แนวทางพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา

THE DEVELOPMENT LOGISTICS MANAGEMENT FOR TOURISM IN TALADBANMAI 100 YEARS, CHACHOENGSAO PROVINCE

ปิยะมาศ สื่อสวัสดิ์วณิชย์[1] และ ณัฐพงศ์ แต้มแก้ว[2]

Piyamas Suesawadwanit and Nattapong Tamkaew

Article History

Received: 16-02-2023; Revised: 31-05-2023; Accepted: 16-06-2023

https://doi.org/10.14456/issc.2023.61

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล การจัดการโลจิสติกส์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ในการวิจัยเชิงคุณภาพ จะมีกลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าของร้านค้าหรือคนในชุมชนตลาดบ้านใหม่ จำนวน 5 คน ที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึก ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ จะใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1) ภาพรวมของแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี อยู่ในระดับมากทั้งหมด พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 แนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 การจัดการโลจิสติกส์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

2) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ขายแก่นักท่องเที่ยวเพียงพอต่อความต้องการ ร้านค้ามีบริการชำระเงินหลากหลาย รูปแบบการจัดการสถานที่จอด

[1]นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

Master's degree, Faculty of Business Administration, Krirk University

E-mail: nuy_111@hotmail.com *Corresponding author

[2]อาจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

Lecturer, Ph.D., Faculty of Business Administration, Krirk University

รถเพียงพอ มีห้องน้ำที่สะอาดเพียงพอต่อความต้องการ มีสิ่งสนับสนุนช่วยอำนวยความสะดวก และผู้ประกอบการในพื้นที่ท่องเที่ยว มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารสื่อประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ: การจัดการโลจิสติกส์; การท่องเที่ยว; ตลาดบ้านใหม่

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the problematic state of tourism logistics management in Taladbanmai 100 years, Chachoengsao Province; behavior of tourists and Satisfaction towards the tourism logistics management of Taladbanmai 100 years, Chachoengsao Province. In qualitative research, there will be a sample of five shop owners or people in the Taladbanmai who can provide insights. Quantitative research division, the sample group will be 400 tourists who come to visit Taladbanmai, Chachoengsao Province by specific random sampling. The tools used to collect data are Interview form and questionnaire the statistics used in the research were multiple regression analysis.

The results of the research revealed that:

1) The overall picture of the development of tourism logistics, the 100-year new home market was at a high level. Tourist behavior with an average of 3.96. Logistics development guidelines. The mean value was 3.95. The satisfaction average value was 3.88. Logistics management. The mean was 3.79.

2) The results of the hypothesis testing found that the development of tourism logistics management, Taladbanmai 100 years, Chachoengsao Province, is that the products sold to tourists are sufficient to meet the demand. Merchants offer a variety of payment services. Adequate parking place management has a clean bathroom enough for the needs There are facilities to help facilitate and operators in tourist areas presenting information press release suggestions for research.

Keywords: Logistics management; Tourism; Taladbanmai

1. บทนำ

ในปัจจุบันด้านการแข่งขันของการค้า ราคาสินค้า จะอยู่ในภาคของอุตสาหกรรมและภาคเกษตร ซึ่งมีราคากำหนดอยู่ในระดับหนึ่ง ซึ่งเป็นตัวที่ควบคุมได้ยากในเรื่องของการกำหนดเวลา ในส่วนของต้นทุนทั้งภาคเกษตรและอุตสาหกรรม ส่วนที่สำคัญก็คือ ถ้าค่าขนส่งราคาถูกก็จะช่วยลดภาระต้นทุนของสินค้าได้ การให้บริการในภาคการขนส่ง ทำอย่างไรให้ส่งของได้ทันและถูกต้องมีการประสานกันหลายหน่วยงาน การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยมีหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน องค์กรที่ร่วมกันประชุมหารือประสานงานระดมสมองแก้ปัญหา เพื่อเปิดมิติใหม่ให้กับระบบการขนส่งสินค้า ซึ่งการขนส่งได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้นการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเริ่มต้นจากเรื่องการขนส่งนักท่องเที่ยว ตามกรอบแนวคิดของนักวิชาการที่ได้รับการยอมรับมากในยุโรปสองท่าน คือ Lumsdon and Page (2004)

ซึ่งมีผลงานที่ใช้ในการวิเคราะห์ด้าน Physical Flow และ Information Flow เป็นหลัก พบว่า นักท่องเที่ยวพิจารณาเรื่อง 1. สิ่งที่มีให้บริการ (Availability) ยานพาหนะที่มีให้บริการ เส้นทางที่เปิดให้บริการ 2. การเข้าถึง (Accessibility) ความสามารถของผู้คนที่จะสามารถใช้บริการได้การอำนวยความสะดวกให้ผู้คนมาใช้บริการได้ 3. ข้อมูลข่าวสาร (Information) การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว 4. เวลา (Time) การจัดตารางเวลาในการเดินรถหรือการให้บริการที่เหมาะสม 5. การเอาใจใส่นักท่องเที่ยว (Customer care) โดยการคำนึงถึงสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว

สังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลาย ความตึงเครียด พร้อมกับการได้รับความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้าน ขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว (ฉันทัช วรรณถนอม, 2552) แหล่งท่องเที่ยวประเทศไทยในภาคตะวันออก จึงเป็นจุดหมายแรกที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางมาเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ ซึ่งตลาดบ้านใหม่ 100 ปี เป็นชุมชนเก่าแก่ แห่งหนึ่งของจังหวัดที่มีวิถีชีวิตเดิมที่โดดเด่นที่แตกต่างจากชุมชนอื่น ๆ เป็นตลาดที่อยู่คู่กับชาวแปดริ้วมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เป็นย่านเศรษฐกิจเก่าแก่ที่มีอายุมากกว่า 150 ปี ชุมชนตลาดบ้านใหม่ ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย จึงมีความคิดที่จะพัฒนาตลาดบ้านใหม่ให้คึกคักเหมือนเดิม จึงได้รวมตัวกันจัดตั้งตลาดขึ้นใหม่ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยได้รับการสนับสนุนจากเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยสำนักงานภาคกลางเขต 8 ในช่วงเริ่มแรกก็ยังไม่มีคนเข้าร่วมมากนัก เพราะยังไม่เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ต่อมานักท่องเที่ยวก็เริ่มหันกลับมาสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น นิยมมาดูสภาพบ้านเรือน ความเป็นอยู่หรือร่องรอยทางประวัติศาสตร์ในอดีต จึงทำให้ตลาดบ้านใหม่เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น แต่ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตลาดบ้านใหม่มีนักท่องเที่ยวลดลงเป็นจำนวนมาก ธนายุส บุญทองและณรงค์ฤทธิ์ อดุลย์ฐานานุศักดิ์ (2564) และหน่วยงานรัฐ ไม่ได้เข้ามาสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) และด้วยสถานการณ์ที่ดีขึ้น นักท่องเที่ยวเริ่มออกท่องเที่ยวมากขึ้น แต่ตลาดยังไม่คึกคักเหมือนเดิมและปัญหาทางด้านการจัดการอื่น ๆ ที่มีจำนวนมาก ดังนั้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษาปัจจัยพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี นำผลการศึกษามาเพื่อพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล การจัดการโลจิสติกส์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา

3. สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. การจัดการโลจิสติกส์มีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา

3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา

4. ความพึงพอใจมีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา

4. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์

Langley (2012) การจัดการโลจิสติกส์คือ ส่วนหนึ่งของซัพพลายเชน ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติและการควบคุมประสิทธิภาพ ประสิทธิผลของกระแสการไหลและการจัดเก็บสินค้า การบริการและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากจุดกำเนิดไปสู่จุดการบริโภคเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศาสตราจารย์ผู้มีชื่อเสียง เช่น Bowersox and Closs (2012) และ Stock and Lambert (2001) กล่าวว่า โลจิสติกส์ คือ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมตลอดจนการประเมินผลการจัดหา จัดซื้อ จัดเก็บ เคลื่อนย้าย ผลิต ส่งมอบ กระจายสินค้า การไหลของข้อมูลย้อนกลับ เพื่อสร้างคุณค่าสูงสุดและมีต้นทุนในระดับที่ยอมรับได้เพื่อวัตถุประสงค์แห่งการบริการลูกค้า (Flint, Lusch & Vargo, 2014)

ทั้งนี้ Bravo and Carvalho (2013) และ Chengxue (2013) ได้นำเสนอเพิ่มเติมในองค์ประกอบด้านการออกแบบสินค้า (Product Design) และการจัดการวัตถุดิบ (Materials Management) การออกแบบเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ย้อนกลับ ซึ่งการออกแบบจะต้องมุ่งเน้นการออกแบบสินค้าชนิดที่ใกล้เคียงกันให้มีความสามารถทดแทนกันได้ กล่าวคือ สามารถนำวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์มาใช้ร่วมกันได้เพื่อลดความซับซ้อนในขั้นตอนการสั่งซื้อและสนับสนุนให้เกิดการนำกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น น็อต แผงวงจร สายไฟ เส้นลวดทองแดงหรือทองคำ เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว

โลจิสติกส์ท่องเที่ยว คือ การจัดการประสานงานระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อทำให้การไหลของนักท่องเที่ยว จากต้นทางไปสู่ปลายทางโดยไม่มีข้อผิดพลาด และยังทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุด จุดประสงค์ของการจัดการโลจิสติกส์ก็เพื่อให้ได้มา R ทั้ง 7 คือ Right Time, Right Place, Right Position, Right Cost, Right Customer และ Right Value แต่สำหรับโลจิสติกส์การท่องเที่ยวแล้ว ควรเพิ่ม Right Safety และ Green Thinking เข้าไปด้วย โดยเฉพาะเรื่องของความปลอดภัยในการท่องเที่ยวของตัวนักท่องเที่ยวเอง และความร่วมมือกันจากทุกภาคส่วนในเรื่องของการธำรงค์รักษาสิ่งแวดล้อม สถาปัตยกรรม การทำนุบำรุงรักษา (Hammervoll, Halse & Engelseth, 2014)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศตามโมเดลเศรษฐกิจ BCG โดยด้านอุปทาน ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวและนำโมเดลเศรษฐกิจ BCG มาใช้เป็นแนวทางในการผลิตสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และในด้านอุปสงค์ การท่องเที่ยวสามารถสร้างอุปสงค์ในระบบเศรษฐกิจ BCG ผ่านการบริโภคของนักท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) และ ธนายุส บุญทองและณรงค์ฤทธิ์ อดุลย์ฐานานุศักดิ์ (2564) กล่าวถึง ยุคหลังโควิด-19 รูปแบบการท่องเที่ยวได้เปลี่ยนไปจากเดิม มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เกิดกระแสการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

Cengiz (2010) อธิบายเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ว่า ปัจจุบันบริษัทและองค์กร ให้คุณค่าการบริหารจัดการความพึงพอใจของลูกค้าจากการประเมินคุณภาพของสินค้าและบริการมากขึ้น ระดับความพึงพอของลูกค้ายิ่งอยู่ในเกณฑ์สูงเท่าใดก็เป็นเครื่องชี้วัด

ถึงผลกำไรที่สูงของบริษัทในอนาคตเท่านั้น ความพึงพอใจสามารถแบ่งออกได้หลากหลายคุณลักษณะ เช่น การประเมินคุณภาพของสินค้าหลังจากซื้อไปใช้แล้วเมื่อเปรียบเทียบเทียบกับความคาดหวัง ก่อนซื้อ ความพึงพอใจของลูกค้านั้นสามารถสร้างประสบการณ์การรับรู้ได้ในหลายสถานการณ์และสัมพันธ์เชื่อมโยงกันกับความรู้สึกส่วนบุคคลโดยมีผลกระทบโดยตรงมาจากความคาดหวังของลูกค้า ความพอใจของลูกค้านั้นยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์การรับรู้ในการติดต่อกับองค์การ บริษัท ห้างร้าน มีการศึกษาวิจัยระบุว่าลูกค้าที่เกิดความพึงพอใจส่วนบุคคลนั้น คือผู้ซึ่งได้รับการรู้การเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ นภดล ร่มโพธิ์ (2554) กล่าวถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า เป็นการวัดความพึงพอใจลูกค้าและความพึงพอใจพนักงานกับการสร้างความได้เปรียบการแข่งขันด้วย ACSI Model: The American Satisfaction Index (ACSI) คิดค้นโดยมหาวิทยาลัยมิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกา อันได้แก่ 1. การรับรู้คุณภาพสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Quality) 2. ความคาดหวังที่มีต่อสินค้าหรือบริการ (Customer Expectation) 3. การรับรู้คุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Value)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์

Lumsdon and Page (2004) ได้เสนอกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์การขนส่งนักท่องเที่ยวไว้ 8 ประการ ในหนังสือเรื่อง Tourism and Transport ส่วนประการที่ 9 ถึง 12 นั้น คมสัน สุริยะ (2551) ได้เพิ่มเติมเข้าไปอันได้มาจากประสบการณ์การเดินทางในหลายประเทศ ดังต่อไปนี้ 1. สิ่งที่มีให้บริการ (Availability) หมายถึง ประเภทของยานพาหนะที่มีให้บริการ เส้นทางที่เปิดให้บริการและระดับชั้นของคุณภาพของบริการที่มีให้บริการ 2. การเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง ความสามารถของผู้คนที่จะสามารถใช้บริการได้การอำนวยความสะดวก ให้ผู้คนมาใช้บริการได้ 3. ข้อมูลข่าวสาร (Information) การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว เพื่อให้ผู้โดยสารไม่เกิดความสับสนในการเดินทางและสามารถวางแผนล่วงหน้าได้รวมถึงสถานที่ที่ให้ข้อมูลข่าวสารนั้นต้องอำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสารสามารถติดตามข่าวสารได้โดยง่าย ไม่ติดประกาศไว้ในที่ลึกลับเกินไป 4. เวลา (Time) หมายถึง การจัดตารางเวลาในการเดินรถหรือการให้บริการที่เหมาะสม ความรวดเร็วในการเดินทางรวมทั้งความสามารถในการรักษาเวลา ความตรงต่อเวลา 5. การเอาใจใส่นักท่องเที่ยว (Customer Care) การคำนึงถึงสวัสดิภาพของผู้โดยสาร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สวิตต์ จันทร์ธาดารัตน์และซูลกิฟลี มาหะมะ (2562) ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษาหมู่บ้านคีรีวง เพื่อหาแนวทางการเพิ่มมูลค่าให้กับสถานที่ท่องเที่ยว โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลของนักท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถาม และ สรุปข้อมูลโดยแยกเป็นปัจจัยหลักได้ ดังนี้ 1. ปัจจัยส่วนบุคคล/การเดินทาง/ใช้บริการ/ข้อมูลของนักท่องเที่ยว/ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว/ความสนใจและสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับจากการท่องเที่ยว 2. สมมติฐานระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันและปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน 3. ปัญหาที่พบในห่วงโซ่อุปทาน ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาความพึงพอใจ และสถานการณ์โลจิสติกส์เชิงท่องเที่ยวในปัจจุบันและหาแนวทางในการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์เชิงท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น ปัจจัยหลักที่ 1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีช่วงอายุอยู่ที่ 20-30 ปี และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทมีรายได้ส่วนมากอยู่ที่ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน และรองลงมาคือ มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา และไม่มีรายได้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่เคยมายังหมู่บ้านคีรีวง เดินทางโดยรถส่วนตัว เกือบทั้งหมดจะพักค้างแรมที่หมู่บ้านคีรีวง และส่วนใหญ่รู้จักหมู่บ้านคีรีวงมาจากนิตยสารกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คาดหวังว่าจะได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดีอากาศสดชื่น รองลงมาคาดหวังความสมบูรณ์และสวยงามของธรรมชาติในหมู่บ้านคีรีวง และความสนใจในสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงหากมีรถ ปัจจัยหลักที่ 2. การตั้งสมมติฐานระหว่างความแตกต่างกันของแต่ละคนส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปตามปัจจัยย่อย ผลสรุป เพศที่ต่างกันไม่มีผลทำให้ความพึงใจ

ต่อหมู่บ้านคีรีวงแตกต่างกัน ช่วงอายุที่ต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจต่อหมู่บ้านคีรีวงต่างกัน อาชีพที่ต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อหมู่บ้านคีรีวงต่างกัน และปัจจัยอื่น ๆ ตามลำดับ ปัจจัยหลักที่ 3. ปัญหาที่พบในห่วงโซ่อุปทาน การจัดหาวัตถุดิบตามช่วงฤดูกาลขาดความรู้ใน การบริหารสินค้าคงคลัง บุคลากรขาดความรู้ความชำนาญ ระยะทางที่ห่างไกลจากแหล่งวัตถุดิบ ต้นทุน การขนส่งการจัดหาวัตถุดิบตามช่วงฤดูกาลร้อยละ 24.39 ขาดความรู้ในการบริหารสินค้าคงคลัง ร้อยละ 24.39 บุคลากรขาดความรู้ความชำนาญ ร้อยละ 21.95 ระยะทางที่ห่างไกลจากแหล่งวัตถุดิบ ร้อยละ 17.07 ต้นทุนการขนส่ง ร้อยละ 12.20

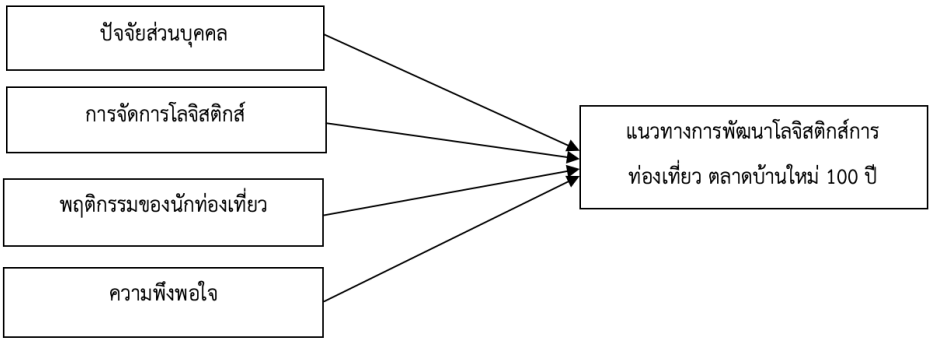
ปิยาพัชร วัฒนแสงประเสริฐ (2563) ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา : จังหวัดนครนายก เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษาจังหวัดนครนายก ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในภาพรวมมีอายุ 25-34 ปี ทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวนครนายก 2-3 ครั้ง เพื่อความเพลิดเพลิน/พักผ่อนหย่อน และ มีรูปแบบการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดนครนายกในลักษณะวางแผนการเดินทางโดยการปรึกษาเพื่อน/คนรู้จัก มีระยะเวลาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก 2 วัน 1 คืน เลือกใช้พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก โดยใช้ รถยนต์ ได้รับทราบข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต/Social Media เลือกพักรีสอร์ท ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการมาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก มากกว่า 2,000 บาท นักท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ต่อองค์ประกอบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในภาพรวม โดยสรุป ผลการวิจัยองค์ประกอบระหว่างเดินทาง การจัดการการไหลเวียนด้านความปลอดภัย ด้านระยะเวลา ด้านข้อมูลข่าวสารและด้านการชำระเงินเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ส่วนองค์ประกอบก่อนการเดินทางการจัดการการไหลเวียนด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และประสิทธิภาพในการพยากรณ์ขององค์ประกอบ โลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายกส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว ร้อยละ 96.00 ส่วนที่เหลือร้อยละ 4.00 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่น

อรรนพ เรืองกัลป์ปวงศ์ และสราวรรณ์ เรืองกัลป์ปวงศ์ (2563) ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ ประชาชนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ภาครัฐ (การท่องเที่ยวและกีฬา อบต. รองนายกเทศมนตรีเมืองไร่ขิง และหมวดการทางนครชัยศรี) จำนวน 400 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้เพื่ออธิบายและยืนยันข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 13 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์และสรุปเนื้อหา ผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สามารถตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ได้ดังนี้ ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการสารสนเทศ การจัดการทางกายภาพและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ดังสมการอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม = 0.250 + 0.365 (สิ่งอำนวยความสะดวก) + 0.275 (การจัดการสารสนเทศ) + 0.232 (การจัดการทางกายภาพ) + 0.052 (สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว)

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



6. ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ เจ้าของร้านค้าหรือคนในชุมชนตลาดบ้านใหม่ จำนวน 5 คน

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้สูตรคอแครน Cochran (1953) กำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผลความคลาดเคลื่อนและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล การจัดการโลจิสติกส์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจ
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ แนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา

3. ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาเรื่องแนวทางพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม การจัดการโลจิสติกส์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจและแนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2565 ถึงเดือนมกราคม 2566

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการวิจัยเชิงคุณภาพก่อน เพื่อยืนยันกรอบแนวคิดการวิจัยโดยการสัมภาษณ์และทำการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม ดังรายละเอียดดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบสัมภาษณ์ ซึ่งประกอบไปด้วยคำถาม 5 กลุ่ม

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นใหม่ โดยการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เครื่องมือแบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามทางด้านปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 9 ข้อ โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ให้เลือกเพียง 1 คำตอบ (Multiple Choice)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรส่วนประเมินคำตอบ (Rating Scale) จำนวน 10 ข้อ โดยแบ่งมาตราส่วนประเมินคำตอบเป็น 5 ระดับตามแบบลิเคิร์ท (Likert's Scale)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรส่วนประเมินคำตอบ (Rating Scale) จำนวน 7 ข้อ โดยแบ่งมาตราส่วนประเมินคำตอบเป็น 5 ระดับตามแบบลิเคิร์ท (Likert's Scale)

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรส่วนประเมินคำตอบ (Rating Scale) จำนวน 5 ข้อ โดยแบ่งมาตราส่วนประเมินคำตอบเป็น 5 ระดับตามแบบลิเคิร์ท (Likert's Scale)

ตอนที่ 5 แบบสอบถามแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรส่วนประเมินคำตอบ (Rating Scale) จำนวน 5 ข้อ โดยแบ่งมาตราส่วนประเมินคำตอบเป็น 5 ระดับตามแบบลิเคิร์ท (Likert's Scale)

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

5. การทดสอบเครื่องมือวิจัย

1. การหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Validity) งานวิจัยนี้ผู้วิจัยให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จำนวน 3 คน เกณฑ์ในการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่กำหนด โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.50 ผลการตรวจสอบพบว่าทุกข้อคำถามผ่านความตรงเชิงเนื้อหาทุกข้อคำถาม

2. การทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน

3. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคแอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) ต้องมีค่าความสอดคล้องภายในตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Nunnally, 1978) และค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (Item–Total correlation) มีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป (Field, 2005) ในงานวิจัยนี้ พบว่า การจัดการโลจิสติกส์ ค่าครอนบัคแอลฟาเท่ากับ 0.896 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว มีค่าครอนบัคแอลฟาเท่ากับ 0.834 ความพึงพอใจ ค่าครอนบัคแอลฟาเท่ากับ 0.900 และแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์ ค่าครอนบัคแอลฟาเท่ากับ 0.790

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษาแบ่งวิธีการเก็บข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน คือ

1. ศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2. ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูล และข้อมูลจากประสบการณ์ตรงของผู้ประกอบการในพื้นที่ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จำนวน 5 คน ณ บริเวณร้านค้าของผู้ประกอบการ ของนางสาวสาวิตรี จ.คุโนปกรณ์

3. ข้อมูลจากการเข้าไปสังเกตในพื้นที่ท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ จำนวน 2 คน ตั้งแต่เวลา 9.00-15.00 น.

ทั้งนี้ในการสัมภาษณ์จะทำการจดบันทึกเพื่อช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูล และจะใช้เวลาสัมภาษณ์โดยประมาณ

20-30 นาที ต่อผู้ให้สัมภาษณ์หนึ่งท่าน ซึ่งจะดำเนินการในระหว่างช่วงเวลาที่ผู้ประกอบการมีความสะดวก และไม่กระทบต่อการขายผลิตภัณฑ์

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. หลังจากที่ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผลการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษากรอบแนวคิดในการวิจัย

2. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยขอความอนุเคราะห์ในการแจกแบบสอบถามไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและสนับสนุนการวิจัย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

3. ผู้วิจัยทำการรวบรวมให้ได้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด เมื่อเก็บรวบรวมเสร็จแล้วตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม และจัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม

7. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. ใช้วิธีทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรม ความพึงพอใจ และการพัฒนาโลจิสติกส์ โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive analysis) ได้แก่ ค่าจำนวน (n) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

2. ใช้วิธีทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สถิติการประมาณค่ากลุ่มประชากร t-Test และ F-Test ใช้วิเคราะห์ความแตกต่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรศาสตร์ (One-Way ANOVA) ทดสอบสมมติฐานทางสถิติ คือ การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้เพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติบนคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

7. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ปัจจุบันสถานการณ์ของตลาดบ้านใหม่ 100 ปี หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 แล้วนักท่องเที่ยวยังน้อยกว่าเมื่อครั้งก่อนเกิดโรค แต่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ เนื่องจากเป็นสินค้าท้องถิ่นที่หาง่าย และเป็นสินค้า (อาหารดั้งเดิม) ปัญหาของการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว พบการจัดการสถานที่จอดรถ มีห้องน้ำสาธารณะให้บริการและสะอาด มีสิ่งสนับสนุนช่วยอำนวยความสะดวก การสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ด้านมนุษยสัมพันธ์ของผู้ประกอบการที่ดีเกิดความประทับอยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ราคาสินค้าเหมาะสมกับวัตถุดิบ การให้บริการที่รวดเร็ว การให้ข้อมูลข่าวสารการเดินทางมาท่องเที่ยวตามเส้นทางการศึกษาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างทั่วถึง มีความปลอดภัยขณะเดินเที่ยวมีสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และการคงเอกลักษณ์ของวิถีชุมชนโบราณไว้ ไม่เหมือนตลาดท่องเที่ยวอื่นที่เป็นการสร้างขึ้นมา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีรถยนต์ส่วนตัวสะดวกแก่การเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเคยชมกับผู้ประกอบการที่นี่อากาศดี ติดแม่น้ำ ไม่ร้อนอบอ้าว เหมาะแก่การเดินทางมาพักผ่อนและรับประทานอาหาร รวมถึงซื้อของฝาก ขนมโบราณและของใช้โบราณ แนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ ประเด็นแรก ผู้ประกอบการในพื้นที่ต้องเข้าใจการจัดการพื้นที่ การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวที่ต้องผสมผสานกันกับทัศนคติของการท่องเที่ยวแบบใหม่ในวัฒนธรรมเดิม ประเด็นที่สอง หน่วยงานภาครัฐ ต้องเข้ามาช่วยเหลือ สนับสนุน ส่งเสริมด้วยช่องทางการตลาด ความปลอดภัย ห้องน้ำ การทำคอนเทนต์มากขึ้น ประเด็นที่สาม หน่วยงานภาคเอกชนนำกลุ่มนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวมากขึ้น จัดระบบการเยี่ยมชม มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 74.50 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.00 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 81.30 รายได้ต่อเดือน 15,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.80 ภูมิลำเนา/เดินทางมาเที่ยว เป็นคนจังหวัดกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 62.80 ประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.80 ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 96.50 และรู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว จากช่องทาง Social Media เช่น Facebook คิดเป็นร้อยละ 66.50

ในภาพรวมของแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี อยู่ในระดับมากทั้งหมด พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 แนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 การจัดการโลจิสติกส์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านเพศต่างกันมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทางด้านอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 1

การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างการจัดการโลจิสติกส์และการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา

ตัวแปร	B	SE	Beta	*t*	Sig
(Constant)	1.91	.19		9.63	.00
1. การให้บริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว (X_1)	-.10	.05	-.11	-1.85	.06
2. ผลิตภัณฑ์ที่ขายแก่นักท่องเที่ยวเพียงพอต่อความต้องการ (X_2)	.45	.06	.53	7.32	.00*
3. ร้านค้ามีบริการชำระเงินหลากหลายรูปแบบ (X_3)	.18	.04	.20	4.16	.00*
4. การจัดการสถานที่จอดรถเพียงพอ (X_4)	.17	.04	.23	3.85	.00*
5. มีห้องน้ำที่สะอาด เพียงพอต่อความต้องการ (X_5)	.34	.06	.34	6.07	.00*
6. มีสิ่งสนับสนุนช่วยอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกทาง ผู้นำเที่ยว เป็นต้น (X_6)	-.32	.05	-.30	-5.86	.00*
7. การจัดการสิ่งแวดล้อมชุมชนอย่างต่อเนื่องเพื่อความยั่งยืนของตลาด 100 ปี (X_7)	-.08	.05	-.08	-1.61	.11
8. ผู้ประกอบการในพื้นที่ท่องเที่ยวมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร สื่อประชาสัมพันธ์ (X_8)	-.12	.06	-.15	-2.04	.04*
9. หน่วยงายภาครัฐมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ (X_9)	.12	.06	.17	1.89	.06
10. มีการเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอุบัติเหตุ เช่น ป้องกันอัคคีภัย การจมน้ำ การปฐมพยาบาล เป็นต้น (X_{10})	-.06	.06	-.07	-.98	.32

$R = .77$, $R^2 = .58$, SEE = .51, F = 55.62, Sig = .00*

จากตารางที่ 1 พบว่า การจัดการโลจิสติกส์มีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ขายแก่นักท่องเที่ยวเพียงพอต่อความต้องการ ร้านค้ามีบริการชำระเงินหลากหลายรูปแบบ การจัดการสถานที่จอดรถเพียงพอ มีห้องน้ำที่สะอาด เพียงพอต่อความต้องการ มีสิ่งสนับสนุนช่วยอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกทาง ผู้นำเที่ยว เป็นต้น และผู้ประกอบการในพื้นที่ท่องเที่ยวมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร สื่อประชาสัมพันธ์มีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยสมการถดถอยพหุ คือ $Y = 1.91 - 0.10(X_1) + 0.45(X_2) + 0.18(X_3) + 0.17(X_4) + 0.34(X_5) - 0.32(X_6) - 0.08(X_7) - 0.12(X_8) + 0.12(X_9) - 0.06(X_{10})$ โดยสามารถทำนายได้ร้อยละ 58

ตารางที่ 2

การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา

ตัวแปร	B	SE	Beta	*t*	Sig
(Constant)	.68	.20		3.36	.00
1. มีความสนใจให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X_1)	-.07	.04	-.09	-1.59	.11
2. ให้ความร่วมมือต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อการยั่งยืน เช่น ทิ้งขยะในสถานที่จัดเตรียมไว้ ลดการใช้ถุงพลาสติกใส่สินค้า เป็นต้น (X_2)	.13	.06	.17	2.40	.02*
3. ยินดีที่จะชำระเงินมากขึ้น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (X_3)	.01	.05	.01	.15	.88
4. ช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวของตลาดบ้านใหม่ 100 ปี (X_4)	.74	.05	.69	15.67	.00*
5. เมื่อนักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก สามารถรอคอยคิวซื้อสินค้าหรือบริโภคได้ (X_5)	.02	.05	.02	.40	.69

$R = .75$, $R^2 = .56$, SEE = .53, $F = 99.71$, Sig = .00*

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ให้ความร่วมมือต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อการยั่งยืน เช่น ทิ้งขยะในสถานที่จัดเตรียมไว้ ลดการใช้ถุงพลาสติกใส่สินค้า เป็นต้น และช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวของตลาดบ้านใหม่ 100 ปี มีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยสมการถดถอยพหุ คือ $Y = .68 - 0.07(X_1) + 0.13(X_2) + 0.01(X_3) + 0.74(X_4) + 0.02(X_5)$ โดยสามารถทำนายได้ร้อยละ 56.00

ตารางที่ 3

การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างความพึงพอใจนักท่องเที่ยวและการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา

ตัวแปร	B	SE	Beta	*t*	Sig
(Constant)	1.94	.18		10.77	.00
1. มีความพึงพอใจต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (X_1)	-.06	.04	-.06	-1.37	.17
2. มีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการเดินทาง (X_2)	.57	.04	.56	13.29	.00*
3. มีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการชำระเงินของร้านค้า (X_3)	-.08	.05	-.10	-1.63	.10
4. มีความพึงพอใจต่อการรักษาความปลอดภัย (X_5)	-.16	.07	-.15	-2.21	.03*
5. มีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวก (X_5)	.05	.07	.05	.75	.46
6. มีความพึงพอใจต่อการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม (X_6)	.48	.05	.59	8.99	.00*
7. มีความพึงพอใจต่อการให้ความสำคัญต่อท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (X_7)	-0.26	.06	-.24	-4.53	.00*

$R = .75$, $R^2 = .55$, SEE = .53, $F = 70.41$, Sig = .00*

จากตารางที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจขอนักท่องเที่ยวมีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า มีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการเดินทาง มีความพึงพอใจต่อการรักษาความปลอดภัย มีความพึงพอใจต่อการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม และมีความพึงพอใจต่อการให้ความสำคัญต่อท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยสมการถดถอยพหุ คือ $Y = 1.94 - 0.06(X_1) + 0.57(X_2) - 0.08(X_3) - 0.16(X_4) + 0.05(X_5) + 048(X_6) - 0.26(X_7)$ โดยสามารถทำนายได้ร้อยละ 55.00

8. อภิปรายผล

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล การจัดการโลจิสติกส์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา

การจัดการโลจิสติกส์มีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลิตภัณฑ์ที่ขายแก่นักท่องเที่ยวเพียงพอต่อความต้องการ ร้านค้ามีบริการชำระเงินหลากหลายรูปแบบ การจัดการสถานที่จอดรถเพียงพอ มีห้องน้ำที่สะอาด เพียงพอต่อความต้องการ มีสิ่งสนับสนุนช่วยอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกทางผู้นำเที่ยว เป็นต้น และผู้ประกอบการในพื้นที่ท่องเที่ยวมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร สื่อประชาสัมพันธ์มีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา สอดคล้องกับ ปิยาพัชร วัฒนแสงประเสริฐ (2563) ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา: จังหวัดนครนายก เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษาจังหวัดนครนายก พบว่า องค์ประกอบระหว่างเดินทาง การจัดการการไหลเวียนด้านความปลอดภัย ด้านระยะเวลา ด้านข้อมูลข่าวสารและด้านการชำระเงินเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ให้ความร่วมมือต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อการยั่งยืน เช่น ทิ้งขยะในสถานที่จัดเตรียมไว้ ลดการใช้ถุงพลาสติกใส่สินค้า เป็นต้น และช่วยประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวของตลาดบ้านใหม่ 100 ปี มีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา สอดคล้องกับ สวิตต์ จันทร์ธาดารัตน์และชูลกิฟลี มาหะมะ (2562) ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง เพื่อหาแนวทางการเพิ่มมูลค่าให้กับสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่รู้จักหมู่บ้านคีรีวงมาจากนิตยสารกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คาดหวังว่าจะได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดี อากาศสดชื่น รองลงมาคาดหวังความสมบูรณ์และสวยงามของธรรมชาติในหมู่บ้านคีรีวง และความสนใจในสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงหากมีรถ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า มีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการเดินทาง มีความพึงพอใจต่อการรักษาความปลอดภัย มีความพึงพอใจต่อการสนับสนุนด้านสิ่งแวดล้อม และมีความพึงพอใจต่อการให้ความสำคัญต่อท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีผลต่อการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา สอดคล้องกับ อรรนพ เรืองกัลป์ปวงศ์ และสราวรรณ์ เรืองกัลป์-ปวงศ์ (2563) ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการสารสนเทศ การจัดการทางกายภาพและสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ดังสมการอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม = 0.250 + 0.365 (สิ่งอำนวยความสะดวก) + 0.275 (การจัดการสารสนเทศ) + 0.232 (การจัดการทางกายภาพ) + 0.052 (สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว)

เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา

แนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 โดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีสถานที่ท่องเที่ยว ต้องจัดให้มีความปลอดภัย เช่น อัคคีภัย ภัยทางน้ำ การโจรกรรม เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 รองลงมาคือ หน่วยงานภาครัฐ ควรสนับสนุนด้านการคมนาคม การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และต้องมีสิ่งที่ให้บริการ เพียงพอ สะดวกต่อการเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 สอดคล้องกับ เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ (2555) ศึกษาเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.82) ด้านการไหลทางกายภาพได้รับความพึงพอใจต่ำสุดในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.20) ความคิดเห็นด้านความพร้อมและแนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวให้ดีขึ้นนั้น ควรมีความพร้อมด้านการทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย

แนวทางในการเพิ่มศักยภาพและการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ แผนฟื้นฟูการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับสถานที่และกิจกรรมทางวัฒนธรรม แผนพัฒนาแนวทางการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี จังหวัดฉะเชิงเทรา และสร้างแผนความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่และการเพิ่มอัตราการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

9. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

มุมของโลจิสติกส์การท่องเที่ยว นอกจาก 7R คือ Right Time, Right Place, Right Position, Right Cost, Right Customer และ Right Value แล้วจะต้องมี Right Safety และ Green Thinking เข้าไปด้วย (Hammervoll, Halse & Engelseth, 2014) จากผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวต้องผสมผสานกันกับทัศนคติของการท่องเที่ยวแบบใหม่ในวัฒนธรรมเดิม หน่วยงานภาครัฐต้องเข้ามาช่วยเหลือ สนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เข้าถึงข้อมูล ส่งเสริมการตลาดให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ที่ขายแก่นักท่องเที่ยวเพียงพอต่อความต้องการ ร้านค้ามีบริการชำระเงินหลากหลายรูปแบบ การจัดการสถานที่จอดรถเพียงพอ มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดี มีความปลอดภัยทางด้านอัคคีภัย ภัยทางน้ำ และการโจรกรรม นอกจากนี้ผู้ประกอบการในพื้นที่ท่องเที่ยวต้องให้บริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญต่อท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและคงอัตลักษณ์ชุมชนตลาดบ้านใหม่

ในมุมนโยบายการพัฒนาจังหวัด ตามแผนพัฒนาจังหวัดและแผนปฏิบัติราชการประจำปีของจังหวัดฉะเชิงเทรา ต้องกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวตลาดบ้านใหม่ 100 ปี ด้วย ตามวิสัยทัศน์ของจังหวัดฉะเชิงเทรา “เมืองน่าอยู่น่าเที่ยว น่าลงทุน พัฒนาสู่เมืองอัจฉริยะ EEC”

10. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจ ต้องให้ความสนใจลูกค้า ด้านความปลอดภัยภายในสถานที่ท่องเที่ยว มีห้องน้ำสาธารณะ (รถห้องน้ำสาธารณะ) อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยอาจจะขอความอนุเคราะห์ไปยังหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุน

2. หน่วยงานภาครัฐ ควรเข้ามาสนับสนุนอย่างจริงจังมากขึ้น ทั้งด้านจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ เช่น ทำคอนเทนต์ กิจกรรมงานต่าง ๆ ภายในตลาด 100 ปี เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมาสนใจหรือนักท่องเที่ยวที่มาแล้วให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำวิจัยเชิงปฏิบัติการกับคนในพื้นที่ ตลาดบ้านใหม่ เพื่อพัฒนาตลาดให้เกิดความยั่งยืน

2. ควรศึกษาเพิ่มเติม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อวางแผนการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว สร้างเอกลักษณ์ให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

รายการอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *จัดทำแผนกลยุทธ์เพื่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวสีขาวภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2565.*

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565, 3 มีนาคม). *ตลาดบ้านใหม่ 100 ปี.* https://thailandtourismdirectory.go.th/th/attraction/1679

คมสัน สุริยะ. (2552, 3 มีนาคม). *กรอบแนวคิดโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว.* www.tourismlogistic.com

ฉันทัช วรรณถนอม. (2552). *การวางแผนและการจัดการนำเที่ยว.* บริษัท วิรัตน์เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.

เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ. (2555). *การจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

ธนายุส บุญทอง และ ณรงค์ฤทธิ์ อดุลย์ฐานานุศักดิ์. (2564). Sustainable Tourism: กระแสแห่งโอกาสและความท้าทายของภาคการท่องเที่ยวไทย. *Regional Letter, 16*(1).10-15.

นภดล ร่มโพธิ์. (2554). *การวัดผลการปฏิบัติงานองค์กร.* สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปิยาพัชร วัฒนแสงประเสริฐ. (2563). *แนวทางการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเมืองรอง กรณีศึกษา : จังหวัดนครนายก.* [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

สวิตต์ จันทร์ธาดารัตน์ และ ซูลกิฟลี มาหะมะ. (2562). *การบริหารจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวง.* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

อรรนพ เรืองกัลป์ปวงศ์ และ สราวรรณ์ เรืองกัลป์ปวงศ์. (2563). แนวทางการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 14*(1). 31-52.

Bravo & Carvalho. (2013). Understanding Pharmaceutical Sustainable Supply Chains-A Case Study Application. *Independent Journal of Management & Production, 4*(1). 33-45.

Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2002). *Supply chain logistics management.* McGraw-Hill

Chengxue. (2013). Green Logistics Management for Eco-Industrial Chains of China: An Empirical Study. *International Journal of Engineering and Industries, 4*(2). 23- 35.

Cengiz, E. (2010). MEASURING CUSTOMER SATISFACTION: MUST OR NOT?. *Journal of Naval Science and Engineerin, 6*(2), 76-88.

Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques.* John Wiley & Sons.

Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS* (2 nd ed.) London: Sage

Flint, D.J., Lusch, R.F. & Vargo, S.L. (2014) The Supply Chain Management of Shopper Marketing as Viewed through a Service Ecosystem Lens. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 44*(3), 23-38.

Hammervoll, T. (2009). Value-creation logic in supply chain relationships. *Journal of Business to Business Marketing, 16*(3), 220.

Langley, J., C. (2012). *Managing Supply Chain: A Logistics Approach.* Thomson SouthWestern.

Lumsdon, L., & Page, S. (2004) *Tourism and Transport: Issues and Agenda for the New Millennium.* Elsevier.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.

Stock., J. R., & Lambert, D. M. (2001). *Strategic Logistics Management* (4th ed.). Mcgraw-Hill.