

โลจิสติกส์กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ

Logistics and Foreigners' Culture Tourism

นิตยา มณีวงศ์*

Nittaya Maneewongse*

รับบทความ : 25 สิงหาคม 2562 / แก้ไขบทความ : 17 ตุลาคม 2562 / ตอรับการตีพิมพ์ : 12 พฤศจิกายน 2562

บทนำ

โลจิสติกส์ในช่วงสองทศวรรษนี้ได้กลายเป็นที่รู้จักในความหมายของ “การบริการภาคการขนส่ง” ของวัตถุดิบ อะไหล่ สินค้าสำเร็จรูปและอื่น ๆ มีการเคลื่อนย้ายจากที่หนึ่งไปสู่ที่หนึ่งในกรอบของความต้องการของโรงงาน ร้านค้า ลูกค้า เป็นต้น ความสับสนของคนทั่วไป ยังคงเข้าใจว่าเป็นเรื่องของ การขนส่ง ซึ่งไม่ผิดที่จะกล่าวแบบนั้น แต่ให้ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการในกิจกรรมโลจิสติกส์จะเหมาะสมมากกว่า เพราะโลจิสติกส์ได้แทรกอยู่ทุกกระบวนการ เริ่มตั้งแต่ การจัดซื้อวัตถุดิบ การผลิต การเก็บสต็อก การจัดส่ง หรืออาจเป็นลักษณะซื้อมาขายไป พร้อมทั้งการบริหารจัดการในเรื่องของเอกสาร การเงินและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ตามเงื่อนไขความต้องการของลูกค้า จึงนับได้ว่าโลจิสติกส์อยู่รอบตัวทั่วไป ในการเคลื่อนย้ายสินค้า การเคลื่อนย้ายคนสู่การเดินทางในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ตัวเลขการรายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทย ประจำปี 2561 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) กล่าวว่า สัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ GDP ณ ราคาประจำปีร้อยละ 13.9 สัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ GDP เฉลี่ยของโลก ในปี 2560 อยู่ที่ร้อยละ 10.6 โดยประเทศในทวีปอเมริกาเหนือและยุโรปมีสัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ GDP อยู่ในระดับต่ำที่สุดร้อยละ 8.6 และ 9.5 ตามลำดับ ในขณะที่ ประเทศไทยในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีสัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ GDP เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 12.7 ดังนั้น สัดส่วนต้นทุนร้อยละ 13.9 มีความหมายว่า ในทุก 100 บาท จะมีสัดส่วนต้นทุนร้อยละ 13.9 ในสินค้านั้น ๆ เช่น การผลิตแก้ว 1 ใบ มิใช่เพียงค่าแก้ว แต่จะหมายรวมถึงเรื่องของ การจัดการคลังสินค้า การจัดเก็บ การบริหารขนส่ง รวมถึงต้นทุนของการเสียหาย เสียเวลาต่าง ๆ ที่อยู่ในแก้วใบนั้น ถึงร้อยละ 13.9 ทำให้ผู้คนบริโภคต้องซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้น จากที่กล่าวมาพบว่า การขนส่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของโลจิสติกส์แต่เป็นกิจกรรมที่เห็นเป็นรูปธรรมมากที่สุดด้วยการผันเปลี่ยนตามราคาน้ำมัน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562) เพราะภาคขนส่งใช้น้ำมันเป็นต้นทุนถึงร้อยละ 45 ถ้าอิงราคาน้ำมันเพิ่มขึ้น ยังมีแนวโน้มของต้นทุนโลจิสติกส์เพิ่มมากขึ้นตาม กอปรกับอัตราดอกเบี้ยของการทำธุรกิจจะมีผลต่อการเพิ่มต้นทุนโลจิสติกส์เช่นกัน จึงชี้ชัดว่า การขนส่งจึงมีบทบาทมากในโลจิสติกส์ แต่โลจิสติกส์มีขอบเขตมากกว่าการขนส่ง เพราะเริ่มตั้งแต่การจัดซื้อ จัดหา การผลิต การจัดเก็บ สินค้าคงคลัง การขนส่ง ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการบริหารจัดการ การวางแผน การดำเนินงาน การประสานงาน การปฏิบัติ การควบคุม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการตอบโจทย์หลายด้านของลูกค้า นำไปสู่การบริการด้วยคุณภาพ

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

* Assistant Professor, Department of Logistics Management in Faculty of Management Science
Bansomdejchaopraya Rajabhat University

การจัดการโลจิสติกส์คืออะไร

มีผู้ให้นิยามคำว่า โลจิสติกส์มากมาย ขึ้นอยู่กับความรู้และประสบการณ์ของผู้นิยามที่อาจมาจากสายผลิต สายการขนส่ง คลังสินค้า ผู้นำเข้าส่งออก แต่ความหมายโดยรวมพอสังเขปได้ดังนี้

ทวิศักดิ์ เทพพิทักษ์ (2550, น.19) โลจิสติกส์ คือ การออกแบบและการจัดการระบบการควบคุมการเคลื่อนย้ายหรือการไหลของสินค้าและข้อมูลจากต้นทางบริษัทและออกจากบริษัทฯ ไปยังลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีการครอบคลุมกิจกรรมและกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าทั้งหมดทุกระดับ และมีขั้นตอนการปฏิบัติแบบเชิงระบบ

Barratt. M (2004, p.4) เป็นกระบวนการวางแผน การปฏิบัติการและการควบคุม การเคลื่อนย้ายการจัดเก็บสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงการให้บริการและสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่จุดกำเนิดจนถึงจุดการบริโภคสินค้า เพื่อวัตถุประสงค์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

Douglas M Lambert (2008, p.15) กล่าวว่า เป็นระบบการจัดการส่งสินค้าจากจุดต้นทางไปยังจุดหมายปลายทาง โลจิสติกส์เกี่ยวข้องกับการผสมผสานของข้อมูลการขนส่ง การบริหารวัสดุคงคลังการจัดการวัตถุดิบ การบรรจุหีบห่อ และโลจิสติกส์เป็นช่องทางหนึ่งของโซ่อุปทานที่เพิ่มมูลค่าของการใช้ประโยชน์ของเวลาและสถานที่

กล่าวโดยสรุป การจัดการโลจิสติกส์ คือ การวางแผน การออกแบบ การปฏิบัติของการเคลื่อนย้ายจัดเก็บ รวบรวม การกระจายของวัตถุดิบ สินค้า ข้อมูล บริการ จากบริษัทฯ ต้นทาง ผลิตให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป ไปยังลูกค้าปลายทาง

ในยุคปัจจุบัน การประยุกต์การจัดการโลจิสติกส์เข้าสู่งานอุตสาหกรรมอื่น ๆ รวมถึง โลจิสติกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย สร้างรายได้มหาศาลและขยายต่อไปในธุรกิจอื่น ๆ ได้แก่ โรงแรม ที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านเครื่องประดับ ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การใช้หลายรูปแบบของการขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ เพื่อการพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สามารถเชื่อมโยงกับรูปแบบการเดินทางอื่น ๆ ได้ (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 : 2560-2564) ด้วยหนึ่งในวิสัยทัศน์และเป้าประสงค์ คือ การเติบโตบนพื้นฐานของความเป็นไทย เป็นการเน้นพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และวิถีไทย เสริมสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนถึงอัตลักษณ์ของความเป็นไทย เสริมสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทยและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวทุกระดับทุกระดับ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตามหลักการของแผนแม่บทของโลก (Agenda, p. 21) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546) เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) มีหลักการ 4 ประการ 1) การดำเนินกิจการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถรองรับธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว 2) การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน (เอกลักษณ์และอัตลักษณ์) 3) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว 4) การประสานความต้องการและกำหนดแผนงานทางเศรษฐกิจ การดำรงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2549) การวางแผนตามแผนแม่แบบสอดคล้องกับสิ่งที่มนุษย์สนใจ จึงกลายเป็นหนึ่งในตารางของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มาจากความต้องการของมนุษย์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมของชนชาติ การดำรงชีวิต

ที่แตกต่างไปจากตนเอง อย่างไรก็ตามเพื่อสร้างความเข้าใจ เรื่องของโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึงกระบวนการจัดการให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงแหล่งท่องเที่ยวตามตารางที่กำหนดไว้ด้วยความสนุกสนาน และสนใจในเชิงวัฒนธรรมที่สามารถสัมผัสได้โดยตรง

การท่องเที่ยวคืออะไร

การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มนุษย์สามารถที่จะเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ด้วยความสนุกสนาน การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนั้นหนาแน่นการรูปแบบหนึ่ง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังแหล่งท่องเที่ยวในบรรยากาศใหม่ ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน หาประสบการณ์ที่ไม่เคยพบเห็นในชีวิตประจำวันในภูมิภานาของตนเอง ทำให้ได้เรียนรู้จากสถานที่ต่าง ๆ มีการพักผ่อนในสถานที่นั้น ๆ เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ ไม่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพหรือหารายได้ (แมคอินทอช, โกลเดนอร์, และริทซี, 1995, สุรเชษฐ์ เชษฐมาต, 2541, น.2, ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2548, น.4)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

แมคอินทอช, โกลเดนอร์, และริทซี (1995) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยว มี 4 ประการที่มีความสัมพันธ์กันเป็นวงจรดังนี้

1. กลุ่มนักท่องเที่ยว มีความสำคัญที่สุด ถ้าปราศจากนักท่องเที่ยวไม่สามารถกระทำใด ๆ ได้เนื่องจากเป็นผู้ที่ใช้จ่ายในการเดินทาง เช่น ค่าอาหาร ที่พัก ของที่ระลึก การบริการอื่น ๆ ได้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) นักท่องเที่ยว คือ ผู้มาเยือนชั่วคราวในที่นั้นอย่างน้อย 24 ชั่วโมง เพื่อการพักผ่อน บันทึกลง ศาสนา การศึกษา การกีฬา การเยี่ยมญาติ การประชุม สัมมนา 2) นักทัศนาจร คือ ผู้มาเยือนชั่วคราว น้อยกว่า 24 ชั่วโมง
2. กลุ่มธุรกิจ ที่ทำหน้าที่จัดหาสินค้า บริการต่าง ๆ สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น การคมนาคม ที่พักแรม ร้านอาหาร บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ร้านค้า
3. กลุ่มรัฐบาล ที่ทำหน้าที่จัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อประโยชน์ เช่น ถนน ท่าเรือ ท่าอากาศยาน ระบบไฟฟ้า การสื่อสารทันสมัย
4. กลุ่มประชาชนในประเทศนั้น ๆ มีบทบาทสำคัญในการต้อนรับและดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือแขกผู้มาเยือนท้องถิ่นนั้นซ้ำอีก

รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560) แบ่งตามความสำคัญและสภาพแวดล้อมได้ 12 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) จะมีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น มีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้อง มีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศ มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน
2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) : หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี และ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึง สถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมืองคูเมือง พิพิธภัณฑสถาน วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยวของทรัพยากรธรรมชาติความงามตามสภาพธรรมชาติความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สัตว์พันธุ์หายากและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการ

5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน บันเทิง ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม แต่เป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย เช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะและสนามกีฬา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560)

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ขนเผ่าซึ่งตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ แนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน ธรรมชาติโดยด้านการกำหนดมาตรฐานที่จำเป็นสำหรับการบริการต่าง ๆ จะต้องคำนึงถึง ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นสำคัญ และต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม

8. แหล่งท่องเที่ยวชายหาด (Beach Attraction) หมายถึง มีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้ นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสะดวกและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อนรับประทานอาหาร เป็นต้น

9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทยาน้ำตก มีน้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสะดวกและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตก ได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่งการตกปลา และการตกปลา เป็นต้น

10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ แหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสะดวกและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศ หินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่าง ๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและการรับประทานอาหาร เป็นต้น

11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ ด้วยการประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะต่าง ๆ

12. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง คือ สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า ซึ่งอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติเข้าไปด้วย ได้แก่ การดูนก การสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืชต่าง ๆ เป็นต้น (มโนพัศ อัมพาสล, ม.ป.ป.)

โลจิสติกส์กับการจัดการท่องเที่ยว

การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยจัดระบบการเดินทางจากที่หนึ่งไปสู่ที่หนึ่งได้ตามที่วางแผนไว้เริ่มตั้งแต่การขนส่ง (การรับ-ส่งจากสนามบิน) นักท่องเที่ยว สัมภาระ สิ่งของ การให้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งถือว่าเป็นการประสานงานระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้การไหลของนักท่องเที่ยวจากต้นทางไปสู่ปลายทางที่ลดความข้อผิดพลาดให้น้อยที่สุดและได้รับความพึงพอใจในระดับสูงสุด ลักษณะของการขนส่งนักท่องเที่ยวเป็นลักษณะที่คล้ายการขนส่งสินค้า ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง เช่น การเดินทางด้วยการขนส่งทางเครื่องบิน ทางเรือ ทางรถยนต์ มีการหยุดพักตามระยะทางที่กำหนดไว้ การเคลื่อนย้ายแบบนี้จะเป็นการเคลื่อนย้ายที่ต้องอาศัยการให้บริการในระหว่างเดินทางและการหยุดพักระหว่างที่รอการเดินทาง การให้บริการต้องตอบสนองความสะดวกสบาย ข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญทุกช่วงของการเดินทาง

Lumsdon and Page (2004) ได้เสนอกรอบแนวคิดเรื่องการวิเคราะห์การขนส่งนักท่องเที่ยวไว้ 8 ประการ ดังนี้

1. สิ่งที่มีให้บริการ (Availability) คือ ยานพาหนะ เส้นทางที่ให้บริการและระดับการให้บริการที่แบ่งเป็นระดับสูงสุด ระดับรองลงมาหรือการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก ลิฟต์ การเคลื่อนย้ายสัมภาระ ตู้เก็บสัมภาระ และการสื่อสารระหว่างการเดินทาง

2. การเข้าถึง (Accessibility) คือ ความสามารถของผู้คนที่เข้าถึงการใช้บริการในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ที่ตั้งของสถานีขึ้นรถ

3. ข้อมูลข่าวสาร (Information) คือ การให้ข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วนและรวดเร็ว ลดความสับสนของนักท่องเที่ยว การมีแผนสำรองต่าง ๆ

4. เวลา (Time) หมายถึง การจัดตารางเวลาในการเดินทางหรือการให้บริการที่เหมาะสม ไม่ทั้งช่วงนานเกินไปจนทำให้ผู้โดยสารรอนานมากเกินไปหรือบ่นเกินไปจนไม่มีผู้โดยสาร ความรวดเร็วในการเดินทางรวมทั้งความสามารถในการรักษาเวลา ความตรงต่อเวลา

5. การเอาใจใส่ให้นักท่องเที่ยว (Customer Care) หมายถึง การคำนึงถึงสวัสดิภาพของผู้โดยสาร เช่น ความสะดวกและถูกสุขลักษณะของที่นั่ง ห้องน้ำ พ้น และที่เก็บสัมภาระ การบริการอาหารและเครื่องดื่มบนยานพาหนะ การมีสถานที่แยกกันต่างหากระหว่างผู้สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ การมีเจ้าหน้าที่ตรวจตราความสงบเรียบร้อยและรับเรื่องราวร้องทุกข์บนยานพาหนะ รวมทั้งการให้ส่วนลดสำหรับผู้เดินทางเป็นประจำ เป็นต้น

6. ความสะดวกสบาย (Comfort) หมายถึง ความเอาใจใส่ในการจัดให้บริการอันสะดวกสบายแก่ผู้โดยสาร ทั้งด้านกายภาพ เช่น เบาะนั่ง ช่องว่างสำหรับการเหยียดเท้า การออกแบบห้องโดยสารให้เหมาะสมสำหรับสรีระของมนุษย์ การปรับอุณหภูมิและความชื้นในห้องโดยสารให้พอเหมาะ และความเงียบสงบในการเดินทาง เป็นต้น

7. ความปลอดภัย (Safety) หมายถึง การปราศจากอุบัติเหตุในการเคลื่อนย้ายของยานพาหนะ รวมถึงไม่มีอุบัติเหตุในห้องผู้โดยสาร ไม่มีการรบกวนสิ่งของสัมภาระ การเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยในห้องโดยสาร และการมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

8. ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmental Friendliness) หมายถึง การไม่ปล่อยขยะและของเสียออกไปจากยานพาหนะโดยไม่ผ่านการบำบัด การใช้พลังงานทดแทน การไม่ก่อให้เกิดเสียงดังรบกวน ผู้คนที่อาศัยอยู่ระหว่างเส้นทางที่ยานพาหนะแล่นผ่านไปหรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ

นอกจากนี้ คมสัน สุริย (2551) ได้เพิ่มกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์การท่องเที่ยวมากขึ้นเป็น 4 ข้อ ดังนี้

1. แม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ งานเทศกาล หรือสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องไม่พลาดที่จะมาเยี่ยมชม ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยว หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เข้ามาเพื่อบริการนักท่องเที่ยว

2. ถนนคนเดิน หมายถึง ย่านหรือถนนที่ปิดการจราจรไม่ให้มียานพาหนะผ่านสัญจร เพื่ออำนวยความสะดวกให้คนเดินเท้าได้ท่องเที่ยวรอบบริเวณสำคัญของเมืองและซื้อสินค้า

3. จุดทำเงิน หมายถึง สถานที่บริการหรือย่านที่จัดไว้สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ด้วยการคาดการณ์แล้วว่านักท่องเที่ยวจะมีอารมณ์อย่างไรเมื่อมาถึงจุดนั้น เช่น ตื่นเต้น เมื่อยล หิวกระหาย หรือต้องการรับแสงหาสิ่งของเพื่อไปเป็นของฝากก่อนที่จะจากเมืองนั้นไป

4. การสร้างความเพลิดเพลินระหว่างการเดินทาง หมายถึง การสร้างความเพลิดเพลินใจ ในเรื่องของการจัดเส้นทางผ่านสถานที่อันสวยงาม การจัดกิจกรรมบนยานพาหนะ การเสิร์ฟอาหารชั้นเลิศบนยานพาหนะ เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจเกี่ยวพันของสิ่งต่าง ๆ ในโลกที่มีความเกี่ยวโยงพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540, น. 1-10) อาจเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา มีความชื่นชมศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เทศกาล ที่เกิดจากความเชื่อที่สืบทอดของชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้ เพื่อทำให้เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรมที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันตามแต่ละสถานที่ ดังนั้น วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามของวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคม จากศิลปะสถาปัตยกรรมโบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี เป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้น ทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนด้วยการรับผิดชอบต่อปัจจัยพื้นฐานทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย 4 ประการ ดังนี้

1. เพื่อมุ่งเน้นคุณค่าทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น
2. เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องดูแลรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมและคุณค่าของวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
3. เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุด แต่ในขณะเดียวกันต้องเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่น
4. เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างพอเพียง พร้อมทั้งปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นให้ดีขึ้น นอกจากนี้องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งพัฒนา, 2548, น.288)

1. องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ประกอบด้วย 10 ประการ 1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น 2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานต่าง ๆ 3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้างผังเมือง รวมทั้งซากปรักหักพัง 4) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก 5) ศาสนา

รวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา 6) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพ 7) ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา 8) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร 9) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม และเทศกาลต่าง ๆ 10) ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

2. องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. องค์ประกอบด้านธุรกิจนำเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและได้รับการบริการตามที่นำเสนอแก่นักท่องเที่ยว

4. องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการการพัฒนาหรือจัดการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

6. องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

โลจิสติกส์กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การดำเนินการจัดการโลจิสติกส์กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การประสานการสร้างความสะดวกสบายในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เริ่มจากการรับผู้โดยสารจากสนามบิน การมีที่เก็บสัมภาระที่เหมาะสม เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีกระเป๋าขนาดใหญ่ จึงต้องมีพื้นที่เพียงพอต่อการเก็บสัมภาระ การเข้าสู่ที่พักของนักท่องเที่ยว ที่ใกล้แหล่งช้อปปิ้ง แหล่งสะดวกต่อการเดินทางขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มทัวร์หรือการท่องเที่ยวด้วยตนเอง การได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจในการเดินทางและความสะดวกของการใช้จ่ายใช้สอยในทุกที่ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นกิจกรรมหนึ่งที่อยู่ในตารางของการเดินทาง ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวจะใช้วิธีการเลือกการเดินทางแบบกลุ่มหรือแบบเดี่ยวด้วยตนเอง ถ้าเป็นกลุ่มจะได้รับการจัดจากกลุ่มทัวร์ 1 วัน ที่จัดเป็นกิจกรรมให้สัมผัสกับวัฒนธรรมไทยในรูปแบบต่าง ๆ ตามระยะเวลาที่กำหนด โดยมีตารางกำหนดแต่ละวัน เช่น การเที่ยวทัวร์อัมพวา การไหว้พระ การเดินตลาดน้ำยามเย็น 1 วัน โดยรถตู้ปรับอากาศ รายละเอียดเป็นการเที่ยวสมุทรสาคร ไหว้พระ วัดเพชรสมุทรวรวิหาร วัดจุฬามณี ออร์คิดฟาร์ม วัดอัมพวันเจติยาราม สัมผัสบรรยายกาศในตลาดอัมพวา จะเห็นว่า

เป็นการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสวัฒนธรรมอย่างแท้จริง ส่วนการเดินทางด้วยตนเอง อาจจะต้องมีการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจเดินทางในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

โลจิสติกส์ยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับการท่องเที่ยวไทย เนื่องจากยังเน้นในเรื่องการขายสินค้ามากกว่าการจัดระบบรองรับที่สร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว สำหรับบทความนี้ได้นำเสนอกระบวนการจัดการโลจิสติกส์กับการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมที่ให้นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ได้มีโอกาสร่วมจัดกิจกรรมกับบริษัท ไทยเทรเวล พลัส เพื่อการวางแผนกำหนดเดินทางจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง โดยการนำนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส จำนวน 100 คน ทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสามารถทำให้เป็นไปตามแผนการได้ค่อนข้างแน่นอน เนื่องจากเวลาของพาหนะต่าง ๆ มีการเชื่อมโยงต่อกันตลอดของการจัดนำเที่ยวครั้งนี้

สำหรับตารางการจัดท่องเที่ยวครั้งวันของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส จำนวน 100 คน กิจกรรมกรู๊ป MESTRE ในวันที่ 6 มีนาคม 2562 เวลา 8.00 – 14.00 น.

สรุปการเดินทางกิจกรรมกรู๊ป MESTRE วันที่ 6 มีนาคม 2562 เวลา 8.00 -14.00 น.

	กิจกรรม	เวลา
1	รถตุ๊ก ๆ ไปรับแขกที่ โรงแรมรามาดา แบ่งเป็น 10 กลุ่ม กลุ่มละ 10 คน แขก 2 + นักศึกษา 2 คน/ รถตุ๊ก	8.00 น.
2	ไปตลาดคลองเตยซื้อวัตถุดิบสำหรับการทำส้มตำ ด้วยงบประมาณ 500 บาทสำหรับซื้อวัตถุดิบ การเจรจาต่อรองให้ต้นทุนต่ำสุด มารับส่งจุดเดิมที่ตลาดคลองเตย	8.30 น.
3	มุ่งหน้าไปที่วัดคลองเตยนอก แบ่งเป็น 2 ทีมใหญ่ให้แขกใส่หมวกตามกลุ่มย่อย กลุ่มที่ 1 - 6 ตำส้มตำ พักดอกบัว นำดอกบัวไปถวายที่โบสถ์สลับกัน กลุ่มที่ 7 - 10 ข้ามไปปั่นจักรยานที่บางกระเจ้า สลับกันไปมา ให้ครบกิจกรรม	9.30 น.
4	รถบัสมารับแขกที่หน้าวัดคลองเตยนอกเวลา 14.30 น. มุ่งหน้าไปรับประทานอาหาร กลางวันที่บ้านบุษราคัม ถนนประมวล์ สาธิตเล่นเกม ปิดตาชิมอาหาร ส่งตัวแทนกลุ่มละ 1 คน ประกอบด้วยหลนเต้าเจี้ยว ห่อหมกทะเลมะพร้าวอ่อน ข้าวคลุกกะปิ ผัดไทยกุ้งสดปลาหมึกผัดไข่เค็ม ต้มยำไก่ ปลากระพงซอสมะกรูด ต้มกะทิปลาสด ผานงเป็ดย่างแกงเขียวหวานลูกชิ้นปลา	13.30 น.

ตารางที่ 1 การจัดทริปให้นักท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย 3 ฐานกิจกรรม

1. แหล่งวัฒนธรรม คหกรรมศิลป์ เขตคลองเตย เป็นตลาดเก่าแก่ เป็นแหล่งรวมอาหารสดต่าง ๆ เช่น เนื้อสัตว์ ผลไม้ ดอกไม้ ซึ่งผู้ผลิตส่งตรงถึงตลาดทำให้สินค้ามีราคาถูกเป็นที่นิยมของผู้ประกอบการร้านอาหารต่าง ๆ จึงมีการจัดนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมตลาดคลองเตย โดยการแบ่งกลุ่ม 10 กลุ่ม 10 สีหมวกได้แก่ สีเขียว สีเหลือง สีแดง สีบานเย็น สีชมพู สีขาว สีน้ำเงิน สีครีม สีส้ม และสีฟ้า ด้วยการทำกิจกรรมซื้อส่วนประกอบการทำส้มตำให้งบประมาณกลุ่มละ 500 บาท มาที่วัดเพื่อทำฐานกิจกรรมต่าง ๆ เริ่มจากการแข่งขันการตำส้มตำ แต่ละกลุ่มแบ่งตามสีของหมวก



ภาพที่ 1 ส่วนประกอบของวัตถุดิบให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อวัตถุดิบที่ตลาดคลองเตย
ที่มา: นิตยา มณีวงศ์ (2562)

2. การพับดอกไม้ วัดคลองเตย ดอกบัวในสังคมไทย ถือว่าเป็นสัญลักษณ์แห่งความบริสุทธิ์ ผุดผ่อง ดอกบัวเป็นต้นกำเนิดของพุทธและควบคู่กับศิลปะไทย ที่นิยมนำมาเป็นรูปทรงพระพุทธรูปปฏิมากร และการพับดอกบัว เป็นการเชื่อในเรื่องของความดีงามที่ไว้สำหรับสักการบูชา อธิฐานเพื่อให้ดอกไม้ได้แบ่งบานในใจของผู้ถวาย

เมื่อได้รับการสาธิตและฝึกการพับดอกบัวแล้ว จึงนำนักท่องเที่ยวเข้าไปสักการะที่โบสถ์ และอธิบายพระองค์ประธาน การทำพิธีกรรมทางศาสนา การพับดอกไม้ วัดคลองเตย



ภาพที่ 2 ตัวอย่างการพับดอกบัว และนำไปสักการะที่โบสถ์วัดคลองเตยนอก
ที่มา: นิตยา มณีวงศ์ (2562)

3. ข้ามเรือแม่น้ำเจ้าพระยาจากวัดคลองเตยนอกไปเที่ยวบางกะเจ้า อ.พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ปั่นจักรยานไปตามเส้นทางแคบในป่าและเส้นทางสีเขียว สัมผัสวิถีชีวิตของชาวไทยท้องถิ่น พร้อมทั้งแวะชมวัดต่าง ๆ ตลอดเส้นทาง



ภาพที่ 3 นักท่องเที่ยวนั่งเรือข้ามฟากในแม่น้ำเจ้าพระยา สู่ บางกะเจ้า
ที่มา: นิตยา มณีวงศ์ (2562)



ภาพที่ 4 เจ้าหน้าที่บริษัทฯ ทัวร์ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
ถ่ายรูปกับนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส
ที่มา: นิตยา มณีวงศ์ (2562)

สรุป

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการสร้างเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติต่าง ๆ ที่เข้ามาในประเทศไทยเพิ่มจำนวนขึ้นในแต่ละปี นอกจากให้ความสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ในเมืองไทยแล้ว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลายเป็นกิจกรรมได้รับความนิยมสูงขึ้น การนำระบบการจัดการโลจิสติกส์ประยุกต์ใช้บริหารจัดการทำให้การเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวจากจุดหนึ่งไปสู่จุดหนึ่งได้สะดวกรวดเร็วมากขึ้นพร้อมการจัดกิจกรรมเป็นไปตามตารางที่กำหนด จากการร่วมกันระหว่างบริษัทฯ ท่องเที่ยวและนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ ทำให้นักศึกษาได้มีประสบการณ์การทำงานจริง ให้นำนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสเข้าถึงวัฒนธรรมอาหารไทย คือ การทำส้มตำ ด้วยจุดแรก คือ การเดินทางไปซื้อวัตถุดิบจากตลาดคลองเตย มีการเจรจาต่อรองการซื้อวัตถุดิบตามเงื่อนไขที่กำหนดให้แต่ละกลุ่มบริหารจัดการเรื่องงบประมาณการซื้อวัตถุดิบ และทำกิจกรรมตามฐาน ได้แก่ ฐานดอกบัว อธิบายถึงความสำคัญของดอกบัว การพับดอกบัว การถวายเป็นพุทธบูชาต่อองค์พระพุทธรูป และการปั่นจักรยานเที่ยวที่บางกะเจ้าเป็นจุดสุดท้ายโดยนักศึกษาจะประจำอยู่กลุ่มต่าง ๆ ตามสีของหมวก ทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้ภาพรวมของการนำโลจิสติกส์มาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างสมบูรณ์แบบมากขึ้น

บรรณานุกรม

- การพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทไทย: เอกสารประกอบการประชุมประจำปี. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2546). สืบค้น 12 เมษายน 2562, จาก <https://www.nesdb.go.th>
- การศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา: ทูลสนับสนุนการศึกษาวิจัยจากศูนย์ศึกษาเพื่อการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย ประจำปีงบประมาณ 2553 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ พ. ศ. 2554. (2562). สืบค้น 16 เมษายน 2562, <http://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/8658/1/361531.pdf>
- คมสัน สุริยะ. (2551). กรอบแนวคิดโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว. สืบค้น 10 เมษายน 2562, จาก <http://www.tourismlogistics.com>
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2548). การวางแผนการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ชาญวิทย์ เกษราศิริ. (2540). *การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2550). *การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน*. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย 2562. (2562). สืบค้น 12 เมษายน 2562 จาก <https://www.bot.or.th>
- นิตยา มณีวงศ์. (ผู้ถ่ายภาพ). (2562). *ตัวอย่างการปิดกั้นและนำไปสู่การกระที่โบสถ์วัดคลองเตยนอก*. กรุงเทพฯ: สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- (2562). *นักท่องเที่ยวนั่งเรือข้ามฟากในแม่น้ำเจ้าพระยา สู่ บางกะเจ้า*. กรุงเทพฯ: สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- (2562). *ส่วนประกอบของวัตถุดิบให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อวัตถุดิบที่ตลาดคลองเตย*. กรุงเทพฯ: สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- มนัส อัมพาส. (ม.ป.ป.). *ประเภทและรูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย*. สืบค้น 12 เมษายน 2562, จาก <https://manopas.com/>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทย ประจำปี 2560*. สืบค้น 12 เมษายน 2562, จาก <https://www.nesdb.go.th>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก. (2562). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ 2560 – 2564)*. <https://www.dot.go.th>
- สุรเชษฐ์ เชษฐมาส. (2541). *ท่องเที่ยวแบบ “นิเวศสัญจร” ทางรอดแหล่งท่องเที่ยวไทย* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Barratt, M. (2004, February). Understanding the meaning of collaboration in the supply chain. *Supply Chain Management: An International Journal*, 9(1), 30–42.
- Douglas, M. Lambert. (2008). Supply chain management, process, partnerships, performance, (3rd ed). Florida: Supply Chain Management Institute Sarasota.
- Lumsdon, Les & Page, Stephen (eds.). (2004). *Tourism and transport : issues and agenda for the new*. Amsterdam: Elsevier.
- Mcintosh, R. W., Goeldner, C.R, & Ritchi, Jr. B. (1995). *Pleasure travel motivation tourism: principle, practices and philosophies* (7th ed). New York: John Wiley & Sons.