

# รายงานการศึกษา

เรื่อง

แนวทางการปรับปรุงอาคารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ  
และมุ่งสู่การเป็นมหานครด้านการท่องเที่ยวระดับโลก

โดย

นางดวงพร ทรัพย์สาคร

เสนอ

คณะกรรมการหลักสูตรนักบริหาร

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารมหานครระดับสูง รุ่นที่ ๙

ระหว่างวันที่ ๓ มิถุนายน – ๒๘ สิงหาคม ๒๕๕๗

คำนำ (Preface)

เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า “การให้บริการที่ดีเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว” และการท่องเที่ยว  
ส่งผลให้เศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศดีขึ้น ประกอบกับกรุงเทพมหานคร มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวอัน  
ทรงคุณค่าที่หลากหลาย อาทิ วัด วัง วัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิม ฯลฯ ที่โดดเด่นสวยงามและแตกต่าง จึงได้รับการ

กล่าวขวัญกันทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นการยิ้มแย้มแจ่มใส ความเป็นมิตรต่อคนทุกชาติทุกศาสนา (Friendliness) รวมทั้ง อัจฉริยะไมตรีของคนไทย และจิตใจที่พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (Service mind) เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้กรุงเทพมหานครได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก (World's Best City) ติดต่อกันหลายปีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น กรุงเทพมหานครจึงเน้นการพัฒนาการบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพควบคู่กันไป เพื่อเป็นกุญแจสำคัญไปสู่ความสำเร็จ ในธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตลอดไป

กองการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ตั้งอยู่ ณ อาคารเลขที่ ๑๗/๑ ถนนพระอาทิตย์ เขตพระนคร ซึ่งเป็นอาคารเก่าสองชั้นกึ่งตึกกึ่งไม้ด้านหน้าติดถนน ด้านหลังติดริมแม่น้ำเจ้าพระยา ปัจจุบันมีสภาพชำรุดทรุดโทรมและจากอายุการใช้งานและบางส่วนถูกปลวกทำลายผุพัง เมื่อฝนตกจะซึมเข้ามาทางรอยแตกบนหลังคาและรอยรั่วรอบอาคาร ตลอดจนกระจกแตกกร้าวด้วยแรงสั่นสะเทือนจากการจราจรที่คับคั่ง นอกจากนี้ ภายใต้อาคารยังถูกน้ำกัดเซาะ จึงอาจเกิดความปลอดภัยและไม่สะดวกทั้งกับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานและนักท่องเที่ยวได้ จากปัญหาดังกล่าว กองการท่องเที่ยวจึงได้รับการพิจารณาจัดสรรงบประมาณในการปรับปรุงอาคาร เพื่อความปลอดภัยและอำนวยความสะดวก ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกรุงเทพมหานคร ให้เป็นมาตรฐานสากล แต่อย่างไรก็ตามในระหว่างการปรับปรุงอาคารจำเป็นต้องย้ายที่ทำการชั่วคราวไปยังสถานที่แห่งใหม่ อาจส่งผลกระทบต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในจุดเดิมอย่างต่อเนื่อง และมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก จึงควรมีการวางแผนล่วงหน้าเพื่อให้การดำเนินการเป็นไปอย่างรวดเร็วเรียบร้อย ไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานหรือมีผลกระทบน้อยที่สุด

รายงานฉบับนี้ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาจุดยืน (Positioning) จุดเด่น (Strong Points) ของ กรุงเทพมหานครในเวทีโลกและหาแนวทางการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) เพื่อเป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานอื่นๆ ในกรณีใกล้เคียงกันในอนาคต

นางดวงพร ทรัพย์สาคร

๑๙ สิงหาคม ๒๕๕๗

## บทคัดย่อ (Abstract)

รายงานเรื่องแนวทางการปรับปรุงอาคารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและมุ่งสู่การเป็นมหานครด้านการท่องเที่ยวระดับโลก ฉบับนี้ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการปรับปรุงอาคารสำนักงานให้สอดคล้องกับจุดเด่นของกรุงเทพมหานคร ในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลก และตอบสนองการเป็นเมืองนำท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก (World's Best City) โดยทำการวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อสร้างความมั่นใจในการให้บริการนักท่องเที่ยวอันเป็นหัวใจสำคัญในการทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ มีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ ทาง

การตลาด และเหมาะสมในการวางภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครให้เป็นเมืองอันดับหนึ่งด้านการท่องเที่ยวของโลกตลอดไป รวมทั้งศึกษาการวางแผนการบริหารจัดการระหว่างการพัฒนาปรับปรุงอาคารฯ โดยส่งผลกระทบต่อการทำงานและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด เพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) สำหรับหน่วยงานอื่นต่อไป

ในขั้นตอนแรกนั้น รายงานฉบับนี้จะกล่าวถึงการวิเคราะห์ศักยภาพของกรุงเทพมหานครโดยวิธี SWOT analysis โดยจะศึกษาทั้งปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) กับปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) เพื่อหาจุดเด่นหรือข้อได้เปรียบของกรุงเทพมหานครมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันในเวทีโลก และศึกษาแนวทางการบริหารจัดการการปรับปรุงอาคารท่องเที่ยวโดยวางแผนล่วงหน้า พร้อมกำหนดแนวทางในรูปแบบผังการดำเนินงาน (Flow Chart) เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายว่าการดำเนินงานอยู่ในขั้นใด ดำเนินการขั้นใดไปแล้ว และจะดำเนินการใดต่อไป เพื่อช่วยให้เกิดความรวดเร็วและเป็นแนวทางเดียวกันในการปฏิบัติงาน โดยรายงานฉบับนี้มีขอบเขตของการศึกษาคือการวางแผนงานในการดำเนินการเคลื่อนย้ายระหว่างการปรับปรุงอาคารฯ ใน ๓ ระยะ คือ ขั้นตอนการเตรียมการ (Pre-Moving) ขั้นตอนเคลื่อนย้าย (On-Moving) และขั้นตอนเคลื่อนย้ายกลับ (Returning) โดยใช้หลักการเขียนผังการทำงาน (Flow Chart) เพื่อให้เข้าใจได้ง่าย ท้ายสุด ผู้เขียนหวังว่าการดำเนินการดังกล่าวจะสามารถใช้เป็นตัวอย่างแนวทาง (Guideline) ให้แก่หน่วยงานอื่นๆ ได้ต่อไปในอนาคต

## สารบัญ (Table of Content)

### บทที่ ๑ บทนำ (Introduction)

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑ - ๓
วัตถุประสงค์	๔
ขอบเขตการศึกษา	๔
นิยามศัพท์	๔ - ๗
วิธีการศึกษา	๗
ประโยชน์ในการศึกษา	๘

บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Concept & Theories)

แนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล ๙

- ๑๒

บทที่ ๓ เนื้อหา รายละเอียดของเรื่อง (Application)

๑๓

- ๒๐

บทที่ ๔ บทสรุปและข้อเสนอแนะ (Conclusion & Recommendation)

สรุปผลการศึกษา ๒๑

ข้อเสนอแนะ ๒๒

ส่วนอ้างอิง (References)

# บทที่ ๑

## บทนำ (Introduction)

### ๑. สภาพและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย กรุงเทพมหานครในฐานะเป็นเมืองหลวงและเป็นศูนย์รวมความเจริญในทุกๆ ด้าน มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี สถานที่สำคัญที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมที่งดงาม รวมถึงวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน อาหารเลิศรส ตลอดจนเทศกาลต่างๆ ที่น่าสนใจ ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและกรุงเทพมหานครเองได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองน่าท่องเที่ยวที่สุดในโลกหลากหลายรางวัล อาทิ รางวัลเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก (World's Best City) ๔ ปีติดต่อกันตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๕๓ - ๒๕๕๖ จากนิตยสาร Travel + Leisure รางวัลสุดยอดเมืองท่องเที่ยวโลก (World's Top Travel Hotspot) จากบัตรเครดิตมาสเตอร์การ์ดในปี ๒๕๕๖ ขณะเมืองหลวงที่เก่าแก่ของโลกอย่างลอนดอน สหราชอาณาจักร และในปี ๒๕๕๖ เป็นปีแรกที่กรุงเทพมหานครได้รับคัดเลือกเป็นเมืองที่น่าเดินทางมาท่องเที่ยวที่สุดในทวีปเอเชีย (Traveller's Choice Destination) จากเว็บไซต์ TripAdvisor ซึ่งเป็นเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดเว็บไซต์หนึ่งของโลก มีผู้เข้าชมมากกว่า ๒๐๐ ล้านคนต่อเดือน

ตารางที่ ๑ แสดงรางวัลที่กรุงเทพมหานครได้รับ จุดเด่นที่ทำให้กรุงเทพมหานครได้รับรางวัล และเกณฑ์ในการพิจารณา

ชื่อรางวัล	จุดเด่นที่ทำให้กรุงเทพมหานครได้รับรางวัล	เกณฑ์ในการพิจารณา
รางวัลเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก (World's Best City)	สถานที่ท่องเที่ยว ทัศนียภาพ (Sightseeing) / ศิลปวัฒนธรรมประเพณี (Culture)/อาหารการกิน (Food)/ แหล่งจับจ่ายใช้สอย (Shopping)/ความเป็นมิตร (Friendliness)/ความคุ้มค่าของเงิน (Value of Money)	จัดทำแบบสอบถาม ส่งจดหมายและอีเมลไปยังผู้อ่านนิตยสาร Travel + Leisure จำนวน ๓๐,๐๐๐ คน
ชื่อรางวัล	จุดเด่นที่ทำให้กรุงเทพมหานครได้รับรางวัล	เกณฑ์ในการพิจารณา

<p>รางวัลสุดยอดเมืองท่องเที่ยวโลก (World's Top Travel Hotspot)</p>	<p>ประชาชนมีน้ำใจ และให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี สร้างความประทับใจและบอกต่อกัน (Word of Mouth) ให้เดินทางมาท่องเที่ยว</p>	<p>สำรวจจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปยังเมืองต่างๆ รวมถึงอัตราค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในเมืองจุดหมายปลายทางทั่วโลก โดยไม่รวมค่าตัว</p>
<p>รางวัลเมืองที่น่าเดินทางมาท่องเที่ยวที่สุดในทวีปเอเชีย (1st Asia Traveller's Choice Destination)</p>	<p>ความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม โรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร และการบริการ</p>	<p>ความคิดเห็นและการให้คะแนนของนักท่องเที่ยวทั่วโลกนับล้านที่ใช้เว็บ TripAdvisor วิธีการคำนวณ (Algorithm) ใช้คะแนนที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกให้สำหรับสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม โรงแรมที่พัก และร้านอาหารสำหรับเมืองนั้นๆ บนเว็บของ TripAdvisor รวมไปถึงเมืองที่ได้รับการปิกหมุดให้เป็นเมืองที่ชอบที่สุด</p>

จากการที่กรุงเทพมหานครได้รับรางวัลต่างๆ ในการเป็นเมืองท่องเที่ยวในระดับโลก จึงเป็นที่ยอมรับว่า กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีศักยภาพสูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลกให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและนำรายได้เข้าสู่ประเทศ และปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคือ ความเป็นมิตรของผู้คนและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งกรุงเทพมหานคร โดยกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว ในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๔๒ จึงเล็งเห็นความสำคัญของการให้บริการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว การตอบคำถามนักท่องเที่ยว การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ณ ส่วนบริการด้านหน้าของอาคารกองการท่องเที่ยว และซุ้มประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยมีการจัดเจ้าหน้าที่ไว้คอยให้บริการนักท่องเที่ยวทั่วกรุงเทพมหานครในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ซึ่งในปัจจุบันเมืองสำคัญ ของโลกต่างให้ความสำคัญต่อการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความถูกต้องของข้อมูล รายละเอียดการเข้าชมสถานที่ เส้นทางการเดินทาง อำนวยความสะดวกอื่นๆ สร้างมาตรฐานและภาพลักษณ์ที่ดีในการเป็นเจ้าบ้าน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่น และปลอดภัย อันจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เกิดความประทับใจ และมีการบอกต่อ ตลอดจนการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง

นอกจากนี้ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ( ม.ร.ว. สุขุมพันธุ์ บริพัตร ) ได้กำหนดนโยบาย ในการ พัฒนากกรุงเทพมหานครให้เป็นมหานครแห่งอาเซียนในหลากหลายมิติ อาทิ ศูนย์กลางการลงทุน การคมนาคมขนส่ง การแพทย์ และการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของเอเชียตามแผนปฏิบัติราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. ๒๕๕๖ – ๒๕๖๐ ซึ่งแผนปฏิบัติราชการกรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๗ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาศักยภาพ กรุงเทพมหานครเพื่อการแข่งขันทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กำหนดให้มีการพัฒนาแหล่ง

ท่องเที่ยว และคุณภาพด้านการบริการด้านการท่องเที่ยว และแผนปฏิบัติการกรุงเทพมหานครประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘ เน้นการมุ่งสู่การเป็นมหานครด้านการท่องเที่ยวระดับโลก ดังนั้นการเตรียมความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางการบริการด้านการท่องเที่ยวใน เอเชียและการมุ่งสู่การเป็นมหานครด้านการท่องเที่ยวระดับโลกตามนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ( ม.ร.ว. สุขุมพันธุ์ บริพัตร ) เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการนักท่องเที่ยว การปรับปรุงอาคารกองการท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนประกอบกับปัญหาสภาพความเสื่อมโทรมของตัวอาคารกองการท่องเที่ยว อุปกรณ์สำนักงาน ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ไม่อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ตัวอาคารกองการท่องเที่ยวเป็นอาคารกึ่งตึกกึ่งไม้ริมแม่น้ำเจ้าพระยา อาคารมีสภาพทรุดโทรมและผุพังเนื่องจากถูกปลวกทำลายและจากน้ำฝนที่ซึมเข้ามาทางรอยแตกของหลังคาและน้ำซึมออกมาตามแนวรั้วรอบอาคารตลอดจนกระจกแตกร้าวเนื่องจากความสั่นสะเทือนจากการคมนาคม และภายใต้อาคารถูกน้ำกัดเซาะเนื่องจากอาคารตั้งอยู่ริมแม่น้ำ ทำให้มีสภาพไม่ปลอดภัยในการทำงาน ประกอบกับอาคารกองการท่องเที่ยวยังเป็นที่ต้อนรับและให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอีกด้วย ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวของกองการท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า ๓๒๐,๐๐๐ คนต่อปี เมื่อคำนวณจากค่าใช้จ่ายต่อคน (ข้อมูลจากฐานข้อมูลกองการท่องเที่ยว กลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยว) จะคิดเป็นรายได้เข้ากรุงเทพมหานคร ไม่ต่ำกว่า ๑,๕๐๐ ล้านบาท

ดังนั้นการปรับปรุงอาคารกองการท่องเที่ยวให้มีสภาพสมบูรณ์เพื่อสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีและเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของการเป็นจุดบริการนักท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุด (World's Best City) ส่งผลให้เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการนักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจ ความพึงพอใจในการเยี่ยมชม อันจะนำมาซึ่งรายได้สู่กรุงเทพมหานครอย่างยั่งยืนต่อไป อย่างไรก็ตามการโยกย้ายไปยังสถานที่ปฏิบัติงานชั่วคราวของกองการท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบต่อให้บริการนักท่องเที่ยว และภารกิจอื่นๆ ของกองการท่องเที่ยว จึงควรมีการบริหารจัดการที่ดีเพื่อให้เกิดผลกระทบต่อภารกิจของหน่วยงานน้อยที่สุด ประหยัดงบประมาณ และเวลาในการดำเนินการ

## ๒. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

๒.๑ เพื่อหาแนวทางการปรับปรุงอาคารสำนักงานให้สอดคล้องกับจุดเด่นของกรุงเทพมหานคร และศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการบริหารด้านการท่องเที่ยวระดับโลก เพื่อตอบสนองการเป็นเมืองน่าท่องเที่ยวที่สุดในโลก (World's Best City)

๒.๒ เพื่อหาแนวทางการจัดการโยกย้ายอาคารทำการชั่วคราวโดยการวางแผนให้มีผลกระทบต่อภารกิจของหน่วยงานน้อยที่สุด ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ และสามารถใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ในการวางแผนการบริหารจัดการในการปรับปรุงอาคารสำนักงานอื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันต่อไปในอนาคต

## ๓. ขอบเขตการศึกษา

๓.๑ การวิเคราะห์ศักยภาพของกรุงเทพมหานครในการเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกในเวทีต่างๆ ศึกษาความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางการบริการด้านการท่องเที่ยวในเอเชียและการมุ่งสู่การเป็นมหานครด้านการ

แนวทางการจัดการการปรับปรุงอาคารกองการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวโดยให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุดในระหว่างการปรับปรุงโยกย้ายอาคารทำการ โดยการนำการจัดการและวางแผนงานการดำเนินงานอย่างมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

๓.๒.๑ แนวทางการปรับปรุงอาคารกองการท่องเที่ยว เลขที่๑๗๑ ถนนพระอาทิตย์ เขตพระนคร โดยใช้เวลาดำเนินการทั้งสิ้น๓๖๐ วัน

๓.๒.๒ ย้ายเจ้าหน้าที่และอุปกรณ์สำนักงานไปยังที่ทำการ ณ สำนักงานชั่วคราวซึ่งเป็นสถานที่ที่เหมาะสม ไม่กระทบต่อการทำงานและการต้อนรับนักท่องเที่ยว

๓.๒.๓ ย้ายเจ้าหน้าที่และอุปกรณ์สำนักงานกลับมาอยู่ที่ทำการกองการท่องเที่ยวหลังจากปรับปรุงอาคารกองการท่องเที่ยวเสร็จเรียบร้อยแล้ว

#### ๔. นิยามศัพท์

##### *การท่องเที่ยว (Tourism)*

##### ความหมายของการท่องเที่ยวในลักษณะที่แคบ

นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยว อาทิ หมายถึง นันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว (Lawson & Baud Bovy) บางท่านกล่าวว่า หมายถึง การเดินทางเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อมโดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ (R.W. Mc Intosh) ทั้งนี้ ข้อสรุปตามข้อตกลงระหว่างนักวิชาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (IUOTO) ที่เสนอต่อที่ประชุมขององค์การสหประชาชาติ (United Nations) ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อ พ.ศ. ๒๕๐๖ กำหนดว่าการเดินทางที่เป็นการท่องเที่ยวจะต้องมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

๑. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติเป็นการชั่วคราว
๒. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
๓. เป็นการเดินทางที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ

##### ความหมายของการท่องเที่ยวในลักษณะที่กว้าง

แมค อินทอช และโกลด์เนอร์ (Mc Intosh and Goeldner) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวในมุมที่กว้างขึ้นว่าการท่องเที่ยว หมายถึงผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่างๆ รวมทั้งภาครัฐและประชาชนในท้องถิ่น ที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูด ด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (ข้อมูลจากเอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้

เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Introduction to Tourism) : สาขาวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๔๔)

### **การปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice)**

สถาบันเพิ่มผลผลิตและคุณภาพแห่งสหรัฐอเมริกา (American Productivity and Quality Center) ให้ความหมายว่า การปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) หมายถึงการปฏิบัติทั้งหลายที่สามารถก่อให้เกิดผลที่เป็นเลิศ หรือ วิธีปฏิบัติที่ทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จหรือสู่ความเป็นเลิศ

(ข้อมูลจาก [www.km-1.net/UserFiles/File/BestPractices.doc](http://www.km-1.net/UserFiles/File/BestPractices.doc))

### **นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ (MICE)**

MICE ย่อมาจาก *Meeting Incentive Conventions Expositions* เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่การเดินทางเพื่อธุรกิจ และพักผ่อนเข้าด้วยกัน ประกอบด้วย ๔ กลุ่ม

๑. การประชุม (Meeting) คือ การจัดการให้คนมารวมกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือข่าวสาร
๒. ได้รับรางวัลให้มาท่องเที่ยว (Incentive Travel) คือ การให้รางวัลหรือตอบแทนเป็นรางวัลสำหรับ

ความสำเร็จหรือผลงาน

๓. การมาประชุมและจัดแสดงสินค้า (Conventions) คือ งานที่ผสมระหว่างการประชุมกันงานแสดงสินค้า
๔. งานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ (Expositions) คืองานแสดงสินค้าขนาดใหญ่

(ข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ)

### **ความพึงพอใจ (Satisfaction)**

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง การเปรียบเทียบความคาดหวังกับสิ่งที่ได้รับ หากการเปรียบเทียบออกมาเป็นลบแปลว่าเกิดความไม่พอใจ หรือหมายถึง ความคาดหวังที่มีมากกว่าสิ่งที่ได้รับ ในการท่องเที่ยวความคาดหวังมักเกิดขึ้นก่อนการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้รับ คือประสบการณ์ท่องเที่ยว การสร้างความพึงพอใจให้ เกิดโดยการเอาใจใส่กับทัศนคติของลูกค้า สร้างความประทับใจ แรกพบ และเติมเต็มความคาดหวังของลูกค้า

(ข้อมูลจาก เอกสารประกอบการสอน: ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รวบรวมโดย อ. อรจนา จันทรประยูร. มหาวิทยาลัยแม่โจ้)

### **ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว (Tourism Information)**

ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว (Tourism Information) หมายถึง ข้อความที่มีจุดประสงค์เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งผู้ที่ให้บริการทางการท่องเที่ยว และตัวนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้บริโภคทางการท่องเที่ยว

(ข้อมูลจากเอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Introduction to Tourism): สาขาวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๔)

### **สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working Environment)**

สภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวผู้ทำงานในองค์กร เป็นสิ่งสะท้อนถึงความรู้สึกของคนที่มีต่องาน และผู้ร่วมงาน ถ้าทุกคนมีความรู้สึกที่ดีต่องาน ทีมเทกำลังใจกำลังความคิดและกำลังกายทำงานร่วมกัน และช่วยกันแก้ไขปัญหาในการทำงาน การทำงานก็จะมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น แต่ในทางตรงข้าม สภาพแวดล้อมในการทำงานอาจเป็นปัจจัยที่ ส่งผลให้เกิดภาวะกดดัน และส่งผลให้เกิดความเหนื่อยล้า (ศิริอนันต์ (๒๕๒๙)

สภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง สิ่งต่าง ๆ จะเป็นอะไรก็ได้ทั้งที่มีชีวิต ไม่มีชีวิต มองเห็นได้หรือไม่สามารถมองเห็นได้ที่อยู่รอบตัวคนงานในขณะที่ทำงาน และมีผลต่อการทำงาน รวมทั้ง มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานด้วย (ชลธิชา, ๒๕๔๒)

### **ข่าวกรองทางการตลาด (Marketing Intelligence)**

ข่าวกรองทางการตลาด (Marketing Intelligence) บางทีเรียกว่า สติปัญญาทางการตลาด หรือ การโจรกรรมทางการตลาด หมายถึงการสำรวจสิ่งแวดล้อมทางการตลาดเพื่อติดตาม และประเมินผลการพัฒนาของสิ่งแวดล้อมทุกๆ วัน (Olsen and Sallis, 2006) โดยนักการตลาดจะต้องเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการแข่งขัน เทคโนโลยี ลูกค้า เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย หรือสังคม วัฒนธรรม เป็นต้น โดยวิธีเข้าร่วมประชุมสัมมนา สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต หรือการเป็นสมาชิกในฐานะข้อมูล

### **การจัดการ (Management)**

การจัดการ (Management) หมายถึงกระบวนการที่ดำเนินองค์กรและการจัดการ (Organization and Management) หรือ O&M เพื่อให้เป้าหมายขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ประหยัดเวลา ทรัพยากร แรงงาน และได้ผลผลิตสูงตามขั้นตอนต่างๆ ตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

### **การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)**

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) หมายถึง การสร้างลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการให้ตลาดได้รับรู้และจดจำตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ของตน ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอกย้ำนำเสนอคุณสมบัติที่สามารถครองใจลูกค้าได้ (MBA Holidays, 2011)

## **๕. วิธีการศึกษา**

มีรายละเอียดของการศึกษาดังนี้

๕.๑ การศึกษาจากเอกสาร /แผนงานบริหารราชการ / หนังสือหลักการบริหารต่างๆ (Document Study) ต่างๆ และศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์น่าสนใจดังนี้

๕.๑.๑ นโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (มรว. สุขุมพันธุ์ บริพัตร)

๕.๑.๒ แผนปฏิบัติราชการกรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘ โดยสำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร ร่วมกับคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

๕.๑.๓ เอกสารประกอบการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Introduction to Tourism Industry) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

๕.๑.๔ สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

๕.๒ ศึกษาจากคำบอกเล่าและประสบการณ์ (Word of Mouth) ของหน่วยงานที่เคยดำเนินการในลักษณะเช่นนี้ แล้วประสบปัญหาในการดำเนินการมาวิเคราะห์แบบ SWOT analysis แล้วจัดทำแผนการดำเนินการเป็น Flow Chart เพื่อให้เข้าใจถึงขั้นตอนต่างๆ ได้ง่ายขึ้น

## ๖. ประโยชน์ในการศึกษา

๖.๑ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) ของกรุงเทพมหานครในเวทีโลกในการเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก (World's Best City) และพัฒนาศักยภาพของกรุงเทพมหานครและศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการบริการด้านการท่องเที่ยวระดับโลก

๖.๒ เพื่อนำแนวทางการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) มาปรับใช้ในการวางแผนการบริหารจัดการในการปรับปรุงอาคารสำนักงานอื่นๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันต่อไปในอนาคต

๖.๓ เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ในการบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว กระตุ้นให้เกิดการบอกต่อ (Word of Mouth) และการมาเยี่ยมเยือนกรุงเทพมหานครอีกต่อไปในอนาคต

๖.๔ สร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี อำนวยความสะดวกให้กับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานทั้งงานด้านบริการการท่องเที่ยว ณ บริเวณส่วนบริการส่วนหน้า และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานภายในสำนักงาน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกรุงเทพมหานครในการเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกโดยมีอาคารทันสมัย สะดวกสบาย ให้การบริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว

## บทที่ ๒

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Concepts & Theories)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมสำคัญอย่างหนึ่งที่ช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมากซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญที่สนับสนุนการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง โครงสร้างพื้นฐาน และการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐบาลและองค์กรเอกชน กรุงเทพมหานครในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีอำนาจหน้าที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนในการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๔๒ โดยกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติต่างๆ โดยมีวิสัยทัศน์ที่สอดคล้องกับนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ( ม.ร.ว. สุขุมพันธุ์ บริพัตร ) คือ การมุ่งสู่การเป็นมหานครด้านการท่องเที่ยวระดับโลก ดังนั้นการเตรียมความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางการบริการด้านการท่องเที่ยวในเอเซียและการมุ่งสู่การเป็นมหานครด้านการท่องเที่ยวระดับโลก จึงมีความจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่ดี (Management) มีภาพลักษณ์ที่ดี มีการอำนวยความสะดวก และสร้างความประทับใจและพึงพอใจในการมาใช้บริการศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว หรือ กองการท่องเที่ยวในส่วนบริการส่วนหน้า

ตารางที่ ๒ แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ ณ กองการท่องเที่ยว

#### สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว

ปี พ.ศ.	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม (คน)
๒๕๕๔	๖๑,๕๕๙	๒๕๕,๑๑๑	๓๑๖,๖๖๐
๒๕๕๕	๔๑,๓๖๐	๒๕๖,๑๕๙	๒๙๗,๕๑๙
๒๕๕๖	๓๙,๙๑๐	๓๐๘,๐๓๓	๓๔๗,๙๔๓

ข้อมูลจากกลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยว

กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว

จากตารางจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ ณ กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว จะเห็นว่าในแต่ละปี มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการประมาณ ๓๒๐,๐๐๐ คนต่อปี สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ ร้อยละ ๒๐ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย

ตารางที่ ๓ แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ณ สนามบินสุวรรณภูมิเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ ณ กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว

ปี พ.ศ.	๒๕๕๔	๒๕๕๕	๒๕๕๖
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ณ สนามบินสุวรรณภูมิ	๑๒,๒๕๘,๒๒๑	๑๔,๑๔๓,๐๘๗	๑๕,๓๗๐,๐๔๙
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาใช้บริการ ณ กองการท่องเที่ยวและศูนย์บริการการท่องเที่ยว	๒๕๕,๑๑๑	๒๕๖,๑๕๙	๓๐๘,๐๓๓

ที่มา:

ข้อมูลจากกลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว และข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมีจำนวนประมาณ ๑๕ ล้านคน ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการมีเพียง ๓ แสนคนโดยประมาณ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ ๒ แต่หากคำนวณรายได้เข้าประเทศจะพบว่า กองการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการนำรายได้เข้าประเทศถึง ๑,๕๐๐ ล้านบาท จากรายได้ทั้งหมด

หมายเหตุ รายค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไม่ได้มากับบริษัททัวร์ ต่อหัวต่อคน คือ ๔,๘๖๐.๕๑ บาท (สถิตินักท่องเที่ยว ๒๐๑๓ วันที่ประกาศ ๒๒ กรกฎาคม ๒๕๕๗ กรมการท่องเที่ยว)

### แนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล

รายงานฉบับนี้จะศึกษาใน ๒ ประเด็น คือการวิเคราะห์ศักยภาพของกรุงเทพมหานครในการเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกในเวทีต่างๆ ศึกษาความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางการบริการด้านการท่องเที่ยวในเอเซียและการมุ่งสู่การเป็นมหานครด้านการท่องเที่ยวระดับโลก (World's Best City) โดยวิธี SWOT Analysis เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) โดยมีหลักการคือ การสำรวจสภาพการณ์สองด้านคือสภาพการณ์ภายใน คือจุดอ่อนและจุดแข็งขององค์กรและสภาพการณ์ภายนอก คือโอกาสและอุปสรรค เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์และแผนการดำเนินการต่างๆ ที่เหมาะสมต่อไป และศึกษาแนวทางการจัดการการปรับปรุงอาคารกองการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและอำนวยความสะดวก

ให้แก่พนักงานที่เกี่ยวข้องโดยให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุดในระหว่างการปรับปรุงโยกย้ายอาคารทำการ โดยการนำหลักการวางแผน (Planning)

มาใช้เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปอย่างราบรื่น และสามารถปฏิบัติงานได้ตามปกติ ทั้งในช่วงเตรียมการเคลื่อนย้ายสำนักงานไปยังสำนักงานชั่วคราว (Pre-Moving Management) การบริหารงานในสำนักงานชั่วคราว (On-Temporary site Management) และการย้ายกลับมายังอาคารทำงานเดิมหลังปรับปรุงเสร็จเรียบร้อยแล้ว (Retuning) โดยไม่มีผลกระทบในการดำเนินการของหน่วยงานและการให้บริการพนักงานที่เกี่ยวข้อง หรือ มีผลกระทบน้อยที่สุด ประหยัดเวลาในการเคลื่อนย้าย

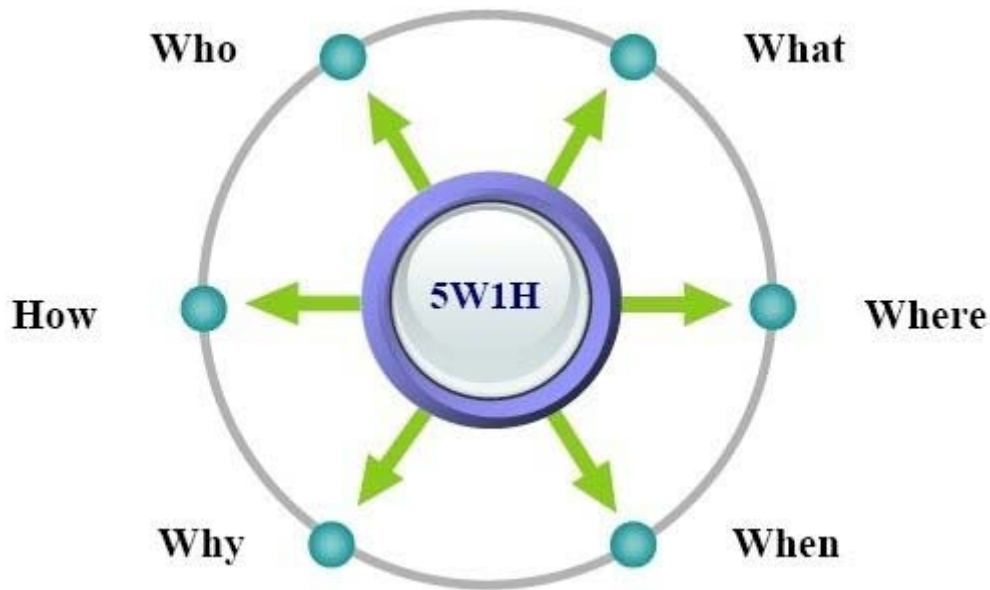
จากแนวแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผน (บุญเย็น, ๒๐๐๙) ระบุว่า เฮอ เบิร์ท (Herbert), ซิมอน (A. Simon), โดแนล (Donal), สมิทเบิร์ก (W. Smithburg) และ วิคเตอร์ (Victor), ทอมสัน (A. Thompson) (1961, p. 423-442) อธิบายว่า การวางแผนคือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อเสนอในอนาคต ในเรื่องการประเมินข้อเสนอต่างๆ ที่มีให้เลือกและเกี่ยวกับวิธีต่างๆ ที่จะต้องปฏิบัติเพื่อบรรลุความสำเร็จข้อเสนอนั้นๆ การวางแผนเป็นเรื่องของความคิดที่มีเหตุผลและมีการควบคุมให้ดำเนินด้วย

Koontz and Wehrich (๑๙๙๐) กล่าวถึงขั้นตอนการวางแผนนั้นประกอบด้วย ๘ ขั้นตอน คือ

๑. การประเมินสถานการณ์
๒. การกำหนดวัตถุประสงค์/ เป้าหมาย
๓. พิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้อง
๔. กำหนดทางเลือก
๕. เปรียบเทียบทางเลือก
๖. เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด
๗. กำหนดวิธีสนับสนุนแผน
๘. กำหนดแผน

กล่าวคือการวางแผนเพื่อการตัดสินใจล่วงหน้าในการเลือกทางเลือกที่เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์หรือวิธีการกระทำ โดยทั่วไปจะเป็นการตอบคำถามต่อไปนี้คือ จะทำอะไร (What) ทำไมต้องทำ (Why) ใครบ้างจะเป็นผู้กระทำ (Who) จะกระทำเมื่อใด (When) จะกระทำที่ไหนบ้าง (Where) และจะกระทำกันอย่างไร (How) หรือหลัก 5W1H ซึ่งเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ใช้กันมากที่สุดในระดับสากล โดยจะพยายามหาคำตอบพื้นฐานในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องใดๆ ของใคร ทำอะไร ที่ไหน ทำไมและ วิธีใด

หลัก 5W1H ได้มีการอธิบายไว้ดังนี้ ([www.thaidisplay.com](http://www.thaidisplay.com))



**What** หมายถึง เรื่องหลักของการรวบรวมข้อมูลเหตุผลและการนำเสนอ อาจจะเป็นที่ระบุไว้ในชื่อเรื่องและวัตถุประสงค์ อาจจะต้องกำหนดกระบวนการที่อาจประกอบด้วยส่วนที่เหลือของเอกสาร

**Who** หมายถึง สิ่งแวดล้อมอื่นๆ คน หรือกลุ่มความกังวลที่อธิบายเอกสารหรือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายหรือขั้นตอน

**When** หมายถึง เมื่อไหร่ในเวลาใดที่เกี่ยวข้อง อาจเป็นส่วนหนึ่งกับจุดที่เหมาะสมที่ต้องดำเนินการ บางครั้งมันอาจจะเป็นส่วนหนึ่งของสถานการณ์ของการกระทำเงื่อนไข

**Where** หมายถึง เหตุการณ์หรือกระบวนการนั้น เกิดขึ้นที่ไหน เมื่อไหร่

**Why** หมายถึง เหตุใดถึงทำสิ่งนั้น เพราะเหตุใดถึงเกิดเหตุการณ์นั้นๆ อาจมีการพิจารณาที่ไม่เกี่ยวข้อง อาจเกิดจากนโยบายหรือขั้นตอน

**How** หมายถึง เหตุการณ์หรือสิ่งนั้นเป็นอย่างไรบ้าง เมื่ออธิบายนโยบาย กระบวนการ หรือขั้นตอน ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด

## บทที่ ๓

### เนื้อหาและรายละเอียด (Application)

เมื่อทำการวิเคราะห์ศักยภาพของกรุงเทพมหานครในการเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกในเวทีต่างๆ ศึกษาความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางการบริการด้านการท่องเที่ยวในเอเชียและการมุ่งสู่การเป็นมหานครด้านการท่องเที่ยวระดับโลก (World's Best City) ด้วยวิธี SWOT Analysis

#### จุดแข็ง (Strength)

๑. สภาพทางภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์กลางของทวีปเอเชียและมีสยามบินที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย
๒. การเดินทางสะดวกสบาย สามารถเข้าถึงได้ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ
๓. รอยยิ้มของคนไทย อธิปไตยไม่ตรี ความเป็นมิตรของคนไทย และการต้อนรับอันอบอุ่น
๔. มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้ง ศิลปวัฒนธรรม วัดวังโบราณ แม่น้ำลำคลอง อาหารการกินทั้งอาหารนานาชาติ และอาหารข้างทาง (Food Street) แหล่งช้อปปิ้ง High end สินค้าแบรนด์เนม ไปจนถึงสินค้าขายส่ง
๕. สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี มีความคุ้มค่าของเงิน (Value of Money) และค่าแรงถูก ทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจในการใช้จ่ายใช้สอย
๖. เป็นศูนย์กลางธุรกิจ มีบริษัทข้ามชาติ และสถาบันการเงิน มาตั้งสำนักงานที่กรุงเทพมหานคร
๗. ความมีชื่อเสียงของกรุงเทพมหานครในการเป็นเมืองหลวงของดินแดนแห่งรอยยิ้ม (Land Of Smiles) และเป็นประตูสู่อินโดจีน
๘. มีความหลากหลายของที่พัก และสถานที่จัดการประชุมต่างๆ
๙. การได้รับรางวัลเมืองท่องเที่ยวระดับโลกหลายรางวัล อย่างต่อเนื่อง อาทิ รางวัลเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในโลก (World's Best City) รางวัลสุดยอดเมืองท่องเที่ยวโลก (World's Top Travel Hotspot) เมืองที่น่าเดินทางมาท่องเที่ยวที่สุดในทวีปเอเชีย (Traveller's Choice Destination)

#### โอกาส (Opportunities)

๑. สามารถขยายกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากประเทศในแถบยุโรปที่ใช้จ่ายสูงของตลาดการท่องเที่ยว ลักษณะพิเศษ คือ เดินทางมาท่องเที่ยวเนื่องจาก การมาประชุม (Meeting) การได้รับรางวัลให้มาท่องเที่ยว

(Incentive Travel) การมาประชุมและจัดแสดงสินค้า (Conventions) และงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ (Expositions)

- มีศักยภาพในการท่องเที่ยวด้านตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) อื่นๆ อาทิ เพื่อสุขภาพ (Medical tourism) สปาและนวดแผนไทย (Spa & Massage) และกอล์ฟ (Golf)

### จุดอ่อน (Weaknesses)

- ปัญหาการจราจรและความแออัดเนื่องจากมีสำนักงานใหญ่ของบริษัทมากมาย เป็นศูนย์รวมของหน่วยงานราชการและมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง
- ปัญหามลภาวะทางอากาศ และการขาดข่าวกรองทางการตลาด (Marketing Intelligence) และการประสานงานระหว่างหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว

### อุปสรรค (Threats)

- ปัญหาทางการเมืองที่ยืดเยื้อต่อเนื่องมาเป็นเวลาหลายปี การประท้วง และเผด็จการทหารซึ่งไม่เป็นที่ยอมรับในประเทศทางตะวันตก
- ปัญหาข้อพิพาทชายแดนไทยกัมพูชาอันจะส่งผลให้การเดินทางข้ามแดนระหว่างชายแดน
- ตลาดท่องเที่ยวของประเทศในเอเชียและเพื่อนบ้านเริ่มขยายตัวและเป็นคู่แข่งที่มีศักยภาพมากขึ้น เช่น ฮ่องกง เมืองปักกิ่ง เมืองโตเกียว สิงคโปร์ บาห์ลี

จะเห็นได้ว่ากรุงเทพมหานครมีจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบกับประเทศอื่นๆ ในแถบเอเชียคือ มีความพร้อมในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีอสังหาริมทรัพย์ และความเป็นมิตรของผู้คนสูง เห็นได้จากการได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกณฑ์ในการให้คะแนนหนึ่งคือคะแนนความเป็นมิตรของผู้คน (Friendliness) ดังนั้นเพื่อเป็นการเสริมสร้างจุดแข็งของการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุด กรุงเทพมหานครจึงควรปรับปรุงศูนย์บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยวหรือกองการท่องเที่ยวให้ทันสมัย สะดวกปลอดภัย นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาถึงมาตรฐานสากลด้วย

### ข้อปรับปรุงเพื่อเข้าสู่มาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะทางด้านกายภาพ

(ตามประกาศกรมการท่องเที่ยว มทท. ๓๐๘: ๒๕๕๕)

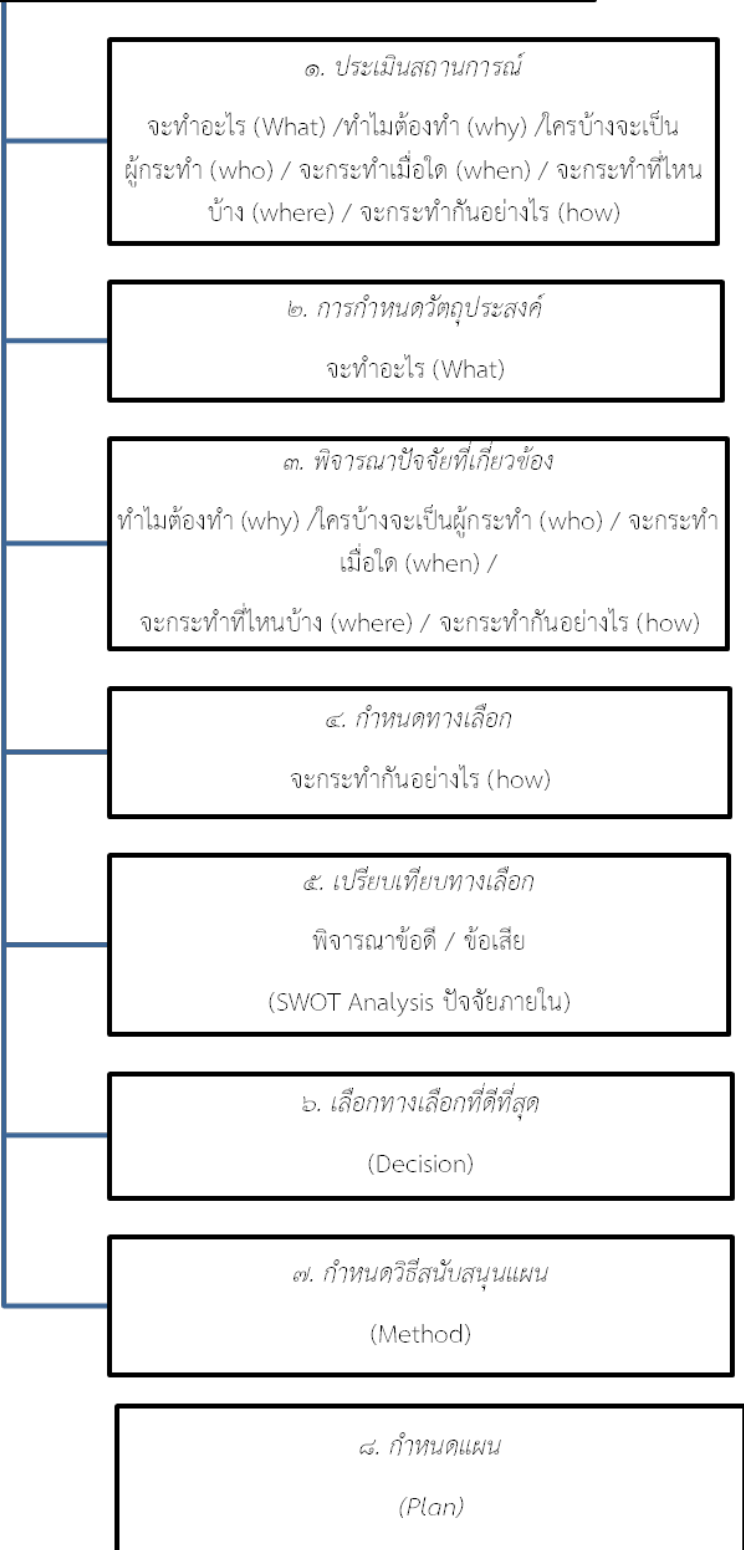
ปัญหาด้านกายภาพ	ความเห็น/ ข้อปรับปรุง
<b>องค์ประกอบด้านสถานที่ตั้ง</b> ๑.๑ ความสะดวกในการเข้าถึง ๑.๒ ความเหมาะสมของสถานที่ตั้ง	- สถานที่ตั้งอาคารกองการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมเนื่องจากสะดวกในการเข้าถึงและอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว แต่สภาพอาคารมีสภาพทรุดโทรม

<p>๑.๓ สภาพอาคาร สถานที่</p> <p>๑.๔ การสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น</p> <p>๑.๕ ความพร้อมของอุปกรณ์ฉุกเฉิน</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อาคารเดิมยังไม่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่น แต่การปรับปรุงอาคารทำการใหม่นั้น ได้ออกแบบให้เพิ่มอัตลักษณ์ท้องถิ่นเรียบร้อยแล้ว</li> <li>- อาคารเดิมยังไม่มีอุปกรณ์ฉุกเฉินแต่จะจัดหาเพิ่มเติม ภายหลังจากได้ปรับปรุงอาคารเรียบร้อยแล้ว</li> </ul>
<p><b>องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก</b></p> <p>๒.๑ สัดส่วนพื้นที่พักผ่อนต่อพื้นที่ศูนย์บริการ</p> <p>๒.๒ ห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว</p> <p>๒.๓ อุปกรณ์ในการปฐมพยาบาล</p> <p>๒.๔ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ</p> <p>๒.๕ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวด้านสื่อสารโทรคมนาคม</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้มีการออกแบบให้มีส่วนสำหรับนักท่องเที่ยวได้พักผ่อน</li> <li>- ได้ออกแบบให้มีห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว (จากเดิมไม่มีบริการ)</li> <li>- อาคารเดิมยังไม่มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลแต่จะจัดหาเพิ่มเติม ภายหลังจากได้ปรับปรุงอาคารเรียบร้อยแล้ว</li> <li>- อาคารเดิมมีส่วนทางลาดสำหรับคนพิการแล้ว แต่ควรเพิ่มเติมในส่วนของที่จอดรถคนพิการ</li> <li>- ในปัจจุบันเจ้าหน้าที่จะค้นหาข้อมูลให้จากคอมพิวเตอร์ของสำนักงานในอนาคตจะจัดให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตได้ด้วยตนเอง</li> </ul>

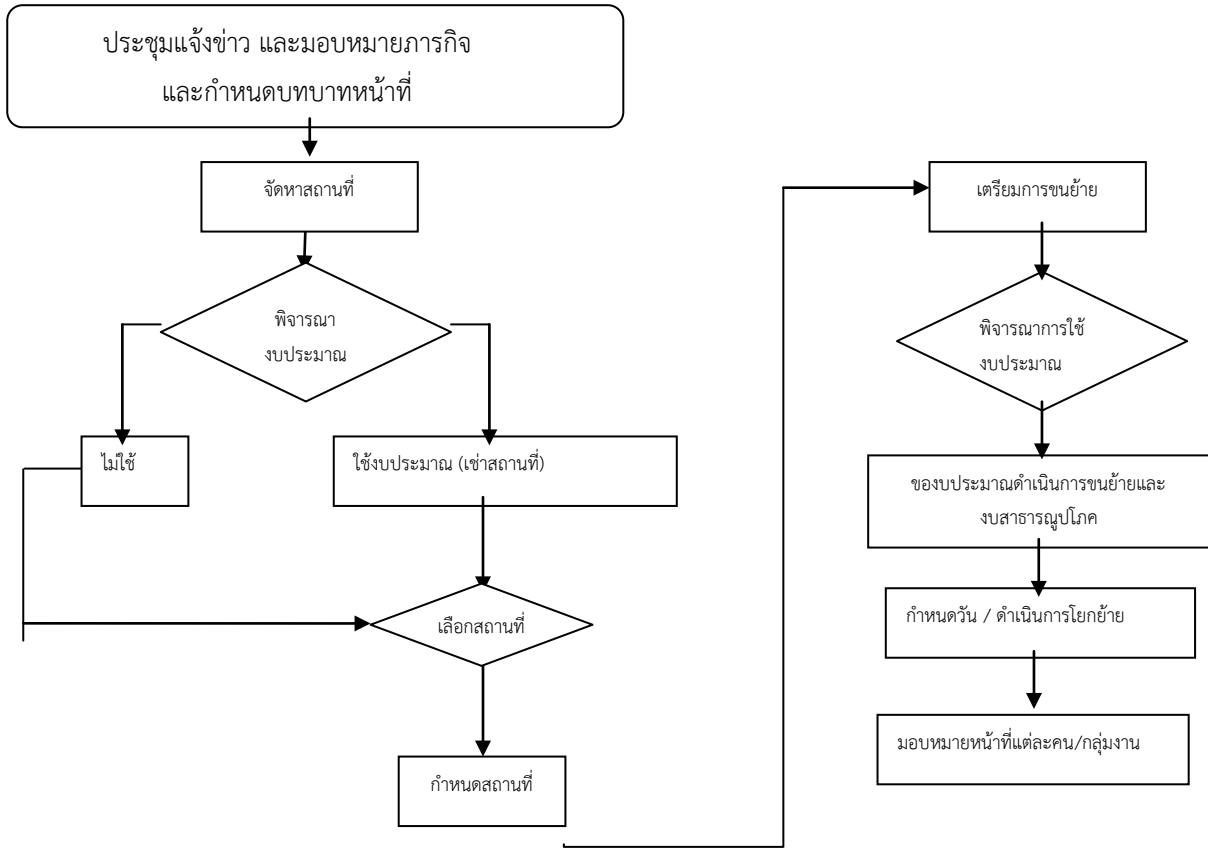
แต่ปัญหาและอุปสรรคในการปรับปรุงอาคารกองการท่องเที่ยว คือ การโยกย้ายอาคารไปยังอาคารสำนักงานชั่วคราวโดยบริหารจัดการให้มีผลกระทบกับภารกิจของหน่วยงานน้อยที่สุด ประหยัดงบประมาณ และเวลาดังนั้นจึงใช้การวางแผนการดำเนินการ โดยนำหลัก 5W1H และขั้นตอนการวางแผน ๘ ขั้นตอนของ Koontz and Wehrich (1990) มารวมกันได้เป็นแผนผังการทำงานดังนี้

การกำหนดแผนการดำเนินการย้ายสำนักงานกองการท่องเที่ยว

แผนการดำเนินการย้ายสำนักงานกองการท่องเที่ยว

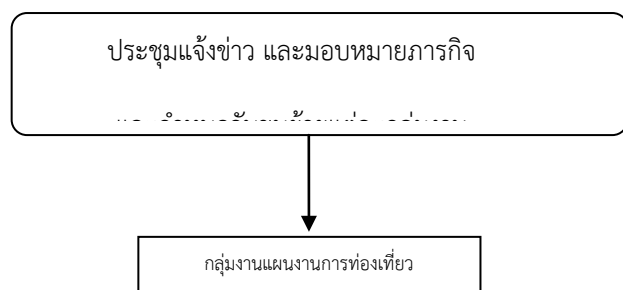


ขั้นที่ ๑: ขั้นตอนการเตรียมการเคลื่อนย้ายไปสำนักงานชั่วคราว (Pre-Moving)



เตรียมจัดหาสถานที่ล่วงหน้าและพิจารณาค่าใช้จ่ายและเตรียมของงบประมาณดำเนินการ งบค่าเช่าสถานที่ งบประมาณอุปโภคและงบในการขนย้าย หรือเช่าอุปกรณ์สำนักงาน โดยการจัดหาสถานที่ที่ต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อ ภารกิจต่อประชาชน ในการนี้กองการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวของส่วนประชาสัมพันธ์ส่วน หน้า (Front Office) การย้ายอาคารทำการจึงจำเป็นต้อง จัดตั้งชุมชนประชาสัมพันธ์ชั่วคราวไว้บริเวณกองการ ท่องเที่ยวปรับปรุงเพื่อมิให้มีผลกระทบต่อการทำงานของบริการแก่นักท่องเที่ยว

**ขั้นที่ ๒: ขั้นตอนเคลื่อนย้ายไปสำนักงานชั่วคราว (On-Moving)**



การย้ายสำนักงานควรคำนึงถึงลำดับก่อนหลังในการเคลื่อนย้าย ควรย้ายกลุ่มงานที่มีการประสานงานกับประชาชน และกลุ่มงานอื่นๆ น้อยที่สุด มีจำนวนพนักงานน้อย หรือมีระบบการทำงานซับซ้อนน้อยที่สุดไปก่อน และกลุ่มงานที่มีความยุ่งยากในการขนย้ายมากที่สุด มีจำนวนพนักงานมากหรือต้องประสานงานกับหน่วยงานภายนอกหรือประชาชนย้ายไปที่หลัง ในกรณีกองการท่องเที่ยวนี้ ผู้จัดทำรายงานพิจารณาแล้วว่าควรดำเนินการย้ายกลุ่มงาน แผนงานการท่องเที่ยว กลุ่มงานพัฒนาการท่องเที่ยว ฝ่ายบริหารงานทั่วไป และฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากฝ่ายแผนงานมีจำนวนพนักงานน้อยที่สุดและมีได้มีการประสานงานกับนักท่องเที่ยวโดยตรง ส่วนกลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยวนี้เป็นกลุ่มงานที่มีจำนวนเจ้าหน้าที่จำนวนมาก มีบางส่วนที่ต้องอยู่ประจำ ณ ชุมทำการชั่วคราว เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวและมีระบบสารสนเทศและระบบกล้องวงจรปิดที่มีความซับซ้อนในการเคลื่อนย้าย ทั้งนี้ให้กำหนดว่ากลุ่มงานใดย้ายวันใดเพื่อให้เตรียมการล่วงหน้า

**ขั้นตอนที่ ๓: ขั้นตอนเคลื่อนย้ายไปกองการท่องเที่ยวที่ปรับปรุงแล้วเสร็จ (Returning)**



การย้ายกลับสำนักงานควรคำนึงถึงลำดับก่อนหลังในการเคลื่อนย้ายและกำหนดวันย้าย เช่นเดียวกับการย้ายไปอาคารทำการชั่วคราว แต่สามารถลำดับจากความพร้อมของสถานที่ทำงานที่ปรับปรุงแล้วเสร็จและความพร้อมในการย้ายของแต่ละกลุ่มงาน

**หมายเหตุ** ทั้งกำหนดย้ายและย้ายกลับ ให้กลุ่มงานที่ย้ายจัดเตรียมของให้เรียบร้อย และยกของบางส่วนไปไว้ที่อาคารทำการชั่วคราว และกำหนดจุดวางสิ่งของของตน และกลุ่มงานที่เหลือช่วยขนย้ายไปยังจุดที่กำหนดเพื่อความรวดเร็วและควรย้ายให้เสร็จภายในเวลา ๑ วัน

## บทที่ ๔

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ (Conclusion & Recommendation) สรุปผล

#### การศึกษา (Conclusion)

การปรับปรุงอาคารกองการทอ้งเทียวถือเป็นภารกิจที่สำคัญในการที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่นักทอ้งเทียว อำนวยความสะดวก และสร้างความประทับใจให้แก่ักทอ้งเทียวและเพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นศูนย์กลางการบริการด้านการทอ้งเทียวในเอเซียและในระดับโลก ซึ่งการปรับปรุงอาคารนั้นมีความจำเป็นในการเคลื่อนย้ายบุคลากรและอุปกรณ์สำนักงานและระบบสารสนเทศ ดังนั้นการวางแผนจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก สิ่งที่เป็นที่สำคัคือคือการวางแผนเพื่อกำหนดแผนการดำเนินการย้ายสำนักงานกองการทอ้งเทียว ให้นำหลักการวางแผนมาใช้คือ ๑. การประเมินสถานการณ์ คือ จะทำอะไร (What) /ทำไมต้องทำ (why) /ใครบ้างจะเป็นผู้กระทำ (who) / จะกระทำเมื่อใด (when) / จะกระทำที่ไหนบ้าง (where) / จะกระทำกันอย่างไร (how) ๒. กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย เช่นดำเนินการย้ายเมื่อใด ไปยังสถานที่ใด ใครรับผิดชอบในส่วนใด ๓. วิจารณ์ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ วิจารณ์ว่าต้องมีการเตรียมการสิ่งใดบ้าง เช่น ระบบน้ำ ไฟ อินเทอร์เน็ต โต๊ะเก้าอี้สำนักงาน ฯลฯ ๔. กำหนดทางเลือก ๕. เปรียบเทียบทางเลือก ๖. เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ๗. กำหนดวิธีสนับสนุนแผน เช่น กำหนดแผน ซึ่งแผนควรแบ่งเป็นแผนงานย่อยเพื่อให้ไม่มีส่วนใดตกหล่น ในกรณีนี้จะ แบ่งการทำงานเป็น ๓ ช่วงใหญ่ๆ คือ ขั้นตอนการเตรียมการเคลื่อนย้ายไปสำนักงานชั่วคราว (Pre-Moving) ขั้นตอนเคลื่อนย้ายไปสำนักงานชั่วคราว (On-Moving) ขั้นตอนเคลื่อนย้ายไปกองการทอ้งเทียวที่ปรับปรุงแล้วเสร็จ (Returning)

## แนวทางการจัดการโยกย้ายอาคาร (Project Management)

Pre-Moving		On-Moving		Returning	
ขั้นตอน	ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอน	ผู้รับผิดชอบ	ขั้นตอน	ผู้รับผิดชอบ
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ประชุม และมอบหมายภารกิจ</li> <li>▪ ขอจัดสรรงบประมาณ</li> <li>▪ เลือกสถานที่ที่เหมาะสม</li> <li>▪ กำหนดสถานที่</li> <li>▪ เตรียมการขนย้าย</li> <li>▪ ของบประมาณการขนย้าย และจัดเตรียมระบบสาธารณูปโภค</li> <li>▪ กำหนดวัน และดำเนินการโยกย้ายมอบหมายหน้าที่แต่ละคน / กลุ่มงาน</li> </ul>	ผอ.กท. ผ. บริหารฯ คณะกรรมการ คณะกรรมการ ทุกคน ผ.บริหารฯ ผอ.กท.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ประชุม และมอบหมายภารกิจ และกำหนดวันย้ายของแต่ละกลุ่มงาน</li> <li>▪ ย้ายกลุ่มงานแผนงาน</li> <li>▪ ย้ายกลุ่มงานพัฒนาฯ</li> <li>▪ ย้ายกลุ่มงานบริหารงานทั่วไปพร้อมระบบ</li> <li>▪ ย้ายกลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยว พร้อมระบบ</li> <li>▪ แยกเจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่ที่คุ้มชั่วคราว</li> </ul>	ผอ.กท. ทุกคน ทุกคน ทุกคน ทุกคน ทุกคน กลุ่มงานส่งเสริมฯ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ประชุม และมอบหมายภารกิจ และกำหนดวันย้ายของแต่ละกลุ่มงานตามความพร้อม</li> <li>▪ ย้ายระบบกลุ่มงานส่งเสริมฯ</li> <li>▪ ย้ายระบบฝ่ายบริหารฯ</li> <li>▪ ย้ายกลุ่มงานบริหารงานทั่วไปพร้อมระบบ</li> <li>▪ ย้ายกลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยว พร้อมระบบ</li> <li>▪ แยกเจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่ที่คุ้มชั่วคราว</li> </ul>	ผอ.กท. ทุกคน ทุกคน ทุกคน ทุกคน ทุกคน กลุ่มงานส่งเสริมฯ

และการกำหนดแผนผัง (Flow chart) ควรทำเพื่อกำหนดขั้นตอนต่างๆ อย่างชัดเจน โดยการเคลื่อนย้าย ที่ดี ควรย้ายกลุ่มงานที่มีการประสานงานกับประชาชนและกลุ่มงานอื่นๆ น้อยที่สุด มีจำนวนพนักงานน้อย หรือมีระบบการทำงานซับซ้อนน้อยที่สุดไปก่อน และกลุ่มงานที่มีความยุ่งยากในการขนย้ายมากที่สุด มีจำนวนพนักงานมากหรือต้องประสานงานกับหน่วยงานภายนอกหรือประชาชนย้ายไปที่หลัง ส่วนการย้ายกลับสำนักงานควรคำนึงถึงกลุ่มที่มีความยุ่งยากในระบบเน็ตเวิร์กหรือระบบสารสนเทศ กลับก่อนโดยให้ตรวจสอบให้แน่ใจว่ามีการแก้ไขหรือไม่ จนแน่ใจแล้วว่ามีความสมบูรณ์จึงย้ายส่วนงานอื่นๆ กลับมายังกองการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามแผนการที่กำหนดไว้ควรมีการทบทวนเป็นระยะๆ เพื่อให้ได้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินมาหาท่องเที่ยวและใช้บริการการท่องเที่ยวของกองการท่องเที่ยว ในปัจจุบันคิดเป็นร้อยละ ๒ ซึ่งยังมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินมามายัง สนามบินสุวรรณภูมิ หากปรับปรุงอาคารกองการท่องเที่ยวเรียบร้อยแล้ว สถิติที่น่าสนใจอีกสิ่งคือข้อมูลทางสถิติเปรียบเทียบอัตราการมาใช้บริการของนักท่องเที่ยวหลังจากดำเนินการปรับปรุงอาคารเรียบร้อยแล้ว อาทิ จำนวนนักท่องเที่ยวที่มารับบริการ ณ กองการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ ณ กองการท่องเที่ยวมากขึ้นหรือไม่ และร้อยละของความพึงพอใจในการให้บริการเพิ่มมากขึ้นหรือไม่

## ส่วนอ้างอิง (References)

บุญเย็น แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผน [อินเทอร์เน็ต] ; ๒๐๐๙, [เข้าถึงเมื่อ ๓๐ กรกฎาคม ๒๕๕๗].  
เข้าถึงได้จาก <http://library.md.chula.ac.th/guide/vancouver2011.pdf>

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. ความหมายของการท่องเที่ยว ใน เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้น  
เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Introduction to Tourism), สาขาวิทยาการจัดการ; ๒๕๔๕, หน้า ๗๑ – ๗๒

มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ใน เอกสารประกอบการสอน  
คณะพัฒนาการท่องเที่ยว รวบรวมโดย อ.อรจนา จันทร์ประยูร, TD 233 Tourism Behaviours หน้า ๑๙  
[อินเทอร์เน็ต] [เข้าถึงเมื่อ ๓๐ กรกฎาคม ๒๕๕๗]. เข้าถึงได้

จาก <https://onjanachantraprayoon.files.wordpress.com/2012/06/e0b884e0b8a7e0b8b2e0b8a1e0b981e0b895e0b881e0b895e0b988e0b8b2e0b887e0b8a3e0b8b0e0b8abe0b8a7e0b988e0b8b2e0b887e0b89ee0b8a4e0b895e0b8b4.pdf>

สุรเชษฐ์ นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE หมายถึงอะไร [อินเทอร์เน็ต] ; ๒๐๐๑, [เข้าถึงเมื่อ ๓๐ กรกฎาคม ๒๕๕๗]. เข้าถึง  
ได้จาก [http://conservation.forest.ku.ac.th/ecotourdb/Cgi-bin/question\\_week/q14.asp](http://conservation.forest.ku.ac.th/ecotourdb/Cgi-bin/question_week/q14.asp)