

**การประเมินคุณภาพด้านการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี**
**Assessment of the Quality of Services at Cultural Attractions in
Muang Ubon Ratchathani District, Ubon Ratchathani Province**

พริ้มพักตร์ ไชยมี

มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมป์ฟอร์ด

Email : chaimeep@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินเปรียบเทียบและศึกษาความสัมพันธ์คุณภาพด้านการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทวัด ได้แก่ วัดไชยมงคล วัดศรีอุบลรัตนาราม และวัดสุปฏิหารามวรวิหารในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ระหว่างเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2555 จำนวน 300 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .94 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบ t – Test และ ANOVA

ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี อยู่ในระดับมากและเมื่อแยกพิจารณาแต่ละด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งจากการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวถึงความพึงพอใจในการได้รับบริการในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอาชีพ และระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการบริการไม่แตกต่างกัน ส่วนความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันทางสถิติ

คำสำคัญ: คุณภาพด้านการบริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประเมินคุณภาพ

Abstract

The purpose of this study was to evaluate the quality of services at cultural attractions in Muang Ubon Ratchathani. The participants were 300 tourists selected by accidental sampling who visited Wat Chai Mongkol temple, Wat Si Ubon Rattanam temple, and Wat Supattanaram Worawihan temple in July 2012. Data were collected by questionnaires and analyzed by averages, standard deviations, t-tests, and ANOVA. Results showed the visitors' satisfaction with the quality of services was at a high level and matched their expectations. Personal factors of career and different income levels affected satisfaction with the quality of services at a statistically significant level of 0.05. However, gender, age, and education level appeared to have no statistical correlation with satisfaction.

Keywords: Quality of services; Cultural attractions; Quality assessment

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวกลายเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์หลักของการพัฒนาประเทศ เพราะการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจ ทั้งในระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ และระบบเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น เพราะสามารถนำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาเป็นจำนวนมาก ซึ่งรัฐบาลได้บรรจุการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 - 2524) เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน โดยในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555- 2559) ได้เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ให้ประชาชนทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกระดับ ทั้งด้านการวางแผนและการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และเกิดความสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและสิ่งแวดล้อม (กฤษฎา ขุ่ยอาภัย, 2552)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเองในแต่ละท้องถิ่น มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่วโลกเป็นข้อได้เปรียบกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเดียวกัน เป็นเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมทั้งการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยที่มีอัตราเพิ่มขึ้นในแต่ละปี ถือว่าเป็นผลดีทางเศรษฐกิจของประเทศในการนำเงินตราเข้าสู่ประเทศและเกิดการหมุนเวียนของเงินตราภายในประเทศอีกด้วย แต่กลับเป็นผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมถ้าหากมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวแต่ไม่มีการรณรงค์อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาให้ยั่งยืนต่อไปในแนวทางที่

ถูกต้องแล้ว อาจมีผลกระทบโดยตรงต่อสภาพแวดล้อมและความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว และอาจส่งผลย้อนกลับ ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการอนุรักษ์และดำรงให้คงอยู่ และการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน

ในการวางแผนการท่องเที่ยวเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ให้แหล่งท่องเที่ยวใดมีคุณภาพและยั่งยืนได้นั้น แผนการท่องเที่ยวจะต้องเป็นแผนที่พิจารณาการท่องเที่ยวทั้งระบบ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก สินค้าและการบริการการท่องเที่ยวที่จัดสรรไว้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เป็นข้อมูลที่จำเป็นและเป็นส่วนสำคัญยิ่งของกระบวนการจัดการที่จะทำให้การวางแผนการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสมบูรณ์ จึงควรมีการวิจัยในเรื่องนี้อย่างลึกซึ้งและจะต้องทำเป็นประจำเพราะระดับความคาดหวังและพึงพอใจมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (พรพิชญ์ พรหมศิระพัลลภ และคณะ, 2548)

ข้อมูลจากการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งโดยภาพรวมและแผนการตลาดอยู่หลายประการ ซึ่งประการแรก ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทำหน้าที่เป็นตัวประเมินชี้วัดและสะท้อนให้เห็นจุดแข็งและจุดอ่อนของอุทยานที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นนำเสนอจากมุมมองของนักท่องเที่ยว ซึ่งบ่งบอกว่าจุดใดควรได้รับการแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น นอกจากนี้การวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวถือเป็นการประเมินคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว ในมุมมองของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าผู้ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจของการตลาด เพราะการแข่งขันในยุคปัจจุบันทุกองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว จะต้องทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุดในระดับที่สูงกว่าคู่แข่งเพื่อความอยู่รอดของแหล่งท่องเที่ยวในเชิงธุรกิจ เพราะการวางแผนพัฒนา การท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับสูงนั้นจะก่อให้เกิดผลประโยชน์สำคัญตามมาคือ นักท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มในการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ต่อไปให้นักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ได้เป็นที่รู้จักและเกิดความสนใจ เกิดการบอกปากต่อปากของลูกค้า ซึ่งเป็นการโฆษณาที่มีประสิทธิภาพที่สุดโดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมบริการอย่างการท่องเที่ยว อีกทั้งยังก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ และนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจสูงก็มีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเดิมอีกในอนาคต และยังเป็นการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีคุณภาพสูงขึ้น จึงก่อให้เกิดความยั่งยืนของธุรกิจท่องเที่ยวในที่สุด ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ดังนั้นการประเมินคุณภาพด้านการบริการการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีการให้บริการที่มีคุณภาพ ผลจากการศึกษาสามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการให้มีคุณภาพที่ดีและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มีพื้นที่ในการเก็บข้อมูลโดยทำการเลือกเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทวัด ได้แก่ วัดไชยมงคล วัดศรีอุบลรัตนาราม วัดสุปัฏนารามวรวิหาร อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยการใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อประเมินคุณภาพด้านการบริการนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยแบ่งเป็น

1. ความเชื่อถือ (Reliability)
2. การตอบสนอง (Responsiveness)
3. ความสามารถ (Competence)
4. การเข้าถึงบริการ (Access)
5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy)
6. การสื่อสาร (Communication)
7. ความซื่อสัตย์ คุณภาพของงานบริการที่มีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ (Credibility)
8. ความมั่นคง (Security)
9. ความเข้าใจ (Under Standing)
10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles)

ตอนที่ 3 ประกอบด้วยความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

ทั้งนี้ เมื่อได้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามมาแล้ว นำข้อมูลมาแยกเป็นประเด็นคำถาม พร้อมกับพิจารณาความสมบูรณ์ของข้อมูลว่าได้ข้อมูลครบถ้วนหรือไม่ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ข้อมูลทั่วไปคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ นำมาประมวลผลเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ประมวลผลแบบสอบถาม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

ในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ได้แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

โดยแบ่งเกณฑ์ระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ คำนวณด้วยวิธีหาค่าเฉลี่ย โดยคำนวณค่าเฉลี่ยได้ 0.8 พร้อมทั้งให้ความหมายของค่าเฉลี่ย และแปลความหมายดังนี้

1.00 – 1.80	อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจน้อย
2.61 – 3.40	อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจปานกลาง
3.41 – 4.20	อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจมาก
4.21 – 5.00	อยู่ในเกณฑ์ พึงพอใจมากที่สุด

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี นำมาวิเคราะห์โดยการแยกหมวดหมู่และบรรยายสรุปโดยใช้เทคนิคเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

จากข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 25 – 45 ปี การศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้าง พนักงานขององค์กรต่างๆ และรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท

ผลการประเมินคุณภาพด้านการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในคุณภาพด้านการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ความพึงพอใจด้านความเชื่อถือด้านการบริการนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานภาพชื่อเสียงของหน่วยงานผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความถี่ของรถโดยสาร

2. ความพึงพอใจด้านการตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเต็มใจในการให้บริการ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยว

3. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความสามารถในการบริการนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ให้บริการมีความสามารถที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวได้ และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความสามารถในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว

4. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการเข้าถึงบริการ อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มี

ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การใช้เวลาในการคอยบริการต่าง ๆ

5. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความสุภาพในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพเหมาะสมในการให้บริการ

6. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสื่อสารของผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสามารถด้านการสื่อสารของผู้ให้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความสามารถด้านการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวเข้าใจขั้นตอนในการให้บริการ

7. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความซื่อสัตย์และคุณภาพของงานบริการอยู่ในระดับมากที่สุดโดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพของการบริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ราคาค่าของอาหาร ของที่ระลึก รถรับจ้าง

8. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความมั่นคงปลอดภัยของบริการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุดโดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สภาพถนนและการเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความปลอดภัยต่อทรัพย์สินมีค่าในแหล่งท่องเที่ยว

9. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความเข้าใจในบริการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุดโดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผู้ให้บริการมีการให้ความสนใจแก่นักท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ผู้ให้บริการมีความเข้าใจและเรียนรู้เกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

10. ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ในการให้บริการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุดโดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความพร้อมของอุปกรณ์ที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น เอกสาร แผ่นพับ ป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ

ซึ่งผลการประเมินคุณภาพด้านการให้บริการนักท่องเที่ยวสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยการประเมินคุณภาพด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว

คุณภาพการบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
ความเชื่อถือด้านการบริการนักท่องเที่ยว	4.14	มาก
การตอบสนองต่อการบริการนักท่องเที่ยว	4.18	มาก
ความสามารถในการบริการนักท่องเที่ยว	3.65	มาก
การเข้าถึงการบริการของนักท่องเที่ยว	4.15	มาก
ความสุภาพในการให้บริการ	4.10	มาก
การสื่อสารในการให้บริการ	4.02	มาก
ความซื่อสัตย์ คุณภาพของงานบริการ	4.36	มากที่สุด
ความมั่นคงปลอดภัยของการบริการ	4.34	มากที่สุด
ความเข้าใจในการบริการ	4.75	มากที่สุด
การสร้างสิ่งจับต้องได้ในบริการ	4.50	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.20	มาก

ผลการเปรียบเทียบระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจ วัดไชยมงคลมากที่สุด รองลงมาเป็นวัดศรีอุบลรัตนารามและวัดสุปฏิหารามวรวิหาร ตามลำดับ เมื่อทดสอบทางสถิติพบว่าความพึงพอใจในแต่ละที่ไม่มีมีความแตกต่างกัน แต่เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่าด้านความสามารถในการบริการด้านการสื่อสาร ด้านความซื่อสัตย์ และคุณภาพของงานบริการ และในด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ในบริการมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการของปัจจัยต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการกับเพศของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยต่าง ๆ ในการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความสามารถ การเข้าถึงบริการ ความสุภาพ การสื่อสาร ความซื่อสัตย์ ความเข้าใจและการสร้างสิ่งจับต้องได้ของการบริการ มีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการ

บริการที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านความปลอดภัย มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกัน

2. ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการกับอายุของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อบริการต่าง ๆ ในการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีพบว่า นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุมีความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความสามารถ การเข้าถึงบริการ ความสุภาพ การสื่อสาร ความซื่อสัตย์ ความปลอดภัย ความเข้าใจและการสร้างสิ่งจำเป็นต่อการบริการ ที่ไม่แตกต่างกันคือมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในระดับมาก

3. ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการกับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อบริการต่าง ๆ ในการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีพบว่า นักท่องเที่ยวทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความสามารถ การเข้าถึงบริการ ความสุภาพ การสื่อสาร ความซื่อสัตย์ ความปลอดภัย ความเข้าใจและการสร้างสิ่งจำเป็นต่อการบริการที่ไม่แตกต่าง

4. ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในภาพรวมกับอาชีพของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อบริการต่าง ๆ ในการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีพบว่า นักท่องเที่ยวทุกอาชีพมีความพึงพอใจต่อด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความสามารถ ความสุภาพ ความซื่อสัตย์ ความเข้าใจที่คล้ายกัน แต่พบว่าปัจจัยด้านการเข้าถึงบริการ การสื่อสาร ความปลอดภัย และการสร้างสิ่งจำเป็นต่อการบริการ มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในภาพรวมกับรายได้ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อบริการต่าง ๆ ในการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีพบว่า นักท่องเที่ยวทุกระดับรายได้มีความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความสามารถ การเข้าถึงบริการ ความสุภาพ การสื่อสาร ความซื่อสัตย์ ความเข้าใจและการสร้างสิ่งจำเป็นต่อการบริการที่ไม่แตกต่างกัน แต่พบว่าปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความพึงพอใจแตกต่างกันดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการของปัจจัยด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว

ตัวแปรของนักท่องเที่ยว	Sig
เพศ	.746
อายุ	.183
ระดับการศึกษา	.004
อาชีพ	.815
รายได้	.045

อภิปรายผล

จากการศึกษาการประเมินคุณภาพด้านการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการประเมินคุณภาพด้านการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในคุณภาพด้านการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจจะเนื่องมาจากความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง เพราะแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง อยู่ในตัวเมืองและอยู่ไม่ห่างกันมากนัก ทำให้การเดินทางสะดวกสบาย ซึ่งสอดคล้องกับ สุวัจชัย เสมมา (2550) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพญาและบางแสน : กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวพญาและบางแสน ภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวพญาและบางแสน มีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเหมาะสมการเดินทาง และด้านคุณค่าของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับมาก ยกเว้นด้านสถานที่ท่องเที่ยวและบริการ ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพญาและบางแสนของนักท่องเที่ยว พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ในการเดินทางท่องเที่ยวพญาและบางแสนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวพญาและบางแสนและยังสอดคล้องกับบุญมี ภัทรธำรง (2552) ที่วิจัยเรื่องการศึกษาสภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยผล

ต้นและปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยว ในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยผลักดันนั้นความประทับใจมีความสำคัญที่สุด ส่วนปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวนั้นแหล่งศิลปวัฒนธรรมมีความสำคัญที่สุด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี ด้านสภาพการเข้าถึง ด้านความสะดวกและความเป็นระเบียบ ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทัศนียภาพโดยรอบสวยงาม และด้านความเก่าแก่มีเอกลักษณ์คุณค่า มีอิทธิพลต่อการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานีโดยรวม โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

2. ผลการเปรียบเทียบระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจวัดไขยมงคลมากที่สุด รองลงมาเป็นวัดศรีอุบลรัตนารามและวัดสุปฏิหารามวรวิหาร ตามลำดับ เมื่อทดสอบทางสถิติพบว่า ความพึงพอใจในแต่ละที่ไม่มีความแตกต่างกัน แต่เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า ด้านความสามารถในการบริการด้านการสื่อสาร ด้านความซื่อสัตย์และคุณภาพของงานบริการ และในด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้ในบริการมีความพึงพอใจแตกต่างกัน สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องมาจากเจ้าหน้าที่หรือผู้ที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีพื้นฐานต่างกัน บางคนให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้บริการ บางคนให้ความสำคัญกับความสะอาดของสถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับประภาพร วงศ์จรไพบุลย์ (2551) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการรับบริการของศูนย์บริการทูลกระหม่อมประชานุรักษ์ (มหาดชน) สาขา เซ็นทรัลบางนา ผลการวิจัย พบว่าลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้ง 5 ด้านและในรายข้อ คือด้านการให้บริการของพนักงานด้านสถานที่ประกอบการ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านการประสานงานการบริการ และด้านคุณภาพบริการความสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ยังเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ จุฬามาศ อ่วมประดิษฐ์ (2551) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมต่อด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมต่อช่องทาง การจองตั๋ว การเดินทางและระยะเวลาอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมต่อการให้บริการอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมด้านความคุ้มค่าต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก

3. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคลกับคุณภาพการบริการของปัจจัยด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ที่พบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการกับเพศ อายุ อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กัน สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากบุคคลทุกเพศทุกวัย เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวัด มีสิ่งต่างๆ ให้ได้ชมเหมือนกัน เพราะเป็นวัดเหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ที่กล่าวว่าสถานที่ที่ให้บริการต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ ส่วนระดับการศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กันทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั้น อาจมีสาเหตุเนื่องมาจากบุคคลเหล่านั้นมีความเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับ สุนันทา เหล่าเสน และ จิตรปรี อยู่เย็น (2553) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการประเมินคุณภาพการบริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดกระบี่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริการ ความเชื่อมั่น แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริการ ความเชื่อถือ การตอบสนองและความเชื่อมั่น แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริการ ความเชื่อมั่น และความเชื่อถือที่เป็นรูปธรรมของการบริการแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริการ ความเชื่อมั่น และความเชื่อถือที่เป็นรูปธรรมของการบริการแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริการ การตอบสนองการเข้าใจ นักท่องเที่ยว ความเชื่อมั่น และความเชื่อถือที่เป็นรูปธรรมของการบริการแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริการ ความเชื่อมั่น การตอบสนองและความเชื่อถือที่เป็นรูปธรรมของการบริการแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการบริการ การตอบสนอง ความเข้าใจนักท่องเที่ยว ความเชื่อมั่น และความเชื่อถือที่เป็นรูปธรรมของการบริการแตกต่างกัน เช่นเดียวกับ หทัยรัตน์ เดชศักดิ์(2553) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อตลาดน้ำ 4 ภาค จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับพอใช้อย่างยิ่ง ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายความพึงพอใจด้านลักษณะด้านทางกายภาพ ความพึงพอใจด้านบุคลากร ความพึงพอใจด้านราคาความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการผลจากการวิเคราะห์สมมติฐาน พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ 4 ภาคแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญ 0.05 ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อตลาดน้ำ 4 ภาค ด้านความถี่ในการ

เดินทางมาท่องเที่ยว ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว ด้านแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต และแนวโน้มในการบอกต่อบุคคลอื่นให้มาท่องเที่ยวตลาดน้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับ พัสเตอร์ หิรัญญาการ (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวองค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาในด้านต่าง ๆ พบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ การบริการต่างๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามตัวแปรอิสระพบว่ามีความแตกต่างกัน

สรุปและเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีความคาดหวังในปัจจัยต่าง ๆ ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวพึงพอใจวัดไขยมงคลมากที่สุด รองลงมาเป็นวัดศรีอุบลรัตนารามและวัดสุปัฏนารามวรวิหาร ตามลำดับ ซึ่งจะให้ความสำคัญกับสถานภาพชื่อเสียงของหน่วยงานผู้ให้บริการนักท่องเที่ยว ผู้ให้บริการมีความสามารถที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวได้ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น ความสามารถด้านการสื่อสารของผู้ให้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว คุณภาพของการบริการ ณ แหล่งท่องเที่ยว สภาพถนนและการเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยว ผู้ให้บริการมีการให้ความสนใจแก่นักท่องเที่ยว ความพร้อมของอุปกรณ์ที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น เอกสาร แผ่นพับ ป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านสถานที่ ควรเน้นการดูแลความสะอาดของสถานที่ และความปลอดภัยของทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะบริเวณที่จอดรถ ควรจะมีเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัย
2. ด้านการอำนวยความสะดวก ควรมีป้ายนิเทศ ข้อมูลต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ควรมีป้ายที่ให้ข้อมูลได้ละเอียด ชัดเจนและเป็นสากล นักท่องเที่ยวสามารถอ่านศึกษาได้ด้วยตนเอง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการพัฒนารูปแบบการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น
2. ควรมีการวิจัยแบบต่อเนื่องเพื่อเป็นการสำรวจปัญหาอุปสรรคผลการบริการ

สำหรับเป็นข้อมูลในการปรับปรุงให้มีการบริการที่คุณภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา ชัยอาภัย. 2552. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาบ้านหลวงเหนือ ตำบลหลวงเหนือ ดอยสะเก็ด เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์บัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จุฑามาศ อ่วมประดิษฐ์. 2555. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา. รายงานการวิจัยคณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ .
- บุญมี ภัทรธำรง. 2552. การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัด ปทุมธานี.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี.
- ประภาพร วงศ์จรไพบุลย์. 2551.การเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการรับบริการของ ศูนย์บริการทูลุ คอร์ปอเรชั่นจำกัด (มหาชน) สาขา เซ็นทรัลบางนา.วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พรพิษณุ พรหมศิระพัลลภ และคณะ. 2548. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การ ท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่. ร่างรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงาน กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- พัสดร์ หิรัญญการ.2554. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวของค้ พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม.วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัย ศิลปากร.
- สุนันทา เหล่าเสน และ ฉัตรปารี อยู่เย็น.2553. การประเมินคุณภาพการบริการที่พักของนัก ท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดกระบี่.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต:มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุวัจชัย เสมา.2550. ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวพัทยาและบางแสน :กรณีศึกษาเฉพาะนัก ท่องเที่ยวชาวไทย .วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต: วิทยาลัยการบริหาร รัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- หทัยรัตน์ เดชศักดิ์.2553. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อตลาดน้ำ 4 ภาคจังหวัด ชลบุรี.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.