

แนวทางการจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อำเภอ
ควนขนุน จังหวัดพัทลุง

Development logistics management for tourism in community OTOP of Pa Phai
Srngasuk Market Khuan Khanun District of Phatthalung Provinc

โสพันธ์ ออมทรัพย์*

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง โดยการสำรวจด้วยแบบสอบถาม และ ศึกษาปัญหา/อุปสรรคและ แนวทางในการพัฒนาการจัดการชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุงตามความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวชาวไทย การวิจัยเชิงสำรวจ โดยการสำรวจแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ตามหลักการทางสถิติซึ่งประกอบด้วย การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ในการ ทดสอบค่า (t-test) การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) ทดสอบนัยสำคัญของความ แตกต่างระหว่างตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ในกรณีที่พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 29 ปี ซึ่งมี สถานภาพโสด ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดพัทลุง

เนื่องจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัต วิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง ด้านการจัดการ โลจิสติกส์อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุดทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการไหลทางกายภาพ ด้านการสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว และมีความ คิดเห็นอยู่ในระดับมาก 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการไหลของสารสนเทศ ด้านการไหลทางการเงิน ด้านพัฒนาบุคลากรด้านการ ท่องเที่ยว ด้านพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ด้านพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว และด้านเชื่อมโยงเส้นทางการ ท่องเที่ยว โดยการนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการดำเนินปรับปรุงและพัฒนาการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว ในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุงให้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนาการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว

Abstract

This study has the objective of research to study and study tourism behavior Of tourists in community OTOP of Pa Phai Srngasuk Market Khuan Khanun District of Phatthalung Provinc By surveying with questionnaires And study problems / obstacles and guidelines for developing management in community OTOP of Pa Phai Srngasuk Market Khuan Khanun District of Phatthalung Provinc According to the opinions of Thai tourists Survey research By surveying questionnaires data analysis By using the software package And analyze the data obtained according to statistical principles contain with Percentage The mean and standard deviation are used to test the values (t-test) One-way variance testing Examine the significance of the difference between more than 2 groups In the case that there are significant differences The results showed that most of the tourists who responded to the questionnaire Most Thai tourists are female. Aged between 25 - 29 years Which has a single status Most of them are company employees. With an average monthly income 10,001-20,000 baht Bachelor's degree And most of them are domiciled in Phatthalung Province

*หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ
สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจังหวัดสงขลา ปีการศึกษา 2561

Due to the opinions of Thai tourists With the management of tourism logistics in community OTOP of Pa Phai Srangasuk Market Khuan Khanun District of Phatthalung Provinc Logistics management is at the highest level in all 3 aspects Including physical flow Facilities And the promotion of tourism community marketing And there are 6 opinions in the high level, namely Information flow Financial flow In the development of tourism personnel In the development of natural attractions Product development and tourism services And the linking of tourist routes By using such information as a guideline to improve and develop logistics management for tourism in community OTOP of Pa Phai Srangasuk Market Khuan Khanun District of Phatthalung Provinc Better.

Keywords: Development logistics management for tourism.

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นฟันเฟืองหลักที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจประเทศไทย ได้สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นมูลค่ารวมถึง 2.75 ล้านล้านบาทในปี 2560 ซึ่งคิดเป็น 20% ของ GDP ประเทศไทย และมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า 35 ล้านคน โดยได้มีการตั้งเป้าเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวขึ้นเป็น 37 ล้านคนในปี 2561 และตั้งเป้าเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวขึ้นเป็น 3 ล้านล้านบาท จุดแข็งของการท่องเที่ยวของประเทศไทยคือความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีให้เลือกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทะเล ภูเขา น้ำตก แม่น้ำ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตความเป็นไทย ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวแบบสมัยใหม่ ที่เกิดใหม่ในรูปแบบต่างๆ มากมาย ตรงนี้ถือเป็นจุดแข็งที่น่าสนับสนุนให้เกิดขึ้น เพราะคือสิ่งที่ช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกัน ช่วยเพิ่มความหลากหลายและเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวและยังเป็นการช่วยลดความบอบซ้ำของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้อีกแรงหนึ่งด้วย นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีความหลากหลายในเรื่องของอาหารการกินซึ่งเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก รวมทั้งความหลากหลายในเรื่องของการเดินทางที่วันนี้ถือว่ามีความสะดวกสบายมากขึ้น โดยกรุงเทพมหานครว่าแชมป์อันดับหนึ่งเมืองที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนมากที่สุดในโลก จากการสำรวจเมืองที่เป็นสุดยอดจุดหมายปลายทางโลกโดยมาสเตอร์การ์ด เอาชนมมหานคร ชื่อดังของโลกอย่างลอนดอน ปารีส ดูไบ สิงคโปร์ นิวยอร์ก และโตเกียว ได้ถึง 2 ปีซ้อน คือปี 2559 และ 2560

รัฐบาลจะส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีความพร้อมบนพื้นฐานของเอกลักษณ์ไทย ซึ่งสอดคล้องกับกระแสด้านความต้องการของประชากรโลก อีกทั้งสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของ UNWTO มุ่งเน้นการเพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวคุณภาพ แต่ยังคงรักษานักท่องเที่ยวตลาดเดิม สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม สนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน โดยยกระดับและเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวให้กับชุมชนทั่วประเทศ อันจะเป็นการวางรากฐานของเศรษฐกิจในภาพรวม เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนตามนโยบายของรัฐบาล นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้จัด 15 กิจกรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ทั่วโลกอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 7 กิจกรรมหลัก ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) การท่องเที่ยวทางน้ำ (Maritime Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการแต่งงานและการฮันนีมูน (Wedding & Honeymoon Tourism) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ (Medical and Wellness Tourism) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ (Leisure Destination) และ 8 กิจกรรมเสริม ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Green Tourism) การท่องเที่ยวยามค่ำคืน (Night Tourism) การท่องเที่ยวในธุรกิจไมซ์ (MICE Tourism) การจัดงานแสดงสินค้า (Trade Fair) การจัดกิจกรรมการตลาดระหว่างธุรกิจกับธุรกิจที่ต่างประเทศ (B2B Marketing Activity Aboard) การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Logistics) การเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Human Resource Development) และการจัดกิจกรรมเพื่อ

สถานความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (Country Relationships) รัฐบาลยังคงส่งเสริมกิจกรรมด้านวัฒนธรรม ประเพณี การละเล่นของท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งมีเสน่ห์และเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน เช่น เทศกาลลอยกระทง ตรุษจีน สงกรานต์ ประเพณี เจริญศาสนา เช่น เข้าพรรษา ออกพรรษา ฮารีรายอ ซึ่งจัดขึ้นทั่วประเทศตลอดทั้งปี รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่มีความสวยงามตามฤดูกาล และมีการส่งเสริมกิจกรรมด้านวัฒนธรรม ประเพณีการละเล่นของท้องถิ่น ต่างๆ ซึ่งมีเสน่ห์และเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน เช่น เทศกาลลอยกระทง ตรุษจีน สงกรานต์ ประเพณี เจริญศาสนา เช่น เข้าพรรษา ออกพรรษา ฮารีรายอ ซึ่งจัดขึ้นทั่วประเทศตลอดทั้งปี รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ ที่มีความสวยงามตามฤดูกาล

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาสถานการณ์ของระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในมุมมองของผู้ที่ เกี่ยวข้องโดยตรงไม่ว่าจะเป็น ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ประชาชนของท้องถิ่น เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมการ จัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม ตลาดป่าไม้สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุงในปัจจุบัน ศึกษาพฤติกรรมและ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงการมาเที่ยวซ้ำ ของนักท่องเที่ยว และศึกษาแนวทางการพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรง เพื่อนำผลที่ได้มา เป็นแนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม ตลาดป่าไม้สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง และ ยังเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการวางแผนจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน OTOP นวัตกรรม ตลาดป่าไม้ สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม ตลาดป่าไม้สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุงของนักท่องเที่ยว ชาวไทย
2. ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม ตลาด ป่าไม้สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง
3. ศึกษาปัญหา/อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม ตลาดป่า ไม้สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

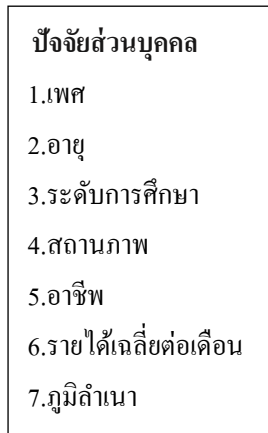
สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม ตลาดป่า ไม้สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม ตลาดป่าไม้สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง

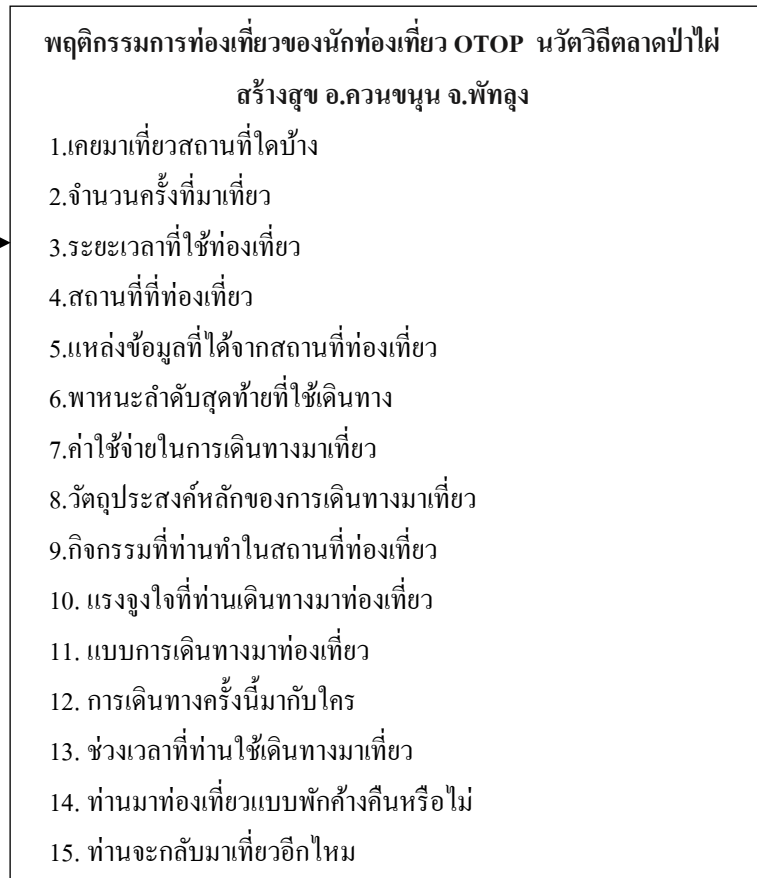
กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตัวแปรที่ 1



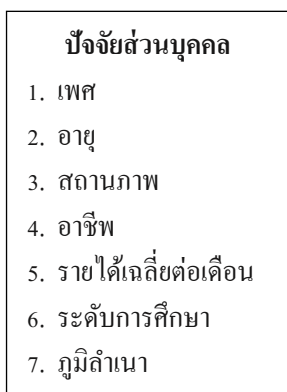
ตัวแปรที่ 2



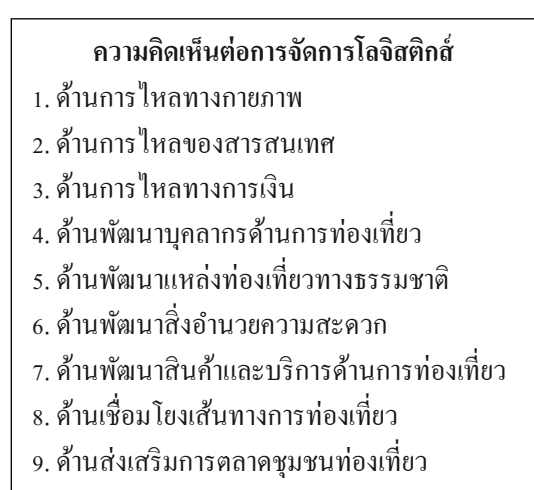
ภาพ 1 กรอบแนวคิดตามสมมติฐานข้อที่ 1

กรอบแนวคิดตามสมมติฐานข้อที่ 2

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม



ภาพ 2 กรอบแนวคิดตามสมมติฐานข้อที่ 2

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทราบถึงสถานการณ์ภาพรวมของโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในปัจจุบันของOTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไม้สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง เพื่อเป็นสารสนเทศสำหรับผู้ต้องการศึกษาและใช้กำหนดแนวทางในการพัฒนาต่อไป
2. ทราบปัจจัยองค์ประกอบและการจัดการโลจิสติกส์ที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจ และมีส่วนทำให้กลับมาเที่ยวซ้ำ เพื่อพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น จนเป็นองค์ประกอบที่มีศักยภาพช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวซ้ำมากขึ้น
3. ทราบถึงความพร้อมและแนวทางการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตามแนวคิดของผู้เกี่ยวข้องโดยตรง นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมOTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไม้สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง
4. เพื่อเป็นข้อมูลข่าวสารสนเทศสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยว สำหรับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในจังหวัดพัทลุง โดยเฉพาะในส่วนของโลจิสติกส์การท่องเที่ยว เพื่อนำไปพัฒนาผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้มีผู้ประกอบการรายใหม่มากขึ้น

แนวคิด/ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการท่องเที่ยว

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติ ได้มีคำจำกัดความของ “การท่องเที่ยว” คือ “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ รวมไปถึงการไปร่วมประชุมแต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พักอยู่เป็นการถาวร”

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวครั้งนี้ “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.” จากความหมายนี้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ดึงดูดธรรมชาติและวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ยี่งถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” หมายถึง การเดินทางด้วยความสมัครใจไปยังอีกสถานที่หนึ่งที่ไม่ใช่สถานที่อยู่ของบุคคลเหล่านั้น

ประเภทการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งตามความสำคัญ และ สภาพแวดล้อม ได้ 12 ประเภทดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism)
2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard)
3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ
6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction)
7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ
8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (Beach Attraction)

9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก
10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ
11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภท เกาะ
12. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภท แก่ง

แนวคิดด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะรู้สึกตัวหรือไม่ รู้สึกตัวก็ตาม ซึ่งบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้น ได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อจะมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใด สภาพการณ์หนึ่ง ก็ตาม ในส่วนพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสามารถสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ซึ่งพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) จะเป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งในด้านความรู้สึกนึกคิด และด้านอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในซึ่งจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นส่วนที่กำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทุกๆ พฤติกรรม จะบอกถึงเป้าหมายที่จะกระทำ ยกตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์มีเป้าหมายคือ เกียรติยศและจะแสดงให้เห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสภาพแวดล้อมในสถานที่ต้นเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศน์เหมือนเดิม
2. ความพร้อม หมายถึง การมีวุฒิภาวะ ความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการ
3. สถานการณ์ หมายถึง โอกาสหรือเหตุการณ์ ที่อำนวยความสะดวกให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีที่การคิดแบบต่างๆ เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการให้พอใจมากที่สุด ในสถานการณ์นั้น ๆ
5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน เพราะฉะนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องมีการวางแผนในการเดินทาง และดำเนินการไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ไปถึงเป้าหมายที่ซึ่งกำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดกิจกรรมการเดินทาง สถานที่ จองที่พัก เพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของตนเอง
6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลที่ได้จากการกระทำหนึ่ง ๆ ซึ่งอาจจะได้ผลตามที่คาดหวังไว้ หรืออาจจะตรงข้ามกันกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหวังไว้ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมือง มุมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความคิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คมสัน สุริยะ (2548) ได้ศึกษาวิจัยระบบโลจิสติกส์ในจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับการขนส่งผู้โดยสาร โดยรถประจำทางระหว่างจังหวัดระยอง ใกล้เคียง และระยองไกล การบริการท่าอากาศยาน การขนส่งผู้โดยสาร โดยทางรถไฟ รถขนส่งมวลชนท้องถิ่น และบริการอื่นๆ ด้านการขนส่ง (บีเอ็มเอ็น) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพรวมของอุตสาหกรรมขนส่งผู้โดยสารในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาโดยสรุปประเด็นปัญหาที่สำคัญของอุตสาหกรรมการขนส่งผู้โดยสารคือ จังหวัดเชียงใหม่ ยังไม่มีระบบขนส่งมวลชนของรัฐ รถสองแถวแดงที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบันยังมีความแตกต่างกันในด้านมาตรฐานการบริการ ความสะดวกและความปลอดภัย จึงควรจัดให้มีระบบขนส่งมวลชนในเชียงใหม่ที่ให้บริการอย่างมีคุณภาพ ได้มาตรฐานและเป็นเวลา แต่การจัดระบบขนส่งมวลชนในจังหวัดเชียงใหม่ยังควรต้องพิจารณาทางด้านอุปสงค์และอุปทาน

โดยละเอียดอีกครั้ง เนื่องจากระบบขนส่งมวลชนการจัดระบบขนส่งมวลชนจะเข้ามาชิงส่วนแบ่งตลาดคนท้องถิ่น จึงอาจทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้ขับรถขนส่งมวลชนในท้องถิ่น และคนขับรถตุ๊กตุ๊กที่ต้องพึ่งพาลูกค้ากลุ่มนี้เป็นหลักนอกฤดูการท่องเที่ยว ซึ่งอาจมีแนวโน้มที่จะเกิดภาวะอุปทานส่วนเกินในภาครัฐกิจรถขนส่งมวลชนในท้องถิ่น โดยเฉพาะนอกฤดูการท่องเที่ยว

ฉัฐบุศ บุศเนตร (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดหนองมน ตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นและเปรียบเทียบความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดหนองมน ตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี ผลการศึกษา ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดหนองมน ในภาพรวมพบว่า การท่องเที่ยวตลาดหนองมนควรได้รับการพัฒนามากที่สุด คือ ด้านบริการการท่องเที่ยว รองลงมาคือด้านการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวและอันดับสุดท้ายคือด้านการพัฒนาแหล่งหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิฐานะ และประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดหนองมน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดหนองมนแตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวที่มีภูมิฐานะ และประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดหนองมน ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดหนองมนไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

อมลธิรัตน์ ศรีบัวนา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวในวัดศรีสุพรรณ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด เดินทางวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลาที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวในวัดศรีสุพรรณคือช่วงเย็น ช่วงเดือนที่เดินทางมาท่องเที่ยวไม่แน่นอน พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยวคือรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน กิจกรรมที่ทำในวัดศรีสุพรรณพร้อมกับการท่องเที่ยวคือกิจกรรมชมทิวทัศน์ ศาสนสถาน ศาสดู ผู้ให้ข้อมูลได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของวัดศรีสุพรรณมาจากเพื่อนหรือญาติมากที่สุด มีความต้องการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวของวัดศรีสุพรรณ จากแหล่งเว็บไซต์หรือFACEBOOK มีการวางแผนค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวต่อครั้งไม่รวมค่าเดินทางเป็นจำนวนเงิน 1,000-5,000 บาท มากที่สุด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการ โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวในวัดศรีสุพรรณจำแนกตามองค์ประกอบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความพึงพอใจด้านสถานที่ระดับมากที่สุด ส่วนด้านการไหลทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการให้ความพึงพอใจระดับมาก และด้านการไหลของสารสนเทศ ให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถีตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบประชากรที่แน่นอน จึงทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาคครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูล จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจแนวทางการพัฒนาการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว การสร้างแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้น ได้อาศัยข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่ โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถีตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถีตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง โดยแบ่งออกเป็น 9 ด้าน ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปรับปรุง และพัฒนาการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยส่วนที่ 3 ได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 1 ถึง 5 แทนระดับความคิดเห็นต่อการจัดการ โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวครั้งนี้ มากที่สุด = 5 , มาก = 4 , ปานกลาง = 3 , น้อย = 2 และน้อยที่สุด = 1

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ การใช้แบบสอบถาม ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถีตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อประมวล และวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) บรรยายลักษณะข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยการ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และแจกแจงความถี่ (Frequencies) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการสรุปอ้างอิงค่าสถิติต่างๆที่เกิดขึ้นในกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติค่า Chi-square

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 255 คนคิดเป็นร้อยละ 64.00 มีอายุระหว่าง 25 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.00 ซึ่งมีสถานภาพ โสดจำนวน 226 คิดเป็นร้อยละ 56.50 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 56.30 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 81.80 และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภายในจังหวัดพัทลุง คิดเป็นร้อยละ 75.50

พฤติกรรมมาท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มาก่อนที่จะมาท่องเที่ยวชุมชน OTOP ในพื้นที่มีจำนวน 390 คน คิดเป็นร้อยละ 97.50 มาท่องเที่ยวครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 38.00 โดยใช้ระยะเวลาที่อยู่ในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง 6-12 ชม.คิดเป็นร้อยละ 55.50 ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแล้วให้ความนิยมในสถานที่นี้คือจุดถ่ายภาพ คิดเป็นร้อยละ 69.00 ซึ่งส่วนใหญ่นิยมมาท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง คิดเป็นร้อยละ 45.50 ได้รับข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ นักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 100 ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไปในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง โดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.80 ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 61.50 ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 47.8 ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100.00 เดินทางส่วนตัวมาท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง โดยบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวกับคิดเป็นครอบครัว ร้อยละ 54.2 ส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 66.50 ซึ่งจะไม่พักค้างคืนของนักท่องเที่ยวทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 84.50 และส่วนใหญ่มีความต้องการในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง อีก คิดเป็นร้อยละ 94.50

ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์เพื่อท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการไหลทางกายภาพ 2. ด้านพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว และอยู่ในระดับมาก 6 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการไหลของสารสนเทศ 2. ด้านการไหลทางการเงิน 3. ด้านพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว 4. ด้านพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ 5. ด้านพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว และด้านเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัยตามสมมติฐาน

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และภูมิฐานะ ไม่มี ความสัมพันธ์กับต่อพฤติกรรม ในการเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

จากการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อ การท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง กับปัจจัยส่วนบุคคล

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา และภูมิฐานะต่างกัน มีระดับความ คิดเห็นต่อการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อ การท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 1

ระดับความเห็นของการจัดการ โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง

| การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว | N = 400 | | แปลความหมาย |
|---------------------------------------|-----------|------|-------------|
| | \bar{X} | S.D. | |
| ด้านการไหลทางกายภาพ | 4.20 | 0.90 | มากที่สุด |
| ด้านการไหลของสารสนเทศ | 4.15 | 0.81 | มาก |
| ด้านการไหลทางการเงิน | 4.19 | 0.86 | มาก |
| ด้านพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว | 4.08 | 0.88 | มาก |
| ด้านพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ | 4.13 | 0.88 | มาก |
| ด้านพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก | 4.24 | 0.87 | มากที่สุด |
| ด้านพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว | 4.00 | 0.96 | มาก |
| ด้านเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว | 4.08 | 0.79 | มาก |
| ด้านส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว | 4.55 | 0.50 | มากที่สุด |
| โดยรวม | 4.18 | 0.83 | มาก |

จากตาราง 1 เมื่อศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า โดยรวมแล้วระดับความคิดเห็นของปัจจัยนักท่องเที่ยวชาวไทย มี ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง โดย ภาพรวมมี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย มีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง ด้านการไหลทางกายภาพ อยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือด้านการไหลของสารสนเทศ ด้านการไหลทางการเงิน ด้านพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ด้าน ส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว ด้านเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว ด้านพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านพัฒนาสินค้า และบริการการท่องเที่ยว และด้านพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง การศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลได้ให้ความคิดเห็นต่อการจัดการ โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง จำแนกตามองค์ประกอบ โลจิสติกส์การท่องเที่ยวโดยผู้ให้ข้อมูลให้ความคิดเห็นในระดับมากที่สุดในด้านพัฒนา ด้านการไหลทางกายภาพ ด้านการไหลของสารสนเทศ ด้านพัฒนาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้านพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวและ ด้านส่งเสริมการตลาดชุมชนท่องเที่ยว ผู้วิจัยเห็นด้วยว่าด้านพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวสอดคล้องกับงานวิจัยของเกกิงศักดิ์ชัยชาญ (2555) เรื่อง การจัดการ โลจิสติกส์ในอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งบุคลากรเป็นผู้ที่ติดต่อกับนักท่องเที่ยวโดยตรงดังนั้นผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวหรือบุคลากรจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งในการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง ทั้งนี้ผู้ให้บริการหรือบุคลากรหมายถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐ บุคลากรในชุมชน ผู้ประกอบการ ตลอดจนอาสาสมัครที่ให้บริการและอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งของโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ส่วนประเด็นด้านพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ซึ่งผู้วิจัยเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าสถานที่ซึ่งเป็นการใช้สื่อที่มองเห็นสัมผัสและจับต้องได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส เป็นองค์ประกอบสำคัญที่เป็น “รูปธรรม - Tangible” ในการนำมาเชื่อมระหว่างสินค้าทางการท่องเที่ยวกับบริการที่ให้นักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับ คมสันสุริยะ (2551: ระบบออนไลน์) ที่กล่าวไว้ว่า สถานที่ท่องเที่ยว งานเทศกาล หรือสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องไม่พลาดที่จะมาเยี่ยมชม สิ่งเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นแม่เหล็กดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนเมืองท่องเที่ยว นั้น หากปราศจากแม่เหล็กดังกล่าวก็อาจจะไม่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากนัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวต้องมีความพยายามให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ในการท่องเที่ยวอย่างมีความสุข เช่น การให้แสง สี เสียง การส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ทางด้านศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น บรรยากาศภายในสถานที่ท่องเที่ยวความสวยงามสาธิตปลูกที่ได้มาตรฐานและพร้อมใช้งานตลอดจนความสะดวกและรู้สึกได้ถึงความปลอดภัย ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาท่องเที่ยวในชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ. พัทลุง นานขึ้น และเพิ่มจำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย

ในขณะที่นักท่องเที่ยวได้ให้ความคิดเห็นในระดับมาก ด้านการไหลทางการเงิน ด้านพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และ ด้านเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว ตามลำดับ ผู้วิจัยเห็นว่าด้านการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวิจัย อัครพงษ์ อ้นทอง (2008: 120) กล่าวว่า การจัดการ โลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวเป็นการบูรณาการแนวคิดการจัดการ โลจิสติกส์กับแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ในการพิจารณารูปแบบการจัดการ โลจิสติกส์เป็นการจัดการการไหลเวียนภายในห่วงโซ่อุปทานที่ประกอบด้วย การจัดการการบริหารในเรื่องการไหลเวียนทางด้านกายภาพ (Physical) การเงิน (Financial) และสารสนเทศ (Information) เพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้รวดเร็วและปลอดภัย ส่วนด้านการไหลของสารสนเทศ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวผ่านทางแหล่งสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น ทางโทรทัศน์ ทางอินเทอร์เน็ต ทางหนังสือพิมพ์และวารสารอย่างชัดเจนและสม่ำเสมอเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวสังเกตได้จากการเข้ามาสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) การท่องเที่ยว การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า

การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทางท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจโดยการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยแนวทางการพัฒนาการจัดการ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านการไหลทางกายภาพจากการวิจัยพบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ควรมีการเพิ่มช่องทางในการขนส่ง หรือการมาถึงยังจุดหมายให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง ให้มีประสิทธิภาพและเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

2. ด้านการไหลทางการเงิน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก แต่ก็ควรเพิ่มความสะดวกสบายในการชำระเงินมากขึ้นเนื่องจากยุคสมัยนี้เป็นสังคมไร้เงินสด การชำระผ่านแอปพลิเคชันจึงเป็นที่นิยมกัน อีกทั้งยังเพิ่มความสะดวกให้กับผู้ที่มาท่องเที่ยว ณ OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง

3. ด้านพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว จากการวิจัย พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานหรือองค์กร มาทำหน้าที่พัฒนาโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว กลุ่มที่คอยให้บริการด้านข้อมูลกับนักท่องเที่ยว กลุ่มที่ดูแลความสะอาดเรื่องขยะสิ่งแวดล้อมตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง และกลุ่มอาสาสมัครนักเรียนนักศึกษาที่มีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของตลาดป่าไผ่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยในครั้งต่อไปเพื่อให้มีความครอบคลุมและสมบูรณ์ยิ่งขึ้นจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อองค์ประกอบ โลจิสติกส์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติที่มาท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง

2. การวิจัยครั้งต่อไปอาจมุ่งประเด็นที่การศึกษาพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและร่วมกับหน่วยงานท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชน OTOP นวัตวิถี ตลาดป่าไผ่สร้างสุข อ.ควนขนุน จ.พัทลุง ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

ความรู้เกี่ยวกับโลจิสติกส์/ความรู้โลจิสติกส์. (2561). สืบค้นเมื่อวัน ธันวาคม 5, 2561, จาก

<https://www.logisticacafe.com>

นระ คมนามูล. (2550). ความหมาย โลจิสติกส์ ในด้านการขนส่ง. สืบค้นเมื่อวัน ธันวาคม 5, 2561, จาก

http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=1&bookID=589&read=true&count=true

คมสัน สุริยะ. (2552). หัวใจของโลจิสติกส์ท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อวัน ธันวาคม 5, 2561, จาก

http://www.tourismlogistics.com/index.php?option=com_content&view=article&id=190:2009-07-16-19-35-13&catid=64:2008-12-01-11-20-40&Itemid=78

ความหมายของการท่องเที่ยว. (2561). สืบค้นเมื่อวัน มกราคม 21, 2561

จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com>

อิมกาย บายใจ ตลาดป่าไม้สร้างสุข สโลว์ไลฟ์ สโลว์ฟู้ด@พัทลุง. (2560). สืบค้นเมื่อวัน มกราคม 22, 2561,
จาก<http://review.tourismthailand.org/phatthalung-bamboomarket/>
องค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว. (2562). สืบค้นเมื่อวัน ธันวาคม 22, 2562, จาก
<https://pairach.com/piffs/>
ภาคการท่องเที่ยวไทยครึ่งปีแรกโตต่อเนื่อง แม็กเน็ตท่องเที่ยวใหม่ๆ แข็งแกร่ง เปิดไอคอนสยาม
ปลายปี หุ่นท่องเที่ยวโตทะลุเป้า. (2562). สืบค้นเมื่อวัน ธันวาคม 22, 2562,
จาก<https://marketeeronline.co/archives/63542> (22 มกราคม 2562).