ใกล้กับที่อยู่อาศัย	4.00	.537	2
3.4 มีกิจกรรมที่หลากหลายทางการท่องเที่ยว	3.91	.579	3
เฉลี่ย	3.99	.480	มาก

ตารางที่ 4-16การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก (ต่อ)

การมาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก	**ระดับความพึงพอใจ**		
	$\overline{X}$	*SD*	**การแปลผล**
ความปลอดภัย			
4.1 ความมั่นใจต่ออุปกรณ์ เครื่องเล่น	3.76	.639	4
4.2 บุคลากรที่เอาใจใส่ดูแล	4.30	.672	1
4.3 สถานที่มีความปลอดภัย	4.00	.537	2
4.4 ระบบการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	3.91	.579	3
เฉลี่ย	4.00	.498	มาก

จากตารางที่ 4-16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก พบว่า

ด้านความสนุกสนานมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ3.94ซึ่งอยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ได้จากการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.01รองลงมา ได้จากปฏิบัติด้วยตนเองและหมู่คณะ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98ได้จากประสบการณ์แปลกใหม่มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95 ในขณะที่ ได้จากความเพลิดเพลินในสิ่งที่ชอบ มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด เท่ากับ 3.83

ด้านความท้าทาย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 ซึ่งอยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความท้าทายต่อความตื่นเต้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.04 ความท้าทายต่อการสร้างมุมมองใหม่ของชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ความท้าทายต่อการวัดความสามารถ ความท้าทายต่อการองตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ในขณะที่ ความท้าทายต่อการสร้างโอกาสให้ตนเอง มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุดเท่ากับ 3.71

ด้านความคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.99 ซึ่งอยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การใช้เวลาได้อย่างเต็มที่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.30 การเดินทางที่สะดวก อยู่ใกล้กับที่อยู่อาศัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีกิจกรรมที่หลากหลายทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ในขณะที่ การใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวในเขตทหาร มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุดเท่ากับ 3.76

ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.99 ซึ่งอยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บุคลากรที่เอาใจใส่ดูแล มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.30 สถานที่มีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ระบบการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ในขณะที่ ความมั่นใจต่ออุปกรณ์ เครื่องเล่นมีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุดเท่ากับ 3.76

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการบรรลุเป้าประสงค์แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกจำแนกตาม การเพิ่มรายได้ให้ประเทศ การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น การพัฒนาคุณภาพคนไทย และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศโดยการใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4-17การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

การสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล	**ระดับความคิดเห็น**

	$\bar{X}$	*SD*	การแปลผล
1. การเพิ่มรายได้ให้ประเทศ			
1.1 การดึงเอาจุดเด่นของทหารมาเป็นจุดขาย	4.04	.561	1
1.2 การบริการทางการท่องเที่ยวที่แตกต่าง	3.69	.580	4
1.3 การสร้างผลิตภัณฑ์แปรรูปที่น่าสนใจ	4.00	.621	3
1.4 การลดรายจ่ายโดยเน้นการประหยัดและใช้ทรัพยากรที่จำเป็น	4.10	.580	2
เฉลี่ย	3.96	.478	มาก
2. การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น			
2.1 การเป็นส่วนหนึ่งในการลดช่องว่างของรายได้ในสังคม	3.89	.638	3
2.2 การสร้างอาชีพใหม่แก่ประชาชน	3.92	.611	2
2.3 การสร้างโอกาสในเศรษฐกิจแบ่งปันแก่ชุมชน	3.94	.633	1
2.4 การสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งสร้างรายได้แก่ประชาชน	3.88	.635	4
เฉลี่ย	3.91	.555	มาก

ตารางที่ 4-17การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล (ต่อ)

การสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล	**ระดับความคิดเห็น**		
	$\bar{X}$	*SD*	**การแปลผล**
3. การพัฒนาคุณภาพคนไทย			
3.1 การส่งเสริมเพื่อการเสริมสร้างสุขภาพที่แข็งแรง	3.73	.624	2

3.2การสนับสนุนการเรียนรู้ เพิ่มพูน ทักษะ และประสบการณ์ใหม่	3.76	.726	1
3.3 การสร้างความรัก ความสามัคคีเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคม	3.65	.643	4
3.4 การปลูกฝังอุดมการณ์ความรักชาติและสถาบัน	3.71	.768	3
เฉลี่ย	3.71	.585	มาก
4. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ			
4.1 การสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่	3.73	.624	2
4.2 การเสริมสร้างภูมิปัญญา และนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว	3.76	.726	1
4.3 การใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว	3.65	.643	4
4.4 การสร้างมาตรฐานความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ทหาร	3.71	.768	3
เฉลี่ย	3.71	.585	มาก

จากตารางที่ 4-17ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการพัฒนาพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง(3 จังหวัดชายแดนใต้) ตามแนวยุทธศาสตร์การพัฒนาภูมิสังคมเศรษฐกิจในอนาคตพบว่า

ด้านการเพิ่มรายได้ให้ประเทศมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การดึงเอาจุดเด่นของทหารมาเป็นจุดขาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.04 รองลงมา การลดรายจ่ายโดยเน้นการประหยัดและใช้ทรัพยากรที่จำเป็น, และการสร้างผลิตภัณฑ์แปรรูปที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยคือ4.10,4.00ตามลำดับ ในขณะที่ การบริการทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 3.69

ด้านการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การสร้างโอกาสในเศรษฐกิจแบ่งปันแก่ชุมชน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 3.94 รองลงมา การสร้างอาชีพใหม่แก่ประชาชน, การเป็นส่วนหนึ่งในการลดช่องว่างของรายได้ในสังคม ค่าเฉลี่ยคือ 3.92,3.89ตามลำดับ ในขณะที่ การสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งสร้างรายได้แก่ประชาชนมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 3.88

ด้านการพัฒนาคุณภาพคนไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การสนับสนุนการเรียนรู้ เพิ่มพูน ทักษะ และประสบการณ์ใหม่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

เท่ากับ 3.76 รองลงมา การส่งเสริมเพื่อการเสริมสร้างสุขภาพที่แข็งแรง, การปลูกฝังอุดมการณ์ความรักชาติและสถาบัน ค่าเฉลี่ยคือ3.73,3.71ตามลำดับ ในขณะที่การสร้างความรัก ความสามัคคีเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 3.65

ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าการเสริมสร้างภูมิปัญญา และนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 3.76 รองลงมา การสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่, การสร้างมาตรฐานความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในค่าเฉลี่ยคือ3.73,3.71ตามลำดับ ในขณะที่การใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 3.65

ตารางที่ 4-18 สรุปการวิเคราะห์ตัวแปรรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก, ตัวแปรความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกและตัวแปรการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

ตัวแปร	ระดับเหมาะสม			ระดับความสำคัญ
	$\overline{X}$	*SD*	การแปลผล	
ความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก				
ความสนุกสนาน	3.78	.487	มาก	4
ความท้าทาย	3.89	.515	มาก	3
ความคุ้มค่า	3.99	.480	มาก	2
ความปลอดภัย	4.00	.498	มาก	1
รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก				
การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย	3.94	.498	มาก	4
การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้	3.90	.477	มาก	6
การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม	3.99	.480	มาก	2
การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา	4.00	.498	มาก	1
การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ	3.96	.478	มาก	3
การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ	3.91	.555	มาก	5
การท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม	3.71	.585	มาก	7
การสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล				
การเพิ่มรายได้ให้ประเทศ	3.73	.563	มาก	4
การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น	3.80	.539	มาก	3
การพัฒนาคุณภาพคนไทย	3.89	.476	มาก	1
การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ	3.83	.478	มาก	2

จากตารางที่ 4-18ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา พบว่า

ความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือความปลอดภัย รองลงมา คือ ความคุ้มค่า, ความท้าทาย ในขณะที่ ความสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา รองลงมา การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม, การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ, การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย, การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ, การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ตามลำดับ ในขณะที่ การท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคมมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

การสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวรองลงมาการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ตามลำดับ ในขณะที่ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ทางสถิติจากสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

ในการทดสอบสมมติฐาน สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ(Multiple Regression Analysis)โดยการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0ก็ต่อเมื่อค่า Sig. ซึ่งน้อยกว่า .05

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบตัวแปรตามเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้น สำหรับการใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณ(Multiple Regression Analysis) ดังนี้

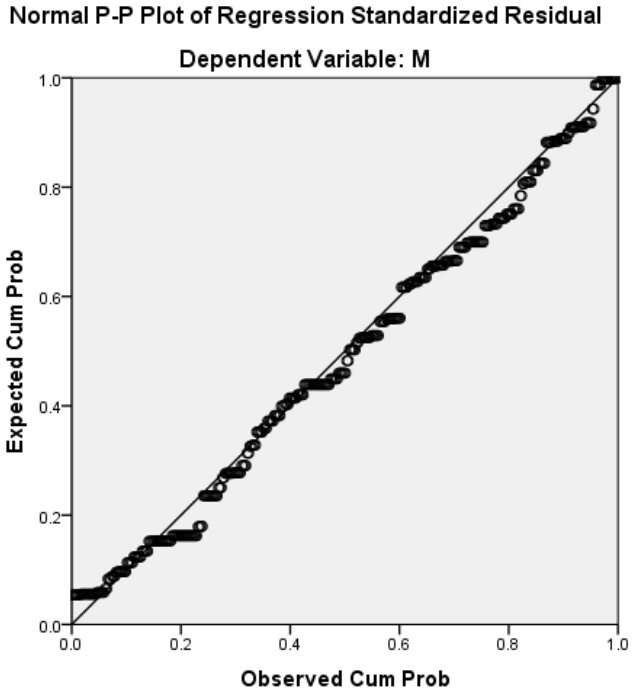
1. ตัวแปรไม่มีความคลาดเคลื่อนในการวัด

   1.1 ตัวแปรอยู่ในระดับตัวแปรต่อเนื่อง คือ Interval Scale และ Rating Scale

   1.2 ได้ทำการวัดค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ .8471 และค่าความตรง (Validity) เท่ากับ .9491

2. ตัวแปรมีการแจกแจงเป็นแบบปกติ

แผนภาพที่ 4-1 กราฟความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

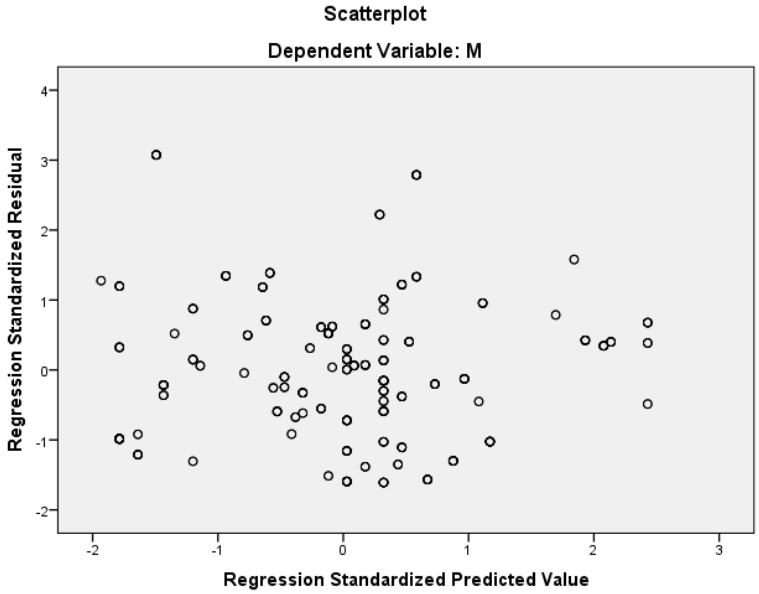


จากภาพที่ 4-1พบว่ามีการกระจายตัวอยู่ในแนวเส้นตรง แสดงว่ามีการแจกแจงแบบปกติ

3. คุณสมบัติของความคลาดเคลื่อน

3.1 ค่าความแปรปรวนคงที่

แผนภาพที่ 4-2กราฟความแปรปรวนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก



จากแผนภาพที่ 4-2 พบว่า ความคลาดเคลื่อนมีความแปรปรวนกระจายตัวอยู่รอบๆ ศูนย์ แสดงว่าความแปรปรวนมีค่าคงที่

3.2 ค่าความคาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (Autocorrelation) โดยพิจารณาจากค่าสถิติ Durbin – Watson ทดสอบ พบว่ามีค่าเท่ากับ 1.603 ซึ่งไม่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่ามีปัญหาค่าคาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (No Autocorrelation) แต่สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยไม่ได้นำมาพิจารณา เนื่องจากเป็นการเก็บข้อมูลภายในที่เป็นเฉพาะหน่วย

4. การทดสอบความสัมพันธ์ภายในกันเอง (Multicollinearity)

โดยพิจารณาจากค่า Tolerance จากการทดสอบ พบว่ามีค่า .408, .389, .421 และ .408 ซึ่งมีค่ามากกว่า .100 และค่า VIF จากการทดสอบ พบว่ามีค่า2.451, 2.117, 2.239 และ 2.451 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหาด้าน Multicollinearity

จากผลการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น พบว่า อยู่ในเงื่อนไข ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงในการใช้วิเคราะห์ถดถอยพหุคุณ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยจึงได้ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐานต่อไป และเพื่อให้เกิดความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงขอกำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณ (Multiple Regression Analysis) ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

H_0 :ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

H_1 :ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

ตารางที่ 4-19Model Summary[b]ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.839[a]	.704	.703	.245	1.603

a. Predictors: (Constant), ความสนุกสนาน, ความท้าทาย, ความคุ้มค่า, และความปลอดภัย

b. Dependent Variable: รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

จากตารางที่ 4-19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกอยู่ในระดับมาก (R = .839) และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสามารถอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้นกับรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ได้ร้อยละ 70.40 (R^2= .704)อีกร้อยละ 29.60 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้ศึกษา

ตารางที่ 4-20ANOVA[b]ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.915	2	28.458	472.192	.000[b]
	Residual	23.926	397	.060		
	Total	80.842	399			

a. Dependent Variable: รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

b. Predictors: (Constant), ความสนุกสนาน, ความท้าทาย, ความคุ้มค่า, และความปลอดภัย

จากตารางที่4-20ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว สามารถทำนาย Y ได้ โดยการใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0หมายความว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F = 472.192, *df* = 2, Sig. = .000)

ตารางที่ 4-21 Coefficientsความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.854	.101		8.457	.000
	Q1	.332	.040	.360	8.411	.000
	Q2	.464	.037	.530	12.410	.000
	Q3	.237	.023	.450	9.375	.000
	Q4	.423	.056	.620	11.426	.000

a. Dependent Variable: รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-21 สามารถแสดงความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกโดยรวม คือ

ถ้าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสนุกสนาน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกโดยรวมเพิ่มขึ้น .332 หน่วย

ถ้าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความท้าทาย เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีผลต่อในรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกโดยรวมเพิ่มขึ้น .464 หน่วย

ถ้าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีผลต่อในรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกโดยรวมเพิ่มขึ้น.237 หน่วย

ถ้าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความปลอดภัย เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ผลต่อในรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกโดยรวมเพิ่มขึ้น.423 หน่วย

โดยสามารถสร้างสมการของความสัมพันธ์ ได้ดังนี้

สมการของความสัมพันธ์ ในรูปคะแนนดิบ

Y =.854 +(.332) ความสนุกสนาน + (.464) ความท้าทาย + (.237) ความคุ้มค่า + (.423) ความปลอดภัย

สมการของความสัมพันธ์ ในรูปคะแนนมาตรฐาน

Z =(.360) ความสนุกสนาน + (.530) ความท้าทาย + (.450) ความคุ้มค่า + (.620) ความปลอดภัย

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

การทดสอบสมมติฐาน สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ(Multiple Regression Analysis)โดยการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0ก็ต่อเมื่อค่า Sig. ซึ่งน้อยกว่า .05

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบตัวแปรตามเงื่อนไขหรือข้อตกลงเบื้องต้น สำหรับการใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณ(Multiple Regression Analysis) ดังนี้

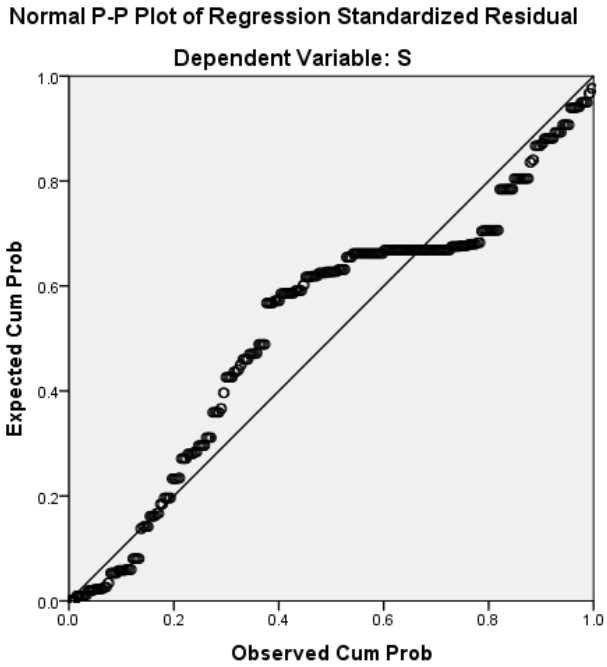
1. ตัวแปรไม่มีความคลาดเคลื่อนในการวัด

1.1 ตัวแปรอยู่ในระดับตัวแปรต่อเนื่อง คือ Interval Scale และ Rating Scale

1.2 ได้ทำการวัดค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ .8471 และค่าความตรง (Validity) เท่ากับ .9491

2. ตัวแปรมีการแจกแจงเป็นแบบปกติ

แผนภาพที่ 4-3 กราฟรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

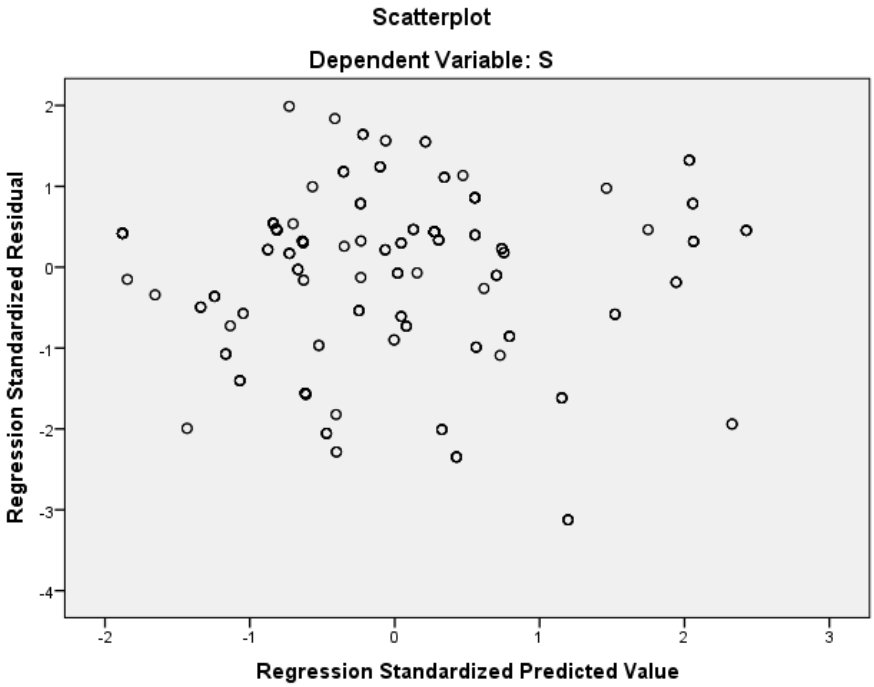


จากภาพที่ 4-3พบว่ามีการกระจายตัวอยู่ในแนวเส้นตรง แสดงว่ามีการแจกแจงแบบปกติ

3. คุณสมบัติของความคลาดเคลื่อน

3.1 ค่าความแปรปรวนคงที่

แผนภาพที่ 4-4 กราฟความแปรปรวนของรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล



จากแผนภาพที่ 4-4 พบว่า ความคลาดเคลื่อนมีความแปรปรวนกระจายตัวอยู่รอบๆ ศูนย์ แสดงว่าความแปรปรวนมีค่าคงที่

3.2 ค่าความคาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (Autocorrelation) โดยพิจารณาจากค่าสถิติ Durbin – Watson ทดสอบ พบว่ามีค่าเท่ากับ 1.950 ซึ่งไม่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 1.5 ถึง 2.5 แสดงว่ามีปัญหาค่าคาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (No Autocorrelation) แต่สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยไม่ได้นำมาพิจารณา เนื่องจากเป็นการเก็บข้อมูลภายในที่เป็นเฉพาะหน่วย

4. การทดสอบความสัมพันธ์ภายในกันเอง (Multicollinearity)

โดยพิจารณาจากค่า Tolerance จากการทดสอบ พบว่ามีค่า.210, .162, .158, .240, .232, .189และ.272ซึ่งมีค่ามากกว่า .100 และค่า VIF จากการทดสอบ พบว่ามีค่า4.763, 6.184, 6.315, 4.162, 4.302, 5.304 และ 3.671 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหาด้าน Multicollinearity

จากผลการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น พบว่า อยู่ในเงื่อนไข ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงในการใช้วิเคราะห์ถดถอยพหุคุณ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยจึงได้ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐานต่อไป และเพื่อให้เกิดความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงขอกำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณ (Multiple Regression Analysis) ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

H_0 :รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่ไม่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

H_1 :รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

ตารางที่ 4-22Model Summary[b]รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.959[a]	.920	.919	.138	1.950

a. Predictors: (Constant), การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย, การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้, การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม, การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา, การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ, การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ, และการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม

b. Dependent Variable: นโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

จากตารางที่ 4-22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ตัวแปรอิสระ คือ รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก มีความสัมพันธ์กับนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลอยู่ในระดับมาก (R = .959) และรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกสามารถอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้นกับนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลโดยรวม ได้ร้อยละ 92.00(R^2= .920)อีกร้อยละ 8.00 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้ศึกษา

ตารางที่ 4-23ANOVA[b]รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกมีผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85.643	7	12.235	645.035	.000[b]
	Residual	7.435	392	.019		
	Total	93.078	399			

a. Dependent Variable: นโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

b. Predictors: (Constant), การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย, การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้, การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม, การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา, การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ, การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ, และการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม

จากตารางที่4-23ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว สามารถทำนาย Y ได้ โดยการใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0หมายความว่า รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F = 645.035, *df* = 7, Sig. = .000)

ตารางที่ 4-24Coefficientsรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.050	.064		-.788	.431
	M1	.155	.030	.160	5.136	.000
	M2	-.055	.036	-.054	-1.534	.126
	M3	.159	.036	.158	4.408	.000
	M4	.267	.028	.276	9.471	.000
	M5	.091	.030	.090	3.031	.003
	M6	-.044	.029	-.050	-1.529	.127
	M7	.424	.023	.514	18.795	.000

a. Dependent Variable: การพัฒนาอย่างยั่งยืน

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-24 สามารถแสดงความสัมพันธ์ของรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลโดยรวม คือ

ถ้ารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะเป็นการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลเพิ่มขึ้น .155 หน่วย

ถ้ารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะเป็นการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลลดลง.055 หน่วย

ถ้ารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะเป็นการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลเพิ่มขึ้น .159 หน่วย

ถ้ารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬาเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะเป็นการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลเพิ่มขึ้น .267 หน่วย

ถ้ารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะเป็นการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลเพิ่มขึ้น .091 หน่วย

ถ้ารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะเป็นการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลลดลง.044 หน่วย

ถ้ารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะเป็นการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลเพิ่มขึ้น .424 หน่วย

โดยสามารถสร้างสมการของความสัมพันธ์ ได้ดังนี้

สมการของความสัมพันธ์ ในรูปคะแนนดิบ

Y = -.050 +(.155) การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย+ (.159) การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม + (.267) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา+ (.091)การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ+ (.424) การท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม

สมการของความสัมพันธ์ ในรูปคะแนนมาตรฐาน

Z = (.160) การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย + (.158) การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม + (.276) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา+ (.090)การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ + (.514) การท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล” เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Method) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวกับ รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลมาเป็นกรอบแนวคิด และได้กำหนดสมมติฐานในการวิจัยไว้ดังนี้

1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

2. รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกมีผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

กำหนดกลุ่มเป้าหมายตามรูปแบบการวิจัย สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 40 คน ที่เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องผูกพัน (Stakeholder) กับการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ได้แก่ผู้บริหารระดับนโยบายของรัฐบาล, หน่วยงานการท่องเที่ยว, กองทัพบก, ภาคเอกชนทางการท่องเที่ยว, สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว, มัคคุเทศก์, สื่อมวลชนทางการท่องเที่ยว, และนักท่องเที่ยวทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการในระบบออนไลน์ ด้วยคำถามปลายเปิด (Open – ended) กลุ่มเป้าหมาย สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้การคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

วิธีการใช้เครื่องมือสำหรับการวิจัยเป็นประเด็นในการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงแบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุป

จากผลการศึกษาเรื่องรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ

1.1 **ตอนที่ 1** ความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในเรื่อง

1.1.1 การเพิ่มรายได้ให้ประเทศ

พบว่า การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ทำให้ประเทศไทยสามารถดึงดูดประชาชนทั้งในและต่างประเทศมาสนใจท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ ในเมืองไทยเป็นแผนพัฒนาที่ส่งผลดีอีกช่องทางและมีผลต่อการบริหารจัดการที่ดีต่อประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม กิจกรรมท่องเที่ยวของทหารจะช่วยให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกที่สามารถเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ในทุกระดับ เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ในทุกมิติ เพื่อรองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคตสนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากแข็งแรง ส่งผลต่อ การขยายตัวทางเศรษฐกิจจากพื้นฐานไปสู่ระดับวงกว้างมากขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างเสริมร่วมพัฒนาควบคู่กับการท่องเที่ยวในประเทศการท่องเที่ยวในเขตทหารมีผลต่อการ ประชาสัมพันธ์ของหน่วย สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกองทัพบก สร้างเศรษฐกิจและการตลาดอีกหนึ่งรูปแบบ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางรายได้ให้กับประเทศเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าสามารถกระจายรายได้ให้กับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวและเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับชุมชนทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนในประเทศได้หากทำให้เป็นแหล่งอาชีพของคนในชุมชนสร้างความเชื่อมั่น ด้านความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวและพัฒนาสิ่งอำนวยความความสะดวก และเพิ่มการประชาสัมพันธ์

1.1.2 การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

พบว่า การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกทำให้ท้องถิ่นหรือประชาชนทั่วไปมีรายได้และสามารถนำสินค้าของแต่ละหมู่บ้านมาสร้างมูลค่าเพิ่มได้เป็นการกระจายรายได้ เกิดการกระตุ้นและทำให้รายได้ชุมชนหมุนเวียนในครัวเรือน สร้างสังคมเข้มแข็ง ด้วยการมีส่วนร่วมและเกิดการพึ่งตนเองมากขึ้นสร้างงานและรายได้ให้กับคนในชุมชนโดยเฉพาะการขายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การบริการต่างๆสินค้าพื้นเมือง ในท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ เป็นการสร้างเครือข่ายในการพัฒนาชุมชนให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วม ก่อให้เกิดการจ้างงานของชาวบ้านในพื้นที่เป็นการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ภายในท้องถิ่น มีวิธีสร้างจุดขายสินค้าหรือบริการที่เป็นจุดเด่นของ

พื้นที่ ทำให้คนอยู่อย่างมีความสุข เกิดความรักความสามัคคี พัฒนากิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์หรือจุดเด่นการท่องเที่ยวในเขตทหาร ทำให้นักท่องเที่ยวมองกองทัพบกในมุมมองใหม่ และเป็นการสร้างเศรษฐกิจแบ่งปัน กระจายรายได้และกระตุ้นการซื้อหาใช้จ่ายในบริเวณพื้นที่ทหารและใกล้เคียงได้เป็นอย่างดีนำรายได้มาพัฒนาสู่ท้องถิ่น ส่งเสริมและต่อยอดในท้องถิ่นให้มีความก้าวหน้าต่อไปให้ชุมชนทำสินค้าประจำชุมชน เพื่อขาย และทำแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนนั้นทั้งยังปลูกฝังให้คนในชุมชนรักษาวัฒนธรรมประเพณีประจำถิ่นไว้

1.1.3 การพัฒนาคุณภาพคนไทย

พบว่า การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ทำให้คนไทยรู้จักประวัติต่างๆ ของคนรุ่นหลัง สามารถสร้างความรู้ก่อให้เกิดอาชีพต่างๆ มีการพัฒนาทักษะในเรื่องภาษา การสื่อสาร มาตรฐานวิชาชีพผู้นำเที่ยวเทคโนโลยีต่างๆ และ คุณภาพการบริการการพัฒนาความสามารถในตัวบุคลากรกองทัพบก ไปสู่ การเป็นเจ้าบ้านที่ดีพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพ เกิดกระบวนการทางความคิด เกิดปัญญาต่อยอดแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมพัฒนาคนไทยในด้านความคิด ความหลากหลายและวิสัยทัศน์ให้คนรู้จักคิด รู้จักพัฒนาทำให้เกิดการเรียนรู้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ และหาองค์ความรู้ อื่นๆ มาบูรณาการ เป็นการยกระดับพัฒนาคุณภาพคนไทยให้ดียิ่งขึ้น สามารถต่อยอดทั้งการพัฒนาความคิดการยกระดับชีวิตความเป็นของตนเองและไปสู่การพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ ความเข้าใจ ในกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาในการสื่อความหมายความสำคัญ ความเป็นมา จุดเด่นของกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจและประทับใจในที่สุด

การท่องเที่ยวในเขตทหาร จำเป็นต้องฝึกหัดให้กำลังในหน่วย กระทำตนเจ้าบ้านที่ดี ปฏิบัติต่อผู้มาเยี่ยมเยือนอย่างใส่ใจและเป็นมิตร อันเป็นการพัฒนาคุณภาพ ประสิทธิภาพและบุคลิกภาพการเพิ่มสมรรถภาพทางการศึกษา ให้มีความทันสมัย ก้าวหน้า ทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน เข้ากับแนวคิดของคนรุ่นใหม่ ที่ไม่ขัดต่อ วัฒนธรรมอันดีงามของประเทศไทยแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารส่วนใหญ่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ดังนั้นจึงส่งผลนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาชม ให้ได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ต่างๆของประเทศตนเอง และเป็นการสร้างจิตสำนึกอันดีต่อประเทศอีกทั้งยังเป็นการปลูกฝังอุดมการณ์ความรักชาติให้กับคนไทยอีกด้วย

1.1.4 การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ

พบว่าการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก สามารถสร้างจุดเด่นให้กับประเทศ นำเอาภูมิปัญญา ออกมาเพื่อสร้างมูลค่าจากสิ่งที่มีอยู่ขับเคลื่อนตามกลยุทธ์ที่มีอยู่ ยกระดับการท่องเที่ยว งบประมาณพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เทียบเคียงมาตรฐานสากลสร้างเครือข่ายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้ทั่วถึงเต็มรูปแบบ ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม การใช้ประโยชน์ในพื้นที่และขายความเป็นตัวตนของทหารการเพิ่มมูลค่าแหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการต่างๆเป็นการเปิดพื้นที่

หรือแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ซึ่งจะนำมาสู่การยกระดับในทุกมิติทั้งด้านคุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม การพัฒนาท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักขอคนทั่วไปและทั่วโลก

การส่งเสริมวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น สู่ความเป็นสากลและสายตาชาวโลก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจากจุดเล็กๆ ของการท่องเที่ยวในหน่วย บูรณาการกับหน่วยอื่นๆ ในประเทศการใช้สื่อจากการเข้าชมของนักท่องเที่ยวเอง วิธีปากต่อปากถึงความประทับใจของมัคคุเทศก์และคุณภาพสินค้าชุมชน วัฒนธรรมอันยิ้มแย้มแจ่มใสของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้นโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์

การปรับปรุงพื้นที่ท่องเที่ยวและสันทนาการในเขตทหารของกองทัพบกอย่างมีรูปแบบแนวทางที่ชัดเจน ซึ่งนับได้ว่าเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มกับการท่องเที่ยวของประเทศได้เป็นอย่างดีใช้สถานที่ของกองทัพบกในแต่ละพื้นที่ เป็นแหล่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศส่งเสริมภูมิปัญญาไทยการสร้างเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ หรือการสร้างเรื่องราวเพื่อทำให้สถานที่ท่องเที่ยว มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้สูงยิ่งขึ้นการพัฒนาแบบครบวงจร กิน อยู่ เที่ยว เล่นการประชาสัมพันธ์ จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าท้องถิ่น และของที่ระลึกเมื่อมีการเพิ่มศักยภาพสินค้าและมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้นไปทำให้เป็นที่พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะกับมาเที่ยวอีก และส่งต่อความประทับใจให้ผู้ที่อยากเที่ยวได้รับรู้ ก็เป็นการเพิ่มมูลค่าได้

การท่องเที่ยวในเขตทหารก็เป็นหนึ่งในการกระตุ้นเศรษฐกิจ ส่งเสริมธุรกิจท้องถิ่นขนาดเล็กได้เช่นสินค้าท้องถิ่น OTOPเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนนโยบายทางเศรษฐกิจของรัฐบาล ที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของพื้นที่และประเทศชาติ ให้สอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีทำให้ประเทศของเรามีแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้เป็นที่รู้จักทั้งคนในประเทศไทยและต่างประเทศสามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่ธุรกิจชุมชน ธุรกิจต่างๆในพื้นที่ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้การท่องเที่ยวของประเทศได้ศึกษาให้ความรู้ความเข้าใจให้ทุกภาคส่วนในพื้นที่ที่มีสถานที่ท่องเที่ยว สร้างความเข้าใจในจุดประสงค์ที่จะพัฒนาสร้างมูลค่าให้การทองเที่ยวตามแบบที่เป็นจริง รับฟังความคิดเห็นข้อเสนอของทุกคนทุกวัยทุกอาชีพ ร่วมทั้งวิสัยทัศน์ผู้นำ ความร่วมมือ เข้าใจในสิ่งที่ต้องทำเข้าถึงปัญหาเข้าถึงคนที่เกี่ยวข้อง สู่การพัฒนาอย่างเป็นระบบ

1.2 **ตอนที่ 2** การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ดังนี้

1.2.1 สภาพการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบัน

พบว่า การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ปัจจุบัน เป็นภาพที่ประจักษ์ ในการเปิดบ้านต้อนรับประชาชน คนไทยให้เข้าไปเห็นวิธีการจัดการที่โดดเด่นอีกรูปแบบ อีกด้านของทหารที่เป็นวิถีชีวิต และความสง่างามมีการพึ่งตนเองทางการต่อยอดทางปัญญาเป็นจุดเรียนรู้และสร้างแรงบันดาลใจน่าเที่ยว ปลอดภัยยังคงความเป็นธรรมชาติเป็นจุดพักผ่อนท่องเที่ยวการนำเอา

สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของความเป็นทหาร ตัวตน ทำให้สภาพการท่องเที่ยว มีความชัดเจนรู้จักได้จากการแนะนำ/บอกต่อ/ประชาสัมพันธ์ผ่านทุกช่องทางโดยเฉพาะทาง Social ซึ่งทำให้เป็นที่รู้จักอย่างรวดเร็วถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบเปิด และชัดเจน ที่ประชาชนภายนอกสามารถได้เข้ามาสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวทางทหารได้หลายๆ ที่ ในประเทศตลอดจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปได้ระดับหนึ่ง ที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากได้

ยังคงอยู่ระหว่างการส่งเสริมและพัฒนาบางแห่งล้าสมัย ได้รับการพัฒนาแค่บางพื้นที่ ไม่เป็นที่รู้จัก ขาดการประชาสัมพันธ์สนับสนุนขาดการปรับปรุงพัฒนาและจัดการให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวแต่ละแบบยังไม่เป็นที่รู้จักในภาคประชาชนเท่าที่ควร ยังมีปัญหาเรื่องสถานที่ การจัดกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ ที่ดีของแต่ละค่าย ยังคงต้องเร่งพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางทหารต่อไป

บางหน่วยจริงจังในการปฏิบัติ บางหน่วยยังค่อยๆ พัฒนา แต่เนื่องจากมีนโยบายจากหน่วยแม่และการตรวจเยี่ยม ให้คำแนะนำ ทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวมีแนวโน้มดีขึ้น ผบ.หน่วยให้ความร่วมมือ และสร้างความแตกต่างในรูปแบบการท่องเที่ยวแนวผจญภัย ต้องที่ในหน่วยทหาร ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ประชาชน บุคคลภายนอก มาใช้บริการเพิ่มขึ้น ประชาชนยังรู้สึกเข้าถึงยากดูเป็นพื้นที่ถูกจำกัดเกินไปหากอยู่ในค่ายต้องพัฒนาให้บุคคลภายนอกเข้าถึงได้ง่าย ยังขาดแรงจูงใจกับนักท่องเที่ยวที่อยากมาเที่ยวในเขตทหาร

1.2.2การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวควร

พบว่า การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก มีข้อจำกัดด้านงบประมาณและการเป็นพื้นที่หวงห้ามด้านความมั่นคงกำลังพลมีภารกิจ ภาระงานประจำ มากทำให้การบริการอาจไม่ได้รับความพึงพอใจตามความต้องการ ของนักท่องเที่ยว - วัสดุอุปกรณ์ ที่อาจจะชำรุด ไม่เพียงพอ ซ่อมแซมไม่ทันเวลา เช่น ห้องน้ำให้กับสุภาพสตรี อาจมีน้อยในแหล่งท่องเที่ยวทหาร - งบประมาณที่มีจำกัด และไม่ได้มีการวางแผนไว้ - ระบบการบริหารจัดการและควบคุมภายใน ที่ไม่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลพื้นที่ของทหารอาจเป็นเขตที่มีความลับทางทหารที่ต้องสงวน เขตการท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัยแบบเข้มงวด ในสถานที่ราชการ สร้างให้เกิดความอึดอัดระเบียบการปฏิบัติในการใช้พื้นที่ทหาร และการจัดโซนสำหรับการดำเนินการระหว่างโซนพื้นทีทหารกับโซนท่องเที่ยวทำให้เข้าถึงยากและยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายผู้บังคับบัญชาหน่วยยังไม่เข้าใจถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสำคัญเนื่องจากขาดวิสัยทัศน์หน่วย มีภารกิจหลักที่ต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ดูจะเป็นภาระ พอสมควรแก่หน่วยที่มี กำลังพลอย่างจำกัด บุคคลากรขาดความรู้และประสบการณ์ในการเป็นวิทยากรบรรยาย

1.2.3 ข้อขัดข้องในการดำเนินการทางการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

พบว่า การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก มีจุดแลนมาร์ค เพื่อสร้างจุดเด่นให้กับหน่วย โดยการดึงเอาเทคโนโลยีมาเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้สนใจมากขึ้นตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้โดยที่แหล่งท่องเที่ยวภายนอกไม่มีมีความสะดวกต่อการเข้าถึง การเดินทาง ไป-กลับ มีความประหยัดคุ้มค่า คุ้มราคา ต่อการมาท่องเที่ยวในแหล่งทหารมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ควรมีความหลากหลายและดึงจุดเด่นในแต่ละพื้นที่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ คือมีความทันสมัยและมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวมีความท้าทาย และปลอดภัย ที่สำคัญการประชาสัมพันธ์ และการบริการควรเปิดกว้างให้ค้นหาได้ตามสื่อต่างๆมีรูปแบบOne Stop Service ต้องรวมความต้องการของนักท่องเที่ยวให้จบภายในที่เดียวเช่น สถานที่ให้ความรู้ ความสนุก บริการอาหาร สถานที่พักผ่อน เป็นต้นเป็นกันเองควรมีการแสดงวิธีการฝึกของทหารการใช้ชีวิตประจำวันของทหารใหม่ให้ประชาชนดู จะได้ลดทิฐิกับการเตรียมรับการฝึกทหารใหม่

1.2.4การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกในอนาคต

พบว่า การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ควรมีความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การดูงานและจุดการเที่ยวชมรอบหน่วยท่องเที่ยวของทหารอาคารสถานที่สะอาด มีระบบความปลอดภัย มีอารยสถาปัตย์ สำหรับ ผู้สูงวัย ผู้พิการ การคำนึงถึงความปลอดภัย มีสิ่งน่าสนใจ หลากกลาย หาชมได้ยากในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ทั่วไปและควรขยายไปในทุกพื้นที่การบริการที่เข้าถึง เข้าใจ ให้บริการและขยายเครือข่ายสู่ชุมชน รอบค่ายให้เกิดความสมดุล และยั่งยืนภายไต้ ARMYLAND จัดการให้เป็นที่ประจักษ์ เป็นรูปธรรมมากขึ้นควรทำให้เข้าถึงเข้าใจสุขใจอบอุ่นใจทุกครั้งที่ได้มาเยือนมีความทันสมัย ได้รับงบประมาณในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องอยากให้ทำแบบครบวงจรการเที่ยวและมีการจัดZoning ที่ชัดเจนควรแบ่งแยกเขตรักษาความปลอดภัย กับเขตสันทนาการออกจากกัน

การตอบสนองความต้องการของภาคประชาชนจัดให้มีโฮมสเตย์ ที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยว สะอาด สะดวก ปลอดภัย พัฒนาให้มีความง่ายต่อการเข้าเยี่ยมชม พัฒนาให้เกิดความประทับใจในกิจกรรม สร้างจุดเด่นในแต่ละกิจกรรมให้มากที่สุดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้นควรจัดส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นเอกเทศ มีอัตราและกำลังพลพร้อมปฏิบัติงาน ประจำมีแผนพัฒนาในเขตของตนอย่างเป็นรูปธรรมทันสมัยก้าวให้ทันสิ่งใหม่ๆแปลกใหม่คล่องตัว ไม่ยุ่งยากมีการประชาสัมพันธ์ที่เปิดกว้าง รูปแบบการท่องเที่ยวควรเริ่มต้นจากภายนอกเขตทหาร โดยเฉพาะการพัฒนาจุดดึงดูดความสนใจจากภายนอกให้มีการรับรู้ ได้ตามสื่อทั่วไป

1.3 **ตอนที่ 3** ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

1.3.1การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

พบว่า การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก สามารถ สร้างรายได้ให้กับประชาชนและหน่วยทหารอย่างมีประสิทธิภาพพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลายรูปแบบ โดยมีการจัดรูปแบบสินค้าที่มีมาตรฐาน บริการร่วมกับชุมชนรอบค่าย เพื่อสร้างความสมดุล และยั่งยืน ด้วยธรรมชาติของการอยู่ร่วมกันอย่างสันติคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว มีความทันสมัยและความน่าสนใจทำให้ต่อเนื่องร่วมมือกับท้องถิ่นสร้างการรับรู้ มีการประชาสัมพันธ์ เพื่อกระจาย รายได้สู่ชุมชนในค่ายและรอบค่ายควรพัฒนาร่วมกับองค์กรด้านการท่องเที่ยว หรือภาคเอกชนที่เป็นมืออาชีพประหยัด ปลอดภัย กับนักท่องเที่ยวอนุรักษ์และส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวไปพร้อมกันมีการจัดสรรกพ. ในหน่วย รับผิดชอบด้านนี้โดยตรง ทำงานหน้าเดียวการพัฒนาด้านมาตรฐานการให้บริการ คือสามารถให้คนทุกเพศ ทุกวัย สามารถมาใช้บริการได้

การวางรูปแบบอย่างเป็นระบบ พิจารณาและปรับปรุงบุคลากรให้เหมาะสมมีสินค้าประจำถิ่น และ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยตนเองการท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับทหาร กีฬาทหาร การจำลองสถานการณ์ทางทหาร เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในการท่องเที่ยวของทหาร สินค้าและการบริการ การเพิ่มสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะและเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นและคนบริการควรเป็นตัวทหารซึ่งจะคัดจากทหารประจำการมาช่วยการดำเนินการโดยได้ผ่านการอบรมมาแล้วมีตลาดรองรับสินค้าที่ผลิตออกมาและสร้างอาชีพให้กับชุมชนและสนับสนุนสินค้าเกษตรกรหรือสิ่งที่ชุมชนนั้นๆมีในพื้นที่นั้นๆพัฒนาให้เป็นสินค้าระดับตำบล อำเภอและขยายเป็นระดับประเทศสร้างแบรนด์ให้เป็นเอกลักษณ์มีศูนย์บริการเพื่อความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวพัฒนาและปรับปรุงให้เข้ากับพื้นที่เพิ่มความหลากหลายของสินค้าและรูปแบบการท่องเที่ยวพัฒนาคน พัฒนาพื้นที่ พัฒนาสินค้าและบริการ ตามความต้องการของนักทองเที่ยว โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม

1.3.2การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

พบว่าการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก เป็นการดำเนินการ ที่มีผลดีต่อหน่วยงานและหน้าตาของประเทศอีกด้วยพัฒนาให้เกิดความสะดวกสบายสะอาดและปลอดภัย ในเรื่อง สถานที่ ห้องน้ำ คนพิการ หรือทางลาดชันสำหรับ ผู้ใช้รถเข็น จัดให้มีสถานที่จัดประชุม จัดเลี้ยงไว้รองรับการสัมมนา ที่มาขอใช้สถานที่ หรือ สนามกีฬาฟุตบอล ที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐาน ความสะดวกสบาย และเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย รวดเร็วมีระบบอินเตอร์เนตความเร็วสูง ง่ายต่อการติดต่อ หาข้อมูลต่างๆเครื่องเสียง จอโปรเจคเตอร์ ในการนำเสนอสื่อฟรีเซนต์ต่างๆสนามกีฬาสระว่ายน้ำ ห้องฟินเนส ห้องซาวน่า ห้องนวดไทย.ห้องคาราโอเกะ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

การพัฒนาควรเริ่มที่การวางระบบที่สร้างสรรค์พัฒนาคุณภาพบุคลากรการร่วมกลุ่มร่วมกันต่อยอดในการพัฒนาด้วยกันอย่างเป็นระบบระบบขนส่งนักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยว

ในเขตทหาร, นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อความสะดวกการขายความเป็นธรรมชาติ และความรู้สึกปลอดภัย ดังนั้นควรเน้นพัฒนาเพิ่มเติมขึ้นไปอีกมีระบบการขนส่งและระบบการส่งต่อจากภายในสู่ภายนอกพื้นที่มีการกำหนดขอบเขตการทำงานของผู้ที่รับผิดชอบงานการท่องเที่ยว และการทำงานที่เป็นระบบ เสริมสร้างทักษะการบริหารงานด้านการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมการจัดให้มีผู้รับผิดชอบที่มีความรู้ความเข้าใจมีความคิดริเริ่มในการที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า

มีความเป็นมาตรฐาน เพื่อสร้างความหน้าเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวมีการคมนาคมต้องสะดวก และการจัดทำการประชาสัมพันธ์ ให้ทั่วถึงมีที่นั่งพักผ่อน มีสวนนั่งเล่นและห้องน้ำสะอาดควรมีให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวต้องให้ครบครัน ในที่เดียวกันยิ่งดีพัฒนาปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความสะดวกสบายและปลอดภัยสร้างพื้นที่เพิ่มเติม กิจกรรมเพิ่มเติม เพื่อรองรับการขยายตัว ของการท่องเที่ยวเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด โดยมีการท่องเที่ยวในเขตทหารอยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยวและการอำนวยการผู้รับผิดชอบวางตัวชัดเจนมีตัวตรงตัว มีการวางแผนงาน การบริหาร

1.3.3การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

พบว่า การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ทำให้ทุกภาคส่วนได้ร่วมมือกันก่อให้เกิดผลงานที่มีคุณภาพในการสร้างเครือข่ายในทุกพื้นที่ มีแนวคิดร่วมต่อการพัฒนาพื้นที่ โดยการเชิญผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ให้ทราบนโยบายการท่องเที่ยวเราให้รอบรู้ เข้าใจเข้าถึง ปฏิบัติได้ เกิดภาคีเครือข่ายที่เข้มแข็งในเชิงนิเวศน์ร่วมกันสร้างทักษะในการสื่อสาร ภาษา และมีหัวใจในการบริการ อาจยกระดับให้มีความรู้ในเรื่อง การปฐมพยาบาลเบื้องต้น การทำCPR เนื่องจากอาจมีเหตุได้รับการบาดเจ็บได้ ระหว่างการท่องเที่ยวการเข้าร่วมกับภาคีเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอในการพัฒนาและช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกันในด้านบริการท่องเที่ยวจะเป็นทักษะอีกด้านที่ฝ่ายทหารจะมีปจว.ที่ลึกซึ้งเข้าถึงคนชั้นกลางได้อย่างแน่นแฟ้น

การสร้างทักษะด้านภาษา การสื่อสาร จิตวิทยาการท่องเที่ยวใบประกอบวิชาชีพในผู้นำเที่ยว ของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การสร้างความรับรู้ความทันสมัยให้กับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว มีความรู้จริง รักในการถ่ายทอด มีจิตสาธารณะ เล็งเห็นผลประโยชน์ในภาพรวมของทุกหน่วยงานร่วมกันการจัดกิจกรรมฝึกอมรมส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อ เกิดปัญญาต่อยอดสร้างสรรค์ สร้างการรับรู้ของภาคีเครือข่ายเป็นหัวใจ การพัฒนา เพื่อเกิดการพึ่งตนเองพัฒนาเรื่องทัศนคติการทำงาน พัฒนาความรู้ความสามารถ ร่วมมือกับส่วนราชการอื่นในพื้นที่

การเสริมสร้างความรู้ข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นทักษะด้านภาษาและทักษะด้านเทคโนโลยีดำเนินการฝึกอบรม และนำบุคลากรไปศึกษาดูงานจากแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ รวมถึงอำนวยความสะดวกแก่ทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวฝึกอบรม

ทดลองอยู่เสมอเปิดรับฟังความคิดที่หลากหลายร่วมกันนำความสามารถในแต่ละส่วนมาพัฒนาต่อยอด ร่วมมือกันทั้งภาครัฐและเอกชนส่งบุคลากรไปหาความรู้ประสบการณ์และเข้าร่วมกับสมาคมการท่องเที่ยวเพื่อนำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเป็นการเสริมสร้างความมั่นใจในการนำเสนอทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ

สนับสนุนให้หน่วยทหารมีการสอนภาษาฟรีในพื้นที่เขตทหาร. หรือสอนภาษาอังกฤษ จีน สัญจรในถิ่นทุรกันดารแบบไปสอนถึงที่. เดือนละครั้งหรืออาทิตย์ละครั้งก็ยังดี บุคคลากรที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต้องมีประสบการณ์ มีความรู้ความเข้าใจ และใจรักในงานด้านนี้เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุนตลอดจนการนำบุคลาการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในส่วนต่างๆในภาคส่วนต่างๆ

1.3.4การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่มการส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

พบว่า การท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ทำให้นำภูมิปัญญาชาวบ้านมาเผยแพร่ได้มากขึ้นและสร้างความเชื่อมันให้กับนักท่องเที่ยงอย่างมีประสิทธิภาพเป็นช่องทาง หรือโน้มน้าวนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ให้หันมาสนใจการท่องเที่ยวในเขตทหาร เป็นการเพิ่มทางด้านการตลาดในรูปแบบการประชาสัมพันธ์ การมีอัตลักษณ์ตัวตนในการเป็นทหารที่ชัดเจน การท่องเที่ยวต้องปลอดภัย ประทับใจ ทหารช่วยเหลือประชาชน หรือแม้แต่ การนำชมแหล่งประวัติศาสตร์ความเป็นมาของทหาร ชมวิถีชีวิตแต่ละท้องถิ่น ย่อมเป็นที่ประทับใจนักท่องเที่ยวการบูรณาการตั้งแต่แนวคิด วิธีการปฏิบัติ และการประเมินหรือวัดผลสำเร็จในการดำเนินการต่างๆเป็นการท่องเที่ยว ที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่ม การนำวิถีไทยแต่ละพื้นที่ ย่อมสร้างความพอใจทุกๆฝ่าย เกิดการใช้บริการซ้ำๆ และบอกต่อ

พัฒนาร่วมมือร่วมใจกับท้องถิ่น ชุมชน ชาวบ้านมีส่วนร่วมมีการนำวัฒนธรรมท้องถิ่นมาแสดงนำเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในความเป็นไทยเสนอต่อนักท่องเที่ยวเพื่อให้เห็นว่าประเทศชาติของเรายังมีเอกลักษณ์และความสง่างามของคนไทย มีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินส่งเสริมกิจกรรมท้องถิ่น ร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหารให้ความสำคัญในแนวทางวิถีไทยเคียงคู่ไปกับการท่องเที่ยวในแหล่งทหารการสร้างความสมดุลคือ ให้สถานที่ท่องเที่ยวกับ บุคลากรมีความสอดคล้องกัน เช่น การท่องเที่ยวทางกีฬาของทหาร บุคลากรควรมีความสามารถและความรู้ที่ตรงกัน เพื่อที่จะสามารถให้ความรู้คำแนะนำให้กับนักท่องเที่ยวและสร้างความมั่นใจได้

1.3.5การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างพื้นที่

พบว่าการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ทำให้ประชาชนได้มีอาชีพและก่อให้เกิดรายได้โดยแท้จริงการทำ ความร่วมมือระหว่างกระทรวงต่างๆที่มีส่วนในการสนับสนุน

งบประมาณ ในส่วนท้องถิ่น เชิญชวนชุมชนพื้นที่ที่สามารถ เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ ARMYLAND ตามวิถีชุมชนการมีส่วนร่วมกันให้เกิดการท่องเที่ยวที่สมดุล เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีธรรมาภิบาลต่อยอดทางปัญญาพร้อมกับให้มีการจัดทำแผนร่วมกับคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ระดับจังหวัดระดับกลุ่มจังหวัดโดยการบูรณาการและการสร้างความรับรู้ร่วมกันในการส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆทุกภาคส่วน ในพื้นที่การสร้างความเชื่อมั่นให้คนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง การยอมรับ การให้ความสำคัญ ย่อมนำมาซึ่งการมีส่วนร่วม จะเป็นผลดีต่อการส่งเสริมให้เกิดการรับรู้เข้าใจ เข้าถึงแน่นอนและเพื่อพัฒนาคุณภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลาระหว่าง รัฐ เอกชน ชุมชน ต้องประสานความร่วมมือกันในการที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆให้เกิดเป็นรูปธรรมให้มาก เน้นการมีส่วนร่วมและพัฒนาทุกภาคส่วนในพื้นที่อย่างชัดเจนและจริงจังประสานประโยชน์ประสานความรับผิดชอบมีการวางแผน จัดตั้งในแต่ละส่วนที่เกี่ยวข้องของแต่ละพื้นที่ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นจับมือกับเพื่อนบ้านให้มีการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำมาพัฒนาในส่วนที่จะเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เพิ่มขึ้นรวมไปถึงการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจถึงภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมชองชุมชนในท้องถิ่น ในการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวการสร้างเครือค่ายชุมชนรอบค่ายทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงการช่วยกันประชาสัมพันธ์มีการประชุมวางแผนให้สินค้าบริการประสานสอดคล้องสามารถส่งต่อกิจกรรมกันได้อย่างเป็นระบบ

2. การวิจัยเชิงปริมาณ

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 68.5 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และ 41-50 ปีร้อยละ 26.0 มีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 73.3 สถานภาพทางครอบครัว สมรส ร้อยละ 51.3 และมีอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 54.8และพื้นที่ท่องเที่ยวทางทหาร ในภาคเหนือ ร้อยละ54.8

รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกผลการวิจัยพบว่า

การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬาการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬาการท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรมการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ในขณะที่ การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางทหาร นันทนาการ และผจญภัย มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกผลการวิจัยพบว่า

ด้านความสนุกสนานมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณารายข้อพบว่า ได้จากการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ได้จากปฏิบัติด้วยตนเองและหมู่คณะได้จากประสบการณ์แปลกใหม่ในขณะที่ ได้จากความเพลิดเพลินในสิ่งที่ชอบ มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด

ด้านความท้าทาย มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความท้าทายต่อความตื่นเต้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ความท้าทายต่อการสร้างมุมมองใหม่ของชีวิต ความท้าทายต่อการวัดความสามารถ ความท้าทายต่อการองตนเอง ในขณะที่ ความท้าทายต่อการสร้างโอกาสให้ตนเอง มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด

ด้านความคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การใช้เวลาได้อย่างเต็มที่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด การเดินทางที่สะดวก อยู่ใกล้กับที่อยู่อาศัย มีกิจกรรมที่หลากหลายทางการท่องเที่ยว ในขณะที่ การใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวในเขตทหาร มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด

ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บุคลากรที่เอาใจใส่ดูแล มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด สถานที่มีความปลอดภัยระบบการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่ ความมั่นใจต่ออุปกรณ์ เครื่องเล่นมีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด

การสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลผลการวิจัยพบว่า

ด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การส่งเสริมเพื่อการเสริมสร้างสุขภาพที่แข็งแรง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา การปลูกฝังอุดมการณ์ความรักชาติและสถาบัน, และการสร้างความรัก ความสามัคคีเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคม ในขณะที่ การสนับสนุนการเรียนรู้ เพิ่มพูน ทักษะ และประสบการณ์ใหม่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ด้านการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การสร้างผลิตภัณฑ์แปรรูปที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาการบริการทางการท่องเที่ยวที่แตกต่าง, การดึงเอาจุดเด่นของทหารมาเป็นจุดขาย ในขณะที่ การลดรายจ่ายโดยเน้นการประหยัดและใช้ทรัพยากรที่จำเป็นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ด้านการกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การสร้างอาชีพใหม่แก่ประชาชนการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา การเป็นส่วนหนึ่งในการลดช่องว่างของรายได้ในสังคม, การสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งสร้างรายได้แก่ประชาชน ตามลำดับ ในขณะที่การสร้างโอกาสในเศรษฐกิจแบ่งปันแก่ชุมชนมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าการเสริมสร้างภูมิปัญญา และนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา การสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่, การสร้างมาตรฐานความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในค่าเฉลี่ย

คือตามลำดับ ในขณะที่การใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว การใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

สรุปได้ว่าความพึงพอใจที่มาท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความปลอดภัย รองลงมา คือ ความคุ้มค่า, ความท้าทาย ในขณะที่ ความสนุกสนาน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา รองลงมา การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม, การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ, การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย, การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ, การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ตามลำดับ ในขณะที่ การท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดและการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว รองลงมาการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ตามลำดับ ในขณะที่ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกอยู่ในระดับมาก (R = .839) และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสามารถอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้นกับรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ได้ร้อยละ 70.40 (R^2= .704)อีกร้อยละ 29.60 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้ศึกษา

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว สามารถทำนาย Y ได้ โดยการใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0หมายความว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F = 472.192, *df* = 2, Sig. = .000)

การแสดงความสัมพันธ์ของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกโดยรวมสามารถสร้างสมการของความสัมพันธ์ ได้ดังนี้

สมการของความสัมพันธ์ ในรูปคะแนนดิบ

Y =.854 +(.332) ความสนุกสนาน + (.464) ความท้าทาย + (.237) ความคุ้มค่า + (.423) ความปลอดภัย

สมการของความสัมพันธ์ ในรูปคะแนนมาตรฐาน

Z =(.360) ความสนุกสนาน + (.530) ความท้าทาย + (.450) ความคุ้มค่า + (.620) ความปลอดภัย

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ตัวแปรอิสระ คือ รูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก มีความสัมพันธ์กับนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลอยู่ในระดับมาก (R = .959) และรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก สามารถอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้นกับนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลโดยรวม ได้ร้อยละ 92.00(R^2= .920)อีกร้อยละ 8.00 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้ศึกษา

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว สามารถทำนาย Y ได้โดยการใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0หมายความว่า รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F = 645.035, *df* = 7, Sig. = .000)

การแสดงความสัมพันธ์ของ รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลโดยรวมสามารถสร้างสมการของความสัมพันธ์ ได้ดังนี้

โดยสามารถสร้างสมการของความสัมพันธ์ ได้ดังนี้

สมการของความสัมพันธ์ ในรูปคะแนนดิบ

Y = -.050 +(.155) การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย+ (.159) การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม + (.267) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา+ (.091)การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ+ (.424) การท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม

สมการของความสัมพันธ์ ในรูปคะแนนมาตรฐาน

Z = (.160) การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย + (.158) การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม + (.276) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา+ (.090)การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ + (.514) การท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม

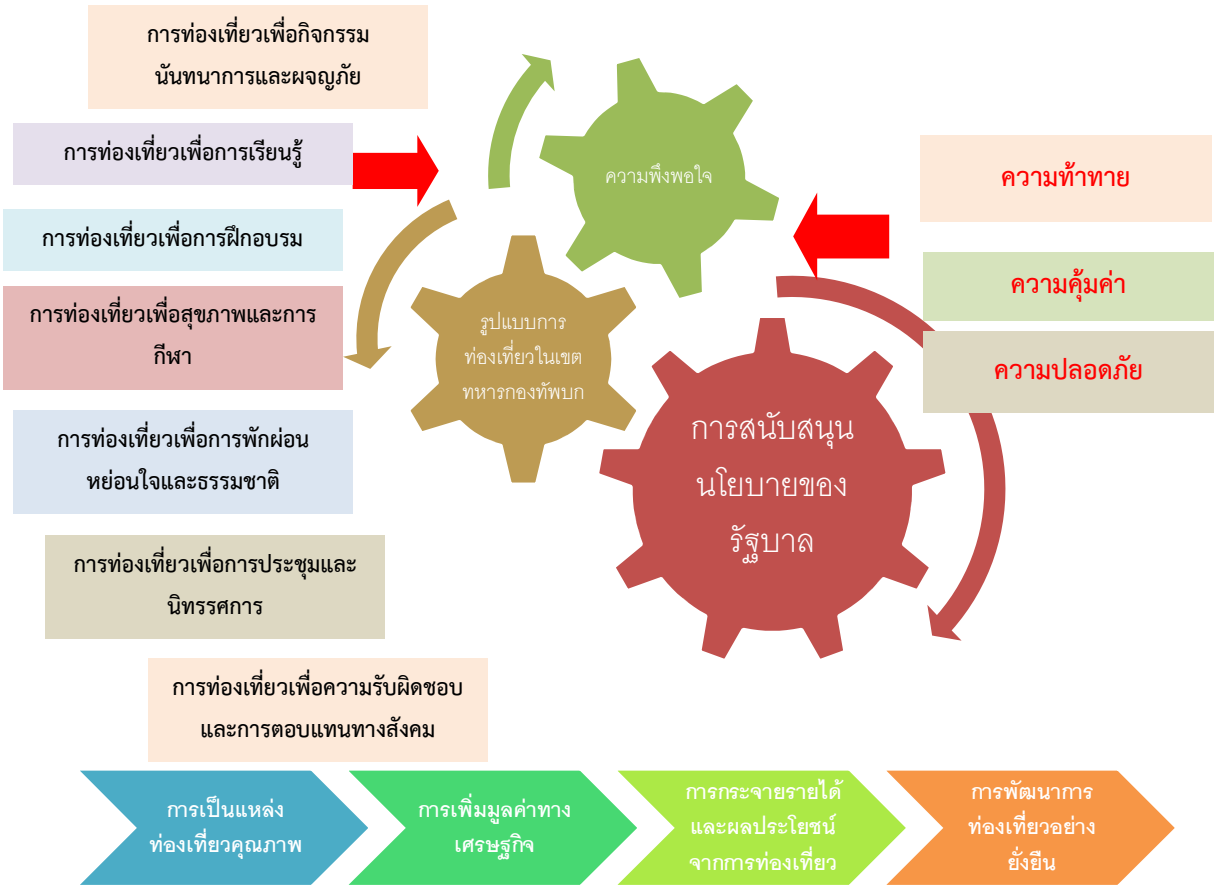
จากการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า มีตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเรียงตามลำดับความสำคัญของตัวแปร ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวคือ ความท้าทาย รองลงมา คือ ความปลอดภัย, ความสนุกสนาน ในขณะที่ความปลอดภัย มีความเกี่ยวข้องน้อยที่สุด

ในขณะที่ ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับ การสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล มีตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับความสำคัญของตัวแปร รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก คือ การท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม มากที่สุด รองลง การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา, การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม, การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการและผจญภัย ในขณะที่การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ มีความเกี่ยวข้องน้อยที่สุดตามลำดับ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นพบผลการวิจัยที่จะเป็นประโยชน์ต่อรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล โดยผู้วิจัยจะขอนำมาสร้างเป็นตัวแบบในการสร้างผลงานและสรุปผลการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

แผนภาพที่ 5-1ตัวแบบในการพัฒนาตามรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

ความสนุกสนาน



จากแผนภาพที่ 5-1ตัวแบบในการพัฒนาตามรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลซึ่งให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจและการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ในอันที่จะส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจและการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก ในอันที่จะส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลโดยการมุ่งเน้นการสร้างความใหม่ แปลก และแตกต่าง นำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ความเป็นทหาร สร้างความสนุกสนาน ท้าทาย คุ้มค่า และปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยไม่หวังผลทางธุรกิจท่องเที่ยว แต่สร้างเศรษฐกิจแบ่งปัน กระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก ในอันที่จะส่งผลโดยรวมของประเทศที่สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศจิตตั้งวัฒนา (2556), ฐิรชญา มณีเนตร (2552), นิศา ชัชกุล (2551), ฉลองศรีพิมลสมพงศ์ (2557), สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว (2552), Cooper & Boniface (1998), David & Martin (2000), Collier &Harraway (1997), Wright, Pringle & Kroll (1992), Reid &Bojanic (2001), และ Middleton (1990)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นที่เป็นผลจากการวิจัย ซึ่งสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

พบว่าประเด็นสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกในเรื่อง การสร้างความสนุกสนานที่ได้จากการเรียนรู้ประสบการณ์แปลกใหม่ปฏิบัติด้วยตนเองและหมู่คณะ ตลอดจนความเพลิดเพลินในสิ่งที่ชอบ ความท้าทายที่ได้จากความตื่นเต้นการสร้างโอกาสให้ตนเองการสร้างมุมมองใหม่ของชีวิต และการวัดความสามารถของตนเองความคุ้มค่าที่ได้จากการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวในเขตทหาร การใช้เวลาได้อย่างเต็มที่ การเดินทางที่สะดวก อยู่ใกล้กับที่อยู่อาศัย และการมีกิจกรรมที่หลากหลายทางการท่องเที่ยว ที่สอดคล้อง สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว เป็นการเดินทางไปเยือนยังสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมิใช่เป็นการพำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้ ความปลอดภัยที่ได้จากความมั่นใจต่ออุปกรณ์ เครื่องเล่น บุคลากรที่เอาใจใส่ดูแลสถานที่มีความปลอดภัย และการมีระบบการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับฉลองศรีพิมลสมพงศ์ (2557) กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจโดยมีเงื่อนไขในการเดินทางจากที่อยู่ถาวรไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเดินทางด้วยความตั้งใจและสมัครใจของตนเองโดยมิได้บังคับและเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆแต่ไม่ใช้การเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจอาชีพหรือเป็นการหารายได้

พบว่าประเด็นสำคัญของรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล ในเรื่องการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่มุ่งเสริมสร้างสุขภาพที่แข็งแรง สนับสนุนการเรียนรู้ เพิ่มพูน ทักษะ และประสบการณ์ใหม่ สร้างความรักความสามัคคีเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคม ตลอดจนการปลูกฝังอุดมการณ์ความรักชาติและสถาบัน การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เป็นการดึงเอาจุดเด่นของทหารมาเป็นจุดขาย เพื่อสร้างการบริการทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างส่งเสริมผลิตภัณฑ์แปรรูปที่น่าสนใจและ สนับสนุนการลดรายจ่ายโดยเน้นการประหยัดและใช้ทรัพยากรที่จำเป็น การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการลดช่องว่างของรายได้ในสังคมสร้างอาชีพใหม่แก่ประชาชน สร้างโอกาสในเศรษฐกิจแบ่งปันแก่ชุมชนและสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งสร้างรายได้แก่ประชาชนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เป็นการสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่สามารถเสริมสร้างภูมิปัญญา และนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยวตลอดจนการสร้างมาตรฐานความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ทหารซึ่งสอดคล้องกับองค์การสหประชาชาติ (United Nation, 2506) ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวที่เป็นการเดินทางที่ไม่ได้ถูก

บังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งและใช้ยานพาหนะไปเป็นระยะทางใกล้หรือระยะทางไกลก็ได้มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิมโดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั่น ซึ่ง ณ ที่นั่นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนมีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้ สอดคล้องกับชูสิทธิ์ ชูชาติ (2543), Cooper & Boniface (1998) ซึ่งได้อธิบายว่าแหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ตอลดจนวรรณาศิลปอาชา (2557) และฉันทัชวรรณถนอม (2552) ที่มีความเห็นสอดคล้องกัน ว่าการท่องเที่ยวจะต้องมีองค์ประกอบนักท่องเที่ยวทรัพยากรการท่องเที่ยวธุรกิจการท่องเที่ยวประชากรในท้องถิ่นและองค์กรด้านการท่องเที่ยวทั้งนี้จะต้อง ครอบคลุมทั้งมาตรฐานด้านการบริการท่องเที่ยว มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว และมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ที่กรมการท่องเที่ยวได้จัดทำไว้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาผู้วิจัยได้ค้นพบ รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกที่มีส่งผลต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

การปรับปรุงพัฒนาสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เกื้อกูลต่อการการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่การปรับปรุงสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม การปรับรูปแบบบริการ การกำหนดกฎระเบียบ และการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โดยดำรงไว้ซึ่งความเป็นอัตลักษณ์ของทหาร

2. การสนับสนุนทางด้านสังคม

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่อยู่ภายใต้วัฒนธรรมที่มีการผสมผสานระหว่างทหารกับประชาชน โดยการให้มีความเป็นอิสระในเชิงวัฒนธรรม ตลอดจนการส่งเสริมในมีการเดินทางไปมาหาสู่กัน เพื่อการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดี และการสร้างความเข้าในอันดีต่อกันในพื้นที่ที่เป็นกิจกรรมในเชิงการส่งเสริมวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกันการส่งเสริมกิจกรรมความรับผิดชอบทางสังคม ที่เป็นการจัดการของประชาชนเอง โดยรัฐ และเอกชนสนับสนุน จนเกิดเป็นสังคมประชารัฐ

3. การสนับสนุนทางเศรษฐกิจ

การพัฒนาและส่งเสริมอาชีพในพื้นที่ โดยการสร้างมูลค่าทางการค้า และส่งเสริมการตลาด ในรูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน

การปรับเปลี่ยนภารกิจของหน่วยงานรัฐทางด้านความมั่นคงในพื้นที่มาเป็นองค์กรส่งเสริมการค้า เป็นตลาดคนกลาง เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งรายได้ให้กับประชาชน

ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ อย่างหลากหลาย โดยเริ่มจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในหน่วยงานความมั่นคงของรัฐ เพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว

4. การสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล

การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก โดยไม่มุ่งทำธุรกิจ แต่เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจแบ่งปัน โดยการพัฒนาที่มุ่งให้เกิดการได้รับความศรัทธาจากประชาชนในเรื่องการพัฒนาสถานที่ พัฒนาคน และพัฒนาระบบการบริหารจัดการ

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่ายังมีข้อจำกัดบางประการจึงได้นำเสนอข้อเสนอแนะ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไปให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังต่อไปนี้

1. ควรทำการศึกษาวิจัยในด้านอื่นๆนอกเหนือจากที่ได้ทำการศึกษาไว้แล้ว เพื่อจะได้ทราบว่ามีปัจจัยใดบ้างที่สร้างความสำเร็จกำหนดแนวทางยุทธศาสตร์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นต่อไป และทำให้กลไกประชารัฐเกิดจิตสำนึกและมีทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาพื้นที่

2. ควรทำการศึกษาวิจัยด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ตามที่ความต้องการของประชาชน ในอนาคต

3. ควรมีการประเมินผลความเป็นไปได้ในการจัดการยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก เพื่อการพัฒนาปรับปรุง ให้เหมาะสมต่อไป

4. ควรศึกษางานวิจัยนี้ กับสถาบันทางวิชาการอื่นๆที่ทำการศึกษาพื้นที่เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบ และวิเคราะห์หาแนวทางในการพัฒนาการจัดการพัฒนายุทธศาสตร์ต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

กองทัพบก, แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก พ.ศ.2561-2562. กรุงเทพฯ : วังอักษร, 2561

ฉลองศรีพิมลสมพงศ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.พิมพ์ครั้งที่ 12, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2557.

ฉัตยาพร เสมอใจ. การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2547.

ฉันทัชวรรณถนอม. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สามลดา, 2552.

ฉันทัชวรรณถนอม. การวางแผนและการจัดรายการนำเที่ยว.กรุงเทพฯ: สามลดา, 2554.

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2, เชียงใหม่: สถาบันราชภัฏเชียงใหม่, 2543.

ฐิรชญามณีเนตร. ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว. ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา, 2552.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. การท่องเที่ยวไทยนานาชาติปี พ.ศ.2551. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย, 2551.

ธนณัฐ ยังเฟื่องมนต์, พลตรี.เอกสารประกอบการสอนวิชาระเบียบวิธีวิจัยทางการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา,2561 : 26

ธนณัฐ ยังเฟื่องมนต์, พลตรี.เอกสารประกอบการสอนวิชาระเบียบวิธีวิจัยทางการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา,2561 : 86-87.

ธนวรรณแสงสุวรรณ. การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพฯ: เพียร์สันเอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2547.

ธีรวุฒิเอกะกุล. ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.อุบลราชธานี:สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี, 2543.

นงค์นุชศรีธนาอนันต์. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชากลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่6, นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2550.

นิศา ชัชกุล. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

นิศา ชัชกุล.อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543.

บุญเลิศจิตตั้งวัฒนา. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.นนทบุรี: เฟริ์นข้าหลวงพริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2555.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2556.

ภิเษก ชัยนิรันดร์. E-Commeree success case study.กรุงเทพฯ: พงษ์วรินการพิมพ์, 2551.

วรรณาศิลปอาชา. ชุดวิชาความรู้พื้นฐานของมัคคุเทศก์และการท่องเที่ยวอาเซียน (เอกสารประกอบการสอน). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2557.

วารุณี ตันติวงศ์วาณิช, นิภา นิรุตติกุล, สุนทรี เหล่าพัดจัน, พรพรหม พรหมเพศ, นิตยา งามแดน และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: เพียร์สันเอ็ดดูเคชั่นอินโดไชน่า, 2545.

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ: บริษัท ดวงกมลสมัย จำกัด, 2538.

สุรีย์ เข็มทอง.ชุดวิชาการจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและโรงแรม (เอกสารประกอบการสอน) พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2555.

ส่งเสริมการท่องเที่ยวกองทัพบก, สำนักงาน. เที่ยวทั่วไทยในเขตทหารบก. กรุงเทพฯ:วังอักษร, 2561.

วารสารหนังสือพิมพ์

อติกานต์ ไพโรจน์พิริยะกุล และสุชาติ ทวีพรปฐมกุล. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง”.วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ, 13(1), 199-132, 2555.

เอกสารวิจัย

เกษราศิณี อินไชย. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักในการท่องเที่ยวภายในประเทศของวัยทำงานตอนต้น: กรณีศึกษาวัยทำงานตอนต้นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก”. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2554.

ฉัตรชัยสิริวาณีปกรณ์. “กรณีศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการของโรงแรมไอบิสและโรงแรมโนโวเทลในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2558.

บุษกร แก้วมีจีน. “ปัจจัยสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวชายทะเลและหมู่เกาะของกรุงเทพมหานคร”. ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย, 2546.

ปกาศิต พันธุ์เพ็ง. "แรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ". (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :http://www.grad.vru.ac.th/pdf-journal/Jour Is./, 2553”

ปราการ กองแก้ว. “การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ผลิตสุขภัณฑ์รายใหญ่:กรณีศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2546.

พลอยระวี ชลวณิช.“แรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร”.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2555.

ภูษิต สายกิ้มซ้วน. “ความพึงพอใจของประชาชนตำบลเจ๊ะบิลังที่มีตอการให้บริการประปาหมู่บ้านขององค์การบริหารส่วนตำบลเจ๊ะบิลัง อำเภอเมือง จังหวัดสตูล”. รายงานการศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการปกครองท้องถิ่น, วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2550.

วันทิกา หิรัญเทศ.“ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี”.การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, วิทยาลัยราชพฤกษ, 2557.

อาทิตย์ ศิริธร. "วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวของไทยปีพุทธศักราช 2545".เอกสารวิจัยส่วนบุคคล,วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, 2541.

ฐานข้อมูลอิเลคทรอนิกส์

การท่องเที่ยวและกีฬา, กระทรวง. “แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.ubu.ac.th/web/files_up/03f2017052216244626.pdf, 2560.

การท่องเที่ยว, กรม. “แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 – 2564”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :https://www.dot.go.th/pages/17, 2559.

“ท่องเที่ยวไทยสดใส กวาดรายได้แตะ 1 ล้านล้านบาท”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : https://www.bltbangkok.com/News/ท่องเที่ยวไทยสดใสกวาดรายได้แตะ1 ล้านล้านบาท, 2561.

ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, สำนักงาน. เครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :https://www.secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/strategy/download/article/article_20170509103148.pdf, 2557.

อีโคโนมิค อินเทลริเจ้นท์ เซนเตอร์ (Ecoomic Intelligence Center). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : https://www.scbeic.com/th/about, 2561.

เอ้าท์ลุค (Outlook)ไตรมาส 2019. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
https://www.scbeic.com/th/detail/product/5655, 2561.

ภาษาต่างประเทศ

Books

Colaizzi.P. Psychological research as the phenomenologist views it. In R. Valle &M.King (Eds.), Existential Phenomenological Alternatives for Psychology (pp. 48-68). New York : Oxford University Press, 1978.

Collier, A., &Harraway, S. Principler of tourism.Auckland : Longman, 1997.

Cooper, C., & Boniface, B. G..Geography of travel and tourism.UK : Butterworth Heinemann, 1998.

Coulter, M..Strategic management in action. New Jersey : Pearson, 2005.

Creswell, J.W..Qualitative Inquiry and Research Design : Choosing Among Five Tradition, Thousand Oaks CA : Sage, 1998.

_____. Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. 2nd ed., Thousand Oaks, CA : Sage, 2003.

_____. Qualitative Inquiry and Research Design : Choosing among Five Traditions. 2 nded., Thousand Oaks, CA : Sage, 2007.

_____. Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. 3 rded., Thousand Oaks, CA : Sage, 2009.

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L.. Designing and Conducting Mixed Methods Research. Thousand Oaks, CA : Sage, 2007.

Fred, R. D..Strategic management. 14th ed., New Jersey : Prentice-Hall, 2012.

Good, Carter V..Dictionary of Education. New York : McGraw-Hill Book, 1973.

Hornby, A. F..Advance learner's dictionary.6th ed., London, England : Oxford University, 2000.

Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J..Marketing for hospitality and tourism. 2nd ed., New Jersey : Prentice Hall, 1999.

Maslow, Abraham. Motivation and Personnality. New York : Harper and Row, 1970.

Middleton, V. T. C..Marketing in travel and tourism. 2nd ed.,Oxford : Heinemann, 1990.

Mohammed, R. A., Fisher, R. J., Jaworski, J. B., & Cahill, M. A..Internet marketing : Building advantage in a networked economy. New York : McGraw-Hill/ Irwin, 2001.

Oliver, Richard L..Satisfaction :A behavioral perspective on the consumer. New York : Irwin/McGraw- Hill, 1997.

Quirk, R..Longman Dictionary of Contemporary English.London : Richard Clay, 1987.

Reid, R. D., &Bojanic, D. C..Hospitality marketing management. 3rd ed., New York : John Wiley & Sons, 2001.

Schermerhorn, J. R..Management.7thed., New York : Wiley, 2002.

Shelly, D. F..Tackling family member compensation. American Printer, 215, p. 9., 1995.

Thomas, A., & Chess, S..Temperament and development. New York : Brunner, 1977.

Wolman, B. B..Dictionary of Behavioral Science.London : Litton Educational, 1973.

Wright, P., Pringle, C., & Kroll, M..Strategic management.Boston : Allyn & Bacon, 1992.

Yamane, T..Statistics an introductory analysis. 2nd ed., New York : Harper & Row, 1973.

Journals

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L.. Alternative scales for measuring service quality : A comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. Journal of Retailing, 70(3), 201-230., 1994.

Prayag, G., &Hosany, S.. When Middle East meets West: Understanding the motives and perceptions of young tourists from United Arab Emirates. Tourism Management, 40, 35-45., 2014.

Thomas, A., Chess, S., & Birch, G. H..The origin of personality.Scientific American, 223(2), 102-109., 1970.

Thomas, J.O.; & Earl, S.W..“Why Satisfied Customer Defect”,Harvard Business Review. 73(6), November – December, 1985. p.88-89.

ภาคผนวก

ผนวก ก

ประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์

ตอนที่ 1 ความสำคัญของการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล เป็นอย่างไรในเรื่อง

ข้อที่ 1 เพิ่มรายได้ให้ประเทศ

ข้อที่ 2 การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

ข้อที่ 3 พัฒนาคุณภาพคนไทย

ข้อที่ 4 สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ

ตอนที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

ข้อที่ 1 สภาพการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกปัจจุบันเป็นอย่างไร

ข้อที่ 2 ข้อขัดข้องในการดำเนินการทางการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก เป็นอย่างไร

ข้อที่ 3 การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวควรเป็นอย่างไร

ข้อที่ 4 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกในอนาคตควรเป็นอย่างไร

ตอนที่ 3 การพัฒนาตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก ดำเนินการได้อย่างไร ดังนี้

ข้อที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

ข้อที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

ข้อที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ข้อที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่มการส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

ข้อที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างพื้นที่

ผนวก ข

แบบสอบถาม

เรื่องรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

คำอธิบาย

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องผูกพันต่อรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกเพื่อสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลโดยมีจุดมุ่งหมายทางวิชาการการวิเคราะห์ข้อมูลจะทำในลักษณะส่วนรวมไม่เกิดผลเสียต่อตัวผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใดหากแต่จะเป็นประโยชน์กับการกำหนดนโยบายโดยรวมต่อไป

2. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ถือเป็นความลับผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต้องเขียนชื่อ-สกุลลงในแบบสอบถามขอให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบตรงตามความเป็นจริงและครบทุกข้อ

3. คำตอบที่ได้ไม่มีผลลบต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใดแต่จะเป็นประโยชน์และมีค่ายิ่งต่อการหาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

4. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งเป็น4 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่2ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก

ตอนที่ 4ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามด้วยดีและขอให้อำนาจคุณพระศรีรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลาย โปรดดลบันดาลให้ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านให้มีความสุขความเจริญตลอดไป

พล.ต.ธนณัฐ ยังเฟื่องมนต์

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร (วปอ.) รุ่นที่ 61

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. อายุ.....ปี

3. การศึกษา

( ) 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

( ) 2. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

( ) 3. สูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

4. สถานภาพทางครอบครัว

( ) 1. โสด

( ) 2. สมรส

( ) 3.หย่า/แยกกันอยู่

5. อาชีพ

( ) 1. เกษตรกร

( ) 2. อิสระ/ส่วนตัว

( ) 3.รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

( ) 4. ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน

6. พื้นที่ท่องเที่ยวทางทหาร กองทัพบกที่ชื่นชอบ

( ) 1. ภาคเหนือ

( ) 2. ภาคอีสาน

( ) 3.ภาคกลาง

( ) 4. ภาคใต้

( ) 5. กรุงเทพและปริมณฑล

ตอนที่ 2ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการของประชาชน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ในช่องระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบกให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดโดยเรียงลำดับจากน้อยไปหามากด้วยค่าคะแนน 1- 5 ตามลำดับ

รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก	**ระดับความคิดเห็น**				
	5	←			**1**
1. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางทหาร นันทนาการ และผจญภัย					
1.1 การทำกิจกรรมยุทธกีฬา เช่นยิงปืน ยิงธนู ขี่ม้า					
1.2 การทำกิจกรรมผจญภัย					

1.3 การทำกิจกรรมเพื่อการทดสอบกำลังใจ					
1.4 การแสดงการปฏิบัติการทางทหาร เช่น การสวนสนาม					
2. การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ 2.1 ศูนย์การเรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง/พื้นที่เกษตรกรรม					
2.2 อุทยานการเรียนรู้ ศูนย์การศึกษา					
2.3 พระบรมราชานุสาวรีย์/พระอนุสาวรีย์					
2.4 พิพิธภัณฑ์ทางการทหาร/ประวัติศาสตร์การสงคราม					

รูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตทหาร กองทัพบก	**ระดับความคิดเห็น**				
	5	←			1
3.การท่องเที่ยวเพื่อการฝึกอบรม 3.1 การฝึกอบรมค่ายลูกเสือ เนตรนารี					
3.2 การฝึกอบรมเพื่อการละลายพฤติกรรม/Team Building					
3.3 การฝึกอบรมเพื่อการสร้างภาวะผู้นำ/กลุ่มพลังมวลชน					
3.4 การฝึกอบรมเพื่อการฝึกนักศึกษาวิชาทหาร					
4. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการกีฬา 4.1 การบริการทางการแพทย์ในสถานพยาบาลของทหาร					
4.2 การบริการแพทย์ทางเลือก เช่น การนวดเพื่อสุขภาพ การฝังเข็ม Fitness					
4.3 ศูนย์พัฒนาทางการกีฬาของทหาร					
4.4 การจัด Academy ทางการกีฬา					
5. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและธรรมชาติ 5.1 สถานที่ท่องเที่ยวชายทะเลและที่พักตากอากาศ ในพื้นที่ทหาร					
5.2 สถานที่ท่องเที่ยวบริเวณที่ตั้งหน่วยทหาร					
5.3 สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ลำธาร น้ำตก ป่าเขา ในพื้นที่ทหาร					
5.4 สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นอ่างเก็บน้ำ หนองบึง ในพื้นที่ทหาร					
6.การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ					

6.1 การใช้บริการของทหารเพื่อการประชุม สัมมนา /จัดนิทรรศการ					
6.2 การใช้บริการของทหารเพื่อการจัดงานเลี้ยงรื่นเริง					
6.3 การท่องเที่ยวตลาดนัดชุมชนในพื้นที่ทหาร					
6.4 การเข้าร่วมการจัดกิจกรรม eventingที่ทหารจัดขึ้น					
7. การท่องเที่ยวเพื่อความรับผิดชอบและการตอบแทนทางสังคม 7.1 การร่วมดูแล รักษาและปลูกป่า					
7.2 การร่วมสร้างฝาย และอนุรักษ์ธรรมชาติ					
7.3 การมอบถุงยังชีพแก่ผู้ยากไร้ /ผู้ด้อยโอกาส					
7.4 การช่วยเหลือชุมชนและสังคม ในรูปแบบจิตอาสา					

ตอนที่ 3ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก

คำชี้แจงโปรดทำเครื่องหมาย ✓ในช่องระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบกให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดโดยเรียงลำดับจากน้อยไปหามากด้วยค่าคะแนน 1- 5 ตามลำดับ

การใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตทหารกองทัพบก	**ระดับความพึงพอใจ**				
	5	←			**1**
1. ความสนุกสนาน 1.1ได้จากการเรียนรู้					
1.2 ได้ประสบการณ์แปลกใหม่					
1.3 ได้จากปฏิบัติด้วยตนเองและหมู่คณะ					
1.4ได้จากความเพลิดเพลินในสิ่งที่ชอบ					
2. ความท้าทาย 2.1ต่อความตื่นเต้น					
2.2ต่อการสร้างโอกาสให้ตนเอง					
2.3 ต่อการสร้างมุมมองใหม่ของชีวิต					
2.4 ต่อการวัดความสามารถของตนเอง					

3. ความคุ้มค่า 3.1การใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวในเขตทหาร					
3.2 การใช้เวลาได้อย่างเต็มที่					
3.3 การเดินทางที่สะดวก อยู่ใกล้กับที่อยู่อาศัย					
3.4 มีกิจกรรมที่หลากหลายทางการท่องเที่ยว					
4. ความปลอดภัย 4.1ความมั่นใจต่ออุปกรณ์ เครื่องเล่น					
4.2 บุคลากรที่เอาใจใส่ดูแล					
4.3 สถานที่มีความปลอดภัย					
4.4 ระบบการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว					

ตอนที่ 4ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ในช่องระดับความคิดเห็นที่มีต่อการสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดโดยเรียงลำดับจากน้อยไปหามากด้วยค่าคะแนน 1- 5 ตามลำดับ

การสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาล	**ระดับความคิดเห็น**				
	5	←			1
1. การเพิ่มรายได้ให้ประเทศ 1.1 การดึงเอาจุดเด่นของทหารมาเป็นจุดขาย					
1.2 การบริการทางการท่องเที่ยวที่แตกต่าง					
1.3 การสร้างผลิตภัณฑ์แปรรูปที่น่าสนใจ					
1.4 การลดรายจ่ายโดยเน้นการประหยัดและใช้ทรัพยากรที่จำเป็น					
2. การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น 2.1 การเป็นส่วนหนึ่งในการลดช่องว่างของรายได้ในสังคม					
2.2การสร้างอาชีพใหม่แก่ประชาชน					
2.3 การสร้างโอกาสในเศรษฐกิจแบ่งปันแก่ชุมชน					
2.4 การสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งสร้างรายได้แก่ประชาชน					

3. การพัฒนาคุณภาพคนไทย 3.1 การส่งเสริมเพื่อการเสริมสร้างสุขภาพที่แข็งแรง					
3.2 การสนับสนุนการเรียนรู้ เพิ่มพูน ทักษะ และประสบการณ์ใหม่					
3.3 การสร้างความรัก ความสามัคคีเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคม					
3.4 การปลูกฝังอุดมการณ์ความรักชาติและสถาบัน					
4. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ 4.1 การสร้างแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่					
4.2 การเสริมสร้างภูมิปัญญา และนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว					
4.3 การใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว					
4.4 การสร้างมาตรฐานความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ทหาร					

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล พลตรี ธนณัฐ ยังเฟื่องมนต์

วันเดือนปีเกิด 27 กุมภาพันธ์ 2506

การศึกษา

พ.ศ. 2521	มัธยมศึกษา โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย
พ.ศ. 2524	โรงเรียนเตรียมทหาร รุ่นที่ 22
พ.ศ. 2529	โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า รุ่นที่ 33
พ.ศ. 2538	โรงเรียนเสนาธิการทหารบก หลักสูตรหลักประจำชุดที่ 73
พ.ศ. 2541	ปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. 2552	ปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. 2562	วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักรหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรรุ่นที่ 61

ประวัติการทำงาน

- ผู้บังคับหมวดปืนเล็ก กองร้อยอาวุธเบา กองพันทหารราบที่ 1 กรมทหารราบที่21 รักษาพระองค์ฯ
- ผู้บังคับกองร้อยอาวุธเบา กองพันทหารราบที่ 1 กรมทหารราบที่ 21รักษาพระองค์ฯ
- ประจำโรงเรียนเสนาธิการทหารบก หลักสูตรหลักประจำชุดที่ 73
- ผู้บังคับกองพันทหารราบที่ 1 กรมทหารราบที่ 21 รักษาพระองค์ฯ
- เสนาธิการ กรมทหารราบที่ 21 รักษาพระองค์ฯ
- รองผู้บังคับการ กรมทหารราบที่ 2 รักษาพระองค์
- เสนาธิการมณฑลทหารบกที่ 11
- รองผู้บัญชาการมณฑลทหารบกที่ 11

ตำแหน่งปัจจุบัน

ผู้ทรงคุณวุฒิกองทัพบก ปฏิบัติหน้าที่ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว กองทัพบก