

T

The Impact of Service Quality on Behavioural Intention: A Case Study of The Association of Thai Travel Agent (ATTA)

Sirirat Rattanapituk^{1,*} Teerin Vanichseni²

Abstract

The objectives of this research are to study the impact of service quality on two behavioural intentions. The researchers use the Association of Thai Travel Agents (ATTA) as a research subject and questionnaire as a method for collecting data. The questionnaire consists of three parts: personal information, service quality, and behavioural intentions. The structural equation model (SEM) was used to analysed the data. A conceptual model is adapted from the works of Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988); Park, MacInnis, Priester, Eisingerich, and Lacobucci (2010); Zeithaml, Berry, and Parasuraman (1996). Results indicate that interaction quality and environment quality have an impact on service quality of ATTA. Increasing in service quality boosts the ATTA members' loyalty, and reduces willingness to resign from ATTA. Both loyalty and willingness to resign lead to attachment to ATTA. However, the evidence shows that there are two facets of attachment: positive attachment and negative attachment. It can be seen from the results that loyalty have an impact on attachment which demonstrates the perspective of positive attachment. However, there is a significant relationship between willingness to resign and attachment. This means the willingness to resign which is a negative behavioural intention can create the attachment between ATTA and its members.

Keywords: business association, service quality, behavioural intention

^{1,2} School of Business, University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand

* Corresponding author. E-mail: sirirat_rat@utcc.ac.th

ก

การศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อเจตนาพฤติกรรม: กรณีศึกษาสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว

ศิริรัตน์ รัตนพิทักษ์^{1*} สิริิน วาณิชเสนี²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อเจตนาพฤติกรรมของสมาชิกสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว หรือเรียกโดยทั่วไปว่า ATTA โดยกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดัดแปลงและปรับปรุงจากงานวิจัยของ Parasuraman และคนอื่น ๆ (1988); Park และคนอื่น ๆ (2010) และ Zeithaml และคนอื่น ๆ (1996) งานวิจัยนี้เก็บแบบสอบถามจากสมาชิก ATTA โดยแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วนคือข้อมูลส่วนตัว คุณภาพการบริการและเจตนาพฤติกรรมและนำมาประมวลผลทางโปรแกรมทางสถิติ โดยใช้วิธีโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ผลการศึกษาแสดงว่า ประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงานและสภาพแวดล้อมการทำงานของสมาคมนั้น ส่งผลให้เกิดการรับรู้ด้านคุณภาพการบริการของสมาคมฯ โดยที่คุณภาพการบริการของสมาคมฯ ส่งผลให้เกิดความจงรักภักดี และการลดอัตราความต้องการในการลาออกจากการเป็นสมาชิกภาพ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการของสมาคมฯ ก่อให้เกิดความภักดีและการลดอัตราการพ้นสมาชิก ซึ่งก่อให้เกิดสายใยความผูกพันที่ดีระหว่างสมาชิกและทางสมาคมฯ เมื่อตรวจสอบในรายละเอียด ผลวิจัยในกรอบแนวคิดแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการส่งผลให้เกิดสายใยความผูกพัน โดยที่ความพึงพอใจส่งผลในทางบวกต่อสายใยความผูกพัน อย่างไรก็ตาม ความต้องการลาจาก (ลาออกจากการเป็นสมาชิก) ส่งผลในเชิงบวกต่อสายใยความผูกพัน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความจงรักภักดี (เจตนาพฤติกรรมเชิงบวก) และความต้องการลาจาก (เจตนาพฤติกรรมเชิงลบ) ส่งผลให้เกิดสายใยความผูกพัน ดังนั้น การวิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่า สมาชิกสมาคมฯ สร้างความผูกพันกับองค์กรจากเจตนาพฤติกรรมเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งเจตนาพฤติกรรมเชิงลบนั้นเป็นการสร้างความผูกพันที่ไม่พึงประสงค์ เพราะเกิดจากทัศนคติ หรือความต้องการในเชิงลบของสมาชิก

คำสำคัญ: สมาคมการค้า คุณภาพการบริการ เจตนาพฤติกรรม

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

* Corresponding author. E-mail: sirirat_rat@utcc.ac.th

บทนำ

ในปัจจุบัน งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการบริหารองค์กร หรือสมาคมที่ไม่แสวงหาผลกำไรและลูกค้าเป็นหลัก โดยขาดการให้ความสำคัญกับเรื่องการบริหารจัดการองค์กร หรือสมาคมที่ไม่แสวงหาผลกำไรและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารสมาคมที่ไม่แสวงหาผลกำไรและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย มีจำนวนน้อยมาก ทั้งในงานวิจัยในระดับชาติและระดับนานาชาติ งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาด้านการบริหารสมาคม โดยเก็บข้อมูลกับสมาชิกของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยให้นักวิชาการและผู้บริหารสมาคม ทราบถึงสาเหตุที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพและเจตนาพฤติกรรมของสมาชิก

การบริหารจัดการองค์กรหรือสมาคมที่ไม่แสวงหาผลกำไร มีความแตกต่างจากการบริหารบริษัทเอกชน หรือสมาคมที่หวังผลกำไร เนื่องจากสมาคมที่ไม่หวังผลกำไรนั้น ก่อตั้งขึ้นได้โดยสมาชิก และโดยสมาชิกจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมสมาชิกเพื่อเป็นการสนับสนุนสมาคม โดยค่าธรรมเนียมนี้ จะเป็นรายรับของสมาคม ซึ่งแตกต่างกับการซื้อขายแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ดังนั้น นอกเหนือจากพันธกิจของสมาคมแล้ว สมาคมจะต้องบริหารจัดการสมาชิกให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด เพื่อรักษาอัตราการคงอยู่ของสมาชิก Harris (1998) กล่าวว่า สมาคมจะต้องรักษาความสมดุลของผู้มีส่วนได้เสีย เป้าหมายและค่านิยมในเวลาเดียวกัน ดังนั้น องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสมดุลนี้ จะช่วยให้สมาคมที่ไม่แสวงหาผลกำไรอื่น ๆ ทราบถึงการบริหารจัดการที่ดีของของสมาคม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (Association

of Thai Travel Agents: ATTA) ก่อตั้งขึ้นเป็นสมาคมการค้าจากการรวมตัวกันของสมาชิกตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยวเริ่มต้นจำนวน 10 ราย เมื่อ ปี พ.ศ. 2511 (สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว, ม.ป.ป.) โดยจำนวนสมาชิกเติบโตขึ้นเป็นลำดับ จนปัจจุบันมีสมาชิกทั้งสิ้นประมาณ 1,364 ราย จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสมาคมฯ และการวิเคราะห์โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยอ้างอิงกระบวนการวิเคราะห์จาก Smith (2015) พบว่า ทางสมาคมฯ มีปัญหาต่าง ๆ เช่น การจัดการดูแลด้านคุณภาพการให้บริการ การสร้างความจงรักภักดี การรักษาสื่อตราสมาชิก และความผูกพันระหว่างสมาคมฯและสมาชิก อย่างไรก็ตาม ข้อมูลดังกล่าวนี้ทางผู้บริหารสมาคมฯ ได้รับทราบผ่านการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ ดังนั้น ทางสมาคมฯ ต้องการทำการวิจัยเพื่อยืนยันสมมติฐานเรื่องปัญหาต่าง ๆ ของสมาคมฯ อีกทั้งสมาคมฯ ยังไม่เคยทำการการวัดผลการดำเนินงานในรูปแบบที่ใช้การตรวจสอบโดยวิธีการทางสถิติ การทำวิจัยในครั้งนี้ จะช่วยให้ผู้บริหารสมาคมฯ พิสูจน์ข้อสงสัยในสมมติฐานของตนเอง และนำข้อมูลที่ประมวลทางสถิติมาประยุกต์ใช้ และปรับปรุงการทำงานต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อเจตนาพฤติกรรมระดับพื้นฐาน
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านเจตนาพฤติกรรมระดับพื้นฐาน (เชิงบวกและเชิงลบ) ที่ส่งผลต่อเจตนาพฤติกรรมระดับสูง
4. เพื่อศึกษาการประเมินน้ำหนักความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและเจตนาพฤติกรรม

กรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

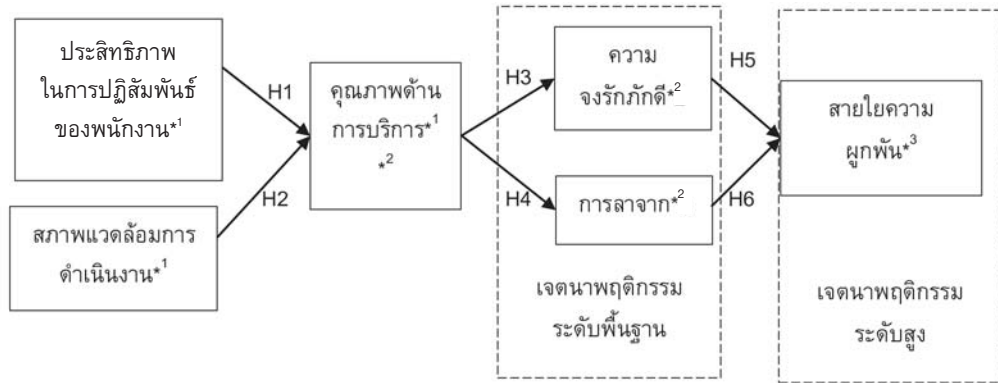
เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบพุ่งเป้า โดยมีเป้าหมายในการให้คำแนะนำสมาคมฯ เพื่อการบริหารจัดการองค์กร ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทบทวนวรรณกรรมในด้านต่าง ๆ เช่น คุณภาพการบริการ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการพบว่า นักวิจัยได้ให้ความสำคัญต่อการศึกษาวิจัยคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ กลุ่มนักวิจัยทั่วโลกได้พัฒนาเครื่องมือชี้วัด ที่ช่วยให้นักวิจัยท่านอื่น ๆ ตลอดจน ผู้ประกอบการ องค์กรภาครัฐและเอกชน สามารถวัดคุณภาพการให้บริการได้ เนื่องจากความหลากหลายในเครื่องมือชี้วัดที่นักวิจัยระดับนานาชาติได้ออกแบบมา Brady และ Cronin (2001) จึงสรุปว่าการวัดคุณภาพการให้บริการนั้น สามารถจำแนกออกเป็น 2 แนวคิดใหญ่ ๆ คือ 1) การวัดคุณภาพการให้บริการแบบองค์รวม (Holistic Approach) (Grönroos, 1984) และ 2) การวัดแบบปัจจัยคุณลักษณะ (Attribute-based Approach) (Parasuraman et al., 1988)

การวัดคุณภาพการให้บริการแบบองค์รวม เป็น การศึกษาวิจัยด้านคุณภาพการให้บริการ โดยมีจุดเด่นคือ ความง่ายในการศึกษาวิจัย เนื่องด้วยแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามจะประเมินคุณภาพการให้บริการแบบองค์รวม ทำให้ง่ายต่อการดำเนินการวิจัย ในขณะที่การวัดแบบคุณภาพการให้

บริการแบบปัจจัยคุณลักษณะ ผู้วิจัยจะคัดเลือกปัจจัยต่าง ๆ ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจบริการที่ต้องการศึกษา มาวัดผลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ และคุณภาพการให้บริการ อย่างไรก็ตาม การศึกษาโดยใช้แนวคิดนี้ มีข้อเสีย คือ ความยุ่งยากในการศึกษาวิจัย และผู้วิจัยต้องมีความรู้ความสามารถ ในการกำหนดปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษา

งานวิจัยนี้ นักวิจัยเลือกใช้การวัดแบบคุณภาพการให้บริการแบบปัจจัยคุณลักษณะ โดยมีการปรับปรุงกรอบแนวคิด และเครื่องมือชี้วัดงานวิจัยของ Parasuraman และคนอื่น ๆ (1988) เนื่องด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้ ประการแรก เครื่องมือชี้วัดโดยใช้แนวคิดการวัดคุณภาพการให้บริการแบบองค์รวมนั้นสามารถทำให้สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว ทราบถึงภาพรวมของคุณภาพการบริการของสมาคมฯ เพียงเท่านั้น แต่ยังไม่ชัดเจนถึงความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในแง่ปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย คาดหวังต่อทางสมาคมฯ ประการที่สอง การวัดแบบคุณภาพการให้บริการแบบปัจจัยคุณลักษณะ มีลักษณะการวิจัยที่มุ่งเน้นคุณลักษณะต่าง ๆ ที่สำคัญของการให้บริการ ทำให้ผู้วิจัยสามารถอธิบายความสัมพันธ์ด้านความคาดหวังของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กรได้อย่างลึกซึ้ง อีกทั้งงานวิจัยลักษณะนี้ ยังมีมิติที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และระบบการดำเนินงานของสมาคมฯ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า การวัดปัจจัยแบบคุณลักษณะเป็นแนวคิดที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ และคณะผู้วิจัยได้ดัดแปลงบางส่วนให้เหมาะสมกับระบบการดำเนินงานในรูปแบบสมาคมเพื่อศึกษาวิจัยต่อไป



หมายเหตุ

- *¹ ปรับปรุงจากงานวิจัยของ Parasuraman และคนอื่น ๆ (1988)
- *² ปรับปรุงจากงานวิจัยของ Zeithaml และคนอื่น ๆ (1996)
- *³ ปรับปรุงจากงานวิจัยของ Park และคนอื่น ๆ (2010)

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดและสมมติฐานงานวิจัย

จากรูปภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่า กรอบแนวคิดงานวิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ ดังนี้ ส่วนที่ 1 ทางด้านซ้าย คณะวิจัยต้องการศึกษาความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ (Service quality) ในมิติต่าง ๆ ที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ โดยประกอบด้วย 2 มิติย่อย ดังนี้ ประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงาน (Interaction quality) และสภาพแวดล้อมการดำเนินงาน (Environment quality) โดยส่วนที่ 2 ของกรอบงานวิจัยชิ้นนี้จะศึกษาว่า คุณภาพการให้บริการนั้น มีความสัมพันธ์อย่างไรต่อเจตนาพฤติกรรม (Behavioural intention) ของสมาชิก โดยที่เจตนาพฤติกรรมระดับพื้นฐานนั้น ประกอบด้วยความจงรักภักดีต่อสมาคม (Loyalty) และความต้องการที่จะลาจาก (Willingness to resign) ที่ส่งผลต่อเจตนาพฤติกรรมระดับสูง (สายใยความผูกพัน (Attachment))

แนวคิดทฤษฎีด้านคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

จากรูปภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่า ในกรอบแนวคิดการวิจัยนี้ ได้กำหนดปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว โดยประกอบด้วยมิติต่าง ๆ รวมทั้งสิ้น 2 มิติ ดังนี้ ประสิทธิภาพของพนักงานในการปฏิสัมพันธ์ และสภาพแวดล้อมการดำเนินงาน เนื่องจากสมาคมฯ เป็นหน่วยงานให้บริการที่ปรึกษาอุตสาหกรรม (Business Development Service Provider: BDSP) ซึ่งทำหน้าที่เกี่ยวกับการให้บริการที่ปรึกษาธุรกิจและการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ดังนั้น มีความจำเป็นที่สมาคมฯ จะต้องวัดผลปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของทางสมาคมฯ และคุณภาพการบริการโดยรวมของสมาคมฯ นั้น สามารถส่งผลต่อเจตนาพฤติกรรมระดับพื้นฐานของสมาชิกได้ ยกตัวอย่างเช่น คุณภาพการบริการที่ดีส่งผลให้สมาชิกนั้นมีความจงรักภักดี และสามารถลดอัตราการลาจาก (ลาออก) จากการเป็นสมาชิกได้

ประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงาน (Interaction quality)

ประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงาน เป็นปัจจัยสำคัญอันดับหนึ่งในการศึกษาวิจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ทั้งนี้ เพราะธรรมชาติของการให้บริการนั้น คือ การแบ่งแยกไม่ได้ (Inseparability) การแบ่งแยกไม่ได้หมายถึงการที่ผู้ส่งมอบบริการและผู้รับบริการนั้น จะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ไม่สามารถแบ่งแยกออกจากกันได้ ยกตัวอย่างเช่น หากทางสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวมีการจัดกิจกรรมสัมมนาให้ความรู้แก่สมาชิก การส่งมอบและการรับบริการความรู้ในการสัมมนาในครั้งนี้จะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ไม่สามารถแบ่งแยกออกจากกันได้ เราสามารถนับได้ว่าสมาคมนั้น เป็นผู้ส่งมอบบริการในขณะเดียวกันเหล่าสมาชิกที่มารับฟังการบรรยายจะเป็นผู้รับบริการ Bitner, Booms และ Mohr (1994) กล่าวว่า หากจะวัดผลการรับรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการได้ดีที่สุดนั้น ควรจะวัดผลในขณะที่ถูกค่า(สมาชิก) และองค์กร (สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว) ได้มีการส่งมอบการให้บริการ หรืออีกนัยหนึ่งคือ การที่ถูกค่าและองค์กร (สมาชิกและสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว) ได้มีปฏิสัมพันธ์กัน ดังนั้นการวัดผลในด้านคุณภาพการให้บริการ สามารถศึกษาผ่านการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิกและทางสมาคม โดยที่สามารถศึกษาจากการรับรู้ที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงานสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว ข้อมูลด้านประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงานของพนักงานจะสามารถช่วยให้สมาคมฯ นำข้อมูลที่ได้รับจากสมาชิกไปประเมิน วิเคราะห์ และปรับปรุงการบริการ เพื่อให้มีประสิทธิภาพต่อไปได้ ดังนั้น ความต้องการการพัฒนาด้านการให้บริการของที่สมาคมฯ จะสามารถบรรลุเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน (Environment quality)

การส่งมอบการบริการนั้น เป็นกิจกรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible) เหมือนกับผลิตภัณฑ์ เช่นหากผู้ซื้อซื้อโปรโมชั่นบัตรจากร้านขายของที่ระลึก ผู้ซื้อสามารถประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้จากเนื้อกระดาษ คุณภาพความคมชัดของรูปภาพ หรือความสวยงามของรูปบนปกโปสเตอร์ ในทางกลับกันเมื่อทางสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวดำเนินการโดยการส่งมอบการให้บริการด้านใบอนุญาตในการเข้าถึงสนามบินต่อสมาชิก ดังนั้น การบริการทางด้านการมอบใบอนุญาต ทำให้การวัดคุณภาพการดำเนินการเป็นไปได้ยาก ทั้งนี้หากสมาชิกต้องการที่จะประเมินคุณค่าการให้บริการ สมาชิกสามารถค้นหาข้อมูลที่อยู่รอบตัวสมาชิก เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ (Heuristic Clue) ทั้งนี้ สมาชิกสามารถใช้บรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบข้างในการช่วยการตัดสินใจในการวัดคุณภาพการให้บริการได้

แนวคิดทฤษฎีด้านเจตนาพฤติกรรม (Behavioural Intentions)

องค์กรภาครัฐและเอกชนทั่วโลกมีการศึกษาวิจัยเรื่องการวัดคุณภาพการบริการเป็นระยะเวลานาน เนื่องจากการให้คุณภาพการให้บริการนั้น ส่งผลกระทบอย่างสูงต่อองค์กรโดยตรง จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) สามารถวัดผลผ่านทัศนคติของผู้ประเมินที่มีต่อคุณภาพการบริการ ดังนั้น งานวิจัยนี้ จึงวัดผลคุณภาพการบริการของสมาคม และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและเจตนาพฤติกรรม (Behavioural Intentions) Park และคนอื่นๆ (2010) ได้ศึกษาเจตนาพฤติกรรมและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยได้ข้อสรุปว่า เจตนาพฤติกรรมที่ผู้บริโภค

มีความต้องการแสดงออกมานั้น สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ (ระดับพื้นฐาน ระดับกลาง และระดับสูง) โดยจำแนกเจตนาเหล่านั้น จากความยากง่ายในการแสดงออกของพฤติกรรม

Park, MacInnis และ Priester (2006) และ Park และคนอื่น ๆ (2010) ได้เสนอแนะว่า การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้าและผู้บริโภคนั้น สามารถเข้าใจโดยใช้ระดับของเจตนาพฤติกรรม (ในกรณีศึกษาครั้งนี้ ตราสินค้าหมายถึง สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวและผู้บริโภคหมายถึงสมาชิกสมาคมฯ) โดยงานวิจัยทั้งสองชิ้นที่กล่าวมานั้น ได้ยกพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภคเพื่อที่จะหาระดับความสัมพันธ์ โดยเกณฑ์การแบ่งระดับเจตนาพฤติกรรมเหล่านี้ สามารถแบ่งโดยค่านิยามระดับความทุ่มเทที่ผู้บริโภคเสียสละ เพื่อที่จะรักษาความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้าและตัวผู้บริโภค โดยระดับความทุ่มเท ความเสี่ยง และทรัพยากรที่ผู้บริโภคต้องทุ่มเทเพื่อรักษาความสัมพันธ์นั้น จะเป็นตัวแปรกำหนดความยากง่ายของเจตนาพฤติกรรม

งานวิจัยโดยทั่วไป มักวัดผลเจตนาพฤติกรรมระดับพื้นฐาน เนื่องจากเจตนาพฤติกรรมระดับสูงเป็นองค์ความรู้ใหม่ และมีนักวิจัยที่เข้าใจในทฤษฎีและทำงานวิจัยทฤษฎีนี้ค่อนข้างจำกัด ส่งผลให้ทฤษฎียังขาดการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ อยู่มาก อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้มีความประสงค์ที่จะเข้าใจทัศนคติและเจตนาพฤติกรรมของสมาชิกสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างถ่องแท้ ดังนั้น เจตนาชั้นสูงจะถูกนำมาใช้ในงานวิจัยนี้ด้วย เพื่อที่จะอธิบายกลไกทางทัศนคติและเจตนาพฤติกรรมได้อย่างถ่องแท้

เจตนาพฤติกรรมระดับพื้นฐานที่ศึกษา ได้แก่ ความจงรักภักดี (Loyalty) โดยการวัดผลว่า สมาชิกสมาคมฯ นั้น มีความจงรักภักดีต่อสมาคมฯ มาก

น้อยเพียงไร ทางคณะผู้วิจัยสามารถวัดผลผ่านพฤติกรรมต่างๆ เช่น การพูดปากต่อปากเกี่ยวกับสมาคมฯ (Word-of-Mouth) การแนะนำสมาคมฯ ให้ผู้อื่นรู้จัก (Willingness to Recommend) และเจตนาพฤติกรรมที่สองที่ศึกษาคือ ความต้องการในการลาจาก (Willingness to resign) เนื่องจากการลาจากนั้น สามารถสะท้อนความพึงพอใจ หรือความไม่พึงพอใจของสมาชิกต่อคุณภาพการดำเนินการให้บริการของสมาคมฯ Amine (1998) ได้เสนอแนะว่า สายใยความผูกพัน (Brand attachment) นั้น เป็นหนึ่งในสิ่งปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดี ความจงรักภักดีนั้น สะท้อนถึงความมุ่งมั่นที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า โดยผู้บริโภคจะพิจารณาภาพรวมของตราสินค้า และแสดงออกถึงอารมณ์เชิงบวกที่มีต่อตราสินค้า เช่น การชื่นชอบ การไม่ชื่นชอบ และสายใยความผูกพัน

งานวิจัยที่ปรากฏในงานของ Park และคนอื่น ๆ (2010) แสดงให้เห็นว่า ในการวัดผลนั้น พฤติกรรม สามารถแบ่งแยกออกเป็นระดับความยากง่ายในการแสดงออกที่ต่างกัน โดยที่พฤติกรรม เช่น การพูดปากต่อปาก การแนะนำสมาคม (บริษัท) ผู้อื่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมอื่นและการลาจากนั้น ถือเป็นเจตนาพฤติกรรมระดับง่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนั้น สามารถทำได้ง่าย มีแรงจูงใจที่จะแสดงออกน้อย จึงนับเจตนาพฤติกรรมเหล่านั้น ว่าเป็นเจตนาพฤติกรรมระดับง่ายหรือระดับพื้นฐาน และเจตนาพฤติกรรมระดับสูงนั้น จะแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าพฤติกรรมนั้นทำได้ยาก ต้องมีแรงจูงใจอย่างแรงกล้า ใช้ความพยายามมากกว่าพฤติกรรมอื่น ๆ ซึ่งสายใยความผูกพันนั้น ถูกจัดอันดับไว้ที่เจตนาพฤติกรรมระดับยาก หรือ เจตนาพฤติกรรมระดับสูง

คำอธิบายกรอบแนวคิด (Conceptual Framework)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ทางคณะผู้วิจัยจึงออกแบบกรอบแนวคิดสำหรับงานวิจัย ดังภาพที่ 1 ผู้วิจัยสร้างสมมติฐาน ดังนี้ ประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงานและสภาพแวดล้อมการทำงานนั้น ส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อคุณภาพการให้บริการของสมาคมฯ เนื่องจากถ้าสมาชิกพึงพอใจในประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงานเช่น พนักงานมีความรู้ ความสามารถ สามารถช่วยเหลือสมาชิกและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้สมาชิกเป็นอย่างดี คุณภาพของการให้บริการผ่านทางพนักงานนั้น จะส่งผลในแง่บวกต่อคุณภาพการดำเนินงานของสมาคมฯ อีกทั้งสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานที่สวยงาม อำนวยความสะดวกให้สมาชิกเป็นอย่างดี จะสามารถทำให้สมาชิกนั้นพึงพอใจในคุณภาพการบริการ และคุณภาพการบริการของสมาคมฯ นั้น จะส่งผลกระทบต่อเจตนาพฤติกรรมระดับพื้นฐาน นั่นคือ จะส่งผลให้เกิดความภักดีต่อสมาคม ทั้งนี้ คุณภาพการบริการที่ดีนั้น ควรจะส่งผลให้สมาชิกเกิดความภักดีต่อสมาคม และคุณภาพการบริการของสมาคมที่ดี ควรจะลดการเกิดการลาจากและความจงรักภักดีจะส่งผลให้เกิดสายใยความผูกพันกับสมาคม ในขณะที่การลาจากไม่มีความสัมพันธ์กับสายใยความผูกพันกับสมาคม

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: ประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงานส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการของสมาคมฯ

สมมติฐานที่ 2: สภาพแวดล้อมการทำงานส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการของสมาคมฯ

สมมติฐานที่ 3: คุณภาพด้านการบริการของสมาคมฯ ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดี

สมมติฐานที่ 4: คุณภาพด้านการบริการของสมาคมฯ ส่งผลเชิงลบต่อการลาจาก

สมมติฐานที่ 5: ความจงรักภักดีต่อสมาคมฯ ส่งผลเชิงบวกต่อสายใยความผูกพัน

สมมติฐานที่ 6: การลาจากมีความสัมพันธ์ส่งผลเชิงลบต่อสายใยความผูกพัน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1: คณะผู้วิจัยเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการสัมภาษณ์ ดร.อดิษฐ์ ชัยรัตนานนท์ ผู้ดำรงตำแหน่งเลขาธิการสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์มาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) (Smith, 2015)

ขั้นตอนที่ 2: หลังจากได้กรอบแนวคิดแล้ว คณะผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม และได้ใช้แหล่งข้อมูลทุติยภูมิต่างๆ (Secondary Data) ที่นักวิจัยท่านอื่น ๆ ได้ทำการทดสอบและตีพิมพ์ในวารสารวิชาการระดับนานาชาติ เพื่อนำคำถามต่าง ๆ มาพัฒนาในกรอบแนวคิดและสร้างชุดคำถามเพื่อทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ขั้นตอนที่ 3: คณะผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Random Sampling) โดยการนำรายชื่อสมาชิกทั้งหมด 1,364 คน มาเข้าโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ และให้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สุ่มลำดับรายชื่อสมาชิกทั้งหมด โดยที่ผู้วิจัยจะติดต่อสมาชิกตามลำดับที่โปรแกรม

คอมพิวเตอร์ได้จัดลำดับไว้ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง จาก Creswell (1994)

ขั้นตอนที่ 4: เมื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติแล้ว ผู้วิจัยจึงนำผลข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) โดยใช้วิธีการประมวลผลโดย Byrne (2016)

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล นักวิจัยส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งแนบลิ้งค์แบบสอบถามเพื่อให้สมาชิกของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งโปรแกรมการสร้างโมเดลสมการโครงสร้างชั้นสูงเพื่อประมวลผล และหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ ประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน คุณภาพการดำเนินการให้บริการ ความจงรักภักดี การลาจาก และสายใยความผูกพัน

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ สมาชิกและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวประมาณ 1,364 ราย (ATTA, n.d.) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งแนบลิ้งค์แบบสอบถามให้สมาชิกประเมิน จากสมาชิกทั้งหมด 1,364 ราย พบว่า จำนวนสมาชิกที่ตอบกลับมีจำนวนทั้งสิ้น 223 ราย และเมื่อทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล พบว่า จาก 223 รายนั้น มีข้อมูลที่สมบูรณ์ต่อการประมวลผลทางสถิติทั้งสิ้น 192 ราย

เนื่องจากงานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ดังนั้น การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงจำเป็นต้องใช้วิธีการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับโมเดลสมการ

โครงสร้างเท่านั้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำวิธีการคำนวณของ Jackson (2003); Kline และ Santor (1999) โดยการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างมีสูตร ดังนี้

สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง N:Q

$N =$ จำนวนของพารามิเตอร์ในโมเดล

$Q =$ อัตราส่วนแนะนำที่ 20:1

ดังนั้น การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณโดยแทนค่าได้ดังนี้

$N = 6$ (จำนวนของปัจจัยทั้งหมดในโมเดล)

$Q = 20:1$

$n = 6 \times 20; 120$

$n = 120$

ดังนั้น ในการเก็บข้อมูลทั้งหมด 192 รายนั้น สามารถนำมาประมวลผลตามสถิติได้จากการแนะนำของ Jackson (2003); Kline และ Santor (1999)

แบบสอบถามสามารถแบ่งได้เป็น 5 ส่วน ดังนี้

- 1) ประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงาน
- 2) สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน
- 3) คุณภาพด้านการดำเนินงาน
- 4) เจตนาพฤติกรรม
- 5) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ โดยส่วนที่ 1 ถึง 4 ใช้มาตราวัดแบบ Likert ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ระดับดังนี้ 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย 3 หมายถึง ไม่ค่อยเห็นด้วย 4 หมายถึง เฉย ๆ 5 หมายถึง ค่อนข้างเห็นด้วย 6 หมายถึง เห็นด้วย และ 7 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง และส่วนที่ 5 เป็นข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ โดยเป็นคำถามลักษณะที่ผู้ตอบเลือกได้หนึ่งตัวเลือกหรือระบุจำนวนตัวเลข

ตัวแปรที่จะศึกษามีทั้งหมด 6 ตัวแปร ได้แก่ ประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงาน สภาพแวดล้อมการดำเนินการ คุณภาพการบริการ ความจงรักภักดี การลาจาก และสายใยความผูกพัน

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมิติต่าง ๆ (ประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงานและสภาพแวดล้อมในการทำงาน) ต่อด้านคุณภาพการบริการและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการต่อเจตนาพฤติกรรม โดยเก็บข้อมูลจากสมาชิกสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 192 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างมีรายละเอียดดังนี้ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 192 คน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล แสดงจำนวนและร้อยละ ผลการวิเคราะห์พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 113 คน (ร้อยละ 58.85) และเพศชาย 79 คน (ร้อยละ 41.15) กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 46 ปี โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยที่สุดอยู่ที่ 22 ปี และอายุมากที่สุดอยู่ที่ 78 ปี ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี 132 คน (ร้อยละ 68.75) รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี 39 คน (ร้อยละ 20.31) ปวส. หรืออนุปริญญา 16 คน (ร้อยละ 8.33) และ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า 5 คน (ร้อยละ 2.60) ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานะสมรสแล้ว 98 คน (ร้อยละ 51.04) รองลงมา ดำรงสถานะโสด 85 คน (ร้อยละ 44.27) และหย่าร้าง 9 คน (ร้อยละ 4.69) ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว 132 คน (ร้อยละ 68.75) รองลงมาทำงานอยู่ในหน่วยงานด้านการโรงแรม 40 คน (ร้อยละ 20.83) และการขนส่ง 20 คน (ร้อยละ 10.42) ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นสมาชิกสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว และมีอายุสมาชิกเฉลี่ย 12 ปี โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ

สมาชิกน้อยที่สุดคือ 1 ปี และมีอายุสมาชิกมากที่สุดคือ 39 ปี โดยสมาชิกได้เข้าร่วมกิจกรรมของสมาคมเฉลี่ย 6 ครั้งต่อปี และมีจำนวนการเข้าร่วมมากที่สุดคือ 10 ครั้งต่อปี และน้อยที่สุดคือไม่เข้าร่วมกิจกรรมเลย

ปัจจัยที่คณะวิจัยสนใจทั้งหมด 6 ปัจจัย ดังนี้ ประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน คุณภาพการบริการ ความจงรักภักดี การลาจาก และสายใยความผูกพัน โดยคณะผู้วิจัยนำปัจจัยดังกล่าวมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 7 ระดับ โดยมีผลการศึกษา ดังนี้

ปัจจัยที่ 1: ประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงาน จากการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงานสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ดังนี้ “เมื่อฉันประสบปัญหา พนักงานของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวแสดงออกถึงความเต็มใจในการช่วยแก้ปัญหาของฉัน” มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 5.50 (จากคะแนนเต็ม 7 คะแนน โดยที่ 7 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.10 ลำดับที่สอง คือ “เมื่อฉันติดต่อประสานงานกับพนักงานของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว ฉันพบว่าการทำงานของพวกเขานั้นยอดเยี่ยม” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.39 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.15 ลำดับที่สาม คือ “พนักงานของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถตอบคำถามของฉันได้อย่างทันท่วงที” มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.30 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.09 ลำดับที่สี่ คือ “พนักงาน

ของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวไม่เพิกเฉยปัญหาของฉันทน์” มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.28 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.17 ลำดับที่ห้า “เมื่อฉันติดต่อประสานงานกับพนักงานของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว ฉันทน์พบว่าคุณภาพการดำเนินงานของพนักงานมีคุณภาพสูง” มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.26 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.13 ลำดับที่หก “ทัศนคติของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวสะท้อนว่า พวกเขาเข้าใจปัญหาของฉันทน์เป็นอย่างดี” ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.20 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.20 ลำดับที่เจ็ด “พนักงานของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวแก้ไขปัญหาของฉันทน์ได้อย่างรวดเร็ว” มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.15 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.19 ลำดับที่แปด “การแสดงออกของพนักงานของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวสะท้อนให้เห็นว่า พวกเขาเข้าใจปัญหาของฉันทน์ได้เป็นอย่างดี” มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.15 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.07 และลำดับที่เก้า “พนักงานของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวเข้าใจปัญหาของฉันทน์เป็นอย่างดี” มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.1 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.14

ปัจจัยที่ 2: สภาพแวดล้อมการทำงาน

จากการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมการทำงานของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ ดังนี้ ลำดับที่หนึ่ง “ทางสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวทราบดีว่า การออกแบบเคาน์เตอร์ให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของสมาคมฯ นั้นสำคัญต่อฉันทน์” มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.19 (จากคะแนนเต็ม 7 คะแนน โดยที่ 7 คะแนนหมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่งและ 1 คะแนนหมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) และมีค่าส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐานอยู่ที่ 1.11 ลำดับที่สอง “การออกแบบเคาน์เตอร์ให้บริการ และโครงสร้างต่าง ๆ ของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว ไม่เคยทำให้ฉันทน์ผิดหวัง” มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.09 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.13 และลำดับที่สาม “สภาวะแวดล้อมในการดำเนินงานของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว นั้นเป็นสิ่งที่ฉันทน์ถวิลหา” มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.97 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.20

ปัจจัยที่ 3: คุณภาพการบริการ

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการดำเนินงานของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ดังนี้ ลำดับที่หนึ่ง “ฉันทน์มีความพึงพอใจในคุณภาพในการให้บริการของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.64 (จากคะแนนเต็ม 7 คะแนน โดยที่ 7 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.10 ลำดับที่สอง “ฉันทน์เชื่อมั่นว่าสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวว่า ต้องส่งมอบการบริการระดับในจึงจะสนองตอบความต้องการของสมาชิกได้” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.54 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.18 ลำดับที่สาม “สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวทราบดีว่า เวลาารของฉันทน์มีค่า” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.48 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.22 และลำดับสุดท้าย “สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวทราบดีว่า การบริการระดับใดเป็นสิ่งที่ฉันทน์มองหาอยู่” มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.74 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.23

ปัจจัยที่ 4: ความจงรักภักดี

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีที่มีต่อสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเมื่อ

เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ดังนี้ ลำดับที่หนึ่ง “ฉันมีความพึงพอใจในคุณภาพในการให้บริการของสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.76 (จากคะแนนเต็ม 7 คะแนน โดยที่ 7 คะแนนหมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่งและ 1 คะแนน หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.06 ลำดับที่สอง คือ “ฉันจะติดต่อกับสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวให้มากขึ้นในสองถึงสามปีนี้” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.74 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.10 ลำดับที่สาม คือ “ฉันยกให้สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นตัวเลือกอันดับแรก” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.74 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.09 ลำดับที่สี่คือ “ฉันมักจะสนับสนุนให้เพื่อนหรือคนรู้จักให้เป็นสมาชิกสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.61 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.12 และลำดับสุดท้าย “เมื่อมีคนต้องการคำแนะนำฉันมักจะแนะนำสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวให้แก่พวกเขา” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.43 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.15

ปัจจัยที่ 5: การลาจาก

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการลาจากสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ดังนี้ ลำดับที่หนึ่ง “ถ้าหากมีสมาคมที่ดีว่าฉันพร้อมจะเป็นสมาชิกสมาคมที่เป็นคู่แข่ง” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.80 (จากคะแนนเต็ม 7 คะแนน โดยที่ 7 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งและ 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.96 ลำดับที่สอง “ฉันจะติดต่อกับสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวให้น้อยลงในสองถึงสามปีนี้” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 2.06

ปัจจัยที่ 6: สายใยความผูกพัน

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสายใยความผูกพันของตนเองและสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ดังนี้ ลำดับที่หนึ่ง “สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตฉัน และฉันเป็นทุกวันนี้ได้เพราะสมาคมฯ” (จากคะแนนเต็ม 7 คะแนน โดยที่ 7 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งและ 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.49 ลำดับที่สอง “ฉันรู้สึกว่าคุณมีความสัมพันธ์ส่วนตัวที่ดีต่อสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.40 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.31 ลำดับที่สาม “เมื่อมีคนกล่าวถึงสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว ความคิดและความรู้สึกเกี่ยวกับสมาคมฯ จะออกมาอย่างอัตโนมัติ” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.36 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.17 ลำดับที่สี่ “เมื่อมีคนกล่าวถึงสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว ความคิดและความรู้สึกเกี่ยวกับสมาคมฯ จะออกมาอย่างธรรมชาติและรวดเร็ว” โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.36 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.15

การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน หรืออยู่ในปัจจัย (Factor) เดียวกัน ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยวิธี Principle Component Analysis นั้น จำเป็นต้องพิจารณาค่า Eigenvalues และค่าที่นั่นต้องมีค่ามากกว่า 1 และค่า Factor Loading ไม่ต่ำกว่า 0.60 นอกจากนั้น ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ในตัวแบบสอบถาม โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นเมื่อค่า Cronbach's Alpha มากกว่า 0.05 เพื่อจะสรุปเป็นปัจจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรในวิธี

Structural Equation Modelling ต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำคำถามที่สอบถามกลุ่มตัวอย่าง มาทำการวิเคราะห์ยืนยันองค์ประกอบ โดยที่ปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์นั้น มีทั้งหมด 5 ปัจจัย เนื่องจากแบบสอบถามด้านความต้องการการลาจากนั้นมีข้อคำถามเพียง 1 ข้อจึงไม่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ จากรูปภาพที่ 2 จะเห็นได้ว่าการยืนยันองค์ประกอบทั้งหมดนั้นมีค่า p-value น้อยกว่า .001 จึงสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลผลในลำดับต่อไป

จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบค่า Cronbach's Alphas เพื่อพิสูจน์ค่าความเชื่อมั่นของปัจจัยต่าง ๆ ที่ใช้ในแบบสอบถาม โดยปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานมีค่า $\alpha = .96$, ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการทำงานมีค่า $\alpha = .88$, ปัจจัยด้านคุณภาพด้านการดำเนินงานมีค่า $\alpha = .93$, ปัจจัยด้านความจงรักภักดีมีค่า $\alpha = .93$, และปัจจัยด้านสายใยความผูกพันมีค่า $\alpha = .89$ ตามลำดับ เนื่องจากค่า Cronbach's Alphas มีค่าเกิน .7 แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามเหล่านี้มีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ จึงสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาดำเนินการประมวลผลขั้นต่อไปได้ (Nunnally & Bernstein, 1978)

ลำดับต่อมาผู้วิจัยได้ตรวจสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) และนำวิธีการประมวลผลของ Byrne (2016) มาใช้ โดยมีรายละเอียดผลโมเดลสมการโครงสร้างดังรูปภาพที่ 3

สมมติฐานที่ 1: ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานส่งผลต่อคุณภาพการบริการของสมาคมฯ

ผลการทดสอบ พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานส่งผลต่อคุณภาพการบริการ

อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่า $\beta = .39$ และ $p < .001$ ซึ่งค่า p-value ของน้ำหนักสัมพัทธ์นี้มีค่าน้อยกว่า .05 จึงสามารถสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 2: สภาพแวดล้อมการทำงานส่งผลต่อคุณภาพการบริการของสมาคมฯ

ผลการทดสอบ พบว่า สภาพแวดล้อมการทำงานส่งผลต่อคุณภาพด้านการบริการของสมาคมฯ โดยมีค่า $\beta = .54$ และมีค่า $p < .001$ ซึ่งค่า p-value ของน้ำหนักสัมพัทธ์นี้มีค่าน้อยกว่า .05 จึงสามารถสรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมการทำงานมีส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพด้านการบริการของสมาคมฯ อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 3: คุณภาพด้านการบริการของสมาคมฯ มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดี

ผลการทดสอบ พบว่า คุณภาพด้านการบริการของสมาคมฯส่งผลต่อความจงรักภักดี โดยมีค่า $\beta = .91$ และมีค่า $p < .001$ ซึ่งค่า p-value ของน้ำหนักสัมพัทธ์นี้มีค่าน้อยกว่า .05 จึงสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพด้านการดำเนินงานของสมาคมฯ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 4: คุณภาพด้านการบริการของสมาคมฯมีความสัมพันธ์ต่อการลาจาก

ผลการทดสอบ พบว่า คุณภาพด้านการบริการของสมาคมฯมีความสัมพันธ์ต่อการลาจากโดยมีค่า $\beta = -.18$ และมีค่า $p < .05$ ซึ่งค่า p-value ของน้ำหนักสัมพัทธ์นี้มีค่าน้อยกว่า .05 จึงสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพด้านการดำเนินงานของสมาคมฯ มีความสัมพันธ์ในเชิงลบต่อการลาจากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่า การเพิ่มคุณภาพการบริการ

สามารถลดอัตราการลาจากได้

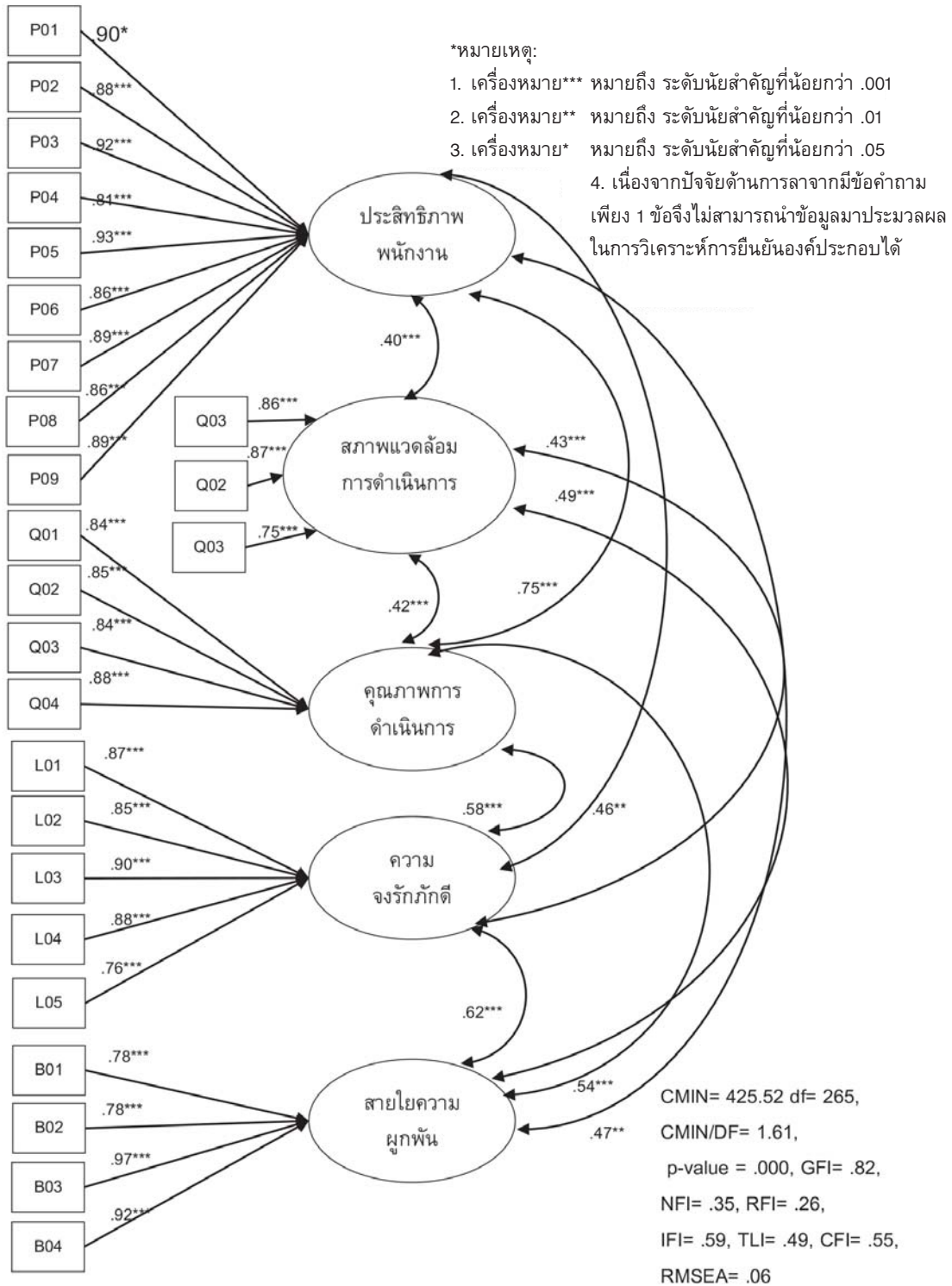
สมมติฐานที่ 5: ความจงรักภักดีต่อสมาคมฯ ส่งผลต่อสายใยความผูกพัน

ผลการทดสอบพบว่า ความจงรักภักดีต่อสมาคมฯ มีความสัมพันธ์ต่อการสายใยความผูกพันโดยมีค่า $\beta = .83$ และมีค่า $p < .001$ ซึ่งค่า p-value ของน้ำหนักความสัมพันธ์นี้มีค่าน้อยกว่า .05 จึงสามารถสรุปได้ว่า ความจงรักภักดีต่อสมาคมฯ ส่งผลต่อสายใยความผูกพันเชิงบวกต่อการลาจากอย่างมี

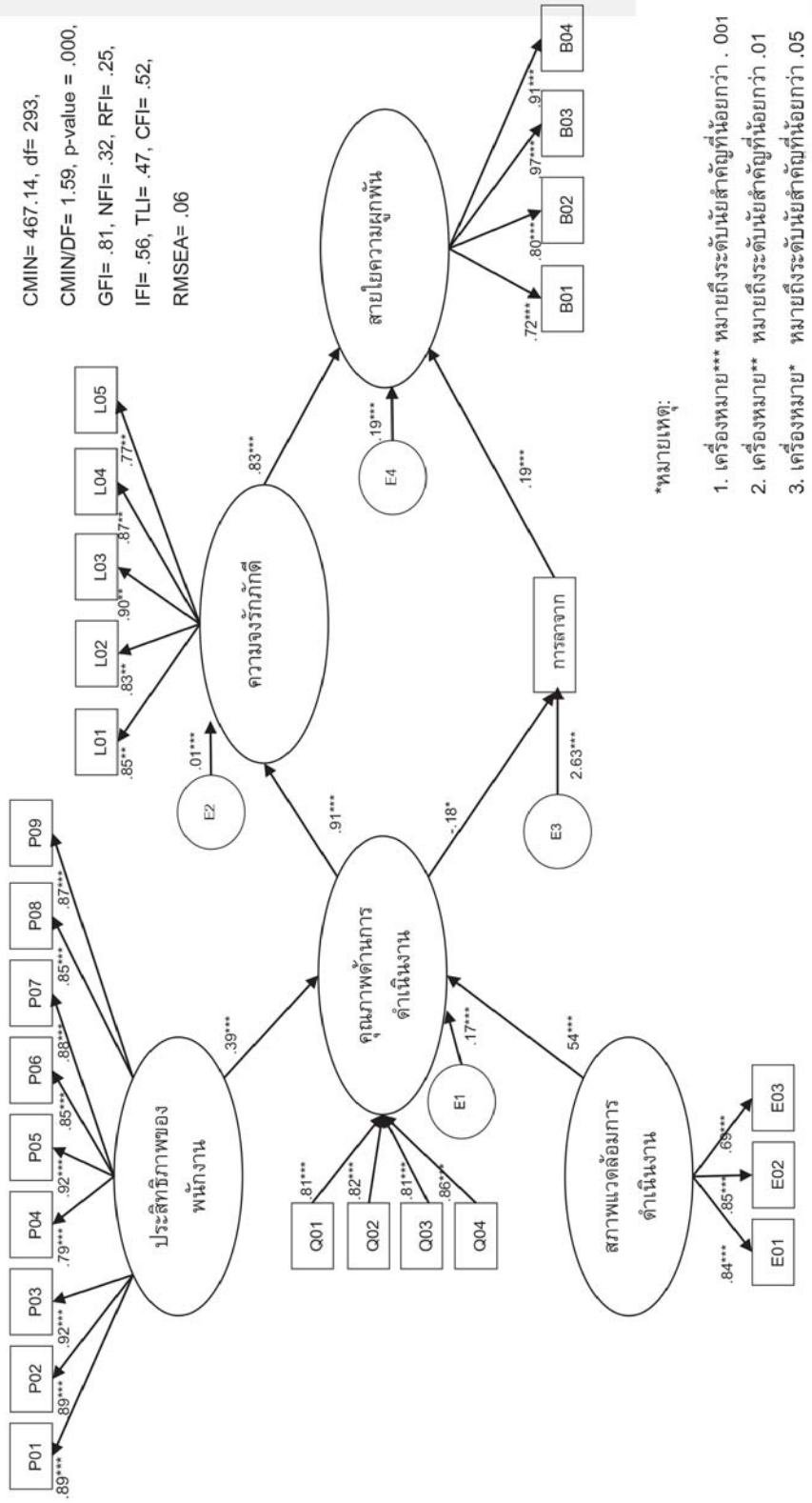
นัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 6: การลาจากมีความสัมพันธ์ส่งผลต่อสายใยความผูกพัน

ผลการทดสอบ พบว่า การลาจากส่งผลต่อการสายใยความผูกพันโดยมีค่า $\beta = .19$ และมีค่า $p < .01$ ซึ่งค่า p-value ของน้ำหนักความสัมพันธ์นี้มีค่าน้อยกว่า .05 จึงสามารถสรุปได้ว่า การลาจากมีส่งผลต่อการสายใยความผูกพันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



ภาพที่ 2 ผลวิเคราะห์การยืนยันขององค์ประกอบ (Confirmatory Factor Analysis: CFA)



*หมายเหตุ:

1. เครื่องหมาย*** หมายถึงระดับนัยสำคัญที่น้อยกว่า .001
2. เครื่องหมาย** หมายถึงระดับนัยสำคัญที่น้อยกว่า .01
3. เครื่องหมาย* หมายถึงระดับนัยสำคัญที่น้อยกว่า .05

ภาพที่ 3 ผลวิเคราะห์การยืนยันขององค์ประกอบ (Structural Equation Modeling: SEM)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 192 คน ผลการวิเคราะห์พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 113 คน อายุเฉลี่ย 46 ปี มีการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี 132 คน สมรสแล้ว 98 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว 132 คน โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นสมาชิกสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว และมีอายุสมาชิกเฉลี่ย 12 ปี อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมกิจกรรมของสมาคมเฉลี่ย 6 ครั้งต่อปี

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ทักษะคติเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงานสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว นั้น มีความรู้ ความสามารถ อีกทั้งยังเข้าใจในปัญหาของสมาชิก และช่วยสมาชิกแก้ไขปัญหาของสมาชิกสมาคมอย่างเต็มที่ พนักงานของทางสมาคมฯ แสดงออกถึงความกระตือรือร้นในการให้ความช่วยเหลือสมาชิก ในยามที่สมาชิกต้องการความช่วยเหลือ อีกทั้งพนักงานสมาคมฯ นั้น สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ยิ่งไปกว่านั้น สมาชิกยังมีทัศนคติต่อสภาพแวดล้อมในขณะที่สมาคมฯ ได้ส่งมอบการบริการอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี สมาชิกมีทัศนคติต่อการออกแบบสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ของสมาคม เช่น เคาน์เตอร์การให้บริการของสมาคมฯ นั้น สามารถอำนวยความสะดวกให้สมาชิกได้เป็นอย่างดี ซึ่งทัศนคติด้านประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงานและสภาพแวดล้อมในการทำงานนั้น ส่งผลกระทบในเชิงบวกแก่ผลการดำเนินการการให้บริการของสมาคมฯ

เมื่อคณะผู้วิจัยวัดผลด้านคุณภาพการบริการของสมาคมฯ ผลปรากฏว่า ทางสมาชิกรู้สึกเห็นว่า การบริการที่สมาคมฯ ส่งมอบให้แก่สมาชิกรู้สึกว่า สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้

ค่อนข้างดี อีกทั้งสมาชิกยังพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสมาคมฯ เมื่อคณะผู้วิจัยได้ศึกษาในรายละเอียดต่อไปพบว่า คุณภาพการให้บริการของสมาคมฯ ส่งผลต่อเจตนาพฤติกรรมขั้นพื้นฐานของสมาชิก กล่าวคือการทำสมาชิกรู้สึกพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ส่งผลให้สมาชิกต้องการแนะนำสมาคมให้ผู้อื่นได้รู้จัก อีกทั้งยังเล่าเรื่องสมาคมในแง่บวกที่ดีให้แก่ผู้อื่น อีกทั้งยังเลือกสมาคมเป็นตัวเลือกอันดับแรกในใจ เมื่อนึกถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม คุณภาพการดำเนินการการให้บริการของสมาคมฯ ยังส่งผลให้สมาชิกต้องการลาจากออกจากสมาคมน้อยลง จากข้อมูลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพที่ดีในการดำเนินการส่งมอบการบริการของสมาคมฯ นั้น สามารถเพิ่มความจงรักภักดีให้กับสมาคมฯ อีกทั้งยังสามารถลดอัตราการลาจาก หรือการเลิกการเป็นสมาชิกของสมาคมฯ ได้

ลำดับต่อมา เมื่อผู้วิจัยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเจตนาขั้นพื้นฐาน (ความจงรักภักดีและการลาจาก) ที่ส่งผลต่อเจตนาพฤติกรรมขั้นสูง ซึ่งคือสายใยความผูกพันระหว่างตัวสมาชิกและสมาคมฯ ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า สมาชิกมีความจงรักภักดีต่อสมาคมค่อนข้างสูง ส่งผลให้เกิดสายใยความผูกพันระหว่างสมาชิกและสมาคมฯ และเมื่อตรวจสอบถึงความต้องการลาจากออกจากสมาคมฯ ผลปรากฏว่าสมาชิกไม่เห็นด้วย

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้พบปัญหาด้านความผูกพันของสมาชิกที่มีต่อสมาคมฯ กล่าวคือ ความต้องการลาจากของสมาชิกรู้สึกว่า ควรจะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อสายใยความผูกพัน เนื่องจากการลาจากเป็นผลจากความไม่พึงพอใจหรือไม่เห็นด้วยต่อการส่งมอบการบริการของสมาคมฯ ดังนั้น ถ้าสมาชิกต้องการลาจาก แสดงให้เห็นถึงความทัศนคติในทางลบ

ที่มีต่อสมาคมฯ และเมื่อการลาจากส่งผลต่อสายใย ความผูกพัน สายใยความผูกพันนั้นจึงไม่ได้เป็นความ ผูกพันในแง่บวก ทว่าการผูกพันนี้เป็นความผูกพัน ในลักษณะเชิงลบ คณะผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้สมาคม ทำการศึกษาวิจัยกรอบแนวคิดที่ปรากฏในงานวิจัย ชั้นนี้อีกครั้ง อีกทั้งขยายกรอบแนวคิดโดยเน้นการหา สาเหตุแห่งการลาจาก ที่ส่งผลให้สมาชิกนั้นมีสายใย ความผูกพันเชิงลบต่อสมาคม เพื่อเป็นการจัดการ คุณภาพด้านการบริการ อีกทั้งยังสนองตอบความ ต้องการของสมาชิกและกำจัดทัศนคติและเจตนาใน การแสดงพฤติกรรมที่ส่งผลในเชิงลบต่อสมาคม

ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

งานวิจัยชิ้นนี้พบข้อเสนอแนะทางวิชาการดังนี้ จากผลงานวิจัยพบว่า สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน และประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของพนักงานส่ง ผลเชิงบวกต่อคุณภาพการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของ Parasuraman และคนอื่น ๆ (1988) อีกทั้งผลงานวิจัยพบว่าคุณภาพการดำเนินงานส่งผล เชิงบวกต่อความจงรักภักดีและสามารถลดความ ต้องการลาจากได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zeithaml และคนอื่น ๆ (1996) นอกจากนี้ ผลการ วิจัยพบว่าความจงรักภักดีส่งผลเชิงบวกต่อสายใย ความผูกพันซึ่งสนับสนุนงานวิจัยของ Amine (1998) อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้ค้นพบว่า ความต้องการลาจาก นั้น สามารถลดสายใยความผูกพัน ซึ่งผลการทดลองนี้ ยังไม่มีงานวิจัยใดค้นพบมาก่อน ดังนั้น งานวิจัยนี้ สามารถสร้างเพิ่มองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับสายใย ความผูกพัน เนื่องจากงานวิจัยส่วนใหญ่เน้นค้นหา ปัจจัยเชิงบวกที่ส่งผลต่อสายใยความผูกพัน ซึ่งปัจจัย เชิงลบสามารถส่งผลต่อสายใยความผูกพันอีกด้วย

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

จากข้อมูลทั้งหมดสมาคมฯ ผู้วิจัยได้เสนอ แนะนำการปรับปรุงสมาคมดังต่อไปนี้

1. การสร้างแผนแม่บทขององค์กร (Road map)

ถึงแม้ว่าผลเกณฑ์การประเมินในด้านคุณภาพ การดำเนินการทำให้บริการของสมาคมฯ จะอยู่ใน เกณฑ์ที่ค่อนข้างดี อย่างไรก็ตาม ทางสมาคมควรมี แผนการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิสัมพันธ์ของ พนักงาน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เสนอให้สมาคมร่างแผนแม่บท เพื่อเป็นการสื่อสารและอธิบายรายละเอียดต่าง ๆ ของทางสมาคมฯ เช่น หลักเกณฑ์ในการดำเนินงาน เป้าหมาย วัตถุประสงค์ หรือรายละเอียดต่าง ๆ ที่ทาง สมาคมฯ ได้วางแผนไว้ ทั้งนี้สมาคมฯ จะได้สามารถ สื่อสารถึงการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และเป้าหมายใน อนาคตขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานและการสร้างความจงรักภักดี

เนื่องจากความจงรักภักดีนั้นส่งผลต่อสายใย ความผูกพันของสมาชิกเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นหากทาง สมาคมฯ ต้องการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีนั้น องค์กร ควรมุ่งความสนใจในการสร้างความจงรักภักดีของ สมาชิก จากกรอบแนวคิดจะเห็นว่า การที่สมาชิก จะสร้างความจงรักภักดีได้นั้น เกิดจากการรับรู้และการ ประเมินคุณภาพการดำเนินงานของสมาคมฯ ดังนั้น สมาคมฯ จึงควรให้ความสนใจด้านสภาพ แวดล้อมการทำงาน โดยที่องค์กรสามารถพัฒนาด้าน สภาพแวดล้อมการทำงานและประสิทธิภาพในการ ปฏิสัมพันธ์ของพนักงานให้ดีขึ้น

3. การสำรวจความพึงพอใจของสมาชิก

จากผลแสดงให้เห็นว่า สมาชิกมีความต้องการที่จะลาออกจากสมาคม อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ ไม่ได้ศึกษาความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจของสมาชิก ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงไม่สามารถประเมินปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความไม่พึงพอใจทัศนคติเชิงลบ หรือปัจจัยด้านความต้องการลาออกจากสมาคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น สมาคมฯ จึงควรทำการศึกษาค้นคว้าวิจัยสาเหตุของความไม่พึงพอใจเหล่านี้ เพื่อลดปัญหาต่าง ๆ ที่จะสามารถก่อให้เกิดความผูกพันในเชิงลบต่อทางสมาคมฯ ได้

ข้อจำกัดในงานวิจัยและข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

ในงานวิจัยชิ้นนี้มีข้อจำกัดอยู่หลายประการ ข้อจำกัดแรกคือ ข้อมูลทั้งหมดนั้นถูกเก็บจากสมาคมฯ เพียงสมาคมเดียว ดังนั้น การนำข้อมูลนี้ไปใช้ในองค์กรอื่น ๆ หรือรูปแบบขององค์กรที่ไม่ใช่รูปแบบองค์กรแบบสมาคมนั้น อาจต้องใช้วิจารณ์ญาณของผู้ใช้ข้อมูล เนื่องจากรูปแบบขององค์กรที่ต่างกัน อาจส่งผลในผลจากการวิจัยไม่เหมือนกัน ดังนั้น คณะวิจัยจึงเสนอแนะให้ผู้วิจัยอื่น ๆ นั้น ทดสอบกรอบแนวคิดโดยใช้องค์กรแสวงหาผลกำไร บริษัท หรือตราสินค้าต่าง ๆ เพื่อยืนยันผลการทดลองต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยและให้ข้อมูลสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

บรรณานุกรม

- สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว. (ม.ป.ป.). เกี่ยวกับเรา. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2561, จาก http://www.atta.or.th/ATTAUI.aspx_180615
- Amine, A. (1998). Consumers' true brand loyalty: The central role of commitment. *Journal of Strategic Marketing*, 6(4), 305-319.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Mohr, L. A. (1994). Critical service encounters: The employee's viewpoint. *The Journal of Marketing*, 58(4), 95-106.
- Brady, M. K., & Cronin, J. J., Jr. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49.
- Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (3rd ed.). Oxon, UK: Routledge.
- Creswell, J. W. (1994). *Research design: Qualitative and quantitative approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The Sage handbook of qualitative research* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44.
- Harris, M. (1998). Doing it their way: Organizational challenges for voluntary associations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 27(2), 144-158.

- Jackson, D. L. (2003). Revisiting sample size and number of parameter estimates: Some support for the N: q hypothesis. *Structural Equation Modeling, 10*(1), 128-141.
- Kline, R. B., & Santor, D. A. (1999). Principles and practice of structural equation modelling. *Canadian Psychology, 40*(4), 381-383.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1978). *Psychometric theory*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL. *Journal of Retailing, 64*(1), 12-40.
- Park, C. W., MacInnis, D. J., & Priester, J. R. (2006). Beyond attitudes: Attachment and consumer behavior. *Seoul National Journal, 12*(2), 3-36.
- Park, C. W., MacInnis, D. J., Priester, J., Eisingerich, A. B., & Lacobucci, D. (2010). Brand attachment and brand attitude strength: Conceptual and empirical differentiation of two critical brand equity drivers. *Journal of Marketing, 74*(6), 1-17.
- Smith, J. A. (Ed.). (2015). *Qualitative psychology: A practical guide to research methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Stutely, R. (2014). *Numbers guide: The essentials of business numeracy* (6th ed.). Princeton, NJ: Bloomberg Press.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *The Journal of Marketing, 60*(2), 31-46.