

Received: October 02, 2020
 Revised: November 18, 2020
 Accepted: December 02, 2020

การจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ในประเทศไทย

สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์^{1*}, ปัจจัย อินทรน้อย² และ ปิยมาส กล้าแข็ง³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศ ในการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลทางกายภาพในการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลการจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศที่ส่งผลต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้าในการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในประเทศไทย 4) เพื่อศึกษาอิทธิพลการจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลทางกายภาพที่ส่งผลต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า ในการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในประเทศไทย 5) เพื่อศึกษาอิทธิพลการจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้าที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในประเทศไทย จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 320 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย ร้อยละ ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ค่าดัชนีชี้วัดความกลมกลืน และผลการตรวจสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า Chi-square = 16.00 ระดับความมีนัยสำคัญ (P-Value) = 0.84 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) = 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) = 0.96 และค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของค่าความแตกต่างโดยประมาณ = 0.030 ผลการวิจัยพบว่า 1) แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงกับการจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศ 2) แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงกับการจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลทางกายภาพ 3) การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศมีอิทธิพลทางตรงกับการจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า 4) การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลทางกายภาพมีอิทธิพลทางตรงกับการจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า 5) การจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงกับการกลับมาเที่ยวซ้ำ ผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว ทั้งในด้านของแหล่งสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการและการตลาดในการท่องเที่ยวทำให้ให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำอีก

คำสำคัญ: แหล่งท่องเที่ยว การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศ การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลทางกายภาพ การจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

* ผู้รับผิดชอบงานหลัก

¹⁻³ อาจารย์ประจำวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, อีเมล: sudarat.pi@ssru.ac.th, putjai.in@ssru.ac.th, piyamas.kl@ssru.ac.th

Logistics Management for Tourist Attraction in Nakhon Pathom province in Thailand

Sudarat Pimonrattanakan^{1*}, Putjai Indranoi² and Piyamas Klakhaeng³

Abstract

The objective of this research were 1) to study the influence of tourist attraction that affects the logistics information flow in tourism, Nakhon Pathom province, Thailand 2) to study the influence of tourist attraction that affects logistics physical flow in tourism, Nakhon Pathom province, Thailand 3) to study the influence of Logistics Information Flow that affects Logistics Customer Service Flow in Tourism, Nakhon Pathom province, Thailand 4) to study the influence of Logistics Physical Flow that affects Logistics Customer Service Flow in Tourism, Nakhon Pathom province, Thailand, and 5) to study the influence of Logistics Customer Service Flow that affects Repeat Tourist in Tourism, Nakhon Pathom province, Thailand. A sample size was 320 people. The research instrument was a questionnaire. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. For the statistics used to test the hypothesis, the researcher used the harmonic index consisting of chi-square, GFI, RMSEA and CFI. And the results of the verification were consistent with the empirical data. The results of the data analysis showed that the Chi-square was 16.00 with the P-Value of 0.84 and the CFI was 1.00. GFI was 0.96 and RMSEA was 0.030. The results found that The results of the study showed that the results of the 1) tourist attraction influence on the logistics information flow 2) tourist attraction influence on the logistics physical flow 3) logistics Information Flow influence on the Logistics Customer Service Flow 4) Logistics Physical Flow influence on Logistics Customer Service Flow and 5) Logistics Customer Service Flow influence on Repeat Tourist. The results of this research will benefit tourism. Both in terms of tourist attractions Information about tourism products and services and marketing keeps Repeat Tourist.

Keywords: Tourist Attraction, Logistics Information Flow, Logistics Physical Flow, Logistics Customer Service Flow

Type of Article: Research Article

* Corresponding author

¹⁻³ Lecturer of College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University, E-mail: sudarat.pi@ssru.ac.th, putjai.in@ssru.ac.th, piyamas.kl@ssru.ac.th

1. บทนำ

จากนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีประเด็นการพัฒนาแหล่งการท่องเที่ยวที่เป็นคุณภาพ ซึ่งเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวเข้าสู่ท้องถิ่นและชุมชน รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต่างๆ อีกทั้งการยกระดับของการท่องเที่ยวไทยในจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก และการใช้ประโยชน์จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแนวความคิดในด้านการให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคม (Social Media) เพื่อเป็นการยกระดับในการประชาสัมพันธ์ในด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอีกด้วย รวมถึงการปรับปรุงการให้บริการและการอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวให้ได้ระดับตามมาตรฐานสากล ในปีพ.ศ. 2560 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยนั้นมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากทั้งหมด 14 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2562 มาเป็น 32.6 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2559 (กรมการท่องเที่ยว, 2562)

จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) โดยมีการได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อเป็นการรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์คมนาคมทางบกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยกระดับระบบขนส่งสาธารณะ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สามารถเชื่อมโยงกับรูปแบบการเดินทางอื่นๆ พัฒนาศักยภาพของสนามบินในการรองรับนักท่องเที่ยว เพิ่มเส้นทางและจำนวนเที่ยวบินระหว่างประเทศและภายในประเทศที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

สำหรับการจัดการโลจิสติกส์ที่ตื้นเขินเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญและช่วยส่งเสริมให้เกิดโอกาสในด้านการแข่งขันที่นำไปสู่การเติบโตในด้าน

การประกอบธุรกิจหรือการช่วยยกระดับคุณภาพในการสร้างจุดสนใจของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มากยิ่งขึ้น (วาสนา จรูญศรีโชติกำจร และคณะ, 2560) ซึ่งในหลักการที่ขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวคือในภาคส่วนของผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศไทยมีการบริหารจัดการแบบโซ่อุปทานและมีการจัดทำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Pimonratanakan & Ayasanond, 2018) อย่างไรก็ตาม สำหรับปัญหาในด้านการท่องเที่ยวของประเทศนั้น ปัญหาสำคัญคือไม่ได้มีปัญหาในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยว แต่ปัญหาด้านการท่องเที่ยวเป็นปัญหาในด้านการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยที่ระบบการจัดการห่วงโซ่คุณค่านั้นเป็นการจัดการด้าน โลจิสติกส์ ซึ่งผลที่ได้นั้นสามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับการส่งเสริมการพัฒนาในด้านธุรกิจการท่องเที่ยวที่ดีขึ้นได้ (สุภัสสร ปัญญะรัฐโรจน์, 2561)

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศในการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลทางกายภาพในการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ในประเทศไทย

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลการจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศที่ส่งผลต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า ในการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในประเทศไทย

4. เพื่อศึกษาอิทธิพลการจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลทางกายภาพที่ส่งผลต่อการจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า ในการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในประเทศไทย

5. เพื่อศึกษาอิทธิพลการจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้าที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ ในการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในประเทศไทย

3. สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 แหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับ การจัดการ โลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศ

สมมติฐานที่ 2 แหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับ การจัดการ โลจิสติกส์ด้านการไหลทางกายภาพ

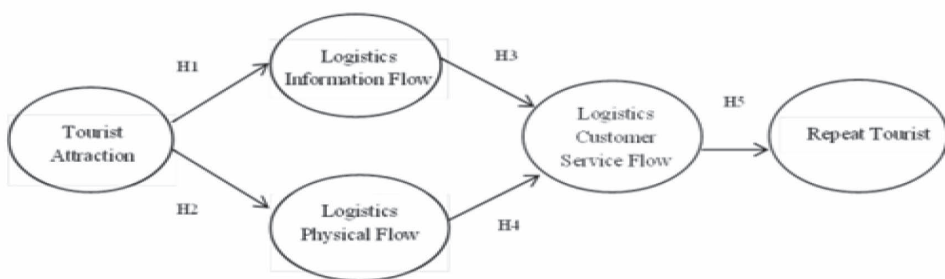
สมมติฐานที่ 3 การจัดการโลจิสติกส์ด้านการ

ไหลของสารสนเทศ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับ การจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า

สมมติฐานที่ 4 การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลทางกายภาพ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับ การจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า

สมมติฐานที่ 5 การจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับการกลับมาเที่ยวซ้ำ

4. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 โมเดลการวิจัย

5. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

5.1 แหล่งท่องเที่ยว (Tourist Attraction)

แหล่งท่องเที่ยวสำหรับการจัดการ โลจิสติกส์ที่ดีนั้นจะสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งเป็นการรองรับในเรื่องของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นคนไทย นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศ ที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้วทำให้เกิดความรู้สึกรู้สึกในความประทับใจในการบริการนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการที่ดีของประเทศ ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ต้องเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในชุมชนที่ได้จากการท่องเที่ยว และยังสามารถที่จะเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศได้อีกด้วย และสิ่งสำคัญคือ สามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัดและท้องถิ่นนั้นได้ (Panyorattaroj, 2018)

สำหรับองค์ประกอบการท่องเที่ยว นั้น มี 4 กลุ่ม คือ 1) ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 3) ด้านการคมนาคมขนส่ง 4) ด้านการบริการและทรัพยากร ทางวัฒนธรรม จากองค์ประกอบของการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวมีการพัฒนาขึ้นเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีความจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์และมีปัจจัย มีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องที่มากขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (McIntosh et al., 2007) อีกทั้งสำหรับแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์นั้นจะมาจากกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการ กระบวนการการจัดเก็บ และกระบวนการการกระจายสินค้า จากแหล่งที่ผลิตจนส่งมอบไปถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ มีประสิทธิผล รวมถึงการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึง

จุดสิ้นสุด เพื่อวัตถุประสงค์ในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (วาสนา จริญญาธิโชติกำจร และคณะ, 2560)

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยสรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการบริการที่ดีในเชิงวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว มีการคมนาคมขนส่งที่ดีและมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งในส่วนของที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก รวมถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

5.2 การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศ (Logistics Information Flow)

การไหลของข้อมูล (Information Flow) ข้อมูลนับว่าเป็นหัวใจสำคัญในการปลดล็อกการตอบสนองและการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการโซ่อุปทานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า จากการขนส่งสินค้าและบริการในตรงต่อเวลา มีคุณภาพ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งข้อมูลที่เป็นสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ประกอบไปด้วย 2 ส่วนได้แก่ 1) ข้อมูลความต้องการในฝั่งลูกค้า ได้แก่ความต้องการสินค้า ของลูกค้า เพื่อผู้ประกอบการจะสามารถวางแผนการผลิตได้ถูกต้องตาม หลักการจัดการโลจิสติกส์ 2) ข้อมูลในส่วนของการสนับสนุนเป็นข้อมูลในส่วนปลายน้ำ โดยจะต้องรู้ว่าสินค้าและบริการจะถูกส่งไปโดย supplier เมื่อไร ในปริมาณเท่าไร หรือจำเป็นต้องมีการจัดการในกรณีพิเศษหรือไม่ เพื่อสร้างกระบวนการในการส่งมอบที่มีประสิทธิภาพและเกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพในการกระบวนการผลิตด้วย (John Magan et al., 2008)

หัวใจสำคัญของการจัดการการไหลของข้อมูล ได้แก่การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันภายในโซ่อุปทานโดยพบว่า ยังมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลมากเท่าไร ความคล่องตัวในการจัดการและการผลิตก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้นเท่านั้น ลดความสูญเสียอันเกิดจากการวางแผน ในเรื่องทรัพยากรผิดพลาด ลด

ความสับสน ลดต้นทุนการผลิต รวมถึงจะสามารถแก้ไขปัญหาได้ในระยะเวลาอันสั้น (Riikka Kaipia, 2007) นอกจากนี้ การจัดการการไหลของข้อมูลจะต้องเป็น real time คือจะต้องมีความถูกต้อง ทันสมัย และผู้ที่อยู่ในโซ่อุปทานทุกหน่วยจะต้องสามารถรู้ข้อมูลได้ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยรูปแบบการไหลของข้อมูลสามารถแบ่งตามการแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ (Qing Zhang, 2008)

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยสรุปได้ว่า การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศ หมายถึง การไหลของข้อมูลในการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการโซ่อุปทานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า หรือนักท่องเที่ยวโดยอาศัยความจำเป็นในการบริการ การขนส่ง การมีคุณภาพ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว

5.3 การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลทางกายภาพ (Logistics Physical Flow)

ในการเคลื่อนที่ทางกายภาพนั้นเป็นขั้นตอนในการนำพานักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในสถานที่ที่ท่องเที่ยว โดยเป็นการเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวและมีการเดินทางกลับ ประกอบด้วย การอำนวยความสะดวกสบายในการเดินทาง อำนวยความสะดวกในด้านอาหาร ความสะดวกในด้านการพัก ความสะดวกในการเดินทาง ความสะดวกในการขนส่ง ความสะดวกในการเดินทาง การลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว (เลกิงศักดิ์ ชัยชาญ, 2555) โลจิสติกส์การท่องเที่ยว จะมีความเหมือนกับการขนส่งในการท่องเที่ยว แต่มีขอบเขตและมีความครอบคลุมที่กว้างกว่า 3 ประเด็นหลัก คือ การไหลทางกายภาพ การไหลของข้อมูลข่าวสาร และการไหลของการเงิน โดยเฉพาะในขณะที่มีการขนส่ง การท่องเที่ยวจะครอบคลุมเฉพาะในส่วนของการขนส่งนักท่องเที่ยวและวัตถุประสงค์ของเท่านั้น (คมสัน สุริยะ, 2551) ซึ่งการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวเป็นการบูรณาการแนวทางการจัดการโลจิสติกส์กับแนวคิดการจัดการการ

ท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ในการพิจารณารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เป็นการจัดการการไหลเวียนภายในโซ่อุปทานที่ประกอบด้วย การจัดการการบริหารในเรื่องการไหลเวียนทางด้านกายภาพ การเงินและสารสนเทศ เพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด (Untong, 2008)

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยสรุปได้ว่า การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลเวียนทางกายภาพ หมายถึง กระบวนการในการนำนักท่องเที่ยวเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวและกลับออกไป รวมถึงการเดินทาง การขนส่ง การลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยวในการอำนวยความสะดวกสบายทั้งในด้านการเดินทาง ด้านอาหาร และด้านที่พักแรม

5.4 การจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า (Logistics Customer Service Flow)

สำหรับการบริการลูกค้า (Customer Service) หมายถึง การบริการที่มีคุณภาพ การอำนวยความสะดวกในการให้บริการต่างๆ รวมถึงการมีความเอาใจใส่ในการให้บริการกับลูกค้า รวมถึงระบบต่างๆ ในการประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (เถกิงศักดิ์ชัยชาญ, 2555) สำหรับการวัดคุณภาพในการบริการก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการลูกค้าย่อมสร้างความคาดหวังขึ้นมาในใจซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละคนตามข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมา แต่เมื่อมาใช้บริการแล้วลูกค้าจะได้สัมผัสกับประสบการณ์จริง แล้วลูกค้าจะมองภาพมาเปรียบเทียบกับประสบการณ์จริงโดยที่การบริการที่มีคุณภาพมี 2 กรณี ดังนี้ กรณีแรก ความคาดหวังไม่แตกต่างจากประสบการณ์จริง ลูกค้าจะรู้สึกว่าการบริการนั้นผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ตอบสนองความต้องการได้ ถือว่ายังมีคุณภาพเพียงพอที่จะมาใช้บริการต่อไปได้และกรณีที่สองประสบการณ์จริงเหนือกว่าความคาดหวัง ถือว่าเป็นการให้บริการที่มีคุณภาพอย่างแท้จริง (Zeithaml & Bitner, 1996)

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยสรุปได้ว่า การจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า หมายถึง การเอาใจใส่ในการให้บริการ การอำนวยความสะดวกในการให้

บริการกับนักท่องเที่ยวและบุคลากรในการให้บริการ รวมถึงระบบในการประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงหลักการตอบสนองความต้องการของบริการที่มีคุณภาพ

5.5 การกลับมาเที่ยวซ้ำ (Repeat Tourist)

ในการบริการของเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรทางการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจเที่ยว เพราะผู้ให้บริการต้องปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับนักท่องเที่ยว ดังนั้นถ้าผู้ให้บริการมีอัธยาศัยดี มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ จะสามารถนำมาซึ่งการอำนวยความสะดวกและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และมีจิตใจให้บริการ สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง รวมถึงการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวด้วย (Gursoy & McCleary, 2004) รวมถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว การให้บริการของผู้เกี่ยวข้อง ราคาของสินค้าและบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และการตลาดการท่องเที่ยว (Osti et al., 2012; ชญานันท์ เกิดพิทักษ์ และคณะ, 2562)

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยสรุปได้ว่า การกลับมาเที่ยวซ้ำ หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในการอำนวยความสะดวก การให้บริการที่มีอัธยาศัยดีการรับรู้ข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยวทั้งในด้านของแหล่งสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการและการตลาดในการท่องเที่ยว

6. วิธีดำเนินการวิจัย

6.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการวิจัยความสัมพันธ์แบบเชิงสาเหตุ อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล โดยใช้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติเป็นหน่วยในการวิเคราะห์หน่วยในการวิเคราะห์คือระดับบุคคล

6.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้พิจารณาถึงลักษณะข้อมูลการวิจัยที่จะต้องใช้สถิติวิเคราะห์ขั้นสูง คือ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่ใช้บริการการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ซึ่งมีจำนวนเฉลี่ย 2,761,374 คน ต่อปี (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม, 2560) การวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงใช้ประชากรเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย (Panayides, 2007) ดังนั้น เพื่อให้ข้อสรุปการตอบกลับเป็นไปตามจำนวนที่กำหนดตามเกณฑ์ สอดคล้องกับการวิจัยนี้ ซึ่งจำเป็นต้องพิจารณาเงื่อนไขของขนาดตัวอย่างที่ต้องสอดคล้องกับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดย (Kline, 2011) กล่าวถึงเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างคือ 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกต 1 ตัวแปร ซึ่งการวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตจำนวน 16 ตัวแปร จึงต้องมีขนาดตัวอย่างเท่ากับ 160-320 ตัวอย่าง

6.3 เครื่องมือที่วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายปิด ซึ่งในตอนแรก 1 เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) และสำหรับตอนที่ 2 - 6 เป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert (1967) และตอนที่ 7 เป็นคำถามแบบปลายเปิด ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัย เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) ตอนที่ 2 แหล่งท่องเที่ยว ตอนที่ 3 การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศ ตอนที่ 4 การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลทางกายภาพ ตอนที่ 5 การจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า ตอนที่ 6 การกลับมาเที่ยวซ้ำ และตอนที่ 7 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของ

แบบสอบถาม โดยใช้จำนวน 30 ชุด ของข้อคำถาม โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1984) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ (Hair et al., 2006) จากการทดสอบ พบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.914 ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนด ดังนั้นแบบสอบถามดังกล่าวสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยได้

6.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลโดยงานวิจัยนี้มีจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสิ้นจำนวน 320 ตัวอย่าง จึงเป็นไปตามข้อกำหนดโดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) กับ นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่ใช้บริการการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งได้รับแบบสอบถามคืนกลับมาจำนวน 320 ชุด

6.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าสถิติซึ่งประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM)

2) การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐมในประเทศไทย ด้วยการวิเคราะห์แบบ Path Analysis โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) และพิจารณาค่า χ^2/df มีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนี CFI มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี RMSEA และ ดัชนี RMR มีค่าต่ำกว่า 0.05 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ซึ่ง Hair

et al. (2006). จึงถือว่ารูปแบบนั้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

7. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่ใช้บริการการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำนวนทั้งสิ้น 320 คน ซึ่งเป็นเพศชาย จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 61.87 และเพศหญิง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 38.13 มีอายุ 30-35 ปีขึ้นไป จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 39.06 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 34.06

รายได้ต่อเดือน 26,000-30,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 30.31 และมีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในภาพรวมระดับมากและรายด้านทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์สถิติพหุตัวแปรโดยใช้การวิเคราะห์ Path Analysis เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ในประเทศไทย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้พิจารณาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร

	TA	LIF	LPF	RT	LCSF
TA	1				
LIF	0.789**	1			
LPF	0.754**	0.783**	1		
RT	0.750**	0.720**	0.790**	1	
LCSF	0.723**	0.679**	0.742**	0.731**	1
Mean	3.743	3.781	3.799	3.693	3.841
S.D.	0.612	0.716	0.754	0.717	0.695

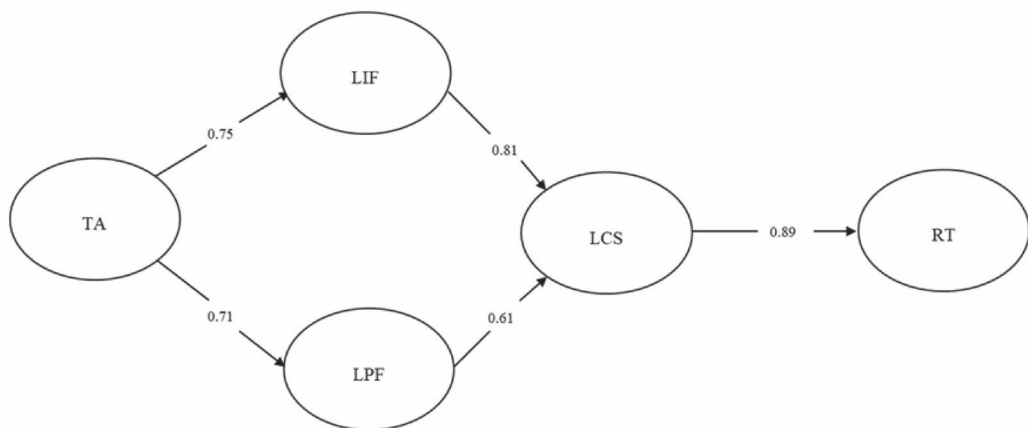
หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) เพื่อตรวจสอบตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่ และมีความสัมพันธ์ทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่ามีค่าอยู่ระดับใด ดังตารางที่ 1

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีจำนวนทั้งสิ้น 10 คู่ มีความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.679 ถึง 0.790 มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.693 และ 3.841 ผลการวิเคราะห์โมเดลโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ในประเทศไทย ผลการตรวจสอบพบว่า ค่า chi-square = 16.00 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.84 (p-value=0.84), df =

7, GFI = 0.96, AGFI = 0.94, CFI = 1.00, RMSEA = 0.030, RMR = 0.005, CN = 730.00 เมื่อพิจารณา ค่าดัชนีเหล่านี้กับเกณฑ์ความกลมกลืนของแบบจำลอง กับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะเห็นได้ว่า ค่าไค-สแควร์ไม่มี นัยสำคัญทางสถิติ อัตราส่วนระหว่างค่าไค-สแควร์

กับองศาอิสระมีค่าน้อยกว่า 2.00 ค่าดัชนี GFI, AGFI, RMSEA, RMR, CFI และ CN ดัชนีทุกค่าผ่านเกณฑ์ ที่บ่งบอกว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 2



Chi-Square = 16.00 , df = 7 , P-value = 0.85 , RMSEA = 0.030

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ใน ประเทศไทย

จากภาพที่ 2 และตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ พบว่า

(1) แหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางตรงกับการจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศ โดยมีค่าอิทธิพลทางตรง (DE) เท่ากับ 0.75 และมีค่าอิทธิพลรวม (TE) เท่ากับ 0.75 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

(2) แหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับ การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลทางกายภาพ โดยมีค่าอิทธิพลทางตรง (DE) เท่ากับ 0.71 และมีค่าอิทธิพลรวม (TE) เท่ากับ 0.71 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

(3) การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับ การจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้าโดยมีค่า

ตารางที่ 2 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม

ปัจจัยเหตุ	TA			LIF			LPF			LCS		
ปัจจัยผล	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
LIF	0.75**	-	0.75**	-	-	-	-	-	-	-	-	-
LPF	0.71**	-	0.71**	-	-	-	-	-	-	-	-	-
LCS		0.69**	0.69**	0.81**	-	0.81**	0.61**	-	0.61**	-	-	-
RT		0.67**	0.67**	-	0.75**	0.75**	-	0.51**	0.51**	0.89**	-	0.89**
Chi-Square=16.00, df=7, p-value=0.85, GFI=0.96, AGFI=0.94, RMSEA=0.030, RMR = 0.005, CN = 730.00												
หมายเหตุ 1) * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 2) DE = อิทธิพลทางตรง (Direct effects) IE = อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effects) TE = อิทธิพลรวม (Total effects)												

อิทธิพลทางตรง (DE) เท่ากับ 0.81 และมีค่าอิทธิพลรวม (TE) เท่ากับ 0.81 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

(4) การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลทางกายภาพ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับ การจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า โดยมีค่าอิทธิพลทางตรง (DE) เท่ากับ 0.61 และมีค่าอิทธิพลรวม (TE) เท่ากับ 0.61 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

(5) การจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับ การกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยมีค่าอิทธิพลทางตรง (DE) เท่ากับ 0.89 และมีค่าอิทธิพลรวม (TE) เท่ากับ 0.89 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5

8. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ในประเทศไทย ผู้วิจัยขออภิปรายผลดังนี้

(1) แหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลทางตรงกับการจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 ทั้งนี้เนื่องจาก การจัดการโลจิสติกส์ที่ดีจะสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ และสิ่งที่สำคัญคือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวทำให้เกิดความประทับใจในการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวนั้นกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Panyorattaroj (2018) ได้แสดงทัศนะว่าการจัดการการท่องเที่ยวมีกระบวนการ ในการบริการต้องปฏิบัติต่อเนื่องเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลและจะทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในการได้รับการบริการที่ดี ซึ่งผลที่ได้สามารถจะนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรมในการท่องเที่ยว

(2) แหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับ การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึง

ยอมรับสมมติฐานที่ 2 ทั้งนี้เนื่องจากการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการโซ่อุปทานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า จากการขนส่งสินค้าและบริการในตรงต่อเวลา มีคุณภาพ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ John Magan et al. (2008) ได้แสดงทัศนะว่า การจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวมีข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ประกอบไปด้วย ข้อมูลความต้องการในฝั่งลูกค้า ซึ่งได้แก่ ความต้องการสินค้าของลูกค้า ถูกต้องตามหลักการจัดการโลจิสติกส์ และข้อมูลในส่วนของการสนับสนุน เป็นข้อมูลในส่วนปลาย เพื่อสร้างกระบวนการในการส่งมอบที่มีประสิทธิภาพและเกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพในการกระบวนการผลิตด้วย

(3) การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลของสารสนเทศ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับ การจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 ทั้งนี้เนื่องจากการเอาใจใส่ในการให้บริการการอำนวยความสะดวกในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงหลักการตอบสนองความต้องการของบริการที่มีคุณภาพ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ (2555) ได้แสดงทัศนะว่า การบริการลูกค้า (Customer Service) เป็นการแสดงถึงคุณภาพของการบริการ การอำนวยความสะดวกในการให้บริการ การเอาใจใส่ในการให้บริการรวมถึงระบบในการประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

(4) การจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลทางกายภาพ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับ การจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4 ทั้งนี้เนื่องจากการจัดการ โลจิสติกส์ด้านการไหล

ทางกายภาพ นั้นเป็นกระบวนการในการนำนักท่องเที่ยวเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวและกลับออกไป การเดินทาง การขนส่ง การอำนวยความสะดวกสบายทั้งในด้านการเดินทาง ด้านที่พัก และด้านอาหารทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการบริการด้านการท่องเที่ยว ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ คมสัน สุริยะ(2551) ได้แสดงทัศนะว่า โลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีความคล้ายคลึงกับการขนส่งการท่องเที่ยว แต่ครอบคลุมถึงการไหลทางกายภาพ การไหลของข้อมูลข่าวสาร และการไหลของเงิน ในขณะที่การขนส่งการท่องเที่ยวจะครอบคลุมเฉพาะการขนส่งนักท่องเที่ยวและวัตถุสิ่งของเท่านั้น

(5) การจัดการโลจิสติกส์ด้านการให้บริการลูกค้า มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับ การกลับมาเที่ยวซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5 ทั้งนี้เนื่องจาก การที่นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในการให้บริการที่มีอรรถยาศัยดี การอำนวยความสะดวก ข้อมูลการท่องเที่ยว แหล่งสถานที่ท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์และบริการและการตลาดในการท่องเที่ยวทำให้ให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำอีก ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Osti et al.(2012) ได้แสดงทัศนะว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว การให้บริการของผู้เกี่ยวข้อง ราคาของสินค้าและบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และการตลาดการท่องเที่ยว

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ที่เกี่ยวข้องการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ควรจะต้องมีการบริหารจัดการระบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นในการบริการนักท่องเที่ยวที่ต้องปฏิบัติตามระบบให้ต่อเนื่องเพื่อเป็นโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อให้

เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล และสิ่งที่สำคัญคือ ลูกค้าหรือท่องเที่ยวที่มีความประทับใจในการบริการ มีความพึงพอใจในการที่ได้รับการบริการ และทำให้นักท่องเที่ยวได้กลับมาเที่ยวซ้ำ (Repeat Tourist) อีกครั้ง

9.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาในพหุระดับ (Multi-Level Model) เช่น ระดับกลุ่ม หรือระดับองค์กรหรือสถาน

ประกอบการ เป็นต้น เพื่อให้เห็นถึงองค์ประกอบของความสามารถในการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในหลายระดับ รวมทั้งปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการความสามารถในการจัดการโลจิสติกส์ในองค์กร และผลลัพธ์ของความสามารถในการจัดการด้านโลจิสติกส์ขององค์กร

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2560). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ พ.ศ. 2560-2564*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: พีดับบลิว ปรีนติ้ง.
- กรมการท่องเที่ยว. (2562). *ข้อมูลนักท่องเที่ยว*. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2562, จาก: <http://www.tourism.go.th/view/>.
- คมสัน สุริยะ. (2551). *กรอบแนวคิดโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว*. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2562, จาก: <http://www.tourismlogistics.com>.
- ชนานันท์ เกิดพิทักษ์, ชัยฤทธิ์ ทองรอด, นิยมล มณีสว่างวงศ์ และมนตรี จังชนสมบัติ. (2562). ผลกระทบของการจัดการโลจิสติกส์เชิงบูรณาการที่ผลต่อความสามารถทางการตลาดในธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง. *วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน*, 5(1), 99-113.
- เดกิงศักดิ์ ชัยชาญ. (2555). การจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*, 6(2), 17-33
- วาสนา จรุงศรีโชติกำจร, สุภาภรณ์ หมั่นหา, การันต์ เจริญสุวรรณ, กนิษฐา ศรีภิรมย์, วรางค์ รามบุตร และชลธิชา แสงงาม. (2560). ประสิทธิภาพของการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 10(2), 213-229.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม. (2560). *ข้อมูลนักท่องเที่ยว*. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2562 จาก: <https://nakhonpathom.mots.go.th/index.php>.
- สุภัสสร ปัญญะรัฐโรจน์. (2561). การจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 4(Supplement), 151-161
- Cronbach, L. J. (1984). *Essential of psychology testing*. New York: Harper.
- Gursoy, D., & McCleary, K. (2004). An integrative model of tourists' information search behavior. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 353-373.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Uppersaddle River: Pearson Prentice Hall. *European Business Review*, 20(4), 298-314.

- John Magan, Chandra Lalwani & Tim Butchor. (2008). Chapter 9 Information flows and Technology. *Global logistics and Supply Chain Management*. Page 150.
- Kline, R. B. (2011). *Methodology in the Social Sciences. Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). Guilford Press. Analysis. 6th ed. Upper Saddle River, N.J. : Pearson Education Inc.
- Likert R. (1967). *The Human Organization: Its Management and Value*. New York: McGraw-Hill company.
- McIntosh, R., Goeldner, C. R., & Ritchie, B. J. (2007). *Tourism: principles, practice and Philosophies*. 7th ed. New York: John Wiley & Sons.
- Osti, L., Disegna, M., & Brida, J.G. (2012). Repeat visits and intentions to revisit a sporting event and its nearby destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 18(1), 31-42.
- Panayides, P. M. (2007). The impact of organizational learning on relationship orientation, logistics service effectiveness and performance. *Industrial Marketing Management*, 36(1), 68–80.
- Panyorattaroj, S. (2018). Logistics Management for Tourism in Nonthaburi Province. *Journal of Humanities and Social Sciences Rajapruk University*, 4(Supplement), 151–161.
- Pimonratanakan, Sudarat & Ayasanond, Chitpong. (2018). The Supply Chain Management of Pomleo Production Processes and Tourism Sustainability in Nakhon Chaisri, Nakhon Pathom Province, Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(5).
- Qing Zhang. (2008). Essentials for Information Coordination in Supply Chain Systems. *Asian Social Science*, 4(10), 57.
- Riikka Kaipia. (2007). *Supply Chain coordination – study on planning and information sharing mechanism*. Helsinki University of Technology, Laboratory of Industry management, Doctoral dissertation series 2007/2. Espoo 2007.
- Untong,Akarapong. (2008). Integrated development of sustainable tourism for the Greater Mekong Sub-region 2007: *a comparison of GMS logistics systems*, Master's thesis. Chiang Mai University.
- Zeithaml, V.A. & Bitner, M.J. (1996). *Services Marketing*. McGraw-Hill, New York.