



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุด อำเภอ
พัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

Development of media for Tourism Logistics in Bo Nam Dueat, Nam
Sud, Phatthana Nikom, LopBuri.

จารุมาศ รักทองหล่อ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ประจำปีงบประมาณ 2562

ชื่อโครงการวิจัย : การพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต
อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี
ชื่อนักวิจัย : นางสาวจารุมาศ รักทองหล่อ
หน่วยงานที่สังกัด : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ปี : 2562

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อการพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวและประชาชนชุมชนบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี จำนวน 100 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติพรรณนา(descriptive statistics) และข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี พบว่า ส่วนใหญ่มาเที่ยวบ่อน้ำเดือดเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 89 ในการมาแต่ละครั้งส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวพักผ่อนที่บ่อน้ำเดือดเพียง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 73 เนื่องจากนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมได้เพียงถ่ายรูป โดยผู้ดูแลขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวไม่ให้ลงเล่นน้ำเพราะบ่อน้ำเดือดเป็นบ่อน้ำขนาดเล็ก เมื่อนักท่องเที่ยวลงเล่นจำนวนมากจะทำให้น้ำขุ่น นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือดทั้งหมดเดินทางมาด้วยรถส่วนบุคคล ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการท่องเที่ยว คือ สถานที่ท่องเที่ยวดึงดูดความสนใจมากที่สุด เนื่องจากเป็นสถานที่คล้ายกับ “บลูลากูน ในประเทศไอซ์แลนด์” หรือ “วังเวียง ในประเทศลาว” คิดเป็นร้อยละ 54 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 64 โดยเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับบ่อน้ำเดือดจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73 เพราะเป็นสื่อที่มีความสำคัญต่อสังคมในปัจจุบันและมีความรวดเร็วในการส่งข่าวสาร/ข้อมูลและการรับข่าวสาร/ข้อมูล

เมื่อวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ต่อ 3 องค์ประกอบของโลจิสติกส์การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวโลจิสติกส์บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ภาพรวมในด้านการไหลทางกายภาพอยู่ในระดับน้อย โดยนักท่องเที่ยวพึงพอใจกับจำนวนที่จอดรถของสถานที่ท่องเที่ยวที่ 3.32 ซึ่งมีค่าสูงสุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.30 ในส่วนระบบการขนส่งสาธารณะที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด อยู่ที่ 1.06 แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แนะนำให้ปรับปรุงเรื่องความสะดวกในการเดินทางและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจนมากขึ้น เนื่องจากระหว่างการเดินทางไม่มีป้ายบอกระยะทางหรือสัญลักษณ์บอกทางของสถานที่ท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในด้านการไหลทางการเงินนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านราคา/ค่าบริการอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุดอยู่ที่ 3.46

เพราะร้านค้าขายสินค้าในราคาปกติ แต่ในด้านความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการนั้น นักท่องเที่ยวยังมองว่าสินค้าและบริการที่มีขายน้อย จึงทำให้ไม่ความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ และด้านการไหลทางสารสนเทศนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือดส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลด้าน สถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด อยู่ที่ 3.18 รองลงมา คือ ข้อมูล ณ สำนักงานการท่องเที่ยวลพบุรี อยู่ที่ 2.86 และระดับต่ำสุดด้านการไหลทางสารสนเทศ คือ ข้อมูล ณ สถานที่พักผ่อน อยู่ที่ 1.49 แต่สำหรับนักท่องเที่ยวข้อมูลด้านการเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีการเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นด้วย

เส้นทางที่ผู้วิจัยและประชาชนในชุมชนตัดสินใจร่วมกันในการพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี คือ เส้นทางที่ 2 เลี้ยวซ้าย ตรงสามแยกไฟแดงตลาดเทศบาลวังม่วง เนื่องจากเป็นเส้นทางที่สะดวก สภาพถนนค่อนข้างสมบูรณ์ เป็นเส้นทางที่ผ่านน้ำตกสุดสราญ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติอีกแหล่งหนึ่งที่สำคัญของ ตำบลน้ำสุต สื่อที่ชุมชนต้องการพัฒนา คือ ป้ายบอกทาง เพราะระหว่างทางไม่มีป้ายบอกเส้นทางมายังบ่อน้ำเดือด จึงทำให้เกิดความกังวล เกิดความสับสนและเกิดความไม่มั่นใจในเส้นทาง ถึงแม้จะใช้ระบบ GPS นำทาง นักท่องเที่ยวยังต้องจอดรถถามชาวบ้านมาตลอดทางอีกด้วย โดยการพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ในครั้งนี้ จะเริ่มจากจุดท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดลพบุรี คือ เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวสนใจมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาให้ความช่วยเหลือ คำปรึกษาและคำแนะนำที่ดี
ระหว่างการดำเนินการศึกษาวิจัยแก่ข้าพเจ้า จากบุคคลจำนวนมาก อันได้แก่

คุณธัญธรณ์ เซวณันธานุรักษ์ สารวัตรกำนันตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี
สำหรับข้อมูลความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำพุ และคำชี้แนะสำหรับดำเนินการวิจัยในครั้ง
นี้

ข้าพเจ้าจึงใคร่ขอขอบพระคุณบุคคลทุกท่านที่ได้กล่าวมา รวมทั้งบุคคลผู้มีพระคุณที่ข้าพเจ้า
ไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้ด้วย

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณสำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีที่ให้ทุน
สนับสนุนในการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัย

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| กิตติกรรมประกาศ | ก |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ข |
| สารบัญ | ง |
| สารบัญตาราง | จ |
| สารบัญภาพ | ช |
| บทที่ 1 บทนำ..... | 1 |
| ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย..... | 1 |
| วัตถุประสงค์ของโครงการการวิจัย..... | 4 |
| ความสำคัญของการวิจัย..... | 4 |
| ขอบเขตของโครงการวิจัย..... | 4 |
| นิยามศัพท์เฉพาะ..... | 4 |
| ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ..... | 5 |
| แผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย..... | 5 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 6 |
| แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับโลจิสติกส์..... | 6 |
| แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว..... | 9 |
| โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว..... | 14 |
| แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับสื่อโลจิสติกส์..... | 18 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 28 |
| บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย..... | 34 |
| ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย | 34 |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 35 |
| ผลการวิจัยและพัฒนา..... | 35 |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 49 |
| บทที่ 5 สรุป และข้อเสนอแนะ..... | 53 |
| วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย..... | 53 |
| วิธีการดำเนินการวิจัย..... | 53 |
| สรุปผลการวิจัย..... | 54 |
| ข้อเสนอแนะ..... | 56 |
| บรรณานุกรม..... | 58 |
| ประวัติผู้วิจัย..... | 62 |

สารบัญตาราง

| | หน้า |
|---|------|
| ตาราง 2.1 แสดงรายละเอียดของป้ายในอารยะประเทศ..... | 24 |
| ตาราง 2.2 การใช้โลจิสติกส์ในการสร้างคุณภาพของการท่องเที่ยวชุมชนในสหภาพยุโรป..... | 32 |
| ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล..... | 53 |
| ตาราง 4.2 ระดับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี..... | 54 |
| ตาราง 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ต่อ 3 องค์ประกอบของโลจิสติกส์การ ท่องเที่ยว..... | 46 |

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

สารบัญภาพ

| | หน้า |
|--|------|
| ภาพ 1.1 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย..... | 5 |
| ภาพ 2.1 กรอบแนวคิดในการศึกษาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว..... | 15 |
| ภาพ 2.2 ตัวอย่างป้ายจราจรพื้นสีน้ำตาล ตัวอักษรสีขาว ของประเทศต่าง ๆ..... | 23 |
| ภาพ 2.3 ตัวอย่างป้ายจราจรพื้นสีน้ำเงิน ตัวอักษรสีขาว ของประเทศต่าง ๆ..... | 23 |
| ภาพ 2.4 ตัวอย่างป้ายท่องเที่ยวในประเทศไทย..... | 24 |
| ภาพ 2.5 แสดงลักษณะขนาดรูปร่างและสีของป้าย บอกจุดหมายปลายทางที่เป็นสถานที่ราชการ..... | 26 |
| ภาพ 2.6 แสดงลักษณะขนาดรูปร่างและสีของป้าย บอกจุดหมายปลายทางที่เป็นสถานที่ของเอกชน..... | 26 |
| ภาพ 2.7 แสดงลักษณะขนาดและรูปร่างของป้ายชี้ทาง..... | 27 |
| ภาพ 4.1 บ่อน้ำเดือด ที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันในนามของ “บ่อน้ำร้อนเมืองไทยหรือวังเวียง ลพบุรี”..... | 40 |
| ภาพ 4.2 ประชาชนในชุมชนช่วยกันปรับปรุงภูมิทัศน์ “บ่อน้ำเดือด” ให้เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว..... | 41 |
| ภาพ 4.3 ลักษณะเส้นทางที่ใช้ในการเดินทางไปยังบ่อน้ำเดือด..... | 41 |
| ภาพ 4.4 แสดงเส้นทางเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือดจากเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์..... | 42 |
| ภาพ 4.5 เลี้ยวซ้ายขึ้นสะพานข้ามถนนรถไฟ..... | 43 |
| ภาพ 4.6 เลี้ยวขวาตรงแยกพงษ์เพชรแลนด์..... | 43 |
| ภาพ 4.7 เลี้ยวซ้ายตรงสามแยกไฟแดงก่อนเข้าตลาดเทศบาลวังม่วง..... | 44 |
| ภาพ 4.8 เลี้ยวขวาตรงสี่แยกไฟแดงบ้านสวนมะเดื่อ..... | 45 |
| ภาพ 4.9 เลี้ยวขวาเข้าหมู่บ้านน้ำสุด..... | 45 |
| ภาพ 4.10 เลี้ยวซ้ายเข้าหมู่บ้านน้ำสุด..... | 46 |
| ภาพ 4.11 ป้ายเตือนให้ระวังอุบัติเหตุที่หากเกิดจากรถบรรทุกอ้อย..... | 47 |
| ภาพ 4.12 เส้นทางที่ 2 เลี้ยวซ้ายตรงสามแยกไฟแดงตลาดเทศบาลวังม่วง..... | 48 |
| ภาพ 4.13 เส้นทางที่ 2 แสดงเส้นทางเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือดจากเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์..... | 49 |
| ภาพ 4.14 เลี้ยวซ้ายขึ้นสะพานข้ามถนนรถไฟ..... | 49 |
| ภาพ 4.15 เลี้ยวขวาตรงแยกพงษ์เพชรแลนด์..... | 50 |
| ภาพ 4.16 เลี้ยวซ้ายตรงสามแยกไฟแดงตลาดเทศบาลวังม่วง..... | 50 |
| ภาพ 4.17 เลี้ยวขวาตรงแยกวัดป่าลานหินตาด..... | 51 |
| ภาพ 4.18 เลี้ยวซ้ายตรงแยกวัดบ่อน้ำเดือด..... | 51 |

สารบัญภาพ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| ภาพ 4.19 เถียวขวาตรงแยกเข้าหมู่บ้าน..... | 52 |
| ภาพ 4.20 เถียวซ้ายตรงทางโค้ง..... | 52 |

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

บทที่ 1 บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

ในช่วง ๒ ทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความสามารถทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อเนื่อง อาทิ ปัจจัยด้านความผันผวนของเศรษฐกิจโลก กฎระเบียบระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันทางการค้า ทักษะความสามารถของแรงงาน โครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมสูงวัย และเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วที่ส่งผลให้ภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และภาคบริการต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค รูปแบบการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายการพัฒนาของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคที่ทำให้เกิดการลงทุนจากนักลงทุนต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งจากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในอนาคต อาทิ เศรษฐกิจโลก โครงสร้างประชากร เทคโนโลยีจะทำให้ประเทศไทยเผชิญความท้าทายมากขึ้นในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะต่อไป

ในการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความสามารถของประเทศในระยะต่อไปโดยยึดเป้าหมายในการยกระดับประเทศไทยให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาด้านหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยจำเป็นต้องปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจทั้งระบบเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันและส่งผลให้เกิดการยกระดับรายได้และในขณะเดียวกันการพัฒนาดังกล่าวจะต้องส่งผลให้ความเหลื่อมล้ำลดลง ดังนั้น การพัฒนาประเทศในระยะต่อไป จำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยจะต้องสร้างเครื่องยนต์ทางเศรษฐกิจใหม่ที่จะช่วยยกระดับการพัฒนาประเทศไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ซึ่งการพัฒนาในช่วง ๒๐ ปีข้างหน้า จะมุ่งเน้นการวิจัย พัฒนานวัตกรรม และนำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้และต่อยอดภาคการผลิตและบริการในปัจจุบัน เพื่อเพิ่มผลิตภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการในปัจจุบันไปสู่ภาคการผลิตและบริการใหม่ที่มีศักยภาพ การพัฒนารูปแบบการค้าให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป การส่งเสริมให้เกิดสังคมผู้ประกอบการ การพัฒนาทักษะและความสามารถของแรงงาน

ดังนั้น เพื่อยกระดับการพัฒนาประเทศให้เป็นประเทศที่มีรายได้สูงได้อย่างประสบความสำเร็จใน ๒๐ ปี ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีการขยายตัวและการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง รวมทั้งมีขีดความสามารถทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในเวทีสากล ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันสำหรับประเทศไทยจึงได้มุ่งพัฒนาบนพื้นฐานแนวคิด ๓ ประการ ได้แก่ (๑) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์วัฒนธรรม ประเพณีวิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ (๒) “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการ

อนาคต และ (๓) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับโมเดลธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปรุงจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ จะทำให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดีรวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลางในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันจึงกำหนดแนวทางการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคตที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการและการท่องเที่ยว โดยให้ประเทศสามารถยกระดับการผลิตทางการเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าให้สูงขึ้น ขณะที่มียุทธศาสตร์และบริการแห่งอนาคตที่จะเป็นภาคขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคตรวมทั้งรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก ในขณะเดียวกันจำเป็นต้องพัฒนาปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ ทั้งในส่วนของโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพในด้านโครงข่ายคมนาคม พื้นที่และเมืองรวมถึงเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนในการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน บุคลากร และเชื่อมโยงประเทศไทยกับประชาคมโลก และรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสู่อนาคต

การสร้างความปลอดภัยหลายด้านการท่องเที่ยว โดยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้น ด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทยและใช้ประโยชน์จากข้อมูลและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ โดยการสร้างและใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่ รวมทั้งเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการส่งเสริมการตลาด การดูแลความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม รวมถึงคนพิการและผู้สูงอายุการใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้เอื้อต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนและเศรษฐกิจต่อเนื่อง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยคำนึงถึงศักยภาพของแต่ละพื้นที่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวทำนักระยะยาวตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบนิเวศ และทรัพยากรที่เอื้อต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ไปสู่ชุมชนและเมืองอย่างทั่วถึงและยั่งยืน และพัฒนาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไทยกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค เพื่อการเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างประทับใจตลอดการท่องเที่ยวจนเกิดการท่องเที่ยวซ้ำและแนะนำต่อ (ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580)

จังหวัดลพบุรี ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย เคยเป็นที่ตั้งของเมืองโบราณหลายสมัย นับตั้งแต่สมัยขอมเรืองอำนาจ เดิมเรียก “ละโว้” เป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่ค้นพบหลักฐานทางโบราณสถานในสมัยทวารวดีและโบราณวัตถุ และมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ดังคำขวัญที่ว่า “วังนารายณ์คู่บ้าน ศาลพระกาฬคู่เมือง ปรางค์สามยอดลือเลื่อง เมืองแห่งดินสอพอง เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์เกริกก้อง แผ่นดินทองสมเด็จพระนารายณ์” จังหวัดลพบุรียังมีพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูก และเป็นศูนย์กลางทางการทหาร กองกำลังทางการรบทั้งทหารบกและทหาร

อากาศ ในปัจจุบันจังหวัดลพบุรีจึงเป็น "เมืองเศรษฐกิจ เมืองท่องเที่ยว ศูนย์การศึกษาของภาคกลาง ตอนบน และยังเป็นเมืองทหารอีกด้วย" และนอกจากนี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่ง เช่น เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ พระราชวังนารายณ์ราชนิเวศน์ พระปรางค์สามยอด เขาสนามแจง และทุ่งทานตะวันที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ (มีพื้นที่ถึง 200,000 - 300,000 ไร่) และได้ชื่อว่า "เมืองลิง" เนื่องจากมีลิงอาศัยอยู่จำนวนมาก นับว่าเป็นจังหวัดที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดลพบุรีเป็นจำนวนมาก (แผนพัฒนาจังหวัดลพบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 - 2564, หน้า 1) จังหวัดลพบุรีแบ่งการปกครองออกเป็น 11 อำเภอ, 121 ตำบล, 1,122 หมู่บ้าน ในแต่ละอำเภอจะมีสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นโบราณสถาน ธรรมชาติ และสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นจำนวนมาก

อำเภอพัฒนานิคมเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดลพบุรี ซึ่งแบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 9 ตำบล 89 หมู่บ้าน มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดสระบุรี และเป็นอำเภอที่ตั้งของเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดลพบุรี นอกจากนี้อำเภอพัฒนานิคมยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอีกหลายแห่งที่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เช่น บ่อน้ำเดือด ที่ต่อนี้่นักท่องเที่ยวรู้จักกันในนามของ "บลูลาภูนเมืองไทย" หรือ "วังเวียงลพบุรี" ตั้งอยู่ในบริเวณวัดบ่อน้ำเดือด หมู่บ้านบ่อน้ำเดือด หมู่ที่ 3 ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี มีลักษณะเป็นบ่อน้ำพุใต้ดินที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ผ่านชั้นหินต่าง ๆ ผสมผสานกับแร่ธาตุหลายชนิด จึงทำให้น้ำเป็นสีฟ้าใสสวยงามมาก โดยขณะนี้รอบ ๆ บ่อมีต้นไม้ใหญ่ร่มรื่น จากการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นคุณธัญญธรณ์ เซาว์ธนานุรักษ์ สารวัตรกำนันตำบลน้ำสุด ได้กล่าวว่า บ่อน้ำเดือดเป็นบ่อน้ำพุที่มีมานานแล้ว เป็นบ่อน้ำที่ชาวบ้านนำไปใช้ในครัวเรือน เป็นแหล่งน้ำที่ไม่เคยแห้ง จึงมีความเชื่อว่าเป็นแหล่งน้ำศักดิ์สิทธิ์ แต่ปัจจุบันเป็นสถานที่ที่เด็ก ๆ จะมาลงเล่นน้ำกันเป็นประจำ จนกระทั่งมีนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวสถานที่แห่งนี้ นำรูปภาพที่ถ่ายในขณะที่เล่นน้ำในบ่อแห่งนี้ไปโพสต์ในโซเชียล จึงเป็นที่รู้จักในวงกว้างว่าเป็น "วังเวียงลพบุรี" สถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ในจังหวัดลพบุรี จนมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวบ่อน้ำเดือดเพิ่มขึ้นจำนวนมาก แต่ด้วยสถานที่ยังไม่พร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก จนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความผิดหวัง เนื่องจากน้ำขุ่น ไม่ใสเหมือนในรูป สาเหตุของน้ำขุ่น ไม่สามารถเล่นน้ำได้นั้น เพราะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากลงไปเล่นน้ำจนตะกอนด้านล่างขึ้นมาทำให้น้ำขุ่นบวกกับใบไม้ กิ่งไม้ที่อยู่บริเวณรอบ ๆ ร่วงลงในบ่อน้ำด้วย ทางองค์การบริหารส่วนตำบลน้ำสุดและประชาชนในชุมชนจึงช่วยกันดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาบ่อน้ำเดือดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น และจากการสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบ่อน้ำเดือดเบื้องต้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะบอกว่าการเดินทางมาค่อนข้างยาก เพราะระหว่างทางไม่มีป้ายบอกเส้นทาง กว่าที่จะมาถึงก็หลง ต้องจอดรถถามชาวบ้านมาตลอดทาง จึงทำให้เกิดความกังวล เกิดความสับสนและเกิดความไม่มั่นใจในเส้นทางที่ตนเลือกใช้ในการเดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำเดือด เพราะมีเส้นทางที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อีกหลายเส้นทาง บางเส้นทางถนนยังไม่สมบูรณ์เป็นลักษณะเส้นทางชนบท ทำให้การเดินทางค่อนข้างลำบาก

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา เรื่อง ความต้องการของชุมชนที่มีต่อสื่อ
โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี เพื่อช่วย
ส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านของสื่อโลจิสติกส์ ที่ตรงตามความต้องการของชุมชน ซึ่งจะส่งผลต่อการ
เดินทางของนักท่องเที่ยวที่สนใจที่จะมาท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด บ้านบ่อน้ำเดือด หมู่ที่ 3 ตำบลน้ำสุต
อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

เพื่อการพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม
จังหวัดลพบุรี

ความสำคัญของการวิจัย

ทำให้ทราบถึงการพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอ
พัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

ขอบเขตของโครงการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตในการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตของเนื้อหา

ศึกษาความต้องการของชุมชนที่มีต่อสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำ
สุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ ทำการเก็บข้อมูลศึกษาความต้องการของชุมชนที่มีต่อสื่อโลจิสติกส์สำหรับ
การท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ในพื้นที่บ้านบ่อน้ำเดือด หมู่ที่
3 ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

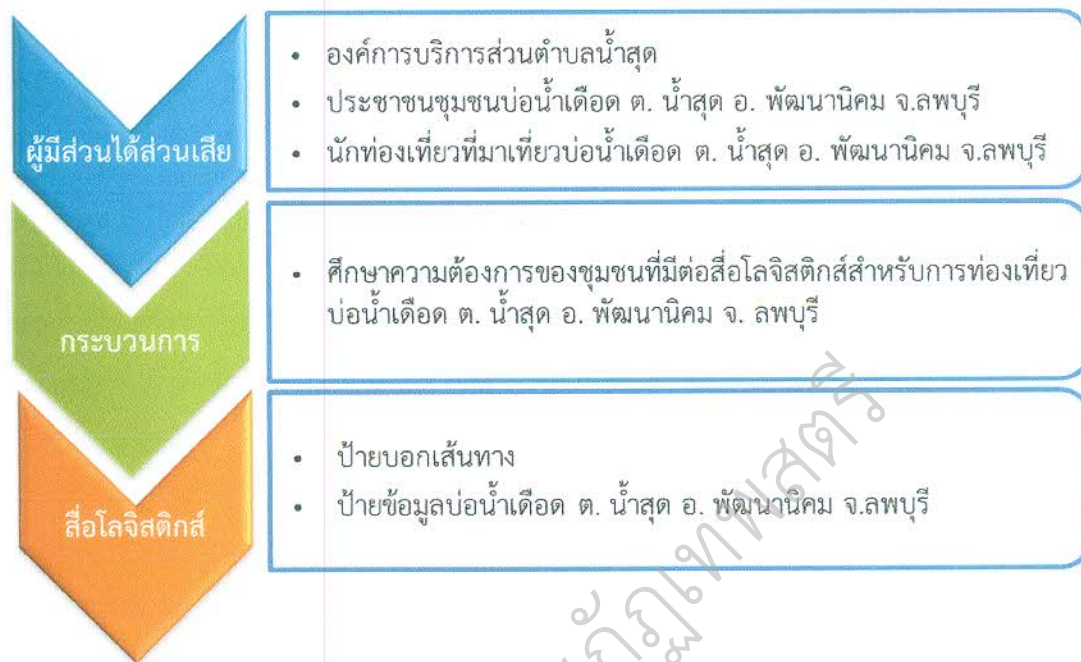
3. ขอบเขตด้านประชากร

เก็บข้อมูลการใช้งานสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือดและจากผู้ที่เกี่ยวข้อง
ด้วยแบบสอบถาม โดยแบ่งผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบ่อน้ำ
เดือด ผู้นำชุมชนตำบลน้ำสุต และประชาชนในชุมชนบ่อน้ำเดือด

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. สื่อโลจิสติกส์ หมายถึง ป้ายบอกจุดหมายปลายทางมีวัตถุประสงค์ในการบอกทิศทาง
ระยะทางรูปที่อยู่บนป้าย และต้องทำให้ผู้ใช้ทางสามารถอ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย
2. การท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด หมายถึง การเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด สถานที่ท่องเที่ยว
ตามธรรมชาติที่รู้จักกันในนามของ “บลูลาگونเมืองไทย” หรือ “วังเวียงลพบุรี”

กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ฐานข้อมูลและความต้องการของชุมชนที่มีต่อสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี
2. ได้สื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี
3. นักท่องเที่ยวทราบถึงเส้นทางสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ได้ง่ายมากขึ้น

แผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย

1. การนำเสนอผลการวิจัยโดยสื่อต่าง ๆ ทั้งเอกสารทางวิชาการ สื่อประชาสัมพันธ์ การเสนอผลงานที่ประชุมวิชาการ วารสาร และเว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ
2. การสอนหรือบรรยายเพื่อขยายขอบเขตของความรู้ให้แก่นักวิชาการ นักศึกษา หรือประชาชนทั่วไป
3. การถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีผ่านแหล่งความรู้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา การพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเค็ม ต่าบน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี เป็นการศึกษาแนวทาง การพัฒนา จากการพัฒนาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโลจิสติกส์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโลจิสติกส์กับการท่องเที่ยว
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อโลจิสติกส์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโลจิสติกส์

โลจิสติกส์ตามพจนานุกรมภาษาอังกฤษโดย Webster หมายความว่า เป็นศาสตร์สาขาหนึ่งด้านการทหารที่เกี่ยวข้องกับการจัดหา การบำรุงรักษากองกำลัง การเคลื่อนย้ายขนถ่าย การให้สวัสดิการแก่บุคลากร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นอกจากนี้ โลจิสติกส์ ตามความหมายของสมาพันธ์โลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ให้ความหมายว่าศาสตร์และศิลป์ในการบริหารจัดการ วิศวกรรม และกิจกรรมทางเทคนิคที่ตระหนักถึงความต้องการ การออกแบบ การจัดหา และการบำรุงรักษาทรัพยากร ต่าง ๆ ที่ใช้ ในการสนับสนุนการกำหนด วัตถุประสงค์ การวางแผน และการปฏิบัติการ

การจัดการระบบโลจิสติกส์ในระดับสากล คำนิยามโดย Council of Logistics Management (CLM) หมายถึง กระบวนการในการวางแผน ดำเนินการ และควบคุมประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการไหลการจัดเก็บวัตถุดิบ สินค้าคงคลังในกระบวนการ สินค้าสำเร็จรูป และสารสนเทศที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มี การใช้งาน โดยมีเป้าหมายเพื่อสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการจัดการระบบโลจิสติกส์ จึงเป็นการประสานการดำเนินงานในกิจกรรมต่าง ๆ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือเป็นการสร้างคุณค่าโดยการนำสินค้าจาก ต้นกำเนิดไปสู่สถานที่ที่มีความต้องการด้วยรูปแบบการขนส่ง ระยะเวลา คุณภาพและปริมาณที่ถูกต้อง และที่สำคัญจะต้องมีต้นทุนการดำเนินงานที่สามารถแข่งขันได้ (รูธิร์ พนมยงค์, 2550, หน้า 19)

รูธิร์ พนมยงค์ (2552, หน้า 19) กล่าวว่า โลจิสติกส์เป็นการไหลของสินค้า หรือวัตถุดิบจากจุดเริ่มต้นหรือจุดกำเนิดไปยังจุดที่มีการบริโภคและในบางครั้งก็ไปถึงจุดทำลาย

ฐาปนา บุญหล้า และนางลักษณ นิมิตรภูวตล (2555, หน้า 26) ที่ได้กล่าวว่า การจัดการโลจิสติกส์ คือ กระบวนการวางแผน การปฏิบัติงาน และการควบคุมสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งล่วงหน้าและย้อนกลับของการเคลื่อนย้ายและการจัดเก็บ การบริการ และสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่จุดกำเนิดจนถึงจุดการบริโภคสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งการจัดการโลจิสติกส์นั้นจัดเป็นองค์ประกอบของการจัดการซัพพลายเชน (Supply Chain Management)

กฤษณ์ชากริตส ณ วัฒนประเสริฐ (2558, หน้า 11) กล่าวว่า โลจิสติกส์ หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรวบรวม จัดหา เคลื่อนย้าย จัดเก็บและจัดส่ง จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดบริโภค โดยเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนที่ของวัตถุดิบและการสร้างมูลค่าเพิ่มเข้าไปในวัตถุดิบที่เคลื่อนที่ในระบบ จึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการจัดการซัพพลายเชน

ประจวบ กล่อมจิตร (2556, หน้า 13) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า โลจิสติกส์ ไว้ว่า โลจิสติกส์ เป็นระบบการจัดส่งสินค้า ข้อมูล และทรัพยากรจากต้นทางไปยังผู้บริโภคตามความต้องการของลูกค้า โลจิสติกส์เกี่ยวข้องกับการผสมผสานของข้อมูล การขนส่ง การบริหารวัสดุคงคลัง การจัดการวัตถุดิบ และการบรรจุหีบห่อ โลจิสติกส์เป็นช่องทางหนึ่งของโซ่อุปทานที่เพิ่มมูลค่าของการใช้ประโยชน์ของเวลาและสถานที่

สรุปได้ว่า การจัดการโลจิสติกส์ หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้มาซึ่งสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมุ่งให้เกิดความพอใจแก่ลูกค้า (Customers Satisfaction) และส่งเสริมให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการ ตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปยังผู้บริโภค ที่มีการเคลื่อนย้าย จัดเก็บ และกระจายสินค้า โดยมีเป้าหมายในการส่งมอบแบบทันเวลา (Just in Time) และการลดต้นทุนในการดำเนินงาน

ประโยชน์ของโลจิสติกส์

โลจิสติกส์มีประโยชน์ต่อธุรกิจในการที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ และยังมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมให้สถานะทางเศรษฐกิจของประเทศก้าวหน้ายิ่งขึ้นดังนี้ (ธนิต โสรัตน์, 2550 , หน้า 14)

1. สามารถลดต้นทุนและการสร้างกำไรทางธุรกิจ โลจิสติกส์เป็นต้นทุนในการดำเนินงานที่สำคัญและสามารถกำหนดให้หลายองค์กรดำเนินต่อไปได้ โดยที่กิจกรรมต่างๆ ของโลจิสติกส์เป็นการสร้างเสริมประสิทธิภาพต่อการลดต้นทุนที่เกิดจากการเชื่อมโยงวัตถุดิบของคู่ค้ากับสินค้าคงคลังของผู้ประกอบการ ให้เชื่อมโยงกับสินค้าคงคลังของลูกค้าให้อยู่ในปริมาณที่สมดุลหรือมีน้อยที่สุด

2. เป็นเครื่องมือสำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจ เนื่องจากการแข่งขันจากต่างประเทศเริ่มมีมากขึ้น ทำให้องค์กรต้องมีการปรับตัวโดยเพิ่มความน่าเชื่อถือและมีการตอบสนองที่รวดเร็วมากกว่าคู่แข่งที่อยู่ไกลออกไปในต่างประเทศ นอกจากนี้โลจิสติกส์จะช่วยสร้างโอกาสในการแข่งขันทั่วโลก และเป็นอาวุธที่จะช่วยกำหนดกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันในตลาด เนื่องจากโซ่อุปทานระหว่างองค์กรกับลูกค้ามีความซับซ้อน ดังนั้นหากการจัดการโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพจะช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพ การจัดเก็บและเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ตลอดจนช่วยบริหารจัดการคลังสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพในเรื่องการลดปริมาณสินค้าคงคลังลง แต่ยังสามารถบริหารจัดการเพื่อตอบสนองคำสั่งซื้อได้อย่างครบถ้วน จึงนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

3. เปลี่ยนระบบการทำงานจากแบบหน้าที่เป็นกระบวนการแทน โลจิสติกส์จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ของกิจกรรมการตลาดกับการส่งเสริมสินค้า เพื่อให้มีสินค้าไว้ตอบสนองและจัดส่งสินค้าในสถานที่และเวลาที่ลูกค้าต้องการ จึงต้องการให้ความสำคัญกับกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวกับการจัดการวางแผนงาน ตั้งแต่การคาดคะเนความต้องการของตลาด จัดหา วางแผน ผลิตและจัดจำหน่าย

4. ประสานงานให้บรรลุเป้าหมายและนโยบายขององค์กร สามารถลดต้นทุนได้ในมุมมองของการผลิต โลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพจะทำให้สามารถควบคุมปริมาณและระยะเวลาในการนำเข้าวัตถุดิบ หรือชิ้นส่วนที่นำมาใช้ในการผลิตได้อย่างถูกต้อง ทำให้สายการผลิตสามารถผลิตได้

ตลอดเวลาไม่เสียเวลารอวัตถุดิบหรือชิ้นส่วน ส่งผลให้ไม่ต้องสั่งซื้อวัตถุดิบ หรือชิ้นส่วนเพื่อที่จะนำมาผลิตล่วงหน้าจำนวนมาก ทำให้กิจการสามารถลดพื้นที่และค่าใช้จ่ายในการจัดการเกี่ยวกับคลังสินค้าได้

5. ก่อให้เกิดการใช้ทรัพย์สินที่คุ้มค่ามากกว่าเดิม เนื่องจากการใช้ทรัพยากรมีค่าใช้จ่ายหรือเป็นต้นทุนการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดในการดำเนินงานจึงเป็นการทำงานนั้นอย่างมีประสิทธิภาพ

6. เพิ่มประสิทธิภาพในการบริการลูกค้า โลจิสติกส์จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ในเรื่องของอัตราประโยชน์ที่เป็นเวลา สถานที่และการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยจะช่วยให้กิจกรรมในขั้นตอนต่าง ๆ ขององค์กรสามารถดำเนินการควบคู่ไปกับการให้บริการลูกค้าที่มีการจัดระดับการบริการลูกค้าด้วยงานที่มีคุณภาพสูง คือ มีสินค้าที่ค้นหาซื้อได้ง่าย การบริการที่น่าเชื่อถือ การปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ และราคาที่สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้

7. สร้างสัมพันธ์ลูกค้าภายในและภายนอกองค์กรในมุมมองทางการตลาดโลจิสติกส์สามารถเข้าถึงตัวลูกค้า เพื่อให้ได้รับการสั่งซื้อและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าระยะยาวด้วย การลดเวลาในการจัดส่งสินค้า และทำให้สินค้าสามารถกระจายผ่านตัวแทนจำหน่ายได้อย่างทั่วถึงทุกพื้นที่หรือบริการจัดส่งสินค้าโดยตรงไปยังลูกค้า เพราะถ้าหากสินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดการตั้งราคาอยู่ในระดับที่พอใจได้ การส่งเสริมการขายจึงก่อให้เกิดการซื้อ แต่การกระจายสินค้าไม่ทั่วถึง หาซื้อยาก หรือนำไปขายยังสถานที่ที่ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ก็จะต้องทำให้ลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้าของกิจการเปลี่ยนใจไปซื้อสินค้าของคู่แข่งแทน ทำให้กิจการจะต้องสูญเสียโอกาสทางการขายไป

8. ทำให้เกิดความรวดเร็วในการสื่อสารอันเนื่องมาจากเทคโนโลยีสารสนเทศที่เป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารถึงตัวลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากระบบสารสนเทศโลจิสติกส์จะมีการเชื่อมต่อกับเทคโนโลยีสารสนเทศที่หลากหลาย ทำให้สามารถตอบสนองการขายได้อย่างรวดเร็วและสามารถรักษาระดับสินค้าคงคลังได้ในระดับต่ำ

9. เป็นพื้นฐานของการเจริญเติบโตของธุรกิจ กิจการที่มีระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจะทำให้ได้เปรียบคู่แข่ง เนื่องจากสามารถจัดการให้มีต้นทุนต่ำและลูกค้าพึงพอใจ ทำให้กิจการสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดและกำไร

10. เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งสามารถทำได้หลายรูปแบบ ได้แก่ ด้านการผลิตสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าด้วยกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ลดระยะเวลาในการผลิตและของเสีย ด้านการตลาดจะทำการสร้างสรรค์สินค้าตามที่ลูกค้าต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าผ่านกระบวนการทางการตลาด

อาจสรุปได้ว่า การนำระบบโลจิสติกส์มาช่วยในการดำเนินธุรกิจ สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจที่ทำให้กิจการสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและสร้างผลกำไรแก่องค์กรด้วยการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ลดต้นทุน สร้างมูลค่าเพิ่ม และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วอันเนื่องมาจากการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการสื่อสาร

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

รัฐชญา มณีเนตร (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไปและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่ เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษาการเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องหรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

Lumsdon and Page (2004) ได้เสนอกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์การขนส่งนักท่องเที่ยวไว้ 8 ประการ ในหนังสือเรื่อง Tourism and Transport ส่วนประการที่ 9 ถึง 12 นั้น คมสัน สุริยะ (2551) ได้เพิ่มเติมเข้าไปอันได้มาจากประสบการณ์การเดินทางในหลายประเทศ ดังต่อไปนี้

1. สิ่งที่มีให้บริการ (Availability) หมายถึง ประเภทของยานพาหนะที่มีให้บริการ เส้นทางที่เปิดให้บริการ ระดับชั้นของคุณภาพของบริการที่มีให้บริการ เช่น ชั้นหนึ่ง ชั้นสอง รวมทั้งบริการเสริม เช่น ลิฟท์ สำหรับผู้พิการหรือผู้มีสัมภาระหนัก ตู้เก็บสัมภาระ (ล็อกเกอร์) และเครื่องมือสื่อสารในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

2. การเข้าถึง (Accessability) หมายถึง ความสามารถของผู้คนที่จะสามารถใช้บริการได้ การอำนวยความสะดวกให้ผู้คนมาใช้บริการได้ เช่น เวลาและสถานที่จำหน่ายตั๋ว ที่ตั้งของสถานีรถไฟที่ตั้งของป้ายรถเมล์ เป็นต้น

3. ข้อมูลข่าวสาร (Information) หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว เพื่อให้ผู้โดยสารไม่เกิดความสับสนในการเดินทางและสามารถวางแผนล่วงหน้าได้ รวมถึงสถานที่ที่ให้ข้อมูลข่าวสารนั้นต้องอำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสารสามารถติดตามข่าวสารได้โดยง่าย ไม่ติดประกาศไว้ในที่ลึกลับเกินไป

4. เวลา (Time) หมายถึง การจัดการเวลาในการเดินทางหรือการให้บริการที่เหมาะสม ไม่ทิ้งช่วงนานเกินไปจนทำให้ผู้โดยสารรอนานมากเกินไปหรือบ่นเกินไปจนไม่มีผู้โดยสาร ความรวดเร็วในการเดินทาง รวมทั้งความสามารถในการรักษาเวลา ความตรงต่อเวลา

5. การเอาใจใส่นักท่องเที่ยว (Customer care) หมายถึงความคำนึงถึงสวัสดิภาพของผู้โดยสาร เช่น ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของที่นั่ง ห้องน้ำ ฟัน และที่เก็บสัมภาระ การบริการอาหารและเครื่องดื่มบนยานพาหนะ การมีสถานที่แยกกันต่างหากระหว่างผู้สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ และการมีเจ้าหน้าที่ตรวจตราความสงบเรียบร้อยและรับเรื่องราวร้องทุกข์บนยานพาหนะ รวมทั้งการให้ส่วนลดสำหรับผู้เดินทางเป็นประจำ เป็นต้น

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

7. ความปลอดภัย (Safety) หมายถึงการปราศจากอุบัติเหตุในการแล่นไปของยานพาหนะ รวมถึงไม่มีอุบัติเหตุในห้องโดยสาร ไม่มีการร่วงหล่นของสิ่งของสัมภาระมาโดนผู้โดยสาร การเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยในห้องโดยสาร และการมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

8. ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmental friendliness) หมายถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น คาร์บอนไดออกไซด์ และคาร์บอนมอนนอกไซด์ การไม่ใช้ก๊าซคลอรีนอันจะทำลายโอโซนในชั้นบรรยากาศ การไม่ปล่อยขยะและของเสียออกไปจากยานพาหนะโดยไม่ผ่านการบำบัด การใช้พลังงานทดแทน รวมทั้งการไม่ก่อให้เกิดเสียงดังรบกวนผู้คนที่อาศัยอยู่ระหว่างเส้นทางที่ยานพาหนะแล่นผ่านไป

นอกเหนือจากกรอบแนวคิดทั้ง 8 ข้อของ Lumsdon and Page (2004) แล้ว คมสัน สุริยะ (2551) ได้เพิ่มเติมกรอบแนวคิดเข้าไปอีก 4 ข้อ เพื่อให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์เรื่องการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นดังนี้

9. แม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ งานเทศกาล หรือสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องไม่พลาดที่จะมาเยี่ยมชม ซึ่งสิ่งเหล่านั้นทำหน้าที่เป็นแม่เหล็กดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนเมืองท่องเที่ยววันนั้น หากปราศจากแม่เหล็กดังกล่าวก็อาจจะไม่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากนัก แม่เหล็กนี้ทำหน้าที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนที่ของสรรพสิ่งเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยว หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เข้ามาเพื่อบริการนักท่องเที่ยว

10. ถนนคนเดิน หมายถึง ย่านหรือถนนที่ปิดการจราจรไม่ให้มียานพาหนะผ่านสัญจร เพื่ออำนวยความสะดวกให้คนเดินเท้าได้ท่องเที่ยวรอบบริเวณสำคัญของเมืองและซื้อสินค้า

11. จุดทำเงิน หมายถึง สถานที่ บริการ หรือยานที่จัดไว้สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ด้วยการคาดการณ์แล้วว่านักท่องเที่ยวจะมีอารมณ์อย่างไรเมื่อมาถึงจุดนั้น เช่น ดินแดน เมื่อยล้า หิว กระหาย หรือต้องการรับแสงหาสิ่งของเพื่อไปเป็นของฝากก่อนที่จะจากเมืองนั้นไป เป็นต้น

12. การสร้างความเพลิดเพลินระหว่างการเดินทาง หมายถึง การทำให้การท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเพียงแต่การเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งเท่านั้น หากแต่ยังเป็นการสร้างความเพลิดเพลินใจ เช่น การจัดเส้นทางผ่านสถานที่อันสวยงาม การจัดกิจกรรมบนยานพาหนะ การเสิร์ฟอาหารชั้นเลิศบนยานพาหนะ เป็นต้น

การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้นหรือเพื่อหาความรู้ องค์การการท่องเที่ยวของสหประชาชาติ (อังกฤษ: World Tourism Organization) กำหนดไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทาง โดยระยะทางมากกว่า 40 กิโลเมตรจากบ้าน เพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ

ประเภทของการท่องเที่ยว

1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการเดินทางอย่างถูกต้องในพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรมเช่น สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยงรวมถึงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่างๆ

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวและเยี่ยมชมสถานที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรม เช่น การชมสถานโบราณวัตถุ โบราณสถาน ปราสาท พระราชวัง วัด ประเพณี รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย

4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานในแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยมีกิจกรรมเพื่อการรักษาสุขภาพเป็นกิจกรรมสำคัญของการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวสปา

5. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่นการเดินทางไปเยี่ยมเยียนลูกค้า หรือ ดูผลงานและได้ไปท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นๆประมาณ 1-2วัน

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

นิศา ชัชกุล (2557 : หน้า 91) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมความต้องการชนิดหนึ่งของมนุษย์ที่มีมาตั้งแต่ยุคโบราณ และมีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวบวกกับสิ่งอำนวยความสะดวกและสหายที่สรรหาตัดแปลงมาพัฒนา โดยอาศัยกระบวนการจัดการที่เป็นระบบ มีการจัดการระบบการให้บริการที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ เช่น สถานที่พักผ่อนที่ทันสมัย สวยงาม เหมาะกับกลุ่มที่เข้าพักผ่อน กลุ่ม สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นธุรกิจ และอุตสาหกรรมหนึ่งที่สำคัญที่ทุกประเทศยอมรับ

ปัจจัยองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ส่วนต่างๆ หลายส่วนด้วยกัน คือ

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ทรัพยากรหรือสินมรดกทางการท่องเที่ยว) มีอยู่ 3 ประเภท

1.1 ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ลำธาร ทะเลทราย ทะเลสาบ เกาะ แก่ง น้ำพุ ร้อน บ่อน้ำร้อน เขตสงวนพันธุ์สัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนสัตว์เปิด สวนรุกขชาติ แหล่งน้ำจืด ห้วย หนอง คลอง บึง ปะการังและธรรมชาติใต้ทะเล

1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา ได้แก่ วัดโบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ ศาสนสถานอนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน

1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ได้แก่ งานประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่น หมู่บ้าน ชาวเขา ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ

1.4 ประเภทสิ่งเลียนแบบธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สินค้าพื้นเมืองและแหล่งผลิตสินค้าพื้นเมือง กีฬาต่างๆ แหล่งบันเทิงต่าง ๆ ศูนย์การค้า โรงงานอุตสาหกรรม ฯลฯ

ประเทศไทยมีทรัพยากรที่หลากหลายเช่นเดียวกับประเทศอื่น ๆ แต่ทรัพยากรหลักที่ประเทศไทยใช้เป็นจุดขายมาโดยตลอดมีอยู่ 2 อย่าง คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสำหรับเยี่ยมชม และพักผ่อน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ส่วนใหญ่นำเสนอแหล่งโบราณสถานสำหรับเยี่ยมชมอย่างเดียว แต่ยังขาดการนำเสนอภาพรวมวัฒนธรรมที่ยังคงมีอยู่ในปัจจุบัน เช่น วัฒนธรรมการกินหรือวิถีชีวิตต่าง ๆ และไม่ได้สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวและท้องถิ่นก็ไม่ได้รับประโยชน์ จึงทำให้ไม่เห็นความสำคัญในการอนุรักษ์วัฒนธรรมของตน ดังนั้น บางอย่างจึงค่อยๆ สูญหายไป และเป็นผลให้กลยุทธ์ด้านวัฒนธรรมของภาครัฐต้องเป็นไปในเชิงป้องกันและแก้ไขปัญหาโดยตลอด

2. การคมนาคมขนส่งมี 3 ทาง คือ

2.1 ทางบก มีการตัดและสร้างถนน การขยายเส้นทางเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยว การจัดการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยว รถเช่า ฯลฯ

2.2 ทางเรือ การสร้างท่าเรือและสิ่งอำนวยความสะดวกในการขึ้นลงเรือ การสร้างเรือแพทุกประเภท การจัดการบริการขนส่งทางเรือ

2.3 ทางอากาศ การปรับปรุงเครื่องบินให้มีประสิทธิภาพในการขนส่ง ประหยัด และความปลอดภัย การจัดเที่ยวบินและที่นั่งสำหรับนักท่องเที่ยว การจัดเที่ยวบินให้เพียงพอ การปรับปรุงอัตราค่าโดยสารให้น่าสนใจ

3. ที่พักแรม มีหลายประเภทหลายรูปแบบให้เลือก และได้มาตรฐานสากล

3.1 โรงแรม (และบังกะโลสำหรับนักท่องเที่ยว) มีการจัดระบบต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและบริการนักท่องเที่ยว เช่น บริการส่วนหน้า การจัดการอาหารและเครื่องดื่ม บริการห้องพัก การจัดงานเลี้ยง การจัดการประชุมและนิทรรศการ การประชาสัมพันธ์ การจัดงานเทศกาลและการบันเทิง ฯลฯ

3.2 ที่พักแรมประเภทอื่น ๆ เช่น เกสต์เฮาส์ หอพัก ที่ตั้งแคมป์ ที่พักในวัด เรือนแพ บ้านพักผ่อน คอนโดมิเนียม ฯลฯ

4. ร้านอาหารและภัตตาคาร มีการจัดแบ่งภัตตาคารออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามเกณฑ์ต่อไปนี้

4.1 เกณฑ์ตามลักษณะของการบริการ เช่น แบบเสิร์ฟที่โต๊ะ แบบบุฟเฟต์ แบบตู้หยอดเหรียญอัตโนมัติ ฯลฯ

4.2 เกณฑ์ตามบรรยากาศ เช่น สวนอาหาร ร้านอาหารริมทะเล ฯลฯ

4.3 เกณฑ์ตามความพิเศษ/จำเพาะของร้านอาหาร เช่น อาหารญี่ปุ่น อาหารไทย อาหารพื้นเมือง ฯลฯ

4.4 เกณฑ์ตามสภาพของเจ้าของ เช่น เป็นส่วนหนึ่งของโรงแรม หรือเอกเทศ หรือภัตตาคารในเครือ เช่น ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านไอศกรีม ฯลฯ

5. บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ได้แก่

5.1 ผู้ประกอบธุรกิจการจัดการนำเที่ยว

5.1.1 จัดรายการนำเที่ยวเบ็ดเสร็จส่งให้ตัวแทนไปจำหน่าย

5.1.2 จัดรายการนำเที่ยวประเภทต่าง ๆ สำหรับผู้สนใจเฉพาะเรื่องให้แก่องค์กรสถาบันวิชาชีพต่าง ๆ

5.1.3 การจ้ดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่องค์กรต่าง ๆ และบริษัทผู้ผลิตสินค้า

5.1.4 บริการวางแผนการจัดการประชุมในประเทศและนานาชาติ

5.2 ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว

5.2.1 เจ้าหน้าที่บริษัทจ้ดนำเที่ยวจัดตั้งขึ้น

5.2.2 เป็นตัวแทนจำหน่ายตัวโดยสารพาหนะเดินทางทุกประเภท

5.2.3 เป็นตัวแทนสำรองห้องพักโรงแรมและกิจกรรมบันเทิงต่าง ๆ

5.2.4 บริการจัดเอกสารการเดินทางต่าง ๆ

5.2.5 บริการในด้านการต้อนรับและรับส่งนักท่องเที่ยวและให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

6. ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง มีการผลิตสินค้าประเภทต่าง ๆ สำหรับจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องหนัง เครื่องเรือน ของที่ระลึกระดับพื้นบ้าน ของเล่นเด็ก และมีการพัฒนารูปแบบสินค้า เช่น การออกแบบและกำหนดกระดาศให้เหมาะสม การเลือกวัสดุและการผลิต

7. ความปลอดภัย ได้แก่ การแนะนำคนในท้องถิ่นให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวเมื่อได้รับความเดือดร้อน การแนะนำนักท่องเที่ยวถึงอันตรายต่าง ๆ การกำหนดมาตรฐานต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัย การขอความร่วมมือของหน่วยงานต่าง ๆ ในการสร้างความมั่นคงปลอดภัย และการจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือในด้านความปลอดภัย

8. การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และเพื่อประโยชน์ของประเทศ ได้แก่ การออกกฎหมายเพื่อผ่อนคลายระเบียบวิธีการเข้า-ออกเมือง การให้บริการขอวีซ่า การบริการข่าวสารต่าง ๆ บริการขนส่งกระเป๋าผู้โดยสาร บริการขนส่งระหว่างสถานี ขนส่งกับที่พักรถ อำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่สถานีขนส่งต่าง ๆ

9. จัดบริการอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่

9.1 การจัดการประชุมในประเทศและนานาชาติ

9.1.1 การจัดหาและการจัดสถานที่ประชุม อุปกรณ์การประชุม

9.1.2 การจัดทำเอกสารและการแจก

9.1.3 การต้อนรับอำนวยความสะดวก

9.1.4 การจัดเลี้ยงและจัดนำเที่ยวแก่ผู้ประชุม

9.2 การจัดบริการในด้านสารนิเทศและข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

9.2.1 การจัดพิมพ์เอกสารข้อมูลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและข้อมูลอื่นๆ สำหรับ

แจก

9.2.2 การจัดทำสื่ออื่น ๆ เพื่อให้ข้อมูล

9.3 การจัดกิจกรรมการบันเทิงและกิจกรรมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจอื่น ๆ

9.3.1 การจัดหาอุปกรณ์การกีฬาประเภทต่าง ๆ

9.3.2 การจัดรายการบันเทิงที่น่าสนใจเป็นครั้งคราว

10. การเผยแพร่โฆษณาเพื่อการจูงใจและทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เช่น การจัดทำสื่อต่าง ๆ เช่น วิดีทัศน์ แผ่นปลิว การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาด

โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคมสัน สุริยะ (2551) ได้สร้างกรอบแนวคิดสำหรับการศึกษา โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว ในระดับเมืองท่องเที่ยวไว้บนบทความเรื่อง การวิเคราะห์โลจิสติกส์ สำหรับการท่องเที่ยวระดับเมืองท่องเที่ยว (เชียงใหม่) ซึ่งเป็นบทที่ 5 ในหนังสือเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในกลุ่มแม่น้ำโขง 3 จัดพิมพ์โดยสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีเนื้อความหลักดังนี้

โลจิสติกส์การท่องเที่ยวในระดับเมืองท่องเที่ยวเกี่ยวข้องข้องกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain Operation) ซึ่งมีคำถามวิจัยในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. มีบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวที่สำคัญอะไรบ้าง (Tourism Core Services) และมีกระบวนการสำคัญในการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวอย่างไร (Source, Make and Deliver)

2. มีปัจจัยใดบ้างที่ช่วยทำให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ (Supply enable process)

3. มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างไร (ICT Management System)

4. มีจุดเชื่อมต่อที่จะทำให้เกิดความเชื่อมโยงของการให้บริการท่องเที่ยวอะไรบ้าง (Integrated Resource Management)

ปัจจัยที่จะส่งเสริมให้บริการท่องเที่ยวดีขึ้นในอนาคต จากการเรียนรู้จากบริการท่องเที่ยวแห่งอื่น หรือจากประสบการณ์การให้บริการท่องเที่ยวที่ผ่านมา (Benchmarking and Tourism Performance Review)

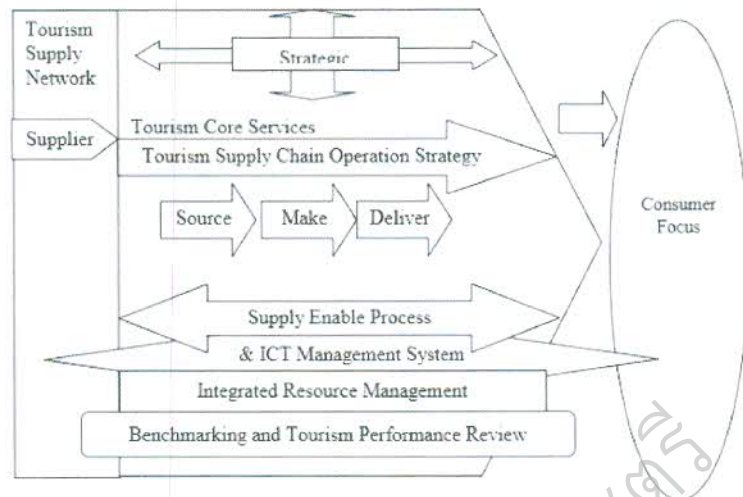
ทั้งนี้กรอบของการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวข้องข้องกับการไหลหรือการเคลื่อนที่ (Flow)สามส่วน คือ การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information flow) และการเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) ดังนี้

1. การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) หมายรวมถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยว การขนส่งนักท่องเที่ยว การลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว และความสะดวกรวดสบายในการเดินทาง เป็นต้น

2. การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information flow) หมายรวมถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ คำแนะนำเรื่องข้อควรปฏิบัติในสถานที่ และคำเตือนให้ระวังภัย เป็นต้น

3. การเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) หมายรวมถึง การอำนวยความสะดวกเรื่องการจ่ายชำระค่าสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว และการซื้อตั๋วเดินทางต่าง ๆ

การวิเคราะห์แบ่งออกเป็นสามขั้นตอน คือ หนึ่ง ขั้นการเดินทางเข้าสู่เมืองท่องเที่ยว สอง ขั้นการอยู่ในเมืองท่องเที่ยว และสาม ขั้นการเดินทางออกจากเมืองท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการศึกษาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว
(มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคมสัน สุริยะ, 2551)

รายละเอียดของกรอบแนวคิดการศึกษาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวสามารถแยกตามประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. Customer focus ระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเป็นระบบที่เน้นผู้รับบริการเป็นหลักทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวจึงจะต้องถูกขับเคลื่อนเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้นกิจกรรมที่จำเป็นสำหรับเรื่องนี้คือ

- 1.1 การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
- 1.2 การลงทุนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

2. Planning ระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเริ่มต้นที่การวางแผนอย่างครบวงจรในทุกด้านของระบบ ซึ่งครอบคลุมทั้งบริการของภาครัฐและเอกชนที่ต้องอยู่ภายใต้แผนการพัฒนาเดียวกัน เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปในลักษณะเดียวกัน ทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกันได้เป็นอย่างดี ในการวางแผนจึงมีองค์ประกอบดังนี้

- 2.1 การสร้างวิสัยทัศน์และพันธกิจ (Vision and Mission)
- 2.2 การวางแผนและการจัดสรรทรัพยากรของรัฐ

3. Source ในการสร้างบริการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจำเป็นต้องมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพด้วย ซึ่งการแสวงหาทรัพยากรดังกล่าวประกอบด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้

- 3.1 การจัดหา
- 3.2 การจัดการบุคลากร
- 3.3 การป้องกันการทำลายและส่งเสริมการลงทุนสังคมและวัฒนธรรม เพราะการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่อาศัยทุนสังคมและทุนวัฒนธรรมได้

4. Make การสร้างบริการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพถือเป็นแกนหลักของบริการท่องเที่ยว ซึ่งบริการท่องเที่ยวที่จำเป็นประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- 4.1 การส่งเสริมส่วนผสมสินค้า (Diversity and combination)

4.2 การจัดการ Cluster การท่องเที่ยวตั้งแต่การคมนาคมขนส่งอาหาร ที่พัก ฯลฯ ทั้งในด้านการส่งเสริมและกำกับ

4.3 การจัดการข้อมูลที่ใช้ร่วมกัน

4.4 การจัดการ Supply chain และการจัดการภาครัฐ

4.5 การจัดการของเสียจากการท่องเที่ยว

5. Deliver เมื่อบริการท่องเที่ยวถูกสร้างขึ้นก็จะถูกส่งต่อไปยังนักท่องเที่ยว ซึ่งประเด็นในการวัดประสิทธิภาพของการส่งมอบมีดังนี้

5.1 จำนวนรับมอบ และการเติบโต (Growth)

5.2 เวลาที่ส่งมอบ

6. Support process ในการสร้างบริการท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์และควมมีประสิทธิภาพของกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งมีดังนี้

6.1 ภาครัฐ

หน่วยงานภาครัฐอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง อาทิ

6.1.1 สถานทูต

6.1.2 กรมทางหลวง

6.1.3 สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

6.1.4 สถานีโทรทัศน์

6.1.5 สาธารณสุข

6.1.6 กรมควบคุมมลพิษ ฯลฯ

6.2 ภาคเอกชน

ธุรกิจเอกชนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงแต่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยเช่น

6.2.1 ธนาคารและสถาบันการเงิน (การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ)

6.2.2 โรงพยาบาล

7. Performance review เมื่อบริการท่องเที่ยวถูกสร้างขึ้นและถูกส่งต่อไปยังนักท่องเที่ยวแล้ว มีความจำเป็นที่ต้องทำการตรวจสอบผลการดำเนินการและประสิทธิภาพของระบบ ซึ่งตัวชี้วัดสำคัญ อาทิ

7.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Satisfaction review)

7.2 อัตราการกลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit)

7.3 การเปรียบเทียบผลการดำเนินการกับเกณฑ์มาตรฐาน (Benchmarking)

8. ICT ตลอดทั้งระบบของการให้บริการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวระบบโทรคมนาคมมีความสำคัญในการเชื่อมต่อตั้งแต่ผู้จัดหาทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว (Suppliers) ผู้ให้บริการท่องเที่ยวไปจนถึงผู้รับบริการท่องเที่ยว ประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับ ICT จึงมีสองด้านคือ ประสิทธิภาพและความเพียงพอของการบริการ ดังต่อไปนี้

1.20 ICT: คุณภาพ

1. เวลาที่ส่งมอบ (Lead time)

2. ต้นทุน (Cost)
 3. มีคุณภาพ เชื่อถือได้ (Reliability)
 4. มีความสม่ำเสมอในการส่งมอบ (Consistency)
- 1.21 ICT: ความเพียงพอ
 1. ปริมาณ ICT ต่อจำนวนนักท่องเที่ยว
 2. การเข้าถึงบริการ ICT
 3. อัตราการชำรุดเสียหายของ ICT

9. Integrated resource management การบริหารงานระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวจำเป็นต้องบริหารแบบบูรณาการเพื่อให้ทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนมีทิศทางการดำเนินงานไปในทางเดียวกัน ตลอดจนมีความสอดคล้องกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดของระบบ ดังนั้นจึงเป็นที่แน่ชัดว่าในปัจจุบันการบริหารงานด้านโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวเป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำหรือร่วมกันคิดร่วมกันทำ

10. Benchmarking ผลการศึกษาาระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของพื้นที่หนึ่ง ควรได้รับการเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นทั้งในระดับประเทศ (การเปรียบเทียบผลการดำเนินการของระบบฯ ระหว่างประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงและการเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง เช่น สิงคโปร์) และระดับจังหวัดท่องเที่ยวหลัก ซึ่งผลการเปรียบเทียบดังกล่าวจะนำไปสู่การเรียนรู้ระหว่างกันและกับข้ามพรมแดน (Learning across borders) ซึ่งจะนำไปสู่การค้นพบ Best practice และการเปลี่ยนแปลง Innovations ระหว่างกัน ซึ่งในการศึกษาที่ผ่านมา (โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ปี ที่ 2) ได้ทำการเปรียบเทียบระดับประเทศแล้ว

ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์ (2552) กล่าวว่า โลจิสติกส์ในการท่องเที่ยวนั้นสามารถแบ่งได้เป็นสองด้าน คือ (1) โลจิสติกส์ของเส้นทางของนักท่องเที่ยว และ (2) โลจิสติกส์ในการลำเลียงสินค้าและบริการของธุรกิจผู้ให้บริการ (เช่น โรงแรม หรือ บริษัทนำเที่ยว)

กิจกรรมอย่างแรก คือ การขนส่ง ฝั่งนักท่องเที่ยวก็จะเป็นเรื่องการเดินทางต่างๆ ส่วนฝั่งโรงแรมก็จะเป็นการขนส่งสินค้าเช่นอาหารหรือเครื่องดื่ม

นอกจากกิจกรรมการขนส่งแล้ว โลจิสติกส์นั้นก็พิจารณากิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การเคลื่อนย้าย ด้วย ทั้งฝั่งโรงแรม และฝั่งนักท่องเที่ยว กิจกรรมในฝั่งโรงแรมที่สำคัญคือ การจัดเก็บสินค้า อาทิ การจัดการสินค้าคงคลัง เป็นต้น ส่วนกิจกรรมในฝั่งนักท่องเที่ยว อาทิ จุดพักของนักท่องเที่ยว

สิ่งสำคัญประการที่สาม ของโลจิสติกส์ก็คือ ข้อมูลข่าวสาร หากเราพิจารณา ว่าโรงแรมเป็นกรณีศึกษาแล้ว โลจิสติกส์ที่ดีควรจะส่งผ่านข้อมูลจากนักท่องเที่ยวผ่านโรงแรมไปสู่ภาคส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเช่นผู้ส่งอาหารเครื่องดื่ม และ สถานที่ท่องเที่ยว ได้อย่างถูกต้องและทันเวลา

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อโลจิสติกส์

กรมทางหลวงชนบท ให้ความสำคัญกับการออกแบบระบบป้ายจราจร และการติดตั้งป้ายจราจร จึงได้แต่งตั้งคณะทำงานรวบรวมมาตรฐานป้ายจราจรของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยอ้างอิงถึงมาตรฐานป้ายจราจรปี 2547 ของสำนักนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร แล้วจัดทำเป็นแบบมาตรฐานงานทางและคู่มือการติดตั้งป้ายจราจรขึ้น (กรมทางหลวงชนบท : 2556)

ป้าย

ประเภทของป้ายจราจรประกอบด้วยป้ายบังคับ ป้ายเตือน และป้ายแนะนำ ใช้เพื่อควบคุมและแนะนำให้ผู้ใช้งานทางสามารถเดินทางไปยังจุดหมายได้อย่างสะดวกและปลอดภัย จึงจำเป็นต้องติดตั้งเท่าที่จำเป็นเท่านั้น

1. ป้ายบังคับ

1.1 ป้ายหยุด

การติดตั้งป้ายหยุดเฉพาะจำเป็นและมีเหตุอันควร (Warrants) เท่านั้นเหตุอันควร (Warrants) ในการพิจารณาเพื่อการติดตั้งป้ายหยุด มีดังนี้

1. จะติดตั้งบนทางสายรอง หรือถนนที่เข้าบรรจบกับทางหลวงสายหลัก โดยทางสายหลักต้องได้สิทธิผ่านทางแยกก่อน เพื่อเป็นการป้องกันทางแยกที่ก่อให้เกิดอุบัติเหตุอยู่เสมอ
2. ทางแยกที่อยู่ในบริเวณพื้นที่มีการควบคุมการจราจรด้วยสัญญาณไฟกระพริบ
3. ทางแยกที่มีลักษณะของทางและการจราจรประกอบกันดังนี้ คือ ยวดยาน ส่วนใหญ่ใช้ความเร็วสูง ระยะการมองเห็นจำกัด และมีสถิติการเกิดอุบัติเหตุที่รุนแรง ให้ติดตั้งป้ายหยุดเพื่อควบคุมการจราจรที่ด้านหนึ่ง

การติดตั้งโดยทั่วไปให้ติดตั้งป้ายหยุดบนทางหลวงที่มีปริมาณจราจรน้อยกว่า นอกจากนี้ในกรณีที่เป็นสามแยก ให้ติดตั้งป้ายหยุดบนทางหลวงที่เข้าบรรจบ ไม่ว่าจำนวนยวดยานบนทางหลวงนั้นจะมากกว่าหรือน้อยกว่าก็ตาม ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัย

ห้ามติดตั้งป้ายหยุดบนทางหลวงที่มีช่องทางด่วนพิเศษ (Main Road) และมีทางคู่ขนาน (Frontage Road) หรือตามทางแยกต่างระดับ (Interchange) ทั้งนี้เนื่องจากบนทางหลวง ดังกล่าวแล้วข้างต้น ต้องการให้ยานพาหนะไหลไปได้สะดวก ไม่สมควรติดตั้งป้ายหยุดบนทางเชื่อม เข้าทางหลัก (Entrance Ramp)

ห้ามติดตั้งป้ายหยุดตรงทางแยก ซึ่งควบคุมการจราจรโดยใช้ไฟสัญญาณ เพราะจะทำให้เกิดสับสนต่อผู้ขับรถ ส่วนในกรณีที่หยุด โดยใช้ไฟสัญญาณควบคุมการจราจร ในบริเวณทางแยกก็ให้ใช้ไฟกระพริบสีเหลืองหรือสีแดงแทน ซึ่งให้ใช้ไฟกระพริบสีเหลืองทางด้านที่มีปริมาณการจราจรสูงกว่า และให้ใช้ไฟกระพริบสีแดงด้านทางที่มีปริมาณการจราจรต่ำกว่า

1.2 ป้ายให้ทาง

ป้ายให้ทางใช้ติดตั้งเช่นเดียวกับป้ายหยุด คือ แสดง ความสำคัญของทางข้างหน้า แตกต่างจากป้ายหยุด ตรงที่รถไม่ต้องหยุดเมื่อมาถึงทางแยก เพื่อให้ผู้ใช้ทางเข้าใจความหมายของป้ายดีขึ้น ควรติดตั้งป้ายประกอบพื้นขาว ตัวอักษร และเส้นขอบป้ายสีดำ มีข้อความว่า “ให้รถทางขวาไปก่อน”

ป้ายให้ทาง ใช้เมื่อมีเหตุอันควร ดังต่อไปนี้

- 1) ทางสายโท ที่ยานพาหนะสามารถขับเข้าสู่ทางหลวงด้วยความเร็วเกินกว่า 20 กม./ชม. อย่างปลอดภัยและการเข้าสู่ทางหลวงโดยไม่จำเป็นต้องให้รถหยุดตลอดทั้งวัน
- 2) ทางเชื่อมเข้าสู่ทางหลวงที่มีช่องจราจรหลัก (Main Road) ซึ่งไม่มีช่องจราจรเร่งความเร็วเพียงพอ
- 3) ช่องจราจรซึ่งมีเกาะแบ่งสำหรับรถเลี้ยวซ้ายบรรจบกับทางขวางข้างหน้าและไม่มีช่องจราจรเร่งความเร็วเพียงพอ

1.3 ป้ายบังคับทิศทาง(ขีดซ้ายหรือขีดขวา)

ป้ายให้ขีดซ้าย จะใช้สำหรับบริเวณทางหลวงหรือถนนที่ต้องการให้ผู้ขับขี่เดินทางซ้ายของอุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางทางเดินรถ เช่น เกาะแบ่งทิศทางการจราจร หรือเกาะจัดช่องจราจรโดยทั่วไปให้ติดตั้งป้ายนี้บริเวณจุดเริ่มต้นของทางคู่ ช่องเปิดเกาะ (Median Opening) ทุกๆ แห่งพร้อมติดป้ายเตือนสิ่งกีดขวาง (ทางเดียว) ควบคู่ไปด้วย

ส่วนป้ายให้ขีดซ้ายหรือขวา ให้ติดตั้งเพื่อให้ผู้ขับขี่ทราบถึงตำแหน่งของเกาะกลางหรือสิ่งกีดขวางอื่น ๆ โดยการจราจรที่แยกกันจากป้ายนี้จะกลับมา พบกันอีกครั้งที่จุดหมายปลายทางเดียวกันและห้ามติดตั้งป้ายนี้ ถ้าเป็นการแยกที่นำไปจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกัน ถ้าในกรณีนี้ให้ใช้เป็นป้ายเตือน(เครื่องหมายลูกศรคู่)

2. ป้ายเตือน

2.1 ป้ายเตือนทางแยก

ป้ายเตือนทางแยก ใช้สำหรับเตือนผู้ขับขี่ว่าทางหน้าเป็นทางแยกตามลักษณะเครื่องหมายในป้าย ให้ใช้ป้ายเตือนทางแยก ในกรณีที่ทางหลวงหรือถนนที่มีปริมาณจราจรมากกว่า 200 คันต่อวัน มาตัดหรือบรรจบเป็นทางแยก

ในกรณีทางแยกสามแยก 2 แห่งอยู่เอียงกัน โดยห่างกันน้อยกว่า 250 เมตร และทางแยกทั้งสองแห่งมีเหตุอันควรเพียงพอในสำหรับการติดตั้ง ให้ใช้ป้ายเตือนทางบรรจบกันแบบเอียงกันเพียงป้ายเดียว

ในส่วนของทางแยกที่ตั้งอยู่บนทางโค้ง หรือทางเชื่อมที่เป็นทางโค้ง(ตามความเป็นจริง) ระยะติดตั้งให้อยู่ก่อนถึงจุดเริ่มเลี้ยวโค้ง(ตามสภาพถนนจริง) และทางแยกไม่ น้อยกว่า 200 เมตร อย่างไรก็ตาม ถนนชนบท หรือ ถนนในเขตเมืองที่ใช้ความเร็วต่ำ ระยะติดตั้งอาจลดลง หรือไม่จำเป็นต้องติดตั้งเลยถนนจริงนั้น ควรมีความหนา $\frac{3}{4}$ ของความหนาเครื่องหมายลูกศร และความยาวไม่ควรน้อยกว่า 0.10 เมตร ส่วนขนาดป้ายสามารถเพิ่มขนาดได้ การเพิ่มความปลอดภัยบริเวณดังกล่าวอาจ เพิ่มป้ายเตือนข้อความเพื่อเสริมความเข้าใจให้ผู้ขับขี่

2.2 ป้ายเตือนสัญญาณไฟ

ป้ายเตือนสัญญาณไฟ ใช้เตือนล่วงหน้าก่อนถึงทางแยก ในที่ซึ่งผู้ขับขี่ไม่คาดว่าจะสัญญาณไฟ หรือในกรณีที่มองเห็นสัญญาณไฟได้ไม่ชัด เนื่องจากโค้งราบ โค้งตั้ง มีแสงสว่างรบกวนหรือบริเวณชานเมืองหรือนอก เมืองที่มีสัญญาณไฟควบคุมการจราจร โดยผู้ขับขี่ไม่สามารถมองเห็นสัญญาณไฟได้ภายในระยะ 200 เมตร ก่อนถึงทางแยก “การติดตั้งให้ติดตั้งก่อนถึงป้ายเตือนทางแยกวัน กรณีไม่มีการติดตั้งป้ายเตือนทางแยก ให้ติดตั้งก่อนถึงป้ายบอกจุดหมายปลายทาง”

2.3 ป้ายเตือนหยุดข้างหน้า

ป้ายเตือนหยุดข้างหน้า ใช้ติดตั้งก่อนถึงป้ายหยุด ในกรณีที่ไม่สามารถมองเห็นป้ายหยุดในระยะเพียงพอ เนื่องจากเป็นทางในโค้งราบ โค้งตั้ง หรือมีสิ่งขีดขวางอื่น ๆ ตลอดจนความเร็วของรถที่เข้าสู่อีก จนทำให้ผู้ขับขี่รถยนต์ไม่สามารถหยุดรถตรงแนวที่จะให้หยุดรถได้

ให้ติดตั้งระหว่างป้ายเตือนทางแยกกับป้ายชุดบอกรายละเอียดทางแยก โดยให้ติดตั้งก่อนถึงป้ายเตือนทางแยก ไม่น้อยกว่า 100 เมตร แต่ไม่ควรเกินกว่า 150 เมตร ยกเว้นแต่กรณีไม่ได้ติดตั้งป้ายเตือนทางแยก ให้ติดตั้งก่อนถึงป้ายบอกจุดหมายปลายทาง ไม่น้อยกว่า 100 เมตร แต่ไม่ควรเกิน 150 เมตร

2.4 ป้ายเตือนสิ่งขีดขวาง

ป้ายเตือนสิ่งขีดขวางใช้เพื่อเตือนผู้ขับขี่ให้ทราบว่ามีฉนวน เเกะ หรือสิ่งขีดขวางอื่นอยู่ ถ้าต้องการให้ผู้ขับขี่ผ่านไปได้อย่างปลอดภัยของฉนวนใน หรือเเกาะ หรือสิ่งขีดขวางนั้นๆ ให้ใช้ป้ายเตือนสิ่งขีดขวาง (สองทาง) และถ้าต้องการแสดงให้ผู้ขับขี่ทราบว่ารถยนต์สามารถผ่านไปได้อย่างปลอดภัยของฉนวนใน หรือเเกาะ หรือสิ่งขีดขวางนั้นๆ ให้ใช้ป้ายเตือนสิ่งขีดขวาง (ทางเดียว) โดยทั่วไปป้ายเตือนสิ่งขีดขวาง (สองทาง) จะใช้ควบคู่กับป้ายเครื่องหมายลูกศร ส่วนป้ายเตือนสิ่งขีดขวาง (ทางเดียว) จะใช้คู่กับป้ายบังคับชิดซ้าย แต่ในบางกรณีอาจติดตั้งเดี่ยวได้ การติดตั้งป้ายเตือนสิ่งขีดขวางให้ติดตั้งโดยให้ขอบล่างสุดของป้าย สูงจากขอบผิวจราจร 0.50 -1.20 เมตร

ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องเพิ่มขนาดของป้ายเตือนสิ่งขีดขวาง ให้เพิ่มตามความกว้าง แต่ต้องมีขนาดใหญ่สุดไม่เกิน 60 x 75 เซนติเมตร

หมายเหตุ ฉนวน คือ อุปกรณ์ที่ใช้เป็นเครื่องกำบัง คั้น กั้น เช่น เเกาะ คั้นหิน รั้ว เสา กั้น ราวกันอันตราย หรือกำแพง

2.5 ป้ายเตือนเครื่องหมายลูกศรคู่

ป้ายเตือนเครื่องหมายลูกศรคู่ แสดงด้วยลูกศร 2 รูปชี้ลงทางซ้ายและทางขวา ใช้เพื่อเตือนผู้ขับขี่ให้ทราบตำแหน่งของเเกาะ หรือสิ่งขีดขวางอื่น บริเวณทางแยก โดยยานพาหนะสามารถผ่านไปได้อย่างปลอดภัย

การจราจรที่แยกออกจากกันโดยใช้ป้ายเตือนลูกศรคู่ อาจกลับมาพบกันใหม่อีกครั้ง หรือแยกออกจากจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกัน ซึ่งต่างไปจากป้ายบังคับให้ชิดซ้ายหรือชิดขวา

เนื่องจากผู้ใช้ส่วนมากไม่ทราบถึงความแตกต่างของสองป้ายนี้ จึงแนะนำให้ใช้ป้ายเตือนเครื่องหมายลูกศรคู่ ในกรณีการจราจรที่แยกออกจากกันโดยมีจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกัน

2.6 ป้ายเตือนระวังอันตราย

ป้ายเตือนระวังอันตราย ใช้เตือนผู้ขับขี่ให้ระวังอันตรายชั่วคราว บนทางหลวงชนบท เช่น การเกิดอุบัติเหตุทางรถ การพังทลายของถนนจากอุทกภัย มีต้นไม้ล้มขวางทาง มีการซ่อมสายไฟ ครอบผิวจราจร และเนื่องจากป้ายมิได้แจ้งว่าอันตรายข้างหน้าเป็นอะไร ดังนั้นเพื่อให้ผู้ขับขี่เข้าใจความหมายของป้ายดียิ่งขึ้น ควรติดตั้งป้ายประกอบพื้นเหลือง ตัวอักษร และเส้นขอบป้ายสีดำ โดยมีข้อความระบุถึงสิ่งอันตรายที่ต้องการจะเตือน เช่น “ทางทรุดข้างหน้า” ให้ติดตั้งป้ายเตือนระวังอันตรายก่อนถึงจุดเกิดเหตุไม่น้อยกว่า 200 เมตร แต่ไม่ควรเกินกว่า 250 เมตร เมื่อได้ทำการแก้ไขสภาพของทางตอนนั้น หรือสภาพทางกลับสู่สภาวะปกติแล้ว ให้รื้อถอนป้ายออกทันที

2.7 ป้ายเตือนทางข้ามทางรถไฟ

ป้ายเตือนทางข้ามทางรถไฟไม่มีเครื่องกั้นทางใช้เตือนผู้ขับขี่ให้ระวังว่าทางข้างหน้ามีทางรถไฟตัดผ่าน และไม่มีเครื่องกั้นทาง

ป้ายเตือนทางข้ามทางรถไฟมีเครื่องกั้นทาง ใช้เตือนผู้ขับขี่ให้ระวังว่าทางข้างหน้ามีทางรถไฟตัดผ่าน และมีรั้วหรือเครื่องกั้นทาง

2.8 ป้ายเตือนทางข้ามทางรถไฟติดทางแยก

ป้ายเตือนทางรถไฟติดทางแยก ใช้ติดตั้งบนทางหลวงชนบทที่วิ่งเข้าสู่ทางแยกด้านที่ไม่มีทางรถไฟตัดผ่านแทนป้ายเตือนทางแยกปกติ เพื่อเตือนผู้ขับขี่ทราบว่า ถ้าเลี้ยวออกจากทางแยก ประมาณ 50 เมตร จะมีทางรถไฟตัดผ่านในระดับเดียวกัน และไม่จำเป็นต้องติดตั้งป้ายเตือนทางข้ามทางรถไฟ อีกครั้งเมื่อเลี้ยวออกจากแยก

นอกจากนี้อาจทำการหมุนป้ายทวนเข็มนาฬิกาไป 90 องศา เพื่อใช้เตือนทางแยกที่มีทางรถไฟระดับเดียวกันอยู่ก่อนถึงแยกรูปตัวที ซึ่งผู้ขับขี่จะต้องเตรียมเลี้ยวซ้ายหรือเลี้ยวขวาเมื่อขับผ่านทางรถไฟไปแล้ว

3. ป้ายแนะนำ

3.1 สีป้ายแนะนำ

ลักษณะของสีป้ายแนะนำทั่วไปจะใช้พื้นป้ายสีขาว เส้นขอบป้ายสีดำ สัญลักษณ์ตัวอักษร และตัวเลขเป็นสีดำ

3.2 ป้ายหมายเลขทางหลวงชนบท

ป้ายหมายเลขทางหลวงชนบท ใช้เพื่อแสดงหมายเลขทางหลวง อาจใช้เพื่อย้ำถึงทางหลวงหมายเลขนั้น ๆ หรือใช้ร่วมกับป้ายร่วมชุดต่าง ๆ เพื่อระบุถึงทางหลวงอื่นตัดผ่านหรือแยกออกไปตามทิศทางของทางหลวง ฯลฯ โดยแสดงออกในรูปของป้ายชุดต่าง ๆ

3.3 ป้ายบอกจุดหมายปลายทาง

ป้ายบอกจุดหมายปลายทางมีวัตถุประสงค์ในการบอกทิศทางของจุดหมายปลายทาง โดยทั่วไปให้ใช้เครื่องหมายลูกศรตั้งฉากกับป้ายหรือขนานกับป้าย เพื่อใช้ระบุทิศทางของจุดหมายปลายทางที่อยู่ข้างหน้า หรือทางซ้าย หรือทางขวาของสถานที่ติดตั้งป้าย ในกรณีจำเป็น อาจใช้เครื่องหมายลูกศรเอียงทำมุมกับป้ายเล็กน้อย เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางที่แท้จริงได้

การติดตั้งให้เรียงลำดับการติดตั้งโดยให้ป้ายที่แสดงจุดหมายปลายทางตรงไปอยู่บนสุด และตามด้วยด้านซ้าย และด้านขวา ตามลำดับ และเครื่องหมายลูกศรที่ชี้ทิศทางตรงไปให้อยู่ด้านขวาของป้าย เครื่องหมายลูกศรที่ชี้ทิศทางไปทางด้านซ้ายให้อยู่ทางด้านซ้ายของป้าย เครื่องหมายลูกศรที่ชี้ทิศทางไปทางด้านขวาให้อยู่ทางด้านขวาของป้าย

ในกรณีที่ติดตั้งป้ายที่มีลูกศรชี้ตรงคู่กับป้ายที่มีลูกศรชี้ไปทางขวา ให้เปลี่ยนตำแหน่งการวางลูกศรที่ชี้ตรงไป ให้อยู่ทางด้านซ้ายของป้าย

3.4 ป้ายบอกระยะทาง

ป้ายบอกระยะทาง ใช้ระบุข้อความแสดงถึงจุดหมายปลายทาง และตัวเลขบอกระยะทางที่ไปสู่จุดหมายปลายทางนั้น ๆ เป็นกิโลเมตร อีกทั้งยังใช้เป็นป้ายยืนยันเส้นทางการเดินทาง (Confirmatory Signs) เพื่อให้ผู้ใช้ทางมั่นใจ การเลือกเส้นทางหลังจากขับผ่านหรือเลี้ยวออกจากทาง

แยก ให้ติดตั้งป้ายบอกระยะทางได้ไม่เกิน 3 ชื่อ บนสถานที่ติดตั้งเดียวกันและชื่อบนป้ายแรกส่วนบนสุดบอก ระยะทางของสถานที่ใกล้ที่สุด ป้ายกลางบอกระยะทางที่อยู่ไกลออกไปและป้ายล่างสุดบอกระยะทางที่ใกล้ที่สุด ตามลำดับ

เมื่อผ่านทางแยกไปแล้ว ป้ายบอกระยะทางแห่งแรกจะต้องมีชื่อใดชื่อหนึ่งเหมือนกับชื่อในป้ายบอกจุดหมายปลายทางที่ทางแยกด้วย

ป้ายท่องเที่ยว

1. ป้ายท่องเที่ยวที่มีใช้อยู่ในปัจจุบันของนานาประเทศและประเทศไทย

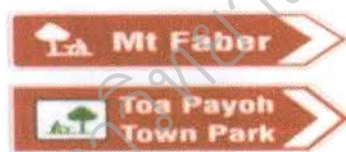
ป้ายท่องเที่ยว มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อผู้ใช้ทาง เพราะเป็นการแสดงถึงทิศทางระยะทางรูปที่อยู่บนป้าย และต้องทำให้ผู้ใช้ทางสามารถอ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย

ในการศึกษาป้ายการท่องเที่ยวของอารยะประเทศต่างๆ ทำให้ทราบว่าป้ายท่องเที่ยวมีที่มาจากกรทดลองของป้ายประเภทต่าง ๆ จำนวน 288 ป้าย และป้ายท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อผู้ใช้ทางจะต้องมีขนาดข้อความบนป้ายอยู่ที่ความสูงเฉลี่ย 19 ซม. หรือ 7.5 นิ้ว เวลาที่ใช้ในการอ่านข้อความอยู่ที่ความเร็ว 80 กม./ชม. มีข้อความ 4 – 5 ชื่อต่อป้าย โดยจะรวมการใช้สัญลักษณ์ ลูกศร รูปภาพ และข้อความ แต่ผลการวิเคราะห์ที่ดีที่สุดจะอยู่ที่ 3 ชื่อ หรือ 3 ข้อความต่อป้าย

แสดงการเปรียบเทียบระหว่างป้ายท่องเที่ยวของประเทศไทย และป้ายท่องเที่ยวในอารยะประเทศต่าง ๆ ได้ดังนี้

1.1 ป้ายท่องเที่ยวในอารยะประเทศต่าง ๆ

1) ประเภทป้ายจราจรพื้นสีน้ำตาล ตัวอักษรสีขาว



ประเทศสิงคโปร์



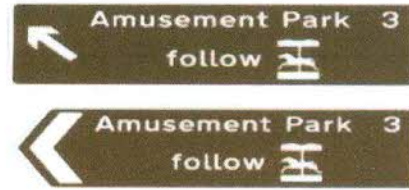
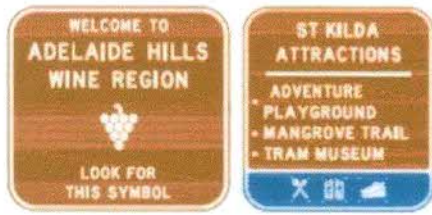
ประเทศสหรัฐอเมริกา



ประเทศสเปน



ประเทศตุรกี

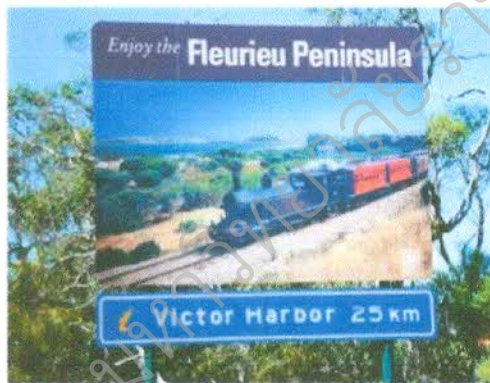


ประเทศออสเตรเลีย

ประเทศอังกฤษ

ภาพที่ 2.2 ตัวอย่างป้ายจราจรพื้นสีน้ำตาล ตัวอักษรสีขาว ของประเทศต่าง ๆ

2) ประเภทป้ายจราจรพื้นสีน้ำเงิน ตัวอักษรสีขาว



ประเทศออสเตรเลีย

ประเทศแคนาดา



ประเทศญี่ปุ่น

ประเทศอเมริกา

ภาพที่ 2.3 ตัวอย่างป้ายจราจรพื้นสีน้ำเงิน ตัวอักษรสีขาว ของประเทศต่าง ๆ

1.2 ป้ายท้องเที่ยวในประเทศไทย



ภาพที่ 2.4 ตัวอย่างป้ายท้องเที่ยวในประเทศไทย

1.3 สรุปสี่ป้ายของอารยะประเทศและประเทศไทย

ตารางที่ 2.1 แสดงรายละเอียดของป้ายในอารยะประเทศ

| รายละเอียด ป้าย | รายละเอียดของป้ายในอารยะประเทศ | | | | | | | |
|-----------------------------------|--------------------------------|---------------------|---------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--|
| | สหรัฐอเมริกา | สหราชอาณาจักร | ออสเตรเลีย | ญี่ปุ่น | สเปน | แคนาดา | สิงคโปร์ | ไทย |
| ป้าย พื้นน้ำตาล อักษรสีขาว | เสาเดี่ยว เสาคู่ | เสาเดี่ยว เสาคู่ | เสาเดี่ยว เสาคู่ | เสา เดี่ยว เสาคู่ | เสา เดี่ยว เสาคู่ | - | เสา เดี่ยว เสาคู่ | เสาเดี่ยว |
| ป้าย พื้นน้ำเงิน อักษรสีขาว | เสาเดี่ยว เสาคู่ | - | เสาเดี่ยว เสาคู่ | เสา เดี่ยว เสาคู่ | - | เสา เดี่ยว เสาคู่ | - | เสาเดี่ยว เสาคู่ Overhang และ Gantry |

ติดตั้งป้ายริมทางหลวง

กรมทางหลวงจึงกำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาอนุญาตให้ติดตั้งป้ายแนะนำสถานที่ราชการและเอกชน ดังต่อไปนี้ (กรมทางหลวง : 2561)

1. ลักษณะกิจการสถานที่สำคัญ

สถานที่ราชการและสถานที่เอกชนที่มีประชาชนเดินทางมาติดต่อจำนวนมาก แต่มิใช่การเดินทางมาเป็นประจำ ซึ่งผู้ใช้ทางอาจหลงทางหรือเข้าออกบริเวณนั้นไม่คล่องตัว อันเป็นสาเหตุให้เกิดการจราจรติดขัดหรือเกิดอุบัติเหตุได้ สถานที่เหล่านี้ได้แก่

1.1 สถานที่ราชการ

1.2 สถานที่เอกชน

(1) สนามกีฬา

(2) ศูนย์การค้า , ตลาดนัด , สถานที่จัดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

(OTOP)

(3) แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน ที่พักผ่อนหย่อนใจ

(4) สถานศึกษา

(5) โรงพยาบาล

(6) ศาสนสถานทุกศาสนา

(7) นิคมอุตสาหกรรม

(8) มูลนิธิและองค์กรการกุศล

(9) หมู่บ้านจัดสรรและคอนโดมิเนียม

(10) สำนักงานพรรคการเมือง

2. มาตรฐานและการติดตั้งป้าย

ป้ายแนะนำ เพื่อให้ผู้ใช้เส้นทางเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางของสถานที่สำคัญดังกล่าว กำหนดไว้ 3 ประเภท คือ

ก) ป้ายบอกจุดหมายปลายทาง

ข) ป้ายชี้ทาง

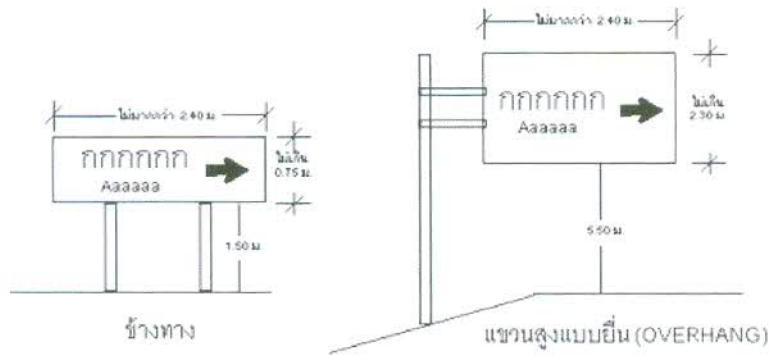
ค) ป้ายแหล่งท่องเที่ยว

ตำแหน่งของป้ายแนะนำสำหรับการนี้ห้ามมิให้ติดตั้งที่บริเวณทางแยกทางหลวง ซึ่งกรมทางหลวง ได้ติดตั้งป้ายแนะนำตามมาตรฐานไว้แล้วนั้น

รายละเอียดการใช้ การติดตั้ง และมาตรฐานรูปแบบของป้าย มีดังต่อไปนี้

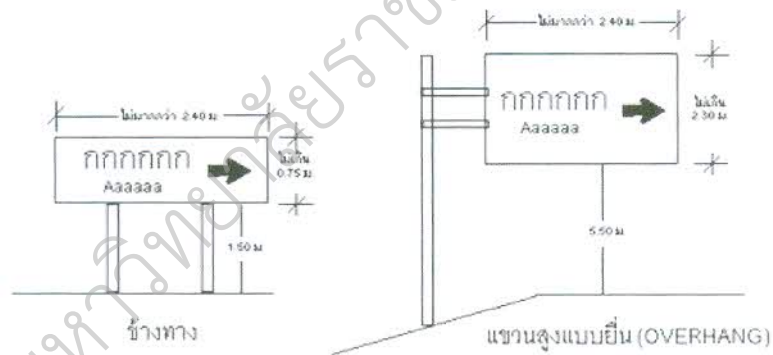
2.1 ป้ายบอกจุดหมายปลายทาง

(1) ป้ายบอกจุดหมายปลายทางที่เป็นสถานที่ราชการ ลักษณะขนาดรูปร่างและสีของป้าย บอกจุดหมายปลายทาง ดังแสดงตามตัวอย่างในรูป



| | | | |
|---|--|---|--|
| ↑ | ป้ายติดตั้งข้างทาง พื้นสีขาว อักษรและสัญลักษณ์ สีดำ | ↑ | ป้ายแขวนสูง พื้นสีเขียว อักษรและสัญลักษณ์ สีขาว |
|---|--|---|--|

ภาพที่ 2.5 แสดงลักษณะขนาดรูปร่างและสีของป้าย บอกจุดหมายปลายทางที่เป็นสถานที่ราชการ
(2) ป้ายบอกจุดหมายปลายทางที่เป็นสถานที่เอกชน ลักษณะขนาดรูปร่างและสีของ
ป้าย บอกจุดหมายปลายทาง ดังแสดงตามตัวอย่างในรูป



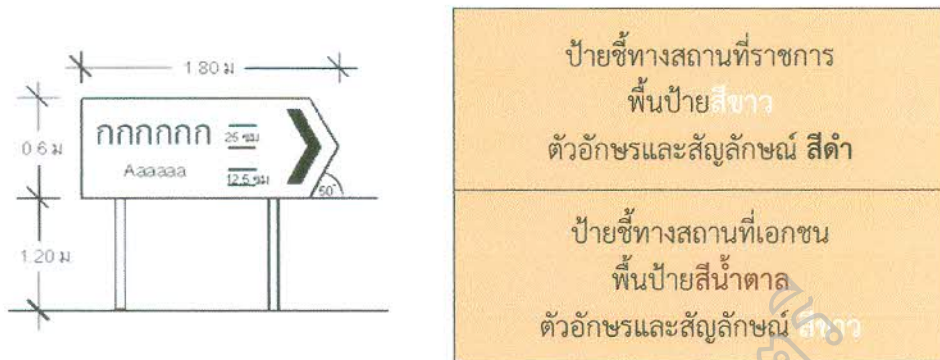
| | | | |
|---|--|---|--|
| ↑ | ป้ายติดตั้งข้างทาง พื้นสีขาว อักษรและสัญลักษณ์ สีดำ | ↑ | ป้ายแขวนสูง พื้นสีเขียว อักษรและสัญลักษณ์ สีขาว |
|---|--|---|--|

ภาพที่ 2.6 แสดงลักษณะขนาดรูปร่างและสีของป้าย บอกจุดหมายปลายทางที่เป็นสถานที่ของเอกชน

การติดตั้ง ให้ติดตั้งบนทางหลวงในระยะ 25 ถึง 150 เมตร ก่อนถึงทางแยกสาธารณะหรือ
ทางเชื่อม ไปสู่สถานที่ดังกล่าว

2.2 ป้ายชี้ทาง

ลักษณะขนาดและรูปร่างของป้ายชี้ทางดังรูป ทั้งนี้อาจบอกระยะทางจากทางแยก
ถึงสถานที่ดังกล่าว เป็นกิโลเมตร หรือเมตร



ภาพที่ 2.7 แสดงลักษณะขนาดและรูปร่างของป้ายชี้ทาง

3. ข้อกำหนดเงื่อนไข

3.1 กรมทางหลวงจะเป็นผู้พิจารณากำหนดประเภทและมาตรฐานของป้าย รวมทั้งตำแหน่งติดตั้งป้ายที่เหมาะสม

3.2 ผู้ขออนุญาตหรือเจ้าของสถานที่สำคัญ ยกเว้นส่วนราชการ จะต้องเสียค่าเช่าสำหรับการติดตั้งป้าย ดังนี้

ป้ายชี้ทาง ตำแหน่งละ 6,000.- บาทต่อปี

ป้ายติดตั้งข้างทาง ตำแหน่งละ 10,000.- บาทต่อปี

ป้ายแขวนสูง ชนิดเสาเดี่ยว ตำแหน่งละ 50,000.- บาทต่อปี

3.3 เมื่อป้ายดังกล่าวชำรุดเสียหายไม่ว่ากรณีใดๆ ผู้ขออนุญาตจะดำเนินการติดตั้งทดแทนใหม่ โดยผู้ขออนุญาตหรือเจ้าของป้ายจะต้องออกค่าใช้จ่ายทั้งหมด

3.4 ผู้ขออนุญาตจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุในหนังสือขออนุญาต

3.5 กรมทางหลวงสงวนสิทธิ์ที่จะยกเลิกการขออนุญาตให้ติดตั้งป้ายดังกล่าว โดยมีต้องแจ้งเหตุความจำเป็นใด ๆ ต่อผู้ขออนุญาต

4. วิธีการขออนุญาต

การขออนุญาตให้ดำเนินการติดตั้งป้ายแนะนำนี้ กรมทางหลวงอาศัยอำนาจตามมาตรา 47 ของพระราชบัญญัติทางหลวง พ.ศ. 2535 โดยกำหนดระเบียบวิธีการและขั้นตอนไว้ดังต่อไปนี้

ให้ผู้ขออนุญาตยื่นความจำนงผ่านหมวดการทาง , แขวงการทาง , สำนักงานบำรุงทาง ซึ่งรับผิดชอบบริเวณทางหลวงนั้น การยื่นขออนุญาตให้มีคำร้อง แบบแปลน และเอกสารสำคัญต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

(1) คำขออนุญาตตามมาตรา 47 พรบ. ทางหลวง พ.ศ. 2535 หรือสามารถ ดูได้จาก ตัวอย่าง Download

(2) แบบแปลนที่สังเขปแสดงเส้นทางหลวงและที่ตั้งสถานที่ขออนุญาต มาตรฐานส่วน ไม่เล็กกว่า 1: 500

(3) รูปแบบของป้าย , ขนาด, ข้อความ หรือสัญลักษณ์ในป้าย

(4) สำเนาบัตรประชาชน และสำเนาทะเบียนบ้านของผู้ขอฯ ในกรณีที่ผู้ขอฯ เป็น เอกชน

(5) ในกรณีที่ เป็นบริษัท, ห้างหุ้นส่วน ให้แสดงหนังสือการจดทะเบียนบริษัท, ห้างหุ้นส่วนประกอบ และในกรณีที่ มีการมอบอำนาจแทน ต้องมีหนังสือมอบอำนาจพร้อมตราประทับของ ผู้มีอำนาจลงนามแทนบริษัท, ห้างหุ้นส่วน พร้อมสำเนาบัตรประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้านของผู้รับมอบอำนาจ

(6) เอกสารและแบบแปลนในการขออนุญาตอย่างละ 4 ชุด สำหรับหนังสือมอบอำนาจฉบับแรก ให้ติดอากรราคา 10 บาท

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุกัญญา คงเขียว และคณะ (2561 : บทคัดย่อ) ศึกษา “ความต้องการสื่อในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก” ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบเดิมของเกษตรกรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.30 และความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบเดิมของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.60 ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับของเกษตรกรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.46 และความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.59 โดยผลการศึกษาพบว่าควรใช้สื่อในประชาสัมพันธ์ที่ง่ายและทันสมัย เช่น เฟสบุ๊ค เป็นทางเลือกที่น่าสนใจในการใช้ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีเนื้อหาที่ถูกต้องและครบถ้วน ชัดเจน มีความเข้าใจง่าย และสามารถเชื่อมโยงกับแผนที่ จะเป็นการชักจูงใจนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในพื้นที่

Patcharin Jungprawate (2560 : บทคัดย่อ) ศึกษาความต้องการของชุมชนในการพัฒนาศักยภาพเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในตลาดคลองสวนร้อยปีและศึกษาแนวทางการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนในตลาดคลองสวนร้อยปี ผลการวิจัยพบว่า คนในชุมชนคลองสวนมีความต้องการพัฒนาศักยภาพชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ มีการจัดระบบจราจร โดยมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน และติดตั้งป้ายบอกทางเพิ่มเติม มีที่นั่งพักผ่อนให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ มีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ และมีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ส่วนการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คนในชุมชนคลองสวนต้องการพัฒนา ได้แก่ คนในชุมชนมีการเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับความรู้ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดกิจกรรมที่สร้างการรับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่น และระบบนิเวศแก่คนในชุมชน และนักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชุมชน หรือกิจกรรมประจำวันของชุมชน ซึ่งเป็นการแสดงภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน ในเรื่องของการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า ในด้านการวางแผน คือ ได้เข้าร่วมประชุมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ด้านการดำเนินการ คือ ได้ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นการส่งเสริมและอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิม และประเพณีของคนในท้องถิ่น ด้านการใช้ประโยชน์คือ มีรายได้จากการท่องเที่ยว เช่น การ

ขายอาหาร สินค้าพื้นเมือง การนำเที่ยว การแสดงศิลปะพื้นเมือง ของที่ระลึก ด้านประเมิณผลและติดตามผล คือ มีส่วนร่วมในการติดตาม พร้อมหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน ทั้งนี้คนในชุมชนต้องการพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไปปรับเปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม แต่ยังคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตดั้งเดิม และยังต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเองโดยการอบรมหลักสูตรด้านอาชีพ ด้านอาสาสมัครแม่คหะเทศก์และด้านภาษา เพื่อพัฒนาตลาดคลองสวนร้อยปีให้เกิดความยั่งยืน

กรองทอง หีบโคกสูง (2560 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการเข้าถึงสถานที่ ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ด้านการเอาใจใส่นักท่องเที่ยว ด้านความสะดวกสบาย ด้านความปลอดภัย ด้านความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และด้านราคา (ค่าใช้จ่าย) รองลงมา คือ ด้านการเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร และด้านเวลา นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว

วาสนา จรุงศรีโชติกำจร และคณะ (2559 : บทคัดย่อ) ศึกษาประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์ด้านการบริการลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด และปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์ด้านการไหลทางสารสนเทศมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ข้อเสนอแนะที่ได้พบว่า ควรมีการพัฒนาสภาพเส้นทางจราจรให้ดีขึ้น พัฒนาการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและป้ายบอกทางให้ชัดเจน รวมถึงการพัฒนาระบบการขนส่งมวลชนที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว โดยมีหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้รับผิดชอบให้การสนับสนุนทั้งด้านสาธารณูปโภคและด้านงบประมาณ

ณภัทร ทิพย์ศรี และคณะ (2558 : บทคัดย่อ) ศึกษาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้านเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าคะแนนสูงสุด คือ ด้านการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ รองลงมาคือด้านการให้บริการการรับจ่ายเงิน และต่ำที่สุดคือ ด้านการสร้างความปลอดภัยระหว่างการเดินทาง สำหรับผลการเปรียบเทียบการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามลักษณะของธุรกิจทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานในธุรกิจ พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวที่มีลักษณะของธุรกิจทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน และจำนวนพนักงานในธุรกิจต่างกัน มีการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวต่างกัน โดยสรุป ผลการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการจัดการระบบการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และมีศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดบริการต่อไป

พรศิริ บินนารวี (2555 : บทคัดย่อ) ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยความคาดหวังในด้านภาพลักษณ์ของสถานที่มีค่ามากที่สุด รองลงมาคือด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่วนการรับรู้จริงต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการรับรู้จริงต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว และเปรียบเทียบความคาดหวังในการท่องเที่ยวกับการรับรู้จริงต่อการท่องเที่ยวในอำเภอปาย มีผลต่างที่มีแนวโน้มไปสู่ความไม่พึงพอใจ โดยเฉพาะความไม่พอใจในด้านการบริการอื่นๆมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ฐาปกรณ์ ทองคำนุช (2555 : บทคัดย่อ) ศึกษา “แนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวกรณีศึกษา ตลาดเก้าห้อง อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี” พบว่า การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถตามมาตรฐานต่าง ๆ การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของหน่วยงานต่างๆ โดยใช้บูรณาการ ในรูปแบบต่างๆ การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลง สิ่งเหล่านี้จะส่งเสริมให้ประชาชนและผู้ประกอบการ ในตลาดเข้ามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว แต่ปัจจุบันพบปัญหาประชาชนในท้องถิ่นจำนวนมาก ยังไม่ได้รับการศึกษาและการอบรมที่เพียงพอ เท่าเทียมกัน และมีการจัดอบรมที่เพียงพอ รวมถึงการกระจายข่าวสารให้ชุมชนได้รับรู้ข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ชมชนและเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว และยังคงพัฒนาระบบการบริหารจัดการเกี่ยวกับปริมาณนักท่องเที่ยว ชัดความสามารถในการรองรับการพัฒนากระบวนการประสานงานจากชุมชนถึงเจ้าหน้าที่รัฐซึ่งที่ผ่านมายังไม่พอและชัดเจน การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ การจัดทำป้ายประกาศ และป้ายบอกทางในชุมชนที่ชัดเจน รวมถึงต้องมี ระบบการสื่อความหมายและการอธิบายเนื้อหาคุณค่าเชิงลึกของความเป็นเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของตลาดเก้าห้อง

พิบูล ไวจิตรกรรม (2552 : บทคัดย่อ) ศึกษาการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า 1) ปัญหาที่เกิดขึ้นกับป้ายสัญลักษณ์การท่องเที่ยว คือ ไม่มีหน่วยงานกลางที่ดูแลรับผิดชอบป้ายสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยว ปัญหาทางกายภาพของป้ายสัญลักษณ์การท่องเที่ยว คือ ความไม่เป็นระเบียบ ไม่มีมาตรฐาน รูปแบบไม่แน่นอน อยู่ใน ตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม ป้ายมีขนาดไม่เหมาะสม ไม่แสดงอัตลักษณ์ของสมุทรสงคราม ไม่เป็น เอกภาพ 2) ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในพื้นที่ ที่มีต่ออัตลักษณ์ของจังหวัด คือ ควรใช้อัตลักษณ์ในด้านประวัติศาสตร์และบุคคลสำคัญ อัตลักษณ์ในด้านธรรมชาติทิวทัศน์แหล่งท่องเที่ยว อัตลักษณ์ในด้านศาสนา ศาสนสถาน วัด โบสถ์อัตลักษณ์ในด้านศิลปป็นและผู้สร้างชื่อเสียงให้จังหวัด อัตลักษณ์ในด้านเกษตร พืช ผลไม้อัตลักษณ์ในด้านอาหารท้องถิ่น หอยหลอด ปลาทุ กุ้งแม่น้ำ อัตลักษณ์ในด้านวัฒนธรรมพื้นเมือง ดนตรี นาฏศิลป์ 3) รูปแบบป้ายสัญลักษณ์การท่องเที่ยวของจังหวัด คือ ควรสื่อสารแบบสากล มีความเป็นไทย มีภาพลักษณ์ของจังหวัด สมุทรสงคราม ควรใช้ข้อความภาษาไทย และอังกฤษ ควรมีป้ายสัญลักษณ์ประเภทบอกทิศทาง ป้ายสัญลักษณ์ประเภทระบุสถานที่และป้ายสัญลักษณ์ประเภทให้ข้อมูลข่าวสาร องค์ประกอบที่ใช้ในการออกแบบ ควรใช้ภาพถ่าย ภาพวาด กราฟิก ภาพลายเส้น ภาพการ์ตูน ตัวอักษรและสีส้น ที่สดใส

มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ (2551) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อระบบโลจิสติกส์ ในเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ พนมเปญ เสียมเรียบ เชียงใหม่ อย่างกุ้ง เวียงจันทน์ และหลวงพระบาง เป็นการ

สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง 3,841 ตัวอย่าง ตามเกณฑ์สมรรถนะที่กำหนด ทุกเมืองมีปัญหาโลจิสติกส์ในกรณีฉุกเฉิน เช่น รถเสีย อุบัติเหตุ เมืองที่มีปัญหาจราจรน้อยที่สุด คือ หลวงพระบาง เมืองที่ขาดแคลนบริการโลจิสติกส์ที่สุดคือ ย่างกุ้ง เมืองที่มีค่าคะแนนโลจิสติกส์ที่ดีที่สุด คือ เชียงใหม่

ในด้านการไหลของข้อมูล เมืองเชียงใหม่มีจุดเด่นที่ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ที่พักและอาหาร แต่มีจุดอ่อนที่ข้อมูลการขนส่ง เมืองอื่น ๆ ในอนุภูมิภาคมีปัญหาด้านข้อมูลในระดับเดียวกันทุกเมือง ยกเว้นย่างกุ้งมีปัญหาหนักที่สุดในทุกเรื่อง ทางด้านโลจิสติกส์การเงิน พบว่า ไทยมีปัญหาในเรื่องของการคืนภาษีเท่านั้น เมืองอื่น ๆ มีปัญหาใกล้เคียงกันทุกเรื่อง โดยเฉพาะการใช้เช็คเดินทางและเครดิตการ์ด ส่วนย่างกุ้งมีปัญหาหนักที่สุดทุกเรื่อง โดยทั่วไปแล้วทุกประเทศได้คะแนนระบบโลจิสติกส์ต่ำกว่าคะแนนความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว

สหภาพยุโรปโดย European Commission (2000) ให้ความสนใจเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนอกเมืองใหญ่มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2543 โดยจัดทำคู่มือการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวออกมา 3 เล่ม ครอบคลุมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง แหล่งท่องเที่ยวใจเมือง และแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล

ในบรรดาคู่มือเหล่านี้ การศึกษาเรื่องแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองมีความใกล้เคียงกับการท่องเที่ยวชุมชนมากที่สุด และการศึกษานี้ได้สำรวจและวิเคราะห์กรณีศึกษาจำนวน 15 หมู่บ้าน ในประเทศไอร์แลนด์ อิตาลี ออสเตรีย สเปน ฝรั่งเศส ฟินแลนด์ เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ กรีซ สหราชอาณาจักร ไชล์แลนด์ โปรตุเกส และสวีเดน รวม 13 ประเทศ

ในคู่มือดังกล่าวได้กล่าวถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชน ปัจจัยต่าง ๆ ไม่ได้ถูกเรียกโดยตรงว่าเป็นเรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว หากแต่สามารถจัดหมวดหมู่ให้เป็นเรื่องโลจิสติกส์ได้ โดยแยกเป็นโลจิสติกส์ในความหมายอย่างแคบ และความหมายอย่างกว้าง

เป็นโลจิสติกส์ในความหมายอย่างแคบจะจำกัดอยู่ในเรื่องการไหลทางกายภาพ (Physical flow) การไหลของข้อมูลข่าวสาร (Information flow) และการไหลด้านการเงิน (Financial flow) แต่หาก มองในความหมายอย่างกว้างจะครอบคลุมไปถึงเรื่องห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบ

ตัวอย่างของการใช้โลจิสติกส์ในความหมายอย่างแคบในการสร้างคุณภาพของการท่องเที่ยวชุมชนจากกรณีศึกษาของ European Commission (2000) ซึ่งประมวลโดย คมสัน และศิริพร (2500-ช) มีรายละเอียดใน ตารางที่ 2.2 ดังนี้

ตารางที่ 2.2 การใช้โลจิสติกส์ในการสร้างคุณภาพของการท่องเที่ยวชุมชนในสหภาพยุโรป

| ข้อ | รายการ | หมู่บ้าน | ประเทศ |
|---|--|-----------------|----------------|
| 1. การไหลทางกายภาพ (Physical flow) | | | |
| 1.1 | มีการสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนกับผู้ประกอบการนำเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมชุมชน | Ballyhoura | ไอร์แลนด์ |
| 1.2 | มีรถบริการรับส่งนักท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน | Vorges du Nord | ฝรั่งเศส |
| 1.3 | มีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างหมู่บ้านที่ให้บริการในลักษณะอย่างเดียวกัน (เช่น ระหว่างหมู่บ้านที่ทำกรท่องเที่ยวชุมชนเหมือนกัน แต่อยู่ต่างอำเภอ) | Vale du Lima | โปรตุเกส |
| 1.4 | มีการเชื่อมโยงเส้นทางระหว่างชุมชนเล็ก ๆ ที่อยู่ใกล้ ๆ กัน เพื่อร่วมจัดกิจกรรมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว | Skaftarheppur | ไอร์แลนด์ |
| 1.5 | การเตรียมกิจกรรมในชุมชนกับการบรรยายของไกด์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน | Pohjois-Karjala | ฟินแลนด์ |
| 1.6 | มีรถขนส่งมวลชนให้บริการมาถึงชุมชนในกรณีที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเอง | Lungau | ออสเตรีย |
| 1.7 | นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปถึงแหล่งผลิตสินค้าหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญของชุมชน | Ballyhoura | ไอร์แลนด์ |
| 2. การไหลของข้อมูลข่าวสาร (Information flow) | | | |
| 2.1 | มีศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเป็นเป้าสายตาของนักท่องเที่ยวไม่ให้เคืองเมื่อเข้ามาในหมู่บ้านเป็นครั้งแรก | Ballyhoura | ไอร์แลนด์ |
| 2.2 | มีการบรรยายให้ข้อมูลสิ่งที่เป็น Theme ของชุมชนก่อนที่นักท่องเที่ยวจะได้ไปชมของจริง | Trossachs | สหราชอาณาจักร |
| 2.3 | มีการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต | Ballyhoura | ไอร์แลนด์ |
| 2.4 | การใช้ประโยชน์จากผลการวิจัยตลาดนานาชาติ | เกือบทุกแห่ง | เกือบทุกประเทศ |
| 2.5 | มีการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยว สถิติการใช้บริการ | Trossachs | สหราชอาณาจักร |
| 2.6 | การใช้ประโยชน์จากข้อคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวมาปรับปรุงคุณภาพ | เกือบทุกแห่ง | เกือบทุกประเทศ |
| 3. การไหลด้านการเงิน (Financial flow) | | | |
| 3.1 | มีการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านเพื่อให้นักท่องเที่ยวให้เกิดการใช้จ่ายเงินมากขึ้น | Sitia | กรีซ |
| 3.2 | มีการจำหน่ายสินค้า (ราคาถูกหน้าโรงงาน) หลังจากนักท่องเที่ยวได้ชมวิธีการผลิต | Bregenzerwald | ออสเตรีย |
| 3.3 | มีแหล่งทุนจากภายนอกมาช่วยสนับสนุนชุมชน | Ballyhoura | ไอร์แลนด์ |

ที่มา : คมสัน สุริยะ และศิริพร ศรีชูชาติ (2550-ข)

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี โดยมีการดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เพื่อศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี ตำรา และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและทบทวนวรรณกรรมสำหรับการกำหนดกรอบแนวคิด การวิจัย รวมทั้งตัวแปรที่ต้องการศึกษา โดยกำหนดประเด็นให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดในการวิจัย เรื่องการพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวและข้อมูลบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

2. ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ การเก็บข้อมูลภาคสนามในพื้นที่จริงจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่

นักท่องเที่ยวและประชาชนชุมชนบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

2.2 ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ซึ่งนำไปสอบถามข้อมูลจากนักท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่มีหลักเกณฑ์ เนื่องจากบ่อน้ำเดือดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เพิ่งเป็นที่รู้จักและอยู่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดลพบุรี จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวยังไม่เยอะ ผู้วิจัยจึงใช้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ซึ่งสามารถเก็บแบบสอบถามได้จำนวน 100 ชุด

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ภูมิลำเนา

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (numerical rating scale) ประกอบด้วยระดับคะแนน 5 ระดับตามหลักการ ลิเกิร์ต (Likert) (สรชัย พิศาลบุตร, 2550)

| | |
|----------------------------|------------|
| ความพึงพอใจระดับมากที่สุด | ได้คะแนน 5 |
| ความพึงพอใจระดับมาก | ได้คะแนน 4 |
| ความพึงพอใจระดับปานกลาง | ได้คะแนน 3 |
| ความพึงพอใจระดับน้อย | ได้คะแนน 2 |
| ความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด | ได้คะแนน 1 |

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นรายชื่อ พร้อมทั้งเสนอข้อมูลในรูปตารางประกอบคำบรรยายการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์ตามหลักการ ลิเกิร์ต (Likert) (สรชัย พิศาลบุตร,2550) ซึ่งแบ่งคะแนนเป็นช่วง ๆ แต่ละช่วงมีความหมายดังนี้

| | | |
|-----------|---------|----------------------------|
| 4.21-5.00 | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจมากที่สุด |
| 3.41-4.20 | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจมาก |
| 2.61-3.40 | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจปานกลาง |
| 1.81-2.60 | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจน้อย |
| 1.00-1.80 | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด |

3. ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติพรรณนา และข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ นำเสนอข้อมูลในการบรรยายเชิงพรรณนา

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

3.4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

3.5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

4. ออกแบบและติดตั้งสื่อโวจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือดตามความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้อง

สถานที่เก็บข้อมูล

บ่อน้ำเดือด บ้านบ่อน้ำเดือด หมู่ที่ 3 ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

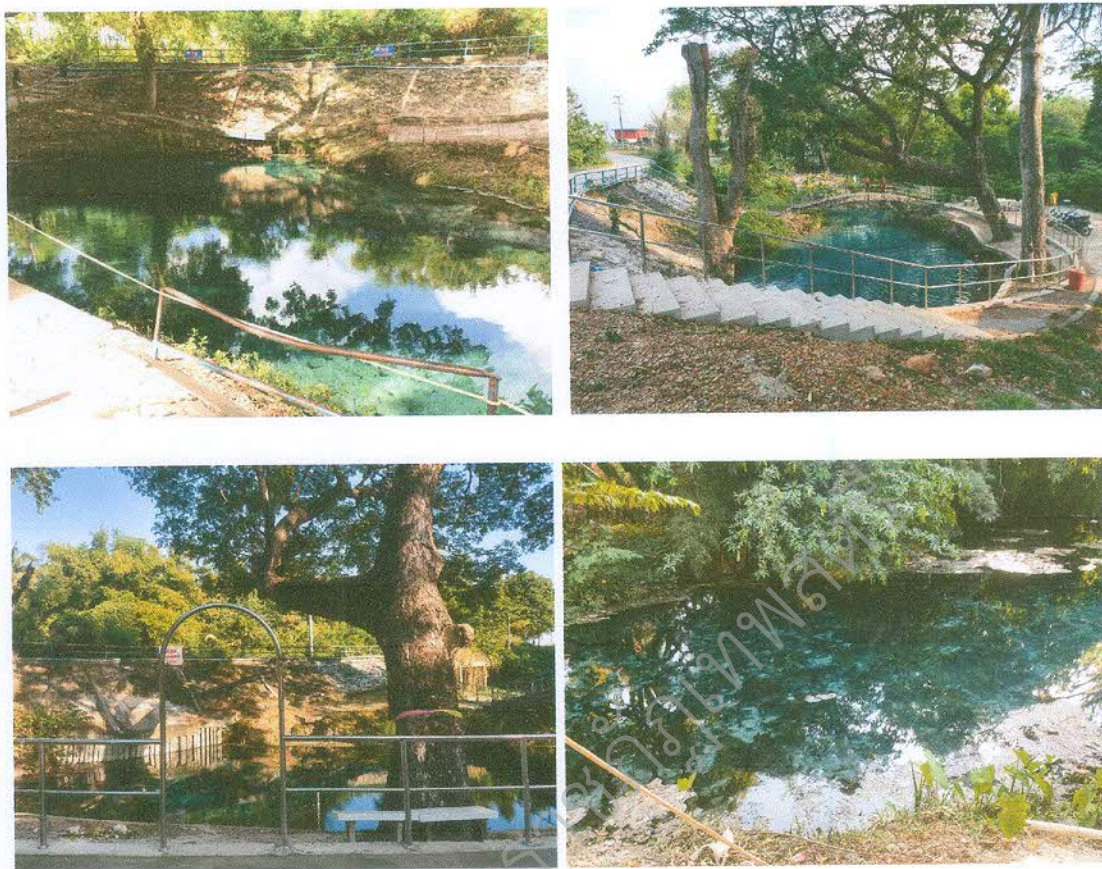
การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี เป็นการศึกษาความต้องการสื่อโลจิสติกส์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวทราบเส้นทางในการมาท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือดได้ง่ายขึ้น ดังนี้

ผลการวิจัยและพัฒนา

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ดำเนินการภายใต้กรอบกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพรวมทั้งระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) ของชุมชน เพื่อค้นหาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น นำเสนอข้อมูล แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเคราะห์ร่วมกันของนักวิจัยและสมาชิกภายในชุมชน ผู้นำชุมชน เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในประเด็นต่าง ๆ ภายใต้กรอบกระบวนการในการวิจัยคือ การพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

ผู้วิจัยเข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนาม จากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ตั้งแต่ช่วงเดือน มกราคม 2562 โดยผู้นำชุมชน ประชาชนในชุมชนบ่อน้ำเดือด และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบ่อน้ำเดือด ในการนำเสนอข้อมูลและแสดงความคิดเห็นเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การสัมภาษณ์เชิงลึก

อำเภอพัฒนานิคมเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดลพบุรี แบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 9 ตำบล 89 หมู่บ้าน มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดสระบุรี และเป็นอำเภอที่ตั้งของเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดลพบุรี นอกจากนี้อำเภอพัฒนานิคมยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอีกหลายแห่งที่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เช่น บ่อน้ำเดือด ที่ต่อนั้นนักท่องเที่ยวรู้จักกันในนามของ “บลูลาภานเมืองไทย” หรือ “วังเวียงลพบุรี” ตั้งอยู่ในบริเวณวัดบ่อน้ำเดือด หมู่บ้านบ่อน้ำเดือด หมู่ที่ 3 ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี มีลักษณะเป็นบ่อน้ำผุดใต้ดินที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ผ่านชั้นหินต่าง ๆ ผสมผสานกับแร่ธาตุหลายอย่าง จึงทำให้น้ำเป็นสีฟ้าใสสวยงามมาก โดยขณะนี้รอบ ๆ บ่อมีต้นไม้ร่มรื่น



ภาพที่ 4.1 บ่อน้ำเดือด ที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันในนามของ “บลูลาگونเมืองไทย” หรือ “วังเวียงลพบุรี”

จากการสอบถามข้อมูลคุณธัญญธรณ์ เขาวรัตน์นารักษ์ สารวัตรกำนันตำบลน้ำฮุด เบื้องต้น บ่อน้ำเดือดเป็นบ่อน้ำพุที่มีมานานแล้ว เป็นบ่อน้ำที่ชาวบ้านนำไปใช้ในครัวเรือน เป็นแหล่งน้ำที่ไม่เคยแห้งเลย จึงเชื่อว่าเป็นแหล่งน้ำศักดิ์สิทธิ์ แต่ปัจจุบันเป็นสถานที่ที่เด็ก ๆ จะมาลงเล่นน้ำกันเป็นประจำ จนกระทั่งมีนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวสถานที่แห่งนี้ นำรูปภาพที่ถ่ายในขณะที่เล่นน้ำในบ่อแห่งนี้ไปโพสต์ในโซเชียล จึงเป็นที่รู้จักในวงกว้างว่าเป็น “วังเวียงลพบุรี” สถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ในจังหวัดลพบุรี จนมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวบ่อน้ำเดือดเพิ่มขึ้นจำนวนมาก แต่ด้วยสถานที่ยังไม่พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก จนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความผิดหวัง เพราะน้ำขุ่น ไม่ใสเหมือนในรูปสาเหตุของน้ำขุ่น ไม่สามารถเล่นน้ำได้นั้น เพราะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากลงไปเล่นน้ำจนตะกอนด้านล่างขึ้นมาทำให้น้ำขุ่นจนบวกับใบไม้ กิ่งไม้ที่อยู่บริเวณรอบ ๆ ร่วงลงในบ่อน้ำด้วย ทางองค์การบริหารส่วนตำบลน้ำฮุดและประชาชนในชุมชนจึงช่วยกันดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาบ่อน้ำเดือดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น



ภาพที่ 4.2 ประชาชนในชุมชนช่วยกันปรับปรุงภูมิทัศน์ “บ่อน้ำเดือด” ให้เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว

จากการสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบ่อน้ำเดือดเบื้องต้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะบอกว่าเดินทางมายาก เพราะระหว่างทางไม่มีป้ายบอกเส้นทาง กว่าจะมาถึงก็หลง ต้องจอดรถถามชาวบ้านมาตลอดทาง จึงทำให้เกิดความกังวล เกิดความสับสนและเกิดความไม่มั่นใจในเส้นทางที่ตนเลือกใช้ในการเดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำเดือด เพราะมีเส้นทางที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อีกหลายเส้นทาง บางเส้นทางถนนยังไม่สมบูรณ์เป็นลักษณะเส้นทางชนบท ทำให้การเดินทางค่อนข้างลำบาก



ภาพที่ 4.3 ลักษณะเส้นทางที่ใช้ในการเดินทางไปยังบ่อน้ำเดือด

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัย ผู้นำชุมชน และประชาชนในชุมชนบ่อน้ำเดือด ร่วมกันนำเสนอข้อมูลและแสดงความคิดเห็นผ่านกิจกรรมการรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สามารถสรุปประเด็นได้ว่า ชุมชนต้องการสื่อที่ช่วยในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวที่สนใจที่จะมาท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด บ้านบ่อน้ำเดือด หมู่ที่ 3 ตำบลน้ำฮุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี เดินทางมาได้ง่ายยิ่งขึ้น จากการสำรวจเส้นทางจะเริ่มจากเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเขื่อนดินกักเก็บน้ำที่ยาวที่สุดในประเทศไทยตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เพื่อป้องกันปัญหาน้ำท่วมและขาดแคลนน้ำในช่วงฤดูร้อน ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดลพบุรีที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันเป็นอย่างดี พบว่า เส้นทางหลักในการเดินทางมายังบ่อน้ำเดือด มีจำนวน 2 เส้นทาง คือ

เส้นทางที่ 1 เส้นทางนี้เป็นเส้นทางตาม GPS ซึ่งเป็นเส้นทางที่ใกล้ที่สุดในการเดินทางไปยังบ่อน้ำเดือด โดยเส้นทางนี้จะเลี้ยวซ้ายตรงสามแยกไฟแดงก่อนเข้าตลาดเทศบาลวังม่วง (ก่อนถึงปั้มน้ำมัน ปตท.สาขาวังม่วง) โดยเส้นทางจะเริ่มจากเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์จะสามารถเดินทางไปยังบ่อน้ำเดือดตามเส้นทางได้ดังนี้

จุดที่ 1 แยกเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์



ภาพที่ 4.4 แสดงเส้นทางเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือดจากเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์

จุดที่ 2 เลี้ยวซ้ายขึ้นสะพานข้ามถนนรถไฟ



ภาพที่ 4.5 เลี้ยวซ้ายขึ้นสะพานข้ามถนนรถไฟ

จุดที่ 3 แยกพงษ์เพชรแลนด์



ภาพที่ 4.6 เลี้ยวขวาตรงแยกพงษ์เพชรแลนด์

จุดที่ 4 สามแยกไฟแดงก่อนเข้าตลาดเทศบาลวังม่วง



ภาพที่ 4.7 เลี้ยวซ้ายตรงสามแยกไฟแดงก่อนเข้าตลาดเทศบาลวังม่วง

จุดที่ 5 สี่แยกไฟแดงบ้านสวนมะเดื่อ



ภาพที่ 4.8 เลี้ยวขวาตรงสี่แยกไฟแดงบ้านสวนมะเดื่อ

จุดที่ 6 สามแยกเข้าหมู่บ้านน้ำสุด



ภาพที่ 4.9 เลี้ยวขวาเข้าหมู่บ้านน้ำสุด

เส้นทางนี้เป็นเส้นทางที่ถึงวัดบ่อน้ำเดียดก่อน แต่เป็นเส้นทางที่มีรถทางการเกษตรใช้มากที่สุด โดยเฉพาะช่วงเก็บเกี่ยวอ้อย ช่วงนี้จะเป็นช่วงที่มีรถบรรทุกอ้อยใช้เส้นทางนี้จำนวนมาก จึงทำให้การเดินทางค่อนข้างลำบาก โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเขตพื้นที่จะนำป้ายเตือนตลอดเส้นทาง



42

จุดที่ 7 สามแยกหมู่บ้านน้ำสุด/ทางไปวัดบ่อน้ำเดียด



ภาพที่ 4.10 เลี้ยวซ้ายเข้าหมู่บ้านน้ำสุด

เส้นทางที่ 2 เลี้ยวซ้ายตรงสามแยกไฟแดงตลาดเทศบาลวังม่วง เป็นเส้นทางที่ต้องเข้าตัวตลาดเทศบาลวังม่วง โดยเลี้ยวซ้ายที่แยกไฟแดงตลาดเทศบาลวังม่วงไปทางเดียวกับที่ว่าการอำเภอวังม่วง เป็นเส้นทางที่คนในชุมชนใช้กัน



ภาพที่ 4.12 เส้นทางที่ 2 เลี้ยวซ้ายตรงสามแยกไฟแดงตลาดเทศบาลวังม่วง

เส้นทางที่ผู้วิจัยและประชาชนในชุมชนตัดสินใจร่วมกันในการพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี คือ เส้นทางที่ 2 เลี้ยวซ้ายตรงสามแยกไฟแดงตลาดเทศบาลวังม่วง เนื่องจากเป็นเส้นทางที่สะดวก สภาพถนนค่อนข้างสมบูรณ์ เป็นเส้นทางที่ผ่านน้ำตกสุดสำราญ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติอีกแหล่งหนึ่งที่สำคัญของตำบลน้ำสุด สื่อที่ชุมชนต้องการพัฒนา คือ ป้ายบอกทาง เพราะระหว่างทางไม่มีป้ายบอกเส้นทางมายังบ่อน้ำเดือด จึงทำให้เกิดความกังวล เกิดความสับสนและเกิดความไม่มั่นใจในเส้นทาง ถึงแม้จะใช้ระบบ GPS นำทาง นักท่องเที่ยวยังต้องจอดรถถามชาวบ้านมาตลอดทางอีกด้วย โดยการพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ในครั้งนี้จะเริ่มจากจุดท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดลพบุรี คือ เชื้อนป่าสักชลสิทธิ์ เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวสนใจมากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

จุดที่ 1 แยกเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์



ภาพที่ 4.13 แสดงเส้นทางเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือดจากเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์

จุดที่ 2 เลี้ยวซ้ายขึ้นสะพานข้ามถนนรถไฟ



ภาพที่ 4.14 เลี้ยวซ้ายขึ้นสะพานข้ามถนนรถไฟ

จุดที่ 3 แยกพงษ์เพชรแลนด์



ภาพที่ 4.15 เลี้ยวขวาตรงแยกพงษ์เพชรแลนด์

จุดที่ 4 ตลาดเทศบาลวังม่วง



ภาพที่ 4.16 เลี้ยวซ้ายตรงสามแยกไฟแดงตลาดเทศบาลวังม่วง

จุดที่ 5 แยกวัดป่าลานหินตาด



ภาพที่ 4.17 เลี้ยวขวาตรงแยกวัดป่าลานหินตาด

จุดที่ 6 แยกวัดป่าลานหินตาด



ภาพที่ 4.18 เลี้ยวซ้ายตรงแยกวัดบ่อน้ำเดือด

จุดที่ 7 แยกเข้าหมู่บ้าน



ภาพที่ 4.19 เลี้ยวขวาตรงแยกเข้าหมู่บ้าน

จุดที่ 8 แยกเข้าหมู่บ้าน



ภาพที่ 4.20 เลี้ยวซ้ายตรงทางโค้ง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิภาค รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิภาค วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และหาค่าร้อยละ (percentage) มีผลการวิเคราะห์ ดังตาราง 2

ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

| ปัจจัยส่วนบุคคล | จำนวน (n=100) | ร้อยละ |
|-------------------------|------------------|--------|
| 1. เพศ | | |
| ชาย | 48 | 48.00 |
| หญิง | 52 | 52.00 |
| 2. อายุ | | |
| น้อยกว่า 20 ปี | 11 | 11.00 |
| 20 – 25 ปี | 22 | 22.00 |
| 26 – 30 ปี | 43 | 43.00 |
| 31 – 35 ปี | 13 | 13.00 |
| 36 - 40 ปี | 5 | 5.00 |
| มากกว่า 40 ปี | 6 | 6.00 |
| 3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | | |
| น้อยกว่า 10,000 บาท | 13 | 13.00 |
| 10,000 – 20,000 บาท | 33 | 33.00 |
| 20,001 – 30,000 บาท | 42 | 42.00 |
| มากกว่า 30,001 บาท | 12 | 12.00 |
| 4. ภูมิภาค | | |
| จังหวัดลพบุรี | 54 | 54.00 |
| จังหวัดอื่น | 41 | 41.00 |
| ต่างประเทศ | 5 | 5.00 |

จากตาราง 2 พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าเพศชายเพียง คิดเป็นร้อยละ 4 เท่านั้น ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีช่วงอายุ 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท และส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวอยู่ในจังหวัดลพบุรี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 54

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ จำนวนครั้งที่มาเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว เหตุผลในการมาท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย และการเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว มีผลการวิเคราะห์ ดังตาราง 3

ตาราง 4.2 ระดับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

| พฤติกรรมนักท่องเที่ยว | จำนวน (n=100) | ร้อยละ |
|---|------------------|--------|
| 1. จำนวนครั้งที่มาเที่ยว | | |
| จำนวน 1 ครั้ง | 89 | 89.00 |
| จำนวน 2 ครั้ง | 7 | 7.00 |
| จำนวน 3 ครั้ง | 4 | 4.00 |
| มากกว่า 3 ครั้ง | - | - |
| 2. ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว | | |
| น้อยกว่า 1 ชั่วโมง | 73 | 73.00 |
| 1 - 2 ชั่วโมง | 17 | 17.00 |
| 2 - 3 ชั่วโมง | 10 | 10.00 |
| มากกว่า 3 ชั่วโมง | - | - |
| 3. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว | | |
| รถส่วนบุคคล | 100 | 100 |
| รถขนโดยสารสาธารณะ | - | - |
| บริษัทนำเที่ยว | - | - |
| อื่นๆ | - | - |
| 4. เหตุผลในการมาท่องเที่ยว | | |
| สถานที่ท่องเที่ยวดึงดูดความสนใจ | 54 | 54.00 |
| การประชาสัมพันธ์ | 19 | 19.00 |
| เพื่อน/ญาติชวน | 27 | 27.00 |
| การเดินทางสะดวก | - | - |
| อื่น ๆ | - | - |

| พฤติกรรมगतท่องเที่ยว (ต่อ) | จำนวน (n=100) | ร้อยละ |
|------------------------------------|------------------|--------|
| 5. บุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วย | | |
| เดินทางคนเดียว | - | - |
| เดินทางมากับครอบครัว | 64 | 64.00 |
| เดินทางมากับเพื่อน | 36 | 36.00 |
| เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว | - | - |
| เดินทางมากับหน่วยงาน/องค์กร | - | - |
| อื่น ๆ | - | - |
| 7. การเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว | | |
| เพื่อน/ญาติ | 27 | 27.00 |
| คู่มือการท่องเที่ยว | - | - |
| สื่อทางอินเทอร์เน็ต/วิทยุ/โทรทัศน์ | 73 | 73.00 |
| การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) | - | - |
| อื่น ๆ | - | - |

จากตาราง 3 พบว่า นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาเที่ยวบ่อน้ำเดือดเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 89 ในการมาแต่ละครั้งส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวพักผ่อนที่บ่อน้ำเดือดเพียง 1 ชั่วโมง เนื่องจากนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมได้เพียงถ่ายรูป โดยผู้ดูแลขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวไม่ให้ลงเล่นน้ำเพราะบ่อน้ำเดือดเป็นบ่อน้ำขนาดเล็ก เมื่อนักท่องเที่ยวลงเล่นจำนวนมากจะทำให้น้ำขุ่น นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือดทั้งหมดเดินทางมาด้วยรถส่วนบุคคล ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการท่องเที่ยว คือ สถานที่ท่องเที่ยวดึงดูดความสนใจมากที่สุด เนื่องจากเป็นสถานที่คล้ายกับ “บลูลาگون ในประเทศไอซ์แลนด์” หรือ “วังเวียง ในประเทศลาว” คิดเป็นร้อยละ 54 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 64 โดยเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบ่อน้ำเดือดจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73 เพราะเป็นสื่อที่มีความสำคัญต่อสังคมในปัจจุบันและมีความรวดเร็วในการส่งข่าวสาร/ข้อมูลและการรับข่าวสาร/ข้อมูล

ตาราง 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำฮุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ต่อ 3 องค์ประกอบของโลจิสติกส์การท่องเที่ยว

| องค์ประกอบของ โลจิสติกส์การท่องเที่ยว | ข้อความถาม | ระดับความพึงพอใจ | | |
|--|--|------------------|------|----------------|
| | | \bar{X} | S.D. | การแปล ความ |
| ด้านการไหลทางกายภาพ | 1. ความสะดวกในการเดินทางและมีป้าย สัญลักษณ์บอกทางชัดเจน | 1.15 | .36 | น้อยที่สุด |
| | 2. ระบบการขนส่งสาธารณะ | 1.06 | .24 | น้อยที่สุด |
| | 3. การเข้าถึงแหล่งอาหารและเครื่องดื่มได้ง่าย | 2.13 | .60 | น้อย |
| | 4. จำนวนสถานที่จอดรถ | 3.32 | .47 | ปานกลาง |
| | 5. จำนวนห้องน้ำ/ห้องสุขา | 1.29 | .46 | น้อยที่สุด |
| | 6. ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว | 2.60 | .49 | น้อย |
| ด้านการไหลทางการเงิน | 1. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่เหมาะสม | 3.06 | .24 | ปานกลาง |
| | 2. ความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ | 2.2 | .78 | น้อย |
| | 3. ราคา/ค่าบริการอาหารและเครื่องดื่ม | 3.46 | .50 | มาก |
| ด้านการไหลทางสารสนเทศ | 1. ข้อมูลด้านการเดินทางท่องเที่ยว | 2.01 | .30 | น้อย |
| | 2. ข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว | 3.18 | .39 | ปานกลาง |
| | 3. ข้อมูล ณ สถานที่ท่องเที่ยว | 2.60 | .49 | น้อย |
| | 4. ข้อมูล ณ สำนักงานการท่องเที่ยวลพบุรี | 2.86 | .35 | ปานกลาง |
| | 5. ข้อมูล ณ สถานที่พักผ่อน | 1.49 | .50 | น้อยที่สุด |

จากตาราง 4 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำฮุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวโลจิสติกส์บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำฮุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ภาพรวมในด้านการไหลทางกายภาพอยู่ในระดับน้อย โดยนักท่องเที่ยวพึงพอใจกับจำนวนที่จอดรถของสถานที่ท่องเที่ยวที่ 3.32 ซึ่งมีค่าสูงสุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.30 ในส่วนระบบการขนส่งสาธารณะที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด อยู่ที่ 1.06 แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แนะนำให้ปรับปรุงเรื่องความสะดวกในการเดินทางและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจนมากขึ้น เนื่องจากระหว่างการเดินทางไม่มีป้ายบอกระยะทางหรือสัญลักษณ์บอกทางของสถานที่ท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในด้านการไหลทางการเงินนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านราคา/ค่าบริการอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุดอยู่ที่ 3.46 เพราะร้านค้าขายสินค้าในราคาปกติ แต่ในด้านความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการนั้นนักท่องเที่ยวยังมองว่าสินค้าและบริการที่มียังน้อย จึงทำให้ไม่ความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ และด้านการไหลทางสารสนเทศนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือดส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด อยู่ที่ 3.18 รองลงมา คือ ข้อมูล ณ สำนักงานการท่องเที่ยวลพบุรี อยู่ที่ 2.86 และระดับต่ำสุดด้านการไหลทางสารสนเทศ คือ ข้อมูล ณ สถานที่พักผ่อน อยู่ที่ 1.49 แต่สำหรับนักท่องเที่ยวข้อมูลด้านการเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีการเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นด้วย

บทที่ 5

สรุป และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยได้สรุป และเสนอข้อเสนอแนะไว้ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย
2. วิธีการดำเนินการวิจัย
3. สรุปผลการวิจัย
4. ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

เพื่อการพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เพื่อศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎี ตำรา และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและทบทวนวรรณกรรมสำหรับการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย รวมทั้งตัวแปรที่ต้องการศึกษา โดยกำหนดประเด็นให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวและข้อมูลบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

2. ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ การเก็บข้อมูลภาคสนาม ในพื้นที่จริงจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่

นักท่องเที่ยวและประชาชนชุมชนบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

2.2 ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งนำไปสอบถามข้อมูลจากนักท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่มีหลักเกณฑ์ เนื่องจากบ่อน้ำเดือดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เพิ่งเป็นที่รู้จักและอยู่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดลพบุรี จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวยังไม่เยอะ ผู้วิจัยจึงใช้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ซึ่งสามารถเก็บแบบสอบถามได้จำนวน 100 ชุด

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ
ภูมิฐานะ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาเที่ยวบ่อน้ำเดือด
ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาบ่อน้ำเดือด
ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

3. ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติพรรณนา และข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การ
วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

3.1 ข้อมูลทัศนคติภูมิ นำเสนอข้อมูลในการบรรยายเชิงพรรณนา

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์
ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อ
เดือน และภูมิฐานะ

3.4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำ
สุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

3.5 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต
อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี

4. ออกแบบและติดตั้งสื่อโสตทัศนศาสตร์สำหรับการท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือดตามความต้องการของผู้ที่
เกี่ยวข้อง

5. สรุปผล และจัดทำรูปเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อโสตทัศนศาสตร์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอ
พัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย ดังนี้

บ่อน้ำเดือด เป็นบ่อน้ำพุตามธรรมชาติที่มีมานาน เป็นบ่อน้ำที่ชาวบ้านนำไปใช้ในครัวเรือน
เป็นแหล่งน้ำที่ไม่เคยแห้งเลย จึงเชื่อว่าเป็นแหล่งน้ำศักดิ์สิทธิ์ ตั้งอยู่ในบริเวณวัดบ่อน้ำเดือด หมู่บ้าน
บ่อน้ำเดือด หมู่ที่ 3 ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี มีลักษณะเป็นบ่อน้ำพุใต้ดินที่
เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ผ่านชั้นหินต่าง ๆ ผสมผสานกับแร่ธาตุหลายอย่าง จึงทำให้น้ำเป็นสีฟ้าใส
สวยงามมาก โดยขณะนี้รอบ ๆ บ่อมีต้นไม้ร่มรื่น ซึ่งนักท่องเที่ยวรู้จักกันในนามของ “บลูลา
กูนเมืองไทย” หรือ “วังเวียงลพบุรี” จากการสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบ่อน้ำเดือดเบื้องต้น
นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะบอกว่าเดินทางมายาก เพราะระหว่างทางไม่มีป้ายบอกเส้นทาง กว่าจะมาถึง
ก็หลง ต้องจอดรถถามชาวบ้านมาตลอดทาง จึงทำให้เกิดความกังวล เกิดความสับสนและเกิดความไม่
มั่นใจในเส้นทางที่ตนเลือกใช้ในการเดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำเดือด เพราะมีเส้นทางที่สามารถเข้าถึง
แหล่งท่องเที่ยวได้อีกหลายเส้นทาง บางเส้นทางถนนยังไม่สมบูรณ์เป็นลักษณะเส้นทางชนบท ทำให้
การเดินทางค่อนข้างลำบาก ทำให้ผู้วิจัย ผู้นำชุมชน และประชาชนในชุมชนบ่อน้ำเดือด ร่วมกัน

นำเสนอข้อมูลและแสดงความคิดเห็นผ่านกิจกรรมการรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สามารถสรุปประเด็นได้ว่า ชุมชนต้องการสื่อที่ช่วยในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวที่สนใจที่จะมาท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือด บ้านบ่อน้ำเดือด หมู่ที่ 3 ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี เดินทางมาได้ง่ายยิ่งขึ้น จากการสำรวจเส้นทางจะเริ่มจากเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเขื่อนดินกักเก็บน้ำที่ยาวที่สุดในประเทศไทยตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เพื่อป้องกันปัญหาน้ำท่วมและขาดแคลนน้ำในช่วงฤดูร้อน ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดลพบุรีที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันเป็นอย่างดี พบว่า เส้นทางหลักในการเดินทางมายังบ่อน้ำเดือด มีจำนวน 2 เส้นทาง คือ

เส้นทางที่ 1 เส้นทางนี้เป็นเส้นทางตาม GPS ซึ่งเป็นเส้นทางที่ใกล้ที่สุดในการเดินทางไปยังบ่อน้ำเดือด โดยเส้นทางนี้จะเลี้ยวซ้ายตรงสามแยกไฟแดงก่อนเข้าตลาดเทศบาลวังม่วง (ก่อนถึงปั้มน้ำมัน ปตท.สาขาวังม่วง) โดยเส้นทางจะเริ่มจากเขื่อนป่าสักชลสิทธิ์จะสามารถเดินทางไปยังบ่อน้ำเดือด เส้นทางนี้เป็นเส้นทางที่ถึงวัดบ่อน้ำเดือดก่อน แต่เป็นเส้นทางที่มีรถทางการเกษตรใช้มากที่สุด โดยเฉพาะช่วงเก็บเกี่ยวอ้อย ช่วงนี้จะเป็นช่วงที่มีรถบรรทุกอ้อยใช้เส้นทางนี้จำนวนมาก จึงทำให้การเดินทางค่อนข้างลำบาก โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเขตพื้นที่จะนำป้ายเตือนตลอดเส้นทาง

เส้นทางที่ 2 เลี้ยวซ้ายตรงสามแยกไฟแดงตลาดเทศบาลวังม่วง เป็นเส้นทางที่ต้องเข้าตัวตลาดเทศบาลวังม่วง โดยเลี้ยวซ้ายที่แยกไฟแดงตลาดเทศบาลวังม่วงไปทางเดียวกับที่ว่าการอำเภอวังม่วง เป็นเส้นทางที่คนในชุมชนใช้กัน

เส้นทางที่ผู้วิจัยและประชาชนในชุมชนตัดสินใจร่วมกันในการพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี คือ เส้นทางที่ 2 เลี้ยวซ้ายตรงสามแยกไฟแดงตลาดเทศบาลวังม่วง เนื่องจากเป็นเส้นทางที่สะดวก สภาพถนนค่อนข้างสมบูรณ์ เป็นเส้นทางที่ผ่านน้ำตกสุดสำราญ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติอีกแหล่งหนึ่งที่สำคัญของตำบลน้ำสุด สื่อที่ชุมชนต้องการพัฒนา คือ ป้ายบอกทาง เพราะระหว่างทางไม่มีป้ายบอกเส้นทางมายังบ่อน้ำเดือด จึงทำให้เกิดความกังวล เกิดความสับสนและเกิดความไม่มั่นใจในเส้นทาง ถึงแม้จะใช้ระบบ GPS นำทาง นักท่องเที่ยวยังต้องจอตลอดทางบ้านมาตลอดทางอีกด้วย โดยการพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ในครั้งนี้จะเริ่มจากจุดท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดลพบุรี คือ เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวสนใจมากขึ้น

จากการสอบถามนักท่องเที่ยวถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาเที่ยวบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุด อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี พบว่า ส่วนใหญ่มาเที่ยวบ่อน้ำเดือดเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 89 ในการมาแต่ละครั้งส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวพักผ่อนที่บ่อน้ำเดือดเพียง 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 73 เนื่องจากนักท่องเที่ยวทำกิจกรรมได้เพียงถ่ายรูป โดยผู้ดูแลขอความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวไม่ให้ลงเล่นน้ำเพราะบ่อน้ำเดือดเป็นบ่อน้ำขนาดเล่น เมื่อนักท่องเที่ยวลงเล่นจำนวนมาก จะทำให้น้ำขุ่น นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือดทั้งหมดเดินทางมาด้วยรถส่วนบุคคล ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการท่องเที่ยว คือ สถานที่ท่องเที่ยวดึงดูดความสนใจมากที่สุด เนื่องจากเป็นสถานที่คล้ายกับ “บลูลาگون ในประเทศไอซ์แลนด์” หรือ “วังเวียง ในประเทศลาว” คิดเป็นร้อยละ 54 ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 64 โดยเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบ่อน้ำเดือดจาก

อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73 เพราะเป็นสื่อที่มีความสำคัญต่อสังคมในปัจจุบันและมีความรวดเร็วในการส่งข่าวสาร/ข้อมูลและการรับข่าวสาร/ข้อมูล

เมื่อวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการมาบ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ต่อ 3 องค์ประกอบของโลจิสติกส์การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวโลจิสติกส์บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ภาพรวมในด้านการไหลทางกายภาพอยู่ในระดับน้อย โดยนักท่องเที่ยวพึงพอใจกับจำนวนที่จอดรถของสถานที่ท่องเที่ยวที่ 3.32 ซึ่งมีความสูงสุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยวโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.30 ในส่วนระบบการขนส่งสาธารณะที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด อยู่ที่ 1.06 แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แนะนำให้ปรับปรุงเรื่องความสะดวกในการเดินทางและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจนมากขึ้น เนื่องจากระหว่างการเดินทางไม่มีป้ายบอกระยะทางหรือสัญลักษณ์บอกทางของสถานที่ท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในด้านการไหลทางการเงิน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านราคา/ค่าบริการอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุดอยู่ที่ 3.46 เพราะร้านค้าขายสินค้าในราคาปกติ แต่ในด้านความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการนั้นนักท่องเที่ยวยังมองว่าสินค้าและบริการที่มียังน้อย จึงทำให้ไม่ความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ และด้านการไหลทางสารสนเทศ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบ่อน้ำเดือดส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด อยู่ที่ 3.18 รองลงมา คือ ข้อมูล ณ สำนักงานการท่องเที่ยวลพบุรี อยู่ที่ 2.86 และระดับต่ำสุดด้านการไหลทางสารสนเทศ คือ ข้อมูล ณ สถานที่พักผ่อน อยู่ที่ 1.49 แต่สำหรับนักท่องเที่ยวข้อมูลด้านการเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีการเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นด้วย

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว บ่อน้ำเดือด ตำบลน้ำสุต อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัย 2 ด้าน คือ ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้และข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป มีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว และปลอดภัย โดยพัฒนาเส้นทางเพิ่มเส้นทางให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ทำแผนที่ทำ ป้ายสัญลักษณ์ บอกทางให้ชัดเจน ดูเข้าใจง่าย มีเว็บไซต์แจ้งข้อมูล มีศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว

1.2 เพื่อให้ นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยวให้นานกว่านี้ และคุ้มค่ากับการเดินทางมาท่องเที่ยว ควรมีการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น ตลาดพื้นบ้าน มีการละเล่นพื้นบ้าน

1.3 เพื่อเพิ่มความความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยว ควรเพิ่มห้องน้ำ/ห้องสุขา ให้อยู่ในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาแหล่งท่องเที่ยวให้ครอบคลุมสถานที่ท่องเที่ยวทั้งจังหวัด เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เคียง เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและการกระจายรายได้ให้มากขึ้น

2.2 มีการบูรณาการการทำงานของทุกหน่วยงาน ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาให้การท่องเที่ยวเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มศักยภาพ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

บรรณานุกรม

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2552). ที่ปรึกษารมว.กษ. เปิด มหกรรมอาหารปลอดภัย กินได้ ต็ม
นม ชมเชือน จังหวัดลพบุรี กระตุ้นเกษตรกรให้เห็นความสำคัญในกระบวนการผลิต
อาหารปลอดภัยตามมาตรฐานสากล เพื่อขยายตลาดสินค้าเกษตร. สืบค้น 28 สิงหาคม
2557, จาก http://www.moac.go.th/ewt_news.php?nid=1498&filename=NFC
- กิริติ ยศียงยง. (2550). การจัดการความรู้ในองค์การและกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ: มิสเตอร์ก๊อปปี.
- จินตนา เวชมี, รักษาการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี. (2560, มิถุนายน 24).
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.
- จิรวรรณ สมหวัง. (2557). รายงานการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการจัดการโซ่อุปทานของ
ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดลพบุรี. ลพบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- เจษฎา นกน้อย, และคนอื่นๆ. (2552). นานาทรรศนะการจัดการความรู้และการสร้างองค์การแห่ง
การเรียนรู้. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉลวย บุญจันทร์ ผู้ใหญ่. (2560, พฤษภาคม 25). เลขที่ 46 หมู่ 8 ตำบลตะลุง อำเภอเมือง จังหวัด
ลพบุรี. สัมภาษณ์.
- ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2551). คู่มือคู่มือองค์การแห่งความเป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- ชาติรี เจริญศิริ, และคนอื่นๆ. (2547). ประชาคมนานกับการจัดการความรู้. กรุงเทพฯ: สถาบัน
ส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม.
- ชูชีพ อุทะโก, นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการพิเศษ. (2559, พฤษภาคม 31). สำนักงาน
เกษตรอำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.
- ฉามา รื่นรมย์, นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ. (2559, พฤษภาคม 31). สำนักงานเกษตร
อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.
- ณภัทร ภูริผล, เกษตรอำเภอหนองม่วง. (2559, มิถุนายน 7). สำนักงานเกษตรอำเภอหนองม่วง
จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.
- ทวีศักดิ์ สุทกาวาทิน. (2550). การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์การเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ
แข่งขัน. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ทองสุข คำคุณ. (2560, พฤษภาคม 22). เลขที่ 62 หมู่ 13 ตำบลตะลุง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี.
สัมภาษณ์.
- ทองหล่อ ทันแจ้. (2560, พฤษภาคม 23). เลขที่ 23 หมู่ 11 ตำบลตะลุง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี.
สัมภาษณ์.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2550). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ:
แซทไฟร์ พรินต์ติ้ง.
- ธงชัย สุทธิพงศ์เกียรติ, และคนอื่นๆ. (2549). การผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยได้มาตรฐานและ
กระบวนการส่งเสริม. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักพัฒนาคุณภาพสินค้า
เกษตร.

- ธนิดา ภูแดง, คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี. (2560, มิถุนายน 26). มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.
- ธนิต โสรัตน์. (2550). การประยุกต์ใช้โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. กรุงเทพฯ : วี-เชิร์ฟ โลจิสติกส์.
- น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2547). การจัดการความรู้กับคลังความรู้. กรุงเทพฯ: เอสอาร์ พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- นิพนธ์ พัวพงศกร, และคนอื่นๆ. (2553). รายงานการวิจัยเรื่อง โครงการศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตรภายใต้โครงการการศึกษาวิจัยตลอดจนติดตามประเมินผลเพื่อเสนอแนวทาง นโยบายการปรับโครงสร้างภาคการผลิตการค้าและการลงทุน. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- บ้านเมืองออนไลน์. (2559). เกษตรอำเภอเมืองลพบุรี “ไขว้ความสำเร็จ Smart Office”. สืบค้น ตุลาคม 20, 2559, จาก <http://www.banmuang.co.th/news/region/63371>
- บุญไทย พุทรา, นายกองค้การบริหารส่วนตำบลโพธิ์เก้าต้น. (2560, พฤษภาคม 22). องค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์เก้าต้น อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.
- ประจวบ กล่อมจิตร. (2556). โลจิสติกส์-โซ่อุปทาน: การออกแบบและจัดการเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2560). เปิดร่างแผนแม่บทโลจิสติกส์-โซ่อุปทานเกษตร ปี 60-64 เพิ่มมูลค่า พัฒนาตลอดห่วงโซ่. สืบค้น สิงหาคม 2, 2560, จาก <https://www.prachachat.net/economy/news-14029>
- ประมุข นนทวงษ์. (2560, พฤษภาคม-23). เลขที่ 49 หมู่ 9 ตำบลตะลุง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.
- พรธิดา วิเชียรปัญญา. (2547). การจัดการความรู้: พื้นฐานและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ยุพิน เกื่อนศรี. (2557). การพัฒนาระบบการจัดการเครือข่ายหน่วยจัดการความรู้และวิจัยชุมชนระดับตำบล เพื่อส่งเสริมเกษตรกรรายอินทรีย์ในจังหวัดอุตรดิตถ์. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 6(5), 38 - 53.
- ยุภา พลเกตุ, รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์เก้าต้น. (2560, มิถุนายน 15). องค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์เก้าต้น อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.
- ยุรพร ศุภรัตน์. (2552). องค์การเพื่อการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ว่าที่ร้อยตรีบุญธรรม โฉมยา, นายกองค์การบริหารส่วนตำบลตะลุง. (2560, พฤษภาคม 23). องค์การบริหารส่วนตำบลตะลุง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.
- วีรุธ มาชะศิริานนท์. (2550). การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท
- วีระ ชุนเงิน. (2560, พฤษภาคม 22). เลขที่ 92/1 หมู่ 12 ตำบลโพธิ์เก้าต้น อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.
- ศรีประไพ พูลทรัพย์, นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ. (2558, ธันวาคม 8). สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.

- ศรีไพร คักดีรุ่งพงศากุล, และเจษฎาพร ยุทธนวิบูลย์ชัย. (2549). ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีการจัดการความรู้. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศรีสุภา นาคชน, ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี. (2560, มิถุนายน 19). มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.
- สถานีข่าวทีวีภาคกลาง. (2560). งานเทศกาลกระท้อนหวานและของดีเมืองลพบุรี ครั้งที่ 26 ประจำปี 2560. สืบค้น มิถุนายน 5, 2560, จาก <http://www.tiewpakklang.com/unca-tegorized/22426>
- สนธยา พลศรี. (2550). เครือข่ายการเรียนรู้ในงานพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรินต์ติ้ง เฮาส์
- สมุน มาลาสิทธิ์. (2552). การจัดการการผลิตและการดำเนินงาน (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สหทยา วิเศษ. (2551). KM ภาคปฏิบัติ: ประสบการณ์ของคน ชุมชน องค์กร. กรุงเทพฯ: สถาบันเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2552). การจัดการความรู้ เพื่อความต่อเนื่องในการบริหารงาน. กรุงเทพฯ: โกลบอลอินเตอร์คอมมิวนิเคชั่น
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2558). รายงานผลการดำเนินงานปี 2551 – 2558 ภายใต้พระราชบัญญัติคณะกรรมการอาหารแห่งชาติ. นนทบุรี: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2558). ยุทธศาสตร์และการพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานภาคการเกษตร พ.ศ. 2556 – 2559. สืบค้น เมษายน 30, 2560, จาก http://www.oae.go.th/download/download_journal/2558/j_logistic56-59.pdf
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2 (ลพบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท อ่างทอง) (2557). การวิเคราะห์สถานะแวดล้อม (SWOT Analysis). สืบค้น สิงหาคม 28, 2557, จาก <http://www.osm-lopburi.moi.go.th/swot.htm>
- สิทธิพร พิมพ์สกุล. (2554). เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรม (หน่วยที่ 1). นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สิทธิไวกุล ทิราวงศ์, และนพพร บุญปลอด. (2552). รายงานการวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ตำบลแม่ทราย อำเภอร่องวาง จังหวัดแพร่ เพื่อพัฒนาการปลูกข้าวโพดอย่างมีประสิทธิภาพ ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.แพร่: สำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อภิชาติ ชิตบุรี, และคนอื่นๆ. (2557). รายงานการวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการความรู้ในชุมชนเพื่อการจัดการการผลิตพุทราศรชฐี อำเภอลอง จังหวัดแพร่.แพร่: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- อมรพรรณ มุนี, หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร. (2559, มิถุนายน 3). สำนักงานเกษตรจังหวัดเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.

- อรรถ อัจฉริยมนตรี. (2556). รายงานการวิจัยเรื่อง แนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของเกษตรกรเพื่อผลิตพืชผักปลอดภัยของชุมชนเมืองแกนพัฒนา อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- อารีย์ จันทศิริ. (2560, พฤษภาคม 31). เลขที่ 51 หมู่ 11 ตำบลตะลุง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.
- อุดม แสงตรง. (2560, พฤษภาคม 24). เลขที่ 33/1 หมู่ 10 ตำบลตะลุง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.
- อุทัย อันพิมพ์, นรินทร์ บุญพรหมณ์, และสุวิทย์ โสภภาพล. (2554). การสร้างความรู้จากรูปแบบเกษตรประณีตเพื่อพัฒนาอาชีพสู่ความยั่งยืน: กรณีศึกษาสมาชิกเครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารสมาคมนักวิจัย, 16(3), 15 - 25.
- แอนอุมา ปานผา, นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ. (2559, มิถุนายน 3). สำนักงานเกษตรจังหวัดเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.
- Heizer, J., & Render, B. (2011). "Operations management: Global Edition" (10th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Reid, R.D., & Sanders, N.R. (2013). "Operations management: An integrated approach". Singapore: John Wiley & Sons.
- นิตา ชัชกุล (2557) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 ฐานากรณ์ ทองคำนุช (2555 : บทคัดย่อ). แนวทางการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดเก้าห้อง อำเภอบางปลาร้า จังหวัดสุพรรณบุรี, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุพรรณภูมิ
- พรศิริ บินนาราวิ 2555 บทคัดย่อ ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ณภัทร ทิพย์ศรี และคณะ (2558 : บทคัดย่อ). ศึกษาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย, วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2558)
- พิบูล ไวจิตรกรรม (2553 บทคัดย่อ). การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- สุกัญญา คงเขียว และคณะ (2561 : บทคัดย่อ). ความต้องการสื่อในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับคลอง 15 อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก วารสารเกษตรพระจอมเกล้า, กรมทางหลวง, ลงวันที่ 09/04/2561, <http://www.doh.go.th/content/page/page/8035>

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล
ตำแหน่งปัจจุบัน
หน่วยงาน

นางสาวจรรูมาศ รักทองหล่อ
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ตำบลทะเลชุบศร อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี 15000
โทรศัพท์ 036-427485-93 (16617)



E-mail: jarumast8812@gmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2553

วท.บ. (เทคโนโลยีโลจิสติกส์)

คณะวิศวกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร

พ.ศ. 2549

บธ.บ. (การเงินและการธนาคาร)

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2554-ปัจจุบัน

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ

สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี