

กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร

Tourism Logistics Management Strategies for Museums in Bangkok

คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา

Komsit Kianwatana

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Faculty of Environmental Culture and Ecotourism, Srinakharinwirot University

E-mail : Komsit.kwn@gmail.com

Date Received : 11 January 2024 Date Revised : 22 August 2024

Date Accepted : 22 August 2024 Date Published online : 27 September 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัญหาโลจิสติกส์ท่องเที่ยวและวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก รวมทั้งสิ้น จำนวน 90 คน ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 60 คน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดผู้ให้ข้อมูลหลักแบบโควตาและการเลือกแบบเจาะจง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ผลการวิจัย พบว่า ปัญหาหลักของปัญหาโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 3 ปัญหา ได้แก่ ปัญหาด้านการคมนาคมขนส่ง ปัญหานักท่องเที่ยวหนาแน่น และปัญหาทางด้านการสื่อความหมาย สำหรับกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร ด้วยโมเดล E-V-R ประกอบด้วย 10 กลยุทธ์ ได้แก่ การพัฒนาและส่งเสริมสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้นและมีคุณภาพมากขึ้น การสร้างคุณค่าและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยว การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ การบริหารจัดการด้านภาษา การประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ากับเทคโนโลยีเดิม การส่งเสริมคุณค่าของสิ่งจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ การพัฒนาเจ้าหน้าที่ด้านทักษะการสื่อสาร การพัฒนาเจ้าหน้าที่ด้านการรองรับและดูแลนักท่องเที่ยว และการตรวจสอบและควบคุม

คำสำคัญ : กลยุทธ์ โลจิสติกส์ท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์ ใช้จ่าย

Abstract

This study investigates tourism logistics challenges faced by museums in Bangkok and analyzes corresponding management strategies. A purposive sampling approach identified 90 key informants: 60 Thai tourists and 30 individuals from tourism businesses or related entities. Semi-structured interviews were conducted to collect qualitative data, which was then analyzed using content analysis and data triangulation. The research identified three key tourism logistics challenges in Bangkok museums: transportation issues, visitor overcrowding, and communication problems. The E-V-R model was employed to analyze tourism logistics management strategies. Ten key strategies emerged, including: the enhancement and promotion of existing offerings to achieve superior quality, the creation of value accompanied by effective publicity targeting tourists, the improvement of public transportation services, the elimination of language barriers, the dissemination of museum-related information, the incorporation of modern technology to augment outdated methods, the amplification of the value attributed to exhibits within the museum, the refinement of staff communication proficiencies, the development of personnel in roles focused on accommodating and tending to tourists, and the establishment of rigorous inspection and control measures.

Keywords: Strategies, Tourism Logistics, Museums, Value chain.

บทนำ

การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันมีความสำคัญมาก เนื่องจากมีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว และระบบนิเวศท่องเที่ยวโดยรวม การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีขึ้น ตั้งแต่การจองบัตร การเดินทาง การเยี่ยมชม จนถึงภายหลังการเดินทางท่องเที่ยว การบริหารจัดการในทุกขั้นตอนทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและรู้สึกปลอดภัย อีกทั้งการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพช่วยลดการสูญเสียและเสริมสร้างกำไรในธุรกิจท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงการจัดส่งสินค้า การบริการ และการทำงานร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ กล่าวได้ว่าการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยจัดระบบการเดินทางจากที่หนึ่งไปสู่ที่หนึ่งได้ตามที่วางแผนไว้ เริ่มตั้งแต่การขนส่ง สัมภาระ สิ่งของ การให้ข้อมูลข่าวสารซึ่งถือว่าเป็นการประสานงานระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้การไหลของนักท่องเที่ยวจากต้นทางไปสู่ปลายทางที่ลดความข้อผิดพลาดให้น้อยที่สุดและได้รับความพึงพอใจในระดับสูงสุด (นิตยา มณีวงศ์, 2566)

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการยกระดับมาตรฐานโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในภาคอุตสาหกรรมบริการให้ได้มาตรฐานสากลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันดังได้บรรจุ

การจัดการโลจิสติกส์ไว้เป็นหนึ่งในแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570 สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) ในประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) หมายเหตุที่ 5 ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค เป้าหมายหลัก ปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรมและเปลี่ยนผ่านไปสู่ความยั่งยืน โดยทำให้ประเทศมีระบบนิเวศที่สนับสนุนการค้าการลงทุนสามารถเป็นฐานการค้าการลงทุนที่สำคัญของภูมิภาค พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมไทย เชื่อมโลกมุ่งเน้นเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมและโลจิสติกส์อย่างไร รอยต่อ เพิ่มโอกาสผู้ประกอบการไทยให้เชื่อมโยงกับห่วงโซ่มูลค่าระดับภูมิภาคและระดับโลก ยกกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและสร้างสังคมคาร์บอนต่ำ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

ในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการจัดการที่สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย พิพิธภัณฑสถานเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่รวบรวมหรือจัดแสดงหลักฐานทางโบราณวัตถุ สิ่งของเครื่องใช้ วัตถุทางวัฒนธรรม รวมทั้งความรู้ภูมิปัญญา เรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมาของวัฒนธรรม การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวและการจัดการพิพิธภัณฑสถานมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด การทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพของทั้งสองฝ่ายสามารถส่งผลดีต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว เศรษฐกิจ และภาพลักษณ์ของกรุงเทพฯ ในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การจัดการระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวกับพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพฯ จึงถือเป็นสิ่งสำคัญตามนโยบายของรัฐบาล โดยหากมีการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) ของพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพฯ คือ การจัดการขั้นตอนการบริการที่ต้องต่อเนื่องเป็นลูกโซ่ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านเวลา ต้นทุน และเกิดความพึงพอใจสูงสุดซึ่งการจัดการห่วงโซ่คุณค่า คือ การจัดการโลจิสติกส์ (สุภัสสรา ปัญญาธิรัฐโรจน์, 2561) การจัดการระบบโลจิสติกส์การเดินทางกับพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพฯ ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเยี่ยมชมที่ราบรื่น การจัดการเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ การเข้าถึงนิทรรศการพิเศษเฉพาะ และการสนับสนุนการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม

ด้วยความสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวที่ได้กล่าวมาในข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงประโยชน์และความสำคัญของพิพิธภัณฑสถานในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สนับสนุนศิลปวัฒนธรรมและศิลปะต่าง ๆ ตลอดจนเป็นแหล่งเรียนรู้ของประชาชนและเยาวชนของประเทศ ดังนั้นการวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการวิเคราะห์และออกแบบกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพมหานครเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการ ตั้งแต่การจัดแสดง การบริการ การบริหารทรัพยากร และการทำงานของพนักงาน อีกทั้งการใช้กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพช่วยให้พิพิธภัณฑสถานสร้างชื่อเสียงที่ดี และทำให้มีการตลาดที่แข็งแกร่ง การสร้างแบรนด์และการตลาดที่ดีช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของพิพิธภัณฑสถานในตลาดต่อไป

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยช่วงอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่เดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานครอย่างน้อย 1 แห่ง จาก 6 แห่ง ได้แก่ นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร มิวเซียมสยาม ท้องฟ้าจำลองกรุงเทพ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และซีไลฟ์แบงค็อกโอเชียนเวิลด์ โดยพิพิธภัณฑ์ทั้ง 6 แห่งที่ได้รับความนิยมในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ เป็นตัวแทนพิพิธภัณฑ์ทั้ง 6 ประเภท (จิรา จงกล, 2521) ในช่วงวันที่ 21 สิงหาคม 2566 ถึง 19 พฤศจิกายน 2566 โดยมุ่งเน้นศึกษาตามทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า (Porter, 1985) ที่กล่าวถึงกระบวนการผลิตสามารถสร้างคุณค่า (Value) ให้กับองค์กรซึ่งจะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยประกอบด้วยกิจกรรมหลัก ได้แก่ การนำเข้า การดำเนินการหรือผลิต การส่งออกการตลาดและการขาย และการบริการ กิจกรรมรอง ได้แก่ การจัดหาและการจัดซื้อวัตถุดิบ การพัฒนาเทคโนโลยี การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์และโครงสร้างองค์กร อีกประการหนึ่ง คือ โมเดล E-V-R (Environment-Values-Resources) (Thompson & Martin, 2010) ที่แสดงถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมคุณค่าและทรัพยากรในองค์กร โดยกล่าวถึงปัจจัยสำคัญ 3 ประเด็น ได้แก่ สมรรถนะและความสามารถในการสร้างคุณค่า และหน้าต่างแห่งโอกาส

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยช่วงอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่เดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานครอย่างน้อย 1 แห่ง จาก 6 แห่งที่เป็นตัวแทนของพิพิธภัณฑ์ในแต่ละประเภท ได้แก่ นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร มิวเซียมสยาม ท้องฟ้าจำลองกรุงเทพ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และซีไลฟ์แบงค็อกโอเชียนเวิลด์
2. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์การทำงาน อย่างน้อย 3 ปี

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) คือ กำหนดสัดส่วนของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำแนกตามการแบ่งพื้นที่พิพิธภัณฑ์

จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนพิพิธภัณฑสถาน 10 คน รวม 60 คน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพมหานคร จำนวนพิพิธภัณฑสถาน 5 คน รวม 30 คน ดังนั้นผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 90 คน

เครื่องมือวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีเครื่องมือวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพมหานคร โดยมีประเด็นสำคัญ 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ กิจกรรมหลักและกิจกรรมรองตามแนวคิดตามทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า (Porter, 1985)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เพื่อเป็นข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทั้งนี้ได้ทำการคัดเลือกและสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในแต่ละโซนโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling Method) โดยมีเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพฯ ที่มีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย 3 ปี และเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling Method) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ยินดีให้ข้อมูลการวิจัย โดยมีหัวข้อหลักในการสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 2 กลุ่ม ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักแบบบุคคลต่อบุคคล (Individual Interview) คนละ 20-30 นาที ทั้งนี้ เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้รับ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เพื่อเป็นการพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งที่มาต่าง ๆ โดยพิจารณาแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ ถ้าข้อมูลต่างสถานที่จะเหมือนกันหรือไม่ และถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูล เปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ (Cheawjindakarn, 2018) ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่พิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพฯ 6 แห่ง ได้แก่ นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร มิวเซียมสยาม หอจดหมายเหตุกรุงเทพมหานคร ศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และซีไลฟ์แบงค็อกโอเชียนเวิลด์ ในช่วงวันที่ 21 สิงหาคม 2566 ถึง 19 พฤศจิกายน 2566

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยการตีความแบบนามธรรมของข้อมูลผ่านกระบวนการจำแนกและจัดระเบียบข้อมูลที่เป็นระบบด้วยการลงรหัส (Coding) และการกำหนดหัวข้อหลัก (Themes) หรือแบบแผน (Patterns) จากนั้นจึงสรุปผลการศึกษา (Hsieh & Shannon, 2005) หลังจากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์นี้มาใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพมหานครด้วยโมเดล E-V-R (Environment-Values-Resources) ซึ่งเป็นตัวกำหนดทิศทางของกลยุทธ์ จากนั้นทำการ

กำหนดกลยุทธ์โดยการนำองค์ประกอบกลยุทธ์มาวิเคราะห์หาความสอดคล้องเพื่อกำหนดกลยุทธ์การจัดการ
โลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ปัญหาโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยสรุปประเด็นปัญหาการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1. **ปัญหาด้านการคมนาคมขนส่ง** การเดินทางไปยังพิพิธภัณฑ์แต่ละพื้นที่ในกรุงเทพมหานครนั้นมีความซับซ้อนและความยากลำบาก เนื่องจากระบบการเดินทงสาธารณะในรูปแบบต่าง ๆ ยังไม่มีการเชื่อมต่อกัน ทำให้ไม่สามารถเดินทางได้สะดวก อีกทั้งในบางพื้นที่การคมนาคมขนส่งสาธารณะบางชนิดไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่นั้นได้ทำให้เกิดความยากลำบากต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปยังพิพิธภัณฑ์นั้นหากไม่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวจะเกิดปัญหาในเรื่องของการเข้าถึงสถานที่ที่ได้โดยตรง เนื่องจากการเดินทางด้วยรถสาธารณะนั้นอยู่ห่างจากพิพิธภัณฑ์และไม่เข้าถึงพิพิธภัณฑ์โดยตรงทำให้ต้องมีการเดินหรือเกิดการเดินทางหลายต่อ ทั้งนี้อาจสร้างความเหนื่อยล้าและผลกระทบให้แก่นักท่องเที่ยวได้

2. **ปัญหานักท่องเที่ยวหนาแน่น** เนื่องจากพิพิธภัณฑ์นั้นเป็นสถานที่ที่สามารถเข้าชมได้ในทุกช่วงอายุ ทำให้ทั้งนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจที่จะเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก ปัญหานี้มักจะเกิดขึ้นในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันธรรมดาในบางวัน หากมีการจัดการที่ไม่ดีพอก็ทำให้ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวพร้อมกันได้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวบางส่วนต้องรอเป็นระยะเวลาานาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่เพียงพอที่จะรองรับการให้บริการแก่ผู้ที่มาใช้บริการได้

3. **ปัญหาทางด้านการสื่อความหมาย** ข้อมูล สื่อ คำอธิบายต่าง ๆ ในพิพิธภัณฑ์ไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร เช่น การแปลภาษา ป้ายบอกทางที่ไม่ชัดเจน รวมถึงสื่อในการบรรยายมีเพียงแค่ภาษาไทยเท่านั้น ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาชมและฟังการบรรยายไม่เข้าใจในสิ่งที่สื่อการเรียนรู้กำลังนำเสนอ นอกจากนี้ข้อมูลสื่อทางออนไลน์ พิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่มีเว็บไซต์ที่มีความพร้อมที่คอยให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมแต่ขาดการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยที่สม่ำเสมอ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวอาจไม่ได้รับข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง

4. **ปัญหาพื้นที่ในการมีส่วนร่วม และพื้นที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว** พิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่มักมีพื้นที่สำหรับอำนวยความสะดวกในเรื่องของร้านอาหารและเครื่องดื่มรวมถึงที่นั่งสำหรับพักผ่อนที่ค่อนข้างน้อย ทำให้ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการที่มาพร้อมกันเป็นจำนวนมากได้ รวมทั้งพิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่มักจะไม่มิกิจกรรมที่หลากหลายและดึงดูดนักท่องเที่ยวมากพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวซ้ำได้ รวมถึงในบางพิพิธภัณฑ์มีพื้นที่ค่อนข้างที่จะแคบทำให้มีข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่ในการจัดแสดง

จากข้อมูลประเด็นหลักที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยทฤษฎีโซ่คุณค่าโดยมุ่งเน้นกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน ดังนี้

1. กิจกรรมหลัก (Primary Activities) จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น บางปัญหาที่เกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขได้โดยตรง แต่บางปัญหานั้นต้องแก้ไขมาตั้งแต่จุดเริ่มต้น โดยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ผ่านทฤษฎีโซ่คุณค่า ที่มุ่งเน้นกิจกรรมหลัก 5 กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ การตลาด การขนส่งสินค้าและการบริการไปสู่ผู้บริโภค โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 การนำเข้า (Inbound Logistics) พิพิธภัณฑสถานควรมีการศึกษาความต้องการของลูกค้าและนำข้อมูลต่าง ๆ มาพัฒนาและปรับให้ตรงตามความต้องการลูกค้า ดังนี้

- มีการพัฒนาและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในพิพิธภัณฑสถาน ที่มีความพร้อมที่จะสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การจัดสร้างโลกเสมือนจริงให้อยู่ในพิพิธภัณฑสถาน การนำ AI เข้ามาช่วยในการนำเสนอสื่อและสามารถแปลภาษาได้หลากหลายภาษา อีกทั้งมีการนำเข้าผลงานทางศิลปะที่หลากหลายรูปแบบ เช่น ภาพวาด ภาพเขียน ดนตรี การแสดง โชว์ การทำภาพ 3 มิติ เพื่อเป็นการดึงดูดและสร้างความแปลกใหม่ให้แก่นักท่องเที่ยว

- มีการมุ่งเน้นการจัดหาสินค้าและบริการเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการมาพิพิธภัณฑสถาน เช่น การจัดสร้างรถรางขนส่งจากพิพิธภัณฑสถานขึ้นส่งหลักบริเวณใกล้เคียง อีกทั้งเพิ่มโซนอาหาร ที่นั่ง ตู้กดอาหาร

- มีการรับวัฒนธรรมหรือผลงานศิลปะอื่น ๆ ที่มีความหลากหลายเข้ามาจัดนำเสนอในพิพิธภัณฑสถาน

1.2 การดำเนินการ (Operations)

ภายในองค์กรควรมีการทำงานที่มีความเชื่อมโยงกันในการทำงาน เพื่อลดในเรื่องของการทำงานที่สูญเปล่า ไม่สอดคล้องกัน รวมถึงในการทำงานควรมีความยืดหยุ่น แต่ควรมีการพัฒนาและกำหนดไว้เพื่อให้สินค้าหรือบริการที่ออกมานั้น สามารถส่งต่อไปยังลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- ภายในองค์กรทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ท่องเที่ยวและพิพิธภัณฑสถานควรมีการทำงานที่เชื่อมโยงกันในหน่วยงานของตนเอง มีการจัดประชุม เพื่อที่จะให้สินค้าหรือบริการที่จะนำเสนอออกมาได้อย่างดีที่สุดและไม่เกิดข้อผิดพลาด เช่น การจัดประชุมในเรื่องของการวางแผนการจัดรถราง รวมถึงการประชุมเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการขนส่ง

- มีการมุ่งเน้นในเรื่องของการ แปรรูป สินค้า รวมถึงผลิตสินค้าที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ รวมถึงมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับสถานที่ เช่น การทำวงกบดูแล รวมถึงการทำของที่ระลึก

- มีการออกแบบ และผลิตกิจกรรมรูปแบบใหม่ ผ่านอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยการผสมผสานกับการเรียนรู้วัฒนธรรม ผลงานศิลปะในพิพิธภัณฑสถาน เพื่อที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นการสร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำได้ ซึ่งจะเป็นการสร้างความตื่นตัวให้นักท่องเที่ยว นอกเหนือจากแค่การเข้ามาชม เช่น การสวมแว่น VR เพื่อให้ได้เข้าไปลองสัมผัสกับโลกเสมือนจริง

- มีการจัดการวางแผนการบริหารความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง รวมถึงการบริการในพิพิธภัณฑ์ ในเรื่องของการรับมือกับปัญหาหน้างาน
- มีการจัดเตรียม ข้อตกลงกับพันธมิตร ในเรื่องของการจัดการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริการ รวมถึงนักการตลาด เพื่อที่จะสามารถเข้ามาช่วยเหลือในเรื่องของการออกแบบ ผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างถูกต้อง ตามความต้องการเพื่อให้สินค้าและบริการสามารถตอบโจทย์แก่ผู้ใช้บริการได้มากที่สุด

1.3 การส่งออก (Outbound Logistics)

การบริการสินค้าและบริการสู่ลูกค้าที่ควรที่จะบริการสู่ผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ใช้บริการ ได้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- ในเรื่องของระบบโลจิสติกส์การขนส่งนักท่องเที่ยวควรมีการจัดเวลาในการมาของรถและรอบรถอย่างชัดเจนเพื่อให้สามารถบริการผู้ใช้บริการได้อย่างง่ายและชัดเจน รวมถึงมีความรวดเร็ว และตรงต่อเวลาในการบริการ
- มีการบริการที่มีเอกลักษณ์แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการอย่างทั่วถึง รวมถึงการแนะนำนักท่องเที่ยวในเรื่องของการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่นำเข้ามาประยุกต์ใช้ทางด้านประวัติศาสตร์ และผลงานศิลปะ อีกทั้งในเรื่องของการจัดการเวลา และรอบในการเข้าชมในพิพิธภัณฑ์ที่ควรมีการจัดอย่างเหมาะสมและตรงต่อเวลา เพื่อให้ผู้ใช้บริการไม่ต้องมีการรอเป็นระยะเวลานาน ทั้งยังเป็นการช่วยลดความหนาแน่นของผู้คนได้อีกด้วย

1.4 การตลาดและการขาย (Marketing and Sales)

การทำการตลาด รวมถึงการจูงใจและชักจูงลูกค้า ถือเป็นส่วนที่มีความสำคัญอีกส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าได้เข้ามาใช้บริการ และได้รู้จักกับสินค้าและบริการที่จัดขึ้นได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น ดังนี้

- มีการจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีช่องทางหลากหลายเพื่อเป็นการกระจายข้อมูลผ่านเข้าสู่ลูกค้าได้อย่างทั่วถึง รวมถึงการอัปเดตข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมของทางพิพิธภัณฑ์ให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เช่น ผ่านทางช่องทาง Tiktok Instagram ผ่านทางสื่อต่าง ๆ มีช่องทางการสอบถาม การตอบคำถามที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับรู้ข้อมูลของพิพิธภัณฑ์ได้อย่างทั่วถึง
- มีการจัดทำเว็บไซต์ที่สามารถเชื่อมโยงกันระหว่างพิพิธภัณฑ์กับการขนส่ง เช่น เว็บไซต์ที่สามารถเชื่อมต่อกันได้ทั้งพิพิธภัณฑ์และสามารถเชื่อมโยงไปสู่รูปแบบการเดินทางได้ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงรูปแบบ ขั้นตอนการเดินทางให้นักท่องเที่ยวได้เลือก ได้อย่างสะดวกและง่ายมากยิ่งขึ้น
- มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายทั้งหน้าร้านและออนไลน์ รวมถึงมีการจับมือ หรือทำข้อตกลงกับทางขนส่งสาธารณะต่าง ๆ ให้ช่วยประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ การจัดทำโปรโมชั่นร่วมกันสามารถได้ประโยชน์กันทั้ง 2 ฝ่าย เช่น จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ผ่านการขนส่งสาธารณะ โดยจะมีการลดราคา หรือการจัดให้มีสิทธิพิเศษอื่น ๆ เพิ่มเติม

1.5 การบริการ (Services)

การจัดการบริการทั้งสินค้าและบริการของพิพิธภัณฑ์นั้นจำเป็นที่จะต้องมีการบริการให้นักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทั้งหมด ทั้งก่อนบริการ ระหว่างบริการ และหลังการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการให้มากที่สุด ดังนี้

- มีการจัดแบ่งเจ้าหน้าที่ประจำจุดต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูล บริการและคอยแนะนำเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ และการใช้รถสาธารณะให้แก่นักท่องเที่ยวได้ รวมถึงป้องกันการขึ้นรถผิดสายและการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว
- พนักงานและเจ้าหน้าที่ที่มีการจัดการบริการที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีการให้เกียรติลูกค้าหรือผู้ให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน รวมถึงพนักงานและเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ได้อย่างหลากหลาย ถูกต้อง อีกทั้งมีความสามารถในด้านของการใช้ภาษาที่สามารถ คอยให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อีกด้วย
- พนักงานและเจ้าหน้าที่สามารถช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงคอยจัดสรรผู้เข้ามาใช้บริการ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาความหนาแน่นของจำนวนนักท่องเที่ยว เพื่อลดปัญหาในการใช้บริการ
- จัดทำแบบสอบถาม แบบประเมินหลังเข้าใช้บริการ สอบถามถึงความพึงพอใจ ข้อเสนอแนะ เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้กับพิพิธภัณฑ์ รวมถึงการดำเนินการจัดการการเดินทางของการขนส่งสาธารณะในอนาคต

จากกิจกรรมหลักที่กล่าวมาข้างต้น จะสามารถทำงานผสมกันได้ดีมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดประโยชน์และทำงานได้ดีขึ้นจึงจะต้องคอยอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม ดังนี้

1. การจัดหา (Procurement)

- มีการจัดตกลงทำสัญญาระหว่างพันธมิตร เพื่อที่จะช่วยให้อำนวยความสะดวกในการประสานงาน มีการประสานงานกับภาครัฐและเอกชน ให้เข้ามาช่วยดูในเรื่องของการขนส่ง และจัดระเบียบในการใช้รถสาธารณะ ให้มีความเป็นระบบมากยิ่งขึ้น รวมถึงประสานงานกับกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยว เพื่อที่จะเข้ามาช่วยในเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเข้ามาดูแล รักษาผลงานในพิพิธภัณฑ์
- มีการต่อรองกับซัพพลายเออร์ในเรื่องของการนำสิ่งของอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เข้ามาใช้ในพิพิธภัณฑ์ เช่น น้ำดื่ม กระดาษชำระ แก้วน้ำสำรอง รวมถึงการนำเข้าเครื่องแปลภาษาที่จะช่วยอธิบาย และสามารถแปลได้หลายภาษา

2. การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development)

- มีการจัดทำระบบฐานข้อมูลในเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลภายในพิพิธภัณฑ์ที่เป็นปัจจุบัน และมีความทันสมัยอยู่เสมอ
- มีการประยุกต์รูปแบบการนำเสนอที่เป็นปัจจุบันมากยิ่งขึ้น โดยการนำเสนอผ่านสมาร์ทโฟน เช่น การสแกน QR CODE เพื่อศึกษาข้อมูล และสามารถแปลเนื้อหาบรรยายได้หลากหลายภาษาเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

- มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ในการนำเสนอ เช่น การทำภาพ 3 มิติ การทำห้องจำลอง 360 องศา รวมถึงการนำเข้าเครื่องมือที่จะช่วยในเรื่องของการจัดลำดับคิวในการเข้าห้องชมพิพิธภัณฑ์ เพื่อลดความแออัดในการเข้าชมพร้อมกัน

- มีการทำเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ รวมถึงวิธีการเดินทาง เพื่อให้สามารถหาข้อมูลพิพิธภัณฑ์ รวมถึงขั้นตอนในการเดินทางที่ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น โดยจะต้องมีการอัปเดตข้อมูลที่เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

3. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Management)

- ในการบริหารจัดการทรัพยากร ตั้งแต่การคัดเลือกพนักงาน ควรคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ เรียนรู้งานได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ควรที่จะมีการพัฒนาให้พนักงานสามารถพูดภาษาอังกฤษ หรือภาษาที่ 3 ได้ เพื่อที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้งพนักงานจะต้องมีความรู้ในเรื่องของชิ้นงานในพิพิธภัณฑ์เพื่อที่จะสามารถ บรรยาย ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ

- จะต้องมีการจัดอบรมพนักงานทั้งพนักงานเก่าและพนักงานใหม่อยู่เสมอเพื่อที่จะสามารถพัฒนาให้พนักงานนั้นรู้งานได้ทั่วทั้งระบบ และสามารถดำเนินงานออกมาได้ดีขึ้น อีกทั้งยังต้องมีการติดตามและประเมินผลพนักงานอยู่เสมอ เช่น การอบรมพนักงานในเรื่องของการบริการ

4. โครงสร้างองค์กร (Firm Infrastructure)

- การจัดการโครงสร้างขององค์กรมีบทบาทสำคัญในการบริหารพิพิธภัณฑ์โดยจะต้องมีการบริหารองค์กรภายในให้มีระบบเกิดประสิทธิภาพสูงสุดและให้สามารถทำงานร่วมกันได้ในทุก ๆ ฝ่าย เช่น การบริหารการเงินและบัญชี การวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบรวมถึงมีการจัดการเรื่องของภาษีขององค์กรให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยเพื่อให้ในการทำงานสามารถทำงานออกมาได้อย่างดีที่สุดในที่สุดจึงจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับส่วนนี้เป็นอย่างมาก

- การจัดสรรระยะเวลาการทำงานของพิพิธภัณฑ์เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่และออกมาดีที่สุดในที่สุดจึงจำเป็นที่จะต้องมีการลดระยะเวลาให้เหมาะสมกับการทำงานโดยไม่ควรที่จะมีการทำงานที่เป็นระยะเวลานาน หรือให้พนักงานทำงานล่วงเวลามากจนเกินไป

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานครด้วยโมเดล E-V-R

ผู้วิจัยนำผลการวิจัยตอนที่ 1 มาวิเคราะห์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานครด้วยโมเดล E-V-R (Environment-values-resources) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร

สมรรถนะและความสามารถ (R)	หน้าตาแห่งโอกาส (E)	การสร้างคุณค่า (V)
R1 ที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ กระจายอยู่ทั่วกรุงเทพมหานคร และเป็นจุดที่ได้รับความนิยมสูง การคมนาคมขนส่งหลากหลาย	E1 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษา วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และ ระบบนิเวศทางทะเลเป็นรูปแบบ การท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน	V1 พิพิธภัณฑ์มีความโดดเด่นทาง เอกลักษณ์ ทั้งด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม
R2 พิพิธภัณฑ์เปรียบเสมือน แหล่งเรียนรู้ที่มอบทั้งความรู้ และประสบการณ์ให้แก่ผู้เข้าชม	E2 กรุงเทพมหานครมีโครงสร้าง พื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกก่อนข้างครบครัน	V2 พิพิธภัณฑ์ ได้รับการรับรอง มาตรฐานทั้งไทยและสากลที่ แตกต่างกันไป เช่น Museum Thailand Award, SHA และ SHA+
R3 สิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ ล้วนมีคุณค่า มีเรื่องราว และ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพิพิธภัณฑ์	E3 พิพิธภัณฑ์โดดเด่นในด้าน ภูมิทัศน์ทั้งภายในและภายนอก พิพิธภัณฑ์ที่แตกต่างกันไปตาม การออกแบบและสภาพแวดล้อม โดยรอบ	V3 พิพิธภัณฑ์มีความพร้อมในการ รองรับและให้บริการด้านการ ท่องเที่ยว แก่ผู้เข้าชม ตาม มาตรฐานทั้งไทยและสากล
R4 เจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์มี ความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับ สิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์	E4 เทคโนโลยีที่นำมาผสมผสาน ในการจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ มีความทันสมัยและตอบสนอง ความต้องการด้านการใช้งานได้ เป็นอย่างดี	V4 พิพิธภัณฑ์มีการประชาสัมพันธ์ ผ่านหลากหลายช่องทาง เพื่อ สะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะ พิพิธภัณฑ์
R5 พนักงานและเจ้าหน้าที่ภายใน พิพิธภัณฑ์มีทักษะการสื่อสารที่ดี สามารถพูดคุยและถ่ายทอดความรู้ ให้แก่ผู้เข้าชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	E5 ภายในพิพิธภัณฑ์มีสิ่งอำนวยความสะดวก หลากหลายสามารถ รองรับผู้เข้าชมได้หลากหลาย ประเภททั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติ	V5 สิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ ผสมผสานระหว่างวัตถุที่จับต้อง ได้และจับต้องไม่ได้ (Tangible and Intangible Heritage) เข้า กับ เทคโนโลยีสมัยใหม่

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำประเด็นต่าง ๆ มา วิเคราะห์วิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว
ของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 10 กลยุทธ์ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร	
1	R1 + E1 + V1	การพัฒนาและส่งเสริมสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้นและมีคุณภาพมากขึ้น เพื่อให้รองรับนักท่องเที่ยวได้เยอะขึ้น ส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับกรุงเทพมหานครที่สูงขึ้น
2	R1 + E2 + V2	การสร้างคุณค่าและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงคุณค่าดังกล่าว ก่อให้เกิดการเชื่อมั่นและไว้วางใจในการเดินทางมาเข้าชมจากนักท่องเที่ยวจนนำไปสู่การพัฒนาและเพิ่มพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น
3	R1 + E3 + V3	การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพและนำใช้บริการ รวมถึงการเพิ่มรอบและเพิ่มชนิดของระบบขนส่งสาธารณะให้ครอบคลุมมากขึ้น อีกทั้งควรออกแบบภูมิทัศน์โดยรอบพิพิธภัณฑ์ให้เข้าถึงง่าย
4	R2 + E1 + V1	การจัดข้อจำกัดด้านภาษา ด้วยการเพิ่มภาษาต่างประเทศในการบรรยายเนื้อหาไม่ว่าจะผ่านเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ หรือแม้แต่ข้อความอธิบาย เพื่อให้สามารถรองรับและตอบสนองด้านการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้มากกว่าที่เคย
5	R2 + E4 + V4	การประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ในฐานะแหล่งเรียนรู้เพื่อประชาชนเพื่อให้ นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นคุณค่าและเดินทางมาเข้าชมมากขึ้น
6	R2 + E4 + V5	การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ากับเทคโนโลยีเดิม และผสมผสานเข้ากับวัตถุที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ภายในพิพิธภัณฑ์ เพื่อประสิทธิภาพการบรรยายที่ดีและทันสมัย
7	R3 + E5 + V3	การส่งเสริมคุณค่าของสิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ผ่านเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพิพิธภัณฑ์ และประวัติศาสตร์ประจำชาติ นำไปสู่การเพิ่มพื้นที่จัดแสดง
8	R4 + E1 + V3	การจัดตั้งโครงการอบรมเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารโดยเฉพาะด้านภาษาต่างประเทศ และจัดตารางการบรรยายของเจ้าหน้าที่เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นควบคู่กับลดปัญหาความหนาแน่น
9	R5 + E1 + V3	การจัดตั้งโครงการอบรมพนักงานและเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ให้มีความรู้ความสามารถ และมีความพร้อมในการรองรับและดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงตามมาตรฐานทั้งไทยและสากล

10	R5 + E5 + V2	การตรวจสอบและควบคุมพนักงานและเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ สิ่งที่จัดแสดงและสิ่งอำนวยความสะดวกให้คงประสิทธิภาพตามมาตรฐานทั้งไทยและสากล
----	--------------	---

การอภิปรายผลการวิจัย

พิพิธภัณฑ์ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครมีปัญหาหลักด้านการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว 4 ประการ ได้แก่ 1) ปัญหาด้านการคมนาคมขนส่ง บางพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพฯ มีปัญหาเรื่องการจอดรถหรือการเดินทางขาเข้าที่ยากลำบากทำให้นักท่องเที่ยวมีความลำบากในการเข้าชม 2) ปัญหานักท่องเที่ยวหนาแน่น บางพิพิธภัณฑ์อาจมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นมากเกินไปในบางช่วงเวลาทำให้การบริหารจัดการและบรรเทาปัญหาความหนาแน่นเป็นสิ่งที่ท้าทาย 3) ปัญหาทางด้านการสื่อความหมาย บางพิพิธภัณฑ์อาจมีปัญหาในการสื่อสารและให้ข้อมูลที่เข้าใจได้เพียงพอทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดี 4) และปัญหาพื้นที่ในการมีส่วนร่วมและพื้นที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว บางพิพิธภัณฑ์อาจมีความจำเป็นในการพัฒนาพื้นที่ในการมีส่วนร่วมและสร้างพื้นที่อำนวยความสะดวกเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่กล่าวถึงสามารถทำได้ด้วยการนำเข้าแผนการบริหารจัดการที่เป็นระบบและการพัฒนาพื้นที่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรับรองนักท่องเที่ยว รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสารในการพัฒนาประสบการณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น เช่น การดำเนินการวิเคราะห์ปัญหาและสร้างแผนการที่เป็นระบบเพื่อจัดการปัญหาที่พบด้วยแนวคิดโซ่คุณค่า การปรับปรุงโครงสร้างพื้นที่ในพิพิธภัณฑ์เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและประสบการณ์ท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีในการปรับปรุงพื้นที่, เช่น การใช้สื่อการสอนแบบอัจฉริยะ การใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง หรือการนำเทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อปรับปรุงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Gretzel, Sigala, Xiang, & Koo, 2015; Buhalis & Foerste, 2015)

กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาและส่งเสริมสิ่งที่มีอยู่ให้ดีและมีคุณภาพมากขึ้น เพื่อให้รองรับนักท่องเที่ยวได้เยอะขึ้น ส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับกรุงเทพมหานครที่สูงขึ้น เนื่องด้วยแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพฯ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา และนักท่องเที่ยวจำนวนมากแสดงความสนใจในการสำรวจมรดกทางวัฒนธรรมของเมือง พิพิธภัณฑ์จึงเน้นความสำคัญของการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของพิพิธภัณฑ์ที่มีอยู่ในกรุงเทพฯ การอัพเกรดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น พื้นที่จัดแสดงนิทรรศการ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว และการเข้าถึงสามารถปรับปรุงประสบการณ์โดยรวมของผู้เข้าชมได้อย่างมาก ตลอดจนกระจายความหลากหลายของการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวในวงกว้างขึ้นด้วยการจัดแสดงรูปแบบศิลปะ สิ่งประดิษฐ์ทางประวัติศาสตร์ และการจัดแสดงทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย พิพิธภัณฑ์จึงสามารถดึงดูดความสนใจและกลุ่มประชากรที่แตกต่างกันไป (Falk, & Dierking, 2000; Macdonald, 2016; Weil, 2002) กลยุทธ์ข้อที่ 2

การสร้างคุณค่าและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงคุณค่าดังกล่าวก่อให้เกิดการเชื่อมั่นและไว้วางใจในการเดินทางมาเข้าชมซ้ำจากนักท่องเที่ยวจนนำไปสู่การพัฒนาและเพิ่มพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น การสร้างมูลค่าและการส่งเสริมคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นใจและความไว้วางใจ ซึ่งท้ายที่สุดจะนำไปสู่การเข้าชมพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพฯ ซ้ำมากขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ถึงคุณค่าและประสบการณ์พิเศษที่นำเสนอโดยพิพิธภัณฑ์เหล่านี้ พวกเขามีแนวโน้มที่จะกลับมาเยี่ยมชมอีกในอนาคต ส่งผลให้เกิดการพัฒนาและขยายพื้นที่พิพิธภัณฑ์เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นด้วยการเพิ่มคุณค่าและเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง พิพิธภัณฑ์สามารถส่งเสริมการรับรู้เชิงบวกในหมู่นักท่องเที่ยวและกระตุ้นให้พวกเขาสำรวจและชื่นชมคุณค่าทางวัฒนธรรมที่กรุงเทพฯ มิให้ (Bitner, Booms, & Tetreault, 1990; Serrell, 1998) **กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพและนำไปใช้บริการรวมถึงการเพิ่มรอบและเพิ่มชนิดของระบบขนส่งสาธารณะให้ครอบคลุมมากขึ้น อีกทั้งควรออกแบบภูมิทัศน์โดยรอบพิพิธภัณฑ์ให้เข้าถึงง่ายด้วย** การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพด้วยการเพิ่มจำนวนรอบและขยายประเภทของระบบขนส่งสาธารณะที่มีอยู่ มีเป้าหมายเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงและสะดวกยิ่งขึ้นซึ่งอาจช่วยแก้ปัญหาความแออัดยัดเยียดและการรอคอยที่ยาวนานทำให้การเดินทางเป็นประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจมากขึ้นสำหรับทุกคน ยิ่งกว่านั้น การมุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงการเข้าถึงภูมิทัศน์รอบ ๆ พิพิธภัณฑ์ก็เป็นส่วนสำคัญเช่นกัน ด้วยการออกแบบพื้นที่ให้เข้าถึงได้ง่ายจะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นและปรับปรุงประสบการณ์โดยรวมของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจรวมถึงการใช้ทางลาดทางเดินที่ปูพื้นอย่างดี และป้ายที่ชัดเจน ทำให้ผู้พิการหรือผู้มีข้อจำกัดด้านการเคลื่อนไหวสามารถสำรวจสภาพแวดล้อมได้ง่ายขึ้น (Ceder & Golub, 2016; Shoval, Isaacson, & Kuflik, 2016) **กลยุทธ์ที่ 4 การจัดซื้อจำกัดด้านภาษา ด้วยการเพิ่มภาษาต่างประเทศในการบรรยายเนื้อหาไม่ว่าจะผ่านเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ หรือแม้แต่ข้อความอธิบายเพื่อให้สามารถรองรับและตอบสนองด้านการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้มากกว่าที่เคย** ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการจัดซื้อจำกัดด้านภาษาในเนื้อหาในพิพิธภัณฑ์สามารถช่วยเพิ่มประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อย่างมาก พิพิธภัณฑ์สามารถสนับสนุนและตอบสนองต่อความต้องการการเรียนรู้ของผู้เยี่ยมชมเหล่านี้ได้ดียิ่งขึ้นด้วยการนำภาษาต่างประเทศมาใช้ในการบรรยายและให้ข้อความอธิบายแนวทางหนึ่งในการจัดซื้อจำกัดทางภาษาคือการมีเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ที่พูดได้หลายภาษาอย่างคล่องแคล่ว เจ้าหน้าที่เหล่านี้สามารถบรรยายและให้คำอธิบายในภาษาต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถเข้าใจและมีส่วนร่วมกับเนื้อหาได้อย่างครบถ้วน สิ่งนี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้ของพวกเขาเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมความรู้สึกของการไม่แบ่งแยกและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอีกด้วย อีกวิธีหนึ่งที่มีประสิทธิภาพคือการจัดเตรียมข้อความอธิบายในหลายภาษา ซึ่งสามารถทำได้ผ่านการใช้เครื่องบรรยายออดิโอไกด์หรือเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น โบรชัวร์หรือแผงข้อมูล ด้วยการนำเสนอการแปลเนื้อหา นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถสำรวจพิพิธภัณฑ์ได้ตามต้องการและเข้าใจการจัดแสดงอย่างลึกซึ้งมากขึ้นผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการผสมผสานภาษาต่างประเทศเข้ากับประสบการณ์ของพิพิธภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์สามารถดึงดูดและตอบสนองต่อผู้ชมจำนวนมากขึ้น สิ่งนี้ไม่เพียงแต่

เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังมีส่วนช่วยในการส่งเสริมและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอีกด้วย ด้วยการเปิดรับความหลากหลายทางภาษา พิพิธภัณฑ์จึงสามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่ครอบคลุมและมีคุณค่ามากขึ้นสำหรับผู้มาเยือนทุกคน (Falk, & Dierking, 2013) **กลยุทธ์ที่ 5 การประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ในฐานะแหล่งเรียนรู้เพื่อประชาชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นคุณค่าและเดินทางมาเข้าชมมากขึ้น** การเผยแพร่พิพิธภัณฑ์ให้เป็นแหล่งเรียนรู้สาธารณะจะช่วยเพิ่มมูลค่าและดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยให้มาเยี่ยมชมได้มากขึ้น ด้วยการเน้นย้ำแง่มุมด้านการศึกษาและประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ จึงสามารถดึงดูดความสนใจของผู้มีโอกาสเป็นผู้เข้าชมที่อาจไม่เคยพิจารณามาก่อน เพื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารพิพิธภัณฑ์สามารถใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ได้ ประการแรก การสร้างเนื้อหาที่ให้ข้อมูลและน่าสนใจเกี่ยวกับนิทรรศการของพิพิธภัณฑ์ ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ และโปรแกรมการศึกษาสามารถแชร์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และบล็อกการเดินทาง ซึ่งจะช่วยสร้างความตระหนักรู้แก่ประชาชนและสร้างความสนใจในการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ รวมทั้งการร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เช่น โรงเรียนและมหาวิทยาลัย การจัดทัศนศึกษาและการเสนอส่วนลดพิเศษสำหรับกลุ่มนักศึกษาสามารถส่งเสริมให้สถาบันการศึกษารวมพิพิธภัณฑ์ไว้ในหลักสูตรและส่งเสริมให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ที่มีคุณค่า นอกจากนี้ การเป็นพันธมิตรกับตัวแทนการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและภาคีสามารถช่วยส่งเสริมให้พิพิธภัณฑ์แห่งนี้เป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องมาเยือน ความร่วมมือเหล่านี้อาจรวมถึงแพ็คเกจทัวร์พิเศษที่เน้นคุณค่าทางการศึกษาของพิพิธภัณฑ์ รวมอยู่ในแผนการเดินทาง และการให้คำแนะนำที่ให้ข้อมูลเพื่อปรับปรุงประสบการณ์ของผู้เยี่ยมชม (Hacken, 2015; Falk, & Dierking, 2013; Lai & Turban, 2008) **กลยุทธ์ที่ 6 การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ากับเทคโนโลยีเดิม และผสมผสานเข้ากับวัตถุที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ภายในพิพิธภัณฑ์ เพื่อประสิทธิภาพการบรรยายที่ดีและทันสมัย** เทคโนโลยีสมัยใหม่มีผลกระทบอย่างมากต่ออุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึงภาคพิพิธภัณฑ์ด้วย การบูรณาการเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ากับพิพิธภัณฑ์ทำให้เกิดแนวทางใหม่ในการนำเสนอข้อมูลและมีส่วนร่วมกับผู้เยี่ยมชม เช่น การแสดงแบบอินเทอร์แอคทีฟและความเป็นจริงเสริมสามารถทำให้สิ่งประดิษฐ์มีชีวิตขึ้นมาได้ โดยมอบประสบการณ์ที่น่าประทับใจและให้ความรู้มากยิ่งขึ้น ด้วยการรวมองค์ประกอบดิจิทัล เช่น หน้าจอสัมผัสและความเป็นจริงเสมือน ผู้เยี่ยมชมสามารถโต้ตอบกับนิทรรศการในรูปแบบใหม่และน่าตื่นเต้น นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ยังช่วยให้พิพิธภัณฑ์สามารถเสนอการแสดงผลบรรยายที่มีคำตอบได้ การบรรยายแบบดั้งเดิมมักอาศัยการนำเสนอแบบคงที่และการโต้ตอบของผู้ฟังที่จำกัด อย่างไรก็ตาม พิพิธภัณฑ์สามารถใช้เครื่องมือเชิงโต้ตอบที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการมีส่วนร่วมด้วยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งในทางกลับกันจะช่วยเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้โดยรวมสำหรับผู้มาเยือน (Ioannides, Magnenat-Thalman, & Papagiannakis, 2014) **กลยุทธ์ที่ 7 การส่งเสริมคุณค่าของสิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ผ่านเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพิพิธภัณฑ์ และประวัติศาสตร์ประจำชาติ นำไปสู่การเพิ่มพื้นที่จัดแสดง** การส่งเสริมคุณค่าของการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ผ่านเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์สามารถนำไปสู่การเพิ่มพื้นที่จัดแสดงนิทรรศการได้อย่างแท้จริง พิพิธภัณฑ์สามารถดึงดูดผู้เข้าชมได้มากขึ้น และสร้างความสนใจในนิทรรศการมาก

ขึ้นด้วยการนำเสนอเรื่องราวที่น่าดึงดูดและโดดเด่น เมื่อผู้เยี่ยมชมสนใจเรื่องราวเบื้องหลังสิ่งประดิษฐ์เหล่านี้ พวกเขามีแนวโน้มที่จะใช้เวลาสำรวจพิพิธภัณฑ์และชื่นชมสิ่งที่น่าสนใจ ดังนั้นการส่งเสริมคุณค่าของการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพผ่านเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมุ่งเน้นไปที่ประเด็นเรื่อง การดูแลจัดการเรื่องเล่าอย่างมีส่วนร่วม พิพิธภัณฑ์ควรลงทุนในการค้นคว้าและดูแลจัดการเรื่องราวที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับนิทรรศการ เรื่องราวเหล่านี้อิงจากเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ บุคคลสำคัญ ประเพณีทางวัฒนธรรม หรือเรื่องราวส่วนตัว พิพิธภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจของผู้มาเยือนและสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำได้ด้วยการนำเสนอเรื่องราวเหล่านี้ในลักษณะที่น่าดึงดูดและเข้าถึงได้ (Kelly, 2012; Luke, 2011) **กลยุทธ์ที่ 8 การจัดตั้งโครงการอบรมเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสาร โดยเฉพาะด้านภาษาต่างประเทศ และจัดตารางการบรรยายของเจ้าหน้าที่เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นควบคู่กับลดปัญหาความหนาแน่น** การจัดโครงการฝึกอบรมบุคลากรภายในพิพิธภัณฑ์เพื่อพัฒนาทักษะในการสื่อสารโดยเฉพาะภาษาต่างประเทศจะเป็นประโยชน์ต่อพิพิธภัณฑ์อย่างมาก ด้วยการจัดเตรียมทักษะทางภาษาที่จำเป็นให้กับเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่จะสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งจะช่วยยกระดับประสบการณ์โดยรวมของเจ้าหน้าที่ที่พิพิธภัณฑ์ นอกจากนี้การวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าการจัดตารางการบรรยายของเจ้าหน้าที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้น ช่วยบรรเทาปัญหาความแออัด ด้วยการนำเสนอการบรรยายในช่วงเวลาที่แตกต่างกันและรับรองว่าจะมีพนักงานที่เหมาะสมในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน พิพิธภัณฑ์สามารถจัดการการไหลเวียนของผู้เข้าชมได้ดีขึ้นและลดความแออัด (Skramstad & Moe, 2019) **กลยุทธ์ที่ 9 การจัดตั้งโครงการอบรมพนักงานและเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ให้มีความรู้ความสามารถ และมีความพร้อมในการรองรับและดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงตามมาตรฐานทั้งไทยและสากล** การฝึกอบรมดังกล่าวสามารถมีผลกระทบเชิงบวกหลายประการ ประการแรก จะช่วยปรับปรุงคุณภาพการบริการลูกค้าของเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ด้วยการฝึกอบรมที่เหมาะสม พนักงานและเจ้าหน้าที่จะได้รับความรู้และทักษะที่จำเป็นในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจรวมถึงการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและละเอียดเกี่ยวกับการจัดแสดง แสดงให้เห็นถึงความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม และการรับรองความปลอดภัยและความสะดวกสบายของผู้เข้าชม ประการที่สอง การฝึกอบรมสามารถปรับปรุงภาพลักษณ์โดยรวมและชื่อเสียงของพิพิธภัณฑ์ได้ เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับบริการที่เป็นเลิศและรู้สึกได้รับการดูแลอย่างดีระหว่างที่มาเยือน พวกเขามีแนวโน้มที่จะแบ่งปันบทวิจารณ์และคำแนะนำเชิงบวกกับผู้อื่นมากขึ้นซึ่งอาจนำไปสู่จำนวนผู้เข้าชมที่เพิ่มขึ้นและการรับรู้ของสาธารณชนต่อพิพิธภัณฑ์ที่ดีขึ้น นอกจากนี้ การฝึกอบรมที่ครอบคลุมสามารถมีส่วนช่วยในการพัฒนาวิชาชีพของพนักงานและเจ้าหน้าที่ได้ การได้รับความรู้และทักษะใหม่ ๆ ช่วยให้พนักงานมีความมั่นใจและมีความสามารถในบทบาทของตนมากขึ้น สิ่งนี้สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจในงานและแรงจูงใจที่เพิ่มขึ้น ท้ายที่สุดส่งผลให้อัตราการรักษาพนักงานสูงขึ้น (Lord, & Lord, 2010) **กลยุทธ์ที่ 10 การตรวจสอบและควบคุมพนักงานและเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ สิ่งที่จัดแสดงและสิ่งอำนวยความสะดวกให้คงประสิทธิภาพตามมาตรฐานทั้งไทยและสากล** การใช้มาตรการตรวจสอบและควบคุมที่มีประสิทธิภาพสามารถ

ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมของการปฏิบัติงานในพิพิธภัณฑ์ได้ การตรวจสอบเป็นประจำมีบทบาทสำคัญในการระบุปัญหาหรือข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นในการจัดแสดงและสิ่งอำนวยความสะดวกของพิพิธภัณฑ์ การตรวจสอบเหล่านี้ครอบคลุมแง่มุมต่าง ๆ รวมถึงสภาพของสิ่งประดิษฐ์ ความสะอาดของพื้นที่จัดแสดง ฟังก์ชันการทำงานของอุปกรณ์ และการปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านความปลอดภัยด้วยการดำเนินการตรวจสอบตามปกติ เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์สามารถแก้ไขปัญหาใด ๆ ได้ทันทีและรับประกันว่าทุกอย่างเป็นไปตามลำดับที่เหมาะสม การควบคุมพนักงานและเจ้าหน้าที่ที่มีความสำคัญเท่าเทียมกันในการรักษาประสิทธิภาพภายในพิพิธภัณฑ์ สิ่งนี้เกี่ยวข้องกับการกำหนดแนวปฏิบัติและระเบียบปฏิบัติที่ชัดเจนสำหรับพนักงานทุกคน นอกจากนี้การยึดมั่นในมาตรฐานทั้งไทยและสากลถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับพิพิธภัณฑ์ในการรักษาชื่อเสียงและดึงดูดผู้เยี่ยมชมจากทั่วโลก การปฏิบัติตามมาตรฐานเหล่านี้ช่วยให้แน่ใจว่าการจัดแสดงและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นไปตามเกณฑ์ที่จำเป็นสำหรับการอนุรักษ์ การจัดแสดง และประสบการณ์ของผู้เยี่ยมชม ซึ่งอาจรวมถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น การควบคุมอุณหภูมิและความชื้นที่เหมาะสม มาตรการรักษาความปลอดภัยที่เพียงพอ การติดฉลากและเอกสารที่เหมาะสมและการเข้าถึงสำหรับผู้มาเยือนทุกคน (Malaro & DeAngelis, 2011; Lord, & Lord, 2010)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

1. พิพิธภัณฑ์ควรสำรวจการใช้งานระบบการจัดการคิวในพิพิธภัณฑ์เพื่อลดเวลาการรอและปรับปรุงความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมรวมทั้งตรวจสอบประสิทธิภาพของเทคโนโลยี
2. พิพิธภัณฑ์ควรตรวจสอบโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งโดยรอบพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพฯ และประเมินผลกระทบต่อการเข้าถึงของผู้เข้าชม และสำรวจทางเลือกการคมนาคมที่ยั่งยืน
3. พิพิธภัณฑ์ควรตรวจสอบการบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการโลจิสติกส์ของพิพิธภัณฑ์สำรวจการใช้แอปบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ แผนที่เชิงโต้ตอบ และความเป็นจริงเสมือน เพื่อปรับปรุงการมีส่วนร่วมของผู้เข้าชม การนำทาง และการตีความการจัดแสดง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรดำเนินการศึกษาเพื่อวิเคราะห์รูปแบบและแนวโน้มการไหลของนักท่องเที่ยวภายในพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพฯ
2. ควรศึกษาประเมินผลกระทบของนวัตกรรมการจัดการพิพิธภัณฑ์ต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชม

เอกสารอ้างอิง/References

- จิรา จงกล. (2521). *พิพิธภัณฑ์สถานวิทยา*. กรุงเทพมหานคร: กรมศิลปากร กระทรวงศึกษาธิการ.
- นิตยา มณีวงศ์. (2566). *โลจิสติกส์กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ*. สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/ftQUG>.
- สุภัทสร่า ปัญโญรัฐโรจน์. (2561). การจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*. 4(ฉบับเสริม), 151-161.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570*. สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/tui5V>.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990). The service encounter: Diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*. 54(1), 71-84.
- Buhalis, D., & Foerste, M. (2015). SoCoMo marketing for travel and tourism: Empowering co-creation of value. *Journal of Destination Marketing & Management*. 4(3), 151-161.
- Ceder, A., & Golub, A. (2016). Public transit and the museum destination: A case study of MoMA visitors. *Journal of Transport Geography*. 57, 107-116.
- Cheawjindakarn, B. (2018). Qualitative Case Study Research Techniques. *Journal of Liberal Arts Review*. 13(25), 103-118.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2000). *Learning from museums: Visitor experiences and the making of meaning*. Lanham: AltaMira Press.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2013). *The Museum Experience Revisited*. California: Left Coast Press.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*. 25(3), 179-188.
- Hacken, R. (2015). *Big data : Challenges and opportunities for digital libraries*. Provo, UT: Brigham Young University.
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*. 15(9), 1277-1288.
- Ioannides, M., Magnenat-Thalmann, N., & Papagiannakis, G. (2014). *Mixed Reality and Gamification for Cultural Heritage*. Berlin: Springer.
- Kelly, L. (2012). The Name of the Beast: The Process of Neoliberal Naming Rights in Museums and Other Cultural Institutions. *Curator: The Museum Journal*. 55(2), 145-162.

- Lai, K. W., & Turban, E. (2008). Groups formation and operations in the Web 2.0 environment and social networks. *Group Decision and Negotiation*. 17(5), 387-402.
- Lord, B., & Lord, G. D. (2010). *The Manual of Museum Management*. Lanham: Rowman Altamira.
- Luke, J. J. (2011). Museum authority reconsidered. *Curator: The Museum Journal*. 54(3), 275–292.
- Macdonald, S. (Ed.). (2016). *A companion to museum studies*. New York: John Wiley & Sons.
- Malaro, M. C., & DeAngelis, N. (2011). *A Legal Primer on Managing Museum Collections*. Washington, DC: Smithsonian Institution Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Serrell, B. (1998). *Paying attention: Visitors and museum exhibitions*. Washington, DC: American Association of Museums.
- Thompson J. L. & Martin, F. (2010). *Strategic Management: Awareness and Change*. 6th edition. Cengage: London.
- Shoval, N., Isaacson, M., & Kuflik, T. (2016). Investigating accessibility patterns and potential barriers for visitors with special needs in a science museum. *Journal of Science Education and Technology*. 25(5), 735-746.
- Skramstad, H., & Moe, R. (2019). Multilingualism and Cultural Diversity in Museum Exhibitions: The Case of the Sámi Museums in Norway. *Curator: The Museum Journal*. 62(3), 373–387.
- Weil, S. E. (2002). *Making museums matter*. Washington, DC: Smithsonian Institution Press.