

54405330 : สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรม

คำสำคัญ : ห่วงโซ่อุปทาน / ห่วงโซ่คุณค่า /แบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงาน ห่วงโซ่อุปทาน / ชีตความสามารถเชิงแข่งขัน

ศูริยกาล ชุมแสง : การศึกษาเปรียบเทียบขีดความสามารถเชิงแข่งขันห่วงโซ่อุปทานระหว่างตลาดน้ำวัดลำพญาและตลาดบางหลวง ร.ศ.122. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: อาจารย์ ดร.สิทธิชัย แซ่หล่ม. 205 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบขีดความสามารถเชิงแข่งขันห่วงโซ่อุปทาน และเสนอแนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานน้ำวัดลำพญาและตลาดบางหลวง ร.ศ.122 โดยใช้ข้อมูลการสัมภาษณ์ พ่อค้าแม่ค้า นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและแหล่งท่องเที่ยว และแบบสอบถามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาสร้างห่วงโซ่อุปทาน สร้างรูปแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานห่วงโซ่อุปทานและแผนภาพกระแสคุณค่า นำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบขีดความสามารถเชิงแข่งขัน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) แรงค์คดัน 5 ประการ (Five forces model) ประเมินปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน (IE Matrix) และ สังเคราะห์โดยใช้ TOWS Matrix โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสอบถามตลาดละ 400 ชุดด้วยวิธี Yamane ผลวิจัยพบว่า มีส่วนที่เหมือนกัน คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 16-35 ปี และ 26-35 ปี และส่วนที่ต่างกันคือ นักท่องเที่ยวที่มาตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 ใช้จ่ายในการเที่ยวมากกว่าตลาดน้ำวัดลำพญา แต่รายได้เงินหมุนเวียนภายในตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 น้อยกว่า และจากการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยใช้หลัก 4P พบว่าทั้ง 2 ตลาดมีความพึงพอใจทางด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับต่างกัน ส่วนความพึงพอใจทางด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านโปรโมชั่นอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน จากข้อมูลที่ทำการศึกษาดังกล่าวทำให้ทราบถึงศักยภาพขีดความสามารถ ด้านการบริการท่องเที่ยว ด้านการเงินด้านการบริหารและจัดการ ตลาดน้ำวัดลำพญามีศักยภาพสูงกว่าตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 และด้านสถานที่ ด้านประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 มีศักยภาพสูงกว่าตลาดน้ำวัดลำพญา ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางในการจัดการเชิงกลยุทธ์ของตลาดน้ำวัดลำพญาคือ กลยุทธ์เจาะตลาด กลยุทธ์พัฒนาตลาด กลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่วนตลาดบางหลวง ร.ศ.122 ได้กำหนดกลยุทธ์คือ กลยุทธ์เจาะตลาด กลยุทธ์พัฒนาตลาด กลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์การร่วมทุน อีกทั้งจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถเชิงแข่งขันของทั้ง 2 ตลาด ได้เสนอแนวทางในการพัฒนาตลาดร่วมกันคือ กลยุทธ์การสร้างพันธมิตรและทำการปรับปรุงแผนภาพกระแสคุณค่า ด้วยการเพิ่มคุณค่าด้วยเทคนิค ECRS ผลที่ได้คือ ตลาดน้ำวัดลำพญา รอบเวลาการผลิตเฉลี่ยลด 38.63 นาทีคนงานลดลงเฉลี่ย1.29 คนค่าแรงเฉลี่ยลดลง385.71 บาท ประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์จากสายการผลิตเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 19.52% ตลาดบางหลวง ร.ศ.122 รอบเวลาการผลิตเฉลี่ยลดลง6.9 นาทีคนงานเฉลี่ยลดลง 1.86 คนค่าแรงเฉลี่ยลดลง 557.14 บาท ประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์จากสายการผลิตเฉลี่ยเพิ่มขึ้น28.20 %

ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรมและการจัดการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....

54405330: MAJOR: ENGINEERING MANAGEMENT
KEY WORDS: SUPPLY CHAIN / VALUE CHAIN / SUPPLY CHAIN OPERATION REFERENCE
MODEL / COMPETITIVE CAPABILITIES
SURIYAKAL CHUMSAENG : THE COMPARISON OF SUPPLY CHAIN
COMPETITIVENESS BETWEEN WAT LUM PHAYA FLOATING MARKET AND BANGLUANG
MARKET R.E. 122. THESIS ADVISOR: SITTICHA SAELEM, Ph.D. 205 pp.

The research was aimed to study the comparison of supply chain competitiveness and propose the issue of development of Wat Lum phaya Floating Market and Bangluang market R.E.122 . The analyzing was conducted by using the information obtained from the interview of merchants, tourists, and shop operators and the questionnaire about travelling behavior was used for forming the supply chain, the reference supply chain model, and the diagram of value current. The strengths, weakness, opportunities, threats (SWOT Analysis) and Five Forces model were determined. The external and internal factors were assessed, (IE Matrix) and concluded using TOWS Matrix. The sampling of population was done for 400 subjects in both markets, as YAMANE sample size determination theory. The results, from the two markets, found that there were the same that females admitted to reply the questionnaires more than males, and the ages of 16-35 and 26-35 years respectively. The difference was that the individual tourists who visit Bangluang market R.E.122 were likely to spend more money than they did at Wat Lum phaya Floating Market but there venue of the shop at Bangluang market's R.E. 122 was less than that of Wat Lum phaya Floating Market. When analyzed by using 4P's principles, the results shown that the tourists were satisfied with the products differently in both market. But the satisfaction on prices and promotions were similar. From the above analysis indicates that both markets had the potential income petition. The researchers had proposed guidelines for the strategic management of Wat Lum phaya floating market, which were market penetration strategy, market development strategy, and strategic product development. For Bangluang market R.E.122, the strategy were market penetration strategy, market development strategy, strategic product development, and strategic joint ventures. The comparative analysis of these two substances, it was proposed that business alliance of both market should be established and to improve the supply chain and value flow diagrams. With enrichment techniques ECRS, the result were Wat Lum phaya floating market cycle time average decreased for 38.63 minutes, labour average decreased for 1.29 mans, wages average decreased for 385.71 Bahts, and the efficient utilization of production lines average increased for 19.52%. Bangluang market R.E.122 average Cycle time decreased for 6.9 minutes, labour average decreased for 1.86 mans, wages average decreased for 557.14 Bahts, and the efficient utilization of production lines average increased for 28.20%.

Department of Industrial Engineering and Management Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2013

Thesis Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความกรุณาในการให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร. สิทธิชัย แซ่เหล่ม และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วันชัย ลีลาภวิวงศ์ และ ความกรุณาของท่านอาจารย์ประธานกรรมการ อาจารย์ ดร. ชีระศักดิ์ หุตากร รวมถึง ท่านรองศาสตราจารย์ ดร. วลัยลักษณ์ อัคริวงษ์ ซึ่งได้ชี้แนะแนวทางในการดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ รวมทั้งให้คำแนะนำดีชม เพื่อการพัฒนาที่ดียิ่งขึ้นไป

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ครอบครัวที่ได้ให้กำลังใจในการทำงานและเสียสละเวลาการทำกิจกรรมของครอบครัวลงไป รวมไปถึงบิดา มารดา ของผู้วิจัยที่ได้ให้คำแนะนำและสอบถามด้วยความเป็นห่วงเสมอมา

ผู้วิจัยขอขอบคุณพี่น้องน้องๆจากคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีที่ไปช่วย ผู้วิจัยเก็บข้อมูล แบบสอบถาม รวมไปถึงขอบพระคุณ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ผู้ใหญ่ คณะกรรมการตลาด คนในชุมชน ณ ตลาดน้ำวัดลำพญาและตลาดบางหลวง ร.ศ.122 ที่ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี