

# Adding Value to Tourist Routes with Logistics System: A Case Study of Bangkok

Pornbuppha Panmaen

<http://eprints.utcc.ac.th/id/eprint/236>

การเพิ่มมูลค่าเส้นทางการท่องเที่ยวด้วยระบบโลจิสติกส์

กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร

พรบุปผา ปานแมน

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง	การเพิ่มมูลค่าเส้นทางการท่องเที่ยวด้วยระบบโลจิสติกส์ กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้ศึกษา	นางสาวพรบุปผา ปานแมน
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การจัดการโลจิสติกส์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.พงษ์ธนา วัฒนชัยกอบจินดา
ปีการศึกษา	2554

### บทคัดย่อ

การวิจัยการเพิ่มมูลค่าเส้นทางการท่องเที่ยวด้วยระบบโลจิสติกส์ กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเพื่อลดความไม่มีประสิทธิภาพของเส้นทางการท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร โดยให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบกิจกรรมความชอบต่างๆของนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว

อีกทั้งทำการเส้นทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครขึ้นมาใหม่ เพื่อตอบสนองความชอบของนักท่องเที่ยวและให้เกิดความคุ้มค่าในแพคเกจที่นักท่องเที่ยวต้องจ่ายเงินไปทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากขึ้น และอยากกลับมาเที่ยวในกรุงเทพมหานครอีกครั้ง

วิธีการศึกษา โดยเริ่มจากการศึกษารูปแบบกิจกรรมต่างๆที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ และศึกษาถึงสถานที่ที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกรุงเทพมหานครแล้วอยากเข้าไปเยี่ยมชม หลังจากนั้นจัดเส้นทางใหม่โดยหลังจากดำเนินแนวทางการแก้ไขดังที่กล่าวข้างต้นไปแล้ว ได้ทำการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบใหม่ขึ้น 2 โปรแกรม ซึ่งผลจากการจัดเส้นทางดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาสามารถลดต้นทุนค่าน้ำมันได้ถึง 400 บาทสามารถลดระยะเวลาการเดินทางได้ถึง 120 นาที และยังทำให้นักท่องเที่ยวถึงกองการท่องเที่ยว ได้เร็วกว่าเดิมถึง 1.30 ชม. ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อนได้ยาวนานขึ้น โดยโปรแกรมที่จัดทำขึ้นนั้นมีต้นทุนต่อคนที่ 218 บาท/ทริป และโปรแกรมดังกล่าวจะต้องมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการตั้งแต่ 7 คนขึ้นไปและอีกโปรแกรมถึงจะคุ้มทุนจากการปรับเปลี่ยนเส้นทางดังกล่าวถึงแม้จะมีการใช้ระยะเวลาเพิ่มขึ้นถึง

10 นาที แต่นักท่องเที่ยวสามารถเพิ่มกิจกรรมในการท่องเที่ยวให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น  
แต่เวลาโดยรวมลดลงถึง 3 ชม. และจากการคำนวณทำให้ทราบว่าต้นทุนต่อคนต่อทริปของ  
โปรแกรมที่ 2 หลังการปรับปรุง คือ 220 บาท และโปรแกรมดังกล่าวจะต้องมีนักท่องเที่ยว  
มาใช้บริการตั้งแต่ 9 คนขึ้นไปถึงจะคุ้มทุน

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาเอาใจใส่เป็นอย่างดีจากอาจารย์ ดร. พงษ์ธนา วนิชกอบจินดา อาจารย์ที่ปรึกษาหลักที่ได้ให้ความช่วยเหลือแนะนำแนวทาง ต่าง ๆ ครั้งนี้ และ อาจารย์ ดร. ญัฐพันธ์ บั้ววารภรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่ให้คำแนะนำและ แนวทาง ในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วันชัย รัตนวงษ์และ อาจารย์ ดร. นันทิ สุทธิการณัญย์ที่ให้คำแนะนำ คำอธิบายตลอดจนแก้ไขวิทยานิพนธ์ให้ สมบูรณ์ยิ่งขึ้นขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวของข้าพเจ้าที่ให้กำลังใจ และ สนับสนุนรวมทั้งความอดทน และความเหนื่อยยากของบิดามารดาที่เป็นแรงผลักดันให้ข้าพเจ้า สามารถลุกขึ้นสู้กับปัญหาทุกเรื่องอย่างไม่ท้อแท้ และเป็นกำลังใจที่ดีให้กับข้าพเจ้าจนทำให้ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองนี้สำเร็จได้ด้วยดี ขอขอบคุณเพื่อนๆ โลกจิตติกส์ ภาคคำและทุกๆคน ที่มีส่วนในการช่วยเหลือให้งานวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดี

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	ง
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญแผนภูมิ .....	ฉุ
สารบัญภาพ .....	ฉุ
บทที่	
1. บทนำ	
ชื่อองค์กร .....	2
ภาพรวมองค์กร .....	2
องค์กรประกอบธุรกิจ .....	9
กลุ่มลูกค้าหลักและส่วนแบ่งทางการตลาด .....	9
อุตสาหกรรมในการท่องเที่ยว .....	10
การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม .....	10
การวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวกรุงเทพฯ .....	12
วิเคราะห์ 5 Force .....	15
ปัญหาและและความสำคัญของปัญหา .....	17
วัตถุประสงค์ของการศึกษา .....	18
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	19

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	23
3. ระเบียบวิธีการศึกษาและผลการศึกษา	
ระเบียบวิธีการศึกษา .....	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	37
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	43
ผลการศึกษา .....	50
แนวทางการแก้ปัญหา .....	51
4. สรุปและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา .....	57
ข้อจำกัดของการศึกษา .....	58
ข้อเสนอแนะ .....	58
บรรณานุกรม .....	64
ภาคผนวก .....	68
ประวัติผู้ศึกษา .....	73

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	จำนวนผู้ใช้บริการของกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ปี 2550-2553 ..	9
1.2	ผลสำรวจเมืองที่น่าท่องเที่ยวที่สุดในโลกโดยนิตยสาร Travel & Leisure...	11
1.3	วิเคราะห์ Swot .....	12
3.1	เปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวกับสินค้าส่งออกที่สำคัญ.....	38
3.2	แสดงถึงผลได้ทางเศรษฐกิจของรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย	39
3.3	แสดงเส้นทางการท่องเที่ยว ก่อนปรับปรุง โปรแกรมที่ 1 .....	51
3.4	ค่าต้นทุนต่างๆที่เกิดขึ้น .....	52
3.5	แสดงเส้นทางการท่องเที่ยว หลังปรับปรุง.....	53
3.6	ค่าต้นทุนต่างๆที่เกิดขึ้น .....	53
3.7	แสดงเส้นทางการท่องเที่ยว ก่อนปรับปรุง โปรแกรมที่ 2 .....	54
3.8	ค่าต้นทุนต่างๆที่เกิดขึ้น .....	54
3.9	แสดงเส้นทางการท่องเที่ยว หลังปรับปรุง.....	55
3.10	ค่าต้นทุนต่างๆที่เกิดขึ้น .....	55
3.11	แสดงรายได้จากการขายโปรแกรม .....	56
4.1	ตารางการวิเคราะห์ SWOT Analysis .....	59
4.2	ตารางการวิเคราะห์ TOWS Matrix .....	60
4.3	ตารางทางเลือกกลยุทธ์ระดับองค์กร .....	61
4.4	ตารางทางเลือกกลยุทธ์ระดับธุรกิจ .	62
4.5	ตารางทางเลือกกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ .....	62



## สารบัญแผนภูมิ

### แผนภูมิที่ หน้า

1.1	โครงสร้างสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว.....	5
1.2	โครงสร้างกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร.....	7
3.1	สถิตินักท่องเที่ยวที่มาใช้สอบถามถึงปัญหาต่างๆที่เข้ามาเที่ยว ในกรุงเทพมหานคร.....	40
3.2	แผนภูมิแก่งปลา .....	41
3.3	แผนภูมิพาเรนโต้ .....	42
3.4	แผนภูมิแสดงจำนวนสัดส่วนเพศ .....	43
3.5	แผนภูมิแสดงจำนวนสัดส่วนอายุ .....	44
3.6	แผนภูมิแสดงจำนวนสัดส่วนสถานะภาพ .....	44
3.7	แผนภูมิแสดงจำนวนสัดส่วนการศึกษา .....	45
3.8	แผนภูมิแสดงจำนวนสัดส่วนรายได้ .....	45
3.9	แผนภูมิแสดงจำนวนสัดส่วนนักท่องเที่ยวเคยมากรุงเทพฯ .....	46
3.10	แผนภูมิแสดงจำนวนสัดส่วนค่าใช้จ่ายต่อวัน .....	46
3.11	แผนภูมิแสดงจำนวนสัดส่วนเดินทางมากับใคร .....	47
3.12	แผนภูมิแสดงจำนวนสัดส่วนรูปแบบกิจกรรมที่ชื่นชอบ.....	47
3.13	แผนภูมิแสดงจำนวนสัดส่วนสถานที่ที่รู้จักก่อนเดินทาง.....	48
3.14	แผนภูมิแสดงจำนวนสัดส่วนสถานที่ที่จะเข้าเยี่ยมชม .....	49

## สารบัญญภาพ

### แผนภาพที่ หน้า

1.1	ตราราชการกรุงเทพมหานคร .....	2
3.1	แผนที่กรุงเทพมหานคร .....	50
3.2	แสดงเส้นทางโปรแกรมการท่องเที่ยว โปรแกรมที่ 1 ก่อนการปรับปรุง.....	51
3.3	แสดงเส้นทางโปรแกรมการท่องเที่ยว โปรแกรมที่ 1 หลังการปรับปรุง.....	53
3.4	แสดงเส้นทางโปรแกรมการท่องเที่ยว โปรแกรมที่ 2 ก่อนการปรับปรุง.....	55
3.5	แสดงเส้นทางโปรแกรมการท่องเที่ยว โปรแกรมที่ 2 ก่อนการปรับปรุง.....	57

## บทที่ 1

### บทนำ

ปัจจุบันการเดินทางระหว่างประเทศต่าง ๆ ในโลกมีความเจริญ รุดหน้าและมีความสะดวกรวดเร็วเป็นอย่างมากจึงส่งผลให้การเดินทางระหว่างประเทศสามารถกระทำได้อย่างง่ายดายมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้กิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นไปด้วยการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่งของมนุษย์ที่มีค่าจำกัดความที่ชัดเจน องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ให้ความหมายของ “ การท่องเที่ยว ” ว่าหมายถึงการเดินทางใดๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร และเป็นไปด้วยความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเองไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ หรือไม่ใช่เพื่อทำสงคราม และเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ การประกอบอาชีพหรือ การหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน เพื่อความบันเทิงเริงรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วที่สุดในโลก และมีความสำคัญยิ่งต่อฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ ยิ่งก่อให้เกิดคุณประโยชน์ต่อการพัฒนากรุงเทพมหานครในฐานะเมืองหลวงเป็นอย่างมากอีกด้วย โดยข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ.2552 พบว่าในปีพ.ศ.2551 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 35,110,693 ล้านคน และพบว่า ในปีพ.ศ.2552 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 30,037,911 ล้านคน ลดลงจากปีพ.ศ.2551 ร้อยละ 14.45 % เนื่องจากกรุงเทพมหานครมีบทบาทหลักในฐานะฐานเศรษฐกิจของประเทศจึงเป็นแหล่งลงทุนที่สำคัญของประเทศ เป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรม ศูนย์กลางการพัฒนาเศรษฐกิจทางด้านการบริหาร โดย เมื่อเปรียบเทียบกับในระดับภูมิภาคภายในประเทศ พบว่า กรุงเทพมหานครมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการอยู่ในระดับต้นๆ กรุงเทพมหานครจึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก มีการจัดตั้งหน่วยงานภายในระดับกอง ได้แก่ กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร เพื่อรับผิดชอบภารกิจด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรง

## องค์กร และลักษณะธุรกิจขององค์กร

**ชื่อองค์กร** กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว

### ภาพรวมองค์กร

กรุงเทพมหานคร (Bangkok Metropolitan Administration ชื่อย่อ : กทม./BMA.) เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งทำหน้าที่บริหารเขตการปกครองพิเศษ กรุงเทพมหานคร ตามพระราชบัญญัติ ระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2528 ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร เป็นที่ทำการของหน่วยงานเกือบทั้งหมดของ อปท.กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันมีสองแห่งคือ เลขที่ 173 ถนนดินสอ แขวงเสาชิงช้า เขตพระนคร และบริเวณริมถนนมิตรไมตรี แขวงดินแดง เขตดินแดง อันเป็นที่ตั้งของหน่วยงาน 6 สำนัก ได้แก่ สำนักการโยธา, สำนักการระบายน้ำ, สำนักพัฒนาสังคม, สำนักสิ่งแวดล้อม, สำนักอนามัย, และสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว

ตราราชการกรุงเทพมหานคร เป็นรูปพระอิ นทร์ทรงช้างเอราวัณ พระหัตถ์ขวาทรงวชิราวุธ ซึ่งกรมศิลปากรออกแบบโดยมีต้นแบบจากภาพเขียนฝีพระหัตถ์ ของสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้าจิตรเจริญ กรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ เริ่มใช้เมื่อปีพ .ศ.2516 โดยประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายราชการพ .ศ.2482 ฉบับที่ 60 ลงวันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ.2516 ดังภาพที่ 1

### ภาพที่ 1-1 ตราราชการกรุงเทพมหานคร



ที่มา : <http://www.bangkok.go.th> (2553)

**สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว** มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์ ส่งเสริม เผยแพร่ ฟื้นฟู บำรุงรักษาศิลปวัฒนธรรม สร้างความรู้ ความเข้าใจ และการตระหนักในคุณค่า และเอกลักษณ์ที่ดีของความเป็นไทย ส่งเสริมและสนับสนุนการให้บริการและจัดกิจกรรมทั้งด้าน ดนตรี กีฬา ห้างสมุด พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว และแหล่งเรียนรู้ทางศิลปะและวัฒนธรรม ในรูปแบบต่าง ๆ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ตลอดจนการศึกษา วิเคราะห์ วิจัยปัญหา และแนวทางดำเนินงาน และการพัฒนาด้านกีฬา นันทนาการ ศิลปะ และวัฒนธรรม และปฏิบัติ หน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง ภายในสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยวประกอบด้วย 8 องค์กร ดังนี้

**1. สำนักงานเลขานุการ** มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานสารบรรณและธุรการทั่วไปของ งานช่วยอำนวยความสะดวกและเลขานุการ การบริหารงานบุคคล งานการคลัง การเงินและบัญชี การงบประมาณ การพัสดุ งานควบคุมดูแลสถานที่และยานพาหนะ งานนิติกรรมและสัญญา งาน ประชาสัมพันธ์ งานออกแบบ งานอื่นที่ไม่ได้อยู่ในความรับผิดชอบของกองใดโดยเฉพาะ และ ปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

**2. กองนโยบายและแผนงาน** มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดทำแผนปฏิบัติราชการ สำนัก ประสานการดำเนินงานจัดทำแผนปฏิบัติราชการให้สอดคล้องกับนโยบายและแผนพัฒนา กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ส่วนราชการถือปฏิบัติ ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตาม แผนปฏิบัติราชการ การส่งเสริมความรู้ และศักยภาพผู้ปฏิบัติงาน และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่ เกี่ยวข้อง

**3. ศูนย์เยาวชนกรุงเทพมหานคร (ไทย-ญี่ปุ่น)** มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการ ให้บริการจัดกิจกรรมกีฬาและนันทนาการขั้นพื้นฐาน การจัดกิจกรรมนันทนาการขั้นพัฒนา ทักษะและขั้นสูง การพัฒนาผู้นำเยาวชนส่งเสริมสนับสนุนการจัดตั้งสภาเยาวชน กรุงเทพมหานครและสภาเยาวชนเขต การจัดกิจกรรม เพื่ออนุรักษ์และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมพิเศษอื่น ๆ ให้บริการด้านอาคารสถานที่ในการจัดประชุม สัมมนาแก่ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน การควบคุมดูแลการใช้อาคารสถานที่ สนามกีฬาและอุปกรณ์ ต่าง ๆ ของผู้มารับบริการให้เป็นไปตามระเบียบที่กำหนด การส่งเสริมงานด้านวิชาการและการ พัฒนาศักยภาพผู้ปฏิบัติงาน และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

**4. กองนันทนาการ** มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการให้บริการ และส่งเสริมของศูนย์ เยาวชน ส่งเสริมการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อเยาวชนและประชาชน ให้บริการห้องสมุดเพื่อเป็น

แหล่งศึกษาค้นคว้าหาความรู้และความบันเทิงในยามว่าง จัดทำโครงการเกี่ยวกับห้องสมุด ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานและการจัดกิจกรรมของห้องสมุดประชาชนและศูนย์เยาวชน ที่อยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ตลอดจนส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ปฏิบัติงาน และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

**5. กองการกีฬา** มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งเสริมและสนับสนุนด้านวิชาการและการดำเนินงานด้านกีฬาของกรุงเทพมหานคร การกำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานในการดำเนินงานด้านกีฬา ลานกีฬา และศูนย์กีฬาที่อยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ส่งเสริมและสนับสนุนการเล่นกีฬาระดับพื้นฐาน และการเล่นกีฬาสู่ความเป็นเลิศ โดยให้การฝึกสอนแก่บุคคลทั่วไป และเยาวชนที่มีความสามารถพิเศษ การคัดเลือกนักกีฬาตัวแทนกรุงเทพมหานคร การจัดการแข่งขันสนับสนุนและประสานการดำเนินงานด้านกีฬากับสมาคม และองค์กรเครือข่าย ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ปฏิบัติงานด้านกีฬา และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

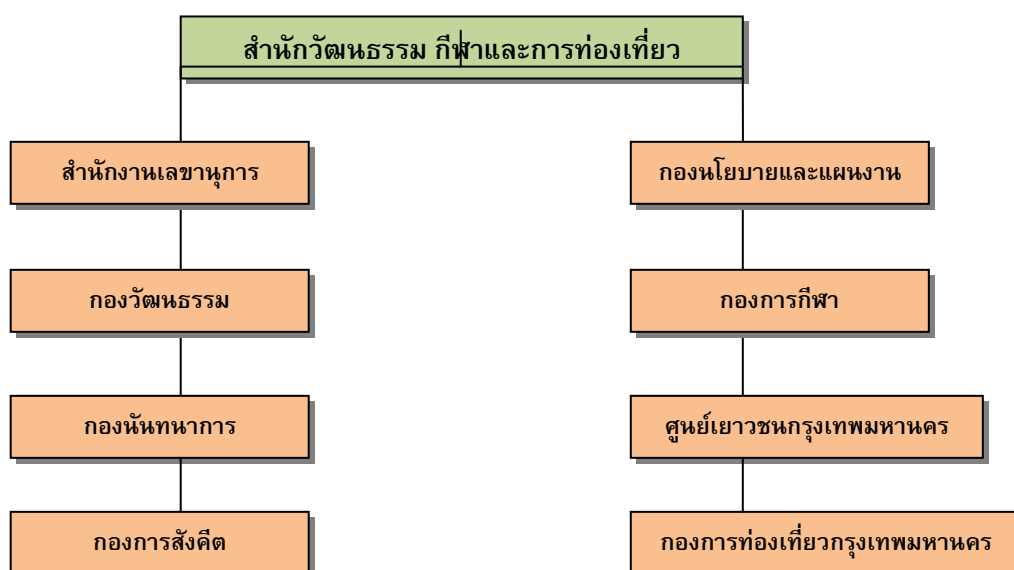
**6. กองการสังคีต** มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการบรรเลงดนตรีไทย และดนตรีสากล ในรายการดนตรีสำหรับประชาชน และการบรรเลงในงานพิธีการของกรุงเทพมหานคร การแต่งเพลงและเผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์งานของกรุงเทพมหานคร การอนุรักษ์ พิธีพู่และเผยแพร่ดนตรีไทย ฝึกอบรมและส่งเสริมการสอนวิชาการดนตรีทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติแก่ครู นักเรียน เยาวชน ผู้นำศูนย์เยาวชนและประชาชนทั่วไป จัดทำคู่มือเพื่อใช้ในการฝึกอบรม การจัดการแข่งขันดนตรีและการขับร้อง การให้บริการด้านการเรียบเรียงเสียงประสาน การบันทึกเสียง ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพผู้ปฏิบัติงาน และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

**7. กองการท่องเที่ยว** มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดทำแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์และการจัดทำสื่อ จัดกิจกรรม เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ โดยดำเนินการร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ส่งเสริมและพัฒนาการบริการด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครให้ได้มาตรฐาน สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งต่างประเทศและในประเทศ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน บนพื้นฐานการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน และท้องถิ่น และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

**8. กองวัฒนธรรม** มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการอนุรักษ์ พิธีพู่ บำรุงรักษา ศิลปวัฒนธรรม ค่านิยม เอกลักษณ์ความเป็นไทย และภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยน

ศิลปวัฒนธรรม การจัดให้มีแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมแก่ประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น พิพิธภัณฑ์เด็ก หอศิลป์ การส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาเครือข่ายการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมในทุกกระดับ โดยเน้นการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชนและชุมชนในท้องถิ่น ดำเนินงานเกี่ยวกับระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน วัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร ร ตลอดจนส่งเสริมการสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรทาง วัฒนธรรมและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง (<http://www.bangkok.go.th>: 2553)

### แผนภูมิที่ 1-1 โครงสร้างสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว



ที่มา : <http://www.bangkok.go.th> (2553)

## กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร สำนักวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว เป็นหน่วยงานภายในกรุงเทพมหานคร ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน ปีพุทธศักราช 2540 ตามนโยบายของ ดร. พิชิต รัตตกุล เพื่อสนับสนุนปีการท่องเที่ยวไทยปีพุทธศักราช 2541-2542 และเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 6 รอบ ในวันที่ 5 ธันวาคม ปีพุทธศักราช 2542 เดิมกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีที่ทำการ ณ ห้องทำงานเล็กบนชั้น 2 ของศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร เป็นที่ทำการชั่วคราวจนกระทั่งเดือนสิงหาคม 2542 ได้ย้ายมาที่ทำการปัจจุบันเป็นการถาวรที่ อาคารเชิงสะพานสมเด็จพระปิ่นเกล้า ตั้งอยู่เลขที่ 17/1 ถนนพระอาทิตย์ แขวง พระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร มีเจ้าหน้าที่ทั้งหมด 125 คน ประกอบด้วย ข้าราชการ 37 คน นักประชาสัมพันธ์ 74 คน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ 3 คน เจ้าหน้าที่อื่นๆ 11 คน มีหน้าที่พัฒนาการท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในกรุงเทพมหานคร

### วิสัยทัศน์

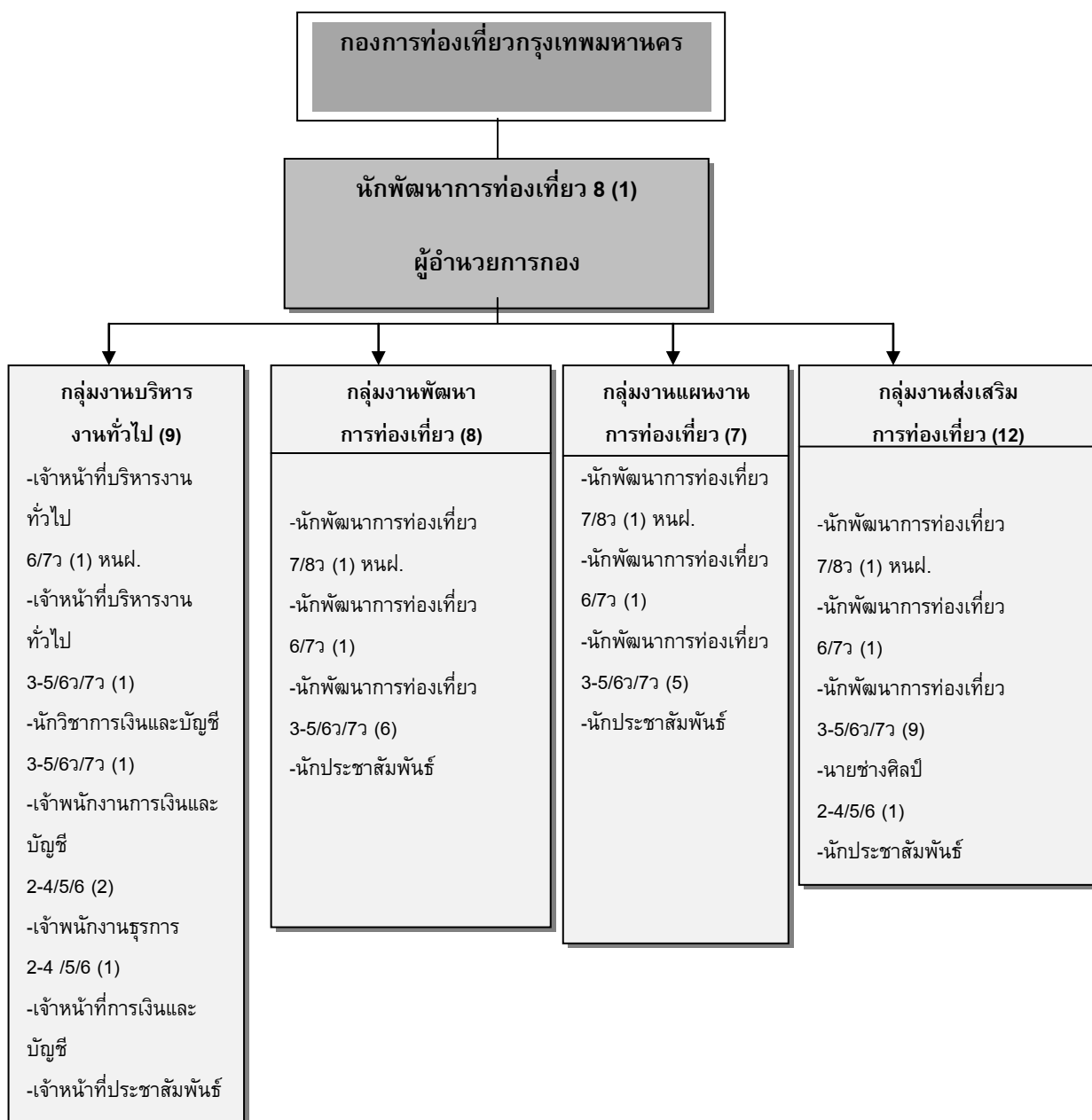
เป็นองค์กรหลักด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของ คนกรุงเทพฯ ด้วยกีฬา นันทนาการ ดำรงไว้ซึ่งคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และนำกรุงเทพมหานครสู่การเป็นมหานครด้านการท่องเที่ยวระดับโลก

### พันธกิจ

1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่
2. จัดการบริการให้ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ มีความสะดวก และราคาเป็นธรรม
3. รักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
4. พัฒนาการท่องเที่ยวโดยเคาร์พในเอกลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น
5. พัฒนาการท่องเที่ยว โดยอนุรักษ์และพัฒนาสภาพนิเวศสิ่งแวดล้อม
6. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยว
7. ส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยองค์กรชุมชนเน้นการเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือ
8. จัดการการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงกลุ่มคนพิการ ผู้ด้อยโอกาส เด็ก สตรี และผู้สูงอายุ



## แผนภูมิที่ 1-2 โครงสร้างกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร



ที่มา : <http://www.bangkoktourist.com> (2553)

**กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร** แบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบภายในส่วนราชการ ดังนี้

**กลุ่มงานบริหารงานทั่วไป** รับผิดชอบด้านงานสารบรรณ และธุรการทั่วไป งานการประชุม การงบประมาณ การเงิน การบัญชีและพัสดุ การบริหารงานบุคคล การควบคุมดูแลสถานที่และยานพาหนะ และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

**กลุ่มงานพัฒนาการท่องเที่ยว** รับผิดชอบด้านการสำรวจศึกษารวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์แนวทางในการอนุรักษ์บำรุงรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวการพัฒนามาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวโดยกำหนดมาตรฐานการอำนวยความสะดวกด้านบริการสาธารณูปโภคและบริการสาธารณะการสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคประชาชน การพัฒนาศักยภาพเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่เจ้าหน้าที่ภาคราชการ ผู้ประกอบการ สถานศึกษา กลุ่มต่างๆ และประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น การสร้างเส้นทางท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้มีความหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาดการให้บริการข้อมูลทางวิชาการแก่หน่วยปฏิบัติในพื้นที่และประชาชนที่สนใจและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

**กลุ่มงานแผนงานการท่องเที่ยว** รับผิดชอบด้านการจัดทำและพัฒนาแผนการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานโดยจัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวในระดับกรุงเทพมหานคร ในระดับเขตรวมทั้งประสานงาน ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการปฏิบัติตามแผนที่กำหนด การจัดทำข้อเสนอขอรับการสนับสนุนเงินงบประมาณประจำปี และเงินอุดหนุนรัฐบาล การวิเคราะห์แผนงานหรือโครงการด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่ขอรับจัดสรรงบประมาณ ติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนงานและโครงการศึกษา สำ รวจ เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในด้านต่างๆเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาการท่องเที่ยว จัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปีของหน่วยงานและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

**กลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยว** รับผิดชอบด้านการเป็นศูนย์กลางให้บริการและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆของกรุงเทพมหานคร การวางแผนสื่อและกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้การต้อนรับอำนวยความสะดวก

นำชมสถานที่แก่อาคันตุกะ ผู้นำ และบุคคลสำคัญ ควบคุม ดูแลธุรกิจการให้บริการท่องเที่ยวที่ได้รับสัมปทานจากกรุงเทพมหานคร การสำรวจ ศึกษา วิเคราะห์และวิจัย เพื่อวางแผนและจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเชิงรุกทั้งในประเทศ และต่างประเทศ การพัฒนากิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อหากลุ่มเป้าหมายและสร้างตลาดท่องเที่ยวใหม่ การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับนโยบาย และระดับ ปฏิบัติ ตลอดจนงานด้านมวลชนสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวและปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

(<http://www.bangkoktourist.com>: 2553)

### องค์กรประกอบธุรกิจด้านการบริการ

ธุรกิจบริการเป็นปัจจัยพื้นฐานในการสนับสนุนธุรกิจบริการอื่นๆ และสร้างรายได้เข้าประเทศ โดยเฉพาะธุรกิจต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับธุรกิจท่องเที่ยว (สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก , 2551) กองการท่องเที่ยวจัดอยู่ในองค์กรที่ประกอบธุรกิจด้านการบริการ โดยมีสินค้าในการให้บริการ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างถูกต้องในรูปแบบต่างๆ เช่น หนังสือคู่มือการท่องเที่ยว แผ่นพับ แผ่นซีดี เป็นต้น

### กลุ่มลูกค้าหลักและส่วนแบ่งทางการตลาดขององค์กร

กลุ่มลูกค้าหลักของกองการท่องเที่ยวท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีทั้งลักษณะที่เป็นนักท่องเที่ยว นักทัศนอาจร ผู้เยี่ยมเยือน และนักเรียน นักศึกษา ที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองเพื่อหาประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร รวมถึงเส้นทางการเดินทางและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1-1 จำนวนผู้ใช้บริการของกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ปี 2550-2553

นักท่องเที่ยว	ปี 2550 (คน)	ปี 2551(คน)	ปี 2552(คน)	ปี 2553 (คน)
ชาวไทย	92,857	88,128	75,603	73,805
ชาวต่างประเทศ	247,003	228,220	175,444	188,870

ที่มา : สถิติกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ปี 2553

### ส่วนแบ่งทางการตลาดขององค์กร

กองการท่องเที่ยวเป็นหน่วยงานราชการที่ไม่มีการแข่งขันเพื่อผลกำไรขององค์กรซึ่งมุ่งเน้นการทำประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างเครือข่ายและขยายผลความสำเร็จ โดยทำการตลาดเชิงรุก การออกงานแสดงสินค้า ในต่างประเทศ (Road

Show/Trade Show) เพื่อรักษากลุ่มเป้าหมายเดิมและขยายตลาดใหม่ นอกจากนี้ยังมีการทำสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ เพื่อมานำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมาย

### อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์กร

กองการท่องเที่ยวจัดอยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นประเภทธุรกิจบริการมีความเกี่ยวเนื่องกันทำให้เกิดอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน มัคคุเทศก์ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก สถานเริงรมย์ และการประกอบการขนส่งผู้โดยสารและนอกจากนี้กองการท่องเที่ยวยังมีส่วนเกี่ยวเนื่องกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรมไทย สมาคมเรือไทยเพื่อให้สามารถดำเนินงานการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

### สภาพการแข่งขันขององค์กร

กรุงเทพมหานครไม่ได้เป็นเพียงแค่เมืองหลวงของประเทศไทยเท่านั้น ยังเป็นศูนย์กลางความเจริญทางด้านต่าง ๆ เช่น เทคโนโลยี การศึกษา เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง การสื่อสาร การคมนาคมการเดินทางและการท่องเที่ยว ดังนั้นกรุงเทพมหานครจึงมีบทบาทที่สำคัญมากต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศหรืออาจกล่าวได้ว่ากรุงเทพมหานครเป็นหัวใจของการท่องเที่ยวก็เป็นได้ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการมาท่องเที่ยวภายในประเทศหรือแถบอินโดจีนจะใช้กรุงเทพมหานครเป็นจุดแวะพักเสมอ ดังปรากฏหลักฐานชัดเจนจากผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวทั่วโลกจากนิตยสารทราเวล แอนด์ เลเชอร์ (Travel & Leisure) ดังตารางที่ 2 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอันดับที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงของกรุงเทพมหานครในการเป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวที่สุดในโลก

ตารางที่ 1-2 ผลสำรวจเมืองที่น่าท่องเที่ยวที่สุดในโลกโดยนิตยสาร Travel & Leisure

เมืองท่องเที่ยว	ปี 2553		ปี 2552		ปี 2551		ปี 2550
	ลำดับ	คะแนน	ลำดับ	คะแนน	ลำดับ	คะแนน	ลำดับ
<b>Bangkok, Thailand</b>	<b>1</b>	<b>90.30</b>	<b>3</b>	<b>86.80</b>	<b>1</b>	<b>87.61</b>	<b>3</b>
Chiang Mai, Thailand	2	89.35	5	86.18	-	-	-
Florence, Italy	3	89.17	6	85.61	5	86.24	1
San Miguel de Allende, Mexico	4	89/09	-	-	-	-	-
Rome, Italy	5	88.60	9	84.63	7	85.12	4
Sydney, Australia	6	87.99	11	84.27	4	86.49	5
Buenos Aires, Argentina	7	87.98	4	86.22	2	87.24	2
Oaxaca, Mexico	8	87.78	-	-	-	-	-
Barcelona, Spain	9	87.71	-	-	-	-	-
New York, United States of America	10	87.68	8	8	8	85.03	6

ที่มา : [www.travelandleisure.com](http://www.travelandleisure.com) (ข้อมูล พ.ศ. 2554)

### คู่แข่งหลักขององค์กร

เนื่องจากกองการท่องเที่ยวเป็นองค์กรในส่วนราชการที่เป็นหน่วยงานอิสระปกครองส่วนท้องถิ่นเพียงแห่งเดียว ซึ่งทำหน้าที่บริหารเขตการปกครองพิเศษ กรุงเทพมหานคร ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2528 ที่ให้บริการข้อมูลประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในกรุงเทพมหานคร แบบไม่หวังผลกำไรจึงไม่มีคู่แข่งชั้นโดยตรง แต่จะเน้นที่ความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนในเรื่องของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เป็นหลัก ซึ่งหน่วยงานหลักที่กองการท่องเที่ยวให้ความร่วมมือในการดำเนินงานจัดกิจกรรมต่างๆ ทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ที่สำคัญมีดังนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT.) สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (ATTA.) สมาคมโรงแรมไทย ตำรวจท่องเที่ยว สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว และบริษัทเอกชนต่างๆ ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นต้น

### การวิเคราะห์วิเคราะห์ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

ตาราง 1-3 วิเคราะห์ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ดังตารางที่ 3

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ทำเลที่ตั้งเอื้อต่อการพัฒนา ทั้งการเป็นเมืองหลวงและศูนย์กลางความเจริญในหลายด้าน	1. การเป็นองค์กรใหญ่ในรูปแบบการปกครองพิเศษส่งผลให้การดำเนินงานล่าช้าเพราะมีขั้นตอนที่ซับซ้อนจึงไม่ทันต่อการแข่งขัน
2. กรุงเทพมหานครเป็นองค์กรส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษที่สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้เอง	2. การบริหารจัดการขาดการบูรณาการและความต่อเนื่องขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารที่เปลี่ยนแปลงตามวาระ
3. มีหน่วยงานหลักที่ดำเนินการการท่องเที่ยวโดยตรง คือ กองการท่องเที่ยว	3. โครงสร้างการบริหารของสำนักงานเขตต่างๆยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวโดยตรง
4. ฝ่ายพัฒนาชุมชนและฝ่ายปกครองเป็นผู้ดูแลงานด้านการท่องเที่ยวในระดับ	4. ระเบียบการเบิกจ่ายงบประมาณด้าน

<p>เขตจึงสามารถดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับการพัฒนาชุมชนได้</p> <p>5. กรุงเทพมหานครได้รับการโหวตให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก จึงเป็นจุดหมายปลายทางที่รู้จักอย่างแพร่หลาย</p> <p>6. ความหลากหลายของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้</p> <p>7. มีแหล่งงบประมาณที่สามารถขอรับการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวได้</p> <p>8. บุคลากรในระดับผู้บริหารมีความรู้ด้านการบริหารและให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน</p> <p>9. อัธยาศัยไมตรีของชาวกรุงเทพมหานครและความคุ้มค่าเงินจากการท่องเที่ยว</p> <p>10. โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกได้รับการพัฒนาและมีการคมนาคมที่หลากหลาย</p>	<p>การท่องเที่ยวอย่างยากจึงเบิกจ่ายได้น้อย</p> <p>5. การแต่งตั้งโยกย้ายข้าราชการมักใช้ระบบอาวุโสมากกว่าคำนึงถึงความสามารถ</p> <p>6. ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งปัญหามลพิษทางน้ำ อากาศ เสี่ยงฝุ่นละอองและขยะ</p> <p>7. ทัศนียภาพบนทางเท้าขาดความเป็นระเบียบ</p> <p>8. ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งป้ายบอกทางและป้ายสื่อความหมายขาดความชัดเจน</p> <p>9. ความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานยังไม่เพียงพอ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำ</p> <p>10. ช่องทางในการเผยแพร่ความรู้ด้านการท่องเที่ยวแก่บุคลากรทางการท่องเที่ยวยังมีน้อย</p>
--	---

โอกาส	อุปสรรค
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความเป็นเมืองหลวงส่งผลให้หน่วยงานให้ความสนใจทั้งจากหน่วยงานภายในและภายนอกประเทศ</li> <li>2. นโยบายรัฐบาลส่งเสริมการท่องเที่ยว</li> <li>3. รัฐบาลมีการกระจายอำนาจให้องค์กรส่วนปกครองมีอำนาจในการบริหารจัดการ</li> <li>4. สามารถดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในเชิงบูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่นๆได้ทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงวัฒนธรรม</li> <li>5. การสนับสนุนการบริหารจัดการจากหน่วยงานภายนอกทั้งการเพิ่มความรู้เทคโนโลยีและงบประมาณ</li> <li>6. หลายหน่วยงานให้ความสนใจจึงกระตุ้นผู้รับผิดชอบให้ต้องดำเนินการบริหารจัดการให้มีมาตรฐาน</li> <li>7. ภาคเอกชนมีความเข้มแข็งและมีการรวมตัวกันเพื่อประกอบธุรกิจและส่งเสริมการท่องเที่ยว</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับไม่เอื้อต่อการพัฒนา</li> <li>2. ถูกแทรกแซงจากการเมืองระดับประเทศ</li> <li>3. สถานการณ์ความไม่สงบทางการเมือง</li> <li>4. เสถียรภาพของการเมืองในระดับประเทศส่งผลต่อความต่อเนื่องในการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว</li> <li>5. สถานการณ์ความผันผวนทางเศรษฐกิจ</li> <li>6. ปัญหาโรคระบาด</li> <li>7. ภัยธรรมชาติต่างๆที่เกิดขึ้น</li> <li>8. ประชาชนส่วนใหญ่อพยพมาจากที่อื่นจึงขาดความสำนึกถิ่นรักในถิ่นฐาน</li> </ol>



## วิเคราะห์ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครโดยใช้การวิเคราะห์

### 5 Force Model

#### สภาพการแข่งขัน คู่แข่งขัน

เนื่องจากเป็นองค์กรในส่วนราชการที่เป็นหน่วยงานอิสระปกครองส่วนท้องถิ่นเพียงแห่งเดียว ซึ่งทำหน้าที่บริหารเขตการปกครองพิเศษ กรุงเทพมหานคร ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2528 ที่ให้บริการข้อมูลประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในกรุงเทพมหานคร แบบไม่หวังผลกำไรจึงไม่มีคู่แข่งโดยตรง แต่จะเน้นที่ความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนในเรื่องของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เป็นหลัก ซึ่งหน่วยงานหลักที่กองการท่องเที่ยวให้ความร่วมมือในการดำเนินงานจัดกิจกรรมต่างๆ ทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ที่สำคัญมีดังนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT.) สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (ATTA.) สมาคมโรงแรมไทย ตำรวจท่องเที่ยว สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว และบริษัทเอกชนต่างๆ ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นต้น

#### อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

งบประมาณการดำเนินงานของกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ได้รับจากศาลาว่าการกรุงเทพมหานครและรัฐบาลเป็นหลัก ซึ่งในแต่ละปีรัฐบาลจะมีการสนับสนุนเงินงบประมาณเพื่อการจัดทำกิจกรรมต่างๆ ภายในกรุงเทพมหานคร ผ่านทางศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร จึงเปรียบได้ว่าทั้งสองหน่วยงานนี้เป็นผู้ซื้อบริการจากองค์กร ส่วนผู้รับบริการคือ ผู้ที่ใช้บริการนั่นเอง เมื่อเกิดความไม่พึงพอใจในการบริการที่ได้รับ อาจทำให้เกิดการร้องเรียนขึ้นได้โดยส่งผ่านสื่อมวลชนในสาขาต่างๆ ทำการเผยแพร่ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดปัญหาในการให้บริการบ่อยครั้งอาจส่งผลกระทบต่องบประมาณสนับสนุนที่จะได้รับและทำให้องค์กรเสียชื่อเสียง

#### อำนาจต่อรองของผู้ขาย

ผู้ขายที่สำคัญที่มีผลต่อกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT.) สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (ATTA.) สมาคมโรงแรมไทย ตำรวจท่องเที่ยว สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว และบริษัทเอกชนต่างๆ ที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หน่วยงานที่กล่าวมานี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้นที่มีความสำคัญในลำดับต้นๆ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทั้งหมด 76 จังหวัด ฉะนั้นกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครจึงมีความจำเป็นในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในต่างจังหวัด

บางส่วนที่นี้ กท่องเที่ยวมีความต้องการ โดยใช้ความร่วมมือเป็นหลักในการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ และหน่วยงานสมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว จะให้ความร่วมมือด้านการทำธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ และให้คำแนะนำพร้อมข้อเสนอแนะสภาพปัญหาในปัจจุบันในการทำธุรกิจ ทำให้สามารถประเมินสภาพการทำธุรกิจท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครได้ รวมถึงสมาคมโรงแรม ที่เป็นสิ่งสำคัญต่อนักท่องเที่ยวในด้านของที่พักอาศัยขณะอยู่ในกรุงเทพมหานคร สามารถระบุจำนวนของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวภายในกรุงเทพมหานครได้เป็นอย่างดี และหน่วยงานที่สำคัญมาก คือ ตำรวจท่องเที่ยว ที่ช่วยดูแลความปลอดภัย และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว หน่วยงานถัดมา คือ สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่มีความสำคัญต่อกรุงเทพมหานคร เนื่องจากสำนักพัฒนาการท่องเที่ยวมีหน้าที่เก็บข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นการเดินทางเข้า-ออก หรือการเดินทางไปยังกรุงเทพมหานครหรือต่างจังหวัด ทำให้ทราบถึงรายได้และแนวโน้มของการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และบริษัทเอกชนต่าง ๆ ที่นำเอกสารประชาสัมพันธ์ในหลายรูปแบบ มาร่วมกันทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทางกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร โดยไม่มีการเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น

### ภัยคุกคามจากหน่วยงานใหม่ที่เกิดขึ้น

ภัยคุกคามจากหน่วยงานใหม่ในปัจจุบันนี้ยังไม่เกิดขึ้นเนื่องจากหน่วยงานของรัฐที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ล้วนแล้วแต่เป็นองค์กรของรัฐที่อยู่ภายใต้การปกครองของกระทรวงต่าง ๆ ซึ่งแต่ละหน่วยงานมีการดำเนินงานในลักษณะที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว และมีหน้าที่ในการให้ข้อมูลที่แตกต่างกันออกไป เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้ข้อมูลเกี่ยวกับต่างจังหวัดและเน้นกิจกรรมทางการตลาดเป็นส่วนใหญ่ สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว ทำหน้าที่ในการจัดเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวในรูปแบบของสถิติ ซึ่งกองการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร จะทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวภายในกรุงเทพมหานครเท่านั้นและไม่มีการจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อหวังผลกำไรแต่อย่างใด แต่จะมีการจัดกิจกรรมในรูปแบบของการให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม เช่น กิจกรรมวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาและเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ดีและมีประโยชน์ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น จึงเป็นไปได้ไม่น้อยที่จะมีคู่แข่งจากหน่วยงานใหม่เข้ามาในอนาคต

## ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน

กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครเป็นหน่วยงานเดี่ยวที่ให้ข้อมูลเฉพาะเจาะจงภายในกรุงเทพมหานครเท่านั้นและไม่หวังผลกำไรไม่มีการคิดค่าใช้จ่ายหลังจากได้รับบริการแล้ว แต่กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครเป็นเพียงหน่วยงานเล็กๆ ที่อยู่ภายใต้การดูแลของศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร และไม่มีจุดประชาสัมพันธ์ที่ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดของกรุงเทพมหานคร จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมใช้บริการจากบริษัทเอกชนที่มีอยู่มากมายในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เช่น ถนนข้าวสาร ซึ่งอยู่ในบริเวณที่ใกล้เคียงกับกองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จึงทำให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างชาตินิยมใช้บริการกับบริษัทเอกชน ซึ่งมีการบริการที่ครบวงจรไม่ว่าจะเป็นไกด์นำเที่ยว รถยนต์บริการรับส่ง โปรแกรมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้นักท่องเที่ยวต้องเสียค่าใช้จ่ายทั้งหมดและเป็นค่าใช้จ่ายที่มีปริมาณสูงมาก แต่สำหรับนักท่องเที่ยวบางประเภทที่ต้องการที่จะเดินทางด้วยตนเองและไม่เสียค่าใช้จ่ายในการบริการ นักท่องเที่ยวเหล่านี้ก็จะเลือกใช้บริการของเรา จากที่กล่าวมาทำให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว สามารถทดแทนองค์การได้ในระดับหนึ่งซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละบุคคล

## ปัญหาและลักษณะปัญหา

การท่องเที่ยวถือว่าเป็นงานบริการอย่างหนึ่งที่ไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าได้ ดังนั้นผู้ให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวควรที่จะสร้างความเชื่อมั่นต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งด้านบุคลิกภาพ ข้อมูลต่างๆ ของสินค้า หรือแพ็คเกจต่างๆ เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าคุณภาพของการมาท่องเที่ยวในเมืองนี้ แต่ในปัจจุบันผู้ให้บริการหลายๆ ราย ได้ให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องกับนักท่องเที่ยวเพื่อผลประโยชน์ส่วนตน ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบนี้เกิดความไม่พึงพอใจ ไม่อยากกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีกและนอกจากนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีการบอกต่อกับคนรู้จักทำให้ภาพลักษณ์ในกรุงเทพมหานครเสื่อมเสียชื่อเสียงที่ดิ่งลงไป

## ความสำคัญและผลกระทบของปัญหาที่เกิดขึ้นกับองค์กร

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีบทบาทมากต่อเศรษฐกิจของประเทศ สามารถนำเงินตราต่างประเทศมากกว่าแสนล้านบาทต่อปี เพราะประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก โดยเฉพาะกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงและยังเป็นศูนย์กลางความเจริญต่างๆ และกรุงเทพมหานครยังเป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมที่สวยงามผสมผสานกันอย่างลงตัวกับประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีแหล่งบันเทิงนาการ

มากมาย มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ท่ามกลางเจริญอีกด้วย ถึงแม้การท่องเที่ยวจะสร้างรายได้ให้กับประเทศแต่การที่เส้นทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครไม่มีประสิทธิภาพจะนักท่องเที่ยวเกิดความไม่พึงพอใจและไม่อยากกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครอีกครั้งจะสร้างผลกระทบกับประเทศในระยะยาวได้

ผู้วิจัยผู้ทำการวิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญและปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น จึงได้ทำการศึกษารูปแบบกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่นิยมทำในกรุงเทพมหานครเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของการท่องเที่ยวในระดับประเทศ

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน
- เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร
- เพื่อเพิ่มมูลค่าของเส้นทางการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
- สร้างกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในการรับบริการเป็นความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่รู้สึกดีและประทับใจต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
2. นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครและมาพักอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยมีการค้างคืนด้วยความสมัครใจเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน ประกอบธุรกิจหรือจุดประสงค์อื่นใดก็ตามที่มีใช้การทำงานประจำ
3. กองการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร หมายถึง ศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีหน้าที่ให้ข้อมูลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายใน กรุงเทพมหานคร ให้กับนักท่องเที่ยวผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- |          |   |
|----------|---|
| ระยะสั้น | นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจมากขึ้น   |
| ระยะกลาง | ภาพลักษณ์ที่ดีของกรุงเทพมหานคร  |
| ระยะยาว  | เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆของกรุงเทพมหานครและเพิ่มศักยภาพของกรุงเทพมหานครให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยว |

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีองค์กร / หรือองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาขององค์กร

##### 2.1.1 ทฤษฎีการท่องเที่ยว

การศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหา เรื่อง การจัดเส้นทางท่องเที่ยวที่ไม่มีประสิทธิภาพของกรุงเทพมหานคร

##### แนวคิดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจกรรมประจำวัน โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้น จะมีการค้างแรมหรือไม่

ปรีชา แดงโรจน์ (2544: 29-30) ได้อ้างถึง คำนิยามการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติที่ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่าหมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ 1) ต้องมีการเดินทาง 2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน และ 3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง และได้อธิบายเพิ่มเติมของจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวต้องมีใช่เพื่อการประกอบอาชีพ และการไปอยู่ประจำ และเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างดังต่อไปนี้ ได้แก่ เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร

เหตุจูงใจให้คนเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

- ปัจจัยผลักดัน เป็นแรงกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลมาจากสาเหตุ คือ ความอยากรู้อยากเห็นและความพึงพอใจ

- ปัจจัยดึงดูด เป็นแรงกระตุ้นจากเงื่อนไขภายนอก เช่น ลักษณะภูมิประเทศ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีเหตุจูงใจอื่นๆอีก คือ

- เหตุจูงใจทางด้านร่างกาย หมายถึง ความต้องการพักผ่อน ความต้องการแสวงหา สิ่งแปลกใหม่
- เหตุจูงใจด้านวัฒนธรรม หมายถึง มูลเหตุจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มูลเหตุด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ ซึ่งมูลเหตุเหล่านี้เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว Middleton อธิบายถึงปัจจัยต่างๆซึ่งถือว่าเป็นตัวกำหนดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของมนุษย์ คือ
  - สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน
  - ลักษณะของประชากร
  - สภาพภูมิศาสตร์
  - สภาพสังคมและวัฒนธรรม
  - นโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่างๆ
  - ราคา
  - ความสะดวกในการเดินทาง
  - การโฆษณาประชาสัมพันธ์

#### พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

คู่มือมัคคุเทศก์ในด้านพฤติกรรมได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทย ข้อแตกต่างใหญ่ๆคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมักมีความกระตือรือร้นในการท่องเที่ยวมากกว่า สำหรับจุดประสงค์ในด้านการให้ความสนใจต่อศิลปวัฒนธรรมใหม่ๆเพราะเป็นเรื่องแปลกจากที่เคยพบเห็น มักสนใจใคร่รู้สิ่งที่พบ สนใจถ่ายภาพเก็บเป็นที่ระลึก ส่วนการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนมักเป็นการพักผ่อนแบบผ่อนคลายโดยแท้จริง และการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกมักเป็นการท่องเที่ยวตามไนต์คลับ โดยมีกำลังการใช้จ่ายค่อนข้างสูง นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความคาดหวังในเรื่องการกำหนดทิศทางของตัวเอง ความสะอาด ความสะดวกสบาย และเอกลักษณ์มากกว่าคนไทย

## 2.1.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ

**ความพึงพอใจ (Satisfaction)** ได้มีผู้ให้ความหมาย และแนวคิดไว้ต่างหลายความหมาย ซึ่งมีผู้กล่าวถึงแนวคิดนี้ ไว้จำนวนมาก เช่น

**Good** (1973; อ้างอิงจาก จักรกฤษณ์ เตียวสมบูรณ์. 2543: 36) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้นๆ

**Wolman** (1973; อ้างอิงจากจักรกฤษณ์ เตียวสมบูรณ์. 2543: 36) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

**Davis** (1967: 61; อ้างอิงจาก จักรกฤษณ์ เตียวสมบูรณ์. 2543: 37) มีความเห็นว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจของมนุษย์ คือ ความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด ความกระวนกระวาย หรือภาวะไม่ได้จุลภาคในร่างกาย เพื่อมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่างๆ ดังกล่าวได้แล้ว มนุษย์ย่อมได้ความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ

**ซูซีฟ อ่อนโคกสูง** (2522: 108 - 109) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นส่วนหนึ่งของเจตคติ ซึ่งหมายถึงความรู้สึก น้ำใจที่คนเรามีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ต้องมีประสบการณ์ บุคคล วัสดุสิ่งของ หรือสถานที่ โดยการที่บุคคลมีความพึงพอใจต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ต้องมีประสบการณ์ในทางตรงหรือทางอ้อมต่อสิ่งนั้นมาก่อน สรุปได้ว่าเจตคติคือ ความพร้อมของจิตใจที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าใจ ซึ่งการตอบสนองดังกล่าว อาจเป็นไปในทางที่ชอบหรือไม่ชอบก็ได้

**หลุย จำปาเทศ** (2533; อ้างอิงจาก จักรกฤษณ์ เตียวสมบูรณ์. 2543: 36) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความต้องการ (Need) ได้บรรลุเป้าหมายพฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังเกตได้จากสายตา คำพูด และการแสดงออก

### 2.1.3 ทฤษฎีการวางแผนการจ้ดนำเที่ยว

ถือเป็นการผลิตสินค้ารูปแบบหนึ่งออกมาเป็นรายการนำเที่ยว โดยก่อนที่จะจัดทำรายการนำเที่ยว นำ ผู้จัดต้องมีข้อมูลการเตรียมการที่รัดกุม โดยการเลือกสิ่งต่างๆต้องคำนึงถึงความเหมาะสมในเรื่องของราคา ท่าเลที่ตั้ง การเข้าถึงได้สะดวก ความพึงพอใจของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว ความเป็นไปได้ในเรื่องการบริหารเวลา ต้องมีการสำรวจตลาด หาข้อมูลต่างๆ ในทุกๆด้านเพื่อเป็นการป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น การวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมในการจ้ดนำเที่ยว มี 2 ช่วง คือ

- การวางแผนระยะยาว คือ การจ้ดวางแผนตั้งแต่ช่วง 5 ปีขึ้นไป โดยมากจะเป็นการวางแผนเพื่อกำหนดแนวทางขององค์กรให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ ไม่ว่าจะเป็นด้าน การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาจัดการ และการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการ ในการวางแผนระยะยาวนี้จะมีการกำหนดแนวทางการพัฒนาโปรแกรมนำเที่ยว กำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยการจ้ดการวางแผนการท่องเที่ยวจะพิจารณาตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น องค์กรจะต้องกำหนดแนวทางและนโยบายเพื่อนำไปสู่แผนการที่ต้องปฏิบัติต่อไปในอนาคต ทั้งนี้การวางแผนระยะยาวต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับนโยบายภาครัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วย

- การวางแผนระยะสั้น โดยส่วนมากบริษัททัวร์จะให้ความสำคัญต่อการวางแผนระยะสั้น เนื่องจากเห็นแนวทางความสำเร็จได้ชัดเจน



## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**รวีพิมพ์ ศรีขวัญ (2549 : บทคัดย่อ)** กล่าวว่า การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในการขนส่งสินค้าของลูกค้ำกับสายการบินพาณิชย์แห่งหนึ่ง เป็นการศึกษาเพื่อทราบถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการขนส่งสินค้าของลูกค้ำกับองค์กรจากการศึกษาพบว่าการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีเชิงสำรวจโดยทำการเก็บข้อมูลจากบริษัทลูกค้ำจำนวน 43 บริษัทในด้านการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ค่าสถิติในการอธิบายแจกแจงความถี่ด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐานใช้ค่าไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามโดยกำหนดระดับนัยสำคัญ ทางสถิติที่ 0.05 และการวัดระดับของทัศนคติของลูกค้ำสำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลผลการศึกษาวิจัยสรุปผลได้ดังนี้

ปัจจัยทางด้านการขนส่งที่มีอิทธิพลในการขนส่งสินค้ากับองค์กร คือ เส้นทางการบินและตารางเวลา ขนาดของสินค้า อัตราค่าขนส่งของสินค้า สำหรับปัจจัยด้านองค์กรพบว่าลูกค้ำยังไม่แน่ใจในการจัดส่งสินค้าและการจัดหาพื้นที่จัดวางสินค้า แต่ลูกค้ำพอใจในการดำเนินการให้บริการ การดูแลสินค้า รวมทั้งมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในชื่อเสียงและระยะเวลาการดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งผู้วิจัยได้ศึกษาถึงกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อนำมาปรับและประยุกต์ใช้ในองค์กรเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

**วรินทร์ วงศ์มณี (2549: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า การดำเนินการค้าขายของประเทศไทยมีต้นทุนในการจัดส่งสินค้าค่อนข้างสูงกว่าในประเทศที่พัฒนาแล้ว ส่งผลให้หน่วยงานต่างๆ หนทางเพื่อลดต้นทุนสินค้าและบริการและเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน การจัดการโลจิสติกส์จึงเข้ามามีบทบาทเนื่องจากสามารถสร้างอรรถประโยชน์ด้านสถานที่และเวลาให้แก่ธุรกิจ โดยรัฐบาลไทยเห็นความสำคัญในการปรับตัวของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกจึงมี “ยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ” และสนับสนุนพัฒนาโครงการ “สี่แยกอินโดจีน” ตามความร่วมมือของอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนล่าง (GMS: Greater Mekong Sub-region) เสนอโดย ธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชีย (Asian Development Bank: ADB) ทำให้เกิดโครงการพัฒนาเส้นทางเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor) และตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor) ซึ่งสำคัญต่อการเชื่อมเศรษฐกิจ 6 ประเทศเข้าด้วยกัน คือ กัมพูชา จีน ลาว พม่า เวียดนาม และไทย เส้นทางเศรษฐกิจทั้งสองตัดกันที่จังหวัดพิษณุโลกดังรูปที่ 1(ก) กลุ่มภาคเหนือตอนล่างและจังหวัดพิษณุโลกจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของ

ประเทศโดยกำหนดให้จังหวัดพิษณุโลกเป็นเมืองศูนย์กลางบริการที่แยกอินโดจีนแห่งเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยว โดยมีโครงการพัฒนาโครงข่ายการคมนาคมของกลุ่มจังหวัดให้จังหวัดพิษณุโลกเป็นศูนย์กลางการคมนาคม โดยจะสร้างถนนมาตรฐาน 4 ช่องจราจรจากจังหวัดพิษณุโลกไปถึงชายแดนเพื่อเชื่อมต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้านและสร้างทางรถไฟรางคู่จากจังหวัดพิษณุโลก-ลพบุรี เพื่อให้การขนส่งสินค้ามีความคล่องตัวไม่ต้องสับหลักรางและปรับปรุงสนามบินพิษณุโลกเป็นสนามบินนานาชาติ

**เบญจมาศ นาคนิกร (2550: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า เมื่อประเทศไทยขยายบทบาทของตนเองในฐานะศูนย์กลางการขนส่งของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากขึ้นระบบโครงสร้างการคมนาคมขนส่งของประเทศก็จำเป็นต้องปรับตัวพัฒนาตามด้วยความสอดคล้องกัน ระบบการขนส่งสินค้าที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในการลำเลียงและกระจายสินค้าก็คงหลีกเลี่ยงไม่พ้นระบบการขนส่งโดยระบบการขนส่งโดยรถเทรลเลอร์ เมื่อ

ปริมาณลูกค้าขององค์กรเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ปริมาณงานที่บริษัทเพิ่มสูงขึ้นตามมา ส่งผลให้องค์กรต้องมีการใช้รถอย่างเต็มประสิทธิภาพ การบริหารจัดการรถเทรลเลอร์ที่มีอยู่ในหน่วยงานต้องมีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะนำรถมาหมุนเวียนได้อย่างรวดเร็วและเต็มศักยภาพ จากการวิเคราะห์พบว่า การใช้งานของรถภายในบริษัทไม่เต็มประสิทธิภาพ ทำให้รายได้ในภาพรวมของบริษัทลดลงอย่างต่อเนื่องไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ มีการจัดเส้นทางและตารางการปล่อยรถไม่มีความสัมพันธ์กัน อาจทำให้รถต้องสูญเสียวเวลาในการรอตตามโรงงานหรือลานตู้มีการศึกษาพบว่า จั๊บบเวลาทั้งหมดตั้งแต่ต้นกระบวนการถึงปลาย เวลาทำงานจริงอาจไม่ถึง 50% อีกครั้งคือการเสียวเวลาในการรอ ซึ่งเป็นสาเหตุให้ต้นทุนของบริษัทสูงขึ้น แทนที่จะนำรถมาใช้วิ่งงานระยะทางไกลๆ ก่อน เพื่อเป็นการหมุนเวียนรถให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและเป็นการสร้างรายได้ให้แก่บริษัทด้วย

**วิลาสินี รัตนะรัต (2550: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า การศึกษากลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารการขนส่งสินค้ากรณีศึกษาบริษัท เค เอเจนซี เวิลด์ เอ็กเพรส (ประเทศไทย) จำกัด ทางผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาที่ทำให้การขนส่งมีความล่าช้า จัดส่งสินค้าไม่ทันตามเที่ยวบินที่ได้จองระวางไว้ พบว่าสาเหตุหลักที่ 1 เกิดจากแผนขนส่ง โดยมีสาเหตุรองคือการที่องค์กรมีรถขนส่งไม่เพียงพอ รถสินค้าไม่ทันตามกำหนดเวลา แจ้งรับสินค้ากะทันหัน สาเหตุหลักที่ 2 เกิดจากบริษัทลูกค้าเอง โดยสาเหตุรองลูกค้าแจ้งว่าปัญหาที่เกิดขึ้น เกิดจากมีการแจ้งรับสินค้ากะทันหัน แจ้งรับสินค้าไม่ถูกต้อง สาเหตุหลักที่ 3 เกิดจากสายการบิน โดยสาเหตุรองพบว่าองค์กรจัดส่งสินค้าไม่ทันเที่ยวบิน ไม่มีการแจ้งยกเลิกจองพื้นที่ที่จองไว้ และสาเหตุ

หลักที่ 4 คือปัจจัยภายใน โดยมีสาเหตุรองคือ พนักงานบริการลูกค้าไม่มีการแจ้งรับสินค้าล่าช้า แก่ลูกค้า พนักงานบริการลูกค้าไม่ได้แจ้งรับสินค้าแก่ลูกค้า งานศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนากระบวนการและขั้นตอนการจัดส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนากระบวนการในการสร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้า และเพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้กับทางเลือกที่สนใจ เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ข้อมูลที่นำมาใช้ประเมินทางเลือกในการแก้ปัญหาจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถาม 3 กรณีโดยกรณีแรก สอบถามบริษัทลูกค้าที่ใช้บริการกับองค์กร กรณีที่สองสอบถามพนักงานแผนกขนส่งขององค์กร และกรณีที่สามสอบถามสายการบินที่องค์กร ผู้ศึกษาได้หาแนวทางแก้ไขปัญหา 2 ทางเลือกคือการเลือกกลยุทธ์การจัดจ้างบริษัทภายนอกโดยให้มาดำเนินการบริหารจัดการขนส่งสินค้าควบคู่กับการดำเนินการขององค์กร และกลยุทธ์การติดตั้งระบบ Intranet ในองค์กร ผู้ศึกษาพบว่าทางเลือกใช้กลยุทธ์ทั้ง 2 ควบคู่กันเป็นทางเลือกที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้แก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจได้

**ดวงใจ เทพสุวรรณ ( 2550: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้เป็นการศึกษาเพื่อแก้ไขปัญหาในองค์กรที่มีต้นทุนการจัดส่งเอกสารสูงซึ่งมีผลต่อการแข่งขันในตลาด จากการศึกษาและเก็บข้อมูลพบว่าสาเหตุมาจากกระบวนการจัดการเส้นทางการส่งเอกสารต้องแบกรับการวิ่งรถเที่ยวเปล่า ดังนั้นผู้วิจัยจึงสร้างแบบจำลองใหม่ของระบบการจัดส่งเอกสารที่สามารถลดต้นทุนการดำเนินงานของการส่งเอกสารของบริษัทลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันท่วงที สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืนแบบจำลองใหม่ที่สร้างขึ้นสามารถลดต้นทุนได้อย่างน้อย 50 % แต่ระยะเวลาในการจัดส่งเพิ่มขึ้นเป็น 400% ซึ่งเป็นผลมาจาก ต้องทำการจัดเรียงและคัดแยกเอกสารก่อนทำการจัดส่ง แต่ระยะเวลาดังกล่าวที่เพิ่มขึ้นลูกค้า 85 % สามารถยอมรับได้ แต่ต้องเป็นเอกสารที่เวลาไม่เป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณา เช่น การส่งสัญญาการจัดส่งสินค้า ( Bill of lading, Air waybill) วางใบชำระหนี้ ( Billing)

**กมลกานต์ คุ่มญาติ (2550: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า การศึกษากลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าประเภทธุรกิจการขนส่งสินค้าโดยเรือ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นเอส โอน์ เป็นการศึกษาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าทางทะเล ปัญหา คือ สินค้าที่ลูกค้าขนส่งกับบริษัทเกิดความเสียหาย ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจและขาดความมั่นใจในการใช้บริการ วัตถุประสงค์ คือ ศึกษาสาเหตุของปัญหาที่ทำให้สินค้าเกิดความเสียหาย เพื่อนำมากำหนดแนวทางและวิธีการแก้ไขปัญหา เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่ง และสร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้กับลูกค้า จากการศึกษา สาเหตุที่ทำให้สินค้าเกิดความเสียหายคือ สภาพตู้คอนเทนเนอร์ และการบรรจุสินค้า เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า บริษัทต้องมี

การบริหารจัดการตู้ให้เพียงพอและเหมาะสมกับสินค้าของลูกค้า และการบรรจุสินค้าควรมีความระมัดระวังเพิ่มมากขึ้น ผู้จัดทำได้เสนอ 3 แนวทางเลือก คือ 1. การบริหารจัดการตู้สินค้าที่มีอยู่ในสต็อกให้เพียงพอ 2. การสั่งนำเข้าตู้สินค้าจากบริษัทแม่ 3. การเช่าตู้เปล่าจากบริษัทอื่น ในแต่ละทางเลือก เมื่อทำการเปรียบเทียบค่าใช้จ่าย การเช่าตู้เปล่าจากบริษัทอื่น เหมาะกับลูกค้าที่ต้องการส่งสินค้าไปยังสถานที่ปลายทางที่มีระยะเวลาขนส่งไม่ไกลนัก ส่วนการบริหารจัดการตู้สินค้าที่มีอยู่ในสต็อกโดยการย้ายลานกับการสั่งนำเข้าตู้สินค้าจากบริษัทแม่ เหมาะกับลูกค้าที่ต้องการส่งสินค้าไปยังสถานที่ปลายทางที่มีระยะเวลาขนส่งไกล เมื่อนำแนวทางมาแก้ไข สามารถประหยัดเงินที่ถูกเรียกเคลมไปได้ 30,228,564 บาท และทำการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า สาเหตุที่ทำให้สินค้าเสียหายมีผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจ การทำการวิจัยเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้า โดยหาวิธีการป้องกันและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อลดจำนวนสินค้าที่เกิดความเสียหาย เป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและลดค่าใช้จ่ายในการเรียกร้องชดเชยสินค้าที่เสียหายให้กับบริษัทได้

**ปวิวัฒน์ ศุภประเสริฐ (2550: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า จากปัญหาราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อให้ต้นทุนการขนส่งสูงขึ้น ซึ่งในกรณีศึกษาบริษัท คำส่งน้ำมันเครื่องจำกัด ก็ประสบปัญหาเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทกำหนดเส้นทางการขนส่ง และจากการบรรทุกสินค้าเกินความจำเป็น ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาแนวทางและกลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการด้านการขนส่งในอนาคต จากการศึกษาพบว่าการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ในการวางแผนเส้นทางการขนส่งที่ดีที่สุด โดยสามารถกำหนดเส้นทางการขนส่งที่สั้นที่สุด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถลดต้นทุนน้ำมันได้ 4.91% ของค่าน้ำมันรวมต่อปี คิดเป็นมูลค่า 51,704.00 บาทต่อปี ส่วนการพยากรณ์ปริมาณสินค้าที่บรรทุกให้เหมาะสมกับปริมาณการสั่งซื้อ สามารถลดต้นทุนน้ำมันได้ 11.84% ของค่าน้ำมันรวมต่อปี คิดเป็นมูลค่า 124,762.44 บาทต่อปี และเมื่อประยุกต์วิธีการทั้งสองเข้าด้วยกัน พบว่าสามารถลดต้นทุน ได้เป็นมูลค่าสูงถึง 176,383.00 บาทต่อปี ดังนั้นกลยุทธ์ในการวางแผนการขนส่งสินค้าที่เหมาะสมในกรณีนี้คือ ควรมีการวางแผนเส้นทางการขนส่งร่วมกับการวางแผนการบรรทุกสินค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการขนส่งและกระจายสินค้า

**อาภรณ์ โรจนวิสิษฐ์ ( 2550: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า การปรับปรุงระบบการขนส่งของศูนย์ขนส่งในภูมิภาค และศูนย์กระจายสินค้าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อหาสถานที่ในการตั้งศูนย์กระจายสินค้าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เหมาะสม และหาวิธีปรับปรุงระบบการขนส่งในภูมิภาคเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นจากการศึกษา เขตการตลาดที่ 3 มียอดจำหน่ายสินค้าประเภทเบียร์จำนวน 10,883,658 กลอง/ปีคิดเป็น 39% ของยอดจำหน่ายภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าบริษัทฯ มีปัญหาเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าไม่ทันตามความต้องการ

ของลูกค้า เนื่องจากรถบรรทุกสินค้าของศูนย์ขนส่งมีจำนวน 150 คัน ซึ่งไม่เพียงพอต่อการขนส่งสินค้ากรณีศึกษาได้นำเสนอการตั้งศูนย์กระจายสินค้า ซึ่งจากเดิมบริษัท มีค่าใช้จ่าย 4,449,216 บาท/ปี เมื่อได้ทำการศึกษาโดยการนำวิธีการประเมินปัจจัย (Factor Rating Method) มาใช้ในการตัดสินใจเลือกทำเลและสถานที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้า ทำให้มีค่าใช้จ่ายลดลง 3,123,216 บาท/ปี คิดเป็น 13% ของค่าใช้จ่ายในการเช่าคลังสินค้า และในเรื่องการปรับปรุงระบบการขนส่ง ซึ่งจากการศึกษาพบว่า การตั้งศูนย์กระจายสินค้าเพียงแห่งเดียว และการลดระยะทางในการขนส่งสินค้า ทำให้สามารถลดระยะเวลาในการขนส่งสินค้าไปยังเขตการตลาดที่ 3 ได้ลงถึง 11 ชั่วโมง 21 นาที และมีอัตราการหมุนเวียนของรถบรรทุกเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 5 รอบ/สัปดาห์ จึงทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าของศูนย์ขนส่งจังหวัดกำแพงเพชรให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

**อนรรฆ โภภณปาณิก (2551: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า การศึกษาและกำหนดกลยุทธ์ในด้านการลดต้นทุนและระยะเวลาการขนส่งของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด (กรณีศึกษาการขนส่งสิ่งของส่งทางไปรษณีย์ ระหว่างศูนย์ไปรษณีย์หลักสี่กับศูนย์ไปรษณีย์ศรีราชา) ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจในรูปของบริษัทจำกัด ซึ่งดำเนินการด้านสาธารณูปการ ในการให้บริการจัดส่งเอกสาร สิ่งของทั้งภายในและระหว่างประเทศ ผลการวิเคราะห์ปัญหาจากต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นจะมีสาเหตุหลักมาจากราคาค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก การใช้รถยนต์ขนส่งไม่มีประสิทธิภาพ และมีขั้นตอนในการทำงานหลายขั้นตอน ดังนั้น บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จึงควรหาแนวทาง ในการแก้ไขปัญหา ซึ่งเป็นสาเหตุจากภายใน คือ การใช้รถยนต์ขนส่งไม่มีประสิทธิภาพ และการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน ซึ่งผู้ทำการศึกษาได้หาแนวทางแก้ไขปัญญามา 5 แนวทางโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองปัญหา การวิเคราะห์ด้านต้นทุน และการใช้กลยุทธ์สำหรับการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และกลยุทธ์ในการจัดการยานพาหนะ ทั้งนี้ ลักษณะการแก้ไขปัญหาจะเป็นในลักษณะใช้หลายวิธีผสมผสานกัน แบ่งการแก้ไขปัญหาออกเป็น 2 ระยะคือ ระยะสั้นใช้แนวทางแก้ไขปัญหาด้านต้นทุนการขนส่งโดยการใช้ผู้รับจ้างภายนอก (Outsourcing) พบว่าสามารถประหยัดกว่าการขนส่งด้วยรถยนต์ของบริษัทฯ เอง และจะเป็นประโยชน์ค่อนข้างมากในการควบคุมการขนส่ง และความแน่นอนในการขนส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ และใช้แนวทางด้านการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ส่วนการแก้ไขปัญหาในระยะยาวนั้นจะมีการใช้กลยุทธ์การจัดการยานพาหนะ (Fleet Management) โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการขนส่ง และกลยุทธ์ในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อขยายบริการของบริษัทฯ ให้นำเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับแก่ผู้ใช้บริการ สำหรับการจัดซื้อรถยนต์ขนส่งใหม่นั้นไม่ใช่แนวทางการแก้ไขที่ดีที่สุดเพราะ

จะทำให้บริษัทฯ ต้องเสียเงินในการซื้อรถยนต์ขนส่งใหม่ และเสียค่าขนส่งต่อปีอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาด้วยตนเองในครั้งนี้ที่ต้องการลดต้นทุนของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้ต่ำลง

**ศิรัชย์ เทียงราช (2551: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า โครงการอะกรีกเกต บริษัท คอนกรีต จำกัด มีต้นทุนการขนส่งวัสดุหิน ททราย สูง ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาลดลงและทำให้ผลกำไรของโครงการอะกรีกเกต บริษัท คอนกรีต จำกัด ลดลงจากการศึกษาเบื้องต้นของข้อมูลการขนส่งของโครงการอะกรีกเกต พบว่าโครงการฯ ใช้การขนส่งทางถนนทั้งหมด และโดยใช่จ้างผู้รับเหมาขนส่ง (Outsourcing) จากการวิเคราะห์ราคาขายโดยพิจารณาจาก ต้นทุนหินทราย ค่าบริหารจัดการ และค่าขนส่ง พบว่า ค่าขนส่งของการขนส่งวัสดุหิน ททราย คิดเป็นร้อยละ 60 ของราคาขายวัสดุหิน ททราย ทั้งนี้ค่าขนส่งจะเพิ่มขึ้นตามระยะทางจากแหล่งวัตถุดิบ อีกทั้งมีข้อจำกัดในด้านเวลาและเขตพื้นที่ห้ามรถบรรทุกขนส่งในการขนส่งสินค้าเข้าเขตกรุงเทพฯ จากข้อจำกัดและสัดส่วนค่าขนส่งดังกล่าวมีผลกับต้นทุนรวมของโครงการอะกรีกเกต อีกทั้งปัจจัยของราคาน้ำมันดีเซลที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลโดยตรงต่อค่าขนส่งที่จ่ายให้กับผู้รับเหมาขนส่งเนื่องจากมีสัญญาที่ชัดเจนในการปรับเพิ่มราคาค่าขนส่งตามราคาน้ำมันดีเซล การเพิ่มประสิทธิภาพรถบรรทุกขนส่งโดยจำลองสถานการณ์การจัดส่งผลปรากฏว่า เกิดจุดคอขวดตรงสถานีเครื่องชั่งน้ำหนักและได้เสนอให้มีเครื่องชั่งน้ำหนักเพิ่มอีก 1 เครื่อง ทำให้แก้ไขปัญหของกรณีนี้ได้ และได้ศึกษาประโยชน์และความคุ้มค่าในการลงทุนปรากฏว่าสามารถคืนทุนได้ในเวลา 7 เดือน

- การขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบโดยใช้รถบรรทุกขนส่งร่วมกับเรือลำเลียง

การขนส่งต่อเนื่องโดยใช้รถบรรทุกร่วมกับเรือลำเลียงทรายจากอู่ขยายขนขึ้นที่ท่าเรือ ช่างนนทรีและกระจายไปยังหน่วยผลิตคอนกรีต 6 หน่วยผลิตที่ตั้งอยู่กลางเมืองกรุงเทพฯ กรณีแรกได้ศึกษาการว่าจ้างผู้รับเหมาขนส่งในการให้บริการโดยเปรียบเทียบกับราคาทรายที่ซื้อขายในปัจจุบัน ผลการศึกษาพบว่าต้นทุนค่าขนส่งเท่ากับ 1 บาทต่อตันต่อกิโลเมตรและต้นทุนต่ำกว่าประมาณร้อยละ 10 ถึงร้อยละ 30 พบว่าประหยัดได้ปีละ 7 ล้านบาท อีกทั้งได้ส่งผลให้บริษัทคอนกรีตจำกัดประหยัดต้นทุนค่าวัสดุผลิตคอนกรีตคิดเป็นร้อยละ 2 ถึงร้อยละ 6 และผู้ศึกษาได้ศึกษาต่อถึงกรณีที่มีการลงทุนสร้างท่าเรือเพื่อรองรับกรณีที่ได้รับเหมา

ขนส่งรายเดิมไม่สามารถให้บริการได้หรือเพื่อรองรับปริมาณงานที่จะมีเพิ่มขึ้นในอนาคต ผลปรากฏว่ามีความคุ้มค่าในการลงทุนระยะเวลาคืนทุน 4.7 ปี

**ศรินทร์ ดัณฑลีลา (พ.ศ. 2551: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า ในโลกธุรกิจปัจจุบันการแข่งขันนั้นเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เพื่อความอยู่รอดและผลกำไร การค้นคว้าในครั้งนี้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งและบริการ โดยจะต้องหาแนวทางในการแก้ปัญหาและปรับปรุงประสิทธิภาพของการขนส่งและบริการ ซึ่งบริษัท AAทัวร์ เป็นผู้ประกอบการรถร่วม บริษัทขนส่งจำกัด โดยมีเส้นทางให้บริการในหลายเส้นทาง อาทิเช่น กรุงเทพฯ – เชียงใหม่ , กรุงเทพฯ – ขอนแก่น , กรุงเทพฯ – สุรินทร์ เป็นต้น ซึ่งในการค้นคว้าในครั้งนี้จะเป็นกรณีศึกษาในเส้นทางสายกรุงเทพฯ – ขอนแก่นโดยในการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสารที่เดินทางด้วยรถประจำทางระหว่างจังหวัด สาย 20 เส้นทาง กรุงเทพฯ – ขอนแก่น 2) เพื่อวางแผนพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารการจัดการ รถโดยสาร สาย 20 กรุงเทพฯ – ขอนแก่น 3) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันของบริษัทฯ ในสาย 20 กรุงเทพฯ – ขอนแก่นซึ่งการเดินทางในสายกรุงเทพฯ – ขอนแก่น ประสบปัญหาทำให้ผู้ค้นคว้า ยกประเด็น กรุงเทพฯ – ขอนแก่น ขึ้นมาเป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้เพื่อพัฒนาและปรับปรุงการเดินทางรถอย่างมีประสิทธิภาพและนำแนวทางในการศึกษาไปปรับใช้ในกรณีอื่นๆ ที่ใกล้เคียงต่อไป

**ธนิดา เจริญยิ่ง (2551: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง การศึกษา และกำหนดกลยุทธ์การตลาดต้นทุนการขนส่ง เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท พีเคเอส ทรานสปอร์ต จำกัด ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการขนส่ง เพื่อลดปัญหาต้นทุนด้านต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้น วัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ระบบต้นทุนการขนส่ง สาเหตุ และผลกระทบจากการมีต้นทุนสูง และเพื่อลดต้นทุน เพิ่มผลกำไรของบริษัท และช่วยในการกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขัน เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และเพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนมีทั้งปัจจัยภายใน คือขาดการศึกษาโครงสร้างด้านต้นทุน และปัจจัยภายนอก คืออัตราน้ำมันของตลาดโลก ผู้ประกอบการรายย่อยที่เกิดขึ้นจำนวนมาก และปัจจัยต่าง ๆ ในการให้บริการ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษาโครงสร้างต้นทุนของบริษัท โดยเปรียบเทียบจากงบการเงินประจำปีตั้งแต่ปี 2547 ถึง 2549 โดยในช่วงปี 2548 ที่มีการเพิ่มขึ้นของอัตราน้ำมันพบว่า ต้นทุนที่เพิ่มขึ้น คือต้นทุนการบริการ และต้นทุนการบริหาร ซึ่งกลยุทธ์ที่บริษัทนำมาใช้คือ กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน ( Cost Leadership ) โดยแนวทางที่เลือกใช้คือ การคำนวณต้นทุนช่วยในการวางแผนดำเนินงาน และการจัดการด้านน้ำมัน คือการทำสัญญาทำให้เกิดการลดต้นทุนการสั่งซื้อ การสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน ช่วยให้บริษัทสามารถตรวจสอบการทำงาน และลดต้นทุนด้านน้ำมัน เพื่อช่วยให้องค์กรดำเนินงานอย่างเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

**หทัยรัตน์ ชูแสงนิล (2551: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า จากการศึกษาค้นคว้าเรื่องการปรับปรุงประสิทธิภาพการขนส่งเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน กรณีศึกษาบริษัท ซัพพลาย เทรดิง ประเทศไทย จำกัด บริษัท ฯ ดำเนินธุรกิจเทรดดิ้งสินค้าประเภทเม็ดพลาสติกเคมีภัณฑ์ บริษัท ฯ ประสบปัญหาเรื่องต้นทุนด้านการขนส่งสูง ดังนั้นผู้ศึกษาจึงศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาวิธีการปรับปรุงระบบขนส่ง โดยการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Study) ศึกษาค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของบริษัท วิธีการดำเนินงานการจัดส่งสินค้า ศึกษาค่าใช้จ่ายด้านค่าขนส่งสินค้าศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อวัตถุดิบผ่านบริษัทเทรดดิ้ง ( Trading ) จากการทำแบบสอบถามเพื่อสอบถามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Study) เป็นการศึกษาข้อมูลภาวะเศรษฐกิจในประเทศ จากบทความ และสิ่งตีพิมพ์ที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาปัญหาและสาเหตุที่ทำให้ต้นทุนด้านการขนส่งเพิ่มสูงขึ้น การศึกษาพบว่าพบว่าค่าใช้จ่ายการขนส่งที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากกระบวนการทำงานที่พนักงานดูแลลูกค้าขาดการประสานงานในการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า และคลังสินค้าจัดส่งสินค้าไม่เต็มความสามารถในการขนส่งของรถแต่ละชนิด ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเปลี่ยนระบบการจัดการจัดการขนส่งโดยให้มีพนักงานเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมและวางแผนการจัดส่งสินค้าและแจ้งไปยังคลังสินค้าล่วงหน้า 1 สัปดาห์ เพื่อเตรียมการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า จุดมุ่งหมายหลักคือให้สินค้าถึงลูกค้า โดยใช้ต้นทุนที่น้อยที่สุดจากการศึกษาพบว่าจากการรวมส่งสินค้าทำให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการขนส่งค่าใช้จ่ายการขนส่งลดลง จากการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ ด้านค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายการขนส่งและการบริหารการขนส่ง สอบถามปัจจัยที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการผ่านบริษัทเทรดดิ้ง การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิด้านการวิเคราะห์อุตสาหกรรมเพื่อการตัดสินใจเลือกแนวทางการแก้ไขปัญหา โดยพิจารณาจากข้อดี ข้อเสีย และจากการ จึงเลือกกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน โดยทางบริษัทฯ ปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งเพื่อลดต้นทุนด้านการดำเนินงาน ซึ่งค่าขนส่งเป็นค่าใช้จ่ายหลักของบริษัท ฯ โดยประมาณร้อยละ 40 ซึ่งจากการลดค่าใช้จ่ายการดำเนินงานทำให้บริษัทสามารถนำเงินไปลงทุนเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพด้านอื่น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้นบริษัทฯ จึงมีศักยภาพในการแข่งขันที่สูงและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้



**สุดาพร ลิ้มปีพิทักษ์เกษม (2551: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า การศึกษาการลดต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์ของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเทรตดิ้ง กรณีศึกษา บริษัท NN เทรตดิ้ง มีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารทางด้านโลจิสติกส์ โดยทำการศึกษาและวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์ของบริษัทฯ พบว่าค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งสินค้าจากคลังสินค้าไปยังลูกค้าสูงขึ้นทุกปี ดังนั้นจึงทำการวิเคราะห์หาสาเหตุถึงปัญหาเพื่อนำมาหาแนวทางปรับปรุงและแก้ไขต่อไป ผลการศึกษาก่อนและหลังการปรับปรุงระบบการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า ก่อนการปรับปรุงมีค่าใช้จ่ายการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า 65,571,196 บาทต่อปี คิดเป็นสัดส่วน 1.74 และหลังการปรับปรุง โดยการทำการจัดเส้นทางขนส่งจากคลังสินค้าไปยังลูกค้า การจัดการเส้นทาง การเดินทางโดยใช้รถ 6 ล้อรวมการขนส่งสินค้าให้เป็นแบบเต็มคัน แทนการใช้รถ 4 ล้อวิ่งหลายเที่ยว ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายลงได้ 4,794,504 บาทต่อปี และ การลดค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสินค้าโดยการย้ายสินค้าไปยังคลังสินค้าที่เหมาะสมกว่า ทำโดยการย้ายสินค้าจากคลังสินค้า BSC ไปยังคลังสินค้า SNT1 เพื่อสะดวกต่อการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าที่อยู่ในจังหวัดระยอง และทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายลงได้ 547,272 บาทต่อจากแนวทางการแก้ไขปัญหาทั้งสอง เพื่อลดค่าใช้จ่ายการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า โดยบริษัทฯ ได้ตัดสินใจเลือก โดยนำเอาทั้งสองแนวทางมาเป็นแนวทางแก้ไขร่วมกัน โดยทั้งสองแนวทางนี้สามารถลดค่าใช้จ่ายรวมลงได้ 5,341,776 บาทต่อปี เป็นผลทำให้ค่าใช้จ่ายทางด้านโลจิสติกส์โดยรวมลดลงได้ ทำให้มีค่าใช้จ่ายการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้าลดลงเหลือ 60,229,420 บาทต่อปี คิดเป็นสัดส่วน 1.69 ดังนั้นการลดค่าใช้จ่ายหลังการปรับปรุงได้ถึง 1.69

**อภิรักษ์ รักวัฒนศิริกุล (2551: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า จากภาวะวิกฤตการณ์ทางด้านราคาน้ำมันแพงในปัจจุบัน ส่งผลให้ผู้ประกอบการด้านการขนส่งสินค้าได้รับผลกระทบกับต้นทุนที่สูงขึ้น ทำให้ลูกค้าได้รับผลกระทบกับราคาค่าบริการที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ดังนั้น ลูกค้าจะเลือกใช้บริการกับผู้ประกอบการที่มีราคาถูกและมีประสิทธิภาพที่ดีที่สุด เมื่อราคาขนส่งขึ้นอยู่กับต้นทุนราคาน้ำมันทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถแข่งขันกันด้านราคาได้มากนัก จึงหันมาแข่งขันกันด้านคุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้า การพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของแต่ละองค์กรให้ดีขึ้นเหนือกว่าคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีที่สุด การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับองค์กร ของบริษัท CTM TRANSPORT จำกัด และหาแนวทางแก้ไข กลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับองค์กร เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน สร้างผลกำไรให้กับบริษัท และทำการศึกษาเพื่อ

กำหนดตัวชี้วัด ประสิทธิภาพมาทำ การประเมินประสิทธิภาพของ องค์กร เพื่อให้เกิดการพัฒนา อย่างยั่งยืน จากการศึกษาพบว่าปัญหาที่เกิดจากการร้องเรียนของลูกค้าคือ การเสียโอกาสทางธุรกิจคือการไม่สามารถให้ บริการแก่ลูกค้าได้อันเนื่องมาจากบริษัทมีรถไม่เพียงพอ ให้บริการ หรือการว่าจ้างนอกพื้นที่บริการ ทำให้สูญเสียรายได้ และสูญเสียลูกค้า ปัญหา สินค้าเสียหาย สินค้าสูญหาย เอกสารคืนลูกค้าล่าช้า และปัญหา รับส่งสินค้าล่าช้า ปัญหาทั้งหมดนี้ ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้น และส่งผลกระทบต่อกำไรของบริษัท จึงได้หาแนวทางในการ แก้ปัญหาที่เกิดขึ้น โดยใช้กลยุทธ์ การจัดการตารางเดินรถ (Fleet Scheduling Management) กลยุทธ์การจัดจ้างจากภายนอก (Outsourcing) การจัดทำใบตรวจสภาพรถประจำวัน และการ ฝึกอบรมแก่พนักงานในองค์กร

**พัชรี สมหวัง (2551: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า จากการแข่งขันในด้านการขนส่งที่เพิ่มขึ้น การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัญหาและการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท Sakura Logistics (Thailand) จำกัด โดย การศึกษาครั้งนี้ได้ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาที่เกิดจากต้นทุนค่าขนส่งสินค้าเนื่องจากการบริการการจัดดำเนินการขนส่งไม่มีประสิทธิภาพขาดการบริการการเดินทางจึงทำให้ต้นทุนการขนส่งนั้นสูงขึ้นซึ่งในการเศรษฐกิจในปัจจุบันราคาน้ำมันสูงขึ้นส่งผลให้ราคาค่าขนส่งแปรผันตามระยะทางสูงขึ้น ดังนั้นการบริการขนส่งสินค้าจึงมีการปรับราคาค่าขนส่งขึ้นตามไปด้วย ส่งผลให้ต้นทุนค่าขนส่งสูงขึ้น การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อแก้ไข ปัญหาลดต้นทุนค่าขนส่งสินค้าและหาแนวทางในการสร้าง Transport Network ของบริษัทให้ มากขึ้นและเป็นการสร้างความปลอดภัยให้กับลูกค้า ปัญหาด้านการให้บริการและการใช้ รถบรรทุกไม่มีประสิทธิภาพของบริษัทเอง ยังส่งผลให้บริษัท ๙ มีค่าขนส่งที่สูงขึ้นอีกด้วย ผล จากการศึกษาบริษัท มีต้นทุนค่าขนส่งที่สูงขึ้น ทุกๆ ปี แต่หากบริษัทใช้การขนส่งโดยใช้บริการ Outsource มีต้นทุนที่ต่ำ และหากบริษัทนำรถที่มีอยู่ทั้งหมดออก กจำหน่ายแล้วใช้บริการ Outsource ทั้งหมด ทำให้บริษัทสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายด้าน Initial Cost, Operating Cost, Running Cost ได้และทำให้ ผลกำไรของบริษัทเพิ่มขึ้น ส่วนเงินที่จำหน่ายได้นั้นนำมาลงทุน ด้านเทคโนโลยีในการบริหารจัดการ Outsource เป็นต้น การศึกษาถึงสาเหตุดังกล่าว จึงมุ่ง เพื่อให้เป็นพื้นฐานและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและแนวทางด้านการลดต้นทุนในการขนส่ง สินค้าซึ่งสามารถพัฒนาต่อไปให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นในอนาคต เพื่อเพิ่มศักยภาพในการ แข่งขันขององค์กรของประเทศต่อไป

**วันเพ็ญ ก้องพรหม (2551: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า ในก ารผลิตสินค้าประเภทนมผง สำหรับเด็กเพื่อจัดจำหน่าย ปัจจุบันมีมูลค่าการจำหน่ายสินค้ามากกว่า 10,000 ล้านบาท ทำให้มีการแข่งขันในการรักษากลุ่มลูกค้าที่มีอยู่และพยายามขยายกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีอยู่ ดังนั้นกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้านมผงสำหรับเด็กจึงมีการใช้เงินลงทุนในการโฆษณาอย่างมาก เพื่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น แต่ในปัจจุบันนี้นอกจากจะพบกับสภาพ การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในการทำธุรกิจประเภทเดียวกันแล้วนั้น บริษัทจะต้องเผชิญกับปัญหา ต้นทุนสินค้าที่ได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นในอีกด้านหนึ่งเช่นกัน ดังนั้นจึงเป็นสิ่ง ที่ทำให้บริษัทจำเป็นต้องให้ความสนใจในด้านการลดต้นทุนที่เกี่ยวข้องในทุกขั้นตอนการทำงาน ของบริษัท เช่นการลดต้นทุนการขนส่งสินค้า การลดต้นทุนการผลิตสินค้าการรักษากลุ่มลูกค้า เพื่อให้บริษัทคงอยู่ได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวต่อไปในอนาคต

**อุบล แม่หย่า (2551: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า จัดทำขึ้นมาเพื่อหาสาเหตุของปัญหา แนวทางในการแก้ไขปัญหาและการเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าในรูปแบบตู้สินค้าคอน เทนเนอร์ โดยจะใช้กรณีศึกษาบริษัท บริษัทเพิ่มผลทรานสปอร์ต จำกัด ซึ่งปัญหาที่ศึกษานี้ เกิดขึ้นจากการไม่สามารถขนส่งสินค้าให้ได้ตามความต้องการของลูกค้ากำหนด ปัญหาดังกล่าว ส่งผลให้บริษัทสูญเสียรายได้และลดความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อบริษัท จากผลการศึกษา พบว่าเวลาในการขนส่งสินค้ายังไม่มีการจัดการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จากการศึกษา มี แนวทางแก้ปัญหาโดยการการจัดสรรพนักงานใหม่ โดยการเพิ่มพนักงานขับรถบรรทุกจากเดิมที่มี 1 คนต่อคัน เพิ่มเป็นจำนวน 2 คนต่อคัน โดยพนักงานขับรถบรรทุกคันที่ 2,4,6,8 โดยการ จัดระบบใหม่ส่งผลให้การขนส่งสินค้าจากเดิมสามารถขนส่งสินค้าได้เพียง 144 ตู้คอนเทนเนอร์ ต่อเดือน เพิ่มเป็น 160 ตู้ต่อคอนเทนเนอร์เดือน คิดเป็นเปอร์เซ็นต์เพิ่มขึ้น 11.11%และเพิ่ม ประสิทธิภาพให้กับขั้นตอนการขนส่งสินค้าโดยจัดให้มีการเปลี่ยนเส้นทางในการขนส่งสินค้า

**กฤษมา แจ็งล้อม (2551: บทคัดย่อ)** กล่าวว่า จากการที่บริษัทดีเค เทรดดิ้ง(ประเทศไทย) จำกัด มีต้นทุนสินค้าที่สูงมาก ทำให้ขาดความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งรายหลักที่อยู่ใน ประเทศจีน ดังนั้นบริษัทจึงจำเป็นต้องทำการวางแผนและจัดหากลยุทธ์เพื่อลดต้นทุนสินค้า ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการลดต้นทุนสินค้า และกำหนดกลยุทธ์ใน การลดต้นทุนการสินค้า จากผลการศึกษาพบว่าสาเหตุที่ทำให้เกิดต้นทุนสินค้าสูงมาจากหลาย ปัจจัย ได้แก่ ต้นทุนวัตถุดิบ ต้นทุนกระบวนการผลิต ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ ต้นทุนค่าขนส่ง และ

ต้นทุนการบริหาร(อื่นๆ) ทั้งนี้มีเพียงต้นทุนค่าขนส่งเท่านั้นที่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดที่จะลดต้นทุนค่าขนส่ง สินค้า โดยการกำหนดรูปแบบการขนส่งแบบใหม่ ได้แก่ การพัฒนา Cluster โดยการรวมกลุ่ม Supplier ที่อยู่ในบริเวณเดียวกัน เพื่อประโยชน์ในการรับส่งสินค้า และดำเนินการ Outsource เพื่อไปรับสินค้าจาก Supplier เอง จากนั้นทำการจำลองเหตุการณ์ (Simulation) โดยใช้ AweSim เป็นเครื่องมือ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ว่ากลยุทธ์ในการลดต้นทุนการขนส่งจากการดำเนินการ Cluster และ Outsource ทำให้การบริหารการขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถลดต้นทุนค่าขนส่งได้ร้อยละ 37

**วรหุช ทองธรรมสกุล (2550:บทคัดย่อ)** ในปัจจุบันสภาวการณ์แวดล้อมที่เกี่ยวกับโลจิสติกส์ขององค์กรนั้นค่อนข้างมีความจำกัดดังนั้นการลดต้นทุนและการเพิ่มประสิทธิภาพงานด้านโลจิสติกส์ โดยเฉพาะระบบการขนส่งจึงเป็นโจทย์ของการบริหารจัดการที่สำคัญขององค์กร ซึ่งการบริหารจัดการที่มีอยู่ในสภาพความเป็นจริงแล้ว องค์กรเองอาจไม่สามารถบริหารจัดการระบบการขนส่งขององค์กรได้อย่างถูกต้องตรงเป้าประสงค์ที่แท้จริงภายในต้นทุนที่ต่ำที่สุด ซึ่งหากต้องการให้มีการบริหารจัดการงานด้านระบบขนส่งขององค์กรให้ตรงตามความประสงค์โดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดแล้ว ก่อนอื่นต้องศึกษาให้ได้ว่ากิจกรรมและต้นทุนด้านการขนส่งขององค์กรมีองค์ประกอบอะไรบ้าง มีลักษณะอย่างไรและเท่าใดงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงแนวทางในการลดค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกิดจากการใช้รถยนต์ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย อันเนื่องมาจากปัจจัยทั้งภายใน และภายนอก รวมถึงศึกษาแนวทางการใช้รถยนต์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการแม้ว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการให้บริการรถของมหาวิทยาลัยเองนั้นโดยรวมแล้วถูกกว่าการใช้บริการรถเช่าจากบริษัทเดินรถเอกชน แต่จากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นพบว่า มหาวิทยาลัยมีแนวโน้มค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการให้บริการรถยนต์สูงขึ้น อันเนื่องมาจากราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นประกอบกับการบริหารจัดการ การมีพนักงานขับรถไม่สอดคล้องกับจำนวนรถยนต์ที่มีอยู่ และส่วนหนึ่งมีการใช้บริการรถเช่าซึ่งในระยะยาวทำให้มีค่าใช้จ่ายสูง รวมถึงการจอดเสียของรถเป็นเวลานานทำให้เกิดการใช้รถที่ไม่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังขาดมาตรฐานในการดูแลรักษาและมาตรฐานในการให้บริการทั้งนี้ ลักษณะการแก้ไขปัญหาจะเป็นในลักษณะใช้หลายวิธีผสมผสานกัน แบ่งการแก้ไขปัญหาออกเป็น 2 ระยะคือ ระยะสั้นใช้แนวทางแก้ไขปัญหาด้านต้นทุนการขนส่งโดยการใช้ผู้รับจ้างภายนอก (Outsourcing) ผลการวิจัยพบว่าแนวทางในการแก้ไขปัญหาคือระยะสั้นใช้วิธีลดค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้รถที่ไม่มีประสิทธิภาพโดยการจำหน่ายรถคันดังกล่าว ซึ่งจะ

สามารถลดค่าใช้จ่ายได้ถึง 170,000 บาทต่อปี และเพิ่มประสิทธิภาพให้รถที่มีอยู่โดยการเพิ่มจำนวนพนักงานขับรถให้สอดคล้องกับจำนวนรถที่เหลืออยู่เพื่อทดแทนการใช้บริการรถเช่าจากบริษัทเดินรถเอกชนที่มีค่าใช้จ่ายสูง จะทำให้ประสิทธิภาพในการใช้รถตู้และรถบัสของมหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้นร้อยละ 28 และร้อยละ 4 ตามลำดับ ซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายได้ประมาณ 1,439,336 บาทต่อปี สำหรับการใช้รถตู้ และ 230,550 บาทต่อปี สำหรับการใช้รถบัส และให้มีการเริ่มใช้การบำรุงรักษาทีละแบบทุกคนมีส่วนร่วม จัดทำระเบียบวิธีปฏิบัติในการสร้างมาตรฐานงานบำรุงรักษาพร้อมกันนี้ให้มีการลงทุนติดตั้งอุปกรณ์เอ็นจีวีเพื่อเปลี่ยนมาใช้ก๊าซเอ็นจีวีแทนเชื้อเพลิงที่ใช้อยู่เดิมซึ่งมีช่วงเวลาของการคืนทุนเพียง 1-2 ปี ระยะเวลาให้มีการลงทุนซื้อรถบัสเพื่อเพิ่มความต้องการใช้บริการรถยนต์ที่ปัจจุบันยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการและสร้างมาตรฐานการให้บริการพร้อมทั้งควบคุมให้เป็นไปตามมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ และปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการรถควบคู่ไปกับการศึกษาความเป็นไปได้ของการใช้แนวคิดในการวางแผนการใช้รถแบบ "เส้นทางเดียวกันไปด้วยกัน" พบว่าสามารถประหยัดกว่าการขนส่งด้วยรถยนต์ของบริษัทฯ เอง และจะเป็นประโยชน์ค่อนข้างมากในการควบคุมการขนส่ง และความแน่นอนในการขนส่งสิ่งของทางไปรษณีย์ และใช้แนวทางด้านการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ส่วนการแก้ไขปัญหานั้นจะระยะยาวนั้นจะมีการใช้กลยุทธ์การจัดการยานพาหนะ (Fleet Management) โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการขนส่ง และกลยุทธ์ในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อขยายบริการของบริษัทฯ ให้นำเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับแก่ผู้ใช้บริการ สำหรับการจัดซื้อรถยนต์ขนส่งใหม่นั้นไม่ใช่แนวทางการแก้ไขที่ดีเพราะจะทำให้บริษัทฯ ต้องเสียเงินในการซื้อรถยนต์ขนส่งใหม่ และเสียค่าขนส่งต่อปีอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาด้วยตนเอง ในครั้งนี้ที่ต้องการลดต้นทุนของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ให้ต่ำลง

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษาและผลการศึกษา

การศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหา เรื่อง การลดข้อร้องเรียนของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครโดยทำการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก เพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครและวางกลยุทธ์ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน จึงดำเนินการออกแบบวิธีวิจัย ดังนี้

#### 3.1 ระเบียบวิธีการศึกษา

- 1 ศึกษาถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
- 2 ศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ
- 3 จัดเส้นทางท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและยังทำการเปรียบเทียบถึงความคุ้มค่าของแพคเกจที่กองการท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์จัดทำขึ้น
- 4 สร้างกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

#### 3.2 การเก็บข้อมูล

##### 3.2.1 การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

การจัดเส้นทางท่องเที่ยวไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลกระทบต่อรายได้เข้ามาในประเทศลดลง ดังตารางเปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวกับสินค้าส่งออกที่สำคัญเปรียบเทียบจากปี พ.ศ. 2549 - 2552

ตารางที่ 3-1 เปรียบเทียบรายได้อาจจากการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้าส่งออกที่สำคัญ

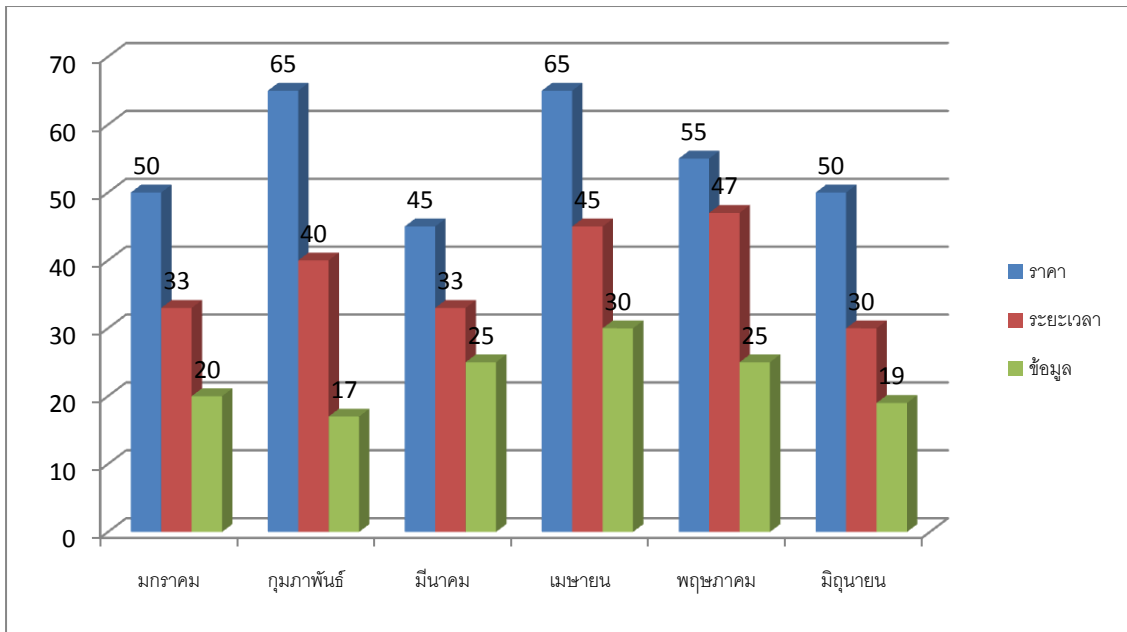
2552/2009	(ล้าน บาท)	2551/2008	(ล้าน บาท)	2550/2007	(ล้าน บาท)	2549/2006
<b>Tourism**</b>	<b>510,255</b>	<b>Tourism**</b>	<b>574,521</b>	<b>Tourism*</b>	<b>547,782</b>	Computer & Part
Computer & Part	483,227	Computer & Part	548,477	Computer & Part	540,116	<b>Tourism*</b>
Electrical Appliances	363,285	Electrical Appliances	395,133	Electrical Appliances	389,438	Electrical Appliances
Pearl, Precious Stone and Jewelry	333,677	Vehicles & Parts	323,152	Integrated Circuit & Part	290,342	Integrated Circuit & Part
Vehicles & Parts	255,908	Petroleum Products	316,333	Vehicles & Parts	265,281	Plastic Raisin and Products
Base Metal Products	252,286	Base Metal Products	283,985	Plastic Raisin and Products	260,928	Vehicles & Parts
Plastic Raisin and Products	232,298	Pearl, Precious Stone and Jewelry	274,051	Base Metal Products	259,583	Base Metal Products
Petroleum Products	226,760	Plastic Raisin and Products	271,590	Rubber	194,338	Textile Products
Integrated Circuit & Part	219,509	Integrated Circuit & Part	237,973	Petroleum Products	193,768	Rubber
Rice	172,208	Rubber	223,628	Textile Products	193,537	Petroleum Products

ตารางที่3-2 จะแสดงถึงผลได้ทางเศรษฐกิจของรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ปี	GDP* (ล้านบาท) (at Current Prices)	จำนวนนักท่องเที่ยว		รายได้จากการท่องเที่ยว			สัดส่วนของ ท่องเที่ยว ชาว ต่างประเทศ (%)
		ชาวต่างประเทศ (คน)	คนไทย (คน-ครั้ง)	ชาวต่างประเทศ (ล้านบาท)	คนไทย (ล้านบาท)	รวม (ล้านบาท)	
2546	5,917,369	10,004,453	69,356,898	309,269	289,987	599,256	5.23
2547	6,489,476	11,650,703	74,795,188	384,360	317,225	701,584	5.92
2548	7,092,893	11,516,936	79,531,222	367,380	334,717	702,097	5.18
2549	7,850,193	13,821,802	81,490,200	482,319	365,276	847,595	6.14
2550	8,529,836	14,464,228	83,234,780	547,782	380,417	928,199	6.42
2551	9,075,493 (p)	14,584,220	84,280,000	574,521	388,200 (T)	962,721	6.33
2552	9,050,715 (p)	14,149,841	87,060,000	510,255	407,600 (T)	917,855	5.64

จากการเก็บข้อมูลการสอบถามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทำให้เราได้ทราบว่า นักท่องเที่ยวมักพบปัญหาเกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 3 คำถามหลักๆ คือ ด้านราคา ด้านระยะเวลาการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ด้านข้อมูลของสถานที่ที่ถูกต้อง

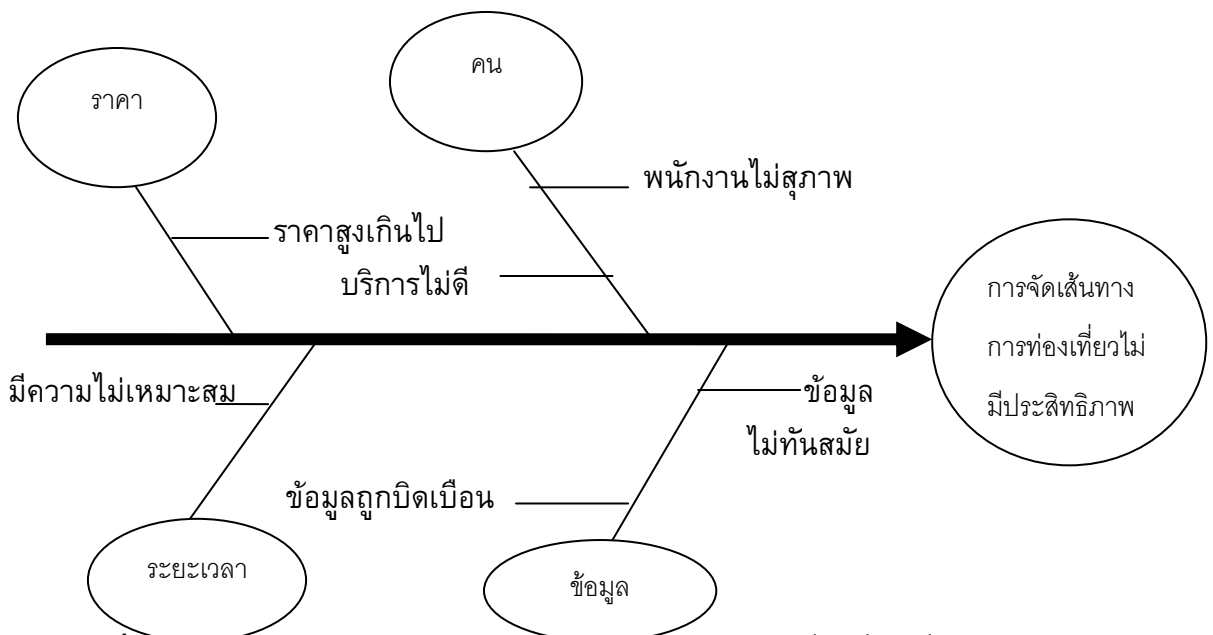




แผนภูมิที่ 3.1 แผนภูมิแสดงสถิตินักท่องเที่ยวที่มาใช้สอบถามถึงปัญหาต่างๆที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกรุงเทพมหานคร

3.2.2 การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

การวิเคราะห์ของสาเหตุปัญหาด้วยก้างปลา (Fish Bone Diagram)



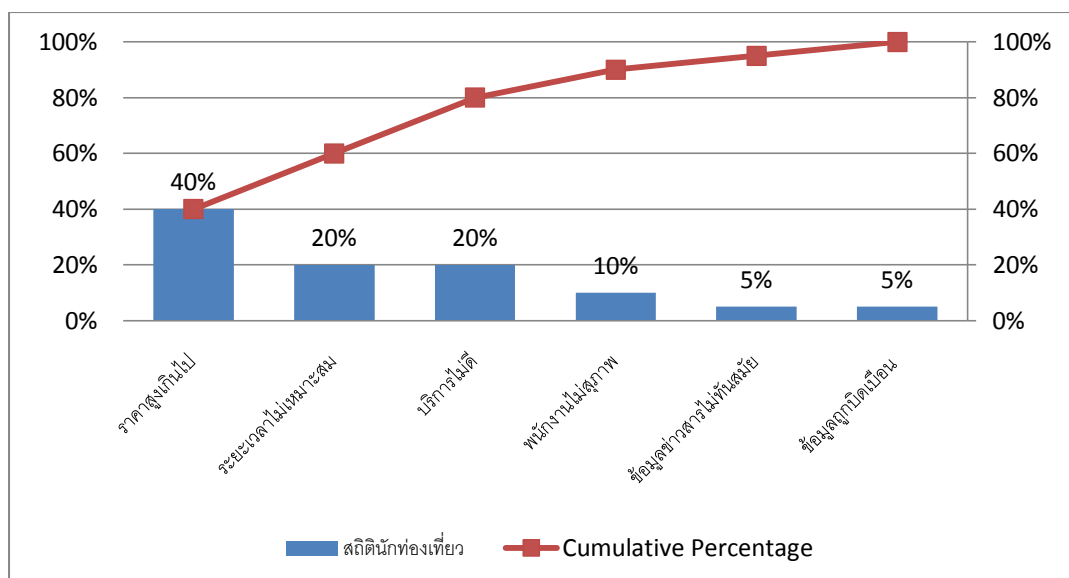
แผนภูมิที่ 3.2 แผนภูมิก้างปลา แสดงสาเหตุของปัญหาของนักท่องเที่ยวที่มาเกี่ยวข้องในกรุงเทพมหานคร

### รายละเอียดสาเหตุของปัญหาการจัดเส้นทางท่องเที่ยวไม่มีประสิทธิภาพ

1. ราคาสูงเกินไป เนื่องจาก บริษัททัวร์ต่างๆ มักจะขึ้นราคาเพื่อให้เกิดกำไรกับองค์กร ซึ่งราคาที่ตั้งขึ้นมักให้กำไรกับองค์กรมากกว่า 50%
2. พนักงานไม่สุภาพและการบริการที่ไม่ดี เนื่องจาก
3. ระยะเวลาไม่เหมาะสม เนื่องจาก โปรแกรมทัวร์ส่วนใหญ่ที่จัดขึ้นเน้นการท่องเที่ยวในหลายๆที่ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอึดอัดมากไป และเกิดความเหนื่อยล้า
4. ข้อมูลไม่ทันสมัย เนื่องจาก มีหลายแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลแล้ว เช่น เวลาเปิด-ปิดการในการให้บริการ อัตราค่าเข้าชม ไม่มีการออกสื่อประชาสัมพันธ์บอกกล่าวกับบริษัททัวร์ต่างๆ
5. ข้อมูลถูกปิดเบือน เนื่องจาก มัคคุเทศก์บางคนไม่มีความรู้ในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ละเอียดพอ ทำให้มีการปิดเบือนข้อมูล

### การลำดับความสำคัญของปัญหาโดยวิธีการให้คะแนน

จากสาเหตุของปัญหาจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือแผนภูมิพาราเรโตที่แสดงถึงความสำคัญของปัญหาในแต่ละด้านซึ่งได้มีประเมินความสำคัญของปัญหาโดยการอ้างอิงจากสถิติที่นักท่องเที่ยวมาสอบถามในกองการท่องเที่ยว ดังนี้



แผนภูมิที่ 3.3 แผนภูมิพาราเรโต แสดงสาเหตุของปัญหาที่นักท่องเที่ยวมาสอบถามในกองการท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย Pareto Chart จากสาเหตุของปัญหาที่นักท่องเที่ยวมาสอบถามในกองการท่องเที่ยวพบว่า ปัญหาที่กองการท่องเที่ยวให้ความสำคัญที่สุด 2 อันดับแรก ได้แก่

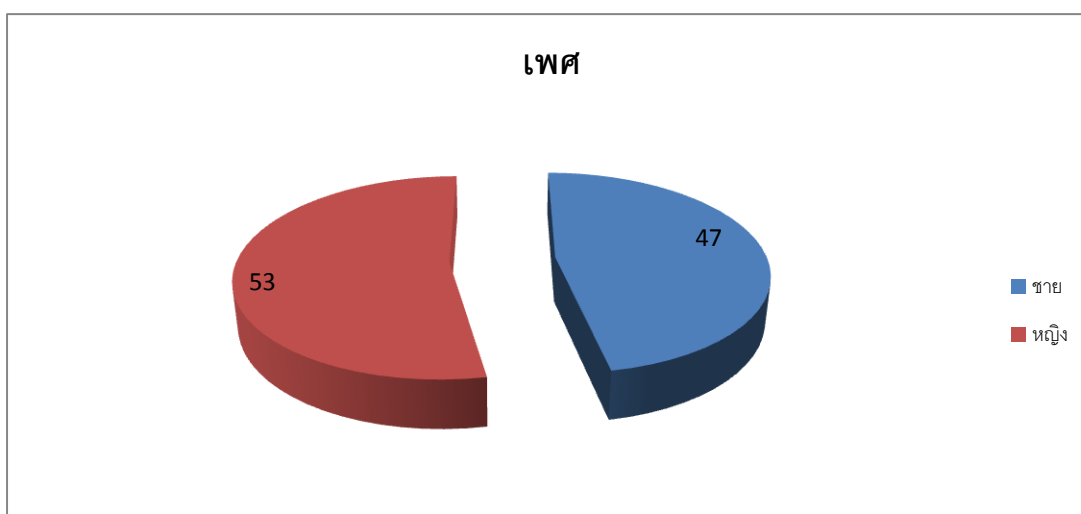
- ราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวสูงเกินไป คิดเป็น 40%
- ระยะเวลาของโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่เหมาะสม คิดเป็น 20%

ซึ่งทั้ง 2 สาเหตุดังกล่าว คิดเปอร์เซ็นต์รวม เท่ากับ 60.00 % จากสาเหตุทั้งหมด จึงได้เลือกทั้ง 2 สาเหตุดังกล่าว มาทำการวิเคราะห์และดำเนินการหาแนวทางแก้ไขต่อไป

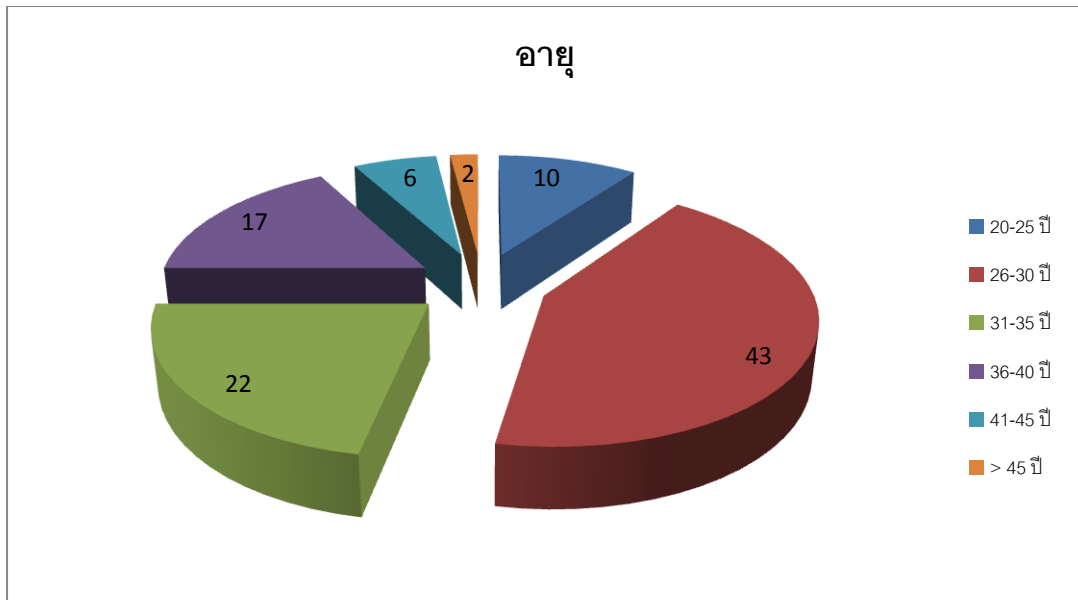
### 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวเพื่อสอบถามรูปแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ จำนวน 200 ชุด ซึ่งแบบข้อมูลที่จะเก็บ คือ ศึกษาด้านประชากรศาสตร์เพื่อทราบข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ,ระยะเวลาที่พักในกรุงเทพมหานคร , จำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวยินดีจ่ายในแต่ละวัน ,สถานที่เด่นๆที่นักท่องเที่ยวนึกถึงเมื่อมาถึงกรุงเทพ , สถานที่ที่นักท่องเที่ยวอยากเข้าชมมากที่สุด ,รูปแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ ซึ่งที่ได้ผลออกมาดังนี้

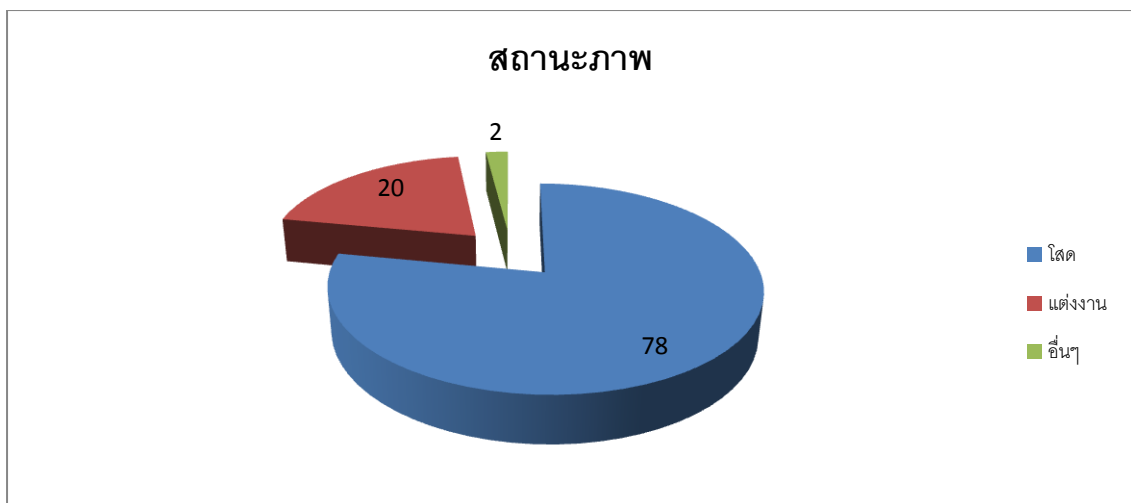
#### วิเคราะห์ส่วนที่ 1



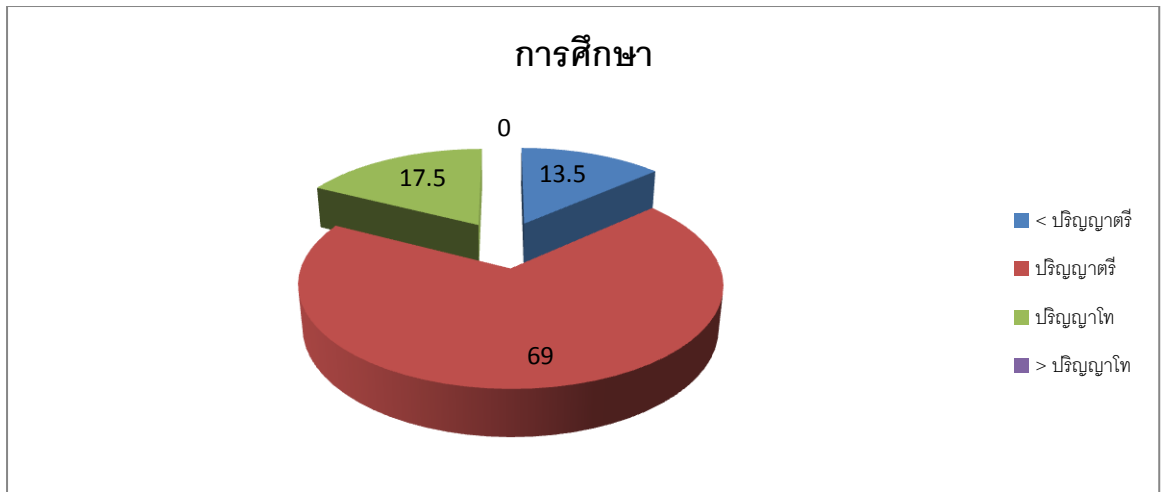
**แผนภูมิที่ 3.4** แผนภูมิวงกลม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวนถึงร้อยละ 53 และเพศชายร้อยละ 47



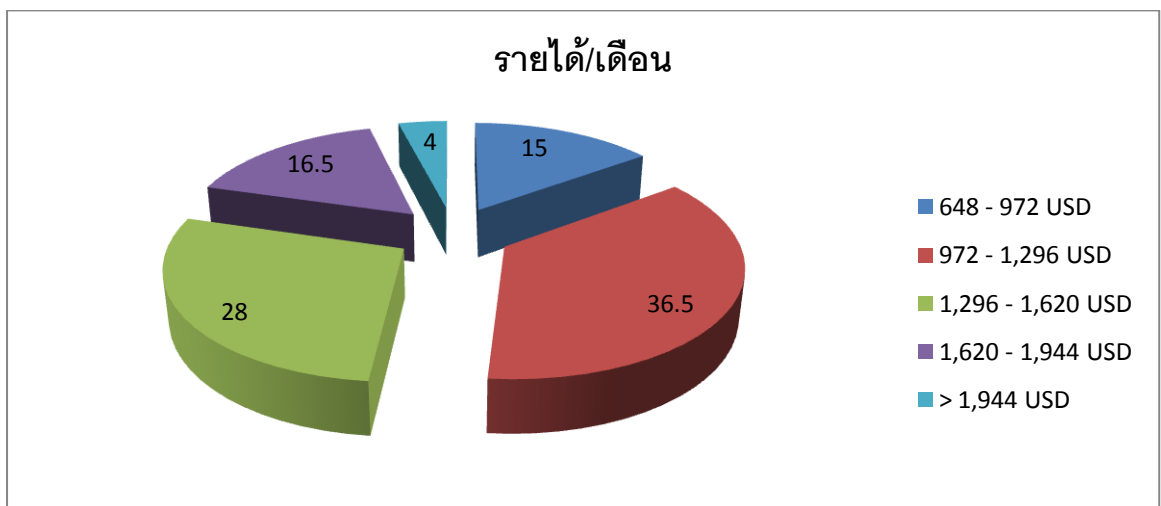
**แผนภูมิที่ 3.5** แผนภูมิมวงกลม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัย 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมาคือช่วงอายุ 31–35 ปี คิดเป็นร้อยละ 22



**แผนภูมิที่ 3.6** แผนภูมิมวงกลม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในสถานะโสด ถึงร้อยละ 78 และสถานะแต่งงานแล้วร้อยละ 20 และอื่นๆ เช่น หย่าร้าง อีกร้อยละ 2

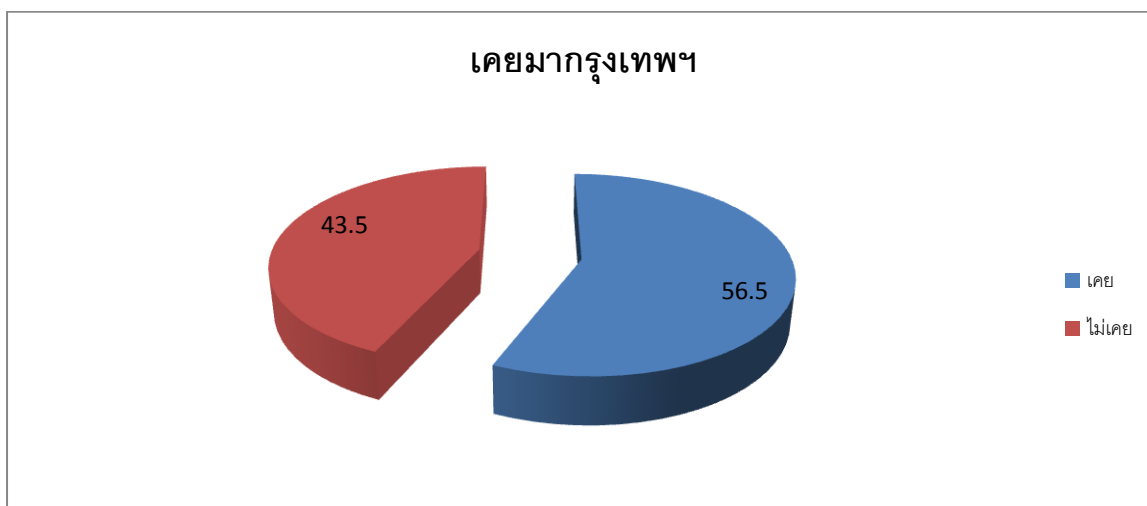


**แผนภูมิที่ 3.7** แผนภูมิมวงกลม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 69 รองลงมาคือระดับปริญญาโท ร้อยละ 17.5 และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 13.5



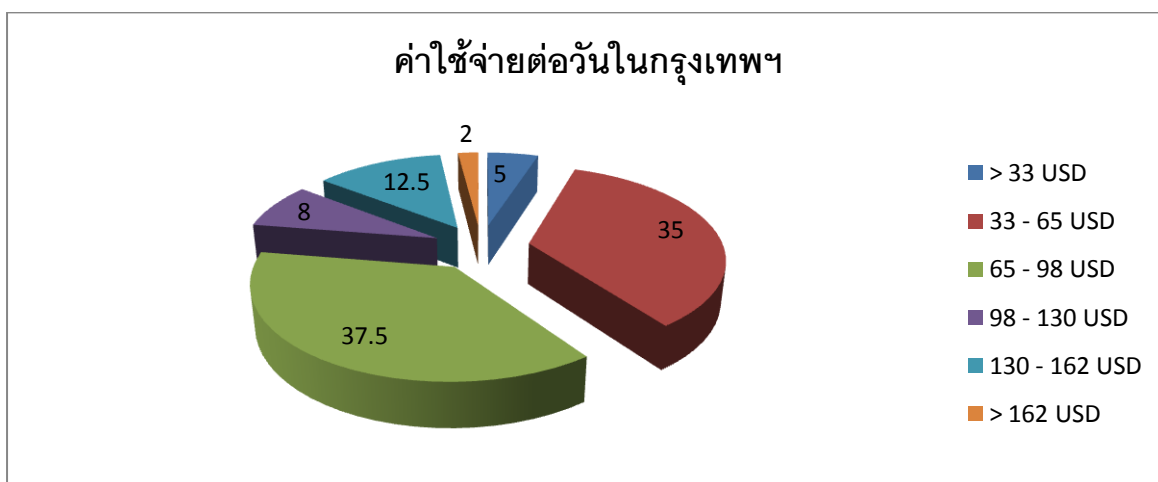
**แผนภูมิที่ 3.8** แผนภูมิมวงกลม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 972 – 1,296 USD คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือมีรายได้ที่อยู่ในช่วง 1,296 – 1,944 USD คิดเป็นร้อยละ 28

## ส่วนที่ 2

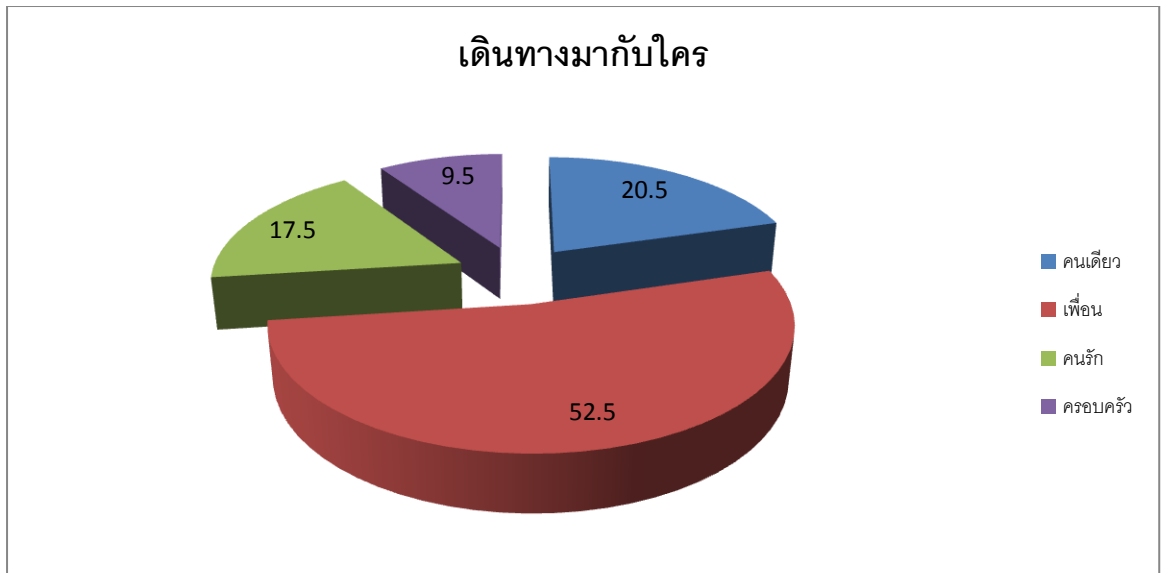


**แผนภูมิที่ 3.9** แผนภูมिवงกลม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยมากรุงเทพฯแล้ว คิดเป็นร้อยละ 56.5 และนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยกรุงเทพมหานครมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 43.5

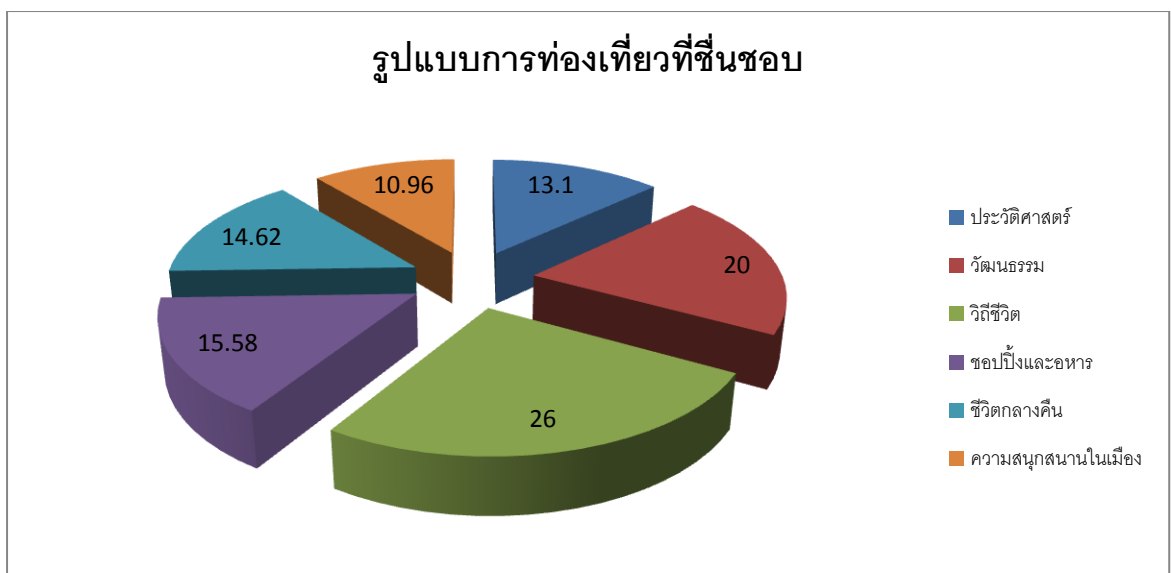
โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมาพักในกรุงเทพมหานคร ประมาณ 5 วัน



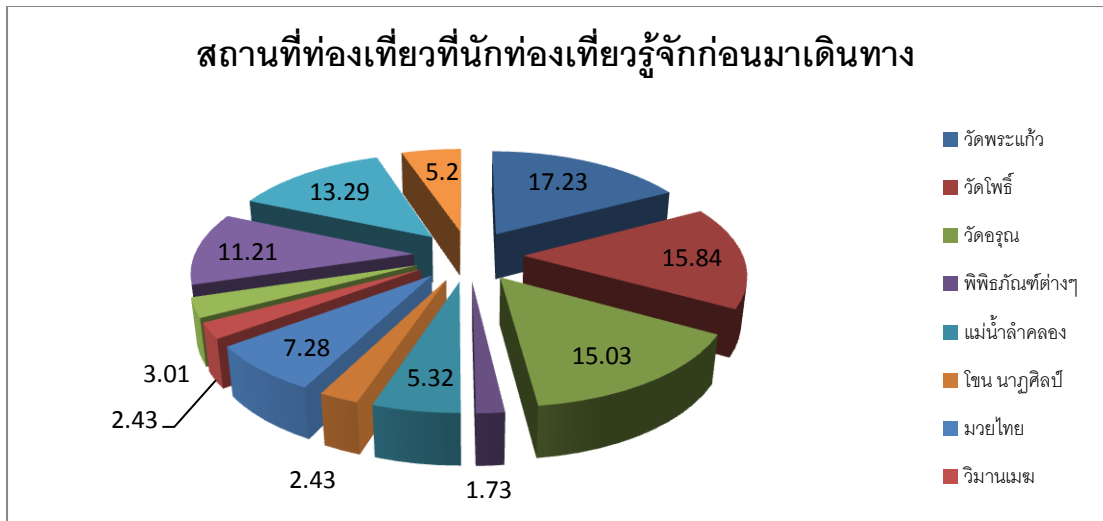
**แผนภูมิที่ 3.10** แผนภูมिवงกลม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการใช้จ่ายในเรื่องต่างๆในกรุงเทพมหานครประมาณ 65 – 98 USD คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาใช้จ่ายประมาณ 33 – 65 USD คิดเป็นร้อยละ 35



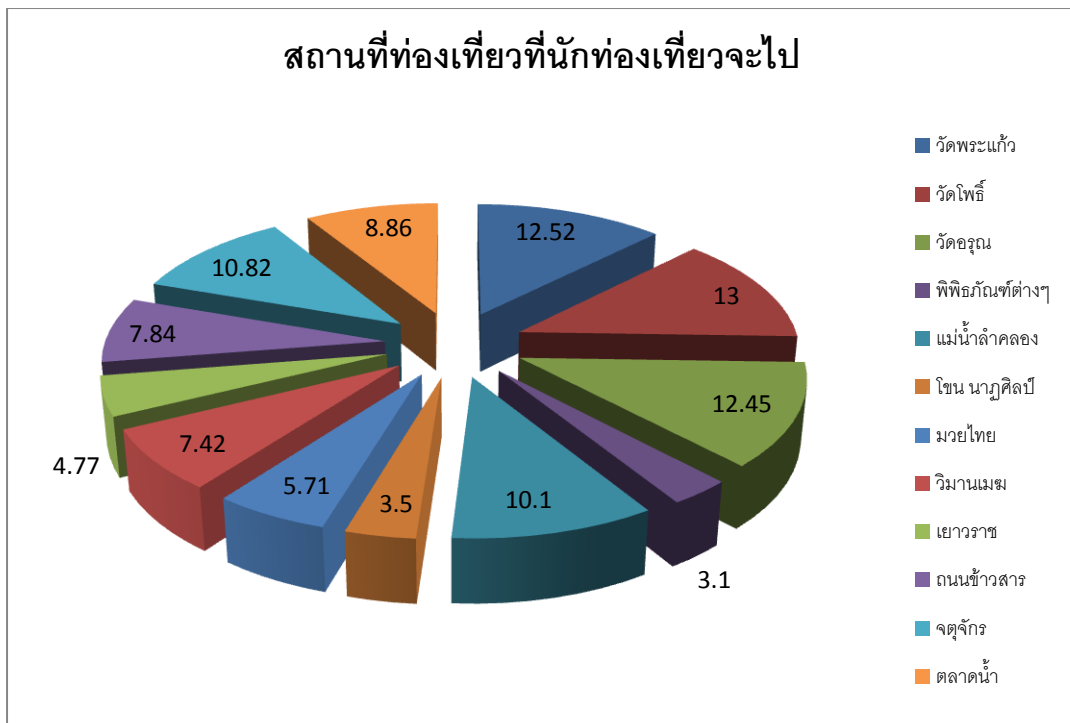
**แผนภูมิที่ 3.11** แผนภูมิมวงกลม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาคือคนที่มาคนเดียว ร้อยละ 20.5



**แผนภูมิที่ 3.12** แผนภูมิมวงกลม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื่นชอบวิถีชีวิตของคนกรุงเทพฯ ทั้งสังคมเมืองและวิถีชาวบ้าน คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมาคือวัฒนธรรมที่ดึงดูดใจของประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 20



**แผนภูมิที่ 3.13** แผนภูมิวงกลม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเด่นๆในกรุงเทพมหานคร คือ วัดพระแก้ว คิดเป็นร้อยละ 17.23 รองลงมาคือ วัดโพธิ์ คิดเป็นร้อยละ 15.84



**แผนภูมิที่ 3.14** แผนภูมิวงกลม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยากไปเยี่ยมชมวัดโพธิ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13 รองลงมาคือ วัดพระแก้ว คิดเป็นร้อยละ 12.52



จากผลของแบบสอบถามที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ทราบถึงกลุ่มตัวอย่างที่ทำการการตอบแบบสอบถามนั้น เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเอง เป็นกลุ่มที่มีอายุปานกลาง เพิ่งเรียนจบการศึกษา หรือกลุ่มที่เพิ่งทำงานทำให้มีรายได้ไม่สูงมากนัก ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการใช้จ่ายต่างๆในกรุงเทพมหานครที่ค่อนข้างจำกัด ส่วนใหญ่จะใช้การแชร์ค่าใช้จ่ายต่างๆกับกลุ่มเพื่อนที่มาด้วยกัน ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชอบนั้น คือ วิถีชีวิตของกรุงเทพฯทั้งคนกลุ่มสังคมเมือง และวิถีชีวิตริมคลอง ซึ่งมีวิถีชีวิตทั้ง 2 แบบนั้นมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดแต่สามารถอยู่รวมกันได้อย่างลงตัว และนอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังชอบความเป็นมิตรของคนไทยด้วย ถึงแม้ว่าคนไทยบางคนจะไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ แต่ก็ยังจะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวอย่างสุดความสามารถให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจอย่างมาก ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จักเป็นอย่างดีและอยากเข้าเยี่ยมชม คือ วัดพระแก้ว วัดโพธิ์ และวัดอรุณ

### 3.4 ผลการศึกษา



ภาพที่ 3-1 แผนที่กรุงเทพมหานคร

จากผลของแบบสอบถามทำให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แท้จริง ซึ่งเราสามารถจัดการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

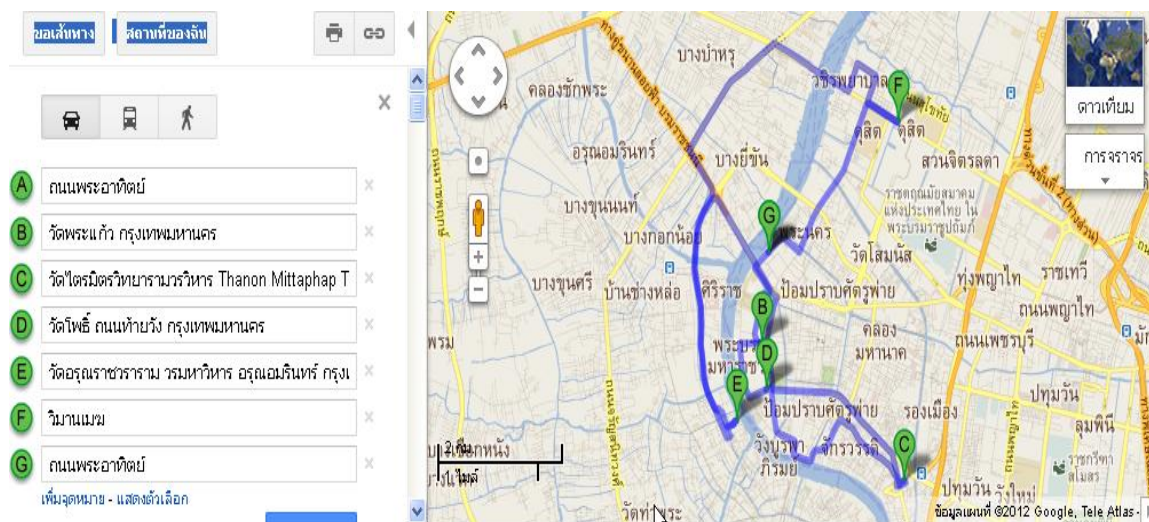
ต้นทุนค่าเข้าชม	บาท
- วัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง	400
- วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม	100
- วัดอรุณราชวรารามวรมหาวิหาร	100
- พระที่นั่งวิมานเมฆ	ฟรี (ค่าเข้าชมกับวัดพระแก้ว)
- ล่องเรือชมวิถีชีวิตริมคลองบางกอกน้อย	200
- ตลาดน้ำตลิ่งชัน	100
- มวยไทย	800
- ถนนข้าวสาร	100
- วัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร	100
- ตลาดนัดจตุจักร	100
- เขาวราช	100
ระยะเวลา	1 วัน
ความสะดวกสบาย	ความสะดวกของการเดินทางไปยังแต่ละสถานที่

### 3.5 แนวทางในการแก้ไขปัญหา

เปรียบเทียบเส้นทางของเดิมกับกองการท่องเที่ยว

โปรแกรมที่ 1 ก่อนการปรับปรุง

วัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง → วัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร → วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม → วัดอรุณราชวรารามวรมหาวิหาร → พระที่นั่งวิมานเมฆ



ภาพที่ 3-2 แสดงเส้นทางโปรแกรมการท่องเที่ยว โปรแกรมที่ 1 ก่อนการปรับปรุง

ตารางที่ 3-3 แสดงเส้นทางท่องเที่ยว ก่อนปรับปรุง

ลำดับ	เวลาเดินทาง	รายการ	เวลา/นาที	ระยะทาง/เมตร	หมายเหตุ
1	8.30-9.00	ลงทะเบียน	30		กกท
	9.00-9.15	เดินทาง	15	500	
2	9.16-11.00	วัดพระแก้ว+พระบรมมหาราชวัง	45		
	11.01-11.30	เดินทาง	10	3500	
3	11.31-12.30	วัดไตรมิตร	60		1 ชม.
	12.31-13.30	รับประทานอาหารกลางวัน	60		1 ชม.
	13.31-14.00	เดินทาง	60	3500	1 ชม.
4	14.01-15.00	วัดโพธิ์	60		1 ชม.
	15.01-15.30	เดินทาง	30	500	
5	15.31-16.30	วัดอรุณ	60		1 ชม.
	16.31-17.00	เดินทาง	30	8800	
6	17.01-18.00	วิมานเมฆ	60		1 ชม.
	18.01-19.00	เดินทาง	60	5600	1 ชม.
	19.01	ถึงกกท.			
		รวม	570 นาที	22,400 ม.	7 ชม.

ตารางที่ 3-4 ค่าต้นทุนต่างๆที่เกิดขึ้น

รายการแหล่งท่องเที่ยวเดิม	ค่าต้นทุนต่าง ๆ	ราคาต้นทุน (บาท)
แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	ค่าเข้าชมสถานที่ทั้งหมด	700
	ค่ารถ	4,000
	ค่าน้ำมัน	3,000
	ค่าคนขับรถ	500
	ค่าบำรุงรักษา	1,500
	ต้นทุน/ทริป	9,700

ระยะเวลาในการเดินทางของโปรแกรมนี้ คือ 570 นาที

ต้นทุนต่อคน /ทริป =  $9,700 / 40 = 243$  บาท

ซึ่งโปรแกรมที่ 1 ราคาขายหน้าร้านอยู่ที่ 2,100 บาท

จุดคุ้มทุน คือ การหาจำนวนนักท่องเที่ยวที่คุ้มทุนต่อการบริการต่อ 1 ทริป คือ

$$Q^* = \frac{TFC}{P - V} = 9,000 / 1,400 (2,100 - 700)$$

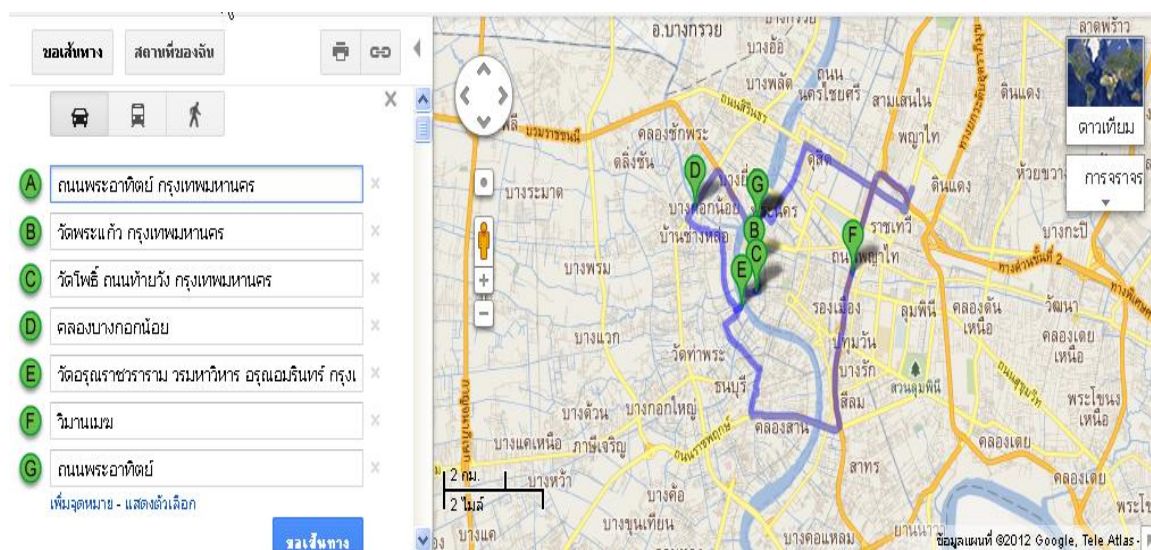
P-V

$$= 6.42 \text{ คน} \sim 7 \text{ คน}$$

### โปรแกรมที่ 1 หลังการปรับปรุง

จากโปรแกรมดังกล่าวมีรูปแบบกิจกรรมเพียงรูปแบบเดียวทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเบื่อหน่ายขึ้นทำให้กองการท่องเที่ยวได้จัดทำรูปแบบใหม่เกิดขึ้นที่มีความหลากหลาย ดังนี้

วัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง → วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม → ล่องเรือ  
ชมวิถีชีวิตริมคลองบางกอกน้อย → วัดอรุณราชวรารามวรมหาวิหาร → พระที่นั่งวิมานเมฆ



ภาพที่ 3-3 แสดงเส้นทางโปรแกรมการท่องเที่ยว โปรแกรมที่ 1 หลังการปรับปรุง

ตารางที่ 3-5 แสดงเส้นทางการท่องเที่ยว หลังปรับปรุง

ลำดับ	เวลา เดินทาง	รายการ	เวลา/นาที	ระยะทาง/ เมตร	หมายเหตุ
1	8.30-9.00	ลงทะเบียน	30		กกท
	9.00-9.15	เดินทาง	15	500	
2	9.16-11.00	วัดพระแก้ว+พระบรมมหาราชวัง	45		
	11.01-11.10	เดินทาง	10	900	
3	11.11-12.00	วัดโพธิ์	50		
	12.01-13.00	รับประทานอาหารกลางวัน	60		1 ชม.
4	13.01-14.00	ล่องเรือชมวิถีชีวิตริมคลอง	60		1 ชม.
	14.01-14.30	เดินทาง	30	100	
4	14.31-15.00	วัดอรุณ	30		
	15.01-15.30	เดินทาง	30	200	
5	15.31-16.30	วิมานเมฆ	30		
	16.31-17.30	เดินทาง	60	8800	1 ชม.
	17.31	ถึงกกท.			
		รวม	450 นาที	10,500 ม.	3ชม.

ตารางที่ 3-6 ค่าต้นทุนต่างๆที่เกิดขึ้น

รายการแหล่งท่องเที่ยวเดิม	ค่าต้นทุนต่าง ๆ	ราคาต้นทุน (บาท)
แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	ค่าเข้าชมสถานที่ทั้งหมด	800
	ค่ารถ	4,000
	ค่าน้ำมัน	2,500
	ค่าคนขับรถ	400
	ค่าบำรุงรักษา	1,000
	รวมต้นทุน / ทริป	8,700

ระยะเวลาในการเดินทางของโปรแกรมนี้ คือ 450 นาที

ต้นทุนต่อคน / ทริป =  $8,700 / 40 = 218$  บาท

ซึ่งโปรแกรมที่ 1 ราคาขายหน้าร้านอยู่ที่ 2,000 บาท

จุดคุ้มทุน คือ การหาจำนวนนักท่องเที่ยวที่คุ้มทุนต่อการบริการต่อ 1 ทริป คือ

$$Q^* = \frac{TFC}{P-V} = 7,900 / (2,000 - 800)$$

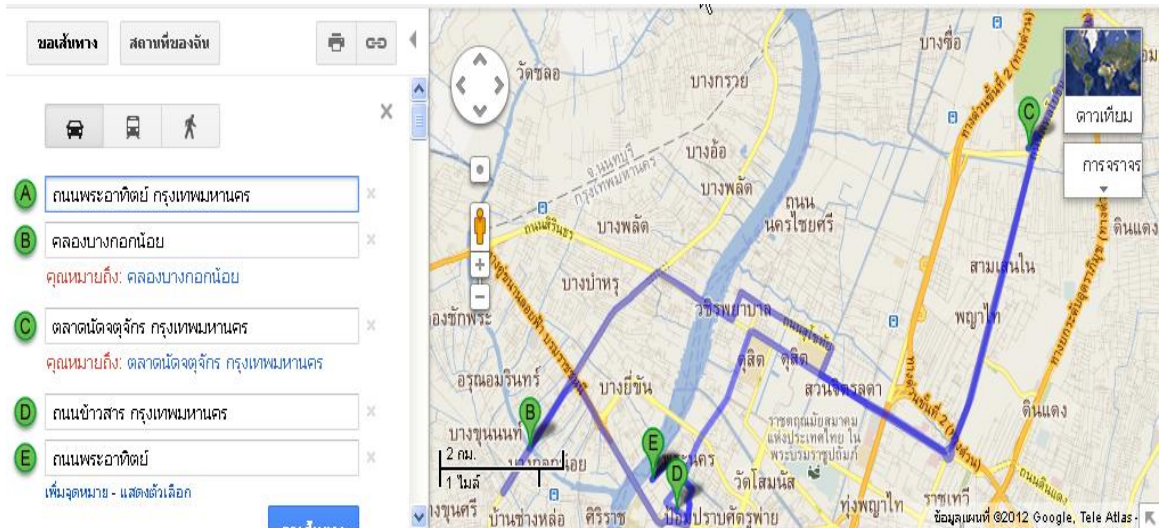
P-V

$$= 6.5 \text{ คน} \sim 7 \text{ คน}$$

จากการจัดเส้นทางดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาสามารถลดต้นทุนค่าน้ำมันได้ถึง 400 บาท สามารถลดระยะเวลาการเดินทางได้ถึง 120 นาที และยังทำให้นักท่องเที่ยวถึงกองการท่องเที่ยว ได้เร็วกว่าเดิมถึง 1.30 ชม. ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อนได้ยาวนานขึ้น โดยโปรแกรมที่จัดทำขึ้นนั้นมีต้นทุนต่อคนที่ 218 บาท/ทริป และโปรแกรมหาดังกล่าวจะต้องมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการตั้งแต่ 7 คนขึ้นไปถึงจะคุ้มทุน

## โปรแกรมที่ 2 ก่อนการปรับปรุง

ล่องเรือชมวิถีชีวิตริมคลองบางกอกน้อย → ตลาดนัดจตุจักร → ถนนข้าวสาร



ภาพที่ 3-4 แสดงเส้นทางโปรแกรมการท่องเที่ยว โปรแกรมที่ 2 ก่อนการปรับปรุง

ตารางที่ 3-7 แสดงเส้นทางการท่องเที่ยว ก่อนการปรับปรุง

ลำดับ	เวลา เดินทาง	รายการ	เวลา/นาที	ระยะทาง/ เมตร	หมายเหตุ
1	9.00-9.30	ลงทะเบียน	30		กกท
	9.31 – 10.00	เดินทาง	30	2100	
2	10.01-11.00	ล่องเรือชมวิถีชีวิตริมคลอง	60		1 ชม.
	11.01-12.00	เดินทาง	60	17500	1 ชม.
3	12.01-16.00	ตลาดนัดจตุจักร	280		4 ชม.
	16.01-17.00	เดินทาง	60	13900	1 ชม.
4	17.00-18.00	ถนนข้าวสาร	60		1 ชม.
	18.00-18.10	เดินทาง	10	1500	
	20.31	ถึงกกท.			
		รวม	480นาที	46,000 ม.	7 ชม.

ตารางที่ 3-8 ค่าต้นทุนต่างๆที่เกิดขึ้น

รายการแหล่งท่องเที่ยวเดิม	ค่าต้นทุนต่าง ๆ	ราคาต้นทุน (บาท)
แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	ค่าเข้าชมสถานที่ทั้งหมด	400
	ค่ารถ	4,000
	ค่าน้ำมัน	3,000
	ค่าคนขับรถ	400
	ค่าบำรุงรักษา	1,000
	รวมต้นทุน	8,800

ระยะเวลาในการเดินทางของโปรแกรมนี้ คือ 480 นาที

ต้นทุนต่อคน /ทริป = 8,800 / 40 = 220 บาท

ซึ่งโปรแกรมที่ 1 ราคาขายหน้าร้านอยู่ที่ 1,500บาท

จุดคุ้มทุน คือ การหาจำนวนนักท่องเที่ยวที่คุ้มทุนต่อการบริการต่อ 1 ทริป คือ

$$Q^* = \frac{TFC}{P-V} = 8,400 / (1,500 - 400)$$

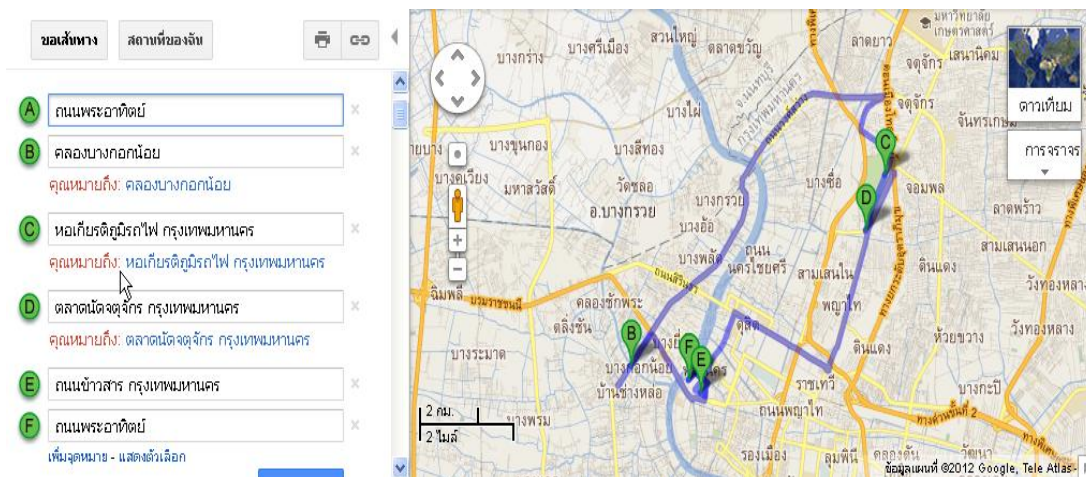
P-V

= 7.6 คน ~ 8 คน

### โปรแกรมที่ 2 หลังการปรับปรุง

เราได้ทำการเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวเข้าไปเพื่อเพิ่มความหลากหลายมากขึ้น

ล่องเรือชมวิถีชีวิตริมคลองบางกอกน้อย → หอเกียรติภูมิรถไฟ → ตลาดนัดจตุจักร → ถนนข้าวสาร





ภาพที่ 3-5 แสดงเส้นทางโปรแกรมการท่องเที่ยว โปรแกรมที่ 2 หลังการปรับปรุง  
 ตารางที่ 3-9 แสดงเส้นทางการท่องเที่ยว หลังการปรับปรุง

ลำดับ	เวลา เดินทาง	รายการ	เวลา/นาที	ระยะทาง/ เมตร	หมายเหตุ
1	9.00-9.30	ลงทะเบียน	30		กกท
	9.31 – 10.00	เดินทาง	30	2100	
2	10.01-11.00	ล่องเรือชมวิถีชีวิตริมคลอง	60		1 ชม.
	11.01-12.00	เดินทาง	60	17500	1 ชม.
3	12.01-13.00	หอเกียรติภูมิรถไฟ	60		1 ชม.
	13.01-15.00	ตลาดนัดจตุจักร	120		2 ชม.
	15.01-16.00	เดินทาง	60	13900	1 ชม.
4	16.01-17.00	ถนนข้าวสาร	60		1 ชม.
	17.01-17.10	เดินทาง	10	1500	
	17.10	ถึงกกท.			
		รวม	490นาที	46,000 ม.	7 ชม.

ตารางที่ 3-10 ค่าต้นทุนต่างๆที่เกิดขึ้น

รายการแหล่งท่องเที่ยวเดิม	ค่าต้นทุนต่าง ๆ	ราคาต้นทุน (บาท)
แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ	ค่าเข้าชมสถานที่ทั้งหมด	500
	ค่ารถ	4,000
	ค่าน้ำมัน	3,000
	ค่าคนขับรถ	400
	ค่าบำรุงรักษา	1,000
	รวมต้นทุน	8,900

ระยะเวลาในการเดินทางของโปรแกรมนี้ คือ 490 นาที

ต้นทุนต่อคน /ทริป =  $8,900 / 40 = 220$  บาท

ซึ่งโปรแกรมที่ 1 ราคาขายหน้าร้านอยู่ที่ 1,500บาท

จุดคุ้มทุน คือ การหาจำนวนนักท่องเที่ยวที่คุ้มทุนต่อการบริการต่อ 1 ทริป คือ

$$Q^* = \frac{TFC}{P - VC} = 8,400 / (1,500 - 500)$$

P-V

= 8.4 คน ~ 9 คน

จากการปรับเปลี่ยนเส้นทางดังกล่าวถึงแม้จะมีการใช้ระยะเวลาเพิ่มขึ้นถึง 10 นาที แต่นักท่องเที่ยวสามารถเพิ่มกิจกรรมในการท่องเที่ยวให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น แต่เวลาโดยรวมลดลงถึง 3 ชม. และจากการคำนวณทำให้ทราบว่าต้นทุนต่อคนต่อทริปของโปรแกรมที่ 2 หลังการปรับปรุง คือ 220 บาท และโปรแกรมดังกล่าวจะต้องมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการ ตั้งแต่ 9 คนขึ้นไปถึงจะคุ้มทุน

## บทที่ 4

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### 4.1 สรุปและอภิปรายผล

จากผลแบบสอบถามทำให้ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน พบว่าจากการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนมกราคม – มิถุนายน 2554 มีนักท่องเที่ยวมาสอบถามข้อมูลเรื่องราคา เฉลี่ยร้อยละ 55 ข้อมูลเรื่องระยะเวลา เฉลี่ยร้อยละ 38 และข้อมูลเรื่องข้อมูล ข่าวสารต่างๆของแต่ละสถานที่ เฉลี่ยร้อยละ 23 ซึ่งปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวนั้นทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่พึงพอใจและไม่อยากกลับมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครอีก จึงได้ทำการวิเคราะห์ถึงสาเหตุ ของปัญหาที่เกิดขึ้น โดยการใช้แบบสอบถามเพื่อทราบถึงรูปแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ และอยากมีส่วนร่วมขณะอยู่ที่กรุงเทพมหานคร

#### การวิเคราะห์สาเหตุ

การจากวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหา สาเหตุที่สำคัญ 2 ลำดับแรก คือ ราคาสูงเกินไป คิดเป็น 40% กับระยะเวลาไม่เหมาะสม คิดเป็น 20% รวมทั้ง 2 สาเหตุคิดเป็น 60% จึงได้เลือก แก้ไขใน 2 สาเหตุดังที่กล่าวไป

#### แนวทางการแก้ไข

หลังจากที่ได้ศึกษาถึงสาเหตุของปัญหาแล้ว จึงได้ทำการเสนอแนวทางการแก้ไข โดยมีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในรูปแบบใหม่ที่ต้องตามความต้องการของ ลูกค้าที่แท้จริง ซึ่งแพคเกจดังกล่าวจะมีการวิเคราะห์ถึงต้นทุน ระยะเวลาที่เหมาะสม ความหลากหลายของรูปแบบกิจกรรม ความสะดวกสบายในการเดินทางไปที่แต่ละสถานที่ และการประหยัดเรื่องระยะทางเพื่อให้เกิดความคุ้มค่ากับนักท่องเที่ยวมากที่สุด

#### ผลการดำเนินงาน

วิธีการศึกษา โดยเริ่มจากการศึกษารูปแบบกิจกรรมต่างๆที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ และศึกษาถึงสถานที่ที่นักท่องเที่ยวมากรุงเทพมหานครแล้วอยากเข้าไปเยี่ยมชม หลังจากนั้นจัดเส้นทางใหม่โดยหลังจากดำเนินแนวทางการแก้ไขดังที่กล่าวข้างต้นไปแล้ว ได้ทำการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบใหม่ขึ้น 2 โปรแกรม ซึ่งผลจากการจัดเส้นทางดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาสามารถลดต้นทุนน้ำมันได้ถึง 400 บาทสามารถลดระยะเวลาการเดินทางได้ถึง 120 นาที และยังทำให้นักท่องเที่ยวถึงกองการท่องเที่ยว ได้เร็วกว่าเดิมถึง 1.30 ชม. ทำให้นักท่องเที่ยว

สามารถพักผ่อนได้ยาวนานขึ้น โดยโปรแกรมที่จัดทำขึ้นนั้นมีต้นทุนต่อคนที่ 218 บาท/ทริป และโปรแกรมดังกล่าวจะต้องมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการตั้งแต่ 7 คนขึ้นไปและอีกโปรแกรมถึงจะคุ้มทุนจากการปรับเปลี่ยนเส้นทางดังกล่าวถึงแม้จะมีการใช้ระยะเวลาเพิ่มขึ้นถึง 10 นาที แต่นักท่องเที่ยวสามารถเพิ่มกิจกรรมในการท่องเที่ยวให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น แต่เวลาโดยรวมลดลงถึง 3 ชม. และจากการคำนวณทำให้ทราบว่าต้นทุนต่อคนต่อทริปของโปรแกรมที่ 2 หลังการปรับปรุง คือ 220 บาท และโปรแกรมดังกล่าวจะต้องมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการตั้งแต่ 9 คนขึ้นไปถึงจะคุ้มทุน

## 4.2 ข้อจำกัดของการศึกษา

โดยจากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาพบว่าข้อจำกัดที่สำคัญได้แก่

- ❖ การได้มาของข้อมูลเชิงลึกนั้นไม่ครอบคลุม เนื่องจาก ข้อมูลจากแบบสอบถามได้มาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพียงกลุ่มเดียว คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวลักษณะ Backpacker ซึ่งนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวแบบจำกัด ทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลที่ออกมานั้น อาจไม่ครบถ้วนสมบูรณ์เท่าที่ควร
- ❖ สถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาไม่มีเสถียรภาพทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่เชื่อมั่นในประเทศไทยจึงไม่อยากจะมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและกรุงเทพมหานคร

## 4.3 ข้อเสนอแนะ

### 4.1.1 การวางแผนกลยุทธ์ให้กับบริษัท (Strategic Planning)

การกำหนดวิสัยทัศน์

“เป็นผู้นำของหน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยว ที่เป็นที่ยูจกอย่างกว้างขวางของทั้งคนไทยและคนต่างประเทศ”

พันธกิจ

1. มุ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและทำการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆให้เกิดขึ้น
2. มุ่งเน้นการทำสื่อประชาสัมพันธ์และการตลาดเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร เพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย
3. มุ่งส่งเสริมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในด้านการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความรัก ความหวงแหนในแหล่งท่องเที่ยว
4. มุ่งพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรเพื่อให้งานได้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆได้

## Tows Matrix

## ตารางที่ 4.1 ตารางการวิเคราะห์ SWOT Analysis

การวิเคราะห์ ปัจจัยภายใน	<p><b>จุดแข็ง</b></p> <p>S1 :ทำเลที่ตั้งเอื้อต่อการพัฒนา ทั้ง การเป็นเมืองหลวงและศูนย์กลาง ความเจริญในหลายด้าน</p> <p>S2 : กรุงเทพมหานครเป็นองค์กรส่วน ท้องถิ่นรูปแบบพิเศษที่สามารถบริหารจัดการ การท่องเที่ยวได้เอง</p> <p>S3 : กรุงเทพมหานครได้รับการโหวต ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก จึงเป็นจุดหมายปลายทางที่รู้จักอย่าง แพร่หลาย</p> <p>S4 : ความหลากหลายของทรัพยากร ทางการท่องเที่ยวที่สามารถ ตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวได้</p> <p>S5 : มีแหล่งงบประมาณที่สามารถ ขอบรับการสนับสนุนการพัฒนา การท่องเที่ยวได้</p> <p>S6 : บุคลากรในระดับผู้บริหารมี ความรู้ด้านการบริหารการท่องเที่ยว ดีเยี่ยม</p>	<p><b>จุดอ่อน</b></p> <p>W1 : การเป็นองค์กรใหญ่ในรูปแบบ การปกครองพิเศษส่งผลให้การ ดำเนินงานล่าช้าเพราะมีขั้นตอนที่ ซับซ้อนจึงไม่ทันต่อการแข่งขัน</p> <p>W2 : โครงสร้างการบริหารของ สำนักงานเขตต่างๆยังไม่มีหน่วยงานที่ รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวโดยตรง</p> <p>W3 : ความเสื่อมโทรมของ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งปัญหามลพิษทางน้ำ อากาศ เสียง ฝุ่นละอองและขยะ</p> <p>W4 : ข้อมูลข่าวสารของแหล่ง ท่องเที่ยวรวมทั้งป้ายบอกทางและป้าย สื่อความหมายขาดความชัดเจน</p> <p>W5 : ช่องทางในการเผยแพร่ความรู้ ด้านการท่องเที่ยวแก่บุคลากรทางการ ท่องเที่ยวยังมีน้อย</p>
-----------------------------	--	---

<p style="text-align: center;"><b>การวิเคราะห์ ปัจจัยภายนอก</b></p>	<p><b>โอกาส</b></p> <p>O1 : ความเป็นเมืองหลวง ส่งผลให้หน่วยงานให้ความสำคัญ สนใจทั้งจากหน่วยงานภายใน และภายนอกประเทศ</p> <p>O2 : นโยบายรัฐบาลส่งเสริม การท่องเที่ยว</p> <p>O3 : สามารถดำเนินงานด้าน การท่องเที่ยวในเชิงบูรณาการ ร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ ได้ทั้ง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงวัฒนธรรม</p> <p>O4 : ภาคเอกชนมีความ เข้มแข็งและมีการรวมตัวกัน เพื่อประกอบธุรกิจและส่งเสริม การท่องเที่ยว</p>	<p><b>อุปสรรค</b></p> <p>T1 : กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับไม่เอื้อต่อการพัฒนา</p> <p>T2 : ถูกแทรกแซงจาก การเมืองระดับประเทศ</p> <p>T3 : สถานการณ์ความไม่สงบ ทางการเมือง</p> <p>T4 : ภัยธรรมชาติต่างๆ ที่ เกิดขึ้น</p> <p>T5 : ประชาชนส่วนใหญ่ อพยพมาจากที่อื่นจึงขาด ความสำนึกถึงรักในถิ่นฐาน</p>
---	--	---

**ตารางที่ 4.2 ตารางการวิเคราะห์ TOWS Matrix**

<p><b>SO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาตลาดเพื่อเป็นผู้นำในระดับโลก (S3+S4+O4)</li> <li>- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลาย (S4+S5+O2)</li> </ul>	<p><b>WO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นมาตรฐาน (W3+W4+O2+O4)</li> </ul>
<p><b>ST</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การเจาะตลาด โดยการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (S4+S5+T5)</li> <li>- การรวมตัวทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชนเพื่อสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว (S5+S6+T1)</li> </ul>	<p><b>WT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดทำป้ายการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (W4+T5)</li> <li>- ฝึกอบรมคนในพื้นที่เป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น (W4+W5+T5)</li> </ul>

ตารางที่ 4.3 ตารางทางเลือกกลยุทธ์ระดับองค์กร

ทางเลือกกลยุทธ์	ข้อดี	ข้อเสีย
การเติบโต	<ul style="list-style-type: none"> <li>• เพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาดในอนาคต</li> <li>• เพิ่มความสามารถในการแข่งขันระยะยาว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ความเสี่ยงด้านการลงทุนในธุรกิจใหม่</li> </ul>
การคงตัว	<ul style="list-style-type: none"> <li>• สามารถรักษานักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวในกรุงเทพฯแล้ว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ไม่มีความโดดเด่นในด้านการแข่งขัน</li> </ul>
การหดตัว	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ไม่ต้องมีการลงทุน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• รายได้จากการท่องเที่ยวลดลง</li> <li>• สูญเสียนักท่องเที่ยว</li> </ul>

จาก 3 ทางเลือกของกลยุทธ์ ผู้ศึกษาได้ทำการเลือกกลยุทธ์ระดับองค์กร คือ **กลยุทธ์การเติบโต (Growth Strategy)** ถึงแม้ว่าใน 2-3 ปีที่ผ่านมาในประเทศไทยไม่มีเสถียรภาพด้านการเมืองและเกิดปัญหาน้ำท่วมครั้งใหญ่ แต่รายได้หลักของประเทศไทยนั้น คือ รายได้จากการท่องเที่ยว ดังนั้นกองการท่องเที่ยวจึงต้องมีการทำการตลาดเพิ่มดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและกรุงเทพฯ กลยุทธ์ในการเติบโตที่จะใช้คือ **กลยุทธ์การเติบโตแบบรวมตัว** โดยใช้ **กลยุทธ์การรวมตัวในระดับเดียวกัน** โดยมีการตัวแทนจากองค์กรต่างๆทั้งสมาคมโรงแรม สมาคมเรือไทย เป็นต้น มาประชุมหารือกันเพื่อกำหนดทิศทางทางการท่องเที่ยวให้ไปในทิศทางเดียวกัน

### กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy)

#### ตารางที่ 4.4 ตารางทางเลือกกลยุทธ์ระดับธุรกิจ

ทางเลือกกลยุทธ์	ข้อดี	ข้อเสีย
ต้นทุนต่ำ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ต้นทุนต่ำลง กำไรสูงขึ้น</li> <li>● กำหนดราคาเป็นมาตรฐานตลาดได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● บริการมีคุณภาพลดลง</li> <li>● ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อมาตรฐานสินค้า</li> </ul>
สร้างความแตกต่าง	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้</li> <li>● บริการมีความหลากหลาย</li> <li>● เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● อาจเกิดการลอกเลียนแบบได้</li> </ul>
มุ่งเน้นเฉพาะส่วน	<ul style="list-style-type: none"> <li>● มีข้อได้เปรียบด้านต้นทุนหรือความแตกต่าง</li> <li>● สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามเป้าหมาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ตลาดมีขนาดเล็ก</li> <li>● ไม่มีความยืดหยุ่นในการประกอบธุรกิจ</li> </ul>

สำหรับกลยุทธ์ในระดับธุรกิจนั้น ได้นำเสนอกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) เป็นการนำเสนอบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้า จะเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากขึ้น



## กลยุทธ์ระดับฝ่ายปฏิบัติการตามหน้าที่ (Functional Strategy)

### ตารางที่ 4.5 ตารางทางเลือกกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ

ทางเลือกกลยุทธ์	ข้อดี	ข้อเสีย
ด้านการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> <li>พัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการลูกค้า</li> <li>พัฒนาการสื่อสารทางการตลาดให้บริษัทเป็นที่รู้จัก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนที่เพิ่มขึ้น</li> </ul>
ด้านทรัพยากรมนุษย์	<ul style="list-style-type: none"> <li>เพิ่มขวัญและกำลังใจในการทำงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>มีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น</li> </ul>

1) **กลยุทธ์ด้านการตลาด** เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์และส่วนประสมการตลาดเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยการใช้งบยุทธ์

### การกำหนดตลาดเป้าหมาย (STP Marketing)

การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation) เป็นการแบ่งตลาดย่อยซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นจะเป็นการตลาดแบบมวลชนซึ่งสามารถแบ่งส่วนตลาดได้ดังนี้

- ด้านภูมิศาสตร์ โดยยึดหลักว่าบุคคลที่อาศัยในเขตภูมิศาสตร์เดียวกันจะมีความต้องการความชอบที่คล้ายๆกัน
- ด้านจิตวิทยา จะมองในด้านชั้นสังคม ค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต และบุคลิกภาพ ความชอบ ความรู้สึกนึกคิด แรงจูงใจ วัฒนธรรม แบบแผนการดำรงชีวิต
- ด้านพฤติกรรมศาสตร์จะทำให้ทราบถึงนักท่องเที่ยวมีความชอบ ความต้องการรูปแบบกิจกรรมในด้านไหน เช่น ผจญภัย ศิลปวัฒนธรรม

การกำหนดเป้าหมาย (Targeting) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้ใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกัน (Differentiated marketing strategy) เพื่อตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) การหาจุดเด่นของการค้าหรือกิจการ การเข้าไปครอบครองตำแหน่งหัวใจของนักท่องเที่ยวโดยเข้าครอบครองไปในตำแหน่งที่คู่แข่งเข้าไปไม่ถึง

2) กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์เพื่อที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันมากขึ้น จะจัดให้มีการอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่องเพื่อให้พนักงานมีความรู้ใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง และนอกจากนี้ยังมีการใช้แรงจูงใจต่างๆเพื่อกระตุ้นให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความกระตือรือร้นให้พนักงานมากขึ้น

## References/บรรณานุกรม

พรสวรรค์ มโนพัฒนา. 2553. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 8. ปทุมธานี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิภาดา คุปตานนท์. 2551.การจัดการและพฤติกรรมองค์กร : เทคนิคการจัดการสมัยใหม่.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรังสิต.

ผศ.ดร. วันชัย รัตนวงษ์. 2554. ถอดรหัสโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน.พิมพ์ครั้งที่ 1.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ Logistic book.

ผศ.ดร. ฉันทิช วรรณถนอม. 2554. การวางแผนและการจัดนำเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา

**รวีพิมพ์ ศรีขวัญ. 2549. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการขนส่งสินค้าของลูกค้ากับสายการบินพาณิชย์ แห่งหนึ่ง” การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า 2549 บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2549.**

**วรินทร์ วงษ์มณี. 2549. “ศูนย์กลางการเชื่อมโยงการคมนาคมขนส่งของภูมิภาคอินโดจีน” การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า 2549 บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2549.**

**เบญจมาศ นาคนิกร.2550. “การกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการระบบขนส่งด้วยรถเทอร์ลเลอร์” การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า, 2550 บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2550.**

## บรรณานุกรม (ต่อ)

วิลาสินี รัตนะรัต.2550. “กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารการขนส่งสินค้า

ดวงใจ เทพสุวรรณ.2550. “กลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการเส้นทางรับส่งเอกสาร  
กรณีศึกษา บริษัท เอ็กส์ เซอร์วิส จำกัด” การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยหอการค้า, 2550 **บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2550.**

กมลกานต์ คุ่มญาติ.2550. “การศึกษากลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าประเภท  
ธุรกิจ การขนส่งสินค้าโดยเรือ กรณีศึกษา บริษัท เอเอ็นเอส ไลน์ จำกัด” การศึกษาค้นคว้าด้วย  
ตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า, 2550 **บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง  
2550.**

ปวิวัฒน์ ศุภประเสริฐ. 2550. “กลยุทธ์การวางแผนการขนส่งสินค้า กรณีศึกษาบริษัท คำส่ง  
น้ำมันเครื่องจำกัด” การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า,  
2550 **บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2550.**

อาภรณ์ โรจนวิสิษฐ.2550. “การปรับปรุงระบบการขนส่งของศูนย์ขนส่งในภูมิภาค และศูนย์  
กระจายสินค้าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยหอการค้า, 2550 **บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2550.**

อนรรฆ โกมลปาณิก.2551 ”การศึกษาและกำหนดกลยุทธ์ในด้านการลดต้นทุนและระยะเวลา  
การขนส่งของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด (กรณีศึกษาการขนส่งสิ่งของส่งทางไปรษณีย์  
ระหว่างศูนย์ไปรษณีย์ หลักสี่กับศูนย์ไปรษณีย์ศรีราชา”การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิต  
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า, 2551 **บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2551.**

## บรรณานุกรม (ต่อ)

ศิริชัย เทียงราช. 2551 "การศึกษาและกำหนดกลยุทธ์ในการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งวัสดุหิน ทราบย โครงการอะกรีกเกต บริษัท คอนกรีต จำกัด" การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า, 2551 **บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2551.**

ศรัณย์ ดันทลีลา. 2551 "การปรับปรุงประสิทธิภาพของ AAทัวร์เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในรถโดยสารประจำทางระหว่างจังหวัดกรณีศึกษา การเดินทางประจำทางสาย 20 กรุงเทพฯ – ขอนแก่น" การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า, 2551 **บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2551.**

ธนิดา เจริญยิ่ง. 2551 "การศึกษาและกำหนดกลยุทธ์การลดต้นทุนการขนส่ง เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท พีเคเอส ทรานสปอร์ต จำกัด" การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า, 2551 **บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2551.**

หทัยรัตน์ ชูแสงนิล. 2551 "การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันบริษัท ชัพพลาย เทรดดิ้ง ประเทศไทย จำกัดการศึกษา" การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า, 2551 **บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2551.**

สุดาพร ลิ้มพิทักษ์เกษม. 2551 "การลดต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์ กรณีศึกษา บริษัท NN เทรดดิ้ง" การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า, 2551 **บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2551.**

อภิพันธ์ รักวัฒนศิริกุล. 2551 "การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง กรณีศึกษาบริษัท CTM TRANSPORT จำกัด" การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า, 2551 **บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2551.**

พัชรี สมหวัง. 2551 "การศึกษาปัญหาและการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท Sakura Logistics (Thailand) จำกัด" การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า, 2551 **บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2551.**

### บรรณานุกรม (ต่อ)

วันเพ็ญ ก้องพรหม.2551 "การศึกษาปัญหาการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้าม  
ผงบริษัทมิลค์สยามจำกัด" การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย  
หอการค้า, 2551 **บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2551.**

อุบล แม่นยำ.2551 "การเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งสินค้าในรูปแบบตู้สินค้าคอนเทนเนอร์  
กรณีศึกษา บริษัทเพิ่มผลทรานสปอร์ต จำกัด" การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยหอการค้า, 2551 **บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2551.**

กฤษมา แจ็งล้อม.2551 "กลยุทธ์ในการลดต้นทุนการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท ดีเค เทรด(ประเทศ  
ไทย) จำกัด" การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้า, 2551  
**บทคัดย่อการค้นคว้าด้วยตนเอง 2551.**

**ภาคผนวก**

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

## Questionnaire

**Subject:** This questionnaire is the study of tourist activity patterns in Bangkok. The purpose is to add value on tour routes by logistic systems in the case study of Bangkok.

**Explanation:** Please answer the followings with the most true

### **Part 1 General information of the respondent**

#### **1. Sex**

( )1.Male

( )2.Female

#### **2. Ages**

( )1. 20 - 25 years ( )2. 26 – 30 years ( )3. 31 – 35 years

( )4. 36 – 40 years ( )5. 41 – 45 years ( )6. More than 45 years

#### **3. Marriage Status**

( )1. Single

( )2. Marriage

( )3.

other.....

#### **4. Education Levels**

( )1. Undergraduate

( )2. Bachelor's degree

( )3.

Master's degree

( )4. Master's degree Higher

( )5. Others (please specify





-3-

5. Which one is your favorite travel pattern? (Choose only one)

- ( ) 1. To study history and see historic places of Bangkok
- ( ) 2. To see the Thai cultures and traditional
- ( ) 3. To see the way of life of people in business areas and locals
- ( ) 4. To enjoy shopping and dining
- ( ) 5. To enjoy night seeing
- ( ) 6. To enjoy the adventure city life
- ( ) 7. Mixed patterns (Please specify.....)

6. Do you know Bangkok Attraction (From the most to the less)

- ( ) 1. The Grand Palace and The Emerald Buddha Temple
- ( ) 2. Wat pho
- ( ) 3. The Temple of Dawn
- ( ) 4. Museums
- ( ) 5. Canal and the way of life
- tours ( ) 6. Thai classical dance, Khon and Puppets ( ) 7. Muay Thai (Thai Boxing)
- ( ) 8. Vimanmek Mansion
- ( ) 9. Yaowarat (China Town)
- ( ) 10. Khaosan Road
- ( ) 11. Jatujak Weekend Market
- ( ) 12. Floating Markets

-4-

7. Please arrange in order of favorite places where you want to visit in Bangkok.

(From the most to the less)

( )1. The Grand Palace and The Emerald Buddha Temple

( )2. Wat pho

( )3. The Temple of Dawn

( )4. Museums

( )5. Canal and the way of life

tours ( )6. Thai classical dance, Khon and Puppets ( )7. Muay Thai

(Thai Boxing)

( )8. Vimanmek Mansion

( )9. Yaowarat (China Town)

( )10. Khaosan Road

( )11. Jatujak Weekend Market

( )12. Floating Markets

-----

## ประวัติผู้ศึกษา

นางสาวพรบุปผา ปานแมน เกิดเมื่อวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ.2528 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีจาก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว ปีการศึกษา 2550 และปัจจุบันได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปีการศึกษา 2553 สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปัจจุบันทำงานที่ กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร