

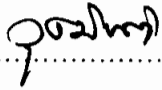
แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

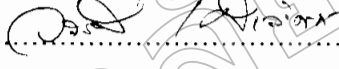
กฤตติยา สัตย์พานิช

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
พฤศจิกายน 2552
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

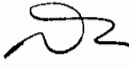
คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ กฤตติยา สัตย์พานิช ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

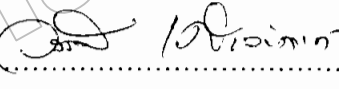
 อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมัย)

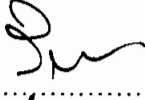
 อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ เดียววิเศษ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

 ประธาน
(รองศาสตราจารย์ สมชาย เคชะพรหมพันธุ์)

 กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมัย)

 กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ เดียววิเศษ)

 กรรมการ
(ดร.สุริยัน นนทศักดิ์)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา

 คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)

วันที่ ๒๐ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2552

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสำเร็จจากความเมตตากรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่คอยให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทางจนกระทั่ง วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จ

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. วรณิ เดียววิเศษ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ สมชาย เดชะพรหมพันธุ์ ประธานกรรมการ และ ดร. สุริยีน นนทศักดิ์ กรรมการ ในการสอบวิทยานิพนธ์เป็นอย่างสูง ที่ให้ข้อเสนอแนะทางคำปรึกษาเพื่อใช้ในการปรับปรุง แก้ไขจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คุณอิทธิพล คุณปลื้ม นายกเมืองพัทยา คุณนิติ คงกรุด ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา คุณโสภัญ เทพจักร ประธานกรรมการเครือข่ายไดคาน่า กรุ๊ป คุณจำรูญ วิเศษชัยพันธ์ นายกสมาคมธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา และคุณรัช ฝื่ออกบุญนาค ประธานสหกรณ์เดินรถ ที่ท่านทั้งหลายได้เสียสละเวลาอันมีค่าเป็นเกียรติเข้าร่วมงาน สัมมนาและเป็นวิทยากรพิเศษในเผยแพร่ความรู้และประสบการณ์อย่างลึกซึ้ง รวมทั้งผู้ประกอบการ ร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่กรุณาช่วยกรอกแบบสอบถามและให้ข้อมูลในการ สัมภาษณ์เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะ การจัดการและการท่องเที่ยวทุกท่าน รวมถึง คุณเกรกรีน อิมเล็ก ที่คอยช่วยประสานงานและอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แก่ข้าพเจ้าเสมอมา และเพื่อนปริญญาโท สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมทุกท่านที่คอยเป็นกำลังใจ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้อาจไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีได้ หากปราศจากการสนับสนุน และความช่วยเหลือจากคุณพ่ออรุณฤกษ์ สัตย์พานิช และสมาชิกทุกคนในครอบครัว คุณค่าและ ประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นสิ่งบูชาพระคุณแก่บิดา มารดา อาจารย์ และผู้มี พระคุณทุกท่าน

กฤตติยา สัตย์พานิช

49921931: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม. (การจัดการ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา / เครือข่ายวิสาหกิจ / การท่องเที่ยว / ผู้ประกอบการ / วิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม / ร้านอาหาร

กฤตติยา สัตย์พานิช: แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของ
ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหารในเขตเมืองพัทยา
จังหวัดชลบุรี (AN EMERGING OF TOURISM CLUSTER DEVELOPMENT OF SMALL AND
MEDIUM RESTAURANT ENTERPRISES IN PATTAYA CITY, CHON BURI PROVINCE)
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์: วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, D.B.A., 315 หน้า. ปี พ.ศ. 2552.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ
การท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา ที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการประกอบธุรกิจ และความสนใจ
ในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเครือข่ายเพื่อกำหนดแนวทางการ
พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี การศึกษานี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสานแบบ
เชิงปริมาณและคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของ หุ่นส่วน เครือญาติ หรือผู้จัดการ
ธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวกและเก็บรวบรวมข้อมูลจาก
แบบสอบถาม จำนวน 86 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิงที่ระดับ
นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก และเลือกตัวอย่างแบบกึ่งอนันต์
จำนวน 7 ตัวอย่างสำหรับให้ข้อมูลสัมภาษณ์เจาะลึก ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ใช้การวิเคราะห์
เนื้อหา โดยอาศัยตัวแบบจำลองความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทาง
ธุรกิจ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี
การศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 เป็นร้านอาหารที่มีเมนูหลักเป็นอาหารต่างประเทศ เจ้าของคนเดียว
ดำเนินงานมากกว่า 9 ปี ขนาดกิจการต่ำกว่า 100 ที่นั่ง จำนวนพนักงานต่ำกว่า 10 คน
ทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,001-5,000,000 บาท มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 100,001-500,000 บาท
ลูกค้าส่วนใหญ่เดินทางมาเอง กิจการที่ไม่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ หากเคยมีการรวมกลุ่มจะเป็น
สมาชิกชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัทยา และสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา
ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สนใจรวมกลุ่มเครือข่าย

ผู้ประกอบการร้านอาหารมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในด้านการ
ยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจมากที่สุด รองลงมาคือ เงื่อนไขด้านเวลาและ

สถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ และระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจอยู่ในระดับมาก แต่ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจนั้นอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันด้วยตัวแบบจำลองไดมอนต์ ผู้ประกอบการเห็นว่าปัจจัยที่ถือเป็นโอกาส/ จุดแข็งกับธุรกิจ คือ ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน บริบทการแข่งขันและการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจ และปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ ส่วนเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ถือเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับด้านความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว พบว่า กิจการที่มีจำนวนที่นั่ง 150-400 ที่นั่ง ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท มีกลุ่มลูกค้าทั้งบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ และประเภทประชุมสัมมนา รวมทั้งกิจการที่เคยรวมกลุ่มเครือข่าย จะมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวสูงกว่าผู้ประกอบการที่ไม่มีคุณลักษณะดังกล่าว

ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานด้านความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร พบว่า กิจการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท เท่านั้นที่มีความสามารถในการแข่งขันในภาพรวมมากกว่ากิจการอื่น ๆ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มจะมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจสูงกว่าผู้ประกอบการที่ไม่สนใจรวมกลุ่ม และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกได้ผลวิจัยว่าโอกาสที่ผู้ประกอบการสนใจในการรวมกลุ่มลดลงเมื่อมียอดขายต่ำกว่า 50,000 บาท แบบจำลองนี้สามารถทำนายได้ถูกต้องร้อยละ 85.2 สำหรับผลการศึกษานี้ชี้ชัดว่าผู้ประกอบการร้านอาหารมีศักยภาพการแข่งขัน ซึ่งพิจารณาจากมิติ 2 คือ ความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง และมีความสามารถในการแข่งขันระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วสามารถพัฒนาให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจร่วมกันทั้งภายนอกและภายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ ผลการวิเคราะห์นี้นำไปสู่แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจจากความร่วมมือระหว่างภายในธุรกิจท่องเที่ยว ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาเป็นตัวกลางในการเสนอแนะข้อมูลเชิงวิชาการ มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติตามขั้นตอนกระบวนการพัฒนาเครือข่ายร่วมกันอย่างชัดเจน ผลลัพธ์ที่ได้คือ การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโดยรวมและยังเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

49921931: MAJOR : SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT; M.M.
(SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT)

KEYWORDS: EMERGING / TOURISM / CLUSTER / DEVELOPMENT / SMEs /
RESTAURANT

KRITIYA SATPANIT: AN EMERGING OF TOURISM CLUSTER
DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM RESTAURANT (SMEs) IN PATTAYA CITY,
CHONBURI PROVINCE VUTTHICHAT SOONTHONSMAI, D.B.A., 315 P. 2009

This research was aimed to knowledge and understanding of tourism cluster and competitiveness according to factors related to business operators and interest in clustering. In addition, the research assessed the potential in clustering to determine approaches to develop tourism enterprises of small and medium restaurant enterprises (SMEs) in Pattaya, Chonburi. The research employed a combination of quantitative methods and qualitative methods. The sample group consisted of business operators or owner, stock holders, relatives or restaurant manager in Pattaya. Convenient sampling method was used to select the participants. The data was collected by using questionnaires from 86 participants. Then a snowball sampling was employed to select seven participants for in-depth interviews. The statistical analyses were descriptive and inferential statistics with a significant level of 0.05. The logistics regression analysis was used to analyze quantitative data use for investigate the content by using a model of competitiveness of business and analysis of business environment.

The results shows that most of the business operators were female aged between 31-40 years old. Most of them had high-school education. Most restaurants had main courses that are foreign foods. The owners were sole-owners operating more than 9 years. The majority of restaurants had 100 seats and not more than 10 employees. The registering capitals were mostly between 1,000,001 and 5,000,000 Baht. The sales per month ranked from 100,001-500,000 Baht. Most of customers were walk-ins. Most restaurants never clustered and if clustered, they clustered with restaurant business operators' clubs in Pattaya and Business and Tourism Association of Pattaya. Most of them were interested in clustering.

Restaurant business operators had knowledge and understanding mostly about the clustering of tourism enterprises in acceptance and cooperation outside the cluster. The second

most understood was about the time and situation conditions in grouping to be enterprise cluster. The level of competitiveness and potential of the enterprises in grouping to be the cluster was in a high level. However, the awareness in grouping to make a cluster of enterprises was at moderate level. The result from the analysis of competitiveness through the diamond model, the business operators thought that the factors that were considered the strength of the business are production, demand, relation and supportive industry, competition context and operating strategies, and factors from government units. The uncontrolled factors are the obstacles to the business.

The hypothesis testing on the knowledge and understanding of clustering tourism cluster found that business operators with 150-400 seats and income of 50001-100,000 บาท had customer's group that were companies/business organization/government units and meeting and seminar business including enterprise that used to cluster together had more knowledge and understanding than those who never clustered.

The hypothesis testing on the competitiveness of restaurant business shows that only the enterprises with sales of 50,001-100,000 had competitiveness in general more than any types of enterprises. In addition, business operators who were interested in clustering had more knowledge and understanding than those who were not interested. The analysis of correlations through logistics multiple regression analysis found that when income is lower than 50000 Baht, the opportunity that the business would have less opportunity in clustering together. The model could predict with 85.2 per cent accuracy. The study confirmed that restaurant business operators had potentials in competition considered from the second dimension. That is they had high level of knowledge on clustering and have moderate competitiveness which could be developed to combine with enterprise network both from outside and inside the tourism industry. The findings of the analysis led to the development of the enterprise cluster within tourism industry cooperated with government sector's work units and educational institutions to become the means in presenting academic information with the determination for operation steps of the clear cluster development procedure. The outcomes revealed the increase in business competitiveness as a whole, as well as the development of sustaining tourism.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ.....	20
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร.....	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	48
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	58
ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษา.....	59
รูปแบบการวิจัย.....	60
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	60
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	61
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	63

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	65
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
การวิเคราะห์ศักยภาพการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	174
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	195
สรุปผล.....	195
อภิปรายผล.....	204
ศักยภาพการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	212
แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัด ชลบุรี.....	223
ข้อเสนอแนะ.....	243
บรรณานุกรม.....	248
ภาคผนวก.....	260
ภาคผนวก ก.....	261
ภาคผนวก ข.....	268
ภาคผนวก ค.....	288
ภาคผนวก ง.....	293
ภาคผนวก จ.....	295
ภาคผนวก ฉ.....	309
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	315

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1 ยุทธศาสตร์และนโยบายการพัฒนาเมืองพัทยา.....	16
2-2 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเครือข่ายทั่วไปกับเครือข่ายวิสาหกิจ.....	22
2-3 การวิเคราะห์สภาพทั่วไปของธุรกิจร้านอาหาร.....	42
3-1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามประเภทร้านอาหาร.....	61
4-1 จำนวนและร้อยละข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจ (n = 86).....	73
4-2 จำนวนและร้อยละข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจ จำแนกตามประเภทลูกค้า (n = 86).....	75
4-3 จำนวนและร้อยละข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจ จำแนกตามการรวมกลุ่ม (n = 86).....	76
4-4 จำนวนและร้อยละข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจ จำแนกตามการรวมกลุ่ม (ปัจจุบันสมาชิกมีการรวมกลุ่ม) (n = 86).....	77
4-5 จำนวนและร้อยละข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจ จำแนกตามความสนใจใน การรวมกลุ่มเครือข่าย (n = 86).....	77
4-6 ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว (คะแนนเต็ม 5).....	78
4-7 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามปัจจัยการผลิต (คะแนนเต็ม 3).....	79
4-8 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามเงื่อนไขด้านอุปสงค์ (คะแนนเต็ม 3).....	80
4-9 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามอุตสาหกรรมที่ เกี่ยวข้องและสนับสนุน (คะแนนเต็ม 3).....	81
4-10 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามบริบทของการแข่งขัน และกลยุทธ์ธุรกิจ (คะแนนเต็ม 3).....	83
4-11 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามเหตุการณ์ที่ควบคุม ไม่ได้ (คะแนนเต็ม 3).....	84
4-12 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามหน่วยงานภาครัฐ (คะแนนเต็ม 3).....	85
4-13 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนก ตามเพศ.....	86
4-14 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ.....	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-15 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย วิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายกับอายุ.....	89
4-16 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามการศึกษา.....	96
4-17 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่าย วิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายกับระดับการศึกษา.....	91
4-18 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม ประเภทกิจการ.....	92
4-19 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม ระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	93
4-20 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม ขนาดกิจการ.....	94
4-21 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม ประเภทร้านอาหาร.....	95
4-22 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม จำนวนการจ้างงาน.....	97
4-23 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่าย วิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายกับจำนวนการจ้างงาน.....	98
4-24 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม ทุนจดทะเบียน.....	99
4-25 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่าย วิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายกับทุนจดทะเบียน.....	100
4-26 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน.....	102
4-27 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่าย วิสาหกิจด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายกับยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน.....	104

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-28 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย วิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายกับยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	106
4-29 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย วิสาหกิจในภาพรวมกับยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	108
4-30 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม ประเภทลูกค้าที่ไม่ได้จองโต๊ะ	110
4-31 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม ประเภทกลุ่มลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ	112
4-32 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม ประเภทกลุ่มลูกค้าจากรูปทัวร์	114
4-33 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม ประเภทกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา	116
4-34 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม การรวมกลุ่ม	119
4-35 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม การรวมกลุ่มชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัทยา	120
4-36 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม การรวมกลุ่มสมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา	122
4-37 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม การรวมกลุ่มอื่น ๆ	124
4-38 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตาม การรวมกลุ่มเป็นสมาชิกในปัจจุบัน	126
4-39 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามเพศ	127
4-40 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามอายุ	128
4-41 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม ระดับการศึกษา	130

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-42 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขัน ของธุรกิจร้านอาหารด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์กับระดับการศึกษา.....	131
4-43 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขัน ของธุรกิจร้านอาหารด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจกับระดับการศึกษา..	132
4-44 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม ประเภทกิจการ	133
4-45 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม ระยะเวลาในการดำเนินงาน	134
4-46 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขัน ของธุรกิจร้านอาหารด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้กับระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	135
4-47 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม ขนาดกิจการ.....	136
4-48 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม ประเภทร้านอาหาร.....	137
4-49 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม จำนวนการจ้างงาน.....	138
4-50 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขัน ของธุรกิจร้านอาหารด้านปัจจัยการผลิตกับจำนวนการจ้างงาน.....	139
4-51 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม ทุนจดทะเบียน.....	141
4-52 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน.....	143
4-53 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขัน ของธุรกิจร้านอาหารด้านปัจจัยการผลิตกับยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน.....	144

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-54 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของ ธุรกิจร้านอาหารด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจกับยอดขายเฉลี่ย ต่อเดือน.....	146
4-55 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของ ธุรกิจร้านอาหาร โดยรวมกับยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน.....	148
4-56 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม ประเภทลูกค้าที่ไม่ได้จองโต๊ะ.....	150
4-57 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม ประเภทกลุ่มลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ.....	152
4-58 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม ประเภทกลุ่มลูกค้าจากรูปตัววี.....	154
4-59 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม ประเภทกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา.....	156
4-60 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม การรวมกลุ่ม.....	158
4-61 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม การรวมกลุ่มชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัทยา.....	160
4-62 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม การรวมกลุ่มสมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา.....	162
4-63 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม การรวมกลุ่มอื่น ๆ	164
4-64 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม การรวมกลุ่มเป็นสมาชิกในปัจจุบัน.....	166
4-65 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกตาม ความสนใจในการรวมกลุ่ม.....	167
4-66 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตาม ความสนใจในการรวมกลุ่ม.....	169

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-67 ความสามารถในการทำนายโดยสมการถดถอยโลจิสติก.....	172
4-68 สมการถดถอยโลจิสติกเพื่อการทำนายผลการศึกษา.....	173
4-69 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้านปัจจัยการผลิต.....	183
4-70 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์.....	184
4-71 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน.....	185
4-72 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ.....	186
4-73 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้.....	187
4-74 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้านหน่วยงานภาครัฐ.....	188
4-75 สรุปค่าปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	189
4-76 การประเมินศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	190
5-1 ความเห็นด้านโครงสร้างพื้นฐานของผู้ประกอบการร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา.....	216
5-2 ผลลัพธ์ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในระยะต่าง ๆ.....	242

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
1-2 ขั้นตอนการสำรวจและศึกษาข้อมูล.....	8
2-1 แผนที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	13
2-2 อัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา.....	17
2-3 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวในเขตพัทยา ปี พ.ศ. 2549.....	18
2-4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจตามรูปแบบโดมอนต์ของพัทยา.....	19
2-5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยใช้ตัวแบบโดมอนต์.....	25
2-6 ระดับระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย วิสาหกิจ.....	33
2-7 ความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมกักตักและร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่.....	47
3-1 ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษา.....	59
4-1 ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ....	191
4-2 ระดับศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	193
5-1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของร้านอาหาร ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามตัวแบบโดมอนต์โมเดล.....	213
5-2 โครงสร้างองค์กรของร้านอาหารขนาดเล็กหรือขนาดย่อม.....	215
5-3 โครงสร้างองค์กรของร้านอาหารขนาดกลาง.....	215
5-4 รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของร้านอาหารร่วมกับธุรกิจท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา.....	225
5-5 ระยะเวลาพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา	229
5-6 โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	231
5-7 กระบวนการแปรสภาพของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	234
5-8 แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	236

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

หนึ่งในหลายแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก คือ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ถือเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างสูงเห็นได้จากภาพรวมการเดินทางท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในปี 2550 ที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 14.55 โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอัตราการเติบโต ร้อยละ 15.71 และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 12.30 หากย้อนหลังไป 2 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2548-2549 พบว่ามีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยามีเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.54 และ 14.55 ตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ปัจจัยที่ส่งผลทางบวกต่อการท่องเที่ยวในพัทยามาจากภาพลักษณ์ของทะเลที่สวยงามและมีกิจกรรมทางน้ำและทางบกมากมาย กรอบกับพื้นที่ตั้งใกล้กรุงเทพฯ ทำให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างชาติมีการเปลี่ยนเส้นทางท่องเที่ยวจากฝั่งทะเลอันดามันมาท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกแทน จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าธุรกิจท่องเที่ยวเป็นฐานรายได้หลักที่สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศและเมืองพัทยาปีหลายพันล้านบาท (สถานการณ์การท่องเที่ยวพัทยา จังหวัดชลบุรี, 2551)

ธุรกิจท่องเที่ยวถือเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้เข้าสู่เมืองพัทยอย่างมหาศาลและหนึ่งในนั้นคือ ร้านอาหาร ซึ่งปัจจุบันมีร้านอาหารขนาดใหญ่จนถึงร้านขนาดย่อมจำนวนถึง 340 แห่งในพื้นที่ (ร้านอาหารในเมืองพัทยา, 2550) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารกลางและขนาดย่อมกว่าร้อยละ 80 ที่เน้นการแข่งขันแบบ “ต่างคนต่างอยู่” ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบใหม่ของการค้าโลก ยังคงยึดถือแนวทางการประกอบธุรกิจที่มองว่าผู้อื่นเป็นคู่แข่ง หรือมีแต่ตัดดวงเอาแต่ผลประโยชน์ จึงขาดความร่วมมือในด้านต่าง ๆ ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน (Pyke, 1992; โสธยา พงษ์ประยูร, 2546) ทำให้เกิดปัญหาด้านวัตถุดิบอาหารในพื้นที่ อาทิ อาหารทะเลที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ ทำให้ต้องเสียค่าต้นทุนในการสั่งซื้อวัตถุดิบนอกพื้นที่ รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ส่งกระทบโดยตรงต่อต้นทุนค่าอาหาร ทำให้ร้านอาหารต้องรับภาระตรงส่วนนี้เพิ่มขึ้น (วีรดา เรืองรุ่ง, 2550) การแข่งขันตัดราคา การลอกเลียนแบบสินค้า/บริการ และการขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ (Jordanian National Competitiveness Team, 2009) นอกจากนี้พบว่าร้านอาหารในเมืองพัทยาได้จัดตั้งชมรมและสมาคมต่าง ๆ เช่น ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหาร และสมาคมธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา แต่ก็เป็นเพียงแค่

การรวมกลุ่มกันแบบหลวม ๆ เนื่องจากภายในชมรม/ สมาคมเกิดปัญหาความขัดแย้งทางด้านผลประโยชน์ (Clara Russo and Tomlinson, 2006) และบางชมรม/ สมาคมมีสมาชิกเป็นคนนอกพื้นที่เมืองพัทยา จึงไม่ค่อยให้ความสนใจกับการพัฒนาเมืองพัทยอย่างจริงจังมากนัก

สถานการณ์ดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องตระหนักถึงความอยู่รอดของกิจการด้วยการอาศัยความรู้ ประสบการณ์ และความสามารถในการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ผสมรวมกับความสามารถในการแข่งขันที่ยังเป็นจุดอ่อนของร้านอาหาร โดยปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจร้านอาหารสามารถประสบความสำเร็จและรอดพ้นจากภาวะวิกฤตได้ คือ การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่มีใช้เฉพาะในธุรกิจเดียวกัน แต่เป็นการสร้างความร่วมมือกันของธุรกิจท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Dini, 1998; Carson et al, 2000; Chaston, 2000) ซึ่งถือเป็นการบูรณาการที่ดีดึงเอาความร่วมมือจากทุกภาคส่วนไว้รวมกันอย่างครบวงจร (Porter, 1998; OECD, 1999; Keeble & Wilkinson, 2000; อธิพิศ คุณปลื้ม, 2552) เพื่อแก้ไขปัญหาด้านต้นทุนวัตถุดิบ มาตรฐานการบริการ และการขาดแคลนบุคลากร (Hector, 2004; Harrison, 1994 อ้างถึงใน Karlsson, 2008) ผลการศึกษาของสำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) ที่ได้สำรวจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่า การรวมกลุ่มของธุรกิจท่องเที่ยวเป็นแบบหลวม ๆ และขาดการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ผลการวิจัยระบุได้ว่า การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจส่งผลให้การประกอบการดีขึ้นทั้งแนวตั้งและแนวนอน (Porter, 2006) แต่ภายในกลุ่มยังไม่มีกำหนดพันธกิจและเป้าประสงค์ร่วมกันเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอย่างแท้จริง ดังนั้นการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจถือเป็นทางเลือกหนึ่งในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจให้สามารถยืนหยัดและแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยหลักการที่สำคัญ คือ การสร้างความร่วมมือ เพื่อเสริมสร้างจุดเด่นและแก้ไขจุดอ่อนของกลุ่มเครือข่ายให้เข้มแข็งมากขึ้น (DTI, 1998; Garelli, 1997; สุกิตติ เอื้อมเจริญ, 2547)

จากแนวคิดข้างต้น ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงของธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งแนวตั้งและแนวนอน โดยการเชื่อมโยงนี้มีได้จำกัดเพียงแค่ธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำเท่านั้น แต่เป็นการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชนไว้ในเครือข่ายเดียวกัน ซึ่งถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจร้านอาหารในปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับสภาพการแข่งขันที่รุนแรง และศักยภาพการแข่งขันค่อนข้างจำกัด จากปัญหาดังกล่าวนำไปสู่การตั้งคำถามและหาทางออกในการแก้ไขปัญหาวิกฤตที่เกิดขึ้น ด้วยการศึกษามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ตลอดจนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมีระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจระดับใด เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนาเครือข่าย

วิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา ที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร ที่ส่งผลต่อความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
3. เพื่อศึกษาศักยภาพการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
4. เพื่อศึกษาอำนาจการทำนายลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจกับประเภทกิจการ ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน และความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว
5. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน สามารถแบ่งสมมติฐานย่อย ได้แก่

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีเพศต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีอายุต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.6 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีขนาดกิจการต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประเภทร้านอาหารต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีจำนวนการจ้างงานต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.9 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีทุนจดทะเบียนต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.10 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.11 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประเภทลูกค้าหลักต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.12 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีการรวมกลุ่มต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

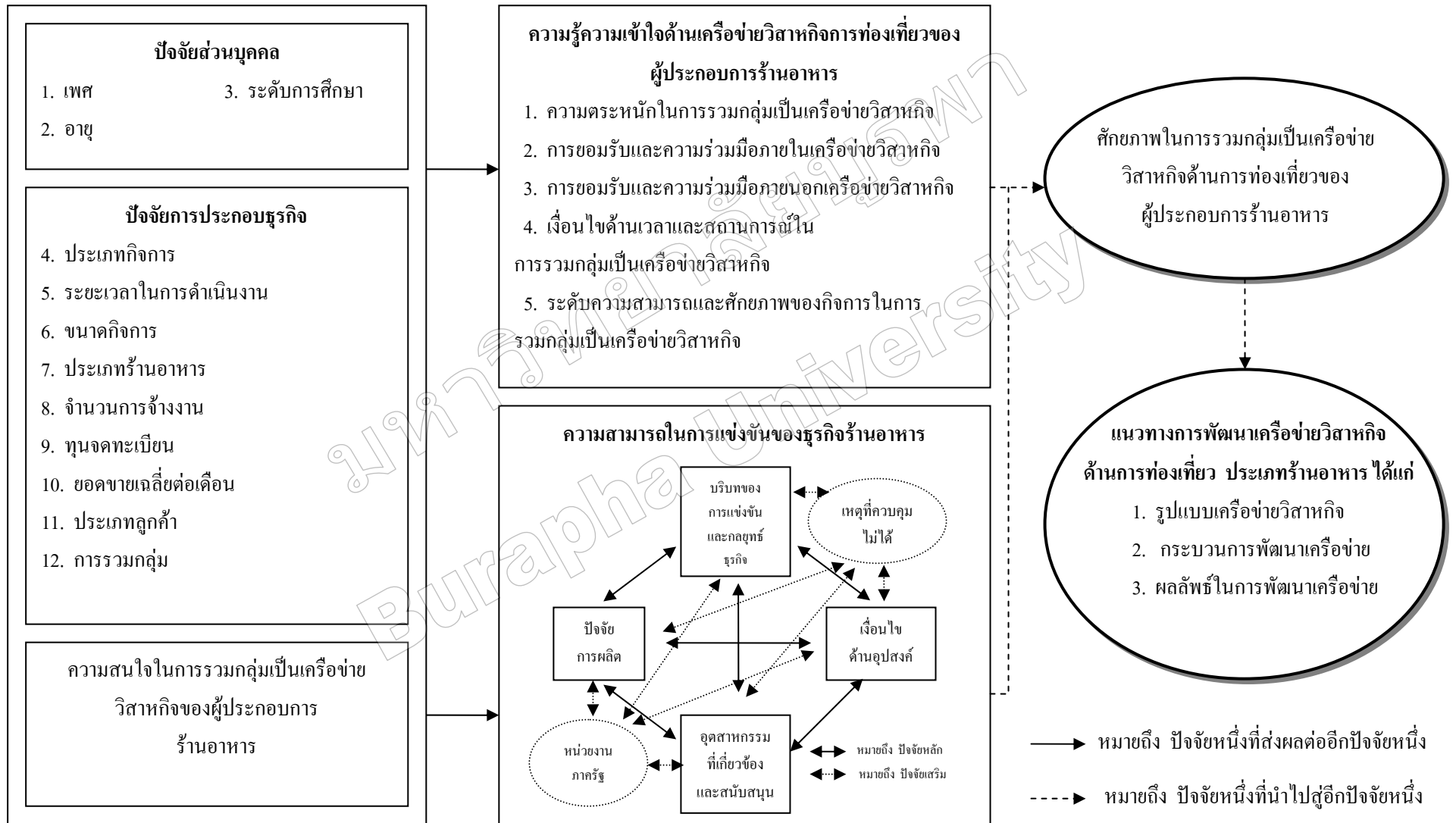
สมมติฐานที่ 3 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจมีอิทธิพลสามารถร่วมทำนากับประเภทกิจการ ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน และความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวความคิดในการวิจัยนี้ (ภาพที่ 1-1) เป็นการศึกษาความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร รวมทั้งประเมินศักยภาพของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร โดยนำผลการศึกษาไปพัฒนาหรือเพิ่มเติมในส่วนที่ผู้ประกอบการต้องการหรือยังขาดอยู่ให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจนออุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยกัน
2. การศึกษานี้สามารถตอบ โจทย์และสะท้อนถึงปัญหาการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ที่สนใจ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการส่งเสริม ผลักดัน และพัฒนาการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและธุรกิจท่องเที่ยว เมืองพัทยาต่อไปในอนาคต
3. ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ที่สนใจ หรือหน่วยงานต่าง ๆ สามารถนำผลการศึกษานี้มาใช้เป็นโครงการนำร่องในการพัฒนาศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานแบบเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยขอบเขตการวิจัยประกอบด้วย

1. ศึกษาทบทวนกรอบแนวคิด หลักเกณฑ์การวิเคราะห์ และรูปแบบการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ โดย
 - 1.1 ใช้กรอบแนวคิดซึ่งประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการประกอบธุรกิจ ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการ ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร (ภาพที่ 1-1) ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นเป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้
 - 1.2 ศึกษาและทบทวนเนื้อหาเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจของกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ได้มีการดำเนินการจัดทำแล้วจากหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายวิสาหกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. กำหนดกรอบการสำรวจ โดยการศึกษานี้จะคัดเลือกกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 86 คน และกระจายไปเก็บข้อมูลตามพื้นที่ ได้แก่ เขตพัทยาเหนือ กลาง และใต้ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ
 - กลุ่มที่ 1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการใช้ในการตอบแบบสอบถาม จำนวน 86 คน จากตาราง

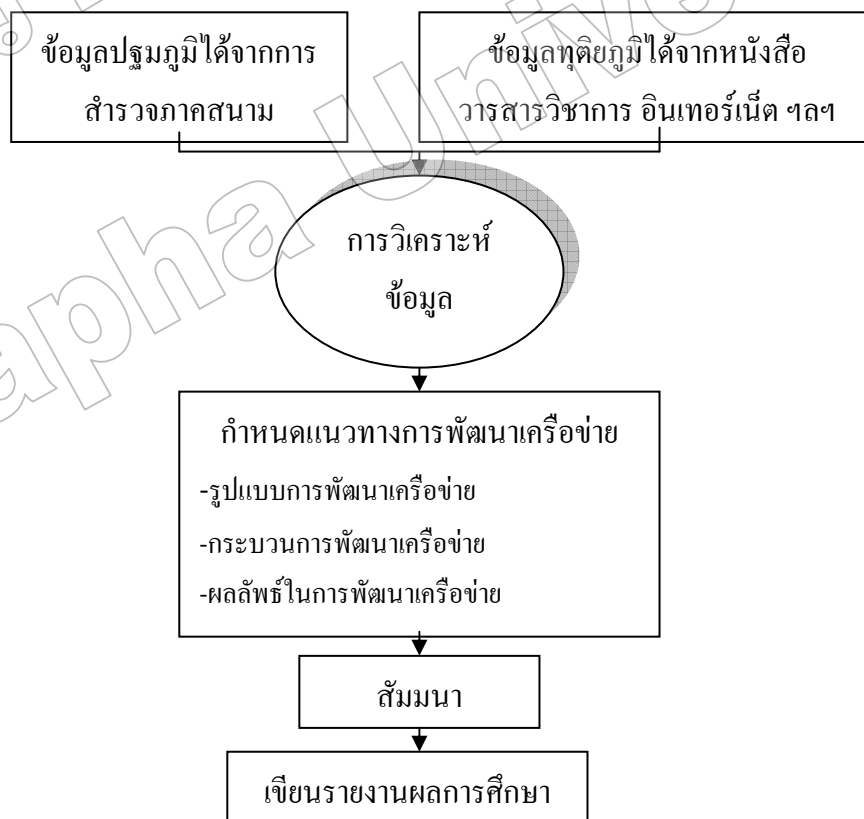
จำนวนตัวอย่างสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan คัดเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบหลาย
ขั้นตอน (Multi -Stage Sampling)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับใช้ในการตอบแบบสัมภาษณ์เจาะลึก ซึ่งถูกเลือกตัวอย่าง
โดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบก้อนหิมะ (Snowball Sampling) โดยการหาตัวแทนที่เป็นผู้นำ
กลุ่ม (Key Person) เพื่อทำการสัมภาษณ์จำนวน 7 คน

3. นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและสัมภาษณ์มาศึกษาวิเคราะห์และประเมินศักยภาพ
ของเครือข่ายเพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของ
ร้านอาหาร ในเมืองพัทยา

4. จัดสัมมนาผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ดังภาคผนวก จ) จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์
พ.ศ. 2552 เพื่อตรวจสอบข้อมูล ทบทวนการวิเคราะห์ และรับฟังข้อเสนอแนะและความคิดเห็นที่
เป็นประโยชน์ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวต่อไป

5. นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและสัมภาษณ์มาศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และเขียน
รายงานการวิจัย



ภาพที่ 1-2 ขั้นตอนการสำรวจและศึกษาข้อมูล (ปรับปรุงจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)

นิยามศัพท์เฉพาะ

เครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มของธุรกิจท่องเที่ยวและสถาบันที่เกี่ยวข้องมารวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่เมืองพัทยา มีความร่วมมือ เกื้อหนุน เชื่อมโยงและส่งเสริมซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร ทั้งแนวตั้งและแนวนอน ซึ่งแนวตั้ง ได้แก่ การเชื่อมโยงของธุรกิจท่องเที่ยวตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ แนวนอน ได้แก่ การเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยและพัฒนา การปกครองท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน คือ การเพิ่มผลิตภาพ ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ความร่วมมือที่เกิดขึ้นอยู่บนพื้นฐานของการแข่งขัน มีการกำหนดทิศทางและเป้าหมายร่วมกัน กำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาร่วมกัน รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้ ตลอดจนทรัพยากรต่าง ๆ ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโดยรวม

ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Competitiveness) หมายถึง ปัจจัยแวดล้อมของเครือข่ายวิสาหกิจที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มผลิตภาพกิจการ นั่นคือ มูลค่าเพิ่มที่เกิดการผลิตต่อวันทำงานและต่อหนึ่งหน่วยของทุนหรือทรัพยากรเชิงกายภาพที่ใช้ไป อันจะนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ด้าน และปัจจัยเสริม 2 ด้าน ดังนี้

1. ปัจจัยหลัก คือ เหตุการณ์หรือสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเพิ่มผลิตภาพของธุรกิจที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งประกอบด้วย

1.1 ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) คือ การวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่อไปนี้ ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource) และทรัพยากรทุน (Capital Resource) และโครงสร้างพื้นฐาน (Physical Infrastructure) เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และสาธารณูปโภคต่าง ๆ เป็นต้น

1.2 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) คือ การวิเคราะห์ถึงคุณภาพของความต้องการภายในประเทศ รวมทั้งพิจารณาถึงระดับความต้องการด้านคุณภาพและรูปแบบของผู้บริโภค ซึ่งกระตุ้นให้ผู้ประกอบการในประเทศปรับตัวและพัฒนาการผลิตสินค้า/ บริการ นอกจากนี้ อุปสงค์ของผู้บริโภคภายในประเทศก็มีความสำคัญในการคาดการณ์อุปสงค์ของผู้บริโภคในประเทศอื่นด้วย โครงสร้างในการวิเคราะห์อุปสงค์ในประเทศ ได้แก่ ทัศนคติ รสนิยม และความเรียกร้องต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่อสินค้าและบริการของกิจการมีความพิถีพิถันมากน้อยเพียงใด

1.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) คือ ความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันของการดำเนินงานทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน พิจารณา 2 ลักษณะ คือ การเชื่อมโยงเชิงกิจกรรมและการเชื่อมโยงเชิงความร่วมมือ

1.4 บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท (Context for Firm Strategy Structure and Rivalry) คือ การวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมที่ธุรกิจเกิดขึ้น ดำเนินการ ตลอดจนธรรมชาติของการแข่งขันในท้องถิ่นว่าทำให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมหรือเอื้อต่อการเพิ่มผลผลิตหรือไม่

2. ปัจจัยเสริม คือ เหตุการณ์หรือสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการในการเพิ่มผลิตภาพของธุรกิจที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งประกอบด้วย

2.1 เหตุที่ควบคุมไม่ได้ (Chance) คือ เหตุการณ์หรือสิ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม

2.2 หน่วยงานภาครัฐ (Governance Agency) คือ หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ประเภทร้านอาหาร ในเมืองพัทยา อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา ศาลาที่ว่าการเมืองพัทยา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และวิทยาลัยอาชีวะบางละมุง เป็นต้น

แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเครือข่ายควบคู่กับการที่นายความสนใจในการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการร้านอาหารในเมืองพัทยา เพื่อใช้ในการกำหนดรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจ กระบวนการพัฒนาเครือข่าย และผลลัพธ์ที่ได้จากการพัฒนาเครือข่าย

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะต่าง ๆ ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. อายุ หมายถึง ช่วงปีตั้งแต่เกิดจนถึงปัจจุบันของผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการดำเนินการ

2. ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดที่ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการดำเนินการสำเร็จการศึกษาหรือกำลังศึกษาอยู่

3. ประเภทกิจการ หมายถึง รูปแบบการจัดตั้งสถานที่พักแรมตามกฎหมายกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ แบ่งเป็น บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน รวมถึงร้านอาหารที่มีได้จัดตั้งขึ้นในรูปแบบของนิติบุคคลหรือเป็นเจ้าของคนเดียว

ปัจจัยการประกอบธุรกิจ หมายถึง ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจร้านอาหารที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ได้แก่

1. ระยะเวลาดำเนินการ หมายถึง ระยะเวลาเริ่มก่อตั้งกิจการและดำเนินงานจนถึงปัจจุบัน

2. ขนาดกิจการ หมายถึง ความสามารถในการรองรับลูกค้าที่มาใช้บริการของทางร้าน โดยวัดขนาดกิจการจากใช้จำนวนที่นั่ง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพื้นที่บริการและจำนวนพนักงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านการบริการและการปรุงอาหารมีหลักเกณฑ์ดังนี้

กิจการที่มีจำนวนที่นั่งน้อยกว่า 150 ที่นั่ง จัดเป็นกิจการขนาดย่อม

กิจการที่มีจำนวนที่นั่งตั้งแต่ 151-400 ที่นั่ง จัดเป็นกิจการขนาดกลาง

3. ประเภทร้านอาหาร หมายถึง รูปแบบในการดำเนินการ ประเภทของอาหารและการบริการ แบ่งเป็น 2 กลุ่มตามลักษณะของอาหาร ได้แก่ ร้านอาหารที่มีเมนูหลักเป็นอาหารไทย และร้านอาหารที่มีเมนูหลักเป็นอาหารต่างประเทศ

4. จำนวนการจ้างงาน หมายถึง จำนวนแรงงานหรือบุคลากรที่ทำงานอยู่ในฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติการทั้งหมดในสถานประกอบการ

5. ทุนจดทะเบียน หมายถึง มูลค่าเงินลงทุนตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการ

6. ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง ยอดขายสุทธิก่อนหักต้นทุน ดอกเบี้ย และภาษีคำนวณจากยอดขายของร้านอาหารตลอดทั้งปีหาร 12 เดือน โดยยอดขายนั้นมาจากการขายอาหาร

7. ประเภทลูกค้า หมายถึง กลุ่มผู้บริโภค/ ผู้ใช้บริการของร้านอาหารซึ่งในที่นี้จะแบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่

7.1 กลุ่มลูกค้าที่เดินทางมาเอง (Walk-in)

7.2 กลุ่มลูกค้าบริษัท ห้างร้าน และหน่วยงานราชการ (Corporate Clients)

7.3 กลุ่มลูกค้าที่มาจากการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ จากตัวแทนและผู้ประกอบการค้าส่งการท่องเที่ยว

7.4 กลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา

8. การรวมกลุ่ม หมายถึง กิจการมีการรวมตัวเป็นเครือข่ายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ชมรม สมาคม และเครือข่ายวิสาหกิจ เป็นต้น

ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว หมายถึง ทักษะหรือความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่เกิดจากการสังมมาจากการศึกษาหรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติและทักษะ ตลอดจนความเข้าใจของผู้ประกอบการในการรวมตัวเป็นเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย

1. ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การที่ผู้ประกอบการมีความตระหนักและ/หรือเข้าใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งวิเคราะห์จากสถานการณ์แข่งขันและความจำเป็นที่ต้องการความช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างผู้ประกอบการ หน่วยงานเอกชน หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานวิชาการ/ วิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การเห็นพ้องต่อการมีส่วนร่วมและบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียภายในเครือข่ายวิสาหกิจ

3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การเห็นพ้องต่อการมีส่วนร่วมและบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ

4. เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง ระยะเวลาที่เหมาะสมหรือสถานการณ์ในการรวมกลุ่ม เช่น ธุรกิจท่องเที่ยวแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มการท่องเที่ยว และไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ส่งผลต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจที่แตกต่างกันได้ และเป็นเงื่อนไขในการกำหนดการรวมกลุ่มว่าเริ่มต้นหรือสิ้นสุดลงเมื่อใด

5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง ชีตความสามารถของกิจการในการรวมตัวเป็นเครือข่ายวิสาหกิจกรท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลซึ่งดำเนินการและบริหารองค์กรธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงเพื่อต้องการผลตอบแทนในเชิงธุรกิจ

ร้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง สถานที่ที่จัดไว้เพื่อประกอบอาหารหรือปรุงอาหารจนสำเร็จและจำหน่ายให้ผู้ซื้อสามารถบริโภคได้ทันที สำหรับงานวิจัยฉบับนี้จะใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดของร้านอาหารด้วยตัวแปร 2 แบบ คือ ประเภทร้านอาหารและขนาดกิจการ ซึ่งไม่นับรวม ร้านแผงลอย ร้านที่จำหน่ายเฉพาะเครื่องดื่ม ขนมหวาน หรือไอศกรีม บาร์ Pub & Restaurant ห้องอาหารในโรงแรม และร้านอาหารที่เป็นเฟรนไชน์ของประเทศไทยและต่างประเทศ ร้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องได้รับการรับรองมาตรฐานจากโครงการ “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ปี 2551

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ทั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่างๆ ไว้ดังนี้

1. ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 2-1 แผนที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (แผนที่เมืองพัทยา, 2552)

สภาพทั่วไปของเมืองพญา

- ที่ตั้ง เมืองพญาตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเส้นแวงที่ 101° ตะวันออก อยู่ในท้องที่อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 150 กิโลเมตร
- อาณาเขต ทิศเหนือ เริ่มจากแนวคลองกระทิงลาย ทิศตะวันออก ขนานไปกับถนน สุขุมวิท (ห่างจากถนนสุขุมวิทไปทางทิศตะวันออก ประมาณ 900 เมตร) ทิศตะวันตก ขนานกับแนวชายฝั่งทะเล และทิศใต้จรดพื้นที่ตำบลห้วยใหญ่
- สภาพภูมิประเทศ เมืองพญาตั้งอยู่ในเขตอำเภอบางละมุง มีพื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในเขต ตำบลหนองปรือและพื้นที่บางส่วนอยู่ในเขตตำบลนาเกลือ ตำบลห้วยใหญ่ และตำบลหนองปลาไหล ลักษณะภูมิประเทศ เป็นที่เนิน มีที่ราบน้อย ที่ราบสำคัญจะเป็นที่ตั้งของย่านพาณิชย์กรรม หรือแหล่งการค้า และบริเวณย่านที่พักอาศัยจะอยู่ถัดจากหาดพญาขึ้นไปทางตอนบน โดยที่ราบจะถูกล้อมรอบเนินเขาเตี้ย ๆ สูงไม่เกิน 100 ม.รทก. นับตั้งแต่ทิศเหนือลงมาเป็นเนินเขาเตี้ย ความสูงประมาณ 35 ม.รทก. บริเวณถัดลงมาเป็นเขาน้อย เขาตาโลและเขาเสาธง สูงประมาณ 65 ม.รทก. แนวเขานี้แตกตัวออกไปต่อเนื่องกับเขา พญาทางด้านทิศตะวันตก ซึ่งติดกับชายฝั่งทะเล สูงประมาณ 98 ม.รทก. ซึ่งทำให้เกิดที่ราบระหว่างเชิงเขากับชายฝั่งทะเลอีก 2 แห่ง อยู่ทางตอนบนและตอนล่าง โดยที่ราบตอนบนส่วนใหญ่เป็นพื้นที่บริเวณนาเกลือ ซึ่งเป็นที่ตั้งของศูนย์กลางของชุมชนแถบนี้ ส่วนที่ราบตอนล่าง มีลักษณะเป็นแถบยาวขนานไปกับชายฝั่งทะเล ซึ่งห่างจากชายฝั่งทะเล ประมาณ 1 กิโลเมตร และจากลักษณะของเนินเขาและที่ราบดังกล่าว ทำให้เกิดทางน้ำตามธรรมชาติ ลักษณะลำน้ำโดยทั่วไป มีขนาดเล็กและตื้นเขินในช่วงฤดูแล้ง เช่น คลองนาเกลือ คลองเสือเผ้ว คลองพญา เป็นต้น รวมทั้งในเขตการปกครองของเมืองพญาบางส่วนยังมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะอยู่ห่างจากชายฝั่งทะเลประมาณ 8 กิโลเมตร เช่น เกาะล้าน เกาะครก และเกาะสาก
- ลักษณะภูมิอากาศ โดยทั่วไปได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมที่พัดผ่านตามฤดูกาล 2 ประเภท คือ ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งทำให้เกิดฤดูกาล 3 ฤดูกาล คือ ฤดูฝน ฤดูหนาว และฤดูร้อน นอกจากการได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมดังกล่าวแล้ว ยังได้รับอิทธิพลจากพายุโซนร้อนจากอ่าว เบงกอล ซึ่งเป็นลมจรทำให้เกิดฝนตกค่อนข้างมากในบริเวณที่พายุนี้พัดผ่าน โดยฤดูฝนเริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคม ไปจนถึงกลางเดือนตุลาคม เป็นช่วงที่ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดผ่านและนำเอาความชุ่มชื้น และฝนตกมาบริเวณพญา ฤดูหนาวเริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคม ไปจนถึงกุมภาพันธ์ ในช่วงนี้มีลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดพาเอามวลอากาศเย็นและแห้งแล้งเข้ามาสู่เมืองพญา ทำให้อุณหภูมิลดต่ำลงในช่วงเดือนธันวาคม และ

มกราคม ส่วนในช่วงเปลี่ยนลมมรสุมตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์จนถึงกลางเดือนพฤษภาคม เป็นช่วงฤดูร้อนซึ่งมีอากาศร้อนอบอ้าวและมีอุณหภูมิสูงขึ้น โดยเฉพาะในเดือนเมษายน อุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุด 34.4 องศาเซลเซียส (เมษายน) อุณหภูมิเฉลี่ยต่ำสุด 19.5 องศาเซลเซียส (มกราคม) ความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยสูงสุด 80 เปอร์เซ็นต์ (พฤษภาคมถึงกันยายน) ความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยต่ำสุด 65 เปอร์เซ็นต์ (พฤศจิกายน) (สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานเมืองพัทยา, 2552)

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

เมืองพัทยานับได้ว่าเป็นเมืองที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากเมืองอื่น ๆ ในหลายด้าน ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบของเมืองที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการนำไปใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง (ประวัติเมืองพัทยา, 2550) ศักยภาพที่โดดเด่นของเมืองพัทยาสรุปลงได้ดังนี้

1. เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสวยงามมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น เกาะล้าน หาดคงคา เป็นต้น รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ เมืองจำลอง ปราสาทสังขม และพิพิธภัณฑ์ทางทะเล เป็นต้น
2. เป็นเมืองศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจในภูมิภาคตะวันออก ได้แก่ เกษตรกรรม พาณิชยกรรม และการบริการ
3. เป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก
4. เป็นเมืองศูนย์กลางการคมนาคมและโทรคมนาคมระดับภาค
5. เป็นเมืองศูนย์กลางทางการศึกษาทุกระดับ
6. เป็นเมืองที่มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่ค่อนข้างพร้อม เช่น ถนนที่มีการเชื่อมโยงกับเมืองสำคัญในภูมิภาคตะวันออก เป็นต้น
7. เป็นเมืองที่มีระบบการบำบัดน้ำเสียและการกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ
8. เมืองที่เป็นศูนย์กลางทางด้านกีฬาและศูนย์การแข่งขันกีฬาทางน้ำในระดับประเทศและระดับโลก (ศักยภาพของเมืองพัทยา, 2552)

นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองพัทยา

อิทธิพล คุณปลื้ม (2550) ได้เสนอยุทธศาสตร์และนโยบายเมืองพัทยาที่อยู่ภายใต้พื้นฐานของข้อมูลความเป็นจริงจากปัญหาและความต้องการของประชาชน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ความเป็นอยู่ และสถานการณ์ของโลกในปัจจุบัน โดยจะเริ่มดำเนินการควบคู่กับ การบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) เพื่อให้พัทยาเป็นเมืองน่าอยู่ของคนทั้งโลก ดังตารางที่ 2-1

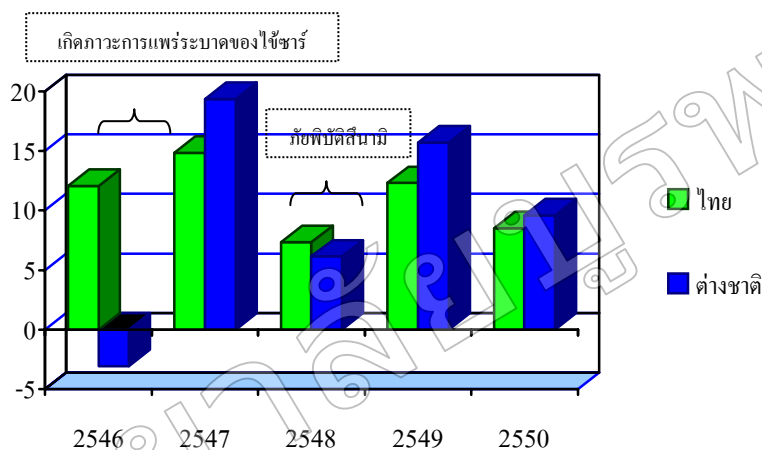
ตารางที่ 2-1 ยุทธศาสตร์และนโยบายการพัฒนาเมืองพัทยา (อิทธิพล คุณปลื้ม, 2550)

ยุทธศาสตร์	นโยบาย
1. พัฒนาเมืองพัทยาด้วยการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านการท่องเที่ยว	1. การบริหารงานในเมืองพัทยาต้องมีโปร่งใส
2. พัฒนาด้านสาธารณสุข สิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์ การฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ	2. เมืองพัทยามีความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง
3. ลดปัญหาด้านจราจรติดขัดในพื้นที่	3. ระบบสาธารณสุขปลอดภัยครบครัน
4. การพัฒนาด้านกีฬา	4. มีโครงข่ายไฟฟ้าในเมืองพัทยา
5. การพัฒนาด้านการศึกษา	5. การจราจรในเมืองพัทยามีความคล่องตัว
6. การพัฒนาด้านระบบสาธารณสุขปลอดภัยและโครงสร้างพื้นฐาน	6. การป้องกันและแก้ไขปัญหาทั่วม
7. การพัฒนาระบบการจัดการบริหารบุคคล	7. ให้ทุนเรียนฟรีแก่นักเรียนยากไร้เป็นเวลา 2 ปี
8. ปรับปรุงด้านกฎบัญญัติและการลงทุนระหว่างประเทศให้เข้าสภาวะปัจจุบันและภารกิจตามกฎหมาย	อาหารกลางวันฟรี มาตรฐานชาติเกษตร
9. เน้นหลักเศรษฐกิจแบบพอเพียงและการส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น	8. การแก้ปัญหาคนว่างงาน
10. เน้นหลักความมั่นคง ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ	9. โรงพยาบาลเมืองพัทยามี 20,000 เตียง
11. การจัดระเบียบสังคม เพื่อส่งเสริม ศิลธรรม จริยธรรม วัฒนธรรมท้องถิ่นและศาสนา	10. เมืองพัทยามีสะอาดปราศจากมลพิษ
12. การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ	11. เมืองพัทยามีเป็นศูนย์กลางกีฬาระดับภูมิภาค
13. การพัฒนาแหล่งน้ำมันและพลังงานทดแทน	ตะวันออก

สถานการณ์การท่องเที่ยวของเมืองพัทยา

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเมืองพัทยามีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 9.95 คน/ปี

แต่กระนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็ยังคงมีความอ่อนไหวอย่างมากต่อสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น การแพร่ระบาดของโรคและภัยพิบัติทางธรรมชาติ เป็นต้น ดังภาพที่ 2-2 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

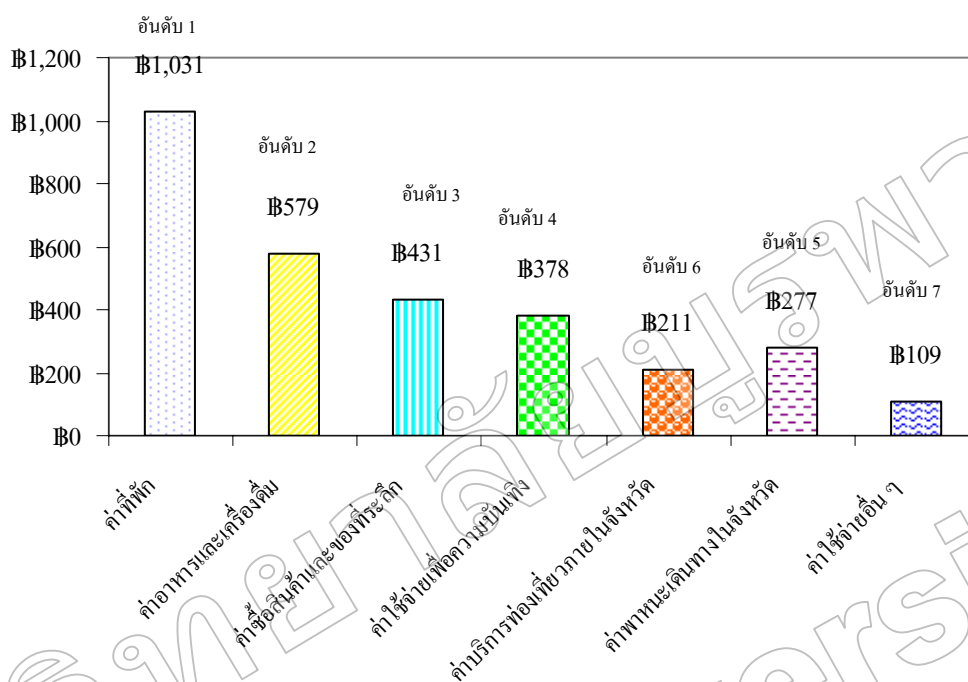


ภาพที่ 2-2 อัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาปี 2546-2550 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

ภาพรวมการเดินทางท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในปี 2550 พบว่า อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา (ปี 2549) ถึงร้อยละ 14.55 โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอัตราการเติบโตร้อยละ 15.71 และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 12.30 หากย้อนหลังไปใน 2 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2548-2549 พบว่า มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.54 และ 14.55 ตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ปัจจัยที่ส่งผลทางบวกต่อการท่องเที่ยวในพัทยามาจากภาพลักษณ์ของทะเลที่สวยงามและมีกิจกรรมทางน้ำมากมาย และมีพื้นที่ใกล้กรุงเทพฯ ทำให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในชาวต่างชาติมีการเปลี่ยนเส้นทางท่องเที่ยวจากฝั่งทะเลอันดามันมาท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกแทน กรอบกับภาครัฐและเอกชนร่วมกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ งานพัทยามิวสิคเฟสติวัล งานประเพณีวันไหลพัทยา และงานแข่งขันพัทยามาราธอน เป็นต้น จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าธุรกิจท่องเที่ยวเป็นฐานรายได้หลักที่สามารถดึงเม็ดเงินจากนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศและเมืองพัทยาปีหลายพันล้านบาท

เมื่อพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวพัทยา ในปี 2550 นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยามีค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มมีมูลค่าเป็นอันดับสองรองจากค่าใช้จ่ายด้านโรงแรมและที่พักเท่ากับ 579.09 บาท/คน/วัน หรือร้อยละ 19.20 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

บาท/คน/วัน



ภาพที่ 2-3 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยว ในเขตพญาปี 2550 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

จากข้อมูลข้างต้นบ่งชี้ได้ว่าเมืองพญาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและธุรกิจการค้าที่สำคัญต่อภูมิภาคตะวันออก และมีโอกาสพัฒนาศักยภาพการแข่งขันเพิ่มขึ้นได้ เนื่องจากมีปัจจัยพื้นฐานที่พร้อม รวมทั้งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น ในส่วนขององค์กรเอกชน พบว่า มีชมรม/สมาคมเกิดขึ้นหลายแห่ง ซึ่งส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวพญา สมาคมโรงแรมภาคตะวันออก และชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพญา แต่พบว่าชมรม/สมาคมเหล่านี้ยังขาดการเชื่อมโยงกับหน่วยงานสนับสนุนหรือสถาบันเฉพาะทาง โดยเฉพาะกับสถาบันการศึกษานอกจากนี้การรวมกลุ่มยังเป็นไปแบบหลวม ๆ ไม่มีการกำหนดพันธกิจและเป้าประสงค์ร่วมกันเพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขันในระยะยาว ดังภาพที่ 2-4 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)

- + ราคาที่พักและโรงแรมมีหลายระดับรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม
- + ภาคเอกชนมีความกระตือรือร้นแข่งขันกันในการทำตลาดใหม่ ๆ และสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อรองรับ
- การควบคุมตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการยังไม่ดีเท่าที่ควร

- + รัฐบาลท้องถิ่น เช่น เมืองพัทยา ให้การสนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการและเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง
- การบังคับใช้กฎหมายควบคุมคุณภาพ เช่น มาตรฐานอาชีพ อนามัย ความปลอดภัยยังไม่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร
- ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานรัฐ ภาคเจ้าภาพในการดูแลปัญหาการท่องเที่ยว



ภาพที่ 2-4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจตามรูปแบบไดมอนด์ของเมืองพัทยา (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ

เครือข่ายวิสาหกิจ หรือคลัสเตอร์ (Clusters) เป็นการกระจุกตัวของธุรกิจในเมืองอุตสาหกรรม (Geographical Agglomerations) ในย่านอุตสาหกรรม (Industrial Districts) ซึ่งมีตั้งแต่ลักษณะเครือข่ายการผลิต การกระจุกตัวของธุรกิจ กลุ่มเครือข่ายการผลิตศูนย์รวมของนวัตกรรม นโยบายของเครือข่ายวิสาหกิจเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นสำคัญในการสร้างสมรรถนะการแข่งขันและส่งออกในปัจจุบัน การรวมตัวของธุรกิจการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องหรือเกี่ยวเนื่องกันเข้ามารวมตัวกันอยู่ในบริเวณเดียวกัน ทำให้เกิดความประหยัดทางเศรษฐกิจ (Economics of Agglomeration) (Marshall, 1990) ต่อมามีการศึกษาวิเคราะห์ประเด็นด้านกระบวนการการเรียนรู้และกลไกการสร้างความรู้ใหม่ซึ่งสร้างพลวัตในการแข่งขันการที่ธุรกิจเข้ามาอยู่รวมกันมีโอกาสที่จะรับเทคโนโลยี (External Spillovers) (Krugman, 1991) และได้รับประโยชน์จากการสนับสนุนของภาครัฐ สามารถใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกัน จึงทำให้ต้นทุนสินค้า/บริการลดลง (Material Infrastructure) เครือข่ายจึงมีความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากใช้ระบบประสิทธิภาพของรูปแบบกลไกทางการตลาด (Market Organization) นอกจากนี้ยังมีประสิทธิภาพการประสานงานและสร้างความรู้สามารถบริหารความเสี่ยงได้ดีกว่ารูปแบบกลไกการตลาดแบบเครือข่าย หรือรูปแบบกลไกสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ (Peter & Lorenzen, 2003) ผลประโยชน์ซึ่งเกิดจากการอยู่ในบริเวณที่ใกล้กัน (Proximity Benefits) ทำให้เกิดการสร้างทุนทางสังคมร่วมกันได้ง่าย รวมทั้งสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสามารถทางด้านเทคโนโลยี ตลอดจน โครงสร้างพื้นฐานที่จะสนับสนุนกลไกการเกิดธุรกิจใหม่ได้ง่าย เช่น สถาบันการเงินทุนบ่มเพาะ นักลงทุน และเครือข่ายในการถ่ายทอดเทคโนโลยี ความสามารถของกลไกทางการตลาดแบบเครือข่ายวิสาหกิจจะประสิทธิภาพและอิสระของการดำเนินงานระหว่างกัน ในลักษณะมีความสัมพันธ์พึ่งพาส่งเสริมระหว่างกัน (Lehman Paradox) ทำให้มีการพัฒนาตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ (Dirk Messner and Jorg Meyer-Stamer, 2000 อ้างถึงใน ไว จามรมาน, 2551) โครงสร้างทางสถาบันทางสังคมของเครือข่ายสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี ตลอดจนให้ช่วงการผลิตหรือการสร้างกิจการใหม่ได้ง่ายกว่า เนื่องจากการร่วมมือและลดพฤติกรรมในการฉกฉวยประโยชน์ รวมทั้งลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้มีผู้ให้คำนิยามเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจไว้หลายท่าน ดังต่อไปนี้

วรพจน์ ประสานพานิช (ม.ป.ป. อ้างถึงใน วิรัตน์ แก้วสาร, 2548, หน้า 88) ให้ความหมายเครือข่ายวิสาหกิจว่า เป็นความร่วมมือกันและการเชื่อมต่อกันตลอดเวลาของกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งอาจเป็นอุตสาหกรรมเดียวกันหรือต่างอุตสาหกรรม รวมถึงหน่วยงานหรือสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและกลุ่มบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในธุรกิจหรืออุตสาหกรรมนั้น ๆ ที่รวมตัวกันอยู่ในพื้นที่ภูมิศาสตร์หนึ่ง โดยมีการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ร่วมกันในการพัฒนา

ในขณะที่เดียวกันก็มีการแข่งขันซึ่งกันและกัน โดยมีภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนและจัดหาสาธารณูปโภคที่จำเป็น

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2550) ได้ให้ความหมายเครือข่ายวิสาหกิจ คือ ความร่วมมือ ความสัมพันธ์ และการแลกเปลี่ยนในรูปแบบต่าง ๆ ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน ความร่วมมือหรือความเป็นกลุ่มเป็นก้อนที่เกิดขึ้นจะทำให้เกิดเป็นพลังของกลุ่มและพลังนี้ช่วยให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายในด้านใดด้านหนึ่ง โดยที่ผู้ประกอบการรายเดียวไม่สามารถทำได้

องค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (2548) ได้ให้ความหมายเครือข่ายวิสาหกิจ คือ การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมในทำเลหนึ่ง ๆ ซึ่งทำให้ได้รับประโยชน์จากเศรษฐกิจภายนอก เช่น การเกิดของกลุ่มผู้ป้อนวัตถุดิบ ผู้จัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ แรงงานที่มีทักษะเฉพาะด้าน นอกจากนี้เครือข่ายวิสาหกิจยังอาจดึงดูดให้เกิดความสนใจให้มีบริการใหม่ ๆ เช่น การให้คำปรึกษาด้านเทคนิค ด้านการเงินและการบัญชี เป็นต้น

Johnston (2004 อ้างถึงใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549) ได้ให้ความหมายเครือข่ายวิสาหกิจ คือ เครือข่ายการผลิตที่ประกอบด้วยกิจการซึ่งมีความเชื่อมโยงและพึ่งพาอาศัยกันอย่างมาก มีองค์กรสร้างความรู้และมีการเชื่อมโยงลูกค้าในลักษณะของห่วงโซ่คุณค่า ยิ่งไปกว่านั้นผลจากการผสมผสานและแลกเปลี่ยนความรู้จากหลายแหล่ง ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการส่งเสริมนวัตกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้และความร่วมมือระหว่างสมาชิกในห่วงโซ่คุณค่าดังกล่าว

Luo (2004 อ้างถึงใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549) ได้ให้ความหมายเครือข่ายวิสาหกิจ คือ เครือข่ายของกิจการ สถาบัน และตัวแทนทั้งหลายที่มีความเกี่ยวข้องและพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันอย่างมาก ทั้งในลักษณะของผู้ซื้อผู้ขายและระหว่างผู้ผลิตด้วยกันและคู่แข่ง การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันตลอดจนการมีทัศนคติที่ร่วมมือกันเป็นปัจจัยความสำเร็จสำหรับทุกฝ่าย

และPorter (1990; 1998) ได้ให้ความหมายเครือข่ายวิสาหกิจ คือ กลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้องมารวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน มีความร่วมมือ เกื้อหนุนเชื่อมโยงและเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน โดยความเชื่อมโยงในแนวตั้งเป็นความเชื่อมโยงของผู้ประกอบการธุรกิจตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำและความเชื่อมโยงแนวนอนเป็นความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมสนับสนุนต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจ

ให้บริการ สมาคมการค้า สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยและพัฒนาตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน คือ การเพิ่มผลิตภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน

จากนิยามข้างต้นพอสรุปได้ว่า “เครือข่ายวิสาหกิจ” ประกอบด้วยมิติของความสามารถในการแข่งขันที่สำคัญ 4 ประการ (4 Cs) คือ (Porter, 1990; 1998)

1. การเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน (Connectivity) ไม่ใช่เฉพาะทางกายภาพเท่านั้น แต่จะเชื่อมโยงกันในแนวความคิด โดยทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และนำไปสู่ความคิดใหม่ ทั้งนี้การเชื่อมโยงไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะภายในกลุ่มเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเชื่อมโยงกับผู้จัดการส่งสินค้า ลูกค้า ตลอดจนสถาบันวิจัยและองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. ความร่วมมือ (Collaboration) สมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจร่วมมือเพื่อกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ร่วมกัน

3. การแข่งขัน (Competition) เครือข่ายวิสาหกิจมิใช่ระบบผูกขาดทางการค้าที่มุ่งกำหนดกลไกราคาแต่เป็นการแข่งขันที่อยู่บนพื้นฐานของความร่วมมือกัน เช่น การร่วมมือของผู้ประกอบการในการทำการตลาดในขณะที่ยังคงแข่งขันกันพัฒนารูปแบบสินค้า เป็นต้น

4. ประสิทธิภาพโดยรวม (Collective Efficiency) จากความร่วมมือและการเชื่อมโยงที่เป็นระบบในการถ่ายทอดองค์ความรู้ต่าง ๆ ทำให้เครือข่ายวิสาหกิจมีประสิทธิภาพโดยรวมเหนือกว่าผู้ประกอบการที่ไม่มีการรวมตัวหรือรวมตัวกันเฉพาะในธุรกิจเพียงอย่างเดียว

อย่างไรก็ตามเพื่อให้เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างเครือข่ายทั่วไปกับเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่ง Nordin (2003) ได้เปรียบเทียบความแตกต่างของเครือข่ายทั้ง 2 แบบไว้ว่า เครือข่ายทั่วไปเกิดขึ้นจากกิจการ/หน่วยงาน ซึ่งมีจัดตั้งอยู่ในพื้นที่ใดก็ได้ ส่วนเครือข่ายวิสาหกิจจะมีกิจการ/หน่วยงานหลักที่เป็นแกนกลางและพื้นที่ของเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ๆ ส่วน Rosenfeld (2001) กล่าวว่า ความแตกต่างระหว่างเครือข่ายทั่วไปกับเครือข่ายวิสาหกิจนั้นอาจไม่มีกฎตามตัว ทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้ตารางที่ 2-2

ตารางที่ 2 – 2 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเครือข่ายทั่วไปกับเครือข่ายวิสาหกิจ
(Rosenfeld ,2001)

เครือข่ายทั่วไป	เครือข่ายวิสาหกิจ
1. ทำให้กิจการเข้าถึงบริการในต้นทุนที่ถูกกว่า	1. ดึงดูดบริการที่มีความต้องการให้เข้ามาสู่กลุ่มเครือข่าย
2. มีข้อจำกัดจากผลประโยชน์ที่ถูกเสนอให้เฉพาะสมาชิก	2. ผลประโยชน์ไม่ได้ถูกจำกัดเฉพาะสมาชิกในเครือข่ายเท่านั้น
3. ขึ้นอยู่กับข้อตกลง / สัญญา	3. ขึ้นอยู่กับมูลค่าหรือต้นทุนทางสังคมที่ได้จากความเชื่อใจ การสนับสนุน และการเอื้อประโยชน์ต่อกัน
4. ช่วยให้กระบวนการผลิตที่มีความซับซ้อนนั้นง่ายขึ้น	4. ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรร่วมกันอย่างคุ้มค่า
5. มีรากฐานจากความร่วมมือ	5. เกิดจากความร่วมมือบนพื้นฐานของการแข่งขัน
6. มีลักษณะเป็นเป้าหมายทางธุรกิจทั่วไป	6. มาจากวิสัยทัศน์ของกลุ่ม

ลักษณะการเกิดของเครือข่ายวิสาหกิจ

การศึกษาเครือข่ายวิสาหกิจทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ พบว่า เครือข่ายวิสาหกิจแต่ละแห่งมีพัฒนาการที่มีลักษณะเฉพาะและมีขั้นตอนหรือแนวทางการพัฒนาที่ไม่แน่นอน แต่เมื่อพิจารณาจากภาพรวมแล้ว พบว่า มีลักษณะบางประการคล้ายคลึงกัน สามารถแบ่งลักษณะการเกิดของเครือข่ายออกเป็น 2 ลักษณะหลัก ๆ คือ (สถาบันคีนันแห่งเอเชีย, 2549, หน้า 12-14)

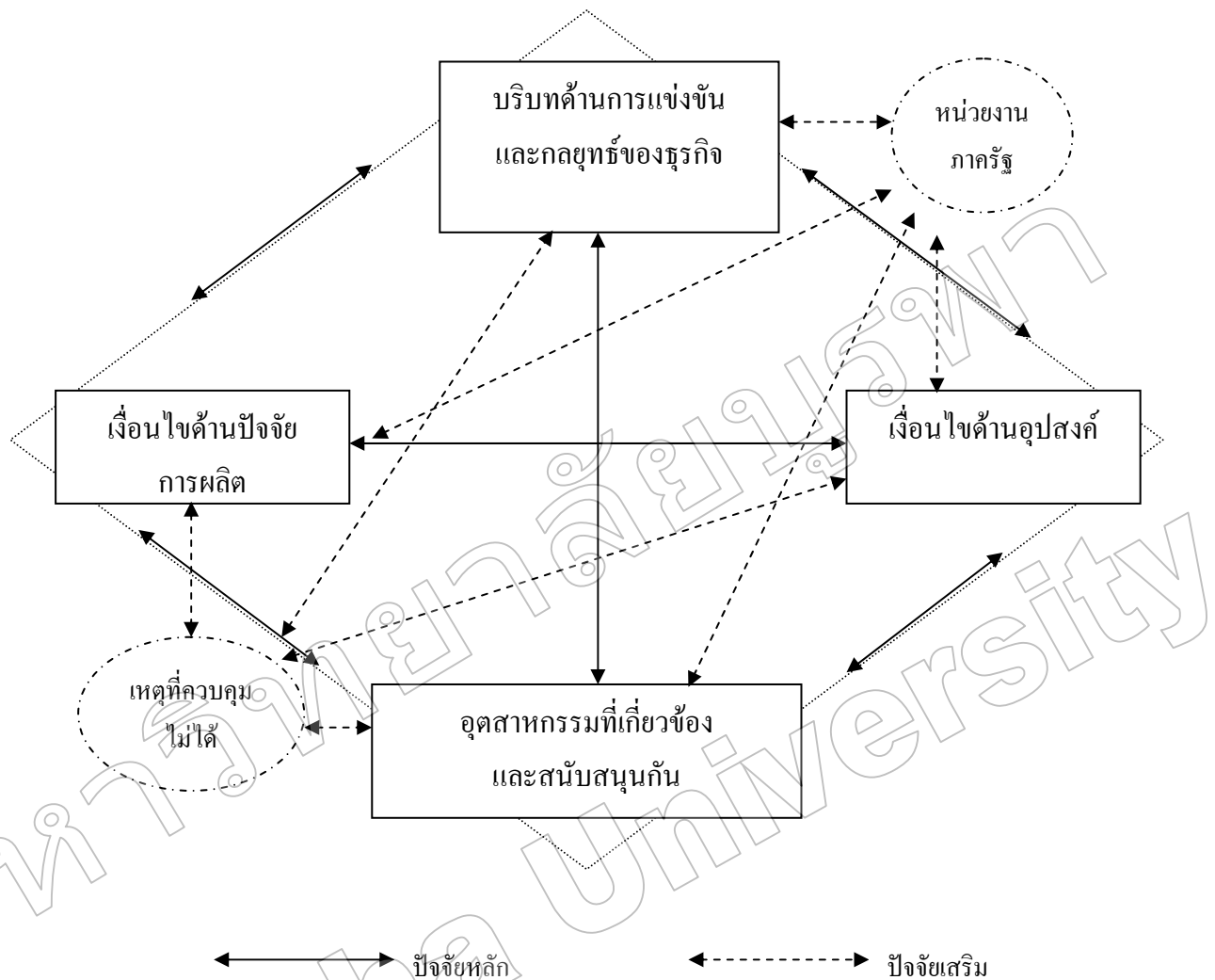
1. เครือข่ายวิสาหกิจที่ริเริ่มโดยเอกชน (Private Initiative) เกิดจากธุรกิจที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันหรือเกี่ยวเนื่องกันมารวมตัวกัน เนื่องจากประสบปัญหาในด้านต่าง ๆ จึงจำเป็นที่จะต้องร่วมมือกัน โดยระยะแรกจะรวมกลุ่มกันในรูปแบบของชมรม/ สมาคมการค้า ต่อมาภายหลังจากที่มีการทำงานร่วมกันจนมีความเข้มแข็งระดับหนึ่ง จึงเริ่มประสานกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อขอรับการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น เป็นต้น ทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในวงกว้างมากขึ้น คือ เริ่มมีการทำงานร่วมกับภาครัฐและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ตัวอย่างเช่น เครือข่ายวิสาหกิจยานยนต์ จังหวัดชลบุรี และเครือข่ายวิสาหกิจสิ่งทอที่ประเทศอิตาลี เป็นต้น

2. เครือข่ายวิสาหกิจที่ริเริ่มโดยภาครัฐ (Public Initiative) ภาครัฐจะเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มของธุรกิจที่เกี่ยวข้องเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ตัวอย่างเช่น เครือข่ายวิสาหกิจสิ่งทอชัยภูมิ เครือข่ายวิสาหกิจอาหารภาคกลางของไทย เครือข่ายวิสาหกิจอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศเกาหลี และเครือข่ายวิสาหกิจเทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น โดยภาครัฐได้เล็งเห็นความสำคัญของบางอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ มีการจ้างงานจำนวนมาก หรือมีโอกาที่จะเติบโตสูง ประกอบกับภาคเอกชนในอุตสาหกรรมนั้นเริ่มมีแนวโน้มความสนใจหรือมีศักยภาพที่จะมีการร่วมมือกัน รัฐบาลจึงได้สนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้อง อาทิ สถาบันการศึกษา สมาคมต่าง ๆ สถาบันการเงิน สถาบันวิจัยในลักษณะเครือข่ายวิสาหกิจและมีมาตรการสนับสนุนและผลักดันการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อย่างเต็มที่ในระยะเริ่มต้นและลดบทบาทลงในระยะต่อมา รวมทั้งกระตุ้นให้ภาคเอกชนเห็นความจำเป็นและเข้าร่วมเป็นแกนหลักในการผลักดันการขับเคลื่อนเครือข่ายวิสาหกิจของตนอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548, หน้า 5)

องค์ประกอบสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนให้เครือข่ายวิสาหกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ

1. ภาคเอกชน ประกอบด้วยสมาชิกที่ดำเนินธุรกิจอันเป็นแกนหลักของเครือข่ายวิสาหกิจนั้นและมีความร่วมมือจากธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ
2. สถาบันการศึกษา องค์กรผู้ให้บริการ และสถาบันการวิจัยและพัฒนา เพื่อการพัฒนาและเสริมสร้างพื้นฐานด้านทรัพยากรมนุษย์และนวัตกรรมของอุตสาหกรรม
3. หน่วยงานของรัฐคอยให้การสนับสนุนและให้ความร่วมมือผ่านทางนโยบาย/มาตรการ/ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง
4. หน่วยงานสนับสนุนอื่น ๆ เช่น สถาบันการเงิน เพื่อเป็นพื้นฐานด้านทรัพยากรเงินทุนที่ปรึกษา เพื่อให้คำปรึกษาเรื่องต่าง ๆ เป็นต้น (วชิระชัย คุณาวัฒนา และปิยะนิตย์ โอนพรรัตน์วิบูล, 2546; อดิทัต วะสีนนท์, 2552)

ทั้งนี้ Porter (1998) ได้นำเสนอกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจที่เรียกว่า “ตัวแบบไดมอนด์” ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่สำคัญ 4 ด้าน และปัจจัยแวดล้อมเสริม 2 ด้าน ดังภาพที่ 2-5



ภาพที่ 2-5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยใช้ตัวแบบไดมอนด์ (Porter, 1998)

โดยปัจจัยเหล่านี้ถือเป็น โอกาส/ จุดแข็ง หรือ อุปสรรค/ จุดอ่อน ขึ้นอยู่กับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนั้น

1. ปัจจัยการผลิต เป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยการผลิตและโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการแข่งขันของกิจการในเครือข่ายวิสาหกิจหนึ่ง ๆ ประกอบด้วย (ชมัยพร วิเศษมงคล, 2551)

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ เครือข่ายวิสาหกิจนั้น ๆ ประกอบด้วยกลุ่มของบุคลากรที่มีทักษะและความรู้เฉพาะทาง เช่น บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้านเทคนิคที่อาศัยฝีมือและความเชี่ยวชาญพิเศษ และด้านการวิจัยและพัฒนาอยู่เป็นจำนวนมากก็จะเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการเพิ่มผลผลิตของกิจการในเครือข่ายวิสาหกิจนั้น

1.2 โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ เช่น ถนน ท่าเรือ ท่าอากาศยาน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท และสาธารณูปโภคต่าง ๆ รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น ห้องปฏิบัติการห้องทดลองทางวิทยาศาสตร์ คิวเทียม เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยพิจารณาจากความเพียงพอ คุณภาพ ค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงและใช้บริการ ซึ่งจะมีผลต่อต้นทุนการผลิตของกิจการในเครือข่ายวิสาหกิจ

1.3 ทรัพยากรทุน พิจารณาจากความพอเพียงของแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจ เงินไขหรือความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน รวมทั้งการมีเครื่องมือหรือกลไกการจัดสรรเงินทุนที่มีประสิทธิภาพ

1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ โดยพิจารณาจากความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตของของประเทศ รวมทั้งความได้เปรียบจากสภาพแวดล้อมทางภูมิประเทศหรือภูมิอากาศ

1.5 วัฒนธรรม เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ละเอียดอ่อนของประเทศแต่สามารถเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศได้ อาทิ ประเพณีและความมีอัธยาศัยไมตรีของคนไทยเป็นจุดขายของการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. เงินไขด้านอุปสงค์ เป็นการวิเคราะห์ถึงคุณภาพของอุปสงค์ภายในประเทศมากกว่าปริมาณ รวมทั้งพิจารณาถึงระดับความต้องการด้านคุณภาพและรูปแบบของผู้บริโภค ซึ่งกระตุ้นให้ผู้ประกอบการในประเทศปรับตัวและพัฒนาการผลิตสินค้า/บริการ นอกจากนี้ อุปสงค์ของผู้บริโภคภายในประเทศก็มีความสำคัญในการคาดการณ์อุปสงค์ของผู้บริโภคในประเทศอื่นด้วย โครงสร้างในการวิเคราะห์อุปสงค์ในประเทศ ได้แก่ ทศนคติ รสนิยม และความเรียกร้องต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่อสินค้าและบริการของกิจการมีความพิถีพิถันมากน้อยเพียงใด โครงสร้างการแบ่งส่วนตลาดในประเทศสำหรับสินค้าและบริการของกิจการมุ่งเน้นตลาดที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะมากน้อยเพียงใด ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศในแต่ละส่วนการตลาดสามารถบ่งชี้ความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศได้หรือไม่ เป็นต้น ลักษณะเชิงคุณภาพที่สำคัญของอุปสงค์ภายในประเทศที่จะช่วยเอื้อต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

2.1 ความพิถีพิถันและเรียกร้องสูงของผู้บริโภค (Sophisticated and Demanding Buyer) ซึ่งกระตุ้นให้กิจการในประเทศต้องปรับตัวและพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการของตนอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ลักษณะของความพิถีพิถันและเรียกร้องอาจเกิดจากค่านิยมและวัฒนธรรมตลอดจนสภาพแวดล้อมทางภูมิประเทศและภูมิอากาศของประเทศก็ได้

2.2 อุปสงค์ของผู้บริโภคภายในประเทศสามารถช่วยคาดการณ์อุปสงค์ของผู้บริโภคในประเทศอื่น (Anticipatory Buyer Needs) หมายความว่า อุปสงค์ในประเทศมีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงเร็วกว่าประเทศอื่น ๆ ทำให้กิจการในประเทศต้องปรับปรุงการผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ ลักษณะเช่นนี้จะทำให้บริษัทในประเทศมีความเชี่ยวชาญสูงจนสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคในตลาดประเทศอื่น ๆ ได้

2.3 โครงสร้างสัดส่วนของอุปสงค์ของสินค้าและบริการ (Segment Structure of Demand) ถ้าอุปสงค์ในประเทศมีมากหรือมีลักษณะพิเศษกว่าประเทศอื่น ๆ หมายความว่า โครงสร้างตลาดภายในประเทศมีลักษณะเฉพาะและหลากหลาย กิจการในประเทศจะมุ่งผลิตสินค้าและบริการที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะ (Tailored Products and Services) ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มได้

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries) โดยทั่วไปอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกันจะมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันของกิจกรรมในกระบวนการผลิตตามห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) นอกจากนี้ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องยังครอบคลุมไปถึงการเชื่อมโยงของธุรกิจแนวนอน (Horizontal Linkages) ซึ่งเป็นธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ไม่ได้อยู่ในสายห่วงโซ่อุปทาน ในการวิเคราะห์การเชื่อมโยงตามแนวดิ่งและแนวนอนดังกล่าวตามตัวแบบโดมอนต์ โดยจะพิจารณาใน 2 ลักษณะ คือ

3.1 ความเชื่อมโยงเชิงกิจกรรม (Activity Linkages) เป็นการวิเคราะห์ถึงการมีอยู่ (Availability) และคุณภาพของผู้ผลิต/ผู้จัดหาวัตถุดิบในท้องถิ่น (Local Suppliers) ซึ่งช่วยเสริมให้ห่วงโซ่อุปทานมีความเข้มแข็งและต่อเนื่อง

3.2 ความเชื่อมโยงเชิงความร่วมมือ (Cooperation Linkages) ซึ่งวิเคราะห์ระดับของการประสานร่วมมือกันของธุรกิจต่าง ๆ ในเครือข่ายวิสาหกิจ เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลข่าวสาร การร่วมมือกันในการพัฒนาทักษะของบุคลากร การทำวิจัย หรือการทำการตลาด ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจนั้นสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตและบริการที่มีคุณภาพและราคาถูกลง และสามารถสร้างนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ จะต้องวิเคราะห์ถึงบทบาทขององค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ เช่น สมาคมการค้าหรือการรวมกลุ่มในลักษณะต่าง ๆ ของธุรกิจเอกชน สมาคม วิชาชีพ สถาบันเฉพาะทาง เครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัยต่าง ๆ ตลอดจนคณะกรรมการที่จัดตั้งเพื่อประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน หรือที่เรียกรวมกันว่า “สถาบันเพื่อความร่วมมือ” (Institution for Collaboration: IFC) ว่าได้แสดงบทบาทที่เหมาะสม

ในการส่งเสริมและผลักดันให้เกิดความร่วมมืออย่างใกล้ชิดของผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจ โดยมีใช้เป็นองค์กรที่มุ่งแต่เรียกร้องผลประโยชน์เฉพาะกลุ่มหรือเพื่อผูกขาดทางการค้า

4. บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมที่ธุรกิจเกิดขึ้นตลอดจนธรรมชาติของการแข่งขันในท้องถิ่นว่าทำให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมชาติต่อการเพิ่มผลผลิตของธุรกิจหรือไม่ โดยการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมทางอุตสาหกรรมนั้น โดยอาศัยแนวคิดการวิเคราะห์การแข่งขันของอุตสาหกรรม (Five Fore Model) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 5 ประการ ได้แก่ ข้อจำกัดในการเข้าอุตสาหกรรมของกลุ่มรายใหม่ (Threat of New Entrants) ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Current Competitors) ภาวะคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product or Service) อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Customers) อำนาจต่อรองของผู้จัดหาวัตถุดิบ (Bargaining Power of Supplier) ที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงโอกาสและอุปสรรคในอุตสาหกรรมนั้น ๆ (Porter, 2006)

อย่างไรก็ตามบรรยากาศในการแข่งขันของธุรกิจ จะส่งผลต่อการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขันที่ธุรกิจใช้ เครือข่ายวิสาหกิจใช้ในการดำเนินธุรกิจของตน หากกลไกของภาครัฐไร้ประสิทธิภาพ ไม่สามารถสร้างบรรยากาศการแข่งขันที่เป็นธรรม มีการบิดเบือนกลไกการตลาดก็จะทำให้กิจการมีต้นทุนในการดำเนินการมากไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจต้องใช้กลยุทธ์การแข่งขันที่ไร้จริยธรรม โดยละเลยต่อการพัฒนาปัจจัยเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันระยะยาว เช่น การพัฒนาทรัพยากรบุคคล การสร้างนวัตกรรม การปรับปรุงประสิทธิภาพด้านเทคโนโลยี และการดูแลสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมและการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจในระยะยาว

นอกจากนี้แล้วยังพบว่ามีอีก 2 ปัจจัยสำคัญที่มีบทบาทต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ได้แก่ (กฤษณา นิลศรี, 2545)

1. เหตุที่ควบคุมไม่ได้ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ เหตุที่ควบคุมไม่ได้หมายถึงการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่อยู่ นอกเหนือการควบคุมของบริษัทต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม (บ่อยครั้งที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของรัฐบาลในประเทศนั้นด้วย) เหตุที่ควบคุมไม่ได้มีความสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ เพราะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างของอุตสาหกรรมในระบบเพชรหรือในบ่อเกิดแห่งความได้เปรียบในเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรม อาจลดล้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของผู้แข่งขันรายเดิม จึงเกิดช่องว่างที่ผู้แข่งขันจากประเทศอื่นเข้ามาเอาชนะผู้แข่งขันรายเดิม

2. หน่วยงานภาครัฐ มีอิทธิพลทั้งในด้านบวกและด้านลบต่อความสามารถในการแข่งขัน ยกตัวอย่าง กรณีการบังคับใช้กฎหมายแข่งขันทางการค้าและกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร รวมทั้งความล่าช้าในการดำเนินงานของหน่วยงานราชการ ก่อให้เกิดภาระต้นทุนต่อภาคธุรกิจ ยกตัวอย่าง ผู้ผลิตซอฟต์แวร์ของเมืองไทยต้องใช้กลยุทธ์การค้าแบบไร้จรรยาบรรณ เพื่อลดต้นทุนและได้กำไรสูงด้วยการลอกเลียนผลิตภัณฑ์โดยละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาทำให้ผู้ผลิตซอฟต์แวร์ที่มีคุณภาพและมีจรรยาบรรณ ไม่มีแรงจูงใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเพราะต้องเผชิญการแข่งขันทั้งจากผู้ผลิตซอฟต์แวร์รายใหญ่จากต่างประเทศและจากผู้ผลิตสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ จึงทำให้อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไม่สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนเนื่องจากไม่มีการคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม, 2548, หน้า 5-8)

จากแนวคิดข้างต้น สรุปได้ว่าความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน เป็นบูรณาการความร่วมมือของทุกส่วนเข้าด้วยกัน ประกอบด้วย ภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐ สถาบัน การศึกษา สถาบันการเงินและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจจะยังคงยึดหลักการสำคัญคือ การร่วมมือกันเพื่อเสริมจุดอ่อนของกลุ่มอุตสาหกรรมของตนให้เข้มแข็งขึ้น พร้อมกับพัฒนาส่วนที่เป็นจุดแข็งให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้นต่อไป ขณะเดียวกันความจำเป็นในการแข่งขันทางธุรกิจก็ยังคงมีอยู่เช่นเดิม ในที่นี้จะขอยกตัวอย่าง งานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2548) ที่ศึกษาเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวภูเก็ต พบว่า ผู้ประกอบการหลักที่มีความสำคัญในเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวภูเก็ต ได้แก่ ผู้ประกอบการ โรงแรมและที่พัก ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว สายการบิน ผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคาร ผู้ประกอบการร้านค้าต่าง ๆ และผู้ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยผู้ประกอบการเหล่านี้ต้องปรับปรุงตนเองในด้านคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และร่วมมือกันเพื่อสนองความต้องการและรักษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทั้ง 4 ด้านตามตัวแบบโดมอนด์ แสดงให้เห็นภาพรวมความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวภูเก็ต ดังนี้

1. ปัจจัยการผลิต จังหวัดภูเก็ตมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญ ได้แก่ ชายหาดที่สวยงามและทรัพยากรทางวัฒนธรรม คือ อัญมณีไม้ตรีที่ติดของคนในพื้นที่ ซึ่งถือเป็นปัจจัยอันดับต้น ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางมาภูเก็ต จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว พบว่า ปัญหาสำคัญที่ภูเก็ตกำลังเผชิญ คือ การรักษาสิ่งแวดล้อมและชายหาดให้คงความสวยงาม ทั้งในด้านกายภาพและทัศนียภาพ นอกจากนี้ยังพบปัญหาในด้านทักษะของบุคลากรในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตจะเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง โดยเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในประเทศไทย ในปี 2543 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังบริการที่สุภาพ ด้วยอสังหาริมทรัพย์ที่ดี ส่วนด้านรสชาติและรูปลักษณ์ของอาหารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเสริมจุดเด่นด้านอาหารและการให้บริการของร้านอาหาร อย่างไรก็ตาม การขาดความใส่ใจในเรื่องความสะอาดของอาหารของคนไทยกลับเป็นปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนสำคัญด้านเงื่อนไขอุปสงค์ของภูเก็ต

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของภูเก็ตประกอบด้วยธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งกลุ่มธุรกิจหลักและสนับสนุน ซึ่งมีการเชื่อมโยงในของธุรกิจเกี่ยวข้องกัน ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยวติดต่อกับโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และกิจการบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจต่าง ๆ ในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวภูเก็ตยังมีแนวโน้มที่จะสร้างการเชื่อมโยงกับเครือข่ายวิสาหกิจอาหารในภาคใต้อีกด้วย เนื่องจากอาหารเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ๆ อย่างไรก็ตาม เครือข่ายวิสาหกิจจังหวัดภูเก็ตยังขาดการเชื่อมโยงในด้านความร่วมมือ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน บทบาทของสมาคมด้านการท่องเที่ยวยังมีค่อนข้างจำกัด ส่วนใหญ่มีบทบาทในการจัดโปรโมชันด้านการตลาด ซึ่งมีเป็นครั้งคราวเท่านั้น ยังไม่มีความร่วมมือในการกำหนดกลยุทธ์ที่สำคัญร่วมกัน เช่น การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของภูเก็ต (Positioning) การดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ความร่วมมือกับสายการบิน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการหลักที่สำคัญในเครือข่ายวิสาหกิจยังมีอยู่ค่อนข้างจำกัด ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของความไม่เข้มแข็งของเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวม

4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ ผู้ประกอบการในภูเก็ตหลายรายยังสนใจเพียงการแข่งขันกับคู่แข่งเฉพาะในภูเก็ตด้วยกันมากกว่าการให้ความสำคัญกับกลยุทธ์เพื่อแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในต่างประเทศ ประกอบกับธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่มีมาตรฐานมากนัก ซึ่งเห็นได้จากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการลงทุนในการพัฒนาบุคลากรค่อนข้างจำกัด ลักษณะดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยที่บั่นทอนขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวของภูเก็ต

สรุปได้ว่า เครือข่ายวิสาหกิจจะมีการพัฒนามาจากการรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคมหรือชมรม และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ ซึ่งเป็นแกนหลักในการวางนโยบายและผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยว แต่เครือข่ายวิสาหกิจยังขาดการเชื่อมโยงที่สมบูรณ์ระหว่างสถาบันการศึกษาและสถาบันเฉพาะ เพื่อพัฒนาไปสู่การสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน

ทั้งนี้เหตุผลที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ นั้นประกอบด้วย 3 ประการ คือ (หมัยพร วิเศษมงคล, 2551)

1. การรวมกลุ่มเป็นการเลียนแบบพฤติกรรมธุรกิจขนาดใหญ่ ทดแทนสิ่งที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ขาดไป คือ ไม่สามารถปรับตัวจากผลกระทบภายนอก โดยอาศัย ความประหยัดทางขนาด

2. เพื่อสะดวกต่อการเข้าถึงทรัพยากรการผลิตที่มีประสิทธิภาพ อาทิ แรงงานที่มีทักษะ และสามารถเข้าถึงนวัตกรรมง่ายขึ้น มีความเป็นไปได้ในการลดต้นทุนเพื่อสามารถแข่งขันกับธุรกิจ ที่มีขนาดใหญ่กว่าได้

3. การมีเครือข่ายและการแบ่งปันความรู้ ตลอดจนความเป็นไปได้ในการเข้าถึงที่ปรึกษา ทางธุรกิจ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถแข่งขันเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากร ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนความเข้มแข็งของการบริหารจัดการภายในองค์กรที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะเจาะจง

แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังไม่มี การดำเนินการในลักษณะภาพรวมอย่างเป็นระบบ (หมัยพร วิเศษมงคล, 2551) ดังนั้นการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจลำดับแรกจำเป็นต้องวัดระดับความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่ง ประกอบด้วย

1. ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งเป็นการประเมินความเข้าใจ เกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ และการประเมินความตระหนักในสภาวะการแข่งขันและความจำเป็น ในที่จะช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างผู้ประกอบการ หน่วยงานเอกชน หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงาน วิชาการ/ วิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ เป็นวิเคราะห์ระดับ ความร่วมมือการประสานของธุรกิจต่าง ๆ ในเครือข่าย เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูล ข่าวสาร การร่วมมือกันในการพัฒนาทักษะของบุคลากร การทำวิจัยหรือการทำตลาด ซึ่งจะช่วยให้ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจนั้นสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตและบริการที่มีคุณภาพและ ราคาถูก

3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ เป็นวิเคราะห์ระดับ ความร่วมมือการประสานของธุรกิจต่าง ๆ นอกเครือข่าย เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูล ข่าวสาร การร่วมมือกันในการพัฒนาทักษะของบุคลากร การทำตลาดหรือกิจกรรมทางธุรกิจ ร่วมกัน ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจนั้นสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตและ บริการที่มีคุณภาพและราคาถูก

4. เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ จะส่งผลต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ดังเช่น งานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม (2549) ที่ศึกษาพบว่า

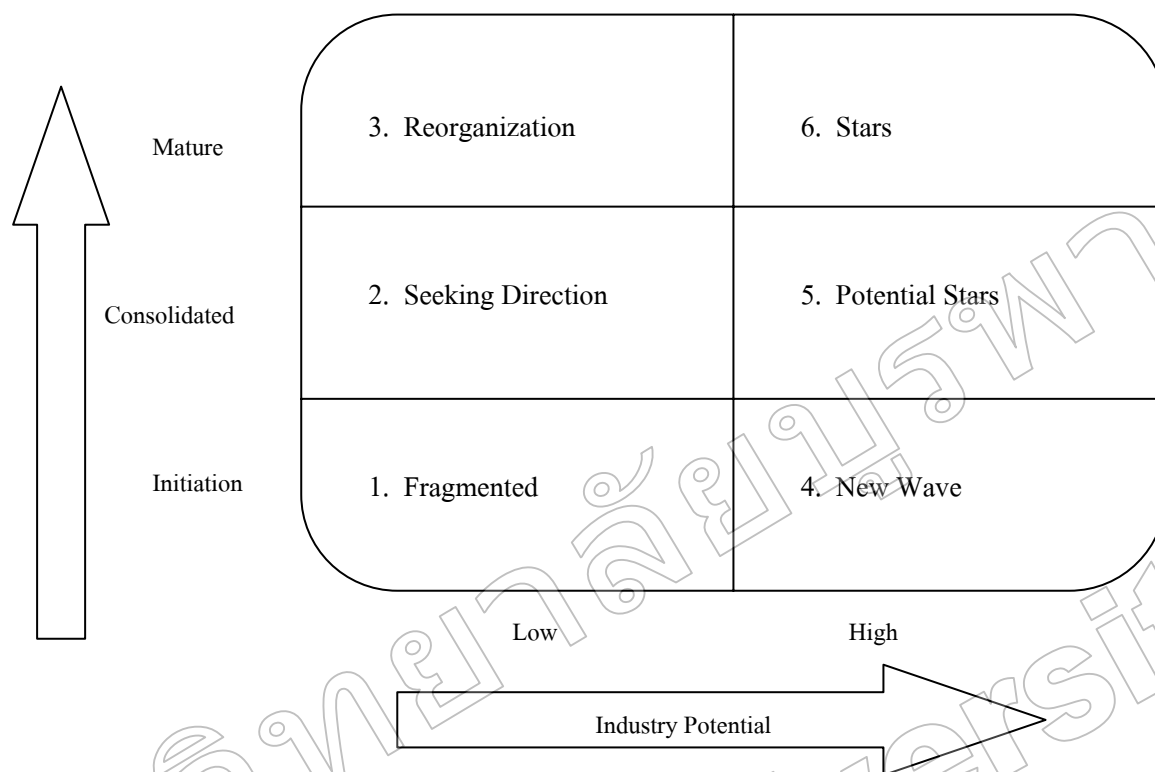
4.1 เครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มศักยภาพสูง เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวค่อนข้างดีและอยู่ในตลาดที่มีศักยภาพ โดยการริเริ่มจากผู้ประกอบการเอง มีเป้าหมายหรือจุดประสงค์บางอย่างร่วมกันอย่างชัดเจน และใช้ระยะเวลาในการพัฒนามานานกว่า 1 ปีขึ้นไป แต่ยังมีองค์ประกอบไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ตามห่วงโซ่อุปทาน และมีการพัฒนาความเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจที่เข้มแข็งขึ้นเรื่อย ๆ

4.2 เครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มกำลังพัฒนา เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวค่อนข้างดี แต่อยู่ในตลาดที่มีศักยภาพไม่สูงนัก มีการริเริ่มการรวมตัวจากภาครัฐและเอกชนในสัดส่วนที่เท่ากัน ส่วนใหญ่มีการรวมตัวกันมากกว่า 1 ปี

4.3 เครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มกำลังแสวงหาทิศทาง เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวไม่เหนียวแน่นแต่อยู่ในตลาดที่มีศักยภาพ มีการริเริ่มการรวมตัวจากภาครัฐและเอกชนในสัดส่วนที่เท่ากัน มีการรวมตัวน้อยกว่า 1 ปี และรวมตัวกันเนื่องจากเห็นประโยชน์ร่วมกัน กลุ่มนี้มีโอกาสเติบโตของธุรกิจสูง

4.4 เครือข่ายในกลุ่มเพิ่งเริ่มรวมตัวกัน เป็นกลุ่มที่รวมตัวกันไม่เหนียวแน่นและอยู่ในตลาดที่ไม่มีศักยภาพ โดยริเริ่มการรวมตัวจากผู้ประกอบการเป็นส่วนใหญ่ แต่เป็นการรวมกลุ่มกันเพราะว่ามีสถานที่ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน ส่วนใหญ่มีการรวมตัวกันมากกว่า 1 ปี

5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ หลังจากที่มีการประเมินระดับความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจร่วมกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจด้วยตัวแบบไดมอนด์ สามารถจัดระดับศักยภาพของธุรกิจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ (Degree of Strength and Potential) เป็น 6 กลุ่ม ดังนี้



ภาพที่ 2-6 ระดับระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548, หน้า 23)

กลุ่มที่ 1 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันอย่างหลวม ๆ (Fragmented Cluster) ในขณะเดียวกันก็อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีโอกาสทางการตลาดและความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศไม่มากนัก คุณลักษณะของเครือข่าย คือ มีห่วงโซ่คุณค่าที่ไม่สมบูรณ์ ไม่มีสมาคมหรือองค์กรหรือถ้ามีเป็นองค์กรที่ไม่เข้มแข็ง นอกจากนี้ ยังมีข้อจำกัดของการเข้าถึงวัตถุดิบในท้องถิ่น ขาดแรงงานที่มีทักษะ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าพื้นฐานที่ไม่ซับซ้อนมาก ทำให้ธุรกิจขาดแรงจูงใจต่อการพัฒนานวัตกรรม ผู้บริหารมีความสามารถในการเชิงธุรกิจต่ำและขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ของเครือข่ายวิสาหกิจ ความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมกับสถาบันวิจัยและพัฒนา/ สถาบันการศึกษา ยังไม่มีหรืออยู่ในระยะเริ่มต้น ขาดผู้นำที่ชัดเจนในอุตสาหกรรม รวมทั้งโอกาสในการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมยังไม่เป็นที่สนใจทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้เครือข่ายวิสาหกิจประเภทนี้จะมีคุณสมบัติ คือ กระบวนการผลิตและผลผลิตส่วนใหญ่เป็นการลอกเลียนแบบ บริษัทส่วนน้อยที่มีตราสินค้าของตนเอง การแข่งขันอยู่บนพื้นฐานของราคาและต้นทุนต่ำ ด้วยเหตุนี้ เครือข่ายวิสาหกิจกลุ่มนี้จึงมี

แนวโน้มที่จะถูกจัดอยู่ในตำแหน่งที่ไม่ดีและต้องเผชิญกับส่วนแบ่งในตลาดโลกที่น้อยลง รวมทั้งมูลค่าการผลิตที่ลดลงที่เช่นกัน รายได้สุทธิจากการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่จำกัด รวมทั้งการเติบโตของการจ้างงานที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ

กลุ่มที่ 2 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันในระดับหนึ่งแล้ว (Seeking Direction Cluster) แต่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีโอกาสทางการตลาดและความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศไม่สูงนัก โดยมีคุณลักษณะสำคัญ คือ มีกิจกรรมของธุรกิจที่ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานพอสมควร มีสมาคมหรือองค์การความร่วมมือของอุตสาหกรรมแล้ว แต่ยังมีบทบาทที่จำกัด สามารถเข้าถึงทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบ โครงสร้างพื้นฐาน และแหล่งเงินทุนได้ดี ผู้บริหารของธุรกิจมีความสามารถและวิสัยทัศน์พอควร มีระดับความร่วมมือทั้งในแนวตั้งและแนวนอนที่เข้มแข็งมากขึ้น การติดต่อสื่อสารระหว่างอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและระหว่างอุตสาหกรรมกับสถาบันวิจัยและพัฒนา/ สถาบันการศึกษาไม่พอสมควร โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการพัฒนาเทคโนโลยี รวมทั้งอาจมีการกำหนดผู้นำของกลุ่มอุตสาหกรรมที่ชัดเจน ซึ่งสามารถสนับสนุนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น เครือข่ายวิสาหกิจกลุ่มนี้มีคุณสมบัติที่สำคัญ คือ มีการสร้างสรรค์กระบวนการผลิตและนวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอ ธุรกิจภายในเครือข่ายมีแนวโน้มที่จะมีการมองเห็นโอกาสการแข่งขันในระดับกว้างกว่าระดับท้องถิ่น เช่น การออกไปลงทุนและทำธุรกรรมในต่างแดน นอกจากนี้ยังสามารถสร้างตราสินค้าของตนเองและกระจายผลิตภัณฑ์ออกไปในตลาดที่กว้างมากขึ้น อย่างไรก็ตาม เครือข่ายวิสาหกิจกลุ่มนี้ยังเป็นกลุ่มที่มีโอกาสในการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมที่ไม่น่าสนใจนัก ทำให้ยังมีส่วนแบ่งในตลาดโลกและการขยายตัวของมูลค่าการผลิตที่ไม่สูงนัก มีรายได้สุทธิจากการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่จำกัด และมีอัตราการเติบโตของการจ้างงานที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยประเทศ

กลุ่มที่ 3 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็ง แต่อยู่ในอุตสาหกรรมที่ยังมีโอกาสด้านการตลาดและความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและโลกไม่สูงนัก (Reorganization Cluster) มีคุณลักษณะที่สำคัญ คือ มีความสามารถในการสร้างผลกำไร มีห่วงโซ่มูลค่าที่สมบูรณ์ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ มีสมาคมหรือองค์การการรวมกลุ่มของอุตสาหกรรมที่เข้มแข็ง มีการประสานงานกับรัฐบาล เพื่อเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย สามารถเข้าถึงทรัพยากรธรรมชาติและวัตถุดิบได้อย่างกว้างขวาง มีกำลังแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญภายในเครือข่ายเพียงพอต่อความต้องการ มีการวิจัยและพัฒนาที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้มาก มีความพร้อมในด้านแหล่งเงินทุนพอสมควร ผู้บริโภคมีความต้องการที่พิถีพิถันและชัดเจนขึ้นในสินค้าคุณภาพและสินค้าเฉพาะที่มีแนวโน้มจะเป็นสินค้านำในตลาดโลก ผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการร่วมมือในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจมากขึ้น ทั้งในการแบ่งปันทรัพยากร การ

วิจัยและพัฒนาตลอดสายของห่วงโซ่อุปทานทั้งมิติของกลยุทธ์และกระบวนการ โดยมีองค์กรหลักที่เข้มแข็งและสามารถทำหน้าที่เป็นแกนหลักในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจได้อย่างต่อเนื่อง คุณสมบัติที่สำคัญของเครือข่ายวิสาหกิจกลุ่มนี้ คือ มีความเข้มแข็ง รวมทั้งกระบวนการผลิตและนวัตกรรมผลผลิตระดับสูง การมีตราสินค้าที่แพร่หลาย เป็นที่รู้จักและกลยุทธ์ของบริษัทเน้นที่การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น

กลุ่มที่ 4 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันอย่างไม่เข้มแข็งนัก แต่อยู่ในสถานะที่ดีสำหรับโอกาสทางการตลาดในอนาคต (New Wave Cluster) เนื่องจากอุตสาหกรรมมีศักยภาพในการเติบโต คุณลักษณะที่สำคัญของกลุ่มนี้จะเหมือนกับกลุ่มที่ 1 ยกเว้นในเรื่องของศักยภาพในการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมที่ดีกว่ากลุ่มที่ 1 เครือข่ายวิสาหกิจกลุ่มนี้มีคุณสมบัติที่สำคัญ คือ มีการไหลเข้าของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศอยู่ในระดับสูง มีแนวโน้มส่วนแบ่งการตลาดของโลกและมูลค่าผลผลิตที่เติบโตขึ้น ตลอดจนมีอัตราการเติบโตของการทำงานในระดับสูง

กลุ่มที่ 5 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันในระดับหนึ่งแล้วแต่อยู่ในสถานะที่ดีสำหรับอนาคต (Potential Stars Cluster) เนื่องจากอุตสาหกรรมมีศักยภาพในการเติบโตโดยเปรียบเทียบสูง คุณลักษณะของกลุ่มนี้จะคล้ายคลึงกับกลุ่มที่ 2 ยกเว้นในเรื่องของศักยภาพในการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม ซึ่งส่งผลให้เครือข่ายวิสาหกิจทั้งสองกลุ่มนี้มีความเข้มแข็งในเชิงคุณสมบัติ กล่าวคือ อุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโต รวมทั้งมีศักยภาพสูงในด้านการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศและมีส่วนแบ่งตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น

กลุ่มสุดท้ายคือ เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งและอยู่ในสถานะที่ดีที่สุด (Stars Cluster) คือ มีศักยภาพในการแข่งขันสูงและสามารถแสวงหาโอกาสจากแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรม คุณลักษณะของกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มที่มีการเจริญเติบโตเต็มที่ เป็นลักษณะของเครือข่ายวิสาหกิจที่มีความเข้มแข็ง เช่น มีห่วงโซ่มูลค่าที่สมบูรณ์ มีสมาคมหรือองค์กรทางธุรกิจที่เอื้อต่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอย่างเต็มที่ มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และกำลังแรงงานที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญสูง มีการวิจัยและพัฒนาที่นำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้มาก ควบคู่ไปกับร่วมมือกันอย่างจริงจังระหว่างภาคอุตสาหกรรมและสถาบันวิจัย มีแหล่งเงินทุน เพื่อการลงทุนของธุรกิจเพียงพอและสามารถเข้าถึงได้ง่ายต้องการ ผู้บริโภคมีความพิถีพิถันและเฉพาะเจาะจงมากขึ้น รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีความสัมพันธ์กันทั้งในแนวตั้งและแนวนอนอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548, หน้า 23-28)

ในส่วน of กระบวนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ สรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)

1. การตรวจสอบความพร้อมและความตั้งใจซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด หากทุกภาคส่วนมีความพร้อมและความตั้งใจจะทำให้การดำเนินงานรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยก่อนที่จะดำเนินการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ควรมีการตรวจสอบความพร้อมและความตั้งใจของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ตั้งแต่ ผู้ประกอบการ ผู้กำหนดนโยบายในภาครัฐ และสถาบันการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงสถานะและศักยภาพของผู้เข้าร่วมในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจว่าอยู่ในระดับใด รวมทั้งตรวจสอบว่ามีผู้ที่พร้อมเป็นผู้นำหรือผู้ประสานงานที่เข้มแข็ง และมีวิสัยทัศน์หรือไม่ โดยอาจจะเริ่มต้นจากการพบปะพูดคุยกันหรือจัดให้มีการประชุม ทั้งนี้ ไม่สำคัญว่าการประชุมนั้นจะเป็นทางการหรือไม่ หากแต่สำคัญที่เนื้อหาและความจริงใจที่พร้อมจะดำเนินการและมีเป้าหมายร่วมกันในขั้นตอน

2. การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย โดยขั้นตอนนี้เป็นการสำรวจถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อให้ทราบว่าใครบ้างที่เป็นแกนกลาง มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจอะไร มีหน่วยงานหรือองค์กรอะไรที่เข้ามาเกี่ยวข้อง สนับสนุน หรือขาดหายไป ในเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งพิจารณาว่ามีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือสนับสนุนมากน้อยเพียงใดและอย่างไร ซึ่งเครื่องมือที่จะใช้ในการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย ก็คือ แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Map) หากมีการจัดทำแผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจได้ละเอียดครบถ้วนและถูกต้อง แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจจะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการระบุถึงจุดบกพร่องต่าง ๆ ที่เครือข่ายวิสาหกิจจำเป็นต้องแก้ไขปรับปรุง เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่ม การจัดทำแผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจควรจะเริ่มต้นจากแกนกลางหรือธุรกิจหลักของเครือข่ายวิสาหกิจนั้นก่อน จากนั้นจึงพิจารณาถึงกิจการผู้ประกอบการอื่น ๆ รวมทั้งหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน และระบุความสัมพันธ์ระหว่างกันด้วย

3. การกำหนดเป้าประสงค์หรือพันธกิจร่วม เมื่อมีความพร้อมและความตั้งใจที่จะพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ รวมถึงได้ทราบถึงแผนภาพของเครือข่ายวิสาหกิจแล้ว ขั้นตอนต่อมาก็คือการพิจารณาว่าจะพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในแนวทางใดหรือให้บรรลุวัตถุประสงค์ในเรื่องอะไร ซึ่งเรื่องนี้อาจเป็นเรื่องยากในการตัดสินใจหรืออาจมีความเห็นที่หลากหลายในการตั้งเป้าประสงค์ร่วมกัน ดังนั้น แนวทางหนึ่งที่จะตอบคำถามเรื่องนี้ได้ ก็คือ ผู้มีส่วนได้เสียในเครือข่ายวิสาหกิจจะต้องแสดงความเห็นร่วมกันถึงเป้าหมายที่กลุ่มต้องการจะดำเนินการในลำดับแรกหรืออาจร่วมกันสร้างดัชนีหรือตัวชี้วัดระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ๆ เพื่อกระตุ้นให้สมาชิกมีเป้าหมายร่วมในการดำเนินงานร่วมกัน ซึ่งไม่มีรูปแบบใดที่ตายตัว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของเครือข่ายวิสาหกิจว่ามีปัจจัยใดบ้างที่สมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจมองเห็นร่วมกันว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะยกระดับความสามารถในการแข่งขัน จากนั้นจึงจัดลำดับให้

คะแนนความเข้มแข็งของเครือข่ายวิสาหกิจในแต่ละปัจจัยว่าอยู่ระดับใด ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่าสิ่งใด เป็นสิ่งที่จำเป็นเร่งด่วนที่ต้องปฏิบัติ หรืออาจใช้วิธีการเปรียบเทียบปัจจัยที่สำคัญในการยกระดับ ความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งของเครือข่ายวิสาหกิจทั้งในและต่างประเทศก็ได้

4. การสร้างยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติ หลังจากได้ทิศทางในการพัฒนาเครือข่าย วิสาหกิจ และแผนภาพของเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งระดับความพร้อมและความสามารถในการ แข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจแล้ว สมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจจะต้องนำข้อมูลเหล่านั้นผนวกกับ การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ต่าง ๆ ที่เหมาะสมมากำหนดกรอบและสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาของ เครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อให้ไปสู่เป้าประสงค์หรือวิสัยทัศน์ การสร้างยุทธศาสตร์ของเครือข่าย วิสาหกิจนั้น มาจากการวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ต่าง ๆ เช่น การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรม เพื่อมองหาช่องว่างทางการแข่งขัน นอกจากนี้ อาจใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบสี่ด้านของพอร์ตเตอร์ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อยกระดับ ความสามารถในการแข่งขัน หลังจากเลือกใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจและ ดำเนินการวิเคราะห์แล้ว สามารถจัดทำยุทธศาสตร์ได้ โดยยุทธศาสตร์ของเครือข่ายวิสาหกิจที่ ประสบความสำเร็จ จะพัฒนาจากสมาชิกของเครือข่ายวิสาหกิจและยุทธศาสตร์นั้นต้องสามารถ ตอบสนอง และเข้าใจความต้องการของลูกค้าและตลาดได้มากที่สุด และมีความเข้าใจว่าเครือข่าย วิสาหกิจของตนมีระดับความสามารถระดับใด พร้อมทั้งสามารถเข้าใจในเรื่องการยกระดับ ความสามารถในการแข่งขันได้อย่างถ่องแท้ เช่น การวางตำแหน่งของเครือข่ายวิสาหกิจ การพัฒนา นวัตกรรม การยกระดับในการแข่งขัน การพัฒนาสินค้าและบริการ การร่วมมือกับกิจการที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุน และการร่วมกันพิจารณากับภาครัฐ เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคม, 2548, หน้า 19)

5. การจัดทำโครงการนำร่อง (Pilot Project Phase)

6. การดำเนินงานด้วยตัวเอง (Self-management Phase)

ทั้งนี้ ประโยชน์ที่จะได้รับจากการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจมีหลายประการ ได้แก่ (พิเชษฐ จริกิตตยากร, 2548)

1. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจจะก่อให้เกิดการประหยัดขนาดการผลิต (Economic of Scale) เพราะสมาชิกในกลุ่มจะมีการแบ่งปันคำสั่งซื้อร่วมกัน นอกจากนี้ผู้ผลิตยังสามารถจัดหา องค์ประกอบในการผลิตได้ง่ายไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ เครื่องจักร หรือบริการต่าง ๆ

2. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทำให้เกิดการแบ่งหน้าที่การผลิตตามความชำนาญ ภายในกลุ่มวิสาหกิจและส่งผลให้เกิดความเชี่ยวชาญ ซึ่งขนาดของการผลิตมีแนวโน้มที่จะขยายตัว ยิ่งขึ้น เพราะตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการภายในกลุ่มและผู้บริโภคสินค้าขั้นสุดท้าย

3. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทำให้เข้าถึงแรงงานที่มีทักษะและความชำนาญเฉพาะด้านได้ง่าย เพราะการมีกิจการที่มีความเชี่ยวชาญรวมกลุ่มกันในการผลิตสินค้าหรือบริการ ทำให้การสรรหาผู้เชี่ยวชาญทำได้โดยง่าย โอกาสในการเรียนรู้และเผยแพร่เทคนิคทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่เดียวกันก็เป็นแหล่งดึงดูดผู้ที่มีความสามารถได้เข้าร่วมงานได้สูงขึ้น

4. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจประกอบด้วยสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยข้อมูลสารสนเทศทั้งด้านการตลาด เทคโนโลยี และด้านอื่น ๆ ทำให้การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว และต้นทุนต่ำ

5. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทำให้สินค้าที่ผลิตในกลุ่มมีมาตรฐาน เนื่องจากการแข่งขันภายในกลุ่มสร้างแรงกดดันให้มีการเปรียบเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตลอดเวลา นอกจากนี้การเปรียบเทียบกระบวนการธุรกิจภายในของกิจการสามารถทำได้สะดวกมากขึ้น

6. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทำให้เกิดการเสริมสร้างและพึ่งพาซึ่งกันและกัน เนื่องจากโครงสร้างของกลุ่มวิสาหกิจเป็นระบบที่ครอบคลุมทุกด้านของกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่มูลค่า นับตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้จัดหาวัตถุดิบ เครื่องจักร ผู้บริการขนส่งและจัดเก็บสินค้า สถาบันการศึกษา สมาคมและหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้แต่ละธุรกิจยังสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ของกันและกัน เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการดำเนินกิจกรรมของตนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

7. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทำให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพราะความใกล้ชิดตลอดสายการผลิตกับลูกค้า ทำให้สามารถทราบถึงความต้องการและแนวโน้มของลูกค้าเป็นอย่างดี นอกจากนี้ความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและสถาบันเพื่อการวิจัยก็ช่วยให้กระบวนการสร้างนวัตกรรมประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

8. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทำให้เกิดธุรกิจใหม่ ๆ ภายในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ โดยพลวัตของการรวมกลุ่มจะส่งสัญญาณถึงโอกาสและช่องว่างของความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองเปิดโอกาสให้ธุรกิจใหม่ ๆ ประกอบกับข้อได้เปรียบในการรวมกลุ่มที่ทำให้เกิดความพร้อมในโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมเป็นอย่างดี ทำให้ธุรกิจใหม่เกิดได้ง่าย ซึ่งช่วยให้กลุ่มมีการขยายตัวทั้งในแนวกว้างและแนวลึกซึ่งจะเพิ่มความได้เปรียบยิ่งขึ้น

9. ทิศทางเมือง การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจจะมีกลยุทธ์และเป้าหมายที่ชัดเจนแน่นอนในการสร้างประโยชน์ร่วมกันแก่สมาชิกในกลุ่มซึ่งจะช่วยให้ภาครัฐสามารถวางแผนนโยบาย เพื่อสนับสนุนได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร

ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของ ร้านอาหาร ไว้ดังนี้

ยวนิตย์ ทิศสกุล (2545) ให้ความหมายของคำว่าร้านอาหาร (Restaurant) โดยความหมายในภาษาอังกฤษครอบคลุมถึงกิจการบริการอาหาร (Food Service) ทุกประเภท คำว่าเรสตอรอง มาจากภาษาฝรั่งเศส หมายถึง การให้กำลังงาน (Restorer of Energy) โดยมีการใช้คำนี้ตั้งแต่ช่วงต้น ค.ศ. 1700 (ประมาณ พ.ศ. 2243) ซึ่งอธิบายถึงสถานที่สาธารณะที่ให้บริการชุปและขนมปัง ในปัจจุบันนี้ คำว่าร้านอาหารเป็นคำที่ใช้เรียกสถานที่สาธารณะที่มีการเตรียมขายอาหารสำหรับผู้บริโภคหรือบริการอาหารนอกสถานที่

และพระราชบัญญัติการสาธารณสุข (2535) ให้คำจำกัดความร้านอาหารว่าเป็น สถานที่หรือบริเวณใด ๆ ที่มีใช้หรือทางสาธารณะที่จัดไว้เพื่อประกอบอาหาร หรือปรุงอาหารจนสำเร็จและจำหน่ายให้ผู้ซื้อสามารถบริโภคได้ทันที ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายโดยจัดให้มีบริเวณไว้สำหรับการบริโภค ณ ที่นั้น หรือนำไปบริโภคที่อื่นก็ตาม กล่าวได้ว่า สถานที่จำหน่ายอาหาร คือร้านอาหารและที่สำคัญต้องเป็นร้านอาหารในที่เอกชนที่มีใช้ ที่หรือทางสาธารณะและต้องมีบริเวณปรุงอาหาร ซึ่งจะรับประทานอาหารหรือไม่ก็ตาม

จากรายงานสรุปผลการสำรวจข้อมูลพื้นฐานทางสุขาภิบาลอาหารของร้านอาหารทั่วประเทศไทย ในปี 2535 โดยสำนักงานโครงการอาหาร กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข จำแนกร้านอาหารออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. ห้องอาหารในโรงแรม หมายถึง ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในโรงแรมที่ตั้งอยู่ภายในโรงแรม
2. ภัตตาคาร หมายถึง ร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ 2 คูหาขึ้นไป ที่รับประทานอยู่ภายในอาคาร พนักงานแต่งกายมีฟอร์ม
3. สวนอาหาร หมายถึง ร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ ที่รับประทานส่วนใหญ่อยู่ภายนอกอาคาร บรรยากาศเป็นแบบธรรมชาติ พนักงานแต่งกายมีเครื่องแบบ หรือที่เรียกว่า “แบบฟอร์ม”
4. ร้านอาหารทั่วไป หมายถึง ร้านอาหารขนาดเล็ก 1-2 คูหา ที่รับประทานอยู่ภายในอาคารประเภทอาหารที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นอาหารประจำถิ่นหรือเป็นอาหารเฉพาะ เช่น ข้าวแกง ข้าวมันไก่ ข้าวหมูแดง ส้มตำ เป็นต้น
5. ร้านเครื่องดื่ม ขนมหวาน หรือไอศกรีม หมายถึง ร้านที่จำหน่ายเฉพาะเครื่องดื่ม ขนมหวาน หรือ ไอศกรีมเท่านั้น

ต้นทุนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร อันดับแรก คือ ค่าอาหาร เครื่องดื่ม และเครื่องปรุง ร้อยละ 44 รองลงมา คือ เงินเดือนและค่าแรงพนักงาน ร้อยละ 21 ส่วนที่เหลือจะเป็นต้นทุนด้านค่าใช้จ่ายด้านอาคาร สถานที่ ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุอุปกรณ์ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

ร้อยละ 35 (สวัสดิการกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2548)

การบริการ/ การจัดการธุรกิจร้านอาหาร ประกอบด้วย (สวัสดิการกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2548)

1. โครงสร้างองค์กร

1.1 ด้านการบริหาร รับผิดชอบด้านการเงิน บัญชี จัดซื้อ บุคคล ธุรกิจ ดูแลความสะอาดของร้าน ต้อนรับลูกค้า และบริหารงานทั่วไป

1.2 ด้านการปรุงอาหาร มีหน้าที่เตรียมวัตถุดิบ ปรุงอาหารสำเร็จ หรือปรุงอาหารตามที่ลูกค้าสั่ง รวมถึงการดูแลรักษาความสะอาด เครื่องมือและอุปกรณ์ในการปรุงอาหาร เช่น จาน ชาม ช้อน ช้อนส้อม มีด และเครื่องมืออุปกรณ์ในครัว เพื่อให้สะอาด และพร้อมสำหรับการใช้งาน รวมถึงการดูแลรักษาความสะอาดในส่วนที่ใช้บริการลูกค้า เช่น จาน ชาม ช้อน ช่อม รวมถึงเครื่องปรุงรสอาหาร

1.3 ด้านการให้บริการลูกค้า มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการต้อนรับลูกค้า รับคำสั่งรายการอาหารและเครื่องดื่ม เสิร์ฟอาหาร เก็บเงิน และอำนวยความสะดวกอื่น ๆ แก่ลูกค้า

2. พนักงานและการอบรมพนักงาน

2.1 โดยปกติภัตตาคาร/ร้านอาหารจะมีพนักงานประจำจำนวนหนึ่งเพื่อทำงานด้านต่าง ๆ เช่น การจัดซื้ออาหารสดและอาหารแห้ง การปรุงอาหาร ทำความสะอาด และบริการ ลูกค้า เป็นต้น จำนวนจะแตกต่างกันตามแต่ขนาดของธุรกิจ ซึ่งจากการสำรวจพบว่า ส่วนใหญ่จะจ้างพนักงานประจำ

2.2 ผู้ประกอบกิจการส่วนใหญ่จะไม่จำกัดเพศของพนักงาน

2.3 ผู้ประกอบกิจการส่วนใหญ่จะไม่จำกัดวุฒิการศึกษาและประสบการณ์

2.4 การอบรมพนักงาน โดยปกติจะไม่มีการฝึกอบรมพนักงาน แต่จะเน้นการฝึกอบรมด้านการให้บริการ เลือกบุคลากรที่มี บุคลิกภาพที่ดี และมีใจรักด้านบริการ

3. ด้านการบริหารจัดการ

3.1 ต้องมีความรู้พื้นฐานในธุรกิจให้บริการของตนเอง และติดตามความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

3.2 ต้องมีความเป็นผู้นำและพื้นฐานความรู้ด้านการบริหารจัดการ

3.3 ส่งเสริมและให้โอกาสพนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในธุรกิจในลักษณะแบ่งปันผลประโยชน์จากรายได้

3.4 ให้ความสำคัญกับการสรรหาและฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร

3.5 ให้ผลตอบแทนและสิ่งจูงใจที่เหมาะสมเพื่อให้แรงกระตุ้นในการปฏิบัติงานของพนักงาน

3.6 ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการบริหารหรือเสนอความคิดเห็น มีความรักและภักดีต่อองค์กร

3.7 ดำเนินการให้ถูกต้องต่อกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ

3.8 จัดทำแผนธุรกิจที่เหมาะสม ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

3.9 ต้องให้ความสำคัญและเวลากับการบริหารอย่างใกล้ชิด

4. ด้านการตลาด

4.1 ให้บริการที่ดีและเป็นกันเองกับลูกค้าใช้บริการ

4.2 สร้างตราหรือเครื่องหมายเพื่อให้ลูกค้าระลึกถึงและจดจำได้ง่าย

4.3 สร้างมาตรฐานด้านการให้บริการและอัตราค่าบริการ

4.4 ให้บริการที่รวดเร็วแก่ลูกค้าใช้บริการ

4.5 เสนอบริการรูปแบบอาหารใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าใช้บริการได้ดีขึ้น

4.6 เสนอรูปแบบบริการใหม่ๆ เช่น การส่งอาหารถึงบ้านและสำนักงาน เป็นต้น

4.7 ใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย สะอาด และอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและเลือกทำเลที่ตั้งให้เหมาะสม สะดวกต่อการติดต่อ และสามารถเดินทางได้สะดวก

4.8 การส่งเสริมการขายมีหลายรูปแบบ ดังนั้นจึงความเลือกให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาทิ การทำป้ายโฆษณาหน้าสถานบริการให้สะดุดตา ลงโฆษณาในสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยต้นทุนที่ต่ำและทำโบว์ชัวร์ แผ่นพับ แนะนำบริการ แจกแก่กลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

5. ด้านบัญชีและการเงิน

5.1 ไม่สร้างภาระค่าใช้จ่ายประจํามากเกินไป

5.2 มีโครงสร้างเงินลงทุนที่เหมาะสม ไม่ก่อภาระหนี้มากเกินไป

5.3 บริหารการเงินอย่างเหมาะสมให้ธุรกิจมีสภาพคล่องทางการเงินสูง

5.4 นำกำไรจากการดำเนินงานเป็นเงินทุนสำรองหรือสำหรับการขยายธุรกิจ

5.5 แยกบัญชีระหว่างธุรกิจและส่วนตัว

5.6 ควรจัดทำงบการเงินให้ถูกต้อง

5.7 นำระบบคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชีมาช่วยเพื่อเพิ่ม

ประสิทธิภาพการทำงานและลดค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน

6. การจัดซื้อและการจัดเก็บ

การจัดซื้อกับการซื้อนั้นแตกต่างกัน การซื้อนั้น โดยปกติผู้ซื้อจะแจ้งความจำนงของตนแก่ผู้ขาย ซึ่งผู้ซื้อก็มักเชื่อว่าผู้ขายจะส่งมอบผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพสูงให้แก่ตนในราคาพอควร ซึ่งเป็นเหตุทำให้ผู้ขายสามารถกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ได้เอง

ส่วนการจัดซื้อนั้น จะมีการนำเสนอสินค้าและราคาเพื่อเปรียบเทียบกันจากหลายแหล่ง ซึ่งการประกวดราคาอาจจะทำกันเป็นรายปี รายเดือน รายสัปดาห์ หรือรายวัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าด้วย วิธีนี้จะสามารถช่วยควบคุมให้คุณภาพและราคาของสินค้าอยู่ในระดับที่พึงพอใจได้ ดังนั้น การประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการทำอาหาร การจัดซื้อจึงเป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่ง เพราะถ้าขาดการทำการจัดซื้อก็อาจเป็นต้นเหตุทำให้ได้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ค้างสต็อก ราคาสูง คุณภาพต่ำ (เอกพงศ์ ธนพิบูลพงศ์, 2546, หน้า 19)

ประเภทของผู้จัดหาหรือผู้ขายสินค้า (วีรดา เรืองรุ่ง, 2550)

1. Full-line ผู้ขายสินค้าที่มีผลิตภัณฑ์เกือบครบหรือครบทุกอย่าง อันทำให้การสั่งซื้อประหยัดเวลามากขึ้น
 2. Local Specialty Wholesales ผู้ค้าส่งที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เฉพาะอย่างในท้องถิ่น ประเภทของผลิตภัณฑ์ค่อนข้างจำกัด เช่น ขายหมูอย่างเดียว ขายอาหารทะเลอย่างเดียว ขายผลไม้อย่างเดียว เป็นต้น
 3. National Jobber ตัวแทนจำหน่ายสินค้าชนิดต่าง ๆ ทั่วประเทศที่จำกัดขายสินค้าเฉพาะอย่าง
 4. Supermarket/ Market ส่วนมากจะขายปลีกและต้องเดินทางไปซื้อด้วยตนเอง แต่มีสินค้าให้เลือกอยู่หลากหลาย
- การวิเคราะห์สภาพทั่วไปของธุรกิจร้านอาหาร (ภาสวุฒิ ถาวร, 2550) ซึ่งมีผู้วิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจร้านอาหารไว้ดังตารางที่ 2-3

ตารางที่ 2-3 การวิเคราะห์สภาพทั่วไปของธุรกิจร้านอาหาร (ภาสวุฒิ ถาวร, 2550)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ประเภทของร้านและชนิดของอาหารมีความหลากหลาย ครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง ทำให้ประชาชนสามารถเลือกบริโภคได้ง่าย	1. ความผันผวนของสถานะเศรษฐกิจ ส่งผลกระทบต่อรายได้ของประชาชนทำให้กำลังซื้อเปลี่ยนแปลงง่าย

ตารางที่ 2-3 (ต่อ)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>2. อาหารถือว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ทำให้ธุรกิจร้านอาหารสามารถดำเนินกิจการอยู่ได้</p> <p>3. ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่ต้องใช้ความสามารถในการบริหารทุกด้าน ถ้าประสบความสำเร็จจะให้ผลตอบแทนที่น่าพอใจ</p>	<p>2. ร้านอาหารในปัจจุบันมีจำนวนมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ไม่ซับซ้อนและใช้เงินลงทุนไม่สูงมากนัก ทำให้การแข่งขันสูง</p> <p>3. รสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงได้ง่ายตามโอกาส ความสะดวก และความนิยม</p>
โอกาส	อุปสรรค
<p>1. พฤติกรรมการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเปลี่ยนไป โดยมีการรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น</p> <p>2. ธุรกิจท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มขึ้น ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง</p> <p>3. ชุมชนมีการขยายตัวเร็ว ทำให้ร้านอาหารมีโอกาสแทรกเข้าไปในชุมชนได้</p>	<p>1. ความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อผลผลิตทางการเกษตร อันเนื่องมาจากภัยธรรมชาติ หรือโรคระบาดในเนื้อสัตว์และพืชผัก</p> <p>2. ปัญหาต้นทุนสินค้าที่อาจสูงขึ้นเนื่องจากราคาน้ำมันที่เพิ่มขึ้น</p> <p>3. ภาครัฐมีนโยบายผลักดันด้านโภชนาการอาหาร เพื่อให้ได้อาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัยจากสารตกค้าง ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบมีแนวโน้มสูงขึ้น</p>

ธุรกิจร้านอาหารถือเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่จัดเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำที่ต้องอาศัยปัจจัยการผลิตจากสาขาผลิตอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยการผลิตจากสาขาอาหารและเครื่องดื่มเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ สาขาการเกษตร โดยผลผลิตที่ได้จะถูกกระจายไปยังผู้บริโภคขั้นสุดท้าย คือ กลุ่มของผู้บริโภคระดับครัวเรือน ภาคเอกชน และนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ (มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ, 2548) อุตสาหกรรมร้านอาหารมิได้เชื่อมโยงเฉพาะภายในอุตสาหกรรมเดียวกันเท่านั้น แต่จำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมอื่น หน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงสถาบันต่าง ๆ เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ดังเช่นงานวิจัยของ ศิริพร ศรีชูชาติ (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่องอุตสาหกรรมและร้านอาหารในเชียงใหม่ พบว่า

1. ความเชื่อมโยงกับกลุ่มธุรกิจที่เป็นผู้จัดส่งสินค้า แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ

1.1 กลุ่มผู้ค้าส่งในตลาดสด เป็นกลุ่มที่จัดส่งวัตถุดิบประเภทของสดให้แก่ภัตตาคารและร้านอาหารขนาดใหญ่ทั่วไป รวมถึงภัตตาคารและร้านอาหารในโรงแรม รูปแบบในการซื้อขายวัตถุดิบมีด้วยกัน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะการซื้อขายกันมานานจนกลายเป็นเจ้าประจำและการซื้อขายแบบประมูลราคาวัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ซื้อจากผู้ค้าส่งในตลาดสด อาทิ หมู ไก่ ปลา ผัก และผลไม้ต่าง ๆ เป็นต้น โดยวัตถุดิบเหล่านี้จะมาจากการสั่งแบบวันต่อวัน เพื่อความสดของอาหารและประหยัดพื้นที่ในการเก็บสินค้า แต่บางครั้งภัตตาคารและร้านอาหารเหล่านี้จะมีการซื้อวัตถุดิบเอง ซึ่งเกิดขึ้นในกรณีที่มีความต้องการใช้วัตถุดิบเร่งด่วน

1.2 กลุ่มผู้จัดส่งสินค้าและวัตถุดิบทั่วไป เป็นกลุ่มที่จัดส่งวัตถุดิบทั้งประเภทของสดของแห้งให้กับภัตตาคารและร้านอาหาร โดยรูปแบบการขายวัตถุดิบเหมือนกับกลุ่มผู้ค้าส่งในตลาดสด

1.3 กลุ่มผู้จัดส่งวัตถุดิบประเภทตัวกลาง ทำหน้าที่เป็นผู้หาและคัดเลือกวัตถุดิบให้แก่ภัตตาคารและร้านอาหาร ซึ่งมักจะเป็นผู้ซื้อวัตถุดิบให้กับภัตตาคารและร้านอาหารท้องถิ่นขนาดใหญ่ โดยวัตถุดิบที่ซื้อจะเป็นทั้งของสดและของแห้งประมาณร้อยละ 60 ของวัตถุดิบทั้งหมดที่ทางร้านจัดซื้อ กิจกรรมที่จะใช้ตัวกลางในการซื้อวัตถุดิบมักจะได้รับผลกำไรดีจากการขายอาหารคุณภาพสูง

1.4 ซุปเปอร์มาเก็ต ได้แก่ เทสโก้ โลตัส แม็คโคร และบิ๊กซี เป็นต้น ซึ่งเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่จัดส่งวัตถุดิบให้อุตสาหกรรมภัตตาคารและร้านอาหาร แต่ปริมาณการซื้อขายไม่มากนัก ลักษณะการซื้อขายเป็นแบบผู้ซื้อเองและจ่ายเป็นเงินสด

1.5 กลุ่มผู้ค้าปลีกในตลาด กลุ่มนี้เป็นผู้จัดส่งวัตถุดิบหลักร้านอาหารขนาดเล็ก ทั้งวัตถุดิบประเภทของสดและของแห้ง ร้านอาหารขนาดเล็กจะเป็นผู้ซื้อวัตถุดิบเอง จะมีผู้ค้าปลีกเป็นเจ้าประจำ ถ้าวัตถุดิบที่ต้องการซื้อประจำวันสามารถสั่งไว้ล่วงหน้าและมารับในวันรุ่งขึ้นได้

2. ความเชื่อมโยงกับกลุ่มธุรกิจ

2.1 กลุ่มผู้ให้สิทธิทางการค้า (Franchiser) เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีทั้งบริษัทไทยและต่างประเทศ โดยเป็นผู้ให้สิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าและวางระบบการจัดการด้านต่าง ๆ กลุ่มธุรกิจที่ผู้ให้สิทธิทางการค้าของบริษัทต่างประเทศจะมีสูตรอาหารเฉพาะและจัดส่งเครื่องปรุงรบบางชนิดมาจากต่างประเทศ ส่วนของบริษัทในจังหวัดเชียงใหม่ มีประมาณ 4 แบนด์

2.2 กลุ่มห้างสรรพสินค้าและร้านดิสคานต์ (Department Store and Discount Store) กลุ่มนี้จะเชื่อมโยงในส่วนการเข้าไปเช่าทำเลขายในห้างสรรพสินค้าและร้านดิสคานต์

ซึ่งส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ดและเฟรน ไชน์ มีการจัดกิจกรรมการตลาดที่ส่งเสริมกันด้วย

3. ความเชื่อมโยงกับกลุ่มชมรมและสมาคม ได้แก่ ชมรมภัตตาคารและร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ สมาคมภัตตาคารและร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงสมาคมภัตตาคารและร้านอาหารในโรงแรม เป็นการรวมกลุ่มกันของภัตตาคารและร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีสมาชิกในกลุ่มชมรมและสมาคมที่แตกต่างกัน แต่มีบทบาทคล้ายกัน คือ การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้และพยายามเป็นตัวกลางในการสร้างความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

กิจกรรมภายในกลุ่มที่สำคัญ คือ การจัดงานเทศกาลอาหาร ในช่วงเดือนเมษายนและธันวาคม เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รู้จักและลิ้มรสอาหารท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมีกิจการสร้างความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น เช่น การจัดสัมมนาระหว่างภัตตาคารและร้านอาหาร และบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

4. ความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานรัฐและรัฐวิสาหกิจ มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมภัตตาคารและร้านอาหาร อาทิ

ด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ และการเก็บขยะมูลฝอย เป็นต้น

ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร โดยกระทรวงสาธารณสุขได้มอบหมายให้กองสุขาภิบาล ทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานขั้นพื้นฐานของภัตตาคารและร้านอาหาร เป็นประจำทุกเดือน รวมถึงจัดทำโครงการอาหารสะอาดรสชาติอร่อย เพื่อยกระดับมาตรฐานของภัตตาคารและร้านอาหาร และเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคด้วย

5. ความเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษา

5.1 สถาบันการศึกษามีส่วนในการสร้างแรงงานเพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรมภัตตาคารและร้านอาหารในทางอ้อม โดยผ่านทางหลักสูตรการจัดการด้านธุรกิจและโรงแรม สถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรนี้ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และมหาวิทยาลัยพายัพ เป็นต้น

5.2 สถาบันภาษาเป็นแหล่งให้ความรู้และพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาและแรงงาน ซึ่งแม้จะไม่มีหลักสูตรเฉพาะ ซึ่งมีสถาบันสอนภาษา 3 แห่งที่มีชื่อเสียง ได้แก่ บริติชเคาน์ซิล สถาบันสอนภาษาเอยูเอ (American University Alumni Language Center: AU) และออสเตรเลียเซ็นเตอร์

5.3 สถาบันฝีมือแรงงานมีการจัดหลักสูตรการทำอาหารไทยและอาหารนานาชาติให้กับผู้ที่สนใจ

5.4 ผู้มีความชำนาญเฉพาะด้าน ซึ่งส่วนใหญ่จะฝึกอบรมให้กับพนักงานในภัตตาคาร และร้านอาหารของโรงแรม

6. ความเชื่อมโยงของสถาบันการเงินเข้ามาเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมภัตตาคารและร้านอาหารหลายช่องทาง คือ

6.1 สถาบันการเงินมีส่วนช่วยในด้านการเป็นแหล่งเงินกู้ให้กับกิจการ

6.2 สถาบันการเงินได้สร้างวัฒนธรรมการใช้จ่ายเงินค่าอาหารผ่านทางบัตรเครดิต ทำให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้บริโภคสามารถยืดระยะเวลาการชำระเงินในการใช้บริการภัตตาคารและร้านอาหาร

6.3 สถาบันการเงินมีหน้าที่ทำธุรกรรมการเงินให้แก่กิจการ เช่น การโอนเงินผ่านทางธนาคาร และการจ่ายเงินด้วยเช็คแทนเงินสด เป็นต้น

6.4 สถาบันการเงินทำหน้าที่ปรึกษาด้านการจัดการทางการเงินให้กับลูกค้า

7. ความเชื่อมโยงกับผู้ให้บริการเฉพาะด้าน ผู้ให้บริการเฉพาะด้านที่เข้ามาเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมภัตตาคารและร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ อาทิ

ธุรกิจภายนอกเข้ามาช่วยในการส่งเสริมการขายให้กิจการ เช่น จัดทำบัตรคูปองจำหน่ายแก่ลูกค้า โดยทางร้านจะต้องขายอาหารตามราคาหรือราคาที่คูปองนั้นกำหนด คือ ลดราคาค่าอาหารหรือแถมฟรีให้กับลูกค้า บริษัทเหล่านั้นจะได้รับเงินจากการขายคูปอง นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการขายของผู้จัดส่งสินค้าและวัตถุดิบอีกด้วย

ธุรกิจที่เข้าช่วยในการตรวจสอบงบการเงินต่าง ๆ ในฐานะผู้สอบบัญชี นอกจากนี้ธุรกิจบางประเภทยังทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลและตรวจสอบการออกใบกำกับภาษีให้กับกิจการอีกด้วย



ภาพที่ 2-7 ความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมภัตตาคารและร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ (ศิริพร ศรีชูชาติ, 2548)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า การดำเนินธุรกิจร้านอาหารนั้นผู้ประกอบการมุ่งเน้นการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ ทำให้เกิดธุรกิจประกอบอาหารที่หลากหลายระดับ เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการตามความเหมาะสมของตนเอง และได้ศึกษาพบว่าปัญหาการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร มีดังนี้ (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2544)

1. การบริหาร

- 1.1 ผู้ประกอบการขาดการวางแผนล่วงหน้าในเรื่องเงินทุน
- 1.2 ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารขาดประสบการณ์ในการดำเนินงาน
- 1.3 การตั้งราคาที่ไม่เหมาะสม อาจตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่งที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน ซึ่งราคาถือเป็นปัจจัยสำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

2. การบริการ

- 2.1 การผลิต รสชาติ และคุณภาพของอาหารไม่ตรงกับรสนิยมของลูกค้า ซึ่งแสดงถึงความไม่เอาใจใส่ของผู้ประกอบการในการคัดเลือกอาหารสด การประกอบอาหาร การเก็บรักษาอาหาร เป็นต้น
- 2.2 การบริการของพนักงาน โดยพนักงานไม่เอาใจใส่ต่อลูกค้า บกพร่องต่อหน้าที่ คริยาวาจาสู้ภาพ ขาดความรู้ความเข้าใจ และทักษะในการให้บริการ
- 2.3 บรรยากาศห้องอาหารไม่ถูกสุขลักษณะ
- 2.4 ทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม เช่น ที่ตั้งของร้านอาหารอยู่ห่างไกลจากชุมชนมากเกินไป ทางเข้าไม่สะดวกและปลอดภัย เป็นต้น

3. การวางแผนการตลาด ขาดการวางแผนการตลาดที่ดี ทำให้ไม่สามารถปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการได้ ซึ่งธุรกิจร้านอาหารถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย และมีเกิดการแข่งขันกันเองสูงมาก

4. ด้านการรวมกลุ่ม ขาดการรวมกลุ่มเพื่อสร้างแนวร่วมและพันธมิตรในการประกอบธุรกิจ รวมทั้งสร้างอำนาจในการต่อรองด้านอื่น ๆ (ธุรกิจร้านอาหาร, 2548)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้รวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับเรื่องที่ศึกษา ทั้งนี้ผลงานวิจัยด้านเครือข่ายวิสาหกิจและความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ

ของธุรกิจร้านอาหารโดยตรง ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเน้นเฉพาะภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหลักเท่านั้น

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบด้วยธุรกิจท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีห่วงโซ่ธุรกิจสัมพันธ์กัน เช่น การขนส่ง โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น เมื่อเป็นเช่นนี้ธุรกิจท่องเที่ยวจึงมักจะตัดราคากันเอง แต่ก็ยังต้องพึ่งพิงกัน เพราะแต่ละธุรกิจเป็นส่วนประกอบของการเดินทางท่องเที่ยว ปัญหาการตัดราคาทำให้สินค้าท่องเที่ยวส่วนมากด้วยคุณภาพ เนื่องจากไม่มีทุนพอที่จะส่งเสริมผลิตภาพการบริการได้ (Keller, 2003) ดังนั้นการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจถือเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ (Porter, 1990) ที่สามารถสร้างความเปรียบเชิงกลยุทธ์ให้กับอุตสาหกรรมท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงของตลาด โดยการความร่วมมือของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า ธุรกิจจัดหาสินค้า และธุรกิจสนับสนุนให้ผู้ร่อยโงงเข้าด้วยกัน ความเชื่อมโยงที่เกิดขึ้นนี้ส่งผลดีต่อการลดต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งระบบ (Porter, 1998; UNIDO, 1999; Lindqvist & Ketels, 2003; บูริม โอทกานนท์, 2549) อีกทั้งการรวมกลุ่มเครือข่ายยังก่อให้เกิดการติดต่อและส่งต่อลูกค้าระหว่างธุรกิจ รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร (Best, 1998; Porter, 1990; เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2543) และประสบการณ์ระหว่างกัน เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการดำเนินกิจกรรมของตนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและสร้างนวัตกรรมด้านสินค้า/บริการใหม่ ๆ เกิดขึ้น (ณพนธ์ สงวนนภภาพร, 2548; Morgan, 1997; Asheim; 1997; Coe & Townsend, 1998; Castells & Hall, 1994; Keeble & Wilkinson, 2000)

ในทัศนะของ Ferreira (2009) เห็นว่าเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว คือ กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจการท่องเที่ยว คือ สถานที่พักแรม บริการด้านอาหาร บันเทิง สถานที่ท่องเที่ยว ตัวแทนนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ยานพาหนะ รถเช่า และการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว รวมทั้งบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น องค์กร โครงสร้างพื้นฐานที่เป็นบริการสาธารณะต่าง ๆ หน่วยงานการศึกษา ที่ปรึกษา และธุรกิจบริการอื่น ๆ นอกจากนี้การมีส่วนร่วมของผู้จำหน่ายวัตถุดิบก็ยังมีส่วนในการสนับสนุนการพัฒนาคลัสเตอร์ท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน (Brown & Geddes, 2007) ส่วน Capone (2004 อ้างถึงใน Ferreira & Esterao, 2009) เห็นว่าเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวเน้นไปที่ลักษณะทางภูมิศาสตร์อันเป็นที่ตั้งของกิจการหน่วยงาน / สถาบัน ที่มีความสัมพันธ์กันในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้ให้บริการต่าง ๆ ภาครัฐ องค์กร มหาวิทยาลัย และคู่แข่งกัน ทั้งนี้ Novel et al (2006 อ้างถึงใน Ferreira & Esterao, 2009) ได้กล่าวไว้ว่าวัตถุประสงค์ของเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว คือ การทำให้กิจการต่าง ๆ ที่ปกติจะดำเนินงานเพียงลำพังมาสร้างผลผลิตทางการท่องเที่ยวร่วมกัน

สำหรับธุรกิจขนาดย่อมพื้นฐานของความเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจเกิดขึ้นได้ 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ 1 การแลกเปลี่ยนระหว่างเครือข่ายเกิดจากการดำเนินงานของบริษัทหรือองค์กรขนาดเล็กที่ย่อมต้องมีผลประโยชน์ทางการค้าเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและต้องเกิดผลกำไรทางธุรกิจ เช่น การแลกเปลี่ยนทางการเงิน การซื้อขายและค่าใช้จ่าย ซึ่งนำมาสู่การก่อให้เกิดรายได้ โดยหัวใจสำคัญของการแลกเปลี่ยนที่ประสบความสำเร็จก็คือ หุ่นส่วนทางการค้า รูปแบบที่ 2 การสื่อสารระหว่างเครือข่าย หมายถึง องค์กรที่ไม่มี การเชื่อมโยงด้านการค้าแต่มีกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจ เช่น ที่ปรึกษาต่าง ๆ ภาครัฐส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีหน้าที่ส่งข้อมูลข่าวสารให้กับธุรกิจ ซึ่งข้อมูลที่เกิดการได้รับนั้นมีส่วนต่อความสามารถในการแข่งขันของกิจการ และรูปแบบสุดท้าย คือ เครือข่ายทางสังคม/ การคบค้าสมาคมระหว่างเครือข่าย เกิดจากผู้เป็นเจ้าของกิจการที่เป็นญาติหรือเป็นครอบครัวเดียวกัน เป็นเพื่อน หรือเป็นคนรู้จัก เป็นเครือข่ายระหว่างบุคคลซึ่งเป็นที่ก่อให้เกิดการติดต่อสื่อสารกันอย่างแนบแน่นระหว่างบุคคลในเครือข่ายนั้น (Mitchell, 1973 อ้างถึงใน ขนิษฐา กาญจนรังษิณันท์, 2547)

ในขณะที่การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือ รวมทั้งความไว้วางใจของสมาชิกภายในเครือข่ายเป็นสำคัญ จากการศึกษาเรื่อง เครือข่ายวิสาหกิจและนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวของประเทศอังกฤษ พบว่า กระบวนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ไม่ใช่สิ่งที่ง่ายและเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ แต่ต้องอาศัยความเชื่อมโยงและความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย (Novelli, Schmitz & Spencer, 2005) โดยสมมติว่า ทั้งนี้ต้องอาศัยกลไกการพัฒนาเพื่อให้เครือข่ายนั้นเติบโตขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ (Nordin, 2003) ซึ่ง Costa (2005 อ้างถึงใน Ferreira & Esterao, 2009) ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวนั้นควรรวมถึงการให้บริการที่อยู่ในส่วนของการให้บริการที่อยู่กับที่ ได้แก่ การให้บริการด้านที่พักอาศัย ร้านอาหารและเครื่องดื่ม การให้บริการที่มีการเคลื่อนที่ ได้แก่ บริการขนส่งผู้โดยสาร ตัวแทนนำเที่ยว และรถเช่า และในส่วนของบริการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมยามว่าง กิจกรรมด้านวัฒนธรรม และกิจกรรมสันทนาการ ซึ่งถือเป็นการให้บริการที่มีพลังในการขับเคลื่อนมากที่สุดในการเพิ่มผลประกอบการให้กับแหล่งท่องเที่ยวและเพิ่มค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

ส่วน Jackson and Murphy (2002) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว 2 แห่ง คือ Albury – Wodonga ประเทศออสเตรเลีย และ Victoria ประเทศแคนาดา พบว่า สักยภาพของธุรกิจท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่งนี้ เกิดจากความร่วมมือกันในการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกับ

Jakson (2004) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่นในประเทศไทย: การสร้างศักยภาพธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจในเศรษฐกิจแบบสังคมนิยม ผลการวิจัยพบว่า ทฤษฎีของพอร์ตเตอร์จะมีความเหมาะสมต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน แต่ในระดับธุรกิจจุลภาคก็ควรจะได้รับส่งเสริมและสนับสนุนในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เครือข่ายสามารถพัฒนาได้ คือ การพบกันตัวต่อตัวซึ่งเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจขนาดย่อมที่มีความสามารถจำเพาะ ช่วยให้ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่หรือนวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่เข้ามาใช้ในกระบวนการทำงานได้มีประสิทธิภาพได้อย่างรวดเร็ว (Rosenfeld, 1997) และปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนกลไกการพัฒนาเครือข่ายดังกล่าวให้ประสบความสำเร็จนั้น ได้แก่ การจัดสรรผลประโยชน์ทางการเงินให้กับธุรกิจ (Morrison, Lynch & Johns, 2004) ซึ่ง Littlejohn et al. (1996) ได้ศึกษาด้านความรู้ความเข้าใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ พบว่า ทศนคติในทางบวกของสมาชิกในเครือข่ายต่อการให้การสนับสนุนเครือข่าย เกิดจากการจัดสรรการเงินอย่างลงตัวให้กับสมาชิก ซึ่งเป็นการสร้างความสมดุลในด้านการแข่งขันของธุรกิจด้วยการผสมผสานระหว่างการควบคุมและการสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน ซึ่งยืนยันผลการศึกษาโดยสำนักงานพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550) ได้ศึกษาการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตั้งแต่ธุรกิจขนาดใหญ่จนถึงขนาดย่อมในจังหวัดที่มีชื่อเสียงติดอันดับของประเทศ คือ จังหวัดภูเก็ตและจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง พบว่า ธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มักใช้กลยุทธ์การแข่งขันตัดราคา มีการดำเนินงานแบบลำพัง (Stand-alone) มากกว่าที่จะร่วมมือเป็นเครือข่าย ในส่วนผลการศึกษาที่เชื่อมกับร้านอาหาร ซึ่งประสบปัญหาด้านสุขอนามัยและการรักษาคุณภาพบริการที่เป็นมาตรฐาน รวมทั้งขาดความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอาหารต่างพื้นที่ซึ่งถือเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญ นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐขาดการบูรณาการสนับสนุนกันภายในองค์กร ส่งผลให้ไม่สามารถขับเคลื่อนสู่ระดับปฏิบัติการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ปัญหาที่พบในการพัฒนาศักยภาพของร้านอาหาร ได้แก่ การขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ การควบคุมต้นทุนอาหาร การโฆษณา การหาแม่ครัว และการขาดความร่วมมือระหว่างร้านอาหารด้วยกันเอง รวมทั้งร้านอาหารขนาดย่อมมีศักยภาพไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากได้ (Allington, 2007; ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ และคณะ, 2547; ศรีสมร คุณากรบดินทร์ และคณะ, 2548)

ผลการศึกษาศือข่ายวิสาหกิจในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ของประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่ยังขาดการเชื่อมโยงเป็นระบบเครือข่ายวิสาหกิจที่สมบูรณ์ ดังเช่นงานวิจัยของ พรพรรณ

ชั้นประเสริฐสุข (2546) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรม: กรณีศึกษาเซรามิกศิลาดล พบว่า หัตถอุตสาหกรรมเซรามิกศิลาดลในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นเพียงแหล่งธุรกิจของอุตสาหกรรมที่มีการก่อตั้งภายในพื้นที่เดียวกัน แต่ลักษณะดังกล่าวเป็นปัจจัยเบื้องต้นของการเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ โดยธรรมชาติหรือเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่ยังไม่พัฒนา ถ้าหากได้รับการแก้ไขและสนับสนุน เช่น สร้างกิจกรรมระหว่างผู้ผลิตศิลาดล จัดหาผู้ประกอบการ เพื่อทำหน้าที่เป็นคนกลาง จัดทำระบบติดตามและประเมินผลเครือข่ายวิสาหกิจเซรามิกศิลาดล เป็นต้น ก็จะสามารพัฒนาเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่สมบูรณ์ที่ยั่งยืนได้ ซึ่งคล้ายคลึงกับงานวิจัยของ รัชนิกร วุฒิสรรฐไพบุลย์ (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า หัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่ไม่ได้มีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ แต่เป็นเพียงแหล่งธุรกิจของอุตสาหกรรมที่มีการก่อตั้งภายในพื้นที่เดียวกัน เนื่องจาก ขาดความเชื่อมโยงและความร่วมมือภายในกลุ่มอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตามหัตถอุตสาหกรรมก็สามารถพัฒนาเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่พัฒนาและยั่งยืนได้ถ้าหากได้รับการแก้ไขและสนับสนุน เช่น การสร้างกิจกรรมระหว่างผู้ประกอบการ การมีผู้ประกอบการ การให้รู้จักประเมินตนเองในด้านต่าง ๆ รวมทั้งจัดทำระบบติดตามและประเมินผล เป็นต้น

การศึกษาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ปัญหาของการพัฒนาศักยภาพการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจนั้นจำเป็นต้องอาศัยการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนัก และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือให้กับสมาชิกในเครือข่าย บนพื้นฐานของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน (Malecki & Tootle, 1997) เพื่อกระตุ้นให้สมาชิกเห็นความสำคัญและความจำเป็นในการร่วมมือกันในการเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจของตนเอง ซึ่งผู้ประกอบการจะมีความสามารถในการเรียนรู้จากประสบการณ์ และแสวงหาความรู้เพิ่มเติมในเรื่องที่สนใจ (อาทิตย์ วุฒิศะโร, 2543; Minniti & Bvgrave, 2000; Bandura, 1986) ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีระดับความรู้เข้าใจด้านเครือข่ายแตกต่างกัน เห็นว่าแนวคิดเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจเป็นสิ่งที่ดี แต่ยังไม่แน่ใจว่าการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจจะเป็นไปได้ สาเหตุหนึ่งเนื่องจากความไม่ต่อเนื่องในนโยบายรัฐ (Rodriguez-Clare, 2005, p. 3) รวมทั้งการเกิดความระแวงและขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน โดยภาพรวมยังขาดแกนหลักในการบริหารจัดการเครือข่าย (Bogdan, 2007; Stuart, 2002; Martin & Sunley, 2003; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) ที่ศึกษาเรื่อง แผนที่เครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ พบว่า 1. ความตระหนักเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ ผู้กำหนดนโยบายมีความตระหนักเป็นอย่างดีในนโยบายการ

พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของรัฐบาล แต่ยังมีระดับความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของเครือข่ายวิสาหกิจและวิธีการแตกต่างกัน โดยผู้กำหนดนโยบายส่วนมากเข้าใจว่า เครือข่าย เครือข่ายวิสาหกิจ/ คลัสเตอร์ และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เป็นเรื่องเดียวกัน ซึ่งที่จริงแล้วทั้ง 3 ประเภทอาจมีความหมายต่างกัน 2. การยอมรับและความร่วมมือ ผู้กำหนดนโยบายและเจ้าหน้าที่ภาครัฐยอมรับและให้ความร่วมมือในการผลักดันการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเป็นอย่างดี แต่ก็ไม่สามารถดำเนินการสนับสนุนได้อย่างเต็มที่ เพราะขาดบุคลากรและงบประมาณ ในขณะที่ผู้ประกอบการเอกชนยอมรับว่า แนวคิดเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจเป็นสิ่งที่ดี แต่ส่วนมากยังไม่แน่ใจว่าการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจจะเป็นไปได้ สาเหตุหนึ่งเนื่องจากความไม่ต่อเนื่องในนโยบายรัฐ โดยเฉพาะนโยบายของจังหวัด เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผู้ว่าราชการจังหวัด การสนับสนุนก็มักจะเปลี่ยนแปลงไปตามความถนัดและวิสัยทัศน์ของผู้ว่าราชการจังหวัดนั้น ๆ ส่วนสาเหตุอื่น ได้แก่ ผู้ประกอบการยังมีความระแวงและขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และยังต้องการให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนและกำกับดูแลแทนที่จะให้ผู้ประกอบการดำเนินการกันเอง 3. ระดับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเครือข่ายส่วนใหญ่ยังมีลักษณะของการรวมตัวกันอย่างหลวม ๆ และเป็นการจัดตั้งจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชนภายนอกกลุ่มมากกว่าที่จะผลักดันมาจากภายในกลุ่มผู้ประกอบการเอง นอกจากนี้ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจยังขาดการประสานงานกัน ทำให้เครือข่ายวิสาหกิจส่วนใหญ่ขาดเป้าหมายและแผนดำเนินการที่ชัดเจน ไม่มีกิจกรรมต่อเนื่องและไม่มีติดตามประเมินผล 4. ศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจในภาพรวมเครือข่ายวิสาหกิจส่วนใหญ่จะขาดผู้นำ ดังนั้น เป้าประสงค์การดำเนินกิจกรรมของเครือข่ายวิสาหกิจ จึงถูกชี้แนะและกำหนดจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เครือข่ายวิสาหกิจที่เป็นกลุ่มการผลิตในระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มักจะเชื่อมโยงในลักษณะแนวดิ่งมากกว่าจะเชื่อมโยงกับผู้ประกอบอื่นในธุรกิจเดียวกัน อีกทั้งสถาบันเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องก็มีบทบาทและส่วนร่วมในเครือข่ายวิสาหกิจเหล่านั้นน้อยมาก การวิเคราะห์คุณลักษณะร่วมของเครือข่ายวิสาหกิจที่อยู่ในแต่ละกลุ่มและเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มศักยภาพระดับต่าง ๆ ทั้ง 4 กลุ่ม ได้ดังนี้

1. เครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มศักยภาพสูง เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวค่อนข้างดีและอยู่ในตลาดที่มีศักยภาพ โดยการริเริ่มจากผู้ประกอบการเอง มีเป้าหมายหรือจุดประสงค์บางอย่างร่วมกันอย่างชัดเจน และใช้ระยะเวลาในการพัฒนามานานกว่า 1 ปีขึ้นไป แต่ยังมีองค์ประกอบไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ตามห่วงโซ่อุปทาน และมีการพัฒนาความเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจที่เข้มแข็งขึ้นเรื่อย ๆ

2. เครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มกำลังพัฒนา เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวค่อนข้างดี แต่อยู่ในตลาดที่มีศักยภาพไม่สูงนัก มีการริเริ่มการรวมตัวจากภาครัฐและเอกชนในสัดส่วนที่เท่ากัน

ส่วนใหญ่มีการรวมตัวกันมากกว่า 1 ปี

3. เครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มกำลังแสวงหาทิศทาง เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวไม่เหนียวแน่นแต่อยู่ในตลาดที่มีศักยภาพ มีการริเริ่มการรวมตัวจากภาครัฐและเอกชนในสัดส่วนที่เท่ากัน มีการรวมตัวน้อยกว่า 1 ปี และรวมตัวกันเนื่องจากเห็นประโยชน์ร่วมกัน กลุ่มนี้มีโอกาสเติบโตของธุรกิจสูง

4. เครือข่ายในกลุ่มเพิ่งเริ่มรวมตัวกัน เป็นกลุ่มที่รวมตัวกันไม่เหนียวแน่นและอยู่ในตลาดที่ไม่มีศักยภาพ โดยริเริ่มการรวมตัวจากผู้ประกอบการเป็นส่วนใหญ่ แต่เป็นการรวมกลุ่มกัน เพราะว่ามีสถานที่ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน ส่วนใหญ่มีการรวมตัวกันมากกว่า 1 ปี

ทั้งนี้ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยการดำเนินธุรกิจมาช่วยเสริมให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้ ซึ่งสามารถจำแนกปัจจัยต่าง ๆ เป็นรายด้านดังนี้

ปัจจัยด้านเพศ จากผลการศึกษาของ วิโรจน์ สงวนยวง (2544) เรื่องความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า เพศเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านอายุ ซึ่งผลการศึกษาของ วารี เจริญสกุลไชย (2536 อ้างถึงใน รุ่งรัชชา เกณฑ์วิถิ, 2548, หน้า 133) พบว่า ปัจจัยด้านอายุมีอิทธิพลเป็นอันดับแรกต่อการมีส่วนร่วมในการประกอบกิจการ เมื่อผนวกเข้ากับการศึกษาและระยะการดำเนินกิจการที่เหมาะสม ย่อมส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการให้เพิ่มสูงขึ้น เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ อภิสิทธิ์ ประวัตติเมือง (2544, หน้า 71 – 79) พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะมีอายุมากกว่า 40 ปี เนื่องจากส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการศึกษานานและเมื่อเรียนจบแล้วก็ได้มีทำงานหาประสบการณ์จากที่อื่นก่อน สอดคล้องกับการศึกษาของ Ennew et al. (1994) พบว่า อายุมีความสำคัญกับการประกอบธุรกิจเป็นอย่างมาก ช่วงอายุจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงอิสระในการทำงานและทำงานตามความสามารถที่มีต่อเมื่ออายุมากขึ้นก็จะมีความต้องการประกอบธุรกิจส่วนตัว และมีการพัฒนาความสามารถมากขึ้น จากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้มาในอดีต

ปัจจัยด้านระดับการศึกษา โดยปราณี รามสูต (2528, หน้า 79-82) กล่าวว่าไว้ว่า บุคคลที่มีวุฒิภาวะและมีความพร้อมจะเรียนรู้ได้ดีกว่ายังไม่ถึงวุฒิภาวะ โดยความสามารถในการเรียนรู้จากเด็กวัยรุ่นจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากวัยรุ่นถึงวัยผู้ใหญ่จะคงที่จากวัยผู้ใหญ่หรือวัยชราจะลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรพงศ์ วงศ์แสนสุข (2551) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายของธุรกิจนาเที่ยวในเขตเมืองพัทธยา จังหวัดชลบุรี พบว่า ระดับการศึกษามีผลต่อความรู้

ความเข้าใจด้านการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา นอกจากนี้ หทัยรัตน์ วัฒนพฤกษ์ (2540) ได้ศึกษาความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับระดับการศึกษาของมัคคุเทศน์ พบว่า มัคคุเทศก์ที่มีการศึกษาสูงจะมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากกว่ามัคคุเทศก์ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า

ปัจจัยด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน ซึ่ง Good (1973, p. 325 อ้างถึงใน วรรณญา สิทธิโชค, 2544) ให้นิยามเกี่ยวกับความรู้ไว้ว่า เป็นความสามารถในด้านสติปัญญาและทักษะต่าง ๆ ที่เกิดจากการเรียนรู้ ตรงกับแนวคิดของ ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2536, หน้า 40) ที่กล่าวว่า ความรู้เป็นความสามารถในการจดจำและระลึกได้ รวมถึงประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับรู้มา ส่วน จานง พรายเข้มแข (2531, หน้า 44) ได้ให้คำจำกัดความว่า ความรู้ หมายถึงความสามารถในการทรงรักษาไว้ซึ่งทั้งปวงของประสบการณ์ที่ผ่านมา รวมทั้งสิ่งที่สัมพันธ์กันกับประสบการณ์นั้น ๆ ด้วย และ ชวาล แพกุล (2526, หน้า 11) ได้ให้ความหมายว่า ความรู้ คือ บรรดาข้อเท็จจริงหรือรายละเอียดของเรื่องราวและการกระทำใด ๆ ที่มนุษย์ได้สะสม และถ่ายทอดกันต่อ ๆ มาตั้งแต่ในอดีต สามารถรับรู้ถึงสิ่งเหล่านั้นได้

ปัจจัยด้านขนาดกิจการ จำนวนพนักงาน ทุนจดทะเบียน และยอดขาย ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถบ่งชี้ถึงลักษณะ ขนาด และศักยภาพของธุรกิจได้ ซึ่ง เจริญชัย นิมนิยม (2547 อ้างถึงใน ธเนศ สุภรศหัตถ์สรังสี, 2552) ยังศึกษาพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังประสบปัญหาในการดำเนินกิจการอยู่มาก อาจเกิดจากนโยบายของรัฐที่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของภาคเอกชนได้ทั้งหมด และภาคเอกชนที่ยังขาดความรู้ความสามารถที่ทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนในการประกอบธุรกิจ ตลอดจนขนาดเทคโนโลยีในการผลิตหรือบริการ

ปัจจัยด้านกลุ่มลูกค้าที่ปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยวและเปลี่ยนรับข่าวสารหลายทาง จึงทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวจำเป็นต้องจับมือกันเพื่อสร้างพันธมิตรทางธุรกิจให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว งานวิจัยของ สุภชาติ สุวานิช (2544) เรื่อง การใช้บริการจองที่พักและนำเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกในเขตจังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ต่าง ๆ หรือสอบถามข้อมูลจากเพื่อนที่เคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ปัจจัยด้านการรวมกลุ่ม ซึ่ง เอกกมล อ่อนศรี (2544, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายองค์กรชุมชน พบว่า กลุ่มหรือองค์กรชุมชนที่มีความร่วมมือแบบเครือข่ายประมาณ 1 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยมีแบบแผนของความร่วมมือแบบเครือข่ายเริ่มจากกลุ่มหรือองค์กรชุมชนมีการติดต่อแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันและจะพัฒนาไปเป็นความร่วมมือแบบเครือข่าย เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ณพงษ์ สงวนนภาพร (2548)

ที่ศึกษาตัวอย่าง เครือข่ายวิสาหกิจ Hotel De Charm ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สมาชิกภายในกลุ่มเครือข่ายมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อถ่ายทอดเทคนิคและความรู้ในต่าง ๆ ร่วมกัน

ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ แต่องค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่มีส่วนช่วยผลักดันให้การรวมกลุ่มประสบความสำเร็จได้นั้นคือ ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ดังเช่นงานวิจัยของ ปริชนันท์ กังวานปิยศักดิ์ (2550) พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความสามารถในการแข่งขันผู้ประกอบการกลุ่มอื่น แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการศึกษาของผู้ประกอบการมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการแตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Rissal (1992, p. 1516) พบว่า ปัจจัยด้านพื้นฐานทางการศึกษาของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ยังพบว่า กิจกรรมที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการเป็นเวลานาน จะมีความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจที่ทำอยู่เป็นอย่างดี ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่ากิจกรรมที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อย (ปริชนันท์ กังวานปิยศักดิ์, 2550) พบว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2546, หน้า 140) พบว่า กิจกรรมที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการเป็นเวลานานยังมี ความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นเรื่อย ๆ และอาทิตย์ วุฒิศะโร (2543) ได้ศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป สามารถนำเอาความรู้และประสบการณ์ในอดีตมาประยุกต์ใช้กับการทำงานในปัจจุบันได้ดี

ส่วนขนาดกิจการและยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งผล การศึกษาวิจัยของ ยูพิน หมีใจเจริญ (2550) เกี่ยวกับศักยภาพของธุรกิจขนาดแผนไทยจังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กของธุรกิจขนาดแผนไทยยังขาดพร้อมทางด้านแหล่งเงินทุน ทำให้ไม่สามารถขยายและพัฒนาธุรกิจได้ ซึ่งปัจจัยทางเหล่านี้มีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จในการประกอบ ธุรกิจของผู้ประกอบการ

กล่าวโดยสรุปคือ การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ส่วนใหญ่เริ่มพัฒนาจากชมรม สมาคม ต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้ว โดยมีภาคอุตสาหกรรมเป็นผู้นำด้วยความร่วมมือจากสถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา และสถาบันวิจัยและพัฒนา ส่วนบทบาทของภาครัฐจะเป็นเพียงการกระตุ้นและ ให้การสนับสนุน เพื่อให้เครือข่ายวิสาหกิจมีความแข็งแกร่งและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก อย่างยั่งยืน เนื่องจากเครือข่ายวิสาหกิจเกิดจากความร่วมมือเพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิก ในเครือข่าวนั้น ๆ ดังนั้นจึงไม่มีรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจสำเร็จรูป ถ้าจะมีความคล้ายคลึงกันก็คง เป็นเพียงแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ แม้แต่วิธีการและรายละเอียดของการพัฒนาแต่ละ

เครือข่ายก็แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับพื้นฐานของแต่ละเครือข่ายที่พัฒนาขึ้นมา ดังนั้นหัวใจสำคัญของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ คือ การสร้างความร่วมมือบนพื้นฐานของการแข่งขัน การร่วมกัน กำหนดทิศทางและเป้าหมายร่วม การกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกัน รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารความรู้ ตลอดจนทรัพยากรต่าง ๆ ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพหรือผลิตภาพโดยการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้จะนำไปสู่ หนทางในการแก้ไขปัญหาการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่ต้องอาศัยตัวแปรสำคัญในการหาคำตอบ อันประกอบด้วยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจและการวิเคราะห์ความสามารถในการ แข่งขันของธุรกิจ เพื่อประเมินศักยภาพการรวมกลุ่มเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในเมืองพัทยา สำหรับกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจดังกล่าว แนวคิดข้างต้น เพื่อผลักดันไปสู่การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ อย่างยั่งยืน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งรายละเอียดในการดำเนินการวิจัยเรียงตามลำดับดังนี้

1. ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษา
2. รูปแบบการวิจัย
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. การสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
7. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษา

ประเภทเครือข่ายวิสาหกิจ	ลักษณะการเกิด	การวิเคราะห์		แนวทางการพัฒนาเครือข่าย
		ระดับเครือข่ายวิสาหกิจ	ระดับกิจการ	
เครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยว ประเภทร้านอาหาร				<ol style="list-style-type: none"> รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจ กระบวนการพัฒนาเครือข่าย ผลลัพธ์ในการพัฒนาเครือข่าย
		โอกาสและอุปสรรค	จุดอ่อนและจุดแข็ง	

ภาพที่ 3-1 ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษา

รูปแบบการวิจัย

การศึกษานี้ใช้การวิจัยแบบผสมผสานระหว่างเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ (Mixed – method Design) สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อสืบค้นข้อมูลในแนวกว้างจากกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการสืบค้นข้อมูลในแนวลึกเพื่อตอบคำถามและอธิบายร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อสามารถตอบวัตถุประสงค์ได้อย่างครบถ้วนและสมบูรณ์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรในการวิจัยนี้ คือ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของ หุ่นส่วน เครือญาติ หรือผู้จัดการของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา โดยมีคุณสมบัติประกอบด้วย จำนวนพนักงานไม่เกิน 200 คน มีมูลค่าสินทรัพย์ไม่เกิน 200 ล้านบาท และเข้าร่วมโครงการ “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” ของกระทรวงสาธารณสุข ในปี 2551 จำนวน 110 คน

2. กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของ หุ่นส่วน เครือญาติ หรือผู้จัดการของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จำนวน 86 คน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เจาะลึก เป็นกลุ่มเดียวกับกลุ่มที่ 1 แต่เป็นกลุ่มที่ผู้วิจัยคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงเพื่อดำเนินการสัมภาษณ์เจาะลึก โดยผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการร้านอาหารที่ให้ความร่วมมือในการตอบข้อคำถามต่าง ๆ

2.1 ขนาดตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการสุ่มอย่างง่ายจากกลุ่มประชากร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) เพื่อแบ่งกลุ่มร้านอาหารออกเป็น 2 ประเภท คือ ร้านอาหารไทยและร้านอาหารต่างประเทศ

การคำนวณขนาดของตัวอย่างในการศึกษานี้ด้วยวิธีของ Krejcie and Morgan (1970) ที่ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 86 คน หลังจากนั้นจึงนำกลุ่มตัวอย่างมาแบ่งตามประเภทร้านอาหารด้วยวิธีโควต้า (Quota Sampling)

ตารางที่ 3-1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามประเภทร้านอาหาร

ประเภท	N	n
ร้านอาหารที่มีเมนูหลักเป็นอาหารไทย	47	$\frac{47 \times 86}{110} = 37$
ร้านอาหารที่มีเมนูหลักเป็นอาหารต่างประเทศ	63	$\frac{63 \times 86}{110} = 49$
รวม	110	86

3. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

3.1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม เพื่อแบ่งกลุ่มร้านอาหารออกเป็น 2 ประเภท คือ ร้านอาหารไทยและร้านอาหารต่างประเทศ

ขั้นที่ 2 การสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

3.2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เจาะลึก โดยเลือกกลุ่มที่มีการรวมเป็นเครือข่ายจะเลือกตัวอย่างโดยเป็นผู้นำกลุ่ม เช่น ประธานสมาคม/ ชมรม รอง-ประธานสมาคม/ ชมรม อุปนายก เป็นต้น เพื่อทำการสัมภาษณ์และหลังจากนั้นจึงให้ช่วยแนะนำตัวอย่างที่อยู่ในรายชื่อต่อไป เรียกว่า การสุ่มตัวอย่างแบบก้อนหิมะ จนกว่าคำตอบที่ได้จะอิ่มตัว นั่นคือผู้ประกอบการร้านอาหารให้คำตอบเหมือนกัน ส่วนกลุ่มที่ไม่การรวมเป็นเครือข่ายจะใช้วิธีการสุ่มโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบตามสะดวกเพื่อความสะดวกของผู้วิจัยและกลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้ที่ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการให้ข้อมูล โดยจะคัดเลือกจากผู้ประกอบการที่มีความตั้งใจตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ และเต็มใจให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เท่านั้น ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ จำนวน 7 คน ได้แก่

1. คุณสินชัย อุปนายกสมาคม PBTA
2. คุณเรวัตน์ ทองสงค์ นายกสมาคม F & B
3. คุณกฤษณ์ จิระมงคล รองนายกสมาคม F & B
4. ผู้จัดการร้านอาหาร Pan Pan ฝ้ายบัญชีและการเงิน
5. ผู้จัดการร้านอาหาร Sunset
6. ไม่ประสงค์ออกนาม
7. ไม่ประสงค์ออกนาม

เนื่องจากผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแล้วพบว่า ผู้ประกอบการทั้งหมดตอบคำถามไปในทิศทางเดียวกันถือว่าข้อมูลที่ได้นั้นอิ่มตัว

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลให้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่มีผู้เก็บหรือรวบรวมไว้ก่อนแล้ว ทำให้ไม่ต้องเสียเวลากับการเก็บข้อมูลใหม่และสามารถศึกษาย้อนหลังได้ เพื่อทราบถึงการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา โดยแหล่งข้อมูลดังกล่าว ได้แก่

1.1 หนังสือเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ร้านอาหาร การจัดการเชิงกลยุทธ์ การบริหารธุรกิจ และสถิติ รวมถึงวิทยานิพนธ์และงานวิจัยต่าง ๆ

1.2 วารสารหรือบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เศรษฐกิจและสังคม การตลาด และงานวิจัยจากสถาบันต่าง ๆ

1.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายวิสาหกิจ เช่น www.thailis.or.th www.kiasia.org และ www.sciencedirect.com เป็นต้น

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ ซึ่งข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ

2.1 แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมขึ้นเป็นครั้งแรกจากผู้ประกอบการร้านอาหารโดยตรง และข้อมูลที่ได้ตรงกับตามความต้องการและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปศึกษากับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่มีรายชื่อเข้าร่วมโครงการ “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” ในปี 2551 ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม ณ สถานประกอบการ โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์และรายละเอียดเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลและแนะนำในการตอบแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยวิธีการพูดคุย เพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเน้นให้เห็นประโยชน์ที่จะได้รับในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้ผู้ประกอบการตอบ หลังจากนั้นจึงโทรศัพท์ติดต่อสอบถามผู้ประกอบการหรือผู้ที่รับผิดชอบ เพื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืน ทั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 1 เดือน 15 วัน เริ่มตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคมถึง 10 ตุลาคม พ.ศ. 2551 เนื่องจากเป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว ทำให้ผู้ประกอบการมีเวลาให้ข้อมูลและตอบแบบสอบถาม โดยจะเก็บข้อมูลในวันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์) และวันเสาร์ – อาทิตย์ ในช่วงเวลา 9.00 – 11.00 น. และ 14.00-17.00 น.

2.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลในหลาย ๆ ด้านในการหาคำตอบร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้สอบถามข้อมูลทั้งหมด

ด้วยตนเองและอัดเสียงสัมภาษณ์ (ในกรณีที่ผู้ประกอบการยินยอมให้อัดเสียง) พร้อมทั้งจัดข้อมูลในแบบฟอร์มการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สนใจศึกษาแบ่งเป็น 2 ประเภทตามวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามที่มีโครงสร้าง (Structure Questionnaire) ซึ่งปรับปรุงจากแบบสอบถามของวุฒิชชาติ สุนทรสมัย (2547) ที่ศึกษาเรื่อง ศักยภาพการตลาดและความเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจ OTOP และ SMEs ภาคตะวันออก และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) ที่ศึกษาเรื่อง โครงการจัดทำแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่ผู้วิจัยทำการศึกษา และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งปรับปรุงจากแบบสัมภาษณ์ของสำนักงานพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) โดยเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

1. แบบสอบถามแบบที่มีโครงสร้าง เป็นคำถามปลายปิดมีคำตอบให้เลือก ส่วนคำถามปลายเปิดจะให้ผู้ตอบคำถามระบุคำตอบและแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ แบ่งคำถามเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ แบ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด 12 ข้อ โดยมีคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทกิจการ ระยะเวลาดำเนินการ กิจการ ขนาดกิจการ ประเภทร้านอาหาร จำนวนการจ้างงาน ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทลูกค้า และการรวมกลุ่ม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการร้านอาหาร 5 ด้าน คือ

1. ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ
 2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ
 3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ
 4. เจือ้นใจด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ
 5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ
- เป็นคำถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scales) 5 ระดับ

จำนวน 54 ข้อ โดยกำหนดน้ำหนักคะแนนตามแนวคิดของลิเคิร์ต ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย

- 3 คะแนน หมายถึง ไม่แน่ใจ
 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายของคะแนนจากแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว, 2535, หน้า 23-24)

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.51 – 5.00	มากที่สุด
3.51 – 4.50	มาก
2.51 – 3.50	ปานกลาง
1.51 – 2.50	น้อย
1.00 – 1.50	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร ตามปัจจัยหลัก 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ และปัจจัยเสริม 2 ด้าน คือ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้และหน่วยงานภาครัฐ มีข้อคำถามทั้งหมด 55 เป็นคำถามปลายเปิดวัดความคิดเห็นเชิงบวกหรือลบด้วยมาตรวัดซีแมนติก ดิฟเฟอเรนเชียล (Osgood's Semantic Differential) โดยมีคำตอบให้เลือก 3 ระดับ (Osgood & Tannenbaum, 1957) ในข้อคำถามด้านปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้และหน่วยงานภาครัฐ มีคำตอบให้เลือกกว่าเป็น ถือว่าเป็น โอกาส/จุดแข็งต่อธุรกิจ ถือว่าเป็นอุปสรรค/จุดอ่อนต่อธุรกิจ หรือไม่แน่ใจว่าเป็น โอกาส/จุดแข็งหรืออุปสรรค/จุดอ่อนต่อธุรกิจเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ส่วนปัจจัยด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจให้เลือกตอบว่าเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน หรือไม่แน่ใจ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเป็นได้ทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการ

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายของคะแนนจากแบบสอบถาม ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
2.34 – 3.00	ถือว่าเป็น โอกาส/จุดแข็งต่อธุรกิจ
1.67 – 2.33	ถือว่าเป็นอุปสรรค/จุดอ่อนต่อธุรกิจ
1.00 – 1.66	ไม่แน่ใจว่าเป็น โอกาส/จุดแข็งหรืออุปสรรค/จุดอ่อนต่อธุรกิจ

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ จำนวน 1 ข้อ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จำนวน 1 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาในการประกอบธุรกิจและความคิดเห็นในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์หาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวประเภทร้านอาหาร ผลการศึกษานี้ จะใช้ในการอภิปรายผลต่อไป (ภาคผนวก ข)

2. แบบสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง คำถามของแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการศึกษานี้แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยการผลิต เงิน ไข่ ด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ และปัจจัยเสริม 2 ด้าน ได้แก่ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้และหน่วยงานภาครัฐ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย โดยในแบบสัมภาษณ์จะมีการอ้างอิงรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อสถานประกอบการ ชื่อเจ้าของกิจการ ที่อยู่สถานประกอบการ หมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อสะดวก วัน เวลา และสถานที่สัมภาษณ์ และธุรกิจร้านอาหารแห่งอื่นของผู้ประกอบการเฉพาะในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี รวมทั้งมีการอ้างอิงถึงแบบสอบถามฉบับเดิมที่เคยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการในครั้งที่ผ่านมา เพื่อนำมาวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ร่วมกัน (ดังภาคผนวก ข)

การสร้างเครื่องมือและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือของแบบสอบถามมีขั้นตอน ดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสาร หนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.2 กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย สมมติฐาน กรอบแนวความคิดที่จะศึกษาพร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.3 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเรื่องแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท

ร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามวัตถุประสงค์ สมมติฐาน และกรอบแนวความคิดของการศึกษา นำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษางานวิทยานิพนธ์ระดับสูง เพื่อตรวจแก้ไข และนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและวิจัย จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบว่าคำถามแต่ละข้อ โดยมีการแทนค่าคำถาม ดังนี้

สำคัญ	หมายถึง	คะแนนเท่ากับ 1
ไม่แน่ใจ	หมายถึง	คะแนนเท่ากับ 0
ไม่สำคัญ	หมายถึง	คะแนนเท่ากับ -1

1.4 นำแบบสอบถามที่มีค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหาตั้งแต่ 0.80 มาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ข้อที่ได้ค่าอัตราส่วนดัชนีต่ำกว่า 0.80 ต้องตัดข้อคำถามนั้นทิ้งไป

1.5 แบบสอบถามที่ได้เตรียมไว้ให้กลุ่มตัวอย่างวิจัยถูกนำมาทดสอบก่อน (Try Out) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม และความชัดเจนของคำถามทุกข้อ โดยทำการทดสอบกับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 20 ชุด เมื่อได้ผลมาแล้วจึงนำมาตรวจสอบด้านภาษา ตลอดจนกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล หากพบปัญหาจึงดำเนินการแก้ไขปรับปรุง เพื่อสามารถนำไปใช้ในงานสนามจริง

การทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)

การวัดค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสอบถามนี้ ทำได้ด้วยการให้ท่านผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาและตัดสินใจ ซึ่งในการศึกษาวิจัยนี้ได้รับความกรุณาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวช่วยตรวจทานและพิจารณาให้ จึงนับได้ว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาที่ยอมรับได้ โดยกำหนดเกณฑ์การเห็นพ้องต้องกันของผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อยร้อยละ 80 ในแต่ละหัวข้อคำถาม จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาปรับปรุง โดยสูตรที่ใช้ในการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา คือ ค่าอัตราส่วนดัชนี (Index of Consistency: IOC)

$$\text{สูตร IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ	IOC แทน	ค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงเนื้อหา
	R แทน	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นด้านบวกหรือเห็นว่าสำคัญของผู้เชี่ยวชาญ
	N แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ถ้าค่า $IOC \geq 0.80$ ถือว่าคำถามนั้นสามารถใช้ได้

$IOC \leq 0.80$ ถือว่าไม่สามารถใช้คำถามนั้นได้

เมื่อได้ค่าดัชนีความสอดคล้องในแต่ละข้อย่อยแล้ว ค่า IOC ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.80 ขึ้นไป จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ดังนั้นข้อคำถามที่ได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.80 จึงต้องตัดทิ้ง

การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ในจังหวัดที่มีภูมิประเทศและสภาพแวดล้อมใกล้เคียงกับเมืองพัทยา จำนวน 20 คน และสัมภาษณ์เจาะลึกในกลุ่มเดียวกัน จำนวน 5 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ค่าอัลฟาที่ได้แสดงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม จากการคำนวณพบว่า ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจมีค่าอัลฟาเท่ากับ 0.804 ส่วนความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจมีค่าอัลฟาเท่ากับ 0.730 ซึ่งค่าอัลฟาทุกค่าที่ได้สูงกว่าเกณฑ์ ค่าอัลฟาที่กำหนดโดย Nunnally (1978 อ้างถึงใน วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2550, หน้า 82) ว่าค่าอัลฟาที่ยอมรับได้ควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 ซึ่งจากการศึกษานี้ได้ค่าอัลฟาสูงกว่า 0.70 ทุกค่า จึงเป็นค่าอัลฟาที่ยอมรับได้ เมื่อได้ผลแล้วจึงนำมาตรวจสอบด้านภาษา ตลอดจนกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล หากพบปัญหาจะดำเนินการแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้สามารถนำไปใช้ในงานสนามจริงต่อไป

2. แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึกสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์โครงการแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและภาคการบริการ ของสำนักงานพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) มาปรับปรุง เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนเพิ่มเติมในด้านแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ โดยได้ทำการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ด้วยนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้มาปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ คือ รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของเนื้อหา หลังจากนั้นจึงนำไปทดสอบใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 1 คน คือ คุณวีรดา เรืองรุ่ง ผู้ประกอบการร้านอาหารแม่ศรีเรือน และธุรกิจโรงแรม จำนวน 1 คน คือ คุณโสภัญ เทพจักร ประธานเครือข่ายธนาคารกรุงเทพ ก่อนนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น มีขั้นตอนการเตรียมข้อมูลก่อนการประมวลผล คือ เมื่อตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับแล้ว มีการลงรหัสตามคู่มือลงรหัสที่จัดทำไว้ จากนั้นจึงนำไปบันทึกและใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผลต่อไป ในที่นี้จะแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ และการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่

1.1.1 ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อมูลปัจจัยการประกอบธุรกิจและความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่าย

1.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวของผู้ประกอบการและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร

1.2 สถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ($\alpha = 0.05$) ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ใช้สถิติ t Test เพื่อทดสอบ

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference Test)

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.4 ประเภทกิจการที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.5 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.6 ขนาดกิจการที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ใช้สถิติ t Test เพื่อทดสอบ

สมมติฐานที่ 1.7 ประเภทร้านอาหารที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ใช้สถิติ t Test เพื่อทดสอบ

สมมติฐานที่ 1.8 จำนวนการจ้างงานที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.9 ทุนจดทะเบียนที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.10 ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.11 ประเภทลูกค้าที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.12 การรวมกลุ่มที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ใช้สถิติ t Test เพื่อทดสอบ และสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ในส่วนข้อย่อยที่ 2 (โดยรวมกลุ่มเครือข่าย)

สมมติฐานที่ 2 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจต่างกันมีความรู้ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 เพศต่างกันส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร ใช้สถิติ t Test เพื่อทดสอบ

สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่ต่างกันส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านอาหารใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.4 ประเภทกิจการที่ต่างกันส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านอาหารใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.5 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านอาหารใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.6 ขนาดกิจการที่ต่างกันส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านอาหาร ใช้สถิติ t Test เพื่อทดสอบ

สมมติฐานที่ 2.7 ประเภทร้านอาหารที่ต่างกันส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านอาหาร ใช้สถิติ t Test เพื่อทดสอบ

สมมติฐานที่ 2.8 จำนวนการจ้างงานที่ต่างกันส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านอาหาร ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.9 ทุนจดทะเบียนที่ต่างกันส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านอาหาร ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.10 ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านอาหาร ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.11 ประเภทลูกค้าที่ต่างกันส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านอาหาร ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.12 การรวมกลุ่มที่ต่างกันส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านอาหารใช้สถิติ t Test เพื่อทดสอบ และสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ในส่วนข้อย่อยที่ 2 (เคขรวมกลุ่มเครือข่าย)

สมมติฐานที่ 3 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ใช้สถิติ t Test เพื่อทดสอบ

สมมติฐานที่ 4 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร แตกต่างกัน ใช้สถิติ t Test เพื่อทดสอบ

สมมติฐานที่ 5 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจมีอิทธิพลสามารถร่วมทำนากับประเภทกิจการ ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน และความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ รูปแบบการทำนายความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจกับปัจจัยของผู้ประกอบการ และความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวด้วยสมการ โลจิสติกได้ดังนี้

ความน่าจะเป็นในกลุ่มที่ยอมรับ

$$P = \frac{1}{1+e^{-w}}$$

$W = b_0 + b_1$ ประเภทกิจการ + b_2 ทุนจดทะเบียน + b_3 ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน + b_4 ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ

โดยที่

b_0 คือ ค่าสัมประสิทธิ์โลจิสติกของค่าคงที่ C (Central Logistic Coefficient)

b_1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์โลจิสติกและตัวแปรอิสระแต่ละตัว (Logistic Coefficient)

ทั้งนี้ตัวแปรที่มีการวัดแบบกลุ่ม (Categorical Variable) กำหนดเป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ที่มีค่าเป็น 1 เมื่อมีลักษณะที่สนใจและมีค่าเป็น 0 เมื่อไม่มีลักษณะที่สนใจ (วุฒิชัย สุนทรสมัย, 2548)

2. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้ง 2 ส่วน ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลที่ได้จากสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็นในส่วนข้อเสนอแนะแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยว โดยศึกษาเนื้อหาสาระและประเด็นสำคัญของข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อที่กำหนดไว้เบื้องต้น เพื่อสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่ได้และนำเสนอด้วยวิธีการเขียนพรรณนา ซึ่งมีประเด็นการศึกษา คือ แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการพัฒนาร้านอาหารด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แสดงผลการวิจัยตามลำดับต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

เพื่อความสะดวกในการนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการนำเสนอ ดังนี้

n แทน ขนาดตัวอย่าง

\bar{X} แทน คะแนนเฉลี่ย

SD แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

F แทน ค่าสถิติ F

t แทน ค่าสถิติ t

df แทน ชั้นของความเป็นอิสระ

MS แทน ค่าความแปรปรวน

SS แทน ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนแต่ละตัวยกกำลังสอง

p แทน ค่าความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อน

* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจ

ตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปและข้อมูลการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ
(n = 86)

ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลการประกอบธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	39	45.3
หญิง	47	54.7
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	15	17.4
31-40 ปี	36	41.9
41-50 ปี	19	22.1
สูงกว่า 51 ปีขึ้นไป (ไม่เกิน 200 คน)	16	18.6
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	32	37.2
อนุปริญญา	23	26.7
ปริญญาตรี	28	32.6
สูงกว่าปริญญาตรี	3	3.5
ประเภทกิจการ		
เจ้าของคนเดียว	55	64.0
ห้างหุ้นส่วน	10	11.6
บริษัทจำกัด	21	24.4
ระยะเวลาในการดำเนินงาน		
น้อยกว่า 1 ปี	5	5.8
1-3 ปี	18	20.9
4-6 ปี	21	24.4
7-9 ปี	11	12.8
มากกว่า 9 ปี	31	36.0
ขนาดกิจการ (จำนวนที่นั่ง)		
ต่ำกว่า 150 ที่นั่ง	62	72.1
151-400 ที่นั่ง	24	27.9

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลการประกอบธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนการจ้างงาน		
น้อยกว่า 10 คน	41	47.7
11-30 คน	35	40.7
31-50 คน	8	9.3
มากกว่า 51 คนขึ้นไป	2	2.3
ทุนจดทะเบียน		
ต่ำกว่า 1,000,000 ล้านบาท	27	53.7
1,000,001-5,000,000 ล้านบาท	36	40.3
5,000,001-10,000,000 ล้านบาท	4	6.0
ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 50,000 บาท	19	24.4
50,001-100,000 บาท	40	51.3
100,001-150,000 บาท	10	11.6
มากกว่า 150,000 บาท	9	10.5
ประเภทร้านอาหาร		
ร้านอาหารที่มีเมนูหลักเป็นอาหารไทย	38	44.2
ร้านอาหารที่มีเมนูหลักเป็นอาหารต่างประเทศ	48	55.8
รวม	86	100.0

ตารางที่ 4-1 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 47 คน ร้อยละ 54.7 และเพศชายจำนวน 39 คน ร้อยละ 45.3

อายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 36 คน ร้อยละ 41.9 รองลงมาคือ กลุ่มอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 19 คน ร้อยละ 22.1 กลุ่มที่มีอายุสูงกว่า สูงกว่า 51 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน ร้อยละ 18.6 และกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 15 คน ร้อยละ 17.4

การศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่ามากที่สุด จำนวน 32 คน ร้อยละ 37.2 รองลงมาคือปริญญาตรี จำนวน 28 คน ร้อยละ 32.6 อนุปริญญา จำนวน 23 คน ร้อยละ 26.7 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 คน ร้อยละ 3.5

ประเภทกิจการเจ้าของคนเดียวมากที่สุด จำนวน 55 แห่ง ร้อยละ 64.0 รองลงมาคือบริษัทจำกัด จำนวน 21 แห่ง ร้อยละ 24.4 และห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 10 แห่ง ร้อยละ 11.6

ระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 9 ปี มากที่สุด จำนวน 31 แห่ง ร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ 4-6 ปี จำนวน 21 แห่ง ร้อยละ 24.4 1-3 ปี จำนวน 18 แห่ง ร้อยละ 20.9 7-9 ปี จำนวน 11 แห่ง ร้อยละ 12.8 และน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 5 แห่ง ร้อยละ 5.8

ขนาดกิจการต่ำกว่า 150 ที่นั่ง จำนวน 62 แห่ง ร้อยละ 72.1 และ 150-400 ที่นั่ง จำนวน 24 แห่ง ร้อยละ 27.9

จำนวนการจ้างงานน้อยกว่า 10 คน มากที่สุด จำนวน 41 แห่ง ร้อยละ 47.7 รองลงมาคือ 11-30 คน จำนวน 35 แห่ง ร้อยละ 40.7 31-50 คน จำนวน 8 แห่ง ร้อยละ 9.3 และมากกว่า 51 คนขึ้นไป จำนวน 2 คน ร้อยละ 2.3

ทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,001-5,000,000 บาท มากที่สุด จำนวน 36 แห่ง ร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 27 แห่ง ร้อยละ 40.3 และ ระหว่าง 10,000,001-20,000,000 จำนวน 4 แห่ง ร้อยละ 6.0

ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 500,001-100,000 บาท มากที่สุด จำนวน 40 แห่ง ร้อยละ 51.3 รองลงมาคือ น้อยกว่า 50,000 บาท จำนวน 19 แห่ง ร้อยละ 24.4 ระหว่าง 100,001-150,000 บาท จำนวน 10 แห่ง ร้อยละ 12.8 และ มากกว่า 150,000 บาท จำนวน 9 แห่ง ร้อยละ 10.5

และร้านอาหารที่มีเมนูหลักเป็นอาหารต่างประเทศ จำนวน 48 คน ร้อยละ 44.2 นอกนั้นเป็นร้านอาหารที่มีเมนูหลักเป็นอาหารไทย จำนวน 38 คน ร้อยละ 44.2

ตารางที่ 4-2 จำนวนและร้อยละข้อมูลการประกอบธุรกิจ จำแนกตามประเภทลูกค้า (n = 86)

ประเภทลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
ลูกค้าที่เดินทางมาเอง	79	91.9
กลุ่มลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ	31	36.0
กลุ่มลูกค้าจากกรุ๊ปทัวร์	25	29.1
กลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา	8	9.3

หมายเหตุ: (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 4-2 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีลูกค้าที่เดินทางมาเองมากที่สุด จำนวน 79 แห่ง ร้อยละ 91.9 รองลงมาคือ กลุ่มลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ จำนวน 31 แห่ง ร้อยละ 36.0 กลุ่มลูกค้าจากรีพัทท์ จำนวน 25 แห่ง ร้อยละ 29.1 และกลุ่มลูกค้าประหลุมสัมมนา จำนวน 8 แห่ง ร้อยละ 9.3

ตารางที่ 4-3 จำนวนและร้อยละข้อมูลการประกอบธุรกิจ จำแนกตามการรวมกลุ่ม (n = 86)

การรวมกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยมีการรวมกลุ่ม	60	73.17
เคยรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคม/ ชมรม	22	26.83
ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัทยา	19	22.1
สมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา	8	9.3
อื่น ๆ (สมาคมนักบริหารงานอาหารและเครื่องดื่ม ภาคตะวันออก และสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวภายในประเทศ)	2	2.3
รวม	82	100.0

ตารางที่ 4-3 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่ไม่เคยมีการรวมกลุ่ม จำนวน 60 แห่ง ร้อยละ 73.17 และเคยรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคม/ ชมรม จำนวน 22 แห่ง ร้อยละ 26.83 ซึ่งส่วนใหญ่กิจการที่มีการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกของชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัทยา จำนวน 19 แห่ง ร้อยละ 22.1 สมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำนวน 8 แห่ง ร้อยละ 9.3 และอื่น ๆ (สมาคมนักบริหารงานอาหารและเครื่องดื่ม ภาคตะวันออก และสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวภายในประเทศ) จำนวน 2 แห่ง ร้อยละ 2.3

ตารางที่ 4-4 จำนวนและร้อยละข้อมูลการประกอบธุรกิจ จำแนกตามการรวมกลุ่ม (ปัจจุบัน สมาชิกมีการรวมกลุ่ม) (n = 86)

การรวมกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
มี	13	72.7
ไม่มี	5	27.8
รวม	18	100.0

ตารางที่ 4-4 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท ร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่ยังคงเป็นสมาชิกของกลุ่ม จำนวน 13 แห่ง ร้อยละ 72.7 และไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม จำนวน 5 แห่ง ร้อยละ 27.8

ตารางที่ 4-5 จำนวนและร้อยละข้อมูลการประกอบธุรกิจ จำแนกตามความสนใจในการรวมกลุ่ม เครือข่าย (n = 86)

ความสนใจในการรวมกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ	51	59.30
ไม่สนใจ	16	18.60
ไม่ตอบ	19	22.10
รวม	86	100.0

ตารางที่ 4-5 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท ร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีตามความสนใจในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่าย จำนวน 51 แห่ง ร้อยละ 76.1 ไม่ต้องการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ จำนวน 16 แห่ง ร้อยละ 23.9 และไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 19 คน ร้อยละ 22.10

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-6 ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว (คะแนนเต็ม 5)

ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับที่
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย วิสาหกิจ (n = 86)	3.52	0.35	ปานกลาง	5
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่าย วิสาหกิจ (n = 86)	3.71	0.42	มาก	3
การยอมรับและความร่วมมือภายนอก เครือข่ายวิสาหกิจ (n = 86)	3.98	0.32	มาก	1
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ (n = 86)	3.86	0.45	มาก	2
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการ ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ (n = 86)	3.70	0.46	มาก	4
รวม	3.75	0.30	มาก	

ตารางที่ 4-6 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท
ร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวมอยู่
ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 (SD = 0.30) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยระดับ
มากในด้านกรยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (SD =
0.32) รองลงมาคือ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการ
ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 3.71 3.70 และ 3.52 (SD = 0.45 0.42 0.46 และ 0.35) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร

ตารางที่ 4-7 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามปัจจัยการผลิต (คะแนนเต็ม 3)

ความสามารถในการแข่งขัน	\bar{X}	SD	ความหมาย
ปัจจัยการผลิต (n = 86)			
1. การที่พืชมายู่ใกล้กรุงเทพและสนามบินสุวรรณภูมิ	2.95	0.21	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
2. สภาพลักษณะการท่องเที่ยว/ ชื่อเสียงของเมืองพืชมาย	2.71	0.66	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
3. ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา การกำจัดขยะบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น	2.23	0.76	ไม่แน่ใจว่าเป็นโอกาสหรืออุปสรรคต่อธุรกิจ
4. ความพร้อมของตำรวจในการลดปัญหาอาชญากรรมและอุบัติเหตุ	1.87	0.84	ไม่แน่ใจว่าเป็นโอกาสหรืออุปสรรคต่อธุรกิจ
5. การจราจรของเมืองพืชมาย	1.73	0.80	ไม่แน่ใจว่าเป็นโอกาสหรืออุปสรรคต่อธุรกิจ
6. ทัศนียภาพ/ ชายหาด/ สภาพแวดล้อมของเมืองพืชมาย	2.38	0.74	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
7. คุณภาพและทักษะของแรงงาน/บุคลากรในกิจการ	2.35	0.80	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
8. ทักษะและความสามารถของผู้ประกอบการ	2.65	0.65	ถือเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
9. ความยาก/ง่ายในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน	2.07	0.76	ไม่แน่ใจว่าเป็นโอกาสหรืออุปสรรคต่อธุรกิจ
10. ความพอเพียงของแหล่งเงินทุน	2.19	0.76	ไม่แน่ใจว่าเป็นโอกาสหรืออุปสรรคต่อธุรกิจ
11. เทคโนโลยีในการผลิต/ บริการที่ทันสมัย	2.57	0.68	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
12. คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต/ บริการ	2.56	0.66	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
13. ความพอเพียงของวัตถุดิบการผลิต/บริการภายในท้องถิ่น	2.45	0.66	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
14. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	2.87	0.37	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
รวม	2.40	0.34	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ

ตารางที่ 4-7 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท
ร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิต
ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ ($\bar{X} = 2.40$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า การที่พืชมายู่ใกล้กรุงเทพฯและ
สนามบินสุวรรณภูมิ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์/ชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว
ทักษะและความสามารถของผู้ประกอบการ เทคโนโลยีในการผลิต/ บริการที่ทันสมัย คุณภาพของ
วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต/ บริการ ความพอเพียงของวัตถุดิบการผลิต/บริการภายในท้องถิ่น
ทัศนียภาพ/ ชายหาด/ สภาพแวดล้อมของเมืองพัทยา และคุณภาพและทักษะของแรงงาน/ บุคลากร
ในกิจการ ($\bar{X} = 2.95$ 2.87 2.71 2.65 2.57 2.56 2.45 2.38 และ 2.35) ตามลำดับ

ส่วนระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ความพอเพียงของแหล่งเงินทุน ความยาก/ง่ายใน
การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ความพร้อมของตำรวจในการลดปัญหาอาชญากรรมและอุบัติเหตุ และ
การจราจรของเมืองพัทยา ($\bar{X} = 2.23$ 2.19 2.07 1.87 และ 1.73) ตามลำดับ ผู้ประกอบไม่แน่ใจ
ว่าเป็นโอกาสหรืออุปสรรคต่อธุรกิจ

ตารางที่ 4-8 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามเงื่อนไขด้านอุปสงค์
(คะแนนเต็ม 3)

ความสามารถในการแข่งขัน	\bar{X}	SD	ความหมาย
เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (n = 86)			
1. การเติบโตของนักท่องเที่ยวตลาดบน	2.65	0.57	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
2. อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวไทย	2.52	0.70	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
3. อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	2.73	0.60	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
4. การที่นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะสถานบันเทิงและบริการทางเพศ (Sex Tourism)	2.42	0.64	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
5. ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	2.53	0.72	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
6. ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย	2.35	0.65	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
7. ความต้องการบริการใหม่ ๆ ของนักท่องเที่ยว	2.65	0.70	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ

ตารางที่ 4-8 (ต่อ)

ความสามารถในการแข่งขัน	\bar{X}	SD	ความหมาย
8. ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงสุขภาพ เป็นต้น	2.33	0.69	ไม่แน่ใจว่าเป็นโอกาสหรืออุปสรรคต่อธุรกิจ
รวม	2.51	0.36	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ

ตารางที่ 4-8 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ ($\bar{X} = 2.51$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ การเติบโตของนักท่องเที่ยวตลาดบน ความต้องการบริการใหม่ๆ ของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวไทย การที่นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะสถานบันเทิงและบริการทางเพศ และความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ($\bar{X} = 2.73$ 2.65 2.65 2.53 2.52 2.42 และ 2.35) ตามลำดับ

ส่วนความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ($\bar{X} = 2.33$) ผู้ประกอบไม่แน่ใจว่าเป็นโอกาสหรืออุปสรรคต่อธุรกิจ

ตารางที่ 4-9 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (คะแนนเต็ม 3)

ความสามารถในการแข่งขัน	\bar{X}	SD	ความหมาย
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (n = 86)			
1. การแนะนำและส่งต่อลูกค้าระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว	2.72	0.50	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
2. สถานศึกษาผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพเหมาะสมกับธุรกิจท่องเที่ยว	2.58	0.66	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ

ตารางที่ 4-9 (ต่อ)

ความสามารถในการแข่งขัน	\bar{X}	SD	ความหมาย
3. วัตถุประสงค์ประเภทอาหารทะเลนำเข้าจากในพื้นที่	2.64	0.59	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
4. การเชื่อมโยงของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน	2.59	0.60	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
5. การมีซัพพลายเออร์อยู่ในพื้นที่	2.73	0.47	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
6. ธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวเนื่องอยู่ในพื้นที่เดียวกัน	2.65	0.57	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
7. การแลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารระหว่างธุรกิจต่าง ๆ ในเครือข่าย	2.64	0.61	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ
รวม	2.65	0.40	ถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ

ตารางที่ 4-9 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ ($\bar{X} = 2.65$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า การมีซัพพลายเออร์อยู่ในพื้นที่ การแนะนำและส่งต่อลูกค้าระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวเนื่องอยู่ในพื้นที่เดียวกัน วัตถุประสงค์ประเภทอาหารทะเลนำเข้าจากในพื้นที่ การแลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารระหว่างธุรกิจต่าง ๆ ในเครือข่าย การเชื่อมโยงของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน และสถานศึกษาผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพเหมาะสมกับธุรกิจท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.73$ 2.72 2.65 2.64 2.64 2.59 และ 2.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-10 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามบริบทของการแข่งขัน และกลยุทธ์ธุรกิจ (คะแนนเต็ม 3)

ความสามารถในการแข่งขัน	\bar{X}	SD	ความหมาย
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ (n = 86)			
1. การกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันด้วยคุณภาพ การให้บริการ	2.55	0.70	ถือว่าเป็นจุดแข็งต่อธุรกิจ
2. การตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานการบริการ	2.59	0.71	ถือว่าเป็นจุดแข็งต่อธุรกิจ
3. การรวมกลุ่มในการจัดซื้อวัตถุดิบ	2.15	0.73	ไม่แน่ใจว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนต่อธุรกิจ
4. การร่วมมือกับภาครัฐ สมาคม หรือผู้ประกอบการในการทำการตลาดร่วมกัน	2.24	0.69	ไม่แน่ใจว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนต่อธุรกิจ
5. การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารงาน	2.17	0.81	ไม่แน่ใจว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนต่อธุรกิจ
6. การโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ	2.35	0.79	ถือว่าเป็นจุดแข็งต่อธุรกิจ
7. การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของกิจการ	2.31	0.77	ไม่แน่ใจว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนต่อธุรกิจ
8. การพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ทันสมัย	2.47	0.73	ถือว่าเป็นจุดแข็งต่อธุรกิจ
รวม	2.35	0.51	ถือว่าเป็นจุดแข็งต่อธุรกิจ

ตารางที่ 4-10 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจถือว่าเป็นจุดแข็งต่อธุรกิจ ($\bar{X} = 2.35$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า การตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานการบริการ การกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันด้วยคุณภาพการให้บริการ การพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ทันสมัย และการโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ ($\bar{X} = 2.55$ 2.47 และ 2.35) ตามลำดับ

ส่วนการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของกิจการ การร่วมมือกับภาครัฐ สมาคม หรือผู้ประกอบการในการทำการตลาดร่วมกัน การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารงาน และ

การรวมกลุ่มในการจัดซื้อวัตถุดิบ ($\bar{X} = 2.31$ 2.24 2.17 และ 2.15) ตามลำดับ ผู้ประกอบไม่
แน่ใจว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนต่อธุรกิจ

ตารางที่ 4-11 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามเหตุการณ์ที่ควบคุม
ไม่ได้ (คะแนนเต็ม 3)

ความสามารถในการแข่งขัน	\bar{X}	SD	ความหมาย
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ (n = 86)			
1. ปัญหาราคาน้ำมันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง	1.08	0.32	ถือว่าเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ
2. สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพงขึ้น	1.03	0.19	ถือว่าเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ
3. ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศ	1.14	0.35	ถือว่าเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ
4. เหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศ	1.06	0.24	ถือว่าเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ
5. จำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น	1.28	0.52	ถือว่าเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ
6. ความสามารถของคู่แข่ง	1.37	0.55	ถือว่าเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ
7. ความผันผวนของฤดูกาล	1.24	0.43	ถือว่าเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ
8. การขึ้นลงของอัตราดอกเบี้ย	1.33	0.47	ถือว่าเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ
รวม	1.19	0.22	ถือว่าเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ

ตารางที่ 4-11 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ใน
เขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ถือว่า
เป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ ($\bar{X} = 1.19$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ความสามารถของคู่แข่ง การขึ้น
ลงของอัตราดอกเบี้ย จำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น ความผันผวนของฤดูกาล ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นใน
ประเทศ ปัญหาราคาน้ำมันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศ และสินค้า
อุปโภคบริโภคราคาแพงขึ้น ($\bar{X} = 1.37$ 1.33 1.28 1.24 1.14 1.08 1.06 และ 1.03) ตามลำดับ
ผู้ประกอบเห็นเป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันในธุรกิจ

ตารางที่ 4-12 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามหน่วยงานภาครัฐ
(คะแนนเต็ม 3)

ความสามารถในการแข่งขัน	\bar{X}	SD	ความหมาย
หน่วยงานภาครัฐ (n = 86)			
1. การเปลี่ยนแปลงนโยบายของเมืองพัทยา จากการเลือกตั้ง	1.92	0.72	ไม่แน่ใจว่าเป็น โอกาสหรือ อุปสรรคต่อธุรกิจ
2. การสนับสนุนการท่องเที่ยวของภาครัฐ	2.50	0.70	ถือว่าเป็น โอกาสต่อธุรกิจ
3. ความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมาย	1.91	0.75	ไม่แน่ใจว่าเป็น โอกาสหรือ อุปสรรคต่อธุรกิจ
4. การแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวของเมือง พัทยา	2.44	0.75	ถือว่าเป็น โอกาสต่อธุรกิจ
5. การจัดสรรพื้นที่/ กำหนดผังเมืองด้าน การจราจร	2.22	0.76	ไม่แน่ใจว่าเป็น โอกาสหรือ อุปสรรคต่อธุรกิจ
6. การจัดสรรพื้นที่/ กำหนดผังเมืองด้าน อาคาร	2.19	0.76	ไม่แน่ใจว่าเป็น โอกาสหรือ อุปสรรคต่อธุรกิจ
7. การเป็นศูนย์กลางการแข่งขันกีฬาทางน้ำ ระดับโลก	2.82	0.41	ถือว่าเป็น โอกาสต่อธุรกิจ
8. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	2.81	0.42	ถือว่าเป็น โอกาสต่อธุรกิจ
9. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	2.74	0.51	ถือว่าเป็น โอกาสต่อธุรกิจ
รวม	2.40	0.39	ถือว่าเป็น โอกาสต่อธุรกิจ

ตารางที่ 4-12 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันด้านหน่วยงานภาครัฐถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ ($\bar{X} = 2.40$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า การเป็นศูนย์กลางการแข่งขันกีฬาทางน้ำระดับโลก นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) การสนับสนุนการท่องเที่ยวของ

ภาครัฐ และการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ($\bar{X} = 2.82$ 2.81 2.74 2.50 และ 2.44) ตามลำดับ

ส่วนการจัดสรรพื้นที่/ กำหนดผังเมืองด้านการจราจร การจัดสรรพื้นที่/ กำหนดผังเมืองด้านอาคาร การเปลี่ยนแปลงนโยบายของเมืองพัทยาจากการเลือกตั้ง และความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมาย ($\bar{X} = 2.22$ 2.19 1.92 และ 1.91) ตามลำดับ ผู้ประกอบไม่แน่ใจว่าเป็นโอกาสหรืออุปสรรคต่อธุรกิจ

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีเพศต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-13 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	n = 39		n = 47		t	p
	เพศชาย		เพศหญิง			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.54	0.33	3.51	0.37	0.424	0.672
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.76	0.48	3.67	0.36	1.014	0.314
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	3.93	0.31	4.01	0.32	-1.254	0.213
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.85	0.43	3.88	0.46	-0.269	0.788
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.63	0.49	3.75	0.44	-1.167	0.247
รวม	3.74	0.31	3.76	0.30	-0.316	0.753

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-13 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีอายุต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-14 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	ต่ำกว่า 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	สูงกว่า 51 ปี ขึ้นไป	<i>F</i>	<i>p</i>
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.71	3.49	3.49	3.46	1.890	0.138
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่าย	3.91	3.71	3.68	3.58	1.729	0.167
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่าย	4.03	4.02	4.03	3.75	3.632*	0.016
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	3.93	3.86	3.91	3.75	0.515	0.673
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.86	3.68	3.73	3.54	1.304	0.279
รวม	3.89	3.75	3.77	3.61	2.229	0.091

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-14 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกันมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกันเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 4-15

ตารางที่ 4-15 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายกับอายุ

การยอมรับและความร่วมมือ ภายนอกเครือข่าย	\bar{X}	ต่ำกว่า 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	สูงกว่า 51 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 30 ปี	4.03		0.00	0.00	0.27*
31-40 ปี	4.02			0.10	0.27*
41-50 ปี	4.03				0.28*
สูงกว่า 51 ปีขึ้นไป	3.75				

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-15 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายของผู้ประกอบการอายุต่ำกว่า 30 ปี กับ อายุสูงกว่า 51 ปีขึ้นไป อายุระหว่าง 31-40 ปี กับอายุสูงกว่า 51 ปีขึ้นไป และอายุระหว่าง 41-50 ปี กับอายุสูงกว่า 51 ปีขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายของผู้ประกอบการที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุระหว่าง 31-40 ปี 41-50 ปี และอายุสูงกว่า 51 ปีขึ้นไป ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-16 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัย	มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	<i>F</i>	<i>p</i>
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.47	3.57	3.49	3.46	0.405	0.749
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่าย	3.58	3.80	3.68	3.58	3.070*	0.032
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่าย	3.90	3.99	4.03	3.80	1.686	0.176
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	3.79	3.81	3.91	3.80	1.236	0.302
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.68	3.76	3.73	3.54	0.186	0.906
รวม	3.68	3.79	3.77	3.61	1.299	0.280

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-16 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกันเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 4-17

ตารางที่ 4-17 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายกับระดับการศึกษา

การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่าย	\bar{X}	มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		3.90	3.99	4.06	3.80
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	3.90		0.09	0.16*	0.10
อนุปริญญา	3.99			0.07*	0.19
ปริญญาตรี	4.06				0.26
สูงกว่าปริญญาตรี	3.80				

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-17 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่ากับปริญญาตรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายของผู้ประกอบการที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประเภทกิจการต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-18 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทกิจการ

ปัจจัย	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด	F	p
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.54	3.51	3.48	0.259	0.772
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่าย	3.72	3.82	3.65	0.587	0.559
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่าย	3.96	3.89	4.05	0.956	0.389
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย	3.90	3.86	3.75	0.847	0.432
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็น	3.67	3.89	3.68	1.058	0.352
รวม	3.76	3.79	3.72	0.223	0.801

ตารางที่ 4-18 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทกิจการที่ต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่าย ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-19 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน

ปัจจัย	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	4-6 ปี	7-9 ปี	มากกว่า 9 ปี	<i>F</i>	<i>p</i>
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.46	3.60	3.48	3.57	3.49	0.390	0.815
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่าย	3.76	3.72	3.75	3.76	3.66	0.230	0.921
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่าย	3.92	3.97	4.03	4.05	3.92	0.545	0.703
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.64	3.86	3.90	3.71	3.92	0.815	0.519
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.56	3.76	3.70	3.67	3.68	0.195	0.941
รวม	3.67	3.78	3.77	3.75	3.74	0.181	0.948

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-19 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่าย ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีขนาดกิจการต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-20 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามขนาดกิจการ

ปัจจัย	n = 62		n = 24		t	p
	ต่ำกว่า 150 ที่นั่ง		151-400 ที่นั่ง			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.48	0.33	3.64	0.39	-1.913	0.059
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.72	0.41	3.69	0.45	0.306	0.760
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	3.92	0.31	4.13	0.29	-2.849*	0.006
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.81	0.45	3.98	0.42	-1.601	0.113
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.62	0.45	3.89	0.46	-2.537*	0.013
รวม	3.71	0.30	3.87	0.30	-2.197*	0.031

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-20 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีขนาดกิจการต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจและด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประเภทร้านอาหารต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-21 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทร้านอาหาร

ปัจจัย	n = 38		n = 48		t	p
	ร้านอาหารที่มีเมนูหลักเป็นอาหารไทย		ร้านอาหารที่มีเมนูหลักเป็นอาหารต่างประเทศ			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.59	0.39	3.47	0.32	1.515*	0.134
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.74	0.46	3.69	0.39	0.543*	0.589
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.07	0.31	3.90	0.30	2.611*	0.011
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.98	0.45	3.77	0.43	2.224*	0.029
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.71	0.54	3.68	0.39	0.234*	0.816
รวม	3.82	0.34	3.70	0.26	1.777	0.079

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-21 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทร้านอาหารต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจและด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.8 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีจำนวนการจ้างงานต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-22 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนการจ้างงาน

ปัจจัย	น้อยกว่า 10 คน	11-30 คน	31-50 คน	มากกว่า 51 คนขึ้นไป	F	p
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.51	3.50	3.68	3.49	0.626	0.600
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่าย	3.75	3.67	3.83	3.30	1.031	0.383
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่าย	3.88	4.03	4.15	4.20	2.782*	0.046
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.79	3.90	4.08	3.90	1.088	0.359
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.64	3.67	4.00	3.92	1.541	0.210
รวม	3.71	3.75	3.95	3.76	1.339	0.267

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-22 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกันเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 4-23

ตารางที่ 4-23 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายกับจำนวนการจ้างงาน

การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่าย	\bar{X}	น้อยกว่า 10 คน	11-30 คน	31-50 คน	มากกว่า 51 คนขึ้นไป
น้อยกว่า 10 คน	3.88		0.14*	0.27*	0.32
11-30 คน	4.03			0.12*	0.17
31-50 คน	4.15				0.05
มากกว่า 51 คนขึ้นไป	4.20				

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-23 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายของผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงาน 11-30 คน กับ น้อยกว่า 10 คน และ 31-50 คน กับน้อยกว่า 10 คน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายของผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงาน 31-50 คน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าจำนวนการจ้างงาน 11-30 คน และน้อยกว่า 10 คน ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.9 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-24 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัย	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1,000,001-5,000,000 บาท	5,000,001-10,000,000 บาท	F	p
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.53	3.54	3.54	0.001	0.999
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่าย	3.69	3.81	3.10	5.255*	0.008
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่าย	3.91	4.07	3.90	1.811	0.172
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.95	3.84	4.15	0.967	0.386
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.64	3.69	4.00	0.832	0.440
รวม	3.75	3.79	3.74	0.152	0.859

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-24 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกันเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 4-25

ตารางที่ 4-25 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายกับทุนจดทะเบียน

การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่าย	ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	1,00,001-5,000,000 บาท	5,000,001-10,000,000 บาท
\bar{X}	3.69	3.81	3.10
ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	3.69	1.22	0.59*
1,00,001-5,000,000 บาท	3.81		0.71*
5,000,001-10,000,000 บาท	3.10		

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-25 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายของผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1,000,000 บาท กับ 5,000,001-10,000,000 บาท และ 1,00,001-5,000,000 บาท กับ 5,000,001-10,000,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายของผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียน 1,00,001-5,000,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่าทุนจดทะเบียนที่ต่ำกว่า 1,000,000 บาท และ 5,000,001-10,000,000 บาท ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.10 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 4-26 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัย	น้อยกว่า 50,000 บาท	50,001-100,000 บาท	100,001-150,000 บาท	มากกว่า 150,000 บาท	F	p
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย						
วิสาหกิจ	3.35	3.55	3.81	3.44	4.313*	0.007
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่าย	3.54	3.82	3.88	3.67	2.869*	0.042
การยอมรับและความร่วมมือภายนอก	3.94	3.97	4.10	3.96	0.590	0.623
เครือข่าย						
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการ	3.67	3.91	4.06	3.82	1.906	0.136
รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ						
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการ	3.56	3.68	3.97	3.73	1.658	0.183
ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ						
รวม	3.61	3.79	3.96	3.72	3.306*	0.025

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-26 พบว่า ผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจและด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกันเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 4-27 ถึง 4-29

ตารางที่ 4-27 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย
กับยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน

ความตระหนักในการรวมกลุ่ม เป็นเครือข่าย	\bar{X}	น้อยกว่า 50,000 บาท	50,001-100,000 บาท	100,001-150,000 บาท	มากกว่า 150,000 บาท
		3.35	3.55	3.81	3.44
น้อยกว่า 50,000 บาท	3.35		0.20*	0.47*	0.09*
50,001-100,000 บาท	3.55			0.26*	0.10*
100,001-150,000 บาท	3.81				0.37*
มากกว่า 150,000 บาท	3.44				

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-27 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายของผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท กับ น้อยกว่า 50,000 บาท 100,001-150,000 บาท กับ น้อยกว่า 50,000 บาท 100,001-150,000 บาท และ มากกว่า 150,000 บาท กับ 100,001-150,000 บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายของผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-150,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ายอดขายที่น้อยกว่า 50,000 บาท 50,001-100,000 บาท และ มากกว่า 150,000 บาท ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4-28 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่าย
กับยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน

การยอมรับและความร่วมมือ ภายในเครือข่าย	\bar{X}	น้อยกว่า 50,000 บาท	50,001-100,000 บาท	100,001-150,000 บาท	มากกว่า 150,000 บาท
		3.54	3.82	3.88	3.67
น้อยกว่า 50,000 บาท	3.54		0.28*	0.34*	0.13
50,001-100,000 บาท	3.82			0.06*	0.15
100,001-150,000 บาท	3.88				0.21
มากกว่า 150,000 บาท	3.67				

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-28 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายของผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท กับต่ำกว่า 100,000บาท และ 100,001-150,000 บาท กับต่ำกว่า 100,000บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายของผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-150,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ายอดขายที่น้อยกว่า 50,000 บาท และ 50,001-100,000 บาท ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4-29 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจในภาพรวมกับยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน

การยอมรับและความร่วมมือ ภายในเครือข่าย	\bar{X}	น้อยกว่า 50,000 บาท	50,001-100,000 บาท	100,001-150,000 บาท	มากกว่า 150,000 บาท
		3.61	3.79	3.96	3.72
น้อยกว่า 50,000 บาท	3.61		0.18*	0.35*	0.11
50,001-100,000 บาท	3.79			0.18*	0.06
100,001-150,000 บาท	3.96				0.24
มากกว่า 150,000 บาท	3.72				

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-29 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจในภาพรวมของผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท กับต่ำกว่า 100,000บาท และ 100,001-150,000 บาท กับต่ำกว่า 100,000บาท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายของผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-150,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ายอดขายที่น้อยกว่า 50,000 บาท และ 50,001-100,000 บาท ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.11 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประเภทลูกค้าหลักต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-30 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทลูกค้าที่เดินทางมาเอง

ปัจจัย	n = 79		n = 7		t	p
	มีลูกค้าที่เดินทางมาเอง		ไม่มีลูกค้าที่เดินทางมาเอง			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.52	0.36	3.50	0.30	0.126	0.900
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.70	0.43	3.83	0.31	-0.755	0.425
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	3.99	0.32	3.71	0.11	2.335*	0.022
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.88	0.45	3.66	0.30	1.261	0.211
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.69	0.48	3.75	0.15	-0.785	0.411
รวม	3.76	0.31	3.69	0.16	0.561	0.576

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-30 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทลูกค้าที่ไม่ได้จองโต๊ะต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-31 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทกลุ่มลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ

ปัจจัย	n = 31		n = 55		t	p
	มีกลุ่มลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ		ไม่มีกลุ่มลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.67	0.41	3.43	0.29	3.165*	0.002
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.90	0.41	3.61	0.39	3.208*	0.002
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่าย วิสาหกิจ	4.04	0.34	3.94	0.30	1.521	0.132
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	3.96	0.44	3.80	0.45	1.585	0.117
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.77	0.53	3.65	0.42	1.176	0.243
รวม	3.87	0.33	3.69	0.27	2.789*	0.007

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-31 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทกลุ่มลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจและด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-32 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทกลุ่มลูกค้าจากกรุ๊ปทัวร์

ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว	n = 25		n = 61		t	p
	มีกลุ่มลูกค้าจากกรุ๊ปทัวร์		ไม่มีกลุ่มลูกค้าจากกรุ๊ปทัวร์			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.57	0.38	3.50	0.34	0.776	0.440
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.75	0.48	3.70	0.39	0.251	0.592
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่าย วิสาหกิจ	4.10	0.34	3.93	0.29	2.330*	0.022
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	3.91	0.44	3.84	0.45	0.683	0.497
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.86	0.36	3.63	0.49	2.403*	0.019
รวม	3.84	0.30	3.72	0.30	1.660	0.101

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-32 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทกลุ่มลูกค้าจากรูปตัวต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจและด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-33 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา

ปัจจัย	n = 8		n = 78		t	p
	มีกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา		ไม่มีกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.82	0.60	3.49	0.31	1.508	0.176
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.90	0.68	3.69	0.38	1.328	0.188
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.30	0.45	3.94	0.28	3.216*	0.002
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	4.25	0.48	3.82	0.43	2.682*	0.009
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	4.36	0.46	3.63	0.41	4.738*	0.000
รวม	4.12	0.47	3.71	0.26	2.436*	0.043

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-33 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทกลุ่มลูกค้าจากรูปตัวต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.12 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีการรวมกลุ่มต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-34 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามการรวมกลุ่ม

ปัจจัย	n = 22		n = 60		t	p
	โดยรวมกลุ่ม		ไม่โดยรวมกลุ่ม			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.70	0.38	3.48	0.33	2.614*	0.011
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.80	0.50	3.69	0.40	1.033	0.305
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.19	0.36	3.90	0.27	3.912*	0.000
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	4.14	0.48	3.78	0.40	3.389*	0.001
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.83	0.54	3.67	0.43	1.378	0.172
รวม	3.93	0.36	3.70	0.26	3.158*	0.002

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-34 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มต่างกันมีความรู้ความเข้าใจ ด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจและด้านระดับความสามารถและศักยภาพ ของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-35 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามการรวมกลุ่มชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัทยา

ปัจจัย	n = 19		n = 67		t	p
	มีการรวมกลุ่มชมรมผู้ประกอบการ ร้านอาหารเมืองพัทยา		ไม่มีการรวมกลุ่มชมรมผู้ประกอบการ ร้านอาหารเมืองพัทยา			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.68	0.39	3.47	0.33	2.227*	0.029
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.78	0.53	3.70	0.38	0.766	0.446
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.19	0.37	3.91	0.27	3.574*	0.001
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	4.19	0.37	3.91	0.27	3.934*	0.000
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.84	0.57	3.66	0.42	1.520*	0.132
รวม	3.93	0.37	3.70	0.26	3.104*	0.003

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-35 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมือง
พหุชาต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่ม
เป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านเงื่อนไข
ด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจและด้านระดับ
ความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-36 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามการรวมกลุ่มสมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว	n = 8		n = 78		t	p
	มีการรวมกลุ่มสมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา		ไม่มีการรวมกลุ่มสมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.67	0.34	3.51	0.35	1.250	0.215
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.95	0.28	3.69	0.42	1.696	0.094
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.20	0.40	3.95	0.30	2.158*	0.034
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	4.13	0.34	3.83	0.45	1.781	0.079
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.84	0.52	3.68	0.46	0.942	0.349
รวม	3.96	0.23	3.73	0.30	2.041*	0.044

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-36 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มสมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมือง
พัทยาต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการยอมรับและความร่วมมือ
ภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความ
ตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่าย
วิสาหกิจ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้าน
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-37 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามการรวมกลุ่มอื่น ๆ

ปัจจัย	n = 2		n = 84		t	p
	มีการรวมกลุ่มอื่น ๆ		ไม่มีการรวมกลุ่มอื่น ๆ			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.74	0.37	3.52	0.35	0.866	0.389
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.80	0.28	3.71	0.42	0.293	0.770
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.00	0.28	3.97	0.32	0.112	0.911
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.60	0.57	3.87	0.45	-0.833	0.407
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.68	0.45	3.70	0.47	-0.033	0.973
รวม	3.76	0.39	3.75	0.30	0.051	0.959

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-37 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มอื่น ๆ ต่างกันมีความรู้ความเข้าใจ ด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-38 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว จำแนกตามการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกในปัจจุบัน

ปัจจัย	n = 14		n = 5		t	p
	เป็นสมาชิก		ไม่ได้เป็นสมาชิก			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.69	0.45	3.74	0.27	-0.198	0.846
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.87	0.42	3.56	0.80	1.116	0.280
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.20	0.42	4.16	0.33	0.194	0.849
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	4.14	0.53	3.96	0.33	0.711	0.487
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.87	0.63	3.87	0.23	-0.018	0.986
รวม	3.96	0.42	3.86	0.32	0.465	0.648

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-38 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกในปัจจุบันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีเพศต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-39 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	n = 39		n = 47		t	p
	เพศชาย		เพศหญิง			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ปัจจัยการผลิต	2.41	0.32	2.40	0.35	0.28	0.78
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.55	0.39	2.47	0.34	0.94	0.35
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.63	0.45	2.67	0.34	0.51	0.61
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.36	0.55	2.34	0.48	0.16	0.88
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.17	0.22	1.21	0.22	0.85	0.40
หน่วยงานภาครัฐ	2.32	0.42	2.45	0.35	1.50	0.14
รวม	2.24	0.25	2.26	0.21	0.34	0.74

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-39 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีอายุต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-40 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	ต่ำกว่า 30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	สูงกว่า 51 ปีขึ้นไป	F	p
ปัจจัยการผลิต	2.51	2.40	2.36	2.35	0.750	0.526
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.42	2.52	2.52	2.54	0.359	0.783
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.66	2.66	2.59	2.70	0.244	0.865
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.48	2.39	2.22	2.31	0.831	0.481
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.20	1.15	1.27	1.20	1.375	0.256
หน่วยงานภาครัฐ	2.44	2.37	2.42	2.37	0.147	0.931
รวม	2.28	2.25	2.23	2.24	0.175	0.913

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-40 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 4-41 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัย	มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	<i>F</i>	<i>p</i>
ปัจจัยการผลิต	2.30	2.41	2.51	2.38	1.930	0.131
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.41	2.59	2.59	2.10	3.137*	0.03
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.63	2.62	2.72	2.48	0.541	0.655
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.27	2.20	2.54	2.71	2.935*	0.038
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.25	1.16	1.15	1.17	1.408	0.246
หน่วยงานภาครัฐ	2.36	2.40	2.41	2.56	0.252	0.86
รวม	2.20	2.23	2.32	2.23	1.409	0.246

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-41 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เงื่อนไขด้านอุปสงค์ และบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยการผลิต อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกันเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 4-43 ถึง 4-44

ตารางที่ 4-42 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์กับระดับการศึกษา

เงื่อนไขด้านอุปสงค์	มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
\bar{X}	2.41	2.59	2.59	2.10
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	2.41	0.18	0.18	0.32
อนุปริญญา	2.59		0.00	0.50*
ปริญญาตรี	2.59			0.50*
สูงกว่าปริญญาตรี	2.10			

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-42 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญากับสูงกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรีกับสูงกว่าปริญญาตรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ของผู้ประกอบการที่มีการศึกษาปริญญาตรีและอนุปริญญามีค่าเฉลี่ยมากกว่าการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4-43 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของ
ธุรกิจร้านอาหารด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจกับระดับการศึกษา

เงื่อนไขด้านอุปสงค์	มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	\bar{X}				
		2.27	2.20	2.54	2.71
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	2.27		0.07	0.27*	0.44
อนุปริญญา	2.20			0.34*	0.51
ปริญญาตรี	2.54				0.17
สูงกว่าปริญญาตรี	2.71				

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-43 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่ากับปริญญาตรี และอนุปริญญาตรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีการศึกษาปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยมากกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่าและอนุปริญญาตรีส่วนผู้อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่าง

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประเภทกิจการต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-44 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามประเภท
กิจการ

ปัจจัย	เจ้าของ คนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัทจำกัด	F	p
ปัจจัยการผลิต	2.38	2.49	2.42	0.520	0.597
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.53	2.51	2.44	0.518	0.598
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและ สนับสนุน	2.65	2.61	2.67	0.076	0.927
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ ธุรกิจ	2.32	2.31	2.45	0.524	0.594
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.17	1.20	1.24	0.875	0.421
หน่วยงานภาครัฐ	2.41	2.39	2.35	0.203	0.817
รวม	2.24	2.25	2.26	0.056	0.945

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-44 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทกิจการต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-45 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน

ปัจจัย	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	4-6 ปี	7-9 ปี	มากกว่า 9 ปี	<i>F</i>	<i>p</i>
ปัจจัยการผลิต	2.32	2.36	2.50	2.38	2.38	0.643	0.634
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.63	2.57	2.52	2.49	2.44	0.572	0.684
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.29	2.72	2.77	2.64	2.59	1.920	0.115
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.12	2.29	2.43	2.23	2.42	0.731	0.573
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.33	1.10	1.27	1.10	1.20	2.485*	0.050
หน่วยงานภาครัฐ	2.59	2.55	2.37	2.42	2.28	1.764	0.144
รวม	2.21	2.27	2.31	2.21	2.22	0.64	0.635

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-45 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกันเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 4-46

ตารางที่ 4-46 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้กับระยะเวลาในการดำเนินงาน

เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	X	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	4-6 ปี	7-9 ปี	มากกว่า 9 ปี
น้อยกว่า 1 ปี	1.33		0.22*	0.06	0.22	0.12
1-3 ปี	1.10			0.17*	0.00	0.10
4-6 ปี	1.27				0.17*	0.07
7-9 ปี	1.10					0.10
มากกว่า 9 ปี	1.20					

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-46 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ของผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 1 ปี กับ 1-3 ปี 1-3 ปี กับ 4-6 ปี และ 4-6 ปี กับ 7-9 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ของผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระยะเวลาในการดำเนินงาน 1-3 ปี 4-6 ปี และ 7-9 ปี ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่าง

สมมติฐานที่ 2.6 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีขนาดกิจการต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-47 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ จำแนกตามขนาดกิจการ

ปัจจัย	n = 62		n = 24		t	p
	ต่ำกว่า 150 ที่นั่ง		151-400 ที่นั่ง			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ปัจจัยการผลิต	2.35	0.34	2.52	0.29	-2.232*	0.030
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.47	0.36	2.61	0.35	-1.661	0.104
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.61	0.41	2.75	0.34	-1.578	0.121
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.33	0.51	2.41	0.52	-0.598	0.553
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.20	0.23	1.18	0.19	0.273	0.786
หน่วยงานภาครัฐ	2.38	0.38	2.43	0.43	-0.499	0.621
รวม	2.22	0.23	2.32	0.20	-1.830	0.073

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-47 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีขนาดกิจการต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ในภาพรวมแตกต่างกันไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประเภทร้านอาหารต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-48 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ จำแนกตามประเภทร้านอาหาร

ปัจจัย	n = 62		n = 24		t	p
	ร้านอาหารที่มี		ร้านอาหารที่มีเมนู			
	เมนูหลักเป็น อาหารไทย	หลักเป็นอาหาร ต่างประเทศ				
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ปัจจัยการผลิต	2.42	0.36	2.38	0.32	0.557	0.579
เงินใจด้านอุปสงค์	2.51	0.39	2.50	0.34	0.140	0.889
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.61	0.47	2.68	0.33	-0.768	0.445
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.32	0.57	2.38	0.46	-0.539	0.591
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.17	0.20	1.21	0.23	-0.798	0.427
หน่วยงานภาครัฐ	2.38	0.42	2.41	0.37	-0.267	0.790
รวม	2.24	0.26	2.26	0.20	-0.452	0.653

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-498 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิต เงินใจด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีจำนวนการจ้างงานต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-49 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามจำนวนการจ้างงาน

ปัจจัย	น้อยกว่า 10 คน	11-30 คน	31-50 คน	มากกว่า 51 คนขึ้นไป	F	p
ปัจจัยการผลิต	2.33	2.47	2.55	1.96	2.833*	0.043
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.48	2.51	2.64	2.43	0.492	0.689
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.66	2.59	2.91	2.43	1.672	0.179
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.21	2.47	2.48	2.63	2.101	0.106
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.17	1.22	1.20	1.19	0.335	0.800
หน่วยงานภาครัฐ	2.36	2.43	2.33	2.67	0.581	0.629
รวม	2.20	2.28	2.35	2.22	1.431	0.240

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-49 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการงานต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกันเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 4-50

ตารางที่ 4-50 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านปัจจัยการผลิตกับจำนวนการจ้างงาน

ปัจจัยการผลิต	น้อยกว่า 10 คน	11-30 คน	31-50 คน	มากกว่า 51 คน
\bar{X}	ขึ้นไป			
	2.33	2.47	2.55	1.96
น้อยกว่า 10 คน	2.33	0.13	0.22	0.37
11-30 คน	2.47		0.09	0.50*
31-50 คน	2.55			0.59*
มากกว่า 51 คนขึ้นไป	1.96			

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-50 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านปัจจัยการผลิตของผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงาน 11-30 คน กับ มากกว่า 51 คนขึ้นไป และ 31-50 คน กับ มากกว่า 51 คนขึ้นไปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านปัจจัยการผลิตของผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงาน 31-50 คน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าจำนวนการจ้างงาน 11-30 คน กับ มากกว่า 51 คนขึ้นไป ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่าง

สมมติฐานที่ 2.9 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีทุนจดทะเบียนต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-51 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัย	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1,000,001-5,000,000 บาท	5,000,001-10,000,000 บาท	<i>F</i>	<i>p</i>
ปัจจัยการผลิต	2.35	2.41	2.48	0.386	0.681
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.45	2.52	2.50	0.251	0.779
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.67	2.54	2.68	0.857	0.429
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.30	2.32	2.72	1.059	0.353
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.16	1.18	1.25	0.326	0.723
หน่วยงานภาครัฐ	2.43	2.32	2.58	1.058	0.353
รวม	2.23	2.22	2.37	0.76	0.472

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-51 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิต เงินไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.10 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-52 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัย	น้อยกว่า 50,000 บาท	50,001-100,000 บาท	100,001-150,000 บาท	มากกว่า 150,000 บาท	<i>F</i>	<i>p</i>
ปัจจัยการผลิต	2.25	2.39	2.65	2.54	4.047*	0.01
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.45	2.49	2.73	2.57	1.452	0.235
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.46	2.65	2.93	2.63	2.325	0.082
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.28	2.29	2.71	2.53	3.276*	0.026
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.22	1.20	1.16	1.13	0.467	0.706
หน่วยงานภาครัฐ	2.27	2.40	2.54	2.53	1.438	0.239
รวม	2.16	2.24	2.45	2.32	4.466*	0.006

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-52 พบว่า ผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิตและบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกันเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 4-53 ถึง 4-55

ตารางที่ 4-53 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านปัจจัยการผลิตกับยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยการผลิต	\bar{X}	น้อยกว่า 50,000 บาท	50,001-100,000 บาท	100,001-150,000 บาท	มากกว่า 150,000 บาท
		2.25	2.39	2.65	2.54
น้อยกว่า 50,000 บาท	2.25		0.14	0.40*	0.29*
50,001-100,000 บาท	2.39			0.26*	0.15
100,001-150,000 บาท	2.65				0.11
มากกว่า 150,000 บาท	2.54				

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-53 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านปัจจัยการผลิตของผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 50,000 บาท กับ 100,001-150,000 บาท น้อยกว่า 50,000 บาทกับมากกว่า 150,000 บาท และ 50,001-100,000 บาท กับ 100,001-150,000 บาทแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านปัจจัยการผลิตของผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-150,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ายอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 50,000 บาท และ 50,001-100,000 บาท ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4-54 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ
กับยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน

บริบทของการแข่งขันและ กลยุทธ์ธุรกิจ	\bar{X}	น้อยกว่า 50,000 บาท	50,001-100,000 บาท	100,001-150,000 บาท	มากกว่า 150,000 บาท
		2.28	2.29	2.71	2.53
น้อยกว่า 50,000 บาท	2.28		0.01	0.43*	0.25
50,001-100,000 บาท	2.29			0.43*	0.24
100,001-150,000 บาท	2.71				0.18
มากกว่า 150,000 บาท	2.53				

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-54 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้าน
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า
50,000 บาท กับ 100,001-150,000 บาท และ 50,001-100,000 บาท กับ 100,001-150,000 บาท
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้าน
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-
150,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ายอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 50,000 บาท และ 50,001-100,000
บาท ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่าง

ตารางที่ 4-55 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร โดยรวมกับยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน

บริบทของการแข่งขันและ กลยุทธ์ธุรกิจ	\bar{X}	น้อยกว่า 50,000 บาท	50,001-100,000 บาท	100,001-150,000 บาท	มากกว่า 150,000 บาท
		2.16	2.24	2.45	2.32
น้อยกว่า 50,000 บาท	2.16		0.08	0.30*	0.17
50,001-100,000 บาท	2.24			0.22*	0.29
100,001-150,000 บาท	2.45				0.13
มากกว่า 150,000 บาท	2.32				

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-55 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร โดยรวมของผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 50,000 บาท กับ 100,001-150,000 บาท และ 50,001-100,000 บาท กับ 100,001-150,000 บาทแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร โดยรวมที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-150,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ายอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 50,000 บาท และ 50,001-100,000 บาท ส่วนคู่อื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่าง

สมมติฐานที่ 2.11 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประเภทลูกค้าหลักต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-56 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามประเภทลูกค้าที่เดินทางมาเอง

ปัจจัย	n = 79		n = 7		t	p
	มีลูกค้าที่เดินทางมาเอง		ไม่มีลูกค้าที่เดินทางมาเอง			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ปัจจัยการผลิต	2.40	0.35	2.41	0.13	-0.068	0.946
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.50	0.37	2.57	0.30	-0.604	0.563
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.63	0.41	2.90	0.07	-1.743	0.085
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.38	0.51	2.05	0.43	1.903	0.095
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.19	0.22	1.25	0.25	-0.649	0.538
หน่วยงานภาครัฐ	2.39	0.39	2.40	0.37	-0.015	0.989
รวม	2.25	0.23	2.26	0.18	-0.209	0.840

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-56 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีลูกค้าที่ลูกค้าที่เดินทางมาเองต่างกันมี
ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า
ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขัน
และกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 4-57 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามประเภทกลุ่มลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ

ความสามารถในการแข่งของธุรกิจร้านอาหาร	n = 31		n = 55		t	p
	มีกลุ่มลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ		ไม่มีกลุ่มลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ปัจจัยการผลิต	2.54	0.25	2.32	0.35	3.086*	0.003
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.66	0.29	2.42	0.37	3.318*	0.001
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.67	0.43	2.64	0.38	0.287	0.775
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.29	0.64	2.39	0.43	-0.845	0.401
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.21	0.22	1.18	0.22	0.438	0.663
หน่วยงานภาครัฐ	2.47	0.29	2.35	0.43	1.403	0.164
รวม	2.31	0.21	2.22	0.23	1.823	0.073

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-57 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 4-58 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามประเภทกลุ่มลูกค้าจากกรู๊ปทัวร์

ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร	n = 25		n = 61		t	p
	มีกลุ่มลูกค้าจากกรู๊ปทัวร์		ไม่มีกลุ่มลูกค้าจากกรู๊ปทัวร์			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ปัจจัยการผลิต	2.47	0.34	2.37	0.33	1.155	0.254
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.57	0.32	2.48	0.38	1.077	0.286
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.76	0.31	2.61	0.42	1.651	0.103
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.37	0.51	2.35	0.52	0.144	0.886
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.16	0.18	1.20	0.23	-0.868	0.388
หน่วยงานภาครัฐ	2.41	0.31	2.39	0.42	0.318	0.752
รวม	2.29	0.19	2.23	0.24	1.128	0.264

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-58 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทกลุ่มลูกค้าจากรูปตัวต่างกันมี
ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า
ปัจจัยการผลิต เงินไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขัน
และกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 4-59 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามประเภทกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา

ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร	n = 8		n = 78		t	p
	มีกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา		ไม่มีกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ปัจจัยการผลิต	2.52	0.40	2.39	0.33	0.886	0.401
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.73	0.28	2.48	0.36	2.338*	0.043
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.88	0.14	2.63	0.41	1.700	0.093
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.47	0.78	2.34	0.48	0.672	0.504
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.13	0.19	1.20	0.22	-1.034	0.328
หน่วยงานภาครัฐ	2.35	0.49	2.40	0.38	-0.295	0.775
รวม	2.34	0.23	2.24	0.23	1.254	0.243

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-59 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทกลุ่มลูกค้าประชมัฒมนานต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าเงื่อนไขด้านอุปสงค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยการผลิตอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.12 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีการรวมกลุ่มต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-60 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามการรวมกลุ่ม

ความสามารถในการแข่งของธุรกิจร้านอาหาร	n = 22		n = 60		t	p
	โดยรวมกลุ่ม		ไม่โดยรวมกลุ่ม			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ปัจจัยการผลิต	2.45	0.36	2.40	0.30	0.593	0.557
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.49	0.40	2.51	0.36	-0.256	0.799
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.73	0.45	2.67	0.34	0.528	0.601
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.32	0.60	2.36	0.49	-0.289	0.775
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.15	0.18	1.20	0.22	-0.999	0.321
หน่วยงานภาครัฐ	2.33	0.48	2.41	0.37	-0.731	0.470
รวม	2.24	0.26	2.26	0.22	-0.249	0.805

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-60 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิต เงินใจด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐ ไม่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 4-61 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามการรวมกลุ่มชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัทยา

ความสามารถในการแข่งของธุรกิจร้านอาหาร	n = 19		n = 67		t	p
	มีการรวมกลุ่มชมรมผู้ประกอบการ ร้านอาหารเมืองพัทยา		ไม่มีการรวมกลุ่มชมรมผู้ประกอบการ ร้านอาหารเมืองพัทยา			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ปัจจัยการผลิต	2.44	0.38	2.39	0.32	0.488	0.630
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.47	0.40	2.51	0.35	-0.400	0.693
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.74	0.46	2.62	0.37	1.034	0.311
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.30	0.63	2.37	0.48	-0.467	0.645
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.13	0.17	1.21	0.23	-1.376	0.173
หน่วยงานภาครัฐ	2.35	0.48	2.41	0.37	-0.477	0.637
รวม	2.24	0.27	2.25	0.21	-0.197	0.845

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-61 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมือง
พหุวัฒนธรรมมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็น
รายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบท
ของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 4-62 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามการรวมกลุ่มสมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ความสามารถในการแข่งของธุรกิจร้านอาหาร	n = 8		n = 78		t	p
	มีการรวมกลุ่มสมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา		ไม่มีการรวมกลุ่มสมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ปัจจัยการผลิต	2.46	0.48	2.39	0.32	0.569	0.571
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.48	0.50	2.51	0.35	-0.139	0.893
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.77	0.49	2.64	0.39	0.722	0.491
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.25	0.65	2.36	0.50	-0.479	0.645
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.23	0.21	1.19	0.22	0.611	0.557
หน่วยงานภาครัฐ	2.11	0.54	2.42	0.36	-1.599	0.150
รวม	2.22	0.36	2.25	0.21	-0.404	0.687

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-62 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มสมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมือง
พหุวัฒนธรรมมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็น
รายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบท
ของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 4-63 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามการรวมกลุ่มอื่น ๆ

ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร	n = 2		n = 84		t	p
	มีการรวมกลุ่มอื่น ๆ		ไม่มีการรวมกลุ่มอื่น ๆ			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ปัจจัยการผลิต	2.43	0.00	2.40	0.34	0.795	0.429
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.50	0.71	2.51	0.36	-0.01	0.994
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.43	0.40	2.66	0.40	-0.789	0.570
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.63	0.53	2.35	0.51	0.736	0.592
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.25	0.35	1.19	0.22	0.237	0.851
หน่วยงานภาครัฐ	1.89	0.31	2.41	0.39	-2.29	0.248
รวม	2.19	0.27	2.25	0.23	-0.335	0.793

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-63 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มอื่น ๆ ต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิต ใจด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 4-64 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกในปัจจุบัน

ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร	n = 14		n = 5		t	p
	เป็นสมาชิก		ไม่ได้เป็นสมาชิก			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ปัจจัยการผลิต	2.45	0.35	2.44	0.52	0.045	0.966
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.54	0.46	2.40	0.26	0.840	0.416
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.78	0.41	2.74	0.38	0.160	0.877
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.31	0.65	2.30	0.50	0.044	0.966
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.11	0.21	1.25	0.09	-2.100	0.052
หน่วยงานภาครัฐ	2.25	0.56	2.47	0.33	-1.055	0.312
รวม	2.24	0.28	2.27	0.22	-0.223	0.828

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-64 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกในปัจจุบันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิต เงินใจด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขัน และกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-65 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามความสนใจในการรวมกลุ่ม

	n = 38		n = 48		t	p
	มีความสนใจในการรวมกลุ่ม		ไม่มีความสนใจในการรวมกลุ่ม			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว						
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.60	0.39	3.34	0.31	2.699*	0.011
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.71	0.46	3.64	0.35	0.699	0.489
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.02	0.35	3.89	0.18	1.968	0.055
เงินใจด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.96	0.41	3.56	0.56	3.120*	0.003
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.80	0.46	3.47	0.50	2.274*	0.032
รวม	3.82	0.31	3.58	0.29	2.792*	0.010

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-65 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร แตกต่างกัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ตารางที่ 4-66 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร จำแนกตามความสนใจในการรวมกลุ่ม

ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร	n = 14		n = 5		t	p
	มีความสนใจในการรวมกลุ่ม		ไม่มีความสนใจในการรวมกลุ่ม			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ปัจจัยการผลิต	2.45	0.33	2.28	0.29	1.989	0.057
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.55	0.34	2.40	0.32	1.553	0.132
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.73	0.32	2.46	0.48	2.577	0.012
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.35	0.57	2.37	0.37	-0.165	0.870
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.16	0.18	1.23	0.24	-1.021	0.319
หน่วยงานภาครัฐ	2.43	0.36	2.27	0.40	1.457	0.158
รวม	2.28	0.21	2.17	0.20	1.908	0.067

* $p < 0.05$

ตารางที่ 4-66 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนแตกต่างกันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2546)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานที่กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยเป็นการแยกส่วนในการทดสอบสมมติฐานกัน ทำให้เกิดความยุ่งยากในการสรุปผลเป็นภาพรวม (Big Picture) ของการศึกษานี้ ดังนั้นเพื่อการสรุปผลในเชิงบูรณาการที่รวบรวมตัวแปรอิสระที่น่าสนใจแต่ละสมมติฐานข้างต้นมาวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก เพื่อใช้ทำนายตัวแปรตามที่มีลักษณะเป็นตัวแปรกลุ่มเพียง 2 ลักษณะ คือ

1. กลุ่มผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ และ
2. กลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ

โดยความแตกต่างของทั้ง 2 กลุ่มนี้อาจเกิดจากปัจจัยที่เป็นตัวแปรอิสระที่สนใจทั้งปัจจัยของผู้ประกอบการ และความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ โดยค่าของการวิเคราะห์จะอยู่ในรูปโอกาสการเกิด ซึ่งมีลำดับขั้นตอนการวิเคราะห์และสรุปผลดังนี้

สำหรับการหารูปแบบเพื่อทำนายโอกาสของผู้ประกอบการที่จะจัดอยู่ในกลุ่มที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ และไม่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ในขณะที่ตัวแปรอิสระจะมีลักษณะการวัดทั้งเชิงปริมาณและเชิงกลุ่ม ดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระที่มีการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ ส่วนตัวแปรอิสระที่มีการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ประเภทกิจการ ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน โดยตัวแปรเหล่านี้จะถูกจัดเป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ซึ่งจะแทนค่าลักษณะที่สนใจแต่ละระดับเป็น 1 และลักษณะอื่น ๆ เป็น 0 เช่น เพศชายและเพศหญิงมีค่าเดิมคือ 1 และ 2 เมื่อแปลงเป็นตัวแปรหุ่น โดยตั้งชื่อใหม่ว่า เพศ 1 จะให้ค่าใหม่ 2 ค่า คือ เพศชายมีค่าเท่ากับ 1 และเพศหญิงมีค่าเท่ากับ 0 หรือตัวแปรอื่น ๆ ก็เช่นเดียวกัน

ขั้นตอนในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ ดังนี้

1. การกำหนดแบบจำลองหรือสมการถดถอยโลจิสติกที่ต้องการทดสอบ คือ ความน่าจะเป็นในกลุ่มที่ยอมรับ

$$P = \frac{1}{1+e^{-W}}$$

$W = b_0 + b_1$ ประเภทกิจการ + b_2 ทุนจดทะเบียน + b_3 ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน + b_4 ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ

โดยที่

b_0 คือ ค่าสัมประสิทธิ์โลจิสติกของค่าคงที่ C (Central Logistic Coefficient)

b_1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์โลจิสติกและตัวแปรอิสระแต่ละตัว (Logistic Coefficient)

2. การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทุก β มีค่าเท่ากับ 0

H_1 : ทุก β มีค่าไม่เท่ากับ 0

โดยใช้สถิติไคสแควร์ได้ค่าเท่ากับ 17.223 ที่ df เท่ากับ 5 และค่า p เท่ากับ 0.02 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ด้วยระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ มีบาง β ที่มีค่าไม่เท่ากับ 0 หรือมีตัวแปรอิสระบางตัวใช้ทำนายโอกาสที่ผู้ประกอบการสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้ดี

3. ทดสอบว่าโมเดลเหมาะสมหรือไม่

3.1 H_0 : โมเดลเหมาะสม

H_1 : โมเดลไม่เหมาะสม

ในการนี้จะพิจารณาจากค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบ Hosmer and Lemeshow ได้ค่าเท่ากับ 15.930 ที่ df เท่ากับ 8 และค่า p เท่ากับ 0.043 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ด้วยระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือโมเดลที่สร้างขึ้นจากสมการโลจิสติกนี้ไม่เหมาะสม (เกือบจะเหมาะสม เนื่องจากมีค่าใกล้เคียงกับ 0.05) ในการทำนาย

3.2 พิจารณาว่าแบบจำลองโลจิสติก สามารถอธิบายความผันผวนของการจัดกลุ่มทั้ง 2 กลุ่มอย่างไร พบว่า ร้อยละ 27.3 ของความผันผวนของการจัดกลุ่ม 2 กลุ่ม สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรอิสระที่พิจารณาและมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ความผันแปรที่เหลืออีกร้อยละ 72.7 เกิดจากตัวแปรอิสระอื่น ๆ หรือความผิดพลาดอื่น ๆ

3.3 ความสามารถในการทำนายนี้จากผลการทดสอบว่า โมเดลโลจิสติก ที่สร้างขึ้นดังสมการที่ สามารถพิจารณาความสามารถในการทำนาย ดังตารางที่ 4-67

ตารางที่ 4-67 ความสามารถในการทำนายโดยสมการถดถอยโลจิสติก

ค่าจริง		ค่าการทำนาย		
		ไม่สนใจ	สนใจ	ร้อยละที่ถูกต้อง
กลุ่ม	ไม่สนใจ	8	7	53.3
	สนใจ	1	38	97.4
รวม				85.2

Cut Value 0.05

จากตารางที่ 4-67 พบว่า ความสามารถในการทำนาย โดยการเปรียบเทียบค่าทำนายกับค่าจริงเทียบกับค่า Cut Value 0.05 ดังนี้

ถ้าความน่าจะเป็นที่จะจัดอยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ $P \leq 0.05$ จะจัดให้เป็นกลุ่มไม่สนใจ

แต่ถ้าความน่าจะเป็นที่จะจัดกลุ่มที่อยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ $P > 0.05$ จะจัดอยู่ในกลุ่มสนใจ

จากตารางที่ 4-68 พบว่า สมการโลจิสติกหรือแบบจำลองโลจิสติกสามารถทำนายผู้ประกอบการที่ไม่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ได้ถูก 8 คน จากจำนวนผู้ประกอบการที่ไม่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจรวม 15 คน นั่นคือ ทำนายถูกร้อยละ 53.3 ในขณะที่เดียวกับสมการหรือแบบจำลองนี้ยังสามารถทำนายผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ได้ถูก 38 คน จากจำนวนผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจรวม 39 คน ทำนายถูกต้องร้อยละ 97.4 โดยรวมแล้วการทำนายถูกต้องถึงร้อยละ 85.2 และทำนายไม่ถูกต้องเพียง 14.8

3.4 สมการการทำนายพิจารณาจากตารางที่ 4-68 ความน่าจะเป็นของผู้ประกอบการที่จะเป็นกลุ่มที่สนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจหรือ

$$P = \frac{1}{1 + e^{-w}}$$

โดยที่ $w = -1.898$ ยอดขายน้อยกว่า 50,000 บาท

ตารางที่ 4-68 สมการถดถอยโลจิสติกเพื่อการทำนายผลการศึกษา

ลำดับที่	ตัวแปรอิสระ	β	Wald	df	p	สรุปผล
1.	ความรู้ความเข้าใจด้าน เครือข่ายวิสาหกิจ	2.119	2.533		0.112	-
2.	กิจการเจ้าของคนเดียว	1.333	2.223	1	0.136	-
3.	ทุนจดทะเบียน 1,000,001- 5,000,000 บาท	-0.813	0.801	1	0.371	-
4.	ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อย กว่า 50,000 บาท	-1.898	4.104	1	0.037	โอกาสที่ผู้ประกอบการ สนใจในการรวมกลุ่มลดลง เมื่อมียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 50,000 บาท

กล่าวโดยสรุปว่าปัจจัยหรือตัวแปรอิสระในด้านยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 50,000 บาทเท่านั้นที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำนายความน่าจะเป็นของการที่ผู้ประกอบการจะเป็นกลุ่มที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ โดยสมการหรือแบบจำลองโลจิสติกข้างต้นอาจเขียนในรูปของลอการิทึม (Logarithm) คือ $\log(\text{odds}) = \log(P(\text{กลุ่มที่สนใจ}) / P(\text{กลุ่มที่ไม่สนใจ}))$ โดยที่ $\log(\text{odds}) = \beta_0 + \beta_1 x_1$ ผลการศึกษาที่ได้จะนำไปใช้ในการทำนายกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารที่สามารถรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจและกำหนดรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจดังกล่าวต่อไปในบทที่ 5

การวิเคราะห์ศักยภาพการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

การวิเคราะห์ศักยภาพในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจครั้งนี้ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารเป็นลำดับแรก หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาพิจารณาร่วมกับข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วน ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อประเมินศักยภาพการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งในช่วงแรกจะเป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

เครือข่ายวิสาหกิจ คือ กลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้องมารวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน มีความร่วมมือ เกื้อหนุน เชื่อมโยงและเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจรทั้งในแนวตั้งและแนวนอน โดยความเชื่อมโยงในแนวตั้งเป็นความเชื่อมโยงของผู้ประกอบการธุรกิจตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำและความเชื่อมโยงแนวนอนเป็นความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมสนับสนุนต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยและพัฒนาตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน คือ การเพิ่มผลิตภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เข้าใจเกี่ยวกับความหมายของเครือข่ายวิสาหกิจ ดังจะเห็นได้จากผู้ประกอบการรายหนึ่งได้กล่าวว่า คลัสเตอร์เป็นการรวมกลุ่มของธุรกิจ หน่วยงานของรัฐ และองค์กรที่เกี่ยวข้องกันทั้งระบบ ซึ่งต่างจากเครือข่ายทั่วไปที่เป็นการรวมกลุ่มเฉพาะธุรกิจเท่านั้น”

แต่ก็มีผู้ประกอบการบางรายที่ยังเข้าใจเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจสับสนอยู่ “คลัสเตอร์ก็คงเหมือนกับการรวมกลุ่มชมรม/สมาคมที่มีอยู่ในพืชนั้นแหละ คงไม่มีอะไรแตกต่างกันมากเท่าไร”

ทั้งนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ แต่พบว่ายังมีผู้ประกอบการบางราย โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่ไม่เคยรวมกลุ่มเครือข่ายจะยังเข้าใจสับสนเกี่ยวกับคำว่า เครือข่าย และเครือข่ายวิสาหกิจอยู่บ้าง

ถัดมาเป็นการถามเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว แยกประเด็นตามกรอบตัวแบบไดมอนด์โมเดลของ Porter (1998) โดยจำแนกตามปัจจัยหลัก 4 ด้าน และปัจจัยเสริม 2 ด้าน ดังนี้

1. ปัจจัยการผลิต เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยผลักดันให้กิจการสามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้ แต่ร้านอาหารในเมืองพัทยาสอบปัญหาการขาดแคลนบุคลากรทางด้านบริการจำนวนมาก โดยผู้ประกอบการร้านอาหารรายหนึ่งได้กล่าวว่า “ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวทางร้านขาดพนักงานจำนวนมาก เราแก้ปัญหาโดยจ้างนักเรียนที่อยู่ต่างจังหวัดมาทำงานตอนช่วงปิดเทอม หรือบางทีก็มีพนักงานของร้านได้แนะนำเพื่อนหรือญาติมาทำงาน จะจ้างเป็นพนักงานชั่วคราว แต่พนักงานก็ทำงานได้ไม่นานก็เปลี่ยนไปทำร้านอื่น เพราะเบื่อหรือเพื่อนชวนให้ไปทำด้วยกัน”

ผู้ประกอบการอีกรายกล่าวในทำนองเดียวกันว่า “ทางร้านของเราจะจ้างพนักงานประจำ แต่ไม่ก็คน เพราะร้านเราเป็นร้านเล็ก ถ้าในช่วงท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวมาก เราจะจ้างพนักงานชั่วคราวมาทำงาน และจ่ายเงินวันต่อวัน”

แต่ผู้ประกอบการอีกรายกลับให้ความเห็นตรงข้ามว่า “เราไม่ค่อยพบปัญหาเรื่องพนักงานลาออก เพราะพนักงานส่วนใหญ่จะเป็นญาติกัน ชวนกันมาทำงาน เราจะทำให้สวัสดิการที่อยู่และอาหารฟรี พนักงานบางคนก็อยู่กับเรามาเป็น 10 ปี จนเหมือนเป็นพี่น้องกัน”

อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบไม่ได้มีเฉพาะการขาดแคลนทรัพยากรมนุษย์เท่านั้น แต่พบว่า บุคลากรเหล่านี้ยังขาดทักษะความสามารถด้านภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ รัสเซีย เกาหลี และจีน เป็นต้น ผู้ประกอบการรายหนึ่งให้ความเห็นว่า “ลูกค้าส่วนใหญ่ของร้านเรา จะเป็นชาวรัสเซีย จีน และเกาหลี เมนูหลักของทางร้านจะเป็นก๋วยเตี๋ยวทำให้ยุ่งยากมาก เพราะลูกค้าบางคนไม่เอาผัก บางคนไม่ใส่ลูกชิ้น พนักงานของทางร้านก็พูดภาษาไม่ได้ บางทีก็ทำผิดต้องไปเปลี่ยนให้ลูกค้าใหม่ เพื่อให้ลูกค้าพอใจ” ส่วนผู้ประกอบการอีกรายกล่าวว่า “ร้านของเราตั้งอยู่แถวจอมเทียน ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นสแกนดิเนเวียไม่พูดภาษาอังกฤษ ทำให้สื่อสารกันลำบาก บางครั้งก็ต้องใช้ภาษามือคุยกันทีเดียว”

นอกจากนี้บุคคลที่มีความสำคัญอย่างต่อองค์กรและทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนให้องค์กรสามารถเดินไปข้างหน้าได้ นั่นคือ ผู้ประกอบการ ซึ่งในการบริหารงานปัจจุบันต้องอาศัยทักษะ ประสิทธิภาพ และความสามารถในการทำงาน เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารในเมืองพัทยา มีสถานะการแข่งขันที่รุนแรง รวมทั้งเป็นธุรกิจที่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย ทำให้ผู้ประกอบการเหล่านี้จำเป็นต้องมีความรู้และทักษะในการบริหารจัดการให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ โดยผู้ประกอบการรายหนึ่งแสดงความคิดเห็นว่า “ใช่เลย เพราะถ้าผู้ประกอบการพูดภาษาอังกฤษไม่ได้ หรือไม่รู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ จะไม่สามารถอยู่ในธุรกิจนี้ได้แน่นอน”

ส่วนผู้ประกอบการอีกรายบอกว่า “เราเพิ่งเรียนจบปริญญาโทก็มาทำธุรกิจร้านอาหารเลย ก็อาศัยความรู้ที่เรียนมาใช้ทำธุรกิจ”

1.2 โครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ โดยภาพรวมแล้วไม่ทันต่อการเจริญเติบโตของเมือง ซึ่งผู้ประกอบการรายหนึ่งแสดงความคิดเห็นว่า “เมืองพัทยามีการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ทำให้สาธารณูปโภคต่าง ๆ ไม่ทันต่อการเติบโต เพราะงบประมาณของภาครัฐก็ออกมาช้าเกิน ยกตัวอย่างเช่น เมืองพัทยามีพบว่ามีปัญหาขยะล้นเมือง แต่รัฐบาลเพิ่งจะสร้างโรงกำจัดขยะเสร็จ”

ในส่วนของน้ำประปา ไฟฟ้า และโทรคมนาคม สะดวกและพอเพียงต่อความต้องการของผู้ประกอบการในพื้นที่ ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่า “น้ำประปา ไฟฟ้า และโทรศัพท์ ไม่มี

ปัญหาอะไร” ซึ่งผู้ประกอบการอีกรายก็ให้ความเห็นในทำนองเดียวกันว่า “น้ำประปากับไฟฟ้าก็คื อยู่แล้ว แต่บางครั้งก็มีบ้างที่น้ำไหลช้า”

อย่างไรก็ตาม เมืองพัทยายังประสบปัญหาด้านระบบคมนาคมขนส่งในส่วนของรถสอง แถวมีปัญหาการจัดระเบียบการจราจร เนื่องจากจอร์รถไม่ตรงป้าย รวมทั้งมีรถที่เข้าเบอร์ที่เรียกว่า “รถผี” ทำให้เกิดการจราจรติดขัดมากขึ้น โดยผู้ประกอบการรายหนึ่งเห็นว่า “ทุกวันนี้รถสองแถวที่ วิ่งกันก็แข่งกันวิ่งให้ได้เงินมาก ๆ บางทีรถเลขเดียวกันวิ่งสองที่ในเวลาเดียวกันก็มี” ส่วน ผู้ประกอบการอีกรายกล่าวว่า “ดิฉันก็เคยเสนอขอโยกย้ายให้เมืองพัทยามีรถเมล์ เพื่อจัดระเบียบ การจราจรให้จอดตามป้าย แต่ก็ไม่สำเร็จเพราะ.....ไปขัดขวางผลประโยชน์ของบางคน”

1.3 ทรัพยากรทุน แหล่งเงินทุนที่สำคัญของกิจการ ได้แก่ เงินทุนส่วนตัวหรือกำไร สะสม ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะให้เงินทุนตรงส่วนนี้ในการเริ่มต้นกิจการ โดยผู้ประกอบการ รายหนึ่งให้ความเห็นว่า “เจ้าของร้านของเราเป็นคนเยอรมันก่อตั้งร้านโดยใช้เงินลงทุนส่วนตัวไม่มี หุ้นส่วน” ผู้ประกอบการอีกรายก็ให้ความเห็นในทำนองเดียวกันว่า “ร้านนี้ตั้งขึ้นตั้งแต่รุ่นคุณพ่อ คุณพ่อใช้เงินเก็บสะสมที่มีสร้างร้านขึ้นมา”

ส่วนสถาบันการเงินต่าง ๆ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีสินเชื่อการกู้ยืมเพื่อทำธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อมจำนวนมาก แต่ผู้ประกอบการเหล่านี้ก็เข้าถึงแหล่งเงินทุนนี้ได้น้อย เนื่องจากไม่ มีคุณสมบัติตามเงื่อนไขหรือเขียนแผนธุรกิจไม่เป็น ผู้ประกอบการรายหนึ่งแสดงความเห็นว่า “กู้ เงินจากธนาคารยุ่งยาก ต้องมีสินทรัพย์ค้ำประกันอีก แถมเรายังไม่ค่อยมีความรู้เรื่องแผนธุรกิจด้วย ซ้ำ” แต่ผู้ประกอบการอีกรายกล่าวตรงข้ามกันว่า “เรากำลังจะขยายร้านอาหาร ซึ่งเราได้ขอกู้เงินจาก ธนาคารก็ เป็นไปได้ด้วยดี เพราะเราเป็นลูกค้าชั้นดีของธนาคาร”

1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ เช่น เกาะล้าน หาดคลองตาล เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการรายหนึ่งให้ความเห็นว่า “ทะเลของ เมืองพัทยาลือเป็นจุดขายอย่างหนึ่ง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมาอาบแดดกัน” และผู้ประกอบการอีก รายให้ความเห็นในทำนองเดียวกันว่า “อย่างที่รู้กันอยู่ เกาะล้าน ทะเลถือเป็นทีท่องเที่ยวที่สำคัญของ พัทยา”

ในส่วนของความพอเพียงของวัตถุดิบอาหาร ซึ่งในเมืองพัทยามีจำนวนร้านอาหาร เพิ่มขึ้นจำนวนมากว่าแต่ก่อน ทำให้วัตถุดิบอาหารบางชนิด โดยเฉพาะอาหารทะเลไม่เพียงพอต่อ ความต้องการของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการบางรายก็หาทางออกโดยการไปสั่งซื้อจากพื้นที่ ไกลเคียงแทน โดยผู้ประกอบการบางรายให้ความเห็นว่า “พ่อค้าแม่ค้าที่ขายกันที่สะพานปลาเค้าก็มี เจ้าประจำมาซื้อแล้ว ส่วนของที่เหลือมาถึงเราก็ไม่ค่อยดี ผมก็ต้องออกไปหาซื้อเองแถวจันทบุรีกับ

ตราด” ส่วนผู้ประกอบการอีกรายกล่าวว่า “ก็อย่างที่เห็น ร้านอาหารในพัทยาก็เยอะ แย่งกันซื้อสินค้า เราก็เลยไปหาซื้อจากต่างจังหวัดแทน ซึ่งได้ของดีกว่าด้วย”

1.5 วัฒนธรรม เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมเยือน อาทิเช่น ประเพณีวันไหล เทศกาลกินเจ และความมีอัธยาศัยไมตรีของคนในพื้นที่ที่เป็นจุดขายของการท่องเที่ยว เป็นต้น

1.6 เทคโนโลยีการผลิต/ บริการ ซึ่งธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่จะไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีการผลิต/ บริการมาใช้ในการประกอบธุรกิจมากนัก แต่มีผู้ประกอบการหนึ่งได้พยายามนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้สามารถตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น “เราได้มีการคิดค้นและสร้างโปรแกรมการสั่งอาหารให้รู้ว่าในวันหนึ่งลูกค้าสั่งอะไรบ้าง เพื่อจะได้คำนวณการสั่งซื้อวัตถุดิบได้ถูก”

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ เมืองพัทยามีอัตรานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นเกือบทุกปี ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง เมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในประเทศไทย ซึ่งผู้ประกอบการรายหนึ่งให้ความเห็นว่า “เมืองพัทยาถือว่าโชคดีมากไม่ค่อยได้รับผลกระทบอะไร เพราะนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าประจำที่มาอยู่นานหลายเดือน” ผู้ประกอบการอีกรายกล่าวว่า “นักท่องเที่ยวที่มาจากพัทยาจะขับรถมาเที่ยวเองในช่วงเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งถือว่าค่อนข้างมีเงินพอสมควร”

ในด้านบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังบริการที่สุภาพ อัธยาศัยที่ดี ส่วนด้านรสชาติและรูปลักษณะของอาหารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเสริมจุดเด่นด้านอาหารและการให้บริการของร้านอาหาร นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยยังเรียกร้องอาหารที่มีคุณภาพแต่ราคาถูก ซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการเพียงแค่ความสะดวก บรรยากาศภายในร้านและความถูกต้องของอาหารที่สั่ง เนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่ยังขาดทักษะด้านการสื่อสาร ประกอบกับนักท่องเที่ยวไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ ผู้ประกอบการรายหนึ่งแสดงความเห็นว่า “ลูกค้าคนไทยส่วนใหญ่ที่มากินข้าวร้านเรา ก็จะขอส่วนลดค่าอาหาร แต่ถ้าเป็นลูกค้าต่างชาติจะมากับแฟนคนไทย ถ้าจะสั่งอาหารผ่านแฟนคนไทย ทำให้พนักงานเข้าใจได้ง่ายขึ้น”

ผู้ประกอบการอีกรายกล่าวว่า “ร้านของเรามีลูกค้าทั้งคนไทยและต่างชาติ ลูกค้าคนไทยบางคนเรื่องมากอย่างได้โน่นอยากได้นี้ ส่วนลูกค้าต่างชาติบางครั้งเจ้าของร้านก็ต้องออกไปรับออเดอร์เอง เพราะพนักงานบางคนพูดภาษาอังกฤษไม่ได้” และ “ร้านของเรามีที่ตั้งอยู่หาดจอมเทียน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวสแกนดิเนเวีย เราจะตกแต่งร้านโดยเน้นสีดำนกับแดงและอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งลูกค้าบางคนบอกว่ามานั่งที่ร้านเราเหมือนได้อยู่ที่บ้าน”

นอกจากนี้พบว่า มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจเฉพาะสถานบันเทิงและบริการทางเพศ ซึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นจุดขายที่สำคัญของเมืองพัทยา ถึงแม้ว่าทางเมืองพัทยาก็จะมีการเสนอภาพลักษณ์ในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายก็ตาม ซึ่งผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า “คงเป็นไปได้ยากที่เมืองพัทยาลบภาพการท่องเที่ยวทางเพศได้ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังติดกับภาพนั้นอยู่ และเกือบทุกแห่งของพัทยาก็มีแต่แหล่งท่องเที่ยวทางเพศ” ผู้ประกอบการอีกรายได้ให้ความเห็นเสริมว่า “คงปฏิเสธไม่ได้ว่า บริการทางเพศ ก็ยังคงดึงเงินจากนักท่องเที่ยวให้กับเมืองพัทยา”

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกันของธุรกิจร้านอาหารจะมีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงของกับผู้ค้าส่ง ได้แก่ ตลาดสดในพื้นที่ (บางละมุง) เป็นกลุ่มที่จัดส่งวัตถุดิบประเภทของสดให้แก่ร้านอาหาร โดยรูปแบบในการซื้อขายวัตถุดิบในลักษณะการซื้อขายกันมานานจนกลายเป็นเจ้าประจำ โดยวัตถุดิบที่ซื้อจากผู้ค้าส่งในตลาดสด เช่น หมู ไก่ ปลา กุ้ง ผัก และผลไม้ เป็นต้น วัตถุดิบเหล่านี้จะมาจากการสั่งแบบวันต่อวัน สามารถสั่งไว้ล่วงหน้าและมารับในวันรุ่งขึ้นได้ เพื่อความสดของอาหารและประหยัดพื้นที่ในการเก็บรักษาสินค้า ผู้ค้าส่งจะมีบริการจัดส่งสินค้าให้ถึงร้าน แต่บางครั้งร้านอาหารเหล่านี้จะมีการซื้อวัตถุดิบเอง ซึ่งเกิดขึ้นในกรณีที่มีความต้องการใช้วัตถุดิบเร่งด่วน หรือมีการสำรวจราคาวัตถุดิบแล้วพบว่าผู้ค้าส่งรายอื่นมีราคาต่ำกว่าเจ้าประจำ ทั้งนี้ผู้ประกอบการได้ให้ความเห็นว่า “ส่วนใหญ่เราจะซื้ออาหารสด เช่น หมู ไก่ เนื้อ แล้วก็อาหารทะเลจากเจ้าประจำในตลาดบางละมุง” ส่วนผู้ประกอบการอีกรายกล่าวว่า “เรามีแผงประจำที่ซื้อกันมานานหลายปี ถ้าวันไหนมีของสด แม้อีกก็จะโทรตามให้รีบไปดูก่อน แต่ถ้าวันไหนติดธุรกิจด่วนหรืออาหารกำลังจะหมด ก็โทร ไปสั่งให้มาส่งที่ร้านได้”

ตลาดสดนอกพื้นที่ เช่น ตลาดไท เป็นต้น ซึ่งในช่วงแรกทางร้านจะเดินทางไปหาวัตถุดิบด้วยตนเองจนซื้อขายกันเป็นเจ้าประจำ จะสั่งซื้อในปริมาณมาก เนื่องจากทางร้านมีหลายสาขา วัตถุดิบเหล่านี้จะสั่งซื้อต่อสัปดาห์และนำมาจัดเก็บในห้องเก็บสินค้า ซึ่งเป็นการประหยัดต้นทุนค่าขนส่งสินค้าและจะได้สินค้าในราคาถูกกว่าราคาปกติ โดยผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า “พวกอาหารทะเลในเมืองพัทยาค่อนข้างแพง แถมมีเจ้าประจำกันหมดแล้ว ร้านของเราต้องใช้วัตถุดิบเยอะ ก็เลยต้องออกไปหาซื้อที่ตลาดไท ต่อกันไปต่อกันมาจนเป็นเจ้าประจำกันไปเลย”

ส่วนผู้จัดส่งวัตถุดิบประเภทตัวกลาง ทำหน้าที่เป็นผู้หาและคัดเลือกวัตถุดิบให้แก่ร้านอาหารขนาดเล็กและขนาดกลาง เช่น พัทยาเบสฟู๊ดส์ (Pattaya Best Food) ชาติผลกิจ และ บิลักกี้ (Belucky) เป็นต้น โดยวัตถุดิบที่ซื้อจะเป็นทั้งของสด เช่น อาหารทะเล หมู ปลาแชลมอน และกุ้ง เป็นต้น และของแห้ง เช่น เครื่องปรุงและเครื่องดื่มนานาชนิด เป็นต้น กิจกรรมที่จะใช้ตัวกลางในการซื้อวัตถุดิบมักจะได้รับผลกำไรดีจากการขายอาหารคุณภาพสูง โดยเฉพาะร้านอาหารต่างประเทศที่ต้องใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศ ซึ่งผู้ประกอบการรายหนึ่งแสดงความคิดเห็นว่า “พวก

ซัพพลายเออร์เหล่านี้จะมาเสนอสินค้าถึงที่ร้าน เราก็เปรียบเทียบกับราคาในตลาด ถ้าอันไหนถูกกว่าก็สั่งจากซัพพลายเออร์” “ส่วนใหญ่เราจะสั่งไวน์จากซัพพลายเออร์ เพราะไม่ต้องเสียเวลาไปหาซื้อเอง แล้วก็ได้ราคาถูกกว่าด้วย” ผู้ประกอบการอีกรายกล่าวตาม

ผู้ประกอบการอีกรายกล่าวว่า “ร้านเราขายอาหารต่างประเทศ วัตถุดิบบางอย่างในเมืองไทยยังไม่มี เช่น ไข่ปลาคาเวีย ก็ต้องคอยซื้อกับซัพพลายเออร์พวกนี้แหละ”

อีกกลุ่มหนึ่งที่จัดส่งวัตถุดิบให้ร้านอาหาร แต่ปริมาณการซื้อขายน้อยมาก ลักษณะการซื้อขายเป็นแบบผู้ซื้อเองและจ่ายเป็นเงินสด คือ ซุปเปอร์มาเก็ต ได้แก่ เทสโก้ โลตัส แม็คโคร คาร์ฟูร์ ฟู้ดแลนด์ และบิ๊กซี เป็นต้น โดยผู้ประกอบการรายหนึ่งให้เหตุผลว่า “เราจะไปซื้อของใช้จากโลตัส บิ๊กซี เพราะห้างเหล่านี้จะมีโปรโมชั่นลดราคาสินค้า ทำให้ประหยัดเงินได้มาก” ส่วนผู้ประกอบการอีกรายกล่าวว่า “ถ้าทางร้านขาดเหลืออะไร บางครั้งเราก็ไปซื้อที่ห้าง เพราะสะดวกดี ไม่ต้องไปถึงตลาด”

นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมโยงกับกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว ชมรม/ สมาคม ได้แก่ ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัทยา สมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา และสมาคมนักบริหารงานอาหารและเครื่องดื่ม ภาคตะวันออก เป็นต้น โดยมีสมาชิกในกลุ่มชมรมและสมาคมที่แตกต่างกัน แต่มีบทบาทคล้ายกัน คือ เป็นศูนย์กลางข่าวสาร ข้อมูล รวมทั้งส่งเสริมและช่วยเหลือสมาชิกในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ กิจกรรมภายในกลุ่มที่สำคัญ คือ การทำการตลาดร่วมกัน โดยการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลอาหารทะเล เทศกาลกินเจ และ โรดโชว์ต่างประเทศ เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รู้จักและลิ้มรสอาหาร นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมสร้างความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น เช่น การจัดสัมมนาระหว่างร้านอาหารและบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

ผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า “คุณพ่อกับเพื่อน ๆ ได้เป็นคนเริ่มก่อตั้งชมรมผู้ประกอบการร้านอาหาร ซึ่งปัจจุบันเราก็ยังเป็นสมาชิกอยู่ ส่วนใหญ่เวลาประชุมชมรมก็จะพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ หรือปรึกษาปัญหาและหาทางแก้ไขกัน” ส่วนผู้ประกอบการอีกรายให้ความเห็นว่า “ผมเป็นสมาชิกของ PBTA และ F&B สิ่งที่ได้จากการเป็นสมาชิกก็คงจะเป็นการทำการร่วมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูล แล้วก็ได้เพื่อนร่วมธุรกิจเพิ่มขึ้น”

ในส่วนของสถาบันการศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นติดต่อขอนิสิตมาฝึกงาน ซึ่งได้กล่าวไปแล้วในส่วนของปัจจัยการผลิตด้านทรัพยากรมนุษย์

4. บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการในเมืองพัทยาส่วนใหญ่จะมีการทำโฆษณาส่งเสริมภาพลักษณ์ของร้านด้วยการทำแผ่นพับหรือลงเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต และธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการมากนัก เนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้านทรัพยากรทุน ซึ่งผู้ประกอบการรายหนึ่งให้ความเห็นว่า “เราทำได้ทำ

การตลาดโดยมีเว็บไซต์ส่วนตัว ลูกค้าทางร้านก็เปิดเว็บดูแล้วก็มากินข้าวที่ร้านเรานี้แหละ” ส่วนผู้ประกอบการอีกรายให้ความเห็นว่า “ผมจะเน้น Concept บริการทุกระดับประทับใจ ถ้าพูดถึงมีการพัฒนาบริการใหม่ ก็คงจะไม่มี เพราะเราเป็นแค่ร้านเล็ก เงินทุนก็น้อย”

ส่วนการรวมกลุ่มในการจัดซื้อวัตถุดิบ ยังไม่เกิดขึ้น ด้วยข้อจำกัดของร้านอาหารที่แต่ละร้านจะมีปัญหาการใช้วัตถุดิบต่าง ๆ กัน และวัตถุดิบแต่ละตัวถือเป็นความลับของทางร้าน ซึ่งผู้ประกอบการรายหนึ่งให้เหตุผลว่า “การจะรวมกลุ่มซื้อวัตถุดิบคงทำได้ยากอันที่จริงก็คิดไว้เหมือนกัน แต่ก็ต้องเข้าใจว่าแต่ละร้านใช้วัตถุดิบต่างกันแล้วถ้าเกิดมีการรวมกันซื้อจริงจะจัดแบ่งกันยังไง” ส่วนผู้ประกอบการอีกรายกล่าวว่า “คงเป็นไปได้หรือก อยากรู้ว่าร้านเราวัตถุดิบบางชนิดก็ถือเป็นความลับให้คู่แข่งรู้ไม่ได้”

อย่างไรก็ตามร้านอาหารก็ยังมีการร่วมมือกับกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา และชมรม/ สมาคม ในการทำการตลาดร่วมกัน ซึ่งได้กล่าวไว้แล้วในส่วนของปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน

5. เหตุที่ควบคุมไม่ได้ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ซึ่งผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ เช่น เหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศ ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเนื่องจากในประเทศนั้น ๆ มีการประกาศให้ประเทศไทยเป็นพื้นที่อันตราย ดังนั้นนักท่องเที่ยวต่างชาติจึงหันไปเที่ยวยังประเทศใกล้เคียง ประกอบกับปัญหาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้ราคาน้ำมันและสินค้าอุปโภคบริโภคมีราคาสูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับราคาใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ประกอบกับจำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการรายหนึ่งได้กล่าวว่า “การชุมนุมของเสื้อเหลืองกับชาวที่เสนอไป ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีน เกาหลี ญี่ปุ่น ไม่มั่นใจในความปลอดภัย ยอดขายเราก็ตกลงด้วย” ส่วนผู้ประกอบการอีกรายกล่าวว่า “การชุมนุมการเมืองก็มีผลกระทบบ้าง ถ้ารัฐบาลไม่รีบลาออก” และผู้ประกอบการอีกรายกล่าวว่า “ช่วงนี้เศรษฐกิจโลกก็ไม่ดี น้ำมันก็แพง สินค้าก็ขึ้นไม่หยุด แคมการเมืองที่ทะเลาะกันไม่เลิก นักท่องเที่ยวต่างชาติก็น้อยลง ก็ต้องอาศัยรายได้จากนักท่องเที่ยวไทยแทน”

ผู้ประกอบการอีกคนให้ความเห็นว่า “ถึงแม้จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น แต่ก็ไม่ทำให้รายได้ของรายเพิ่มขึ้น ก็ร้านอาหารในพัทยามีขนาดนั้น ก็มีการแย่งลูกค้ากันอยู่แล้ว”

ในส่วนของความผันผวนของฤดูกาล ซึ่งเมืองพัทยาจะแบ่งฤดูกาลท่องเที่ยวเป็น 2 ช่วงคือ ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว ในเขตพัทยาเหนือ กลาง ใต้ ประมาณเดือน กันยายนถึงตุลาคม ส่วนพัทยากลางและพัทยาใต้ ประมาณเดือนสิงหาคมถึงตุลาคม ในช่วงฤดูท่องเที่ยว ในเขตพัทยาเหนือ กลาง ใต้ ประมาณ 10 เดือน และพัทยากลางและพัทยาใต้ ประมาณ 9 เดือน แม้ว่าจะเป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาล

ท่องเที่ยว จะมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่มีอำนาจในการซื้อน้อยจะเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงนี้ โดยผู้ประกอบการรายหนึ่งให้ความเห็นว่า “เมืองพัทยาแบ่งเป็น 2 หน้า หน้าที่มีนักท่องเที่ยวมาก กับหน้าที่มีนักท่องเที่ยวน้อย ก็ต้องทำใจยอมรับไป” ส่วนผู้ประกอบการอีกรายให้ความเห็นว่า “ในช่วง High Season ก็ประมาณ 10 เดือน ส่วนช่วง Low Season ก็ประมาณ 2 เดือน”

6. หน่วยงานภาครัฐ โดยนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา มีหน้าที่ในการหาตลาดเป้าหมายและจัดกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในพัทยา เช่น การจัดเทศกาลต่าง ๆ การออกโรดโชว์ และการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่บุคลากร เป็นต้น ซึ่งได้กล่าวไว้แล้วก่อนหน้านี้ ในส่วนของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน

ในส่วนการจัดสรรพื้นที่/ กำหนดผังเมืองด้านการจราจร ทางเมืองพัทยาได้มีการปรับปรุงและขยายช่องทางจราจรใหม่ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการจราจร ซึ่งผู้ประกอบการรายหนึ่งให้ความเห็นว่า “ช่วงนี้แถวหน้าร้านเรามีการทำถนนใหม่ และถัดไปก็มีการสร้างสะพาน”

ส่วนที่ 2 การนำข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาทำการประเมินร่วมกัน โดยผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 มิติ คือ มิติที่ 1 เป็นวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้วยตัวแบบไดมอนต์ ซึ่งจำแนกตามปัจจัยหลัก 4 ด้าน และปัจจัยเสริม 2 ด้าน ในที่นี้จะถือว่าปัจจัยทั้ง 6 ด้านเป็นปัจจัยภายนอกทั้งหมด โดยนำปัจจัยเหล่านี้มาหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก (External Factor Analysis Summary: EFAS) แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกับผลการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นมิติที่ 2 การหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารคำนวณได้จากเป็นค่าถ่วงน้ำหนักของปัจจัยรายชื่อทุกปัจจัย แล้วนำผลรวมในแต่ละปัจจัยนั้นมาหาค่าเฉลี่ยรวมเพื่อหาระดับศักยภาพโดยรวมของความสามารถในการแข่งขัน ดังขั้นตอนต่อไปนี้

กำหนดให้

$$\sum a = \text{ผลรวมรายชื่อของคะแนนจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทุกราย}$$

$$n = \text{จำนวนผู้ประกอบการที่ถูกสัมภาษณ์}$$

$$\sum B = \text{ผลรวมของ } (\sum a / \sqrt{n})$$

$$w = \text{ค่าน้ำหนัก}$$

$$f = \text{คะแนน}$$

$$wf = \text{คะแนนถ่วงน้ำหนัก}$$

1. การหาค่าน้ำหนัก ซึ่งได้มาจากคะแนนการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการ ถือเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้คะแนนรายชื่อของทั้ง 6 ปัจจัย ด้วยการพิจารณาจากความถี่ที่พูดถึงบ่อย ๆ หรือเน้นประโยชน์นั้น ๆ ซึ่งผู้วิจัยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

พูดว่าสำคัญมากหรือพูดถึงบ่อย ๆ	ให้คะแนนเท่ากับ	3
สำคัญน้อยถึงปานกลางหรือไม่ค่อยพูดถึง	ให้คะแนนเท่ากับ	2
ไม่ให้สำคัญหรือไม่พูดถึงเลย	ให้คะแนนเท่ากับ	1
สูตรการหาค่าน้ำหนัก		

$$w = \frac{(\sum a/\sqrt{n})}{\sum B}$$

ทั้งนี้เมื่อหาค่าน้ำหนักในแต่ละข้อมาบวกรวมกันแล้ว ในแต่ละปัจจัยจะต้องได้ค่าน้ำหนักรวมเท่ากับ 1 เสมอ

2. การหาค่าคะแนนได้มาจากการแบบสอบถามในตอนที่ 3 เรื่องความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารที่ผู้ประกอบการจำนวน 68 คน เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม นำค่าความคิดเห็นที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย

3. การหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก นำค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักที่ได้ในแต่ละข้อเมื่อนำมาบวกรวมกันแล้วจะต้องมีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมระหว่าง 1-3 คะแนน (คะแนนเต็ม 3 คะแนน)

สูตรการหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก

$$wf = w * f$$

ผลการวิเคราะห์หาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักของความสามารถในการแข่งขันทั้ง 6 ด้าน
ดังตารางที่ 4-69 ถึง 4-75

ตารางที่ 4-69 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้านปัจจัยการผลิต

ปัจจัยการผลิต	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
1. พัทธยาอยู่ใกล้กรุงเทพฯและสนามบินสุวรรณภูมิ	0.06	2.95	0.19
2. ภาพลักษณ์/ชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว	0.09	2.71	0.24
3. ระบบสาธารณสุขประโภค	0.11	2.23	0.24
4. ความพร้อมของตำรวจในการลดปัญหาอาชญากรรม	0.04	1.87	0.07
5. การจราจร	0.07	1.73	0.12
6. สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ	0.08	2.38	0.18
7. คุณภาพและทักษะของบุคลากรในกิจการ	0.10	2.35	0.24
8. ทักษะและความสามารถของผู้ประกอบการ	0.06	2.65	0.17
9. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน	0.06	2.07	0.12
10. ความพอเพียงของแหล่งเงินทุน	0.05	2.19	0.12
11. เทคโนโลยีในการผลิต/ บริการที่ทันสมัย	0.04	2.57	0.11
12. คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	0.09	2.56	0.23
13. ความเพียงพอของวัตถุดิบการผลิตในพื้นที่	0.11	2.45	0.26
14. อัยยาศัยไมตรีของคนในพื้นที่	0.04	2.87	0.10
รวมคะแนน	1.00		2.39

ตารางที่ 4-69 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร ด้านปัจจัยการผลิต จำนวน 14 ข้อ พบว่า มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมเท่ากับ 2.39

ตารางที่ 4-70 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์

เงื่อนไขด้านอุปสงค์	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
1. การเติบโตของนักท่องเที่ยวตลาดบน	0.07	2.65	0.19
2. อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวไทย	0.15	2.52	0.37
3. อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	0.18	2.73	0.50
4. การที่นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะสถานบันเทิงและ Sex Tourism	0.12	2.42	0.30
5. ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	0.16	2.53	0.40
6. ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย	0.16	2.35	0.37
7. ความต้องการบริการใหม่ ๆ ของนักท่องเที่ยว	0.09	2.65	0.23
8. ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงสุขภาพ เป็นต้น	0.07	2.33	0.17
รวมคะแนน	1.00		2.53

ตารางที่ 4-70 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ จำนวน 8 ข้อ พบว่า มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมเท่ากับ 2.53

ตารางที่ 4-71 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
1. การแนะนำและส่งต่อลูกค้าระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว	0.10	2.72	0.28
2. สถานศึกษาผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพเหมาะสมกับธุรกิจท่องเที่ยว	0.08	2.58	0.20
3. วัตถุดิบประเภทอาหารทะเลนำเข้าจากในพื้นที่	0.15	2.64	0.39
4. การเชื่อมโยงของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน	0.17	2.59	0.44
5. การมีชีพพลายเออร์อยู่ในพื้นที่	0.20	2.73	0.55
6. ธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวพันอยู่ในพื้นที่เดียวกัน	0.12	2.65	0.33
7. การแลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารระหว่างธุรกิจต่าง ๆ ในเครือข่าย	0.18	2.64	0.47
รวมคะแนน	1.00		2.65

ตารางที่ 4-71 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน จำนวน 7 ข้อ พบว่า มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมเท่ากับ 2.65

ตารางที่ 4-72 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ

บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
1. การกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันด้วยคุณภาพการให้บริการ			
1.1 ให้บริการ	0.15	2.55	0.37
2. การตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานการบริการ	0.13	2.59	0.35
3. การรวมกลุ่มในการจัดซื้อวัตถุดิบ	0.11	2.15	0.24
4. การร่วมมือกับภาครัฐ สมาคม หรือผู้ประกอบการในการทำการตลาดร่วมกัน	0.18	2.24	0.40
5. การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารงาน	0.10	2.17	0.22
6. การโฆษณาในรูปแบบต่างๆ	0.12	2.35	0.29
7. การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของกิจการ	0.13	2.31	0.31
8. การพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ทันสมัย	0.08	2.47	0.19
รวมคะแนน	1.00		2.37

ตารางที่ 4-72 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ จำนวน 8 ข้อ พบว่า มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมเท่ากับ 2.37

ตารางที่ 4-73 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้

เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
1. ปัญหาราคาน้ำมันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง	0.09	1.08	0.10
2. สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพงขึ้น	0.12	1.03	0.12
3. ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศ	0.07	1.14	0.08
4. เหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศ	0.12	1.06	0.12
5. จำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น	0.18	1.28	0.23
6. ความสามารถของคู่แข่ง	0.19	1.37	0.26
7. ความผันผวนของฤดูกาล	0.16	1.24	0.20
8. การขึ้นลงของอัตราดอกเบี้ย	0.07	1.33	0.09
รวมคะแนน	1.00		1.21

ตารางที่ 4-73 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้าน
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ จำนวน 8 ข้อ พบว่า มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมเท่ากับ 1.21

ตารางที่ 4-74 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้านหน่วยงานภาครัฐ

หน่วยงานภาครัฐ	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วง น้ำหนัก
1. การเปลี่ยนแปลงนโยบายของเมืองพัทยาจากการ เลือกตั้ง	0.06	1.92	0.12
2. การสนับสนุนการท่องเที่ยวของภาครัฐ	0.16	2.5	0.39
3. ความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมาย	0.08	1.91	0.16
4. การแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา	0.16	2.44	0.39
5. การจัดสรรพื้นที่/ กำหนดผังเมืองด้านการจราจร	0.11	2.22	0.23
6. การจัดสรรพื้นที่/ กำหนดผังเมืองด้านอาคาร	0.11	2.19	0.23
7. การเป็นศูนย์กลางการแข่งขันกีฬาทางน้ำระดับ โลก	0.06	2.82	0.18
8. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของกระทรวงการ ท่องเที่ยวและกีฬา	0.09	2.81	0.27
9. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	0.17	2.74	0.46
รวมคะแนน	1.00		2.43

ตารางที่ 4-74 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้าน
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ จำนวน 9 ข้อ พบว่า มีคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมเท่ากับ
2.43

ตารางที่ 4-75 สรุปค่าปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา
จังหวัดชลบุรี

ปัจจัย	ปัจจัยภายนอก (คะแนนเต็ม 5)	ปัจจัยภายใน (คะแนนเต็ม 3)
1. ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย วิสาหกิจ	3.52	-
2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่าย วิสาหกิจ	3.71	-
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่าย วิสาหกิจ	3.98	-
4. เจือใจด้านเวลาและสถานการณ์ในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.86	-
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการใน การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.70	-
6. ปัจจัยการผลิต	-	2.39
7. เจือใจด้านอุปสงค์	-	2.53
8. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	-	2.65
9. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	-	2.37
10. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	-	1.21
11. หน่วยงานภาครัฐ	-	2.43
รวม	3.75	2.26

ตารางที่ 4-75 เป็นการสรุปค่าคะแนนของแต่ละปัจจัย แบ่งเป็น 2 มิติ คือ ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้จากการวัดระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการใน ส่วนที่ 2 ของแบบสอบถาม ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ มีค่าเท่ากับ 3.52 การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ มีค่าเท่ากับ 3.71 การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ มีค่าเท่ากับ 3.98 เจือใจด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ มีค่าเท่ากับ 3.86 และระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ มีค่าเท่ากับ 3.70 เนื่องจากในส่วนของ

ปัจจัยภายในไม่ได้มีการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการจึงนำข้อมูลเชิงปริมาณมาใช้ในการประเมินค่าปัจจัยภายใน

ส่วนปัจจัยภายนอก คือ ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ แบ่งเป็น 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยการผลิต มีค่าเท่ากับ 2.40 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ มีค่าเท่ากับ 2.53 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน มีค่าเท่ากับ 2.65 บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ มีค่าเท่ากับ 2.36 เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ มีค่าเท่ากับ 1.21 และหน่วยงานภาครัฐ มีค่าเท่ากับ 2.43 ซึ่งวิธีการประเมินค่าปัจจัยภายนอกได้อธิบายไว้ในตารางข้างต้นแล้ว

ตารางที่ 4-76 การประเมินศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ปัจจัย	\bar{X}	SD	คะแนนถ่วงน้ำหนัก	ช่วงความเชื่อมั่น (CI)
1. ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ (X_2)	3.75	0.30	-	0.06
2. ความสามารถในการแข่งขัน (X_1)	2.25	0.23	2.26	0.05

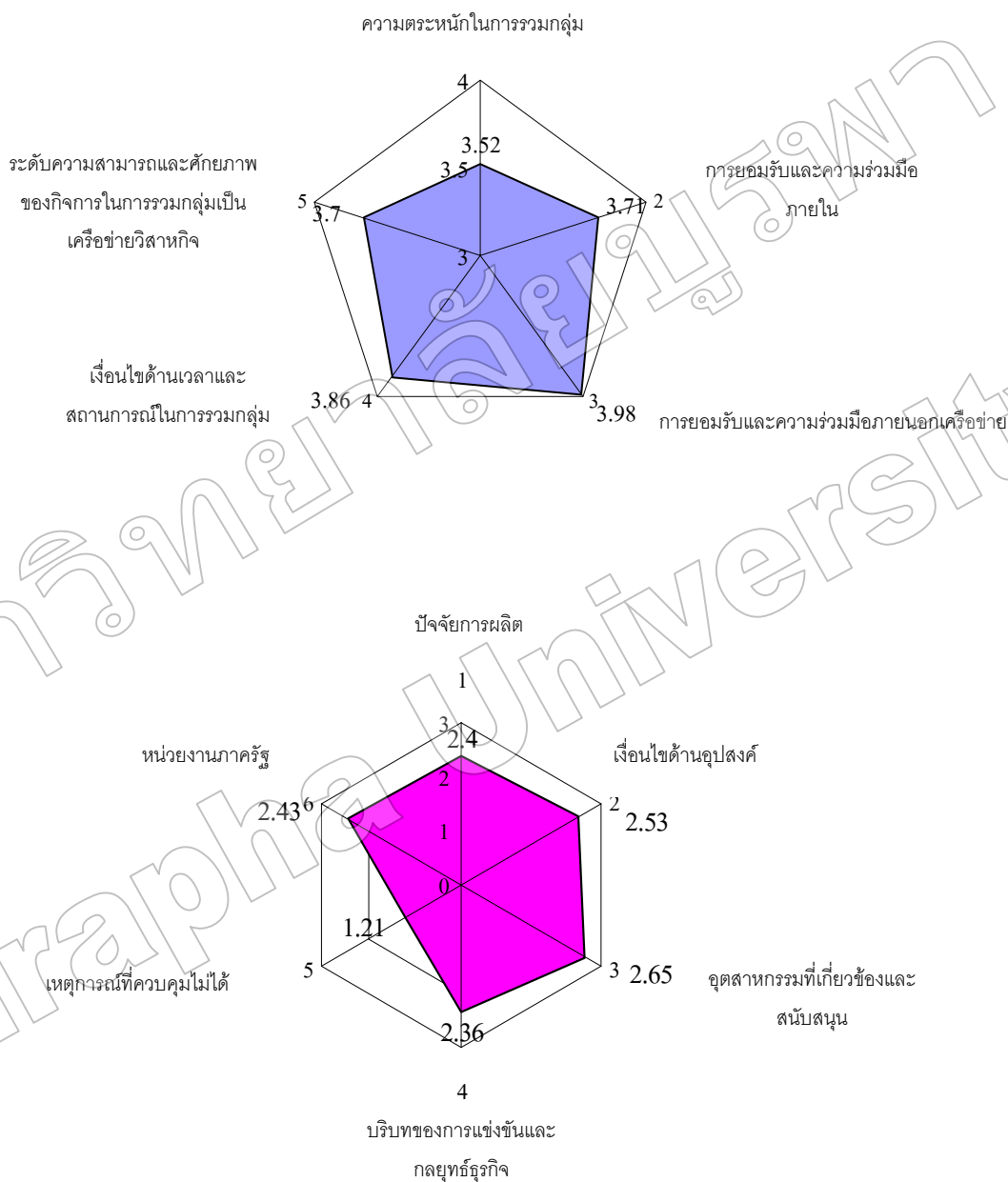
ตารางที่ 4-76 พบว่า ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจซึ่งเป็นปัจจัยภายในในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.30 จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 86 คน และช่วงความเชื่อมั่น (CI) ซึ่งคำนวณได้จากสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความเชื่อมั่น } (X_2) &= \bar{X} \pm Z (SD) / \sqrt{n} \\ &= 3.75 \pm (1.96) (0.30) / 9.27 \\ &= 0.06 \end{aligned}$$

ส่วนความสามารถในการแข่งขันซึ่งถือเป็นปัจจัยภายนอกในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.23 คะแนนถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 2.26 จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 86 คน และช่วงความเชื่อมั่น (CI) ซึ่งคำนวณได้จากสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความเชื่อมั่น } (X_1) &= \bar{X} \pm Z (SD) / \sqrt{n} \\ &= 2.25 \pm (1.96) (0.23) / 9.27 \\ &= 0.05 \end{aligned}$$

โดยช่วงความเชื่อมั่นที่คำนวณในด้านความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจและ
ความสามารถในการแข่งขันนำไปสร้างกราฟ ดังภาพที่ 4-1



ภาพที่ 4-1 ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ
ร้านอาหาร

ระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมือง
พัทยา จังหวัดชลบุรี ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจด้าน

การท่องเที่ยว ประเภทร้านอาหารเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวต่ำ
ระดับความสามารถในการแข่งขันต่ำ

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวต่ำ
ระดับความสามารถในการแข่งขันปานกลาง

กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวต่ำ
ระดับความสามารถในการแข่งขันสูง

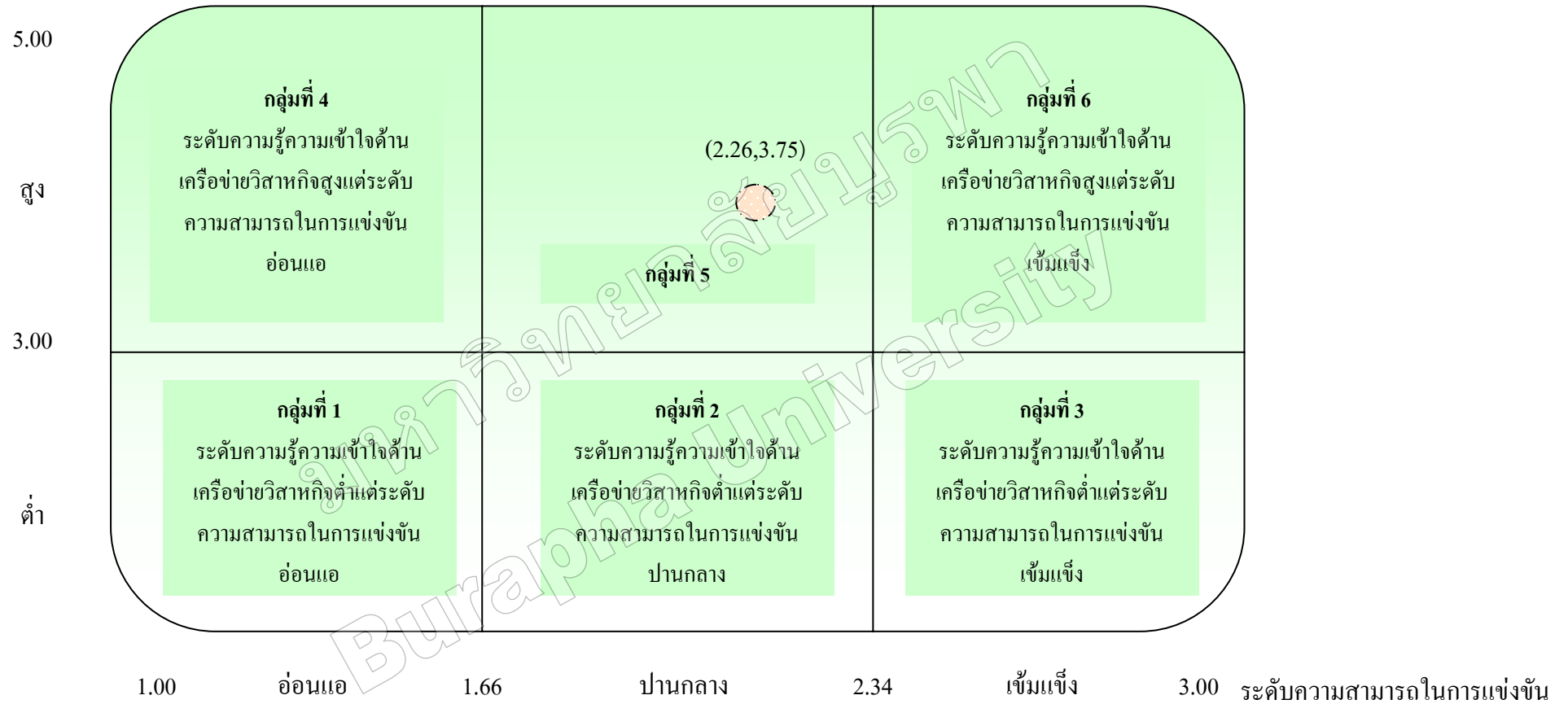
กลุ่มที่ 4 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสูง
ระดับความสามารถในการแข่งขันต่ำ

กลุ่มที่ 5 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสูง
ระดับความสามารถในการแข่งขันปานกลาง

กลุ่มที่ 6 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสูง
ระดับความสามารถในการแข่งขันสูง

จากการประเมินระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร พบว่า มี
คะแนนถ่วงน้ำหนักรวมเท่ากับ 2.25 และเมื่อคำนวณขอบเขตของความสามารถในการแข่งขันด้วย
ช่วงความเชื่อมั่นมีค่าเท่ากับ 0.05 ส่วนการประเมินด้านความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ มี
ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 3.75 และเมื่อขอบเขตของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้วย
ช่วงความเชื่อมั่นมีค่าเท่ากับ 0.06 หลังจากนั้นนำค่าที่คำนวณได้มาหาค่าแห่งและสร้างกราฟ
พบว่า ศักยภาพของธุรกิจร้านอาหารจะอยู่ในกลุ่มที่ 5 ถือเป็นกลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจ
เครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสูง แต่มีระดับความสามารถในการแข่งขันปานกลาง รูปที่ได้มี
ลักษณะเป็นค่อนข้างกลม แสดงว่า ธุรกิจร้านอาหารมีความแตกต่างด้านความรู้ความเข้าใจเรื่อง
เครือข่ายวิสาหกิจมากกว่าด้านความสามารถในการแข่งขัน ดังภาพที่ 4-2

ระดับความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่าย



ภาพที่ 4-2 ระดับศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากภาพที่ 4-2 สรุปได้ว่า ธุรกิจร้านอาหารในเมืองพัทยา ธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่มีการรวมกลุ่มค่อนข้างน้อย แต่ก็พอมีการรวมกลุ่มในรูปแบบของชมรม/ สมาคมต่าง ๆ เช่น ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหาร สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา เป็นต้น ซึ่งสมาชิกในกลุ่มจะมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารความรู้ซึ่งกันและกัน จึงทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับการรวมกลุ่มเครือข่าย แต่ทั้งนี้อาจจะมีความเข้าใจสับสนระหว่างเครือข่ายกับเครือข่ายวิสาหกิจ และประโยชน์ของเครือข่ายวิสาหกิจ

ส่วนความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง อันเนื่องมาจากร้านอาหารเป็นธุรกิจที่เน้นทักษะเฉพาะทางมากกว่าธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการ ร้านอาหารแต่ละร้านจะเน้นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ได้แก่ รสชาติ การตกแต่งภายในร้าน เมนูอาหาร และความเก่าแก่ของร้าน เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่า ร้านอาหารยังมีข้อจำกัดของการเข้าถึงวัตถุดิบในท้องถิ่น ขาดพนักงานที่มีทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ รวมทั้งการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินยังจำกัด และลูกค้ามีความต้องการสินค้า/ บริการพื้นฐานที่ไม่ซับซ้อนมาก ทำให้ผู้ประกอบการขาดแรงจูงใจต่อการพัฒนานวัตกรรม

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจร้านอาหารถือว่ามีความพร้อมทางด้านศักยภาพและความสามารถในการรวมกลุ่มกับธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ในการเข้าถึงวัตถุดิบ ข้อมูลข่าวสาร ทรัพยากรต่าง ๆ โครงสร้างพื้นฐาน และแหล่งเงินทุน รวมทั้งสามารถแลกเปลี่ยนสินค้า/ บริการ และบุคลากร ในการเติมเต็มห่วงโซ่มูลค่าให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่การยกระดับความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา ที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการประกอบธุรกิจ และความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ร่วมกับการประเมินศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจและการทำนายลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหารที่สามารถรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีต่อไป

การศึกษานี้ใช้การวิจัยผสมผสานแบบเชิงปริมาณและคุณภาพ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของ หุ่นส่วน เครือญาติ หรือผู้จัดการของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา ที่เข้าร่วม โครงการอาหารสะอาด รสชาติอร่อย ในปี 2551 จำนวน 86 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินความเที่ยงตามเนื้อหาด้วยการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอ้างอิง คือ t -test และ F -test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบกอนหิมะ จำนวน 7 ตัวอย่าง สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยตัวแบบไดมอนด์และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปผลและอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

สรุปผล

ข้อมูลส่วนบุคคลและการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.7 อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 41.9 การศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 37.2 เจ้าของคนเดียว ร้อยละ 64.0 โดยระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 9 ปี ร้อยละ 36.0 มีจำนวนที่นั่งต่ำกว่า 150 ที่นั่ง ร้อยละ 72.1 พนักงานต่ำกว่า 10 คน ร้อยละ 47.7 ทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,001-5,000,000 บาท ร้อยละ

53.7 โดยที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท ร้อยละ 51.3 กิจการในพื้นที่เป็นร้านอาหารที่มีเมนูหลักเป็นอาหารต่างประเทศ ร้อยละ 44.2 ลูกค้ำที่เดินทางมาเอง ร้อยละ 91.9 และส่วนใหญ่ไม่มีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ถ้าเคยมีการรวมกลุ่มจะเป็นสมาชิกชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัทยา และสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ปัจจุบันยังคงเป็นสมาชิกของกลุ่มเครือข่าย ร้อยละ 72.7 นอกจากนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 76.1

ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว พบว่าผู้ประกอบการร้านอาหารมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความรู้ความเข้าใจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจมากที่สุด และเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ และระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจนั้นอยู่ในระดับปานกลาง

ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร

ผลการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่าปัจจัยที่ถือเป็นโอกาส/จุดแข็งแก่ธุรกิจ คือ ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน ขริบทการแข่งขันและการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจ และปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ ส่วนเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ถือเป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจต่างกันมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน สามารถแบ่งสมมติฐานย่อย ได้แก่

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีเพศต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีอายุต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้าน

และสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่าง

ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มสมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยาต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่าง

และผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มอื่น ๆ ต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน รวมทั้งผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกในปัจจุบันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน สามารถแบ่งสมมติฐานย่อย ได้แก่

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีเพศต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีอายุต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เงื่อนไขด้านอุปสงค์ และบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประเภทกิจการต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทกิจการต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.6 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีขนาดกิจการต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีขนาดกิจการต่างกั้มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ในภาพรวมแตกต่างกันไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประเภทร้านอาหารต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีจำนวนการจ้างงานต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการงานต่างกั้มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.9 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีทุนจดทะเบียนต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.10 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิตและบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.11 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประเภทลูกค้าหลักต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีลูกค้าบริษัท/ห้างร้าน/หน่วยงานราชการมีความสามารถในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ และลูกค้าประชุมสัมมนา มีความสามารถในการแข่งขันด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.12 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีการรวมกลุ่มต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไม่แตกต่างกัน และผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกในปัจจุบันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโดยรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนแตกต่างกันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจมีอิทธิพลสามารถร่วมทำนากับประเภทกิจการ ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน และความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยหรือตัวแปรอิสระในด้าน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาทเท่านั้นที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำนายความน่าจะเป็นของการที่ผู้ประกอบการจะเป็นกลุ่มที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ

ข้อมูลการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ดังนี้

1. ปัจจัยการผลิต ประกอบด้วย

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ พบว่า ในช่วงฤดูการท่องเที่ยว กิจการจะมีการจ้างพนักงานชั่วคราว ส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียนระดับปวช./ ปวส. หรือนักศึกษาปริญญาตรีที่มาจากพื้นที่ใกล้เคียง ได้แก่ วิทยาลัยอาชีวะบางละมุง วิทยาลัยอาชีวะสัตหีบ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และมหาวิทยาลัยบูรพา เป็นต้น หรือที่มาจากต่างจังหวัดเพื่อมาทำงานในช่วงปิดเทอม ซึ่งมาจากจังหวัดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นส่วนใหญ่ เช่น นครราชสีมา ศรีสะเกษ และร้อยเอ็ด เป็นต้น นอกจากนี้จะมีการจ้างพนักงานชั่วคราวจาก

การแนะนำจากพนักงานในกิจการที่เป็นเครือญาติหรือเพื่อน ได้คำตอบแทนเป็นค่าแรงขั้นต่ำต่อวัน ในช่วงไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว กิจการมีจะจ้างเฉพาะพนักงานประจำ โดยปกติจะไม่มีการฝึกอบรม พนักงาน ต้นทุนสูง กิจการจะสร้างแรงจูงใจให้พนักงานด้วยการสร้างวัฒนธรรมในองค์กร โดยการบริหารงานแบบเพื่อนหรือครอบครัวให้สวัสดิการที่พักอาศัยและอาหารฟรีแก่พนักงาน รวมทั้งโบนัสให้แก่พนักงาน นอกจากนี้ยังพบว่า ธุรกิจร้านอาหารขาดแคลนพนักงานที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษ จีน เกาหลี และรัสเซีย จำนวนมาก ในส่วนทักษะการปรุงอาหาร ผู้ประกอบการมีวิธีการเลือกผู้ทำอาหารไม่เป็นนำมาฝึกสอนใหม่ เนื่องจากผู้ทำอาหารเป็นจะไม่ค่อยยอมรับสิ่งที่ทางร้านสอนให้ และอาจทำให้สูตรอาหารเปลี่ยน ถ้าเป็นร้านอาหารต่างประเทศ จะมีการนำผู้มาจากต่างประเทสนั้น ๆ เพื่อมาประกอบอาหาร

1.2 โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่พอใจมากในด้านระบบการสื่อสาร พึงพอใจปานกลางในด้านระบบการขนส่ง เช่น ถนน ท่าเรือ รถสองแถวและระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ผู้ประกอบการบางรายเสนอความคิดเห็นว่า ระบบคมนาคมขนส่งในส่วนของการสองแถว ในเขตเมืองพัทยา จะมีปัญหาการจัดระเบียบการจราจร เนื่องจากจอดครัดไม่ตรงป้าย รวมทั้งมีรถที่เข้าเบอร์ที่เรียกว่า “รถผี” ทำให้เกิดการจราจรติดขัดมากขึ้น การเมืองพัทยามีใกล้กับสนามบินสุวรรณภูมิและมีทางหลวงสายมอเตอร์เวย์ ซึ่งทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวเดินทางได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น ในส่วนของระบบน้ำประปาจะมีปัญหาน้ำประปาไม่เพียงพอและน้ำไหลช้า รวมทั้งค่าน้ำประปาที่มีราคาสูงและกิจการต้องชำระค่าน้ำเสียตามมิเตอร์น้ำประปา ทำให้กิจการมีต้นทุนเพิ่มขึ้น

1.3 ทรัพยากรทุน พบว่า แหล่งเงินทุนของกิจการแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ เงินลงทุนส่วนตัว และเงินทุนจากสถาบันการเงินต่าง ๆ เช่น ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย และธนาคารออมสิน เป็นต้น

1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ พบว่า เมืองพัทยามีความหลากหลายทางธรรมชาติ นอกจากนี้ยังได้เปรียบทางด้านภูมิอากาศ ซึ่งแบ่งฤดูกาลเป็น 2 ช่วง คือ ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวในเขตพัทยาเหนือ กลาง ใต้ ประมาณเดือน กันยายนถึง ตุลาคม ส่วนพัทยากลางและพัทยาใต้ ประมาณเดือนสิงหาคม กันยายน และตุลาคม ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวในเขตพัทยาเหนือ กลาง ใต้ ประมาณ 10 เดือน และพัทยากลางและพัทยาใต้ ประมาณ 9 เดือน แม้ว่าเป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวก็มีย่านนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่มีอำนาจในการซื้อค่อนข้างน้อยเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงนี้ เนื่องจากราคาค่าห้องพักถูก

1.5 วัฒนธรรม เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมเยือน อาทิเช่น ประเพณีวันไหล เทศกาลกินเจ และความมีอัธยาศัยไมตรีของคนในพื้นที่ที่เป็นจุดขายของการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ พบว่า เมืองพัทยามีอัตราการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นทุกปี ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง มีความคาดหวังบริการที่สุภาพ อัธยาศัยที่ดี ส่วนด้านรสชาติและรูปลักษณะของอาหาร และยังเรียกร้องอาหารที่มีคุณภาพแต่ราคาถูก ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการเพียงแค่ความสะดวก บรรยากาศภายในร้าน และความถูกต้องของอาหารที่สั่ง นอกจากนี้พบว่า มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจเฉพาะสถานบันเทิงและ Sex Tourism

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน โดยจะพิจารณาใน 2 ลักษณะ คือ

3.1 ความเชื่อมโยงของผู้ผลิต/ผู้จัดหาวัตถุดิบในพื้นที่ ดังนี้

3.1.1 กลุ่มผู้ค้าส่งในตลาดสด แบ่ง 2 ประเภท คือ ตลาดสดในพื้นที่ (บางละมุง) เป็นกลุ่มที่จัดส่งวัตถุดิบประเภทของสดให้แก่ร้านอาหาร โดยรูปแบบในการซื้อขายวัตถุดิบในลักษณะการซื้อขายกันมานานจนกลายเป็นเจ้าประจำ วัตถุดิบเหล่านี้จะมาจากคำสั่งแบบวันต่อวัน สามารถสั่งไว้ล่วงหน้าและมารับในวันรุ่งขึ้นได้ ตลาดสดนอกพื้นที่ เช่น ตลาดไท เป็นต้น

3.1.2 กลุ่มผู้จัดส่งวัตถุดิบประเภทแช่ฟลายเออร์ ทำหน้าที่เป็นผู้หาและคัดเลือกวัตถุดิบให้แก่ร้านอาหาร เช่น Pattaya Best Food ชาติผลกิจ และ Belucky เป็นต้น โดยวัตถุดิบที่ซื้อจะเป็นทั้งของสดและของแห้ง

3.1.3 ซุปเปอร์มาเก็ต ได้แก่ เทสโก้โลตัส แม็คโคร คาร์ฟูร์ ฟู๊ดแลนด์ และบิ๊กซี เป็นต้น

3.2 ความเชื่อมโยงเชิงความร่วมมือ ซึ่งเป็นการประสานร่วมมือกันของธุรกิจต่าง ๆ ในเครือข่ายวิสาหกิจ เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลข่าวสาร การร่วมมือกันในการพัฒนาทักษะของบุคลากร การทำวิจัย หรือการทำการตลาด ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจนั้นสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตและการบริการที่มีคุณภาพและราคาถูก และสามารถสร้างนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ แบ่งเป็น 6 กลุ่ม คือ การเชื่อมโยงกับกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว ความเชื่อมโยงกับกลุ่มชมรมและสมาคม ความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานรัฐและรัฐวิสาหกิจ ความเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษา ความเชื่อมโยงของสถาบันการเงิน และความเชื่อมโยงกับผู้ให้บริการเฉพาะด้าน

4. บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการในเมืองพัทยาสนใจเพียงการแข่งขันกับคู่แข่งเฉพาะในพัทยามากกว่าการให้ความสำคัญกับกลยุทธ์เพื่อแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในต่างประเทศ

5. เหตุที่ควบคุมไม่ได้ ผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ เช่น เหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหนีไปเที่ยวยังประเทศใกล้เคียง ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลก ทำให้ราคาน้ำมันและสินค้าอุปโภคบริโภคมีราคาสูงขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการก็ต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่าย สิ่งเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารในการดำเนินกิจการให้สามารถอยู่รอดในภาวะการณ์เช่นนี้

6. บทบาทหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา มีหน้าที่ในการหาตลาดเป้าหมายและจัดกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในพัทยา เช่น การจัดเทศกาลต่าง ๆ การออกโรดโชว์ และการฝึกอบรมและให้ความรู้แก่บุคลากร เป็นต้น ซึ่งได้กล่าวไว้แล้วก่อนหน้านี้ ในส่วนของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน ในส่วนการจัดสรรพื้นที่ กำหนดผังเมือง ด้านการจราจร ทางเมืองพัทยาได้มีการปรับปรุงและขยายช่องทางจราจรใหม่ เพื่อสามารถจราจรได้สะดวกขึ้น

อภิปรายผล

ผลการศึกษานี้สามารถอภิปรายผลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และเทียบกับแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยแบ่งตามประเด็นการวิจัยได้ดังนี้

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยาส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารในเมืองพัทยามีสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง สืบเนื่องจากการที่พัทยาเป็นเมืองที่มีศักยภาพและความพร้อมในหลายด้านที่เกื้อหนุนต่อธุรกิจท่องเที่ยว ประกอบกับมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จึงถือเป็นทำเลทองในการลงทุนของนักธุรกิจทุกระดับ อีกทั้งร้านอาหารเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้งเงินลงทุนมากนัก รวมทั้งกฎหมาย/ ข้อบังคับในการเริ่มต้นธุรกิจไม่ยุ่งยาก และถูกลดหย่อนแบบได้ง่าย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องแสวงหาความรู้ใหม่เพิ่มเติม เพื่อให้ธุรกิจของตนสามารถรอดพ้นในสถานการณ์เช่นนี้ได้ การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจจึงเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับผู้ประกอบการ โดยประโยชน์ที่ได้จากการรวมกลุ่มประการหนึ่ง คือ การพัฒนานวัตกรรมด้านการบริการร่วมกัน ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญใน

การกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยว (ฉพงษ์ สงวนนภาพร, 2548; Morgan, 1997; Asheim; 1997; Coe & Townsend, 1998; Castells & Hall, 1994; Keeble & Wilkinson, 2000) ซึ่งผู้ประกอบการจะมีความสามารถในการเรียนรู้จากประสบการณ์ และแสวงหาความรู้เพิ่มเติมในเรื่องที่สนใจ (อาทิตย์ วุฒิกะโร, 2543; Minniti & Bygrave, 2000; Bandura, 1986)

เมื่อจำแนกความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารในเมืองพัทลุงมีความรู้ความเข้าใจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจมากที่สุด เนื่องจากธรรมชาติของธุรกิจเดียวกันจะถือว่าเป็นคู่แข่งกัน ทำให้เกิดความไม่เชื่อใจกันและเกรงว่าคู่แข่งจะรู้ความลับของตนเอง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงยินดีที่จะรวมกลุ่มเครือข่ายภายนอกธุรกิจมากกว่า (Bogdan, 2007; Stuart, 2002; Martin & Sunley, 2003) ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้เป็นไปตามแนวคิดของ Porter (1998) กล่าวว่า เครือข่ายวิสาหกิจ คือ กลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้องมารวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน มีความร่วมมือเกื้อหนุน เชื่อมโยงและเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร โดยความเชื่อมโยงในแนวตั้งเป็นความเชื่อมโยงของผู้ประกอบการธุรกิจตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำและความเชื่อมโยงแนวนอนเป็นความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมสนับสนุนต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยและพัฒนาตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับ รัชนิกร วุฒิสรรฐไพบูรณ์ (2547) กล่าวว่า เครือข่ายวิสาหกิจเกิดจากความร่วมมือกันและการเชื่อมโยงต่อกันตลอดเวลาของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม ที่รวมตัวกันอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ผู้ประกอบการ ผู้ป้อนวัตถุดิบ และอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ต่อเนื่องทั้งหมด สถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัยพัฒนาองค์กรและสมาคมในภาคเอกชน ตลอดจนหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และแผนการดำเนินการ เพื่อพัฒนา ปรับปรุงสภาพแวดล้อมของทั้งอุตสาหกรรมร่วมกัน ซึ่งความร่วมมือและความเชื่อมต่อกันดังกล่าวจะก่อให้เกิดการกระจายด้านความรู้ รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการผลิตร่วมกัน และสามารถสร้างนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่ช่วยยกระดับการดำเนินธุรกิจให้เติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ส่วนงานวิจัยที่สนับสนุนแนวคิดนี้ คือ Jackson (2004) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่นในประเทศไทย: การสร้างศักยภาพธุรกิจในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจในเศรษฐกิจแบบสังคมนิยม พบว่า ทฤษฎีของพอร์ตเตอร์จะมีความเหมาะสมต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ ธุรกิจระดับจุลภาคก็ควรจะได้รับส่งเสริมและสนับสนุนในการพัฒนาด้านต่าง ๆ เช่นเดียวกับงานวิจัยเรื่อง เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาแม่บ้านร้อยเอ็ด ของเกรียงไกร กันแก้ว และคณะ (มปป. อ้างถึงใน รัชนิกร วุฒิสรรฐไพบูรณ์, 2547) พบว่า วิสาหกิจชุมชนจะพัฒนาให้มี

เครือข่ายที่เข้มแข็งได้นั้นจะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายทั้งจากกลุ่มวิสาหกิจเอง องค์กรภาครัฐ องค์กรเอกชน สถานศึกษา เยาวชน ผู้นำชุมชน กรอบกับอาศัยความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ร่วมมือร่วมใจกันที่จะสานต่อและดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง และเปิดโอกาสให้ทุกคนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของเครือข่าย

ผลการศึกษาคั้งนี้ยังยืนยันได้จากงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) ศึกษาเรื่อง แผนที่เครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ พบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจเดียวกันมักมีความระแวงและขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และต้องการรวมกลุ่มจากภายนอกธุรกิจมากกว่าที่จะผลักดันมาจากภายในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน

ส่วนความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจที่ผู้ประกอบการมีระดับความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด คือ ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกัน ยังมีความรู้ความเข้าใจไม่ถ่องแท้ อีกทั้งมองไม่เห็นว่าการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจช่วยพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพทางธุรกิจได้อย่างไร ทั้งนี้ผู้ประกอบการบางรายเห็นว่า การรวมกลุ่มทางธุรกิจอาจก่อให้เกิดปัญหาขัดแย้งทางธุรกิจ ได้ ซึ่งการประกอบธุรกิจเพียงลำพังสามารถทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้มากกว่า ผลการศึกษาดังกล่าวของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของเครือข่ายวิสาหกิจ และวิธีการแตกต่างกัน โดยเข้าใจว่า เครือข่าย เครือข่ายวิสาหกิจ/ คลัสเตอร์ และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เป็นเรื่องเดียวกัน ซึ่งที่จริงแล้วทั้ง 3 ประเภทมีความหมายต่างกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ เท็ดศักดิ์ สุวรรณปิฎก (2548) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทธุรกิจสมุนไพรเวชสำอาง ในจังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ประกอบการบางรายไม่เข้าใจความร่วมมือแบบเครือข่ายและการรวมกลุ่ม ส่วนผู้ประกอบการที่มีกรรวมกลุ่มเครือข่าย อธิบายว่า ในกลุ่มเครือข่ายยังขาดความเข้าใจในการร่วมกันจัดทำเครือข่าย ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการเหล่านี้จะต้องการความร่วมมือแบบเครือข่าย ตรงกับงานวิจัยของของนฤมล นิราทร (2542) กล่าวว่า การสร้างเครือข่ายควรเริ่มจากการตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างเครือข่าย เพื่อให้การทำงานบรรลุถึงเป้าหมาย โดยต้องทำความเข้าใจร่วมกันว่า องค์กรใดบ้างที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่าย จะได้รับประโยชน์หรือผลประโยชน์ใดบ้างที่จะต้องสูญเสียไป และการเข้าร่วมเครือข่ายจะใช้ระยะเวลาานเท่าใด

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว พบว่า เพศของผู้ประกอบการ

ร้านอาหาร ไม่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว เนื่องจากความรู้ความเข้าใจเกิดจากการสั่งสมจากประสบการณ์จริงและการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล ดังนั้นเพศชายและหญิงจึงไม่ถูกจำกัดทางการเรียนรู้ ซึ่งตรงกับแนวคิดของ สำนักงาน ก.พ.ร.และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2548) กล่าวว่า ความรู้ความเข้าใจ คือ ความทรงจำในเรื่องราว ข้อเท็จจริง รายละเอียดต่าง ๆ และความสามารถในการนำความรู้ที่เก็บรวบรวมมาใช้ตัดแปลง อธิบาย เปรียบเทียบในเรื่องนั้น ๆ ได้อย่างมีเหตุผล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ พรรณี ชูชัย เจนจิต (2538, หน้า 404-406) ได้สนับสนุนแนวคิดนี้ว่า พฤติกรรมขึ้นอยู่กับกระบวนการความคิดและการรับรู้ของแต่ละคน โดยกลุ่มบุคคลที่มีธรรมชาติภายในที่ใฝ่ใจเรียน จะมีการรับรู้ได้ดีกว่ากลุ่มอื่น ๆ นอกจากนี้ผลการศึกษาของ วิโรจน์ สงวนขวง (2544) พบว่า เพศเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการอายุ 51 ปีขึ้นไปจะมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจในด้าน การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายมากกว่าผู้ประกอบการในช่วงอายุอื่น ๆ เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีอายุอยู่ในช่วงนี้พร้อมไปกับการศึกษาและประสบการณ์พร้อมทั้งยังยอมเปิดรับความคิดใหม่ และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ดี (Sternberg, 1993) สอดคล้องกับงานวิจัยของวารี เจริญสกุลไชย (2536 อ้างถึงใน รุ่งรัชชา เกณฑ์วิถิ, 2548) พบว่า ปัจจัยด้านอายุมีอิทธิพลเป็นอันดับแรกต่อการมีส่วนร่วมในการประกอบกิจการ เมื่อผนวกเข้ากับการศึกษา และระยะการดำเนินกิจการที่เหมาะสมส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการให้เพิ่มสูงขึ้น เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ อภิสัทธี ประวัตติเมือง (2544 , หน้า 71 – 79) พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป สอดคล้องกับการศึกษาของ Ennew et al. (1994) พบว่า อายุมีความสำคัญกับการประกอบธุรกิจเป็นอย่างมาก อายุเป็นตัวบ่งชี้ถึงอิสระในการทำงานและทำงานตามความสามารถที่มีต่อเมื่ออายุมากขึ้นก็จะมีความต้องการประกอบธุรกิจส่วนตัว และมีการพัฒนาความสามารถมากขึ้น จากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้มาในอดีต

ผู้ประกอบการที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ ในด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายสูงกว่าผู้ประกอบการที่จบการศึกษาในระดับอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงนั้น ได้มีการเรียนรู้ทักษะด้านการบริหารจัดการ มีการคิดวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบจากการที่ได้ศึกษามา ทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีความสามารถในการปรับตัวและยินดีรับแนวคิดใหม่ในการบริหารและพัฒนากิจการในด้านต่าง ๆ สอดคล้องกับการศึกษาของ Rissal (1992) พบว่า ปัจจัยด้านพื้นฐานทางการศึกษาของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนต่อความรู้ความเข้าใจในด้านต่าง ๆ ของ

ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ภัทรพงศ์ วงศ์แสนสุข (2551) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายของธุรกิจนำเข้าในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ยังพบว่า ประเภทกิจการและระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แสดงให้เห็นว่า ประเภทกิจการและระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ไม่ส่งผลต่อทัศนคติในการรวมกลุ่มเครือข่าย วิสาหกิจเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งผลศึกษาของ Cooper Gemino-Gascon & Woo (1991; & Woo et al, 1989) พบว่า ระยะเวลาการทำงานและประเภทกิจการไม่มีความสัมพันธ์ กับความสำเร็จในการดำเนินงาน ในขณะที่ผลการศึกษานี้ขัดแย้งกับการศึกษาของ ปรชันันท์ กังวานปิยศักดิ์ (2550) พบว่า กิจการที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการเป็นเวลานาน จะมีความรู้ ความสามารถในการดำเนินธุรกิจที่ทำอยู่เป็นอย่างดี ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่ากิจการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อย และจาก การศึกษาของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2546, หน้า 140) กล่าวว่า กิจการที่มี ระยะเวลาดำเนินกิจการเป็นเวลานานยังมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นเรื่อย ๆ และอาทิตย์ วุฒิศะโร (2543) ได้ศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานนานสามารถนำเอา ความรู้และประสบการณ์ในอดีตมาประยุกต์ใช้กับการทำงานในปัจจุบันได้ดี

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีขนาดกิจการ 151-400 ที่นั่ง พนักงาน จำนวน 31-50 คน และทุนจดทะเบียน 5,000,001-10,000,000 บาท มีความรู้ความเข้าใจเรื่อง เครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างจากสถานประกอบการที่ไม่มีคุณลักษณะดังกล่าว เนื่องจาก ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางมีศักยภาพและความพร้อมในการรวมกลุ่มมากกว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมที่มีข้อจำกัดในการบริหารจัดการ รวมทั้งเน้นกลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อความอยู่รอดเท่านั้น จึงมักไม่ให้ความสนใจกับการรวมกลุ่มเท่าที่ควร ซึ่งยืนยันได้ผลการศึกษา ของ ทศนีย์ ลิ้มสุวรรณ และคณะ (2550; Allington, 2007) พบว่า ปัญหาในการพัฒนาศึกษาของ ร้านอาหาร ได้แก่ การขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ การควบคุมต้นทุนค่าอาหาร การโฆษณา การหาแม่ครัว และการขาดความร่วมมือระหว่างร้านอาหารด้วยกัน ซึ่งยืนยันได้ผลการศึกษาของ ยุพิน หมีใจเจริญ (2550) ที่ศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมยังขาดความพร้อมทางด้าน แหล่งเงินทุน ทำให้ไม่สามารถขยายและพัฒนาธุรกิจได้ ซึ่งปัจจัยทางเหล่านี้มีส่วนสำคัญต่อ ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ทั้งนี้ เหมวรรณ กิจวิมลตระกูล (2548) ศึกษาพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังประสบปัญหา

ในการดำเนินกิจการอยู่มาก อาจเกิดจากนโยบายของรัฐที่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของภาคเอกชนได้ทั้งหมด และภาคเอกชนที่ยังขาดความรู้ความสามารถที่ทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนในการประกอบธุรกิจ ตลอดจนขาดเทคโนโลยีในการผลิตหรือบริการ สอดคล้องกับ มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย (2550) พบว่า วิชาธุรกิจที่มีการใช้ประโยชน์จากการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐสูง จะมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าวิชาธุรกิจที่ใช้ประโยชน์จากการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐน้อย

ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีเมนูอาหารไทยเป็นหลักมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิชาธุรกิจในการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิชาธุรกิจและเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิชาธุรกิจมากกว่าผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีเมนูอาหารต่างประเทศเป็นหลัก เนื่องจากผู้ประกอบการร้านอาหารในเมืองพัทยา ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของคนไทยที่มีข้อได้เปรียบเทียบเรื่องความรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรมการรวมกลุ่มกันมากกว่าผู้ประกอบการชาวต่างชาติ (Lefvre & Chapain, 2005; Dickson et al.; 1999)

สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีกลุ่มลูกค้าทั้งจากบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ และประเภทประชุมสัมมนา มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิชาธุรกิจการท่องเที่ยวยุคใหม่สูงกว่าลูกค้าประเภทอื่น ๆ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเหล่านี้มาจากการปฏิสัมพันธ์ร่วมกับธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวแทนนำเที่ยว ซึ่งมีการส่งต่อลูกค้าระหว่างกัน สถานการณ์นี้สอดคล้องกับแนวคิดของ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543; Best, 1998; Porter, 1990) กล่าวว่า เครือข่ายทำให้เกิดการติดต่อและส่งต่อลูกค้าระหว่างธุรกิจ อีกทั้งยังมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในด้านต่าง ๆ ร่วมกัน และงานวิจัยของ Keller (2006) ที่ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งในและต่างประเทศ จะมีห่วงโซ่ธุรกิจสัมพันธ์ เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสถานบันเทิง เป็นต้น

ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีการรวมกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิชาธุรกิจการท่องเที่ยวยุคใหม่สูงกว่าผู้ประกอบการที่ไม่มีการรวมกลุ่ม เนื่องจากการรวมกลุ่มเครือข่ายทำให้เกิดการเสริมสร้างและพึ่งพาซึ่งกันและกัน นอกจากนี้สมาชิกในเครือข่ายยังมีการเปลี่ยนเรียนรู้ข่าวสารและประสบการณ์ระหว่างสมาชิกในเครือข่าย เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการดำเนินกิจกรรมของตนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สร้างนวัตกรรมด้านสินค้า/บริการใหม่ ๆ เกิดขึ้น (Morgan, 1997; Asheim; 1997; Coe & Townsend, 1998; Castells & Hall, 1994; Keeble & Wilkinson, 2000) ซึ่งผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณพวงษ์ สวางนภาพร (2548) อ้างถึงใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548, หน้า 35-38) ที่พบว่า

สมาชิกภายในกลุ่มเครือข่ายมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อถ่ายทอดเทคนิคและความรู้ในด้านต่าง ๆ ร่วมกันเสมอ

ในส่วนผลการทดสอบสมมติฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร ได้ผลการศึกษาน่าสนใจ ดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญาและปริญญาตรีมีความสามารถในการแข่งขันด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ และบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาอื่น ๆ เนื่องจาก ผู้ประกอบการที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญาและปริญญาตรีได้ศึกษาเรียนรู้ทฤษฎีในด้านต่าง ๆ และทำให้มีมุมมองทางธุรกิจมากกว่าตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรดา เรืองรุ่ง (2550) พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรีมีมุมมองธุรกิจและการเรียนรู้สูงกว่าผู้ประกอบการที่จบการศึกษาในระดับอื่น ๆ เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ พิษญาภรณ์ พุ่มไพศาลชัย (2537) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และจากการศึกษาของ ปรัชนันท์ กังวานปิยศักดิ์ (2550) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสปาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความสามารถในการแข่งขันผู้ประกอบการกลุ่มอื่น แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการศึกษาของผู้ประกอบการมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

ส่วนผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินต่ำกว่า 1 ปี มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้ตรงข้ามกับงานวิจัยของ ปรัชนันท์ กังวานปิยศักดิ์ (2550) พบว่า ธุรกิจสปาที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการเป็นเวลานาน จะมีความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจที่ทำอยู่เป็นอย่างดี ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่ากิจการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อย และการศึกษาของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2546, หน้า 140 อ้างถึงใน ปรัชนันท์ กังวานปิยศักดิ์, 2550) กล่าวว่า กิจการที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการเป็นเวลานานยังมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

นอกจากนี้ผลการศึกษายังยืนยันได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีร้านอาหารขนาดกลาง (จำนวน 151-400 ที่นั่ง) และยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-100,000 บาท มีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่มีคุณลักษณะดังกล่าว เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางซึ่งมีศักยภาพและมีความพร้อมทางการเงิน บุคลากร สถานที่ ฯลฯ มากกว่าธุรกิจขนาดย่อมที่มีข้อจำกัดในด้านเหล่านี้ ดังเช่นงานวิจัยของ ศรีสมร คุณากรบดินทร์ และคณะ (2548) ร้านอาหารขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่มีศักยภาพไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวเป็น

จำนวนมากสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550) พบว่า ร้านอาหารขนาดย่อมในจังหวัดภูเก็ตประสบปัญหาเรื่องสุขอนามัย การรักษาคุณภาพอาหาร และราคา ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550) พบว่า ร้านอาหารในจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง (จังหวัด พิษณุโลก สุโขทัย ตาก อุตรดิตถ์ และเพชรบูรณ์) มีปัญหาเรื่องสุขอนามัยและการรักษาคุณภาพและ บริการที่มีมาตรฐานสากล

ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีกลุ่มลูกค้าจากบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการและ ประเภทประชุมสัมมนา มีความสามารถในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตและเงื่อนไขด้านอุปสงค์ มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ เพราะลูกค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่เดินทางเป็นกรุปทัวร์ ดังนั้นร้านอาหารจึงต้องมี ศักยภาพและความพร้อมในด้านสถานที่ พนักงาน เงินทุน ฯลฯ เพื่อสามารถรองรับลูกค้าที่เข้ามาใช้ บริการได้ รวมทั้งกิจการต้องมีพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น ตัวแทนนำเที่ยว บริษัท หน่วยงานของรัฐ หรือสถาบันการศึกษาในการส่งต่อลูกค้าระหว่างกันหรือแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือความรู้ ดังเช่น งานวิจัยของ นันทฤดี ฤกษ์นิยม (2547 อ้างถึงใน อาทิตย์ วุฒิกะโร, 2543) พบว่า ผู้ประกอบการ จำเป็นต้องติดต่อและเชื่อมโยงเครือข่ายกับธุรกิจอื่น ๆ เครือข่ายทางญาติ และเครือข่ายความเป็น เพื่อน เพื่อทำการแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต รวมทั้งถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ มัชฌิมา ศรีอินทร์ (2548) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน จังหวัดขอนแก่น มีความต้องการเสริมศักยภาพในการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน และ Jackson & Mitchell (2000; Mitchell, 2004 อ้างถึงใน อาทิตย์ วุฒิกะโร, 2543) กล่าวว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวกันมีความต้องการรวมกลุ่มและส่งต่อลูกค้าระหว่างกัน

ความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ สูงกว่าผู้ประกอบการที่ไม่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่าย เนื่องจาก คุณลักษณะของ ผู้ประกอบการที่สำคัญประการหนึ่งคือ การแสวงหาข้อมูลและการมีเครือข่าย แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการเหล่านี้มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาสด้วยในการศึกษาหาความรู้ใหม่ ๆ ผวนรวมกับประสบการณ์ที่มีอยู่ เพื่อนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตาม เป้าหมายที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษณุภรณ์ พุ่มไพศาลชัย (2537) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่มีคุณลักษณะที่สำคัญ คือ การแสวงหาโอกาส การมีเครือข่าย และการแสวงหาความรู้ใหม่ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังมีการศึกษา ของ Steinhoff & Burgess (1993, pp. 37-38) ที่กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีต้องมี

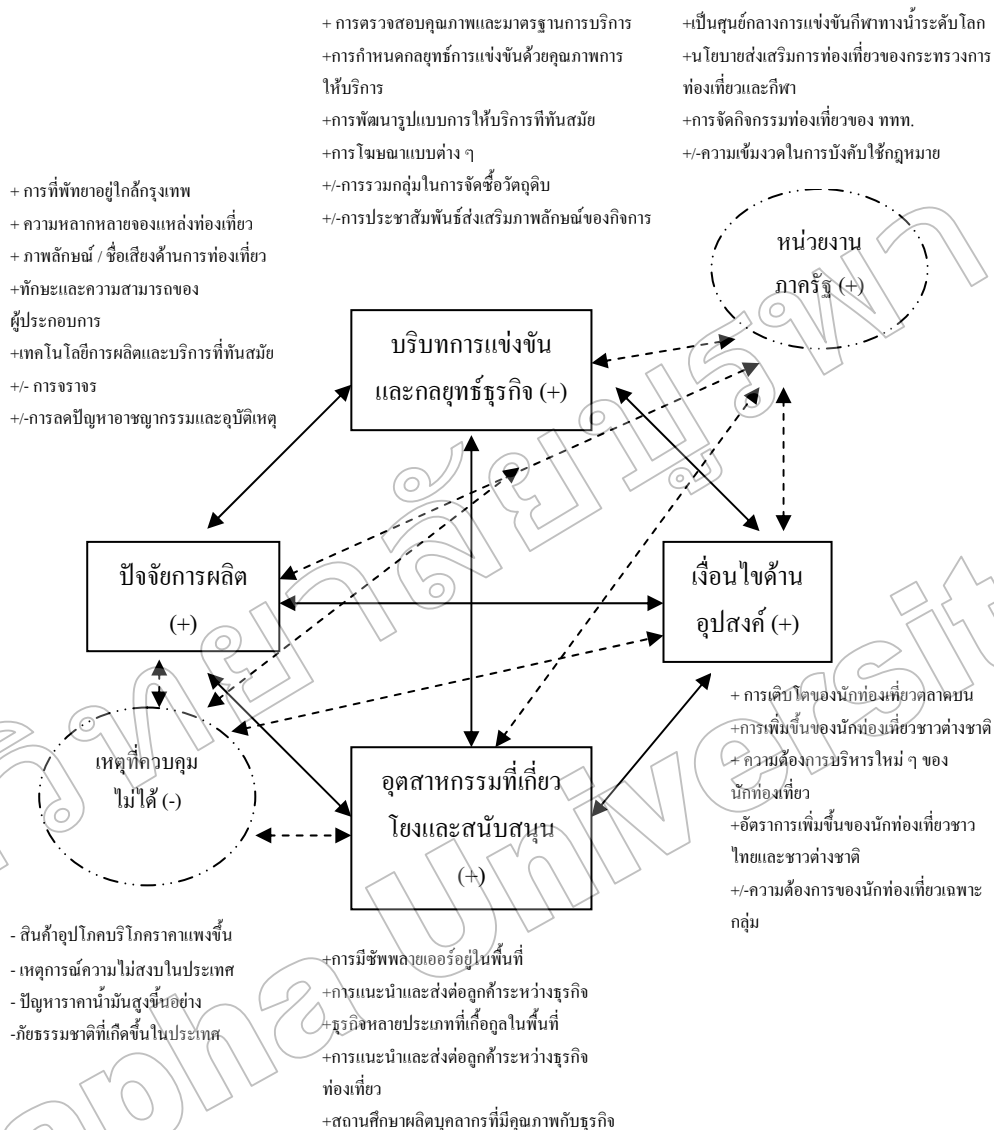
การแสวงหาความรู้หรือข้อมูลใหม่ ๆ เสมอ ตรงกับงานวิจัยของ อาทิตย์ วุฒิกะโร (2543; Minniti and Bvgrave, 2000; Bandura, 1986) พบว่า ลักษณะเด่นของผู้ประกอบการ คือ มีความสามารถในการเรียนรู้จากประสบการณ์ และแสวงหาความรู้เพิ่มเติมในเรื่องที่สนใจ

ผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจมีความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนสูงกว่ากลุ่มอื่น อาจกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการเหล่านี้ต้องการที่จะหาช่องทางในการต่อสายโซ่อุปทานให้สมบูรณ์ขึ้นด้วยการเชื่อมโยงกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้วยกัน หรือแม้แต่กับหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา เพื่อแลกเปลี่ยนทรัพยากรที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ร่วมกัน (Best, 1998; Porter, 1990) รวมทั้งยังช่วยลดความรุนแรงในการแข่งและหันมาพึ่งพาซึ่งกันและกัน (Porter, 2006) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุชาดา แจสุรภาพ (2547) พบว่า การรวมกลุ่มภายนอกธุรกิจช่วยลดการรุนแรงในการแข่งขัน และยังนำมาซึ่งผลประโยชน์อื่น ๆ ร่วมกัน ซึ่งการรวมกลุ่มภายในธุรกิจเดียวกันไม่สามารถมีผลดีเท่าการรวมกลุ่มภายนอกธุรกิจที่จะช่วยพัฒนาในด้านต่าง ๆ

การทำนายลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหารที่สามารถรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา ด้วยสมการถดถอยโลจิสติก พบว่า ปัจจัยหรือตัวแปรอิสระในด้านยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาทที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำนายความน่าจะเป็นของการที่ผู้ประกอบการจะเป็นกลุ่มที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ เนื่องจากยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนเป็นปัจจัยหนึ่งที่บ่งชี้ได้ว่าผู้ประกอบการมีศักยภาพเพียงพอในการรวมกลุ่มเครือข่าย ในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจนั้นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนกลไกการพัฒนาเครือข่ายดังกล่าวให้ประสบความสำเร็จนั้น ได้แก่ การจัดสรรผลประโยชน์ทางการเงินให้กับธุรกิจ (Morrison, 1994) ซึ่ง Littlejohn et al. (1996) ได้ศึกษาด้านความรู้ความเข้าใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ พบว่า ทักษะคติในทางบวกของสมาชิกในเครือข่ายต่อการให้การสนับสนุนเครือข่าย เกิดจากการจัดสรรการเงินอย่างลงตัวให้กับสมาชิก ซึ่งเป็นการสร้างความสมดุลในด้านการแข่งขันของธุรกิจด้วยการผสมผสานระหว่างการควบคุมและการสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน

ศักยภาพการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

การประเมินสภาพปัจจัยแวดล้อมของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามตัวแบบโดมอนด์โมเดล ดังภาพที่ 5-1



ภาพที่ 5-1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของร้านอาหาร ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามตัวแบบไดมอนด์โมเดล

1. ปัจจัยการผลิต เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย

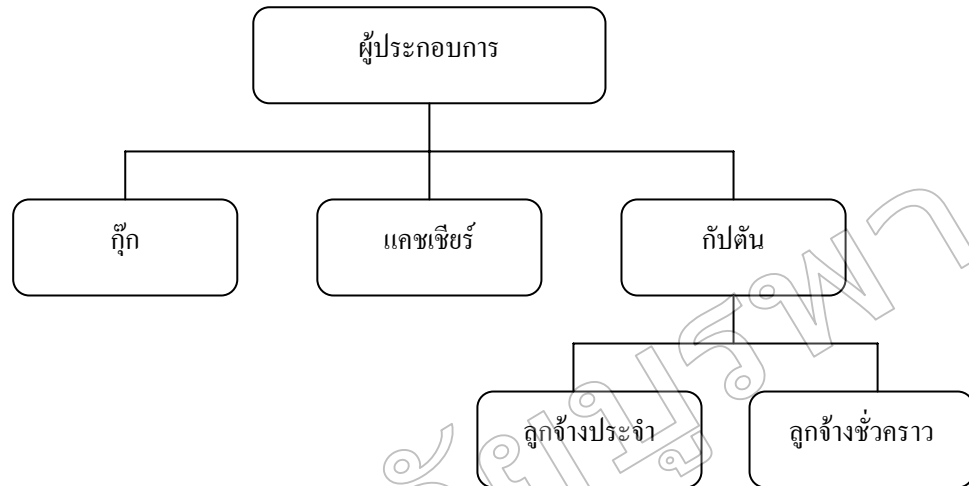
1.1 ทรัพยากรมนุษย์ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ รัสเซีย เกาหลี และจีน เป็นต้น และความชำนาญเฉพาะทางถือเป็นปัญหาหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2552)

ดังนั้นผู้ประกอบการจึงพยายามหาหนทางแก้ไขด้วยการจ้างพนักงานชั่วคราวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงมีนาคม พนักงานส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/ นักศึกษาจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่ใกล้เคียง ได้แก่ วิทยาลัยอาชีวะบางละมุง วิทยาลัยเทคนิคสัตหีบ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และมหาวิทยาลัยบูรพา เป็นต้น หรือแรงงานจากต่างพื้นที่ซึ่งส่วนใหญ่มาจากจังหวัดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อาทิ นครราชสีมา ศรีสะเกษ และร้อยเอ็ด นอกจากนี้พนักงานบางคนได้แนะนำญาติหรือเพื่อนให้มาทำงานด้วยกัน ทำให้กิจการสามารถประหยัดต้นทุนในการสรรหาพนักงานได้อีกทางหนึ่ง ส่วนในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวตรงกับเดือนกรกฎาคมถึงกันยายน กิจการส่วนใหญ่จะมีลดจำนวนพนักงานลง และจ้างเฉพาะพนักงานประจำเท่านั้น เพื่อลดต้นทุนการบริหารให้กิจการสามารถอยู่รอดได้

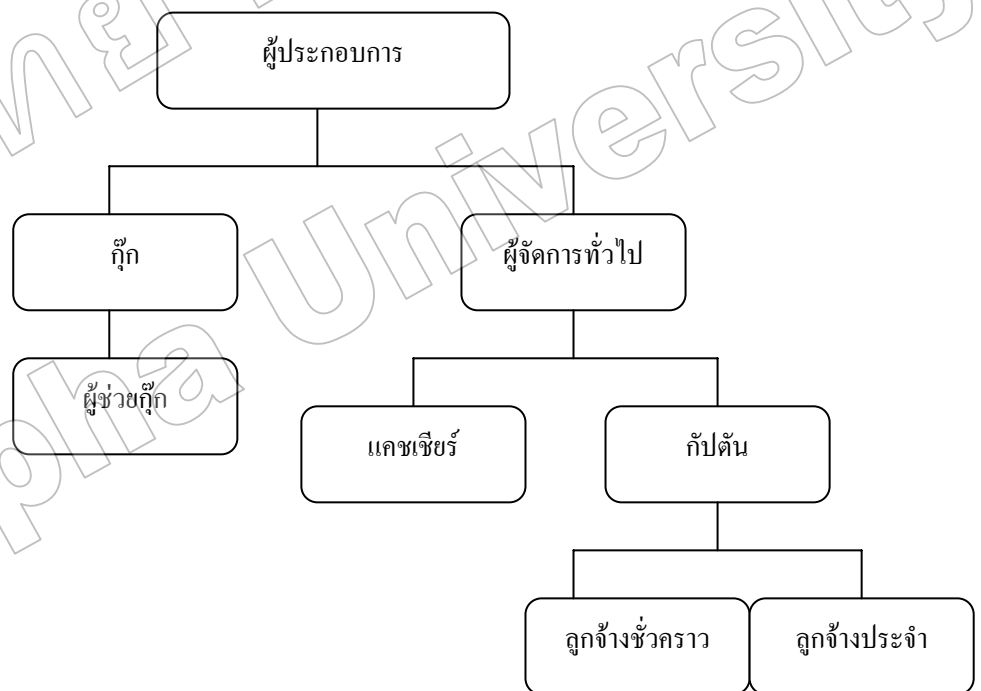
มิใช่เพียงแต่ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรมนุษย์เท่านั้น แต่บุคลากรด้านท่องเที่ยวในพัทยาก็ยังขาดทักษะและความชำนาญเฉพาะทาง แบ่งเป็น 2 ด้านหลัก ๆ คือ

1. ทักษะด้านภาษา เนื่องจากเมืองพัทยาเป็นเมืองที่ติดอันดับ 1 ใน 3 ของประเทศไทย ดังนั้นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างชาติในแถบเอเชีย ยุโรป และสแกนดิเนเวีย เป็นต้น ซึ่งร้านอาหารยังขาดแคลนพนักงานที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษ จีน เกาหลี และรัสเซีย ได้
2. ทักษะการปรุงอาหาร ผู้ประกอบการมีวิธีการเลือกก๊วกจากผู้ที่ทำอาหารไม่เป็นนำมาฝึกสอนใหม่ เนื่องจากผู้ที่ทำอาหารเป็นจะไม่ค่อยยอมรับสิ่งที่ทางร้านสอนให้ และอาจทำให้สูตรอาหารเปลี่ยน ถ้าเป็นร้านอาหารที่มีเมนูต่างประเทศ จะมีการนำก๊วกที่มาจากประเทศนั้น ๆ มาประกอบอาหาร

ในส่วนของโครงสร้างองค์กรร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา สามารถจำแนกได้ 2 แบบตามขนาดกิจการ ดังภาพที่ 5-2 และ 5-3



ภาพที่ 5-2 โครงสร้างองค์กรของร้านอาหารขนาดเล็กหรือขนาดย่อม



ภาพที่ 5-3 โครงสร้างองค์กรของร้านอาหารขนาดกลาง

1.2 โครงสร้างพื้นฐาน จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ให้ความสนใจกับระบบการสื่อสาร ร้อยละ 100 โดยให้ความสนใจปานกลางในด้านระบบการคมนาคมขนส่ง เช่น ถนน ท่าเรือ รถสองแถวและระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ร้อยละ 62.5 และ ให้ความสนใจในด้านอื่น ๆ เช่น การกำจัดขยะ และการบำบัดน้ำเสีย ร้อยละ 87.5 (ดังตารางที่ 5-1)

ตารางที่ 5-1 ความเห็นด้านโครงสร้างพื้นฐานของผู้ประกอบการร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา

โครงสร้างพื้นฐาน	พอใจมาก	พอใจ	พอใจปานกลาง	ไม่พอใจ
ระบบการขนส่ง เช่น ถนน ท่าเรือ				
รถสองแถว		✓		
ระบบการสื่อสาร เช่น โทรศัพท์	✓			
ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า		✓		
น้ำประปา				
ด้านอื่น ๆ เช่น การกำจัดขยะ และ การบำบัดน้ำเสีย				✓

แสดงให้เห็นว่า เมืองพัทยามีความพร้อมทางด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้ออำนวยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานเมืองพัทยา, 2552) อย่างไรก็ตามก็ยังมีผู้ประกอบการบางรายแสดงความเห็นว่า ระบบคมนาคมขนส่งในส่วนของรถสองแถว ในเขตเมืองพัทยา มีปัญหาการจัดระเบียบการจราจร เนื่องจากจอดรอไม่ตรงป้าย รวมทั้งมีรถที่เข้าเบอร์ที่เรียกว่า “รถผี” ทำให้มีปริมาณรถจำนวนมาก ส่งผลให้การจราจรติดขัดมากขึ้น การที่เมืองพัทยายู่ใกล้กับสนามบินสุวรรณภูมิและมีทางหลวงสายมอเตอร์เวย์ตัดผ่าน ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น (ชนส ศุภรสถ์สร้างสี, 2552) ในส่วนของระบบน้ำประปามีปัญหาเรื่องน้ำประปาไม่เพียงพอและน้ำไหลช้า รวมทั้งค่าน้ำประปาที่มีราคาสูงและกิจการต้องชำระค่าบำบัดน้ำเสียตามมิเตอร์น้ำประปา ส่งผลทำให้กิจการมีต้นทุนเพิ่มขึ้น

1.3 ทรัพยากรทุน โดยแหล่งเงินทุนที่สำคัญของกิจการจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ เงินทุนภายในกิจการ ได้แก่ เงินลงทุนส่วนตัวและกำไรสะสม ซึ่งในช่วงเริ่มกิจการมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง และแหล่งเงินทุนในระบบ คือ เงินทุนจากสถาบันการเงินต่าง ๆ เช่น ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย และธนาคารออมสิน เป็นต้น (ภาสวุฒิ ถาวร, 2550) ซึ่งปัจจุบันสถาบันการเงินมีการลดเงื่อนไขการกู้ยืมและปล่อยสินเชื่อให้กับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น รวมทั้งผู้ประกอบการบางรายจะได้รับการแนะนำจากเพื่อนให้รู้จักผู้จัดการธนาคาร ซึ่งจะสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างผลกำไรของกิจการด้วย

1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ เมืองพัทยาถือว่าเป็นพื้นที่ที่มีความสมบูรณ์และหลากหลายทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล และเกาะ เป็นต้น (วิระวัฒน์ คำชาย, 2552) นอกจากนี้ความได้เปรียบจากภูมิอากาศ ซึ่งเมืองพัทยาระเบียงฤดูกาลเป็น 2 ช่วง คือ ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ในเขตพัทยาเหนือ กลาง ใต้ ประมาณเดือน กันยายนถึง ตุลาคม ส่วนพัทยากลางและพัทยาใต้ ประมาณเดือนสิงหาคม กันยายน และตุลาคม ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ในเขตพัทยาเหนือ กลาง ใต้ ประมาณ 10 เดือน และพัทยากลางและพัทยาใต้ ประมาณ 9 เดือน แม้ว่าจะเป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว แต่ก็ยังมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศบางกลุ่มที่มีอำนาจในการซื้อน้อยจะเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงนี้ เนื่องจากราคาห้องพักถูก

1.5 วัฒนธรรม ประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศที่มีอารยธรรมที่เก่าแก่ และมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ถูกหล่อหลอมมาจนถึงทุกวันนี้ เช่น วัฒนธรรมการการกิน การแต่งกาย วิธีการดำรงชีวิต ประเทศไทยจึงได้รับสมญานามว่า สยามเมืองยิ้ม ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายที่สำคัญและเป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมเยือน ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีความเจริญเข้ามาบดบังวิถีชีวิตคนไทย ในเมืองพัทยา แต่ชาวเมืองพัทยาก็ยังได้นำประเพณีและวัฒนธรรมมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว อาทิ ประเพณีวันไหลในเดือนเมษายน และเทศกาลกินเจในเดือนตุลาคม สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศและเมืองพัทยาปีละหลายล้านบาท

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ พบว่า เมืองพัทยามีอัตรานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นเกือบทุกปี ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง เมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในประเทศไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548) โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังบริการที่สุภาพ อธิษาศัยที่ดี ด้านรสชาติและรูปปลักษณ์ของอาหารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเสริมจุดเด่นด้านอาหารและการให้บริการของร้านอาหาร การขาดความใส่ใจในเรื่องความสะอาดของอาหารของคนไทยกลับเป็นปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนสำคัญ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยยังเรียกร้องอาหารที่มีคุณภาพแต่ราคาถูกแตกต่างจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการแค่อาหารที่สะอาดและปราศจากการปนเปื้อน เน้นการตกแต่งภายในร้าน และความถูกต้องของอาหารที่สั่ง (ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ และคณะ, 2547) นอกจากนี้พบว่า มีกลุ่มนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่สนใจเฉพาะสถานบันเทิงและบริการทางเพศ ซึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นจุดขายที่สำคัญของเมืองพัทยา ถึงแม้ว่าจะมีการเสนอภาพลักษณ์ในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายก็ตาม (อิทธิพล คุณปลื้ม, 2552)

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน โดยทั่วไปอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกันจะมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันโดยจะพิจารณาใน 2 ลักษณะ คือ (ศิริพร ศรีชูชาติ, 2548)

3.1 ความเชื่อมโยงของผู้ผลิต/ผู้จัดหาวัตถุดิบในพื้นที่ ประกอบด้วย

3.1.1 กลุ่มผู้ค้าส่งในตลาดสด แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ตลาดสดในพื้นที่ (บางละมุง) เป็นกลุ่มที่จัดส่งวัตถุดิบประเภทของสดให้แก่ร้านอาหาร โดยรูปแบบในการซื้อขายวัตถุดิบในลักษณะการซื้อขายกันมานานจนกลายเป็นเจ้าประจำ โดยวัตถุดิบที่ซื้อจากผู้ค้าส่งในตลาดสด เช่น หมู ไก่ ปลา กุ้ง ผัก และผลไม้ เป็นต้น วัตถุดิบเหล่านี้จะมาจากการตั้งแบบวันต่อวันสามารถสั่งไว้ล่วงหน้าและมารับในวันรุ่งขึ้นได้ เพื่อความสะดวกของอาหารและประหยัดพื้นที่ในการเก็บรักษาสินค้า ผู้ค้าส่งจะมีบริการจัดส่งสินค้าให้ถึงร้าน แต่บางครั้งร้านอาหารเหล่านี้จะมีการซื้อวัตถุดิบเอง ซึ่งเกิดขึ้นในกรณีที่มีความต้องการใช้วัตถุดิบเร่งด่วน หรือมีการสำรวจราคาวัตถุดิบแล้วพบว่าผู้ค้าส่งรายอื่นมีราคาต่ำกว่าเจ้าประจำ และตลาดสดนอกพื้นที่ เช่น ตลาดไท จังหวัดปทุมธานี เป็นต้น ซึ่งร้านอาหารจะต้องเดินทางไปซื้อด้วยตนเอง

3.1.2 กลุ่มผู้จัดส่งวัตถุดิบประเภทแช่ฟฟลายเออร์ ทำหน้าที่เป็นผู้หาและคัดเลือกวัตถุดิบให้แก่ร้านอาหารขนาดเล็กและขนาดกลาง เช่น พัทยาเบสท์ฟู้ด ชาดีผลกิจ และบีล็กกี้ เป็นต้น โดยวัตถุดิบที่ซื้อจะเป็นทั้งของสด เช่น อาหารทะเล หมู ปลาแชลมอน และกุ้ง เป็นต้น และของแห้ง อาทิ เครื่องปรุงอาหารและเครื่องดัดต่าง ๆ เป็นต้น กิจการที่จะใช้แช่ฟฟลายเออร์ในการซื้อวัตถุดิบมักจะได้รับผลกำไรดีจากการขายอาหารคุณภาพสูง โดยเฉพาะร้านอาหารต่างประเทศที่ต้องใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศ

3.1.3 ร้านค้าปลีกและซูเปอร์มาร์เก็ต ได้แก่ แหล่งวัตถุดิบจากร้านค้าปลีกและซูเปอร์มาร์เก็ตประกอบด้วย เทสโก้โลตัส แม็คโคร คาร์ฟูร์ ฟู๊ดแลนด์ และบิ๊กซี เป็นต้น ซึ่งเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่จัดส่งวัตถุดิบให้ร้านอาหาร แต่ปริมาณการซื้อขายไม่มาก ลักษณะการซื้อขายเป็นแบบผู้ซื้อเองและจ่ายเป็นเงินสด

3.2 ความเชื่อมโยงเชิงความร่วมมือ ซึ่งเป็นการประสานร่วมมือกันของธุรกิจต่าง ๆ ในเครือข่ายวิสาหกิจ เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลข่าวสาร การร่วมมือกันในการพัฒนาทักษะของบุคลากร การทำวิจัย หรือการทำการตลาด จะช่วยทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจนั้นสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตและการบริการที่มีคุณภาพและราคาถูกลง และสามารถสร้างนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ แบ่งเป็น 6 กลุ่ม คือ

3.2.1 การเชื่อมโยงกับกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว

3.2.1.1 กลุ่มห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกกลุ่มนี้จะเชื่อมโยงในส่วน การเช่าทำเลขายในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกซึ่งส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับร้านอาหาร ประเภทฟาสต์ฟู้ดมีการจัดกิจกรรมการตลาดที่ส่งเสริมกันด้วย

3.2.1.2 กลุ่มบริษัททัวร์ โดยบริษัททัวร์จะกลุ่มลูกค้าทัวร์มารับประทานอาหาร ในร้านอาหาร ซึ่งทางบริษัทจะได้ค่าตอบแทนจากราคาอาหารที่ถูกลง

3.2.1.3 กลุ่มแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มนี้จะมีความเชื่อมโยงในด้านการตลาด ซึ่ง แหล่งท่องเที่ยวจะมีการติดโปสเตอร์หรือนำแผ่นพับ/ โบว์ชัวร์มาวางภายในร้าน เพื่อโฆษณาแหล่ง ท่องเที่ยว หรือนำสถานที่ท่องเที่ยวให้กับลูกค้าที่มารับประทานอาหาร ซึ่งบางครั้ง ผู้ประกอบการร้านอาหารอาจจะได้รับค่าตอบแทนในการโฆษณาให้กับแหล่งท่องเที่ยว

3.2.1.4 กลุ่มคนนาคมนขนส่ง ได้แก่ รถสองแถว และเรือข้ามเกาะ เป็นต้น ร้านอาหารบางแห่งจะมีการติดป้ายโฆษณาที่รถสองแถวหรือเรือข้ามฝาก และรถสองแถวอาจมี การแนะนำและส่งต่อลูกค้าไปยังร้านอาหารต่าง ๆ

3.2.2 ความเชื่อมโยงกับกลุ่มชมรมและสมาคม ได้แก่ ชมรมผู้ประกอบการ ร้านอาหารเมืองพัทยา สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา และสมาคมนักบริหารงาน อาหารและเครื่องดื่ม ภาคตะวันออก เป็นต้น โดยมีสมาชิกในกลุ่มชมรมและสมาคมที่แตกต่างกัน แต่มีบทบาทคล้ายกัน คือ เป็นศูนย์กลางข่าวสาร ข้อมูล รวมทั้งส่งเสริมและช่วยเหลือสมาชิกใน การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ กิจกรรมภายในกลุ่มที่สำคัญ คือ การทำการตลาดร่วมกัน โดยการจัดงาน เทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลอาหารทะเล เทศกาลกินเจ และโรดโชว์ (Road Show) ต่างประเทศ เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รู้จักและลิ้มรสอาหาร นอกจากนี้ยังมีกิจการสร้าง ความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น เช่น การจัดสัมมนาระหว่างร้านอาหารและบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

3.2.3 ความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานรัฐและรัฐวิสาหกิจ มีความเชื่อมโยงกับ ร้านอาหาร ดังนี้

3.2.3.1 ความเชื่อมโยงด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท และการเก็บขยะมูลฝอย เป็นต้น

3.2.3.2 ความเชื่อมโยงด้านความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร โดย กระทรวงสาธารณสุขได้มอบหมายให้กองสุขาภิบาล ทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานขั้นพื้นฐานของ ภัตตาคารและร้านอาหาร เป็นประจำทุกเดือน รวมถึงจัดทำโครงการอาหารสะอาดรสชาติอร่อย เพื่อยกระดับมาตรฐานร้านอาหาร และเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคด้วย

3.2.3.3 ความเชื่อมโยงด้านการตลาด โดยศาลาว่ากลางเมืองพัทยา ทำหน้าที่เป็นประสานงานในการจัดประชุมหรือสัมมนา รวมทั้งให้งบประมาณแก่ชมรม/ สมาคมในการจัดกิจกรรมทางการตลาดร่วมกันเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เมืองพัทยา

3.2.4 ความเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษา

3.2.4.1 สถาบันการศึกษามีส่วนในการสร้างแรงงานเพื่อเข้าสู่ธุรกิจร้านอาหารในทางอ้อม โดยผ่านทางหลักสูตรการจัดการด้านธุรกิจและโรงแรมมีจำนวนน้อยมาก สถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรนี้ในเมืองพัทยา ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ดังนั้นจึงมีการติดต่อกันระหว่างสถาบันนอกพื้นที่ เพื่อส่งนักเรียนมาฝึกงานในช่วงปิดภาคเรียน

3.2.4.2 สถาบันภาษาเป็นแหล่งให้ความรู้และพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาและแรงงาน ซึ่งแม้จะไม่มีหลักสูตรเฉพาะ ซึ่งส่วนใหญ่จะเปิดสอนส่วนบุคคลจากเจ้าของภาษาโดยตรง หรือผู้เชี่ยวชาญ

3.2.4.3 สถาบันฝีมือแรงงานมีการจัดหลักสูตรการทำอาหารไทยและอาหารนานาชาติให้กับผู้ที่สนใจ

3.2.5 ความเชื่อมโยงของสถาบันการเงินเข้ามาเชื่อมโยงกับธุรกิจร้านอาหาร คือ

3.2.5.1 สถาบันการเงินมีส่วนช่วยในการเป็นแหล่งเงินกู้ให้กับกิจการ

3.2.5.2 สถาบันการเงินได้สร้างวัฒนธรรมการใช้จ่ายเงินค่าอาหารผ่านทางบัตรเครดิต ทำให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งผู้บริโภคสามารถยืดระยะเวลาการชำระเงินในการใช้บริการร้านอาหาร

3.2.5.3 สถาบันการเงินมีหน้าที่ทำธุรกรรมการเงินให้แก่กิจการ เช่น การโอนเงินผ่านทางธนาคาร และการจ่ายเงินด้วยเช็คแทนเงินสด เป็นต้น

3.2.5.4 สถาบันการเงินทำหน้าที่ปรึกษาด้านการจัดการทางการเงินให้กับลูกค้า

3.2.6 ความเชื่อมโยงกับผู้ให้บริการเฉพาะด้าน ผู้ให้บริการเฉพาะด้านที่เข้ามาเชื่อมโยงกับธุรกิจร้านอาหารในเขตเมืองพัทยา อาทิ ธุรกิจภายนอกเข้ามาช่วยในการส่งเสริมการขายให้กิจการ เช่น จัดทำบัตรคูปองจำหน่ายแก่ลูกค้า โดยทางร้านจะต้องขายอาหารตามราคาหรือราคาที่คูปองนั้นกำหนด คือ ลดราคาอาหารหรือแถมฟรีให้กับลูกค้า บริษัทเหล่านั้นจะได้รับเงินจากการขายคูปอง นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการขายของผู้จัดส่งสินค้าและวัตถุดิบ และธุรกิจที่เข้าช่วยในการตรวจสอบงบการเงินต่าง ๆ ในฐานะผู้สอบบัญชี นอกจากนี้ธุรกิจบางประเภทยังทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลและตรวจสอบการออกไปกำกับภาษีให้กับกิจการอีกด้วย

4. บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการในเมืองพัทยายังสนใจเฉพาะคู่แข่งในพัทยามากกว่าการให้ความสำคัญกับกลยุทธ์เพื่อแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น

ในต่างประเทศ ประกอบกับธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่มีมาตรฐานมากนัก ซึ่งเห็นได้จากผู้ประกอบการส่วนใหญ่โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีเงินลงทุนในการพัฒนาบุคลากรค่อนข้างจำกัด (วสุธิดา นูริตมนต์, 2550) ลักษณะดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยที่บั่นทอนขีดความสามารถในการแข่งขันที่จะพัฒนาบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้

5. เหตุที่ควบคุมไม่ได้ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ซึ่งผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนใหญ่เห็นว่าเหตุที่ควบคุมควบคุมไม่ได้จะเป็นปัจจัยที่บั่นทอนหรือเป็นข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจธุรกิจ เช่น เหตุการณ์การปิดสนามบินสุวรรณภูมิและดอนเมือง ทำให้ภาพลักษณ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป จึงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากในประเทศนั้น ๆ ประกาศให้ประเทศไทยเป็นพื้นที่อันตราย ดังนั้นนักท่องเที่ยวต่างชาติจึงหันไปเที่ยวยังประเทศใกล้เคียง ประกอบกับวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ส่งผลกระทบต่อทั่วโลก และปัจจัยอีกประการหนึ่งที่มีผลกระทบทางตรงกับธุรกิจร้านอาหาร คือ สินค้าอุปโภคบริโภคที่ขึ้นราคา เนื่องจากราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ร้านอาหารต้องรับภาระด้านต้นทุนค่าอาหาร จึงทำให้มีกำไรลดลง

6. หน่วยงานภาครัฐ จากแผนการพัฒนาแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2544-2553) แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2544-2549) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) มุ่งเน้นการเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการพัฒนาเครือข่ายประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาล ภาคเอกชน และประชาชนควบคู่กับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นรากฐานที่เข้มแข็งในการสร้างรายได้ของประเทศ ตลอดจนเน้นการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคการผลิตและบริการอย่างครบวงจร ซึ่งทางเมืองพัทยา กำหนดนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของประเทศไว้ภายใต้แนวคิดที่ว่า “City Modernization by S to E” โดยอับแรกทางเมืองได้มุ่งสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งได้กำหนดให้ S ในที่นี้หมายถึง ทะเล การอาบแดด หาดทรายสวย และบริการต่าง ๆ รวมถึงความปลอดภัย ส่วน E ก็คือ เทคโนโลยี E-government และอีคอมเมิร์ซต่าง ๆ ที่หมายถึงความทันสมัย รวมทั้งการศึกษาคือ การให้ความรู้พื้นฐานแก่เยาวชน และการให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ทางเมืองพัทยายังคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และให้นโยบายนี้ไปอยู่ในการพัฒนาเมืองพัทยาด้วย

นอกจากนี้ยังมี E อีก 2 ตัว ได้แก่ ความบันเทิงไม่ได้หมายถึงบริการทางด้านเพศเหมือนอดีตที่ผ่านมา แต่เป็นการครอบคลุมและเตรียมความพร้อมในการให้บริการที่ดีกับนักท่องเที่ยว โดย

มีการฝึกอบรมวิชาชีพการโรงแรม เช่น อบรมแม่บ้าน เชฟ ช่าง จนถึงการบริหารธุรกิจโรงแรม และ E สุกท้ายเป็นการสร้างความมีส่วนร่วมแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนอย่างแท้จริงนั่นคือ การสำรวจ การทำแบบประเมินต่าง ๆ เพื่อสะท้อนถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวอยากให้เป็น และทางเมืองจะได้นำมาปรับปรุงเพื่อดูแลการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป ซึ่งนโยบายเหล่านี้จะเป็นส่วนช่วยผลักดันในการมีส่วนร่วมกันของภาคเอกชน ประชาชน และหน่วยงานรัฐ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา (อิทธิพล คุณปลื้ม, 2552)

และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา เป็นหน่วยงานที่ดูแลเรื่องการตลาด ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลและภาพลักษณ์ของเมือง รวมทั้งนางบประมาณที่ได้จากภาครัฐมาจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เช่น การจัดเทศกาลต่าง ๆ และการออกโรดโชว์ไปต่างประเทศ เป็นต้น

ในส่วนการประเมินศักยภาพการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 มิติ คือ ระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร และความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งธุรกิจร้านอาหารมีศักยภาพในการรวมกลุ่มอยู่ในกลุ่มที่ 5 ถือเป็นกลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสูง แต่มีระดับความสามารถในการแข่งขันปานกลาง บ่งชี้ได้ว่า ธุรกิจร้านอาหารในเมืองพัทยา ธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่มีการรวมกลุ่มค่อนข้างน้อย แต่ก็พอมีการรวมกลุ่มในรูปแบบของชมรม/ สมาคมต่าง ๆ เช่น ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหาร สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา เป็นต้น ซึ่งสมาชิกในกลุ่มจะมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารความรู้ซึ่งกันและกัน จึงทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับการรวมกลุ่มเครือข่าย แต่ทั้งนี้อาจจะมีความเข้าใจสับสนระหว่างเครือข่ายกับเครือข่ายวิสาหกิจ และประโยชน์ของเครือข่ายวิสาหกิจ

ส่วนความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง อันเนื่องมาจากร้านอาหารเป็นธุรกิจที่เน้นทักษะเฉพาะทางมากกว่าธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการ ร้านอาหารแต่ละร้านจะเน้นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ได้แก่ รสชาติ การตกแต่งภายในร้าน เมนูอาหาร และความเก่าแก่ของร้าน เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่า ร้านอาหารยังมีข้อจำกัดของการเข้าถึงวัตถุดิบในท้องถิ่น ขาดพนักงานที่มีทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ รวมทั้งการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินยังจำกัด และลูกค้ามีความต้องการสินค้า/ บริการพื้นฐานที่ไม่ซับซ้อนมาก ทำให้ผู้ประกอบการขาดแรงจูงใจต่อการพัฒนานวัตกรรม

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจร้านอาหารถือว่ามีความพร้อมทางด้านศักยภาพและความสามารถในการรวมกลุ่มกับธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ในการเข้าถึงวัตถุดิบ ข้อมูลข่าวสาร ทรัพยากรต่าง ๆ โครงสร้างพื้นฐาน และแหล่งเงินทุน รวมทั้งสามารถแลกเปลี่ยนสินค้า/ บริการ และบุคลากร ใน

การเติมเต็มห่วงโซ่มูลค่าให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่การยกระดับความสามารถในแข่งขันอย่างยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

เมืองพัทยาคจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ธุรกิจท่องเที่ยวถือเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้เข้าสู่เมืองพัทยอย่างมหาศาล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) หนึ่งในธุรกิจที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ร้านอาหาร จากการสำรวจสภาพโดยรวม ทำให้ทราบเมืองพัทยามีจำนวนร้านอาหารเปิดให้บริการมากขึ้นกว่าเมื่อก่อน เนื่องจากการลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการไม่สูงมากนัก ซึ่งในปัจจุบันนักลงทุนต่างชาติเข้ามาจับจองพื้นที่เพื่อลงทุนทำธุรกิจเป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกิดภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ประกอบกับร้านอาหารหรือแม้แต่ธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ต้องเผชิญหน้ากับภาวะเศรษฐกิจที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ อาทิ ราคาน้ำมันสูงขึ้น สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพง ฯลฯ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนค่าอาหาร รวมทั้งสภาพการเมืองที่ขัดแย้งกันทำให้บั่นทอนความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จากปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นสัญญาณเตือนว่าการแข่งขันทางธุรกิจในรูปแบบเดิม ๆ ไม่เพียงพอที่จะนำไปให้การดำเนินธุรกิจอยู่รอดหรือประสบความสำเร็จได้ จึงมีการเสนอแนวทางที่จะมาปรับปรุงภาคธุรกิจให้มีประสิทธิภาพสูง นั่นคือ การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจที่เป็นการบูรณาการและเชื่อมโยงของธุรกิจ สถาบัน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไว้ด้วยกัน ประโยชน์ที่ได้ คือ การลดต้นทุนการเพิ่มประสิทธิภาพกิจการ และการแก้ไขปัญหาที่ดีขึ้น เป็นต้น จากการศึกษาวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพการรวมกลุ่ม ซึ่งพิจารณาจากมิติ 2 ด้าน คือ ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจและความสามารถในการแข่งขัน พบว่า ร้านอาหารในเมืองพัทยายู่ในกลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจสูง เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับการรวมกลุ่มถึงร้อยละ 76.1 และมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเครือข่ายมากขึ้น รวมทั้งผู้ประกอบการต้องดิ้นรนเพื่อหาทางรอดให้กับธุรกิจ ซึ่งการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่สนใจ ส่วนด้านความสามารถในการแข่งขันที่มีระดับปานกลาง อาจมีสาเหตุจากการที่ร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดกลางและย่อม ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะและความรู้ในการบริหารจัดการมากนัก ประกอบกับร้านอาหารเหล่านี้ยังขาดศักยภาพในด้านปัจจัยการผลิตและบริบท

การแข่งขัน ซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมได้ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ร้านอาหารมีศักยภาพเพียงพอในการที่จะรวมกลุ่มกับธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ และยินดีที่จะรวมกลุ่มกับธุรกิจท่องเที่ยวด้วยกัน ทั้งนี้ร้านอาหารจำเป็นต้องมีพันธมิตรที่สามารถเกื้อหนุนประโยชน์ในด้านวัตถุดิบ การบริหารจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ หรือด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจในการเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันให้กับตนเอง

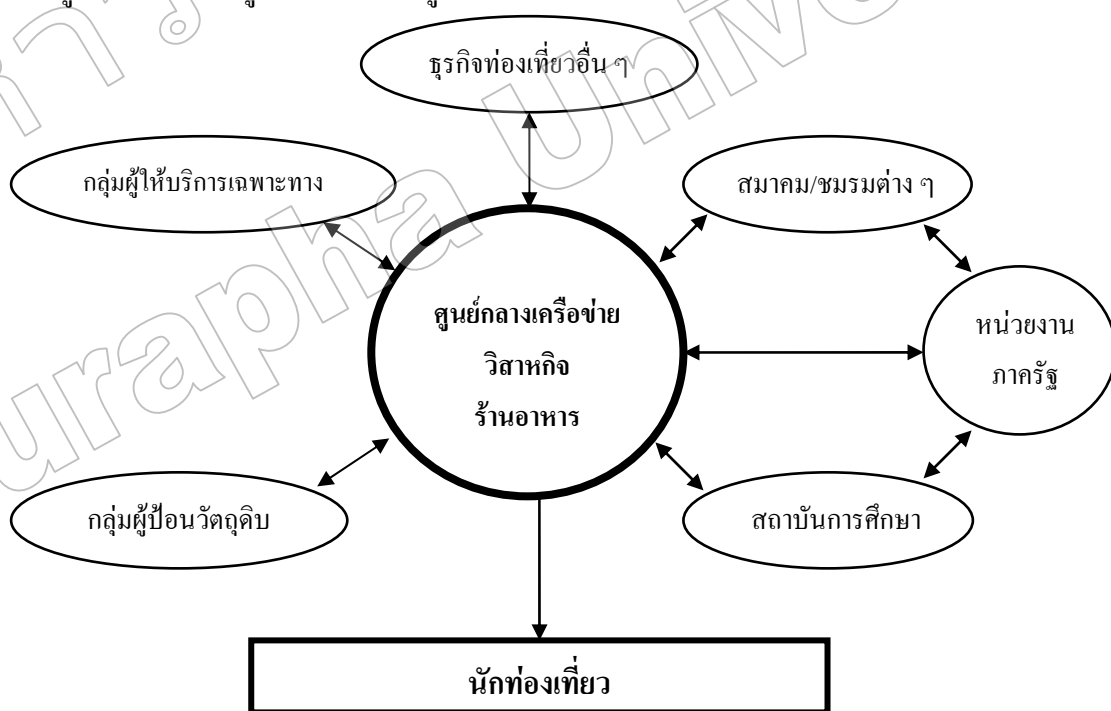
สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารหรือผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจสามารถนำแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจนี้ไปใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งแนวทางการพัฒนาออกเป็น 3 ส่วน จากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับผลวิจัยดังต่อไปนี้

1. รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว

ร้านอาหารที่เกิดขึ้นในเมืองพัทยามีจำนวนมาก ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่เน้นการแข่งขันแบบ“ต่างคนต่างอยู่” ทำให้เกิดปัญหาวัตถุดิบอาหารในพื้นที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจถดถอยและความผันผวนของฤดูกาลที่ส่งกระทบโดยตรงต่อต้นทุนค่าอาหาร ซึ่งทางร้านต้องรับภาระตรงส่วนนี้เพิ่มขึ้น จากปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ทำให้อาหารและธุรกิจท่องเที่ยวในเมืองพัทยามีการจัดตั้งชมรม/ สมาคมต่าง ๆ ขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว เช่น ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหาร และสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา แต่ก็ยังเป็นเพียงแค่การรวมกลุ่มกันแบบหลวม ๆ เนื่องจากภายในชมรม/ สมาคมเกิดปัญหาความขัดแย้งทางด้านผลประโยชน์ และบางชมรม/ สมาคมมีสมาชิกเป็นคนนอกพื้นที่เมืองพัทยา จึงไม่ค่อยให้ความสนใจกับการพัฒนาเมืองพัทยามากนัก (สำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)

การศึกษานี้ได้ผลที่น่าสนใจ คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารในเมืองพัทยาที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจมีลักษณะบางประการที่สำคัญ คือ ต้องมียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป กรอปรกับข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารที่สนใจรวมกลุ่มจะมีคุณลักษณะที่คล้ายกัน คือ เป็นร้านอาหารขนาดกลางที่มีจำนวนที่นั่ง 150-400 ที่นั่ง พนักงานจำนวน 11-30 คน ดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลานานกว่า 5 ปี และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจค่อนข้างมาก โดยร้านอาหารเหล่านี้ยินดีที่จะรวมกลุ่มนอกธุรกิจมากกว่า และพร้อมที่จะแบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน (Marshall, 1919; Dini 1998) เพื่อแก้ไขปัญหาทางด้านต้นทุนวัตถุดิบ มาตรฐานการบริการ และการขาดแคลนบุคลากร (Hector, 2004; Harrison, 1994; Saxenian, 1994)

ดังนั้นรูปแบบการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจในช่วงเริ่มต้นอาจเกิดจากการรวมกลุ่มของธุรกิจท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาเดียวกันและต้องการร่วมกันขจัดปัญหาที่เกิดขึ้น (Brusco 1982; Sabel and Piore 1984; Beccattini 1990; Best 1990) เช่น ร้านอาหารรวมกลุ่มกับธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้แก่ โรงแรมที่พัก คมนาคมขนส่ง ตัวแทนนำเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และร้านค้าของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งอาจมีการจัดตั้งศูนย์เครือข่ายวิสาหกิจขึ้น เพื่อเป็นแกนหลักสำหรับการบริหารจัดการ (Dini & Ceglie, 1999) ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ เมืองพัทยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา จะทำหน้าที่ให้การสนับสนุนเชิงนโยบาย เงินลงทุน (Economist Ágnes Fodor, 2004) รวมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐมีศักยภาพไม่เพียงพอในการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการ จำเป็นต้องดึงสถาบันการศึกษา คือ มหาวิทยาลัยบูรพา เข้ามาช่วยในด้านข้อมูลข่าวสาร ความรู้ทางวิชาการ และการพัฒนาฝึกอบรมบุคลากร (Jackson & Murphy, 2006; Nordin, 2003) รวมทั้งทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Development Agency — CDA) ส่วนชมรม/สมาคมต่าง ๆ ในเมืองพัทยาเป็นหน่วยงานกลางที่คอยกระจายข่าวสารให้กับธุรกิจเครือข่าย เพื่อให้เกิดทักษะและรูปธรรมมากขึ้นผู้วิจัยจึงนำเสนอรูปแบบการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจดังภาพที่ 5-4



ภาพที่ 5-4 รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของร้านอาหารร่วมกับธุรกิจท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวที่นำเสนอข้างต้นนี้ยังเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่ไม่สมบูรณ์แบบนัก เมื่อประเมินศักยภาพการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจของเมืองพัทยาด้วยแบบจำลองของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2548, หน้า 23) พบว่า เครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยว ของพัทยาน่าจะจัดอยู่ระหว่างกลุ่มที่ 1 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันอย่างหลวม ๆ กับกลุ่มที่ 2 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันในระดับหนึ่งแล้ว นั่นคือ เมืองพัทยาน่าจะมีการรวมกลุ่มในรูปแบบชมรม/ สมาคม อาทิ ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหาร สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา เกิดขึ้นแล้วระดับหนึ่ง แต่ก็เป็นการรวมกลุ่มเฉพาะภายในธุรกิจท่องเที่ยวเท่านั้น ซึ่งยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงวัตถุดิบในท้องถิ่น ขาดแรงงานที่มีทักษะ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนยังจำกัด นอกจากนี้ ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าพื้นฐานที่ไม่ซับซ้อนมาก ทำให้ธุรกิจขาดแรงจูงใจต่อการพัฒนาวัตกรรม ส่วนผู้บริหารของธุรกิจมีความสามารถและวิสัยทัศน์พอควร มีระดับความร่วมมือทั้งในแนวตั้งและแนวนอนที่เข้มแข็งมากขึ้น การติดต่อสื่อสารระหว่างอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและระหว่างอุตสาหกรรมกับสถาบันวิจัยและพัฒนา/ สถาบันการศึกษามีพอสมควร โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการพัฒนาสาธารณูปโภคต่าง ๆ แต่หน่วยงานของรัฐก็ยังมีจุดอ่อนที่สำคัญในการขาดการประสานความร่วมมือกันทำให้เกิดความซ้ำซ้อน ขาดเจ้าภาพตัวจริงในการดำเนินงาน ซึ่งการทำงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบในลักษณะต่างคนต่างทำ ขาดการเชื่อมโยงและประสานงาน ส่วนข้อมูลต่าง ๆ ที่เก็บไว้ไม่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ หรือบางครั้งยังขาดการจัดเก็บหรือปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย (นิติ คงกรุด, 2552) เพื่อให้เกิดการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจอย่างแท้จริง จำเป็นที่ร้านอาหาร กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว และหน่วยงานของรัฐในพื้นที่จะต้องปรึกษาหารือกัน เพื่อนำไปสู่การสร้างเชื่อมโยงเครือข่าย โดยหน่วยงานของรัฐ ได้แก่ ศาลาว่าการเมืองพัทยา และ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา ควรแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน และทำหน้าที่เสมือนเป็นคนกลางคอยไกล่เกลี่ยปัญหาที่เกิดขึ้น เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้ประกอบการเหล่านั้น รวมทั้งจัดประชุมผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามาร่วมจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ และคอยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยว และติดตามประเมินผลการดำเนินงานการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวม โดยให้สถาบันการศึกษา คือ มหาวิทยาลัยบูรพาเป็นผู้รับผิดชอบในการติดตามผลการรวมกลุ่มไปพร้อมกับการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ดี ต่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งให้คำปรึกษาทางวิชาการพร้อม ๆ กัน (Mitchell, 1973) นอกจากนี้หน่วยงานของรัฐ ธุรกิจท่องเที่ยว และสถาบันการศึกษา อาจร่วมกันทำ

ข้อมูลการพยากรณ์สถานการณ์และจำนวนนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยาให้กับสมาชิกในเครือข่ายได้สามารถวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจได้ล่วงหน้า

อย่างไรก็ตามร้านอาหารและธุรกิจท่องเที่ยวควรเน้นคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยการขยายฐานความรู้ เทคโนโลยี ความชำนาญทางการผลิตและการบริการ พัฒนาศักยภาพของบุคลากร และปรับปรุงการบริหารจัดการของธุรกิจของตนอย่างต่อเนื่องด้วยการสร้างเป้าหมายร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่งจะทำให้เกิดความผูกพันในการที่จะมุ่งมั่นช่วยเหลือกันและทำงานร่วมกัน เพื่อสามารถยกระดับการแข่งขันในอนาคตได้ ทั้งนี้การเชื่อมโยงเครือข่ายทางสังคมหรือการคบค้าสมาคมระหว่างเครือข่าย เช่น ผู้ประกอบการที่เป็นเครือข่ายดี เพื่อน หรือคนรู้จัก ซึ่งก่อให้เกิดเครือข่ายระหว่างบุคคล ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารกันอย่างแนบแน่นระหว่างบุคคลในเครือข่าวนั้น (Mitchell, 1973) จะมีส่วนช่วยให้การรวมกลุ่มเครือข่ายประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

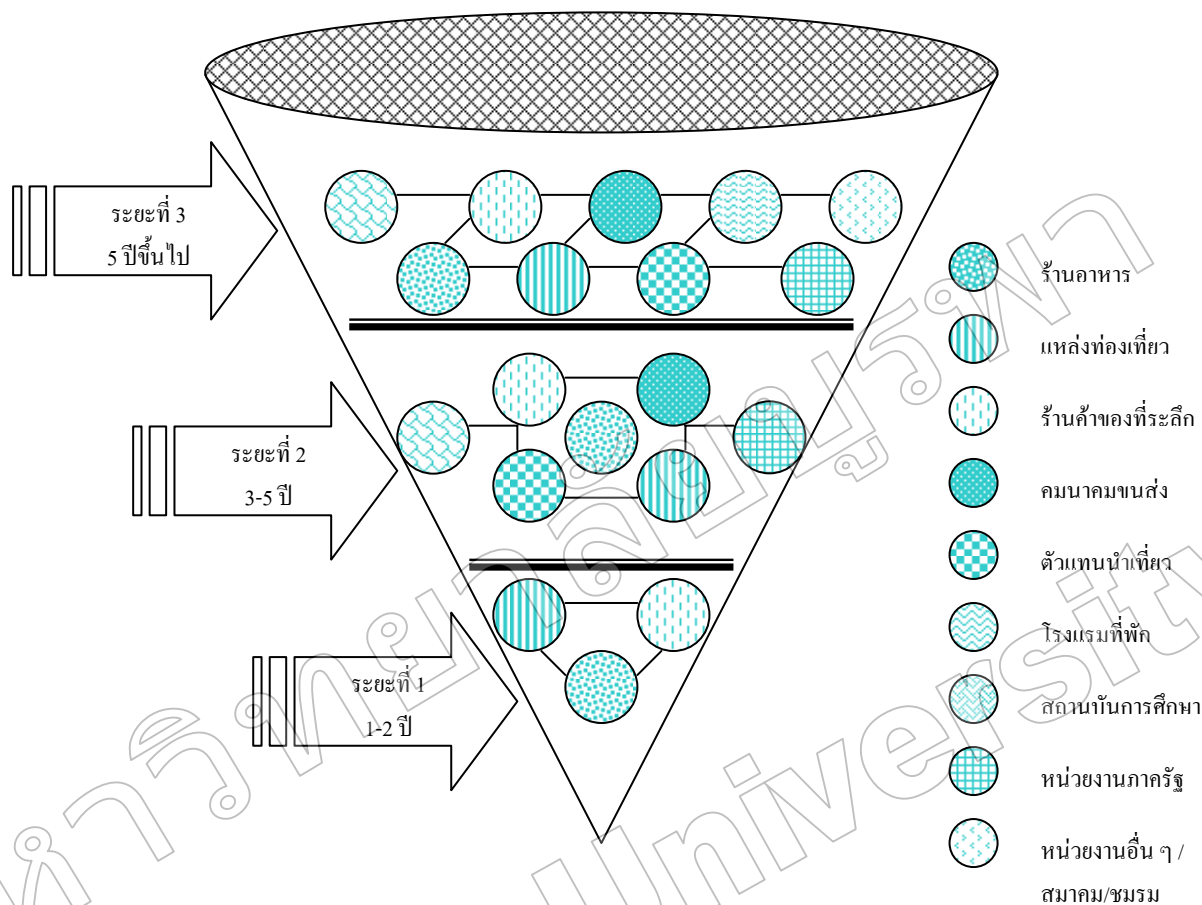
ในส่วนของการรวมตัวภายในธุรกิจร้านอาหารและระหว่างธุรกิจท่องเที่ยวด้วยกันนั้น ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบ่งชี้ว่าสามารถเกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจได้ 3 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 (ระยะเวลาประมาณ 1-2 ปี) จากผลการศึกษาพบว่า ร้านอาหารเป็นธุรกิจที่มีการดำเนินงานแบบปัจเจกหรือเป็นอิสระต่อกัน มีความต้องการบ้างที่จะการรวมกลุ่มภายในเครือข่ายเดียวกัน แต่ต้องการรวมกลุ่มภายนอกเครือข่ายมากกว่า และสามารถรวมกลุ่มได้ตลอดเวลา ดังนั้นในระยะเริ่มต้นเครือข่ายฯ จึงเป็นการรวมกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการและรวมตัวกันแบบหลวม ๆ นั่นคือ ผู้ประกอบการอาจรู้จักกันผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เป็นการส่วนตัว หรือผู้ประกอบการเล็งเห็นว่าธุรกิจท่องเที่ยวประเภทสามารถเอื้อประโยชน์ให้กับธุรกิจร้านอาหารได้ ยกตัวอย่างเช่น ร้านอาหารอาจจะรวมตัวกับแหล่งท่องเที่ยว และร้านค้าของที่ระลึก ทั้งนี้ผู้ประกอบการได้ให้ความเห็นว่า “ร้านของเราไม่ได้บริการแค่อาหารอย่างเดียว แต่ยังมีของฝาก ซึ่งรับมาจากคนรู้จักกันฝากมาขาย รวมถึงเรายังมีโบว์ชัวร์ของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ แจกฟรีกับผู้ที่สนใจ” ส่วนความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมกับสถาบันวิจัยและพัฒนา/ สถาบันการศึกษายังไม่เกิดขึ้นในระยะเริ่มต้นนี้

ระยะที่ 2 (ระยะเวลาประมาณ 3-5 ปี) ซึ่งเป็นระยะต่อเนื่องจากระยะที่ 1 โดยในกลุ่มเครือข่ายฯ มีการประเมินผลการดำเนินงานและต้องการยกระดับเครือข่ายฯ ในช่วงนี้เน้นระบบห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เป็นหลัก ทั้งนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารได้มีการรวมตัวกับแหล่งท่องเที่ยว ร้านค้าของที่ระลึก ตัวแทนนำเที่ยว และคมนาคมขนส่ง โดยที่ตัวแทนนำเที่ยวทำหน้าที่จัดหากลุ่มลูกค้าให้กับธุรกิจท่องเที่ยว และมีคมนาคมขนส่งคอยส่งต่อลูกค้าระหว่างเครือข่าย

นั่นเอง (Bart & Joseph, 2006) อย่างไรก็ตามเครือข่ายฯ ยังขาดศักยภาพบางประการและต้องการการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ เมืองพัทยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา จะทำหน้าที่ให้การสนับสนุนเชิงนโยบาย เงินลงทุน และสาธารณูปโภค เช่น ถนน น้ำประปา ไฟฟ้า เป็นต้น แต่ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐมีศักยภาพไม่เพียงพอในการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องตั้งสถาบันการศึกษา นั่นคือ มหาวิทยาลัยบูรพา เข้ามาช่วยเหลือทางด้านข้อมูลข่าวสาร ความรู้ทางวิชาการ และการพัฒนาฝึกอบรมบุคลากร เห็นได้ว่าการรวมตัวในระยะที่ 2 นี้มีระดับความร่วมมือทั้งในแนวตั้งและแนวนอนที่เข้มแข็งมากขึ้น หน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาคอยสนับสนุนและคอยช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ให้เครือข่ายฯ สามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตนเอง

ระยะที่ 3 (ระยะเวลาประมาณ 5 ปีขึ้นไป) เป็นระยะที่เครือข่ายฯ ได้พัฒนาขึ้นในระดับหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตามเครือข่ายฯ จำเป็นต้องมองหาธุรกิจ หน่วยงาน องค์กร หรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ เข้ามาเติมเต็มให้การรวมตัวกันมีความเข้มแข็งและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ดังนั้นเครือข่ายฯ จึงจำเป็นต้องมองหาพันธมิตรทางธุรกิจที่สามารถเอื้อประโยชน์ให้กับสมาชิกในเครือข่ายได้ อาทิ ธุรกิจ โรงแรมที่พัก ธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ สมาคม/ชมรมในเมืองพัทยา อุตสาหกรรมการเกษตร สถาบันวิจัยและพัฒนา สถาบันเฉพาะทางต่าง ๆ สถาบันการเงิน เป็นต้น ซึ่งองค์กรเหล่านี้ช่วยให้เครือข่ายฯ สามารถเข้าถึงทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบ เงินทุน ข้อมูลข่าวสาร และบุคลากรได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น นอกจากนี้แล้วยังอาจเกิดการสร้างนวัตกรรมของธุรกิจท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่การพัฒนาขีดความสามารถที่ยั่งยืนของเครือข่ายฯ ต่อไป



ภาพที่ 5-5 ระยะการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา (ดัดแปลงจากแนวคิดของ วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2552)

จากรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจที่ได้นำเสนอข้างต้นนั้น จะเกิดขึ้นได้จำเป็นต้องมีกระบวนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจตามลำดับขั้นตอนดังจะกล่าวต่อไปนี้

2. กระบวนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน

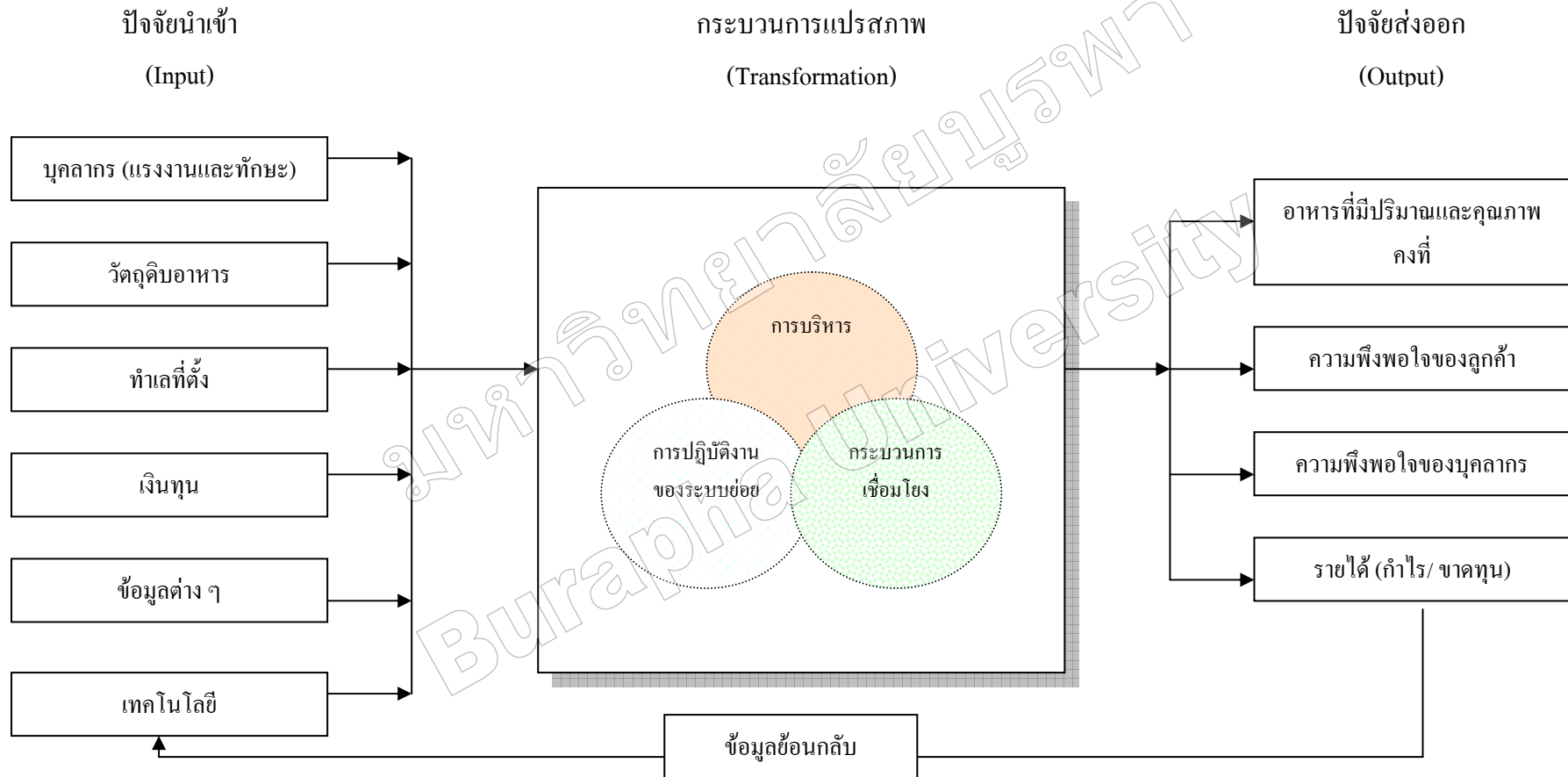
กระบวนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจไม่ใช่สิ่งที่ย่างและเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ จะต้องอาศัยความเชื่อมโยงและความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างแข็งแกร่ง (Novelli, Schmitz & Spence, 2005) โดยขั้นตอนการพัฒนาเครือข่ายตามลำดับ ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548)

1. หน่วยงานของรัฐมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในเมืองพัทยา ซึ่งหน่วยงานของรัฐจะทำการประชาสัมพันธ์ผ่านชมรม/ สมาคมต่าง ๆ ทั้งนี้สมาชิกในกลุ่มที่มี

ความสนใจในการรวมกลุ่มจะร่วมกันทำ Workshop โดยมีสถาบันการศึกษาเป็นผู้ฝึกอบรมและให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจแก่สมาชิก (Cluster Navigators, 2001) หลังจากนั้นจึงทำการตรวจสอบความพร้อมและความตั้งใจซึ่งถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด หากทุกภาคส่วนมีความพร้อมและความตั้งใจจะทำให้การดำเนินงานรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยตรวจสอบความพร้อมและความตั้งใจ ตั้งแต่ ผู้ประกอบการร้านอาหาร และธุรกิจท่องเที่ยว ผู้กำหนดนโยบายรัฐ สถาบันการศึกษา หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้ทราบถึงสถานะและศักยภาพของผู้เข้าร่วมในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจว่าอยู่ในระดับใด ผู้นำกลุ่มเครือข่ายควรมีศักยภาพและมีความเสียสละ รวมทั้งมีวิสัยทัศน์กว้างไกล เนื่องจากการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจต้องอาศัยระยะเวลาและอาศัยต่อเนื่องในการพัฒนาเครือข่าย ผู้นำเครือข่ายวิสาหกิจจึงเป็นซัพพลายเออร์สำคัญในการเริ่มต้นการพบปะพูดคุยกันหรือจัดให้มีการประชุมในการกำหนดแผนการพัฒนาร่วมกัน ในช่วงแรกสถานที่ที่ใช้จัดการประชุมอาจจะจัดที่ศาลาว่ากลางเมืองพัทยา ซึ่งมีศักยภาพและความพร้อมในการจัดประชุม ทั้งนี้ไม่สำคัญว่าการประชุมนั้นจะเป็นทางการหรือไม่ หากแต่สำคัญที่เนื้อหาและความจริงใจที่พร้อมจะดำเนินการและมีเป้าหมายร่วมกันในขั้นตอนต่าง ๆ

2. การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียและห่วงโซ่อุปทาน โดยขั้นตอนนี้เป็นการสำรวจถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อให้ทราบว่าใครบ้างที่เป็นแกนกลาง (นำเสนอในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจข้างต้น) มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจอะไร มีหน่วยงานหรือองค์กรอะไรที่เข้ามาเกี่ยวข้อง สนับสนุน หรือขาดหายไป ในเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งพิจารณาว่ามีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือสนับสนุนมากน้อยเพียงใดและอย่างไร ซึ่งเครื่องมือที่จะใช้ในการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย ก็คือห่วงโซ่อุปทาน (ภาพที่ 5-5) และแผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจ (ภาพที่ 5-7) หากมีการจัดทำแผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจได้ละเอียดครบถ้วนและถูกต้อง แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจจะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการระบุถึงจุดบกพร่องต่าง ๆ ที่เครือข่ายวิสาหกิจจำเป็นต้องแก้ไขปรับปรุง เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่ม การจัดทำแผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจ ควรจะเริ่มต้นจากแกนกลางหรือธุรกิจหลักของเครือข่ายวิสาหกิจนั้นก่อน จากนั้นจึงพิจารณาถึงกิจการผู้ประกอบการอื่น ๆ รวมทั้งหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน และระบุความสัมพันธ์ระหว่างกันด้วย

การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 5-6 โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากการศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่ามีปัจจัยที่เป็นข้อได้เปรียบและเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ ดังนี้

1. ปัจจัยนำเข้า ซึ่งประกอบด้วย

1.1 บุคลากร อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศและภาคตะวันออก แต่บุคลากรที่มีความสามารถทางการท่องเที่ยวและทักษะทางด้านภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาเกาหลี และภาษารัสเซีย เป็นต้น ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ ซึ่งสาเหตุหนึ่งที่สำคัญคือ ภาพลักษณ์เมืองพัทยาที่ถูกนำเสนอในลักษณะการบริการทางเพศ ทำให้บุคลากรเหล่านี้ไม่เลือกที่จะมาทำงานในเมืองพัทยานอกจากนี้สถาบันการศึกษาในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียงยังไม่สามารถผลิตบุคลากรที่มีคุณลักษณะเหมาะสมกับธุรกิจท่องเที่ยวได้มากนัก ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องหาทางออกโดยการนำนักศึกษาจากสถานศึกษาในภาคต่าง ๆ เข้ามาฝึกงานหรือทำงานในช่วงปิดเทอมแทน ซึ่งสามารถลดต้นทุนค่าจ้างได้บางส่วน

1.2 วัตถุดิบอาหาร พบว่า วัตถุดิบทางด้านอาหารทะเลในเมืองพัทยามีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการที่มีจำนวนมาก ผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการมานานจะมีผู้ค้าประจำ นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางรายจะซื้อวัตถุดิบที่ตลาดสดบางละมุง จะซื้อขายวัตถุดิบในลักษณะการซื้อขายกันมานานจนกลายเป็นเจ้าประจำ โดยวัตถุดิบที่ซื้อจากผู้ค้าส่งในตลาดสด เช่น หมู ไก่ ปลา กุ้ง ผัก และผลไม้ เป็นต้น วัตถุดิบเหล่านี้จะมีการสั่งแบบวันต่อวัน เพื่อประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บและจะได้อาหารที่สด ถ้ามีการสั่งซื้อในปริมาณมากผู้ค้าส่งจะมีบริการจัดส่งสินค้าให้ถึง ผู้ประกอบการบางรายจะซื้อวัตถุดิบจากตลาดสดนอกพื้นที่ เช่น ตลาดไท เป็นต้น เนื่องจากวัตถุดิบในพื้นที่ไม่เพียงพอและมีราคาสูง รวมทั้งซัพพลายเออร์เสนอสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ โดยจะสั่งซื้อในปริมาณมากและสั่งซื้อต่อสัปดาห์ นำมาจัดเก็บในห้องเก็บสินค้า ซึ่งเป็นการประหยัดต้นทุนค่าขนส่งสินค้าและจะได้สินค้าในราคาถูกกว่าราคาปกติ

ส่วนผู้จัดส่งวัตถุดิบประเภทซัพพลายเออร์มีทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ เป็นผู้หาและคัดเลือกวัตถุดิบให้แก่ร้านอาหารขนาดเล็กและขนาดกลาง เช่น พัทยาเบสท์ฟู้ด ชาติผลกิจ และบีลิกก็ เป็นต้น โดยวัตถุดิบที่ซื้อจะเป็นทั้งของสด เช่น อาหารทะเล หมู ปลาแชลมอน และกุ้ง เป็นต้น และของแห้ง เช่น เครื่องปรุงและเครื่องดัดต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งซัพพลายเออร์เหล่านี้จะนำเสนอวัตถุดิบให้กับทางร้านโดยตรง รวมทั้งมีการจัดส่งวัตถุดิบโดยทางร้านไม่ต้องเสียค่าขนส่ง

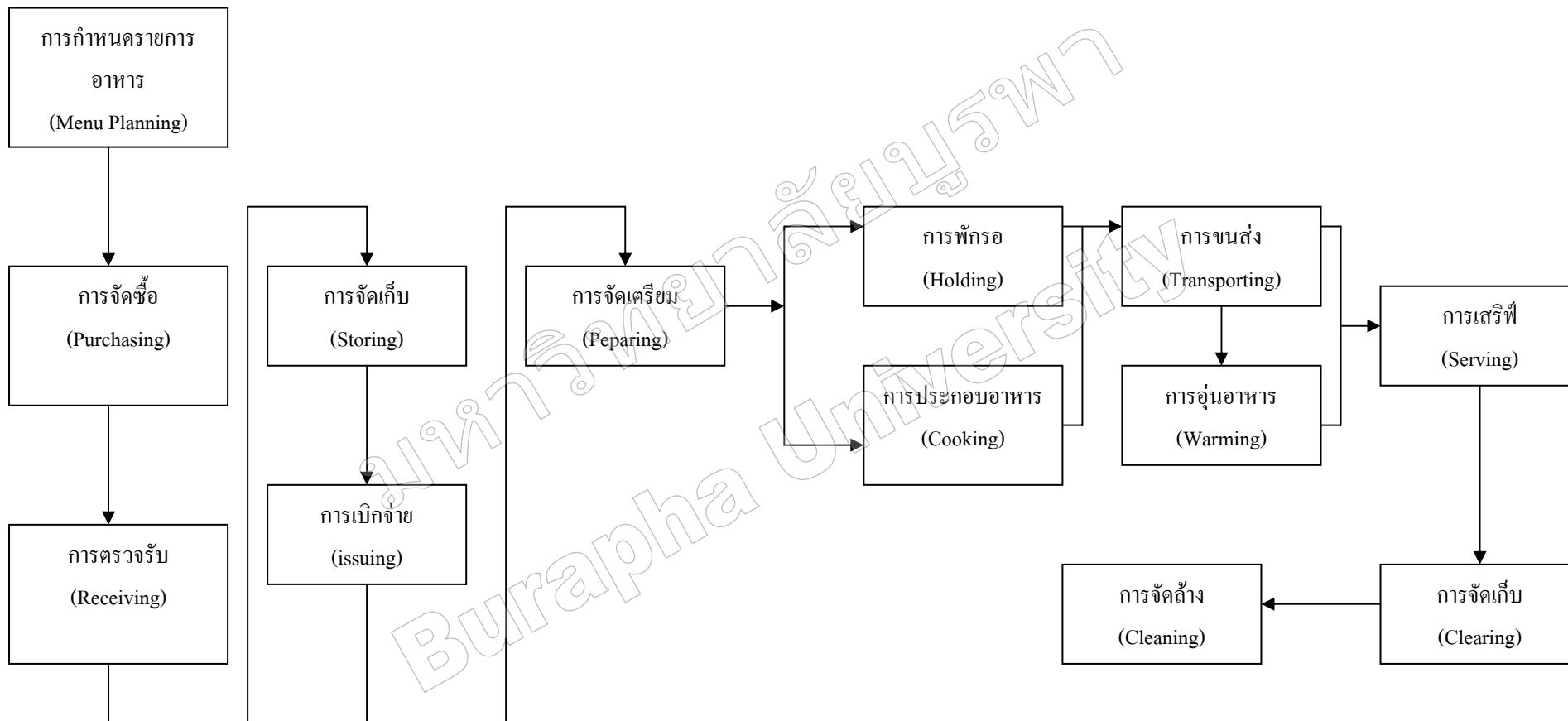
1.3 ท่าเลที่ตั้ง ถือเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจร้านอาหาร พบว่า ร้านอาหารในเมืองพัทยายังไม่มีการรวมกลุ่มตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ส่วนใหญ่จะกระจายตัวพื้นที่ของเมือง ยกเว้นบริเวณหาดจอมเทียนและวอล์กิ้งสตรีทที่มีการรวมกลุ่มของร้านอาหารทะเลจำนวนมากในพื้นที่นั้น

1.4 เงินทุน เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง โดยในเมืองพัทยาถือว่ามีความพร้อมทางด้านแหล่งเงินทุนที่ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถขอรับสินเชื่อ ได้แก่ ธนาคารออมสิน ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารกรุงไทย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีแหล่งเงินทุนที่สำคัญ คือ เงินลงทุนส่วนตัวหรือเงินจากครอบครัว เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่ไม่ต้องลงทุนในสินทรัพย์ถาวรมากนัก

1.5 ข้อมูลต่าง ๆ ผู้ประกอบการในเมืองพัทยาจะได้ข้อมูลข่าวสารจากเครือข่ายในชมรม/ สมาคมที่เป็นสมาชิกอยู่ หรือจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น ศาลาว่าการเมืองพัทยา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้ทันกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะหาข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

1.6 เทคโนโลยี ในปัจจุบันเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากกับธุรกิจ โดยเทคโนโลยีเหล่านี้จะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว เช่น เว็บไซต์ต่าง ๆ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ ปาล์ม คอมพิวเตอร์ และกล้องถ่ายรูป เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการที่สามารถนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ได้ถูกที่และถูกวิธีจะช่วยประหยัดต้นทุน ลดขั้นตอนการทำงาน และเพิ่มช่องทางจำหน่ายสินค้าให้กับธุรกิจได้เป็นอย่างดี

2. กระบวนการแปรสภาพ ประกอบด้วย การบริหาร การปฏิบัติงานของระบบย่อย และกระบวนการเชื่อมโยง เป็นการแปรสภาพวัตถุดิบจากปัจจัยนำเข้าให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยการเข้าสู่กระบวนการต่าง ๆ ดังภาพที่ 5-7



ภาพที่ 5-7 กระบวนการแปรสภาพของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

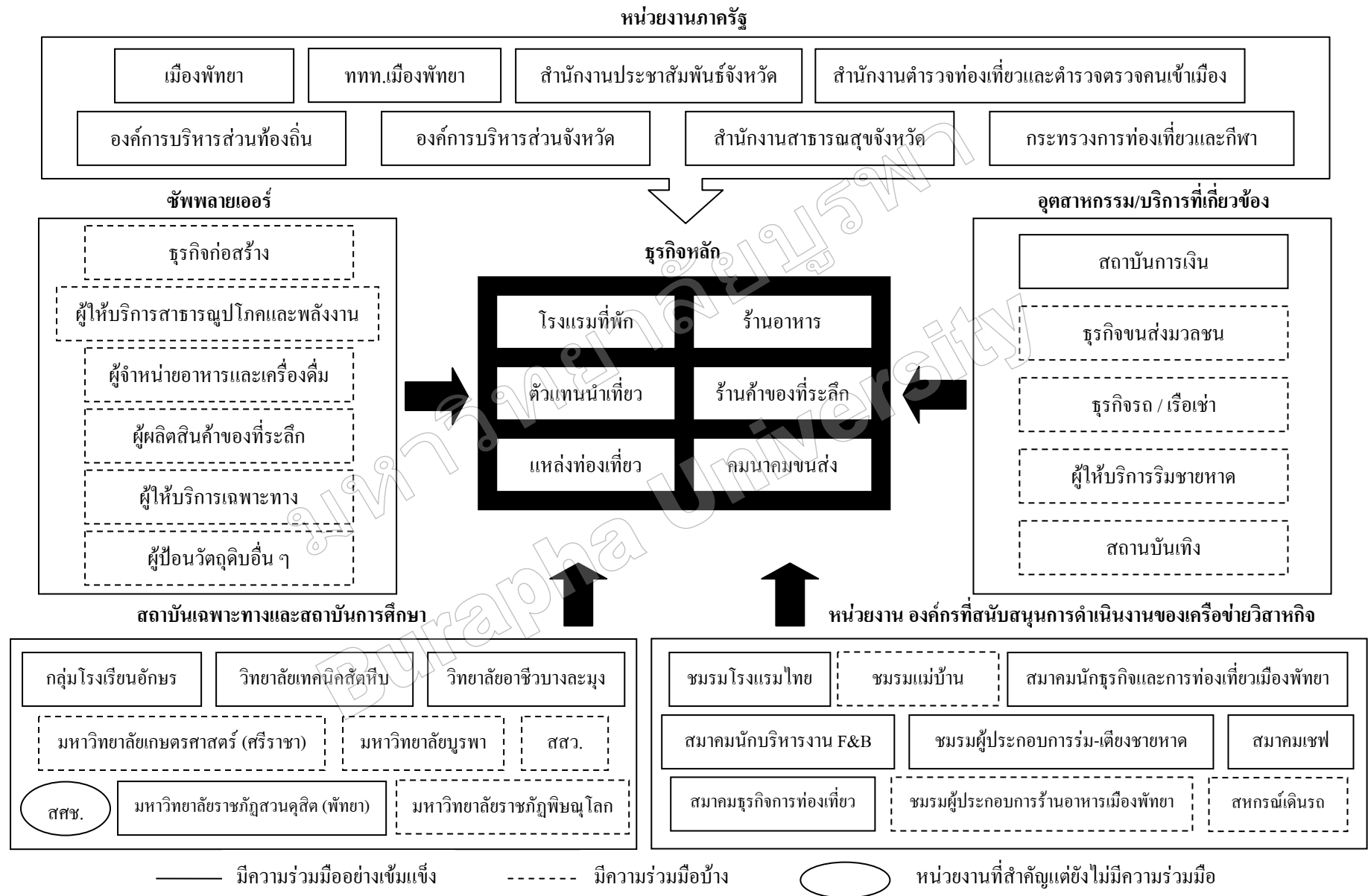
2.1 การจัดหาซื้อวัตถุดิบอาหาร ถือเป็นหน้าที่สำคัญ เพราะการคัดเลือกวัตถุดิบที่ดีในราคาข่อมเยา เป็นงานที่ผู้ปฏิบัติต้องเอาใจใส่และพิถีพิถัน มิฉะนั้นจะได้วัตถุดิบคุณภาพไม่ดีและราคาสูง ดังนั้นระบบการจัดซื้อจึงเป็นพื้นฐานของระบบควบคุมต้นทุน ซึ่งเป็นหน้าที่นี้อาจเป็นของพนักงานจัดซื้อหรือผู้ประกอบการก็ได้ โดยจะเดินทางไปซื้อด้วยตนเองหรือมีคนกลางนำมาเสนอขายถึงร้าน การสั่งซื้อสินค้าในแต่ละงวดมีทั้งของที่ต้องซื้อทุกวัน เช่น อาหารสด ของที่ใช้เป็นประจำแต่สามารถซื้อเก็บไว้ได้ ของสิ้นเปลืองที่ต้องมีใช้ประจำ เป็นต้น โดยผู้ประกอบการจะคาดการณ์ด้วยการพิจารณาจากองค์ประกอบที่สำคัญ คือ จำนวนวัตถุดิบคงเหลือ จำนวนลูกค้าอาหารรายได้ที่คาดว่าจะขายได้มาก และงานจัดเลี้ยง

2.2 การตรวจรับสินค้า เป็นการตรวจสอบการจัดซื้อสินค้าว่าเป็นไปตามข้อกำหนดหรือไม่ ถ้าตรวจรับไม่ดีจะทำให้ไม่สามารถควบคุมต้นทุนได้ เช่น วัตถุดิบที่สั่งซื้อส่งไม่ครบตามจำนวน หรือบางครั้งมีการส่งของเสียปะปน เป็นต้น

2.2 การจัดเก็บสินค้าและการเบิกจ่าย หลังจากที่มีการซื้อวัตถุดิบเรียบร้อยแล้ว จะนำวัตถุดิบที่ได้มาเก็บไว้ เพื่อนำไปเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าต่อไป กิจกรรมนี้เป็นกรรองรับกับความต้องการของลูกค้าที่ไม่คงที่ รวมทั้งประโยชน์ในด้านการประหยัดต้นทุนของวัตถุดิบ ถ้าซื้อในจำนวนมาก ผู้ประกอบการจะมีระบบการหมุนเวียนวัตถุดิบ โดยขจัดวัตถุดิบเก่า โกล้เสื่อมคุณภาพหรือหมดอายุนำออกมาใช้ก่อน (First In First Out: FIFO) ซึ่งการเบิกจ่ายที่เป็นระบบที่ดีจะช่วยหมุนเวียนวัตถุดิบให้คงความสดและมีคุณภาพดีเสมอ กิจกรรมที่ขนาดเล็กที่มีพื้นที่จัดเก็บจำนวนจำกัดจะมีการจัดซื้อสินค้าประเภทของแห้งที่จัดเก็บได้ไว้ในจำนวนจำกัดและจะซื้อสินค้าสัปดาห์ละครั้ง หรือทุก ๆ 15 วัน เพื่อประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า ส่วนร้านอาหารขนาดกลางบางร้านที่มีพื้นที่จัดเก็บเพียงพอ จะซื้อสินค้าในปริมาณ เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุน และนำมาเก็บไว้ในห้องจัดเก็บสินค้า ส่วนหน้าที่ในการเบิกจ่ายสินค้าจะเป็นของผู้จัดการหรือผู้ประกอบการโดยตรง เพราะต้องควบคุมการทุจริตที่อาจเกิดขึ้นได้

2.3 การประกอบอาหาร เมื่อผ่านขั้นตอนการจัดซื้อ ตรวจรับสินค้า การจัดเก็บและเบิกจ่ายแล้ว ก็มาถึงขั้นตอนการปรุงอาหารเพื่อจำหน่าย เป็นกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าของสินค้าเมื่อมีการประกอบการอาหารตามความต้องการของลูกค้าจะมีการเสิร์ฟอาหารไปถึงมือลูกค้า

3. ปัจจัยส่งออก เมื่อนำปัจจัยนำเข้ามาแปรสภาพจะได้ผลิตภัณฑ์ออกมาในรูปของอาหาร ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการควบคุมต้นทุนให้ดี เพื่อที่จะสามารถมอบสินค้า/บริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้าในราคาที่ไม่ว่าแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งจะได้รับคามนิยมจากลูกค้ามาก สามารถสร้างยอดขายและกำไรได้เพิ่มมากขึ้น



ภาพที่ 5-8 แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

เมื่อผู้ประกอบการประสบปัญหาความเดือดร้อนจากการทำธุรกิจในรูปแบบเดิม ๆ ที่ต่างคนต่างอยู่ ธุรกิจมีการแข่งขันกันเองเฉพาะภายในพื้นที่ แต่ไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ เนื่องจากความเชี่ยวชาญทางด้านการตลาด ขาดอำนาจต่อรองในการจัดซื้อวัตถุดิบ ขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะความสามารถทางด้านภาษาหรือความสามารถเฉพาะทาง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเริ่มตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องแก้ไขปัญหาและต้องการความช่วยเหลือเพื่อพัฒนาศักยภาพให้สามารถแข่งขันและอยู่รอดในธุรกิจได้ การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจถือเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้ประกอบการ ซึ่งการรวมกลุ่มประเภทนี้เป็นการรวมกลุ่มแบบบูรณาการทั้งระบบ ซึ่งจะแตกต่างจากการรวมกลุ่มทั่ว ๆ ไป พบว่า ธุรกิจท่องเที่ยวในเมืองพัทยา มีการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจเกิดขึ้นอย่างหลวม เนื่องจากผู้ประกอบการมีภูมิลำเนาต่างพื้นที่ รวมทั้งความขัดแย้งทางด้านผลประโยชน์ภายในกลุ่ม แม้ว่าธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่จะมีการรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคม/ ชมรม แต่ก็ยังไม่เกิดผลในด้านการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันมากนัก เนื่องจากการรวมกลุ่มที่มุ่งเน้นทางการแลกเปลี่ยนข่าวสารทางธุรกิจ การทำการตลาด หรือการอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยว ประกอบกับกลุ่มเครือข่ายยังขาดแกนนำหลักในการจัดตั้งเครือข่าย ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐจึงควรเป็นซัพพลายเออร์ในการประสานงานและให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดมโนภาพมากขึ้นผู้วิจัยจึงได้นำเสนอแผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจ ดังภาพที่ 5-7

1. ธุรกิจหลัก ประกอบด้วย ธุรกิจ โรงแรมที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ธุรกิจตัวแทนนำเที่ยว ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งมีการรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยกลุ่มหลัก คือ สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัทยา ชมรมโรงแรมไทย (พัทยา) และสมาคมนักบริหารงานอาหารและเครื่องดื่ม ภาคตะวันออก ผู้ประกอบการที่จะเข้าเป็นสมาชิกของสมาคม/ ชมรม ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการในธุรกิจมานานหรือต้องการหาเครือข่ายให้กับธุรกิจ ซึ่งถ้ามองในแง่ของจำนวนผู้ประกอบการและประเภทกิจการทางธุรกิจค่อนข้างครบถ้วน แต่ในแง่ความสัมพันธ์ พบว่า ยังขาดความเชื่อมโยงและเชื่อใจกันเท่าที่ควร
2. อุตสาหกรรม/ บริการที่เกี่ยวข้อง มีส่วนสนับสนุนให้เครือข่ายสามารถดำเนินธุรกิจได้ ได้แก่ สถาบันการเงิน ธุรกิจขนส่งมวลชน ธุรกิจรถเช่า-เรือเช่า สถานบันเทิง และผู้ให้บริการริมชายหาด เช่น ร่ม-เตียงชายหาด เรือสกีเตอร์ สปีดโบ๊ต บานาน่าโบ๊ต ร่มพาราเซล เป็นต้น
3. ซัพพลายเออร์ ได้แก่ ธุรกิจก่อสร้าง ผู้ให้บริการสาธารณูปโภคและพลังงาน เช่น ไฟฟ้า ประปา น้ำมันเชื้อเพลิง การสื่อสารโทรคมนาคม และก๊าซ เป็นต้น ผู้จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ผลิตสินค้าของที่ระลึก ผู้ให้บริการเฉพาะทาง เช่น บริษัทรับจ้างบริหารจัดการ

ผู้ให้บริการสื่อโฆษณา บริษัทประกันภัย ผู้ให้บริการด้านบัญชีและกฎหมาย เป็นต้น ผู้ป้อนวัตถุดิบอื่น ๆ เช่น ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องใช้ทำความสะอาด อุปกรณ์เครื่องเขียน สิ่งพิมพ์ และวัสดุสิ้นเปลืองอื่น ๆ เป็นต้น

4. สถาบันสนับสนุนเครือข่ายวิสาหกิจ

4.1 หน่วยงานภาครัฐถือเป็นวางนโยบายในการสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยการประสานงาน สนับสนุน และผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มในระยะเริ่มต้น ซึ่งหน่วยงานในพื้นที่ที่มีบทบาทสำคัญ เช่น ศาลากลางเมืองพัทยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หอการค้าไทย ตำรวจท่องเที่ยว และตำรวจตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีราชการที่คอยให้การสนับสนุน ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

4.2 สถาบันเฉพาะทางและสถาบันการศึกษา พบว่า สถาบันการศึกษาในพื้นที่มีจำนวนไม่เพียงพอในการผลิตบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ ซึ่งสถาบันที่อยู่ในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง เช่น วิทยาลัยอาชีวศึกษาละมุน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต (พัทยา) กลุ่มโรงเรียนอักษร วิทยาลัยเทคนิคสัตหีบ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา และมหาวิทยาลัยบูรพา เป็นต้น ส่วนสถาบันการศึกษานอกพื้นที่ผู้ประกอบการจะมีการจ้างงานในช่วงปิดเทอม ซึ่งส่วนใหญ่มาจากจังหวัดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น นครราชสีมา ศรีสะเกษ และร้อยเอ็ด เป็นต้น หรือทางสถาบันส่งมาฝึกงาน เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลย์ โลก

4.3 หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (PBTA) ชมรมโรงแรมไทย (พัทยา) ชมรมโรงแรมเมืองพัทยา ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัทยา สหกรณ์เดินรถ สมาคมนักบริหารงานอาหารและเครื่องดื่ม ภาคตะวันออก (Food and Beverage Association Eastern Region of Thailand: F&B) โดยชมรม/ สมาคมเหล่านี้ถือว่ามีบทบาทสำคัญต่อการผลักดันให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ เนื่องจากองค์กรที่อยู่ในพื้นที่จัดตั้งขึ้นมาเป็นเวลานาน และสมาชิกของชมรมเป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว แต่ในแต่ละองค์กรยังขาดความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นทางการ ซึ่งส่วนใหญ่จะรู้จักกันเป็นการส่วนบุคคลมากกว่า

3. การจัดสัมมนาเพื่อระดมความคิด รับฟังความคิดเห็น รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งเป็นตัวแทนจากทุกภาคส่วนในพื้นที่เมืองพัทยาใน

การเสนอความต้องการ และการจัดการผลประโยชน์ในด้านเศรษฐศาสตร์ร่วมกัน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2552) ยกตัวอย่างเช่น การจัดสรรเกี่ยวกับผลประโยชน์ด้านการเงินให้กับธุรกิจขนาดซึ่งมีอำนาจในการต่อรองน้อย ดังนั้นควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางการเงินให้รอบคอบ และคำนึงถึงต้นทุน ค่าใช้จ่าย และเงื่อนไขเกี่ยวกับผลประโยชน์และกำไรที่ธุรกิจพึงได้รับ (Morrison, 1994; Litteljohn et al., 1996)

4. การกำหนดเป้าประสงค์หรือพันธกิจร่วม เมื่อมีความพร้อมและความตั้งใจที่จะพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ขั้นตอนต่อมาก็คือ การพิจารณาว่าจะพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจไปในแนวทางใด หรือให้บรรลุวัตถุประสงค์ในเรื่องอะไร ซึ่งเรื่องนี้อาจเป็นเรื่องยากในการตัดสินใจหรืออาจมีความเห็นที่หลากหลายในการตั้งเป้าประสงค์ร่วมกัน (จักรพร อุณจิตต์, 2548) ดังนั้น แนวทางหนึ่งที่จะตอบคำถามเรื่องนี้ได้ ก็คือ ผู้มีส่วนได้เสียในเครือข่ายวิสาหกิจ จะต้องแสดงความเห็นร่วมกันถึงเป้าหมายที่กลุ่มต้องการจะดำเนินการ ในลำดับแรกหรืออาจร่วมกันสร้างดัชนีหรือตัวชี้วัดระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ๆ เพื่อกระตุ้นให้สมาชิกมีเป้าหมายร่วมในการดำเนินงานร่วมกัน ซึ่งไม่มีรูปแบบใดที่ตายตัว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของเครือข่ายวิสาหกิจว่ามีปัจจัยใดบ้างที่สมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจมองเห็นร่วมกันว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะยกระดับความสามารถในการแข่งขัน จากนั้นจึงจัดลำดับให้คะแนนความเข้มแข็งของเครือข่ายวิสาหกิจในแต่ละปัจจัยว่าอยู่ระดับใด ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่าสิ่งใดเป็นสิ่งที่จำเป็นเร่งด่วนที่ต้องปฏิบัติ หรืออาจใช้วิธีการเปรียบเทียบปัจจัยที่สำคัญในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งของเครือข่ายวิสาหกิจทั้งในและต่างประเทศก็ได้ ซึ่งเป้าประสงค์ที่สำคัญของเครือข่ายวิสาหกิจ คือ การทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวที่ปกติจะดำเนินการเพียงลำพังมาสร้างผลผลิตทางการท่องเที่ยวร่วมกัน ตัวอย่างเป้าประสงค์หรือพันธกิจของเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยว

4.1 ส่งเสริมและผลักดันให้สมาชิกในกลุ่มร่วมกันแสวงหาทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการยอมรับและความร่วมมือที่จะปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ร่วมกันกำหนดขึ้น โดยผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการดำเนินการร่วมกันในการจัดทำแผนพัฒนา การหางบประมาณสนับสนุน การหาแนวร่วมซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในพื้นที่ และจัดกิจกรรมเพื่อกำหนดเป้าหมายและวางแผนในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจร่วมกัน

4.2 พัฒนาศักยภาพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานด้านการบริการที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา โดยสนับสนุนบทบาทของสถาบันการศึกษาในพื้นที่ให้มีการพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมทั้งจัดอบรมความรู้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว เช่น การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คุณค่าของวิถีไทย

ภาษา ความปลอดภัย มาตรฐานด้านสุขอนามัยของอาหาร หรือหลักสูตรอื่น ๆ ตามข้อตกลงของสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับบุคลากรของธุรกิจท่องเที่ยว

4.3 ผลักดันให้มีการบังคับใช้กฎหมายด้านต่าง ๆ เช่น การจราจร การทิ้งขยะ อาชญากรรม และสถาบันเรียมรมย์ อย่างเข้มงวดมากขึ้น

4.4 ส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้วยการสร้างเมืองพัทยาให้มีตราของการท่องเที่ยวแบบครบครัน มีกิจกรรมหลากหลายรองรับความต้องการของสมาชิกในเครือข่ายแต่ละวัย ทดแทนภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแบบบริการทางเพศ

4.5 ร่วมกันรณรงค์ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และชาวเมืองพัทยาดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่เมืองพัทยา รวมทั้งส่งเสริมกิจกรรมและทำการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

5. การสร้างยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจนั้นมาจากการวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ต่าง ๆ ได้แก่ การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรม การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และการวิเคราะห์องค์ประกอบสี่ด้านของพอร์ตเตอร์ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของห่วงโซ่การผลิต ทั้งนี้ไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องมือเหล่านี้ทั้งหมดในการวิเคราะห์ เพียงแต่ต้องมีความเข้าใจว่าเครื่องมือเหล่านี้เป็นสิ่งที่ช่วยให้สมาชิกในกลุ่มมีความเข้าใจในประเด็นหรือปัญหาพร้อมกันและพัฒนากลยุทธ์ที่จะแก้ไขปัญหาหรือประเด็นเหล่านั้น ดังนั้นการตัดสินใจเลือกเครื่องมือชนิดใดจะต้องพิจารณาถึงประเภทของประเด็นปัญหา ความเพียงพอของข้อมูล และความเข้าใจร่วมกันของสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจ

6. การจัดโครงสร้างคณะกรรมการของเครือข่ายวิสาหกิจ หลังจากที่มียุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติที่ชัดเจนและพร้อมที่จะดำเนินการแล้ว ขั้นตอนต่อไป คือ การจัดโครงสร้างคณะกรรมการของเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งการกำหนดระยะเวลาในแต่ละขั้นตอนและรวบรวมถึงผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอนในโครงสร้างคณะกรรมการของเครือข่ายวิสาหกิจควรประกอบด้วยตัวแทนจากแต่ละกลุ่มของผู้มีส่วนได้เสีย สมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจควรมีการเลือกตั้งประธานหรือผู้นำของเครือข่ายวิสาหกิจขึ้นมาและควรทำหนังสือถึงหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องให้ทราบถึงการจัดตั้งของเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งเป้าประสงค์และแผนปฏิบัติงานต่าง ๆ เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐได้สนับสนุนในด้านต่าง ๆ แก่เครือข่ายวิสาหกิจ นอกจากนี้ ควรชักจูงให้ภาคส่วนอื่น ๆ เข้ามามีส่วนร่วมด้วย เช่น ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ขณะที่สถาบันการศึกษาต้องเป็นหน่วยงานหลักในการให้ความรู้และพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งสถาบันเฉพาะทางและสถาบันวิจัยพัฒนา

ต่าง ๆ ต้องเป็นผู้สนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สนับสนุน การเจริญเติบโตของเครือข่ายวิสาหกิจ เป็นต้น

7. ขั้นตอนการตรวจสอบความก้าวหน้าในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ พร้อมทั้ง ยกย่องยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจไปสู่แผนระยะกลางและระยะยาว (Cluster Navigators, 2001) ด้วยการประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวของเมืองพัทยา รวมทั้งทบทวนกรอบ แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ และให้ข้อเสนอแนะต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนา เครือข่ายที่อยู่บนพื้นฐานความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างบูรณาการ

3. ผลลัพธ์ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว

การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีเป็น การสร้างความร่วมมือบนพื้นฐานของการแข่งขัน โดยสมาชิกในกลุ่มเครือข่ายจะร่วมกันกำหนด ทิศทางและเป้าหมาย ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกัน ภายในกลุ่มเครือข่ายจะมี การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้กับหน่วยงานภาครัฐ ภายในธุรกิจเดียวกัน และระหว่างธุรกิจ ตลอดจนทรัพยากรต่าง ๆ ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพหรือผลิต ภาพโดยรวม ผู้ประกอบการที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจสามารถร่วมกันลงทุนในการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า/ บริการของตน ทำให้ประหยัดต้นทุน ในการพัฒนาได้ ในขณะที่ยังคงแข่งขันในด้านประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าหรือให้บริการนั้น หรือผู้ประกอบการธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำสามารถร่วมกันวางแผนการบริหารทรัพยากรร่วมกัน ภายในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต/ บริการ ตลอดสายห่วงโซ่อุปทานได้ นอกจากนี้ การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจจะทำให้เกิดการกระจายของความรู้ใหม่ เนื่องจาก ผู้ประกอบการรายใดคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ผู้ประกอบการรายอื่นก็สามารถนำมาปรับปรุงและ พัฒนาต่อยอดได้ ซึ่งจะส่งเสริมการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจของ นวัตกรรม สรุปได้ว่าการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ทั้งในระยะ สั้นไปจนถึงระยะยาวด้วยกันหลายประการ ดังตารางที่ 5-2

ตารางที่ 5-2 ผลลัพธ์ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในระยะต่าง ๆ

ระยะ	ผลลัพธ์
ระยะสั้น ประมาณ 1-2 ปี	<ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถลดต้นทุนค่าอาหารและค่าขนส่งวัตถุดิบอาหาร เช่น อาหารทะเล ผัก ผลไม้ เครื่องปรุงต่าง ๆ เป็นต้น โดยการสั่งซื้อวัตถุดิบบางชนิดร่วมกันในนามเครือข่าย ทำให้เกิดอำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์มากขึ้น รวมทั้งสามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบได้ง่าย 2. สามารถเข้าถึงแรงงาน อาทิ กู้ก พนักงานเสิร์ฟ ที่มีทักษะและความชำนาญเฉพาะด้านได้ง่าย ซึ่งเครือข่ายจะเชื่อมโยงสถาบันการศึกษาและสถาบันเฉพาะทางในพื้นที่เมืองพัทยา และร่วมกันแก้ไขปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้เหมาะสมความต้องการในตลาดแรงงาน 3. ธุรกิจร้านอาหารและธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยาทำการตลาดทั้งในและต่างประเทศร่วมกัน โดยหน่วยงานของรัฐ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา คอยหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายและจัดงบประมาณสัมพันธ์ให้กับสมาชิกในเครือข่าย เช่น จัดโรดโชว์ไปต่างประเทศ
ระยะกลาง ประมาณ 3-5 ปี	<ol style="list-style-type: none"> 1. การรวมกลุ่มเครือข่ายฯ ช่วยให้ภาครัฐสามารถวางแนวนโยบายและแก้ไขข้อจำกัดทางด้านกฎหมาย เช่น มาตรฐานอาหาร แรงงานต่างด้าว การกำจัดของเสีย เป็นต้น 2. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทำให้เกิดธุรกิจใหม่ ๆ ภายในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
ระยะยาว ประมาณ 5 ปีขึ้นไป	<ol style="list-style-type: none"> 1. การรวมกลุ่มเครือข่ายฯ ทำให้สินค้า/ บริการของร้านอาหารมีมาตรฐานขึ้น เนื่องจากการแข่งขันภายในกลุ่มสร้างแรงกดดันให้มีการเปรียบเทียบคุณภาพของสินค้า/ บริการตลอดเวลา 2. การรวมกลุ่มเครือข่ายฯ ทำให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมด้านสินค้า/ บริการอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่าแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ 3 ประเด็นหลัก ๆ ได้แก่ (Porter, 1980 อ้างถึงใน Jackson & Murphy, 2002)

1. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation)

2. การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) ทางเศรษฐศาสตร์และทักษะของแรงงาน
3. การกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาดของกิจการของประเทศซึ่งขึ้นอยู่กับ 2

ประเด็นข้างต้น

ดังนั้น การพัฒนาผลิตภาพที่ยั่งยืนนั้นเป็นเป้าหมายที่กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจต่างมุ่งหวัง แต่การรวมกลุ่มของหน่วยงานธุรกิจเพียงอย่างเดียวไม่อาจประสบความสำเร็จได้ หากขาดความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และขาดความไว้วางใจภายในเครือข่ายที่จะสามารถนำพากลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจให้ประสบความสำเร็จในยกระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจให้มีขีดความสามารถในการเติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนขึ้นอยู่กับการพัฒนาผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้และตระหนักถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจของตนอย่างยั่งยืน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

1. การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน ซึ่งบุคลากรท่องเที่ยวในเมืองพัทยายังมีปัญหาทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ เนื่องจากขาดการเชื่อมโยงระหว่างสถาบันการศึกษาและภาคธุรกิจ ทำให้ผู้สำเร็จการศึกษาด้านการท่องเที่ยวมักมีทักษะและความรู้ไม่ตรงกับความต้องการของธุรกิจ อีกทั้งระบบการศึกษาในปัจจุบันเน้นการให้ความรู้เพื่อเตรียมตัวศึกษาต่อในระดับสูงขึ้น แต่ไม่ได้เน้นการออกไปทำงานจริง หรือฝึกทักษะให้แก่ผู้ศึกษา นอกจากนี้ร้านอาหารยังประสบปัญหาการลาออกของพนักงานชั่วคราวเนื่องจากพนักงานไม่มีความผูกพันต่อองค์กรและไม่มีแรงจูงใจในการทำงาน ทำให้ผู้ประกอบการต้องเสียต้นทุนในการจัดหาพนักงานใหม่ให้เพียงพอกับความต้องการในช่วงฤดูท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรมีกลยุทธ์และแนวทางการแก้ปัญหาดังนี้

กลยุทธ์ ส่งเสริมการผลิตบุคลากรสาขาอาชีพร้านอาหารและท่องเที่ยวด้วยการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิ การประสานความร่วมมือกันระหว่างสถาบันการศึกษา ภาคธุรกิจ และชมรม/ สมาคมต่าง ๆ ในเมืองพัทยา เพื่อจัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน โดยแนวทางการแก้ปัญหาที่มีดังต่อไปนี้
ระยะเร่งด่วนภายใน 1-2 ปี

1. จัดให้มีหลักสูตรฝึกอบรมการให้บริการที่มีมาตรฐานระยะสั้น ไม่เกิน 2 เดือน เพื่อให้บุคลากรเข้าสู่ตลาดแรงงานของธุรกิจร้านอาหารได้ทันที โดยได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสมกับทักษะและประสบการณ์ของบุคลากร

2. ส่งเสริมให้บุคลากรมีทักษะในด้านภาษาต่างประเทศ อาทิ ภาษาอังกฤษ จีน เกาหลี ฯลฯ โดยเป็นการฝึกอบรมให้กับบุคลากรทุกระดับและเน้นบทสนทนาเกี่ยวกับชีวิตประจำวันและการท่องเที่ยว

ระยะกลางและระยะยาวภายในระยะเวลา 3-5 ปี

1. จัดทำโครงการนำร่องต้นแบบการฝึกอบรม/ ปฏิบัติในหลักสูตรต่าง ๆ ของงานบริการ

2. จัดทำแผนการพัฒนาและการเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรในธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานด้วย

2. การจัดการปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบอาหารในพื้นที่เมืองพัทยา เช่น อาหารทะเล ถือเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมานานแล้วในเมืองพัทยา ซึ่งสาเหตุนี้เกิดจากการเติบโตของภาคธุรกิจท่องเที่ยวรวมทั้งร้านอาหาร ทำให้มีคู่แข่งทั้งรายเล็ก ไปจนถึงรายใหญ่จำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องหาทางออกของปัญหาได้ด้วยการกลยุทธ์ดังนี้
กลยุทธ์ การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ เพื่อสั่งซื้อสินค้าหรือเชื่อมโยงธุรกิจร่วมกัน ซึ่งจะได้รับประโยชน์ด้วยกันทั้งสองฝ่าย โดยมีแนวทางดังต่อไปนี้

ระยะเร่งด่วนภายในระยะเวลา 1-2 ปี

เมื่อผู้ประกอบการมีการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ สมาชิกในกลุ่มอาจมีรวมกลุ่มในการจัดซื้อสินค้าในปริมาณและสามารถสร้างอำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์ได้สูง จะเป็นการลดต้นทุนด้านวัตถุดิบได้ โดยอาจสั่งซื้อในนามของเครือข่าย

ระยะกลางและระยะยาวภายในระยะเวลา 3-5 ปี

การขนส่งวัตถุดิบอาหาร โดยสร้างความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจร้านอาหารกับธุรกิจคมนาคมขนส่ง อาทิ ในเมืองพัทยามีรถสองแถวผ่านรอบเมืองพัทยา ผู้ประกอบการร้านอาหารอาจจะตกลงกับสหกรณ์เดินรถสองแถวให้นำวัตถุดิบมาส่งให้กับทางร้าน ซึ่งทางร้านจะจ่ายค่าตอบแทนให้ตามสมควร ซึ่งทั้งสองธุรกิจจะได้ประโยชน์ซึ่งกันและกัน โดยร้านอาหารไม่ต้องเสียเวลาในการซื้อสินค้าและประหยัดค่าขนส่งอีกด้วย

3. การส่งเสริมและผลักดันการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจมาก แต่ยังคงมีความตระหนักในการที่จะรวมกลุ่ม ซึ่งมีสาเหตุมาจากการเข้าใจเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจที่แตกต่าง

กัน และยังไม่เห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากการรวมกลุ่มอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งภาครัฐมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายบ่อย ๆ ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความไม่มั่นคงในการร่วมงานกับหน่วยงานภาครัฐ

กลยุทธ์ การสร้างความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจในพื้นที่ให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของการร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง เพื่อเป็นการปรับปรุงและสร้างบรรยากาศในการดำเนินธุรกิจในพื้นที่บนพื้นฐานของการแข่งขันที่มีคุณภาพและสร้างสรรค์ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายในการพัฒนาคุณภาพและศักยภาพของธุรกิจให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง รวมทั้งเป็นแกนหลักในการผลักดันให้เศรษฐกิจของพื้นที่มีความเข้มแข็งและยั่งยืน พร้อมทั้งจะก้าวไปสู่การแข่งขันในระดับภูมิภาคและระดับโลกต่อไป

ระยะเร่งด่วนภายใน 1-2 ปี

หน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาเป็นองค์กรที่เหมาะสมในการเป็นผู้ผลักดันและสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้ประกอบการ โดยการจัดสัมมนาทางวิชาการชี้ให้เห็นถึงข้อดีและข้อเสียที่จะได้รับจากการรวมกลุ่ม รวมทั้งแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่การยกระดับความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนได้ กลุ่มแรกที่จะให้ความรู้เรื่องเครือข่ายวิสาหกิจคือ ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกในชมรมหรือสมาคมต่าง ๆ ในเมืองพัทยา เนื่องจากผู้ประกอบการเหล่านี้มีความต้องการที่จะรวมกลุ่มอยู่แล้วและสามารถเข้าใจข้อมูลต่าง ๆ ได้ง่ายกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เคยรวมกลุ่มหรือไม่ต้องการที่จะรวมกลุ่ม

ระยะกลางและระยะยาวภายใน 3-5 ปี

การส่งเสริมและผลักดันให้เกิดการเชื่อมโยงของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปัจจุบันการเชื่อมโยงแบบหลวม ๆ และไม่เป็นทางการ ผู้ประกอบจะรู้จักกันเป็นการส่วนตัว ในการรวมกลุ่มยังขาดการดำเนินกิจกรรมร่วมมือกันอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบจะรวมกลุ่มกันก็ต่อเมื่อประสบปัญหาและต้องการใช้ทางชมรม/ สมาคมช่วยเหลือ ดังนั้นจึงควรมีการสร้างการเชื่อมโยงกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวกับองค์กรเอกชน สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการเงินในพื้นที่ให้เข้มแข็งขึ้น โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันและเน้นกิจกรรมเพื่อสร้างความต่อเนื่องภายในเครือข่าย

4. ส่งเสริมทักษะและความรู้ด้านการบริหารจัดการใหม่ ๆ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนมากเป็นนักธุรกิจระดับท้องถิ่นที่มีการสืบทอดกิจการจากครอบครัว หรือนักธุรกิจนอกพื้นที่มาลงทุนในเมืองพัทยา ซึ่งส่วนใหญ่จะมีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีที่ประกอบธุรกิจโดยอาศัยประสบการณ์ ทักษะ และความรู้เดิม ๆ ขาดวิสัยทัศน์การวางแผนธุรกิจระยะกลางและระยะยาว รวมทั้งขาดการบริหารธุรกิจอย่างมีระบบ เพื่อให้ธุรกิจ

สามารถเติบโตและดำเนินงานต่อไปได้อย่างมั่นคงและมีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาทักษะและความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการที่จบการศึกษาระดับปริญญาหรือสูงกว่า ควรได้รับการพัฒนาทักษะ และเพิ่มเติมความรู้ในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน

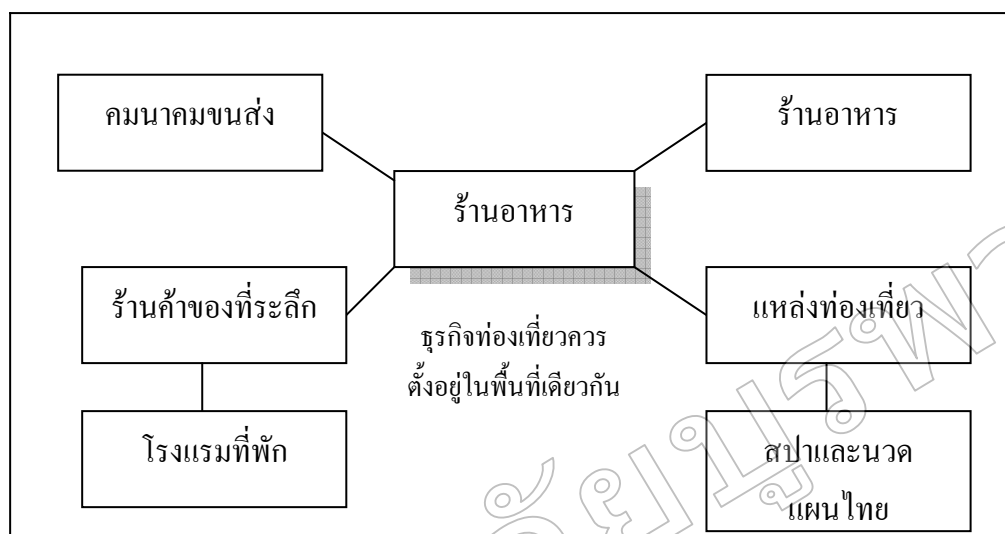
กลยุทธ์ การจัดฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ความสามารถแก่ผู้ประกอบการ เพื่อนำไปแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นกับธุรกิจในอนาคต ระยะเร่งด่วนภายใน 1-2 ปี

หน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา เช่น วิทยาลัยกลางเมืองพัทยา และมหาวิทยาลัยบูรพา เป็นต้น ควรประสานงานร่วมกันในการจัดฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ซึ่งหลักสูตรการฝึกอบรมเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ

5. ควรปลูกจิตสำนึกและเสริม/เพิ่มเติมความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจให้กับผู้ประกอบการที่สนใจรวมกลุ่ม กรอบกับการสร้างวัฒนธรรมในองค์กรแบบจับคู่เพื่อนสนิทมิตรสหายที่มีความผูกพันอยากช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน หรือจัดตั้งศูนย์บริการด้านพัฒนาธุรกิจที่มีสถาบันการศึกษาคอยให้คำปรึกษาแนะนำและปรับปรุงพัฒนายกระดับเทคโนโลยีการผลิต/บริการให้ดีขึ้น ร่วมกับการจัดเวทีหรือสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐ

6. ด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ ซึ่งถือเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ ดังนั้นสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจควรจัดให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นผ่านทางการประชุมหรือจัดสัมมนาประจำเดือน เพื่อร่วมกันประเมินสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป กรอบกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อทำนายข้อมูลประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจ

7. รูปแบบการเชื่อมโยงของเครือข่ายวิสาหกิจร้านอาหาร ในเมืองพัทยา ซึ่งลักษณะการเชื่อมโยงของธุรกิจร้านอาหารกับร้านอาหาร ร้านค้าของที่ระลึก แหล่งท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก สปา และนวดแผนไทย ควรตั้งอยู่ในพื้นที่หรือเขตเดียวกัน อาทิ ร้านอาหารทะเลตั้งอยู่บริเวณหาดจอมเทียน ซึ่งภายในพื้นที่ใกล้เคียง ๆ กัน จะมีร้านค้าของที่ระลึก แหล่งท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก สปา และนวดแผนไทย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการหรือซื้อสินค้าได้ครอบคลุมในพื้นที่นั้น ธุรกิจเหล่านี้สามารถเกื้อหนุนซึ่งกันและกันได้ ส่วนคมนาคมขนส่งนั้นไม่จำเป็นต้องมีสำนักงานตั้งอยู่ในบริเวณใกล้กับธุรกิจท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้ต้องมีเส้นทางเดินรถผ่านบริเวณดังกล่าว เพื่อนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้สะดวกขึ้น



ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจัดทำแผนโครงการนำร่องการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา ให้เป็นรูปธรรมโดยคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายจริงซึ่งอาจเลือกจากผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามว่าสนใจรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจเข้าร่วมเครือข่าย โดยหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ดูแลในช่วงแรกและคอยอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แก่สมาชิก ทั้งนี้สถาบันการศึกษาในพื้นที่เข้ามาช่วยให้ความรู้ในด้านวิชาการแขนงต่าง ๆ
2. ในการศึกษาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหารในครั้งต่อไปควรใช้สถิติขั้นสูงในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อเชื่อมโยงการวางแผนการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนขึ้น
3. การศึกษานี้มีข้อจำกัดทั้งด้านเวลา ทุน และบุคลากร ทำให้ศึกษาประเด็นปัญหาต่าง ๆ ไม่ครบถ้วน ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาต่อขอคงานด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติแบบมีส่วนร่วม ประเด็นวิจัยที่ควรดำเนินการ ได้แก่ การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน และการบูรณาการแบบมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2552). *แนวทางการพัฒนาการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการค้า (Cluster) ภายใต้โครงการสร้างพันธมิตรสถาบันการค้า*. กรุงเทพฯ: Marketing GURU Association.
- กฤษณา นิลศรี. (2545). คลัสเตอร์กับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน. *วารสารส่งเสริมการ
ลงทุน*, 13(1). น. 30-34.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2551). *สรุปข้อมูลการเยี่ยมชม*. วันที่ค้นข้อมูล 11 กรกฎาคม 2551, เข้าถึงได้จาก http://www2.tat.or.th/stat/download/tst/711/pattaya_book2007.xls
- _____. (2551). *ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของผู้มาเยี่ยมชม* จำแนกตามหมวดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ปี 2550. วันที่ค้นข้อมูล 11 กรกฎาคม 2551, เข้าถึงได้จาก http://www2.tat.or.th/stat/download/tst/711/pattaya_book2007.xls
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). *การจัดการเครือข่าย: กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ชัคเซส มีเดีย.
- ขนิษฐา กาญจนรังษินนท์. (2547). *การบริหารงานเครือข่าย*. วันที่ค้นข้อมูล 10 ตุลาคม 2551 เข้าถึงได้จาก <http://www.northphc.org/doc/mananet.doc>
- จักรกริช ใจดี. (2542). *ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาธิปไตย ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จักรพร อุ่นจิตต์. (2548). คลัสเตอร์พันธมิตรอุตสาหกรรม. *อุตสาหกรรมสาร*, 48(พ.ค.-มิ.ย.). น. 38-41.
- จ้านง พรายเยี่ยมแจ. (2531). *เทคนิคการวัดและประเมินผลการเรียนรู้กับการสอนซ่อมเสริม*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- นดองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2544). *การจัดบริการอาหารและเครื่องดื่ม*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชมัษฎ์ วิเศษมงคล. (2551). *คลัสเตอร์ (Cluster) สิ่งที่ SMEs ไม่ควรละเลย*. วันที่ค้นข้อมูล 10 ตุลาคม 2551, เข้าถึงได้จาก http://www.sme.go.th/cms/c/journal_articles/view_article_content?article_id=01-ARTICLE-030408&article_version=1.0
- ชวาล แพกุล. 2526. *เทคนิคการเขียนข้อสอบ*. กรุงเทพมหานคร: วัฒนาพานิช จำกัด.
- ณพงษ์ สงวนนภาพร. (2548). *เครือข่ายวิสาหกิจ Hotel De Charm ในจังหวัดเชียงใหม่*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ และคณะ. (2547). *การพัฒนาศักยภาพของอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว*.

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เทิดศักดิ์ สุวรรณปิฎก. (2548). *การพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทธุรกิจสมุนไพรเวชสำอางในจังหวัดชลบุรี*. งานนิพนธ์ปริญญาการศึกษาระดับบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2550). *โครงการสามประสานพัฒนาเศรษฐกิจรากหญ้า แนวคิดใหม่เพื่อความมั่นคงและยั่งยืนของประเทศ*. วันที่ค้นข้อมูล 10 กรกฎาคม 2550, เข้าถึงได้จาก <http://www.smebank.co.th/3prasan.php>

ชเนศ สุภรสิทธิ์สรังสี. (2552). *ชเนศ สุภรสิทธิ์สรังสี กับบทบาทองค์กรเอกชน ต่อการพัฒนาท่องเที่ยวเมืองพัทยา*. วันที่ค้นข้อมูล 17 พฤษภาคม 2552, เข้าถึงได้จาก

<http://www.chonburi108.com/person/popup.asp?id=63>

ธุรกิจอาหาร. (2548). วันที่ค้นข้อมูล 20 สิงหาคม 2550, เข้าถึงได้จาก <http://www.dbd.go.th/thai/develop/shop.doc>

นฤมล นิราทร. (2542). *การวิจัยและพัฒนาเครือข่ายกระบวนการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานภูมิปัญญาสากลเพื่อเสริมสร้าง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ภัทรพงศ์ วงศ์แสนสุข. (2551). *แนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายของธุรกิจนำเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี*. งานนิพนธ์ปริญญาการศึกษาระดับบัณฑิต, สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ภาสวุฒิ ถาวร. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการระดมทุนของผู้ประกอบการ SMEs ประเภทภัตตาคารและร้านอาหารทะเล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี*. งานนิพนธ์ปริญญาการศึกษาระดับบัณฑิต, สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม. 2552. วันที่ค้นข้อมูล 1 มีนาคม 2552, เข้าถึงได้จาก

<http://blog.spu.ac.th/33617/2008/12/04/entry-1>

บุญชม ศรีสะอาด และบุญส่ง นิลแก้ว. (2535). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

บุริม โอทกานนท์. (2549). *จำเป็นหรือไม่ต้องร่วมในเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)*.

Strategy+Marketing, 5(53). 94-96.

ปรีชนันท์ กังวานปิยศักดิ์. (2550). การศึกษาขีดความสามารถและความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทสถานประกอบการ สปามาตรฐานในภาคตะวันออก. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2536). ทศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ปราณี รามสุต. (2528). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ: บูรพาสาส์น.

แผนที่เมืองพัทยา. (2552). วันที่ค้นข้อมูล 14 พฤษภาคม 2552, เข้าถึงได้จาก

http://www.pattaya.go.th/web4/index.php?option=com_content&task=view&id=54&Itemid=54

พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข. (2546). ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเชรามิก: กรณีศึกษา เชรามิกสลาเคล. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์และการเงิน, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรณี ชูชัย เชนจิต. (2538). จิตวิทยาการเรียนการสอน. กรุงเทพฯ: ต้นอ้อ แกรมมี.

พระราชบัญญัติการสาธารณสุข. (2535). วันที่ค้นข้อมูล 11 กันยายน 2551, เข้าถึงได้จาก

<http://mrd.go.th/web/Admin/filelaw/44.pdf>

พิเชษฐ์ จริกิตตากร. (2548). ปัจจัยแห่งความสำเร็จกับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ. *ส่งเสริมเทคโนโลยี*, 31(179), 117-118.

ยุพิน หมีใจเจริญ. (2550). ศักยภาพและความพร้อมการวางแผนไทยในจังหวัดเชียงราย. เชียงราย: คณะวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.

ยุวณิตย์ ทิศสกุล. (2545). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการผ้าและภัตตาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย. (2550). การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ตามแนวคิดฐานทรัพยากร กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อการส่งออก. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

มัจฉิมา ศรีอินทร์. (2548). ความต้องการความรู้เรื่องการประกอบธุรกิจและวิธีการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังคมศาสตร์, คณะศึกษาศาสตร์,

มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ. (2548). *มูลค่าเพิ่มในประเทศไทยของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รัชนิกร วุฒิเศรษฐไพบูลย์. (2547). *ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์และการเงิน, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งรัชชา เกณฑ์วิถี. (2548). *การศึกษาขีดความสามารถจริงของผู้ประกอบการกิจการขนาดย่อมสตรีกับขีดความสามารถที่พึงประสงค์ของผู้ใช้บริการ: กรณีศึกษากิจการรับเลี้ยงเด็กเล็กเอกชนในเขตจังหวัดระยอง*. งานนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ร้านอาหารในเมืองพัทยา. (2550). วันที่ค้นข้อมูล 11 กรกฎาคม 2550, เข้าถึงได้จาก http://restaurant.pattaya.com/thai/highlight/food/food_all.asp
- วชิระชัย คุณำวัฒนา และปิยะนิตย์ โอนพรัตน์วิบูล. (2546). คลัสเตอร์ แนวทางการพัฒนาเชิงบูรณาการกับการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันที่ยั่งยืนของการท่องเที่ยวภูเก็ต. *เศรษฐกิจและสังคม*, 40(5), 29.
- วรัญญา สิทธิโชค. (2544). *ความรู้ความเข้าใจ และความคิดเห็น ของนิสิตรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต ที่มีต่อพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 : ศึกษาเฉพาะนิสิตรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา*. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาบริหารทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา
- วสุธิดา นูริตมนต์. (2550). *การพัฒนาความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
- วิรัตน์ แก้วสาร. (2548). คลัสเตอร์ทางเลือกการดำเนินธุรกิจ ทางเลือกการดำเนินธุรกิจในยุคการค้าเสรี. *อินดัสเทรียล เทคโนโลยี รีวิว*, 10(140), 88-92.
- วิโรจน์ สงวนยวง. (2544). *ความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี*. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขารัฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- วีรดา เรืองรุ่ง. (2550). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการและผลประกอบการของร้านอาหารขนาดย่อมในเขตเมืองพัทยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

วีระวัฒน์ คำชาย, (2552). วีระวัฒน์ คำชาย รองนายกเมืองพัทยา กับงานประชาสัมพันธ์. วันที่ค้น
ข้อมูล 17 พฤษภาคม 2552, เข้าถึงได้จาก

<http://www.chonburi108.com/person/popup.asp?id=68>

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2546). พฤติกรรมการซื้อและกระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก
สมุนไพรของผู้บริโภคในเขตภาคตะวันออก : ศึกษากรณีจังหวัดชลบุรี ระยอง ปราจีนบุรี
และฉะเชิงเทรา. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

_____. (2547). ศักยภาพการตลาดและความเป็นผู้ประกอบการของรัฐกิจ OTOPI และ
SMEs ภาคตะวันออก. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

_____. (2550). บูรณาการงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ
การจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการ
จัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

ไว จามรมาน. (2551). แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในคลัสเตอร์ในกลุ่มประเทศเอเชีย.

วันที่ค้นข้อมูล 14 พฤษภาคม 2552, เข้าถึงได้ <http://kc.hri.tu.ac.th/index.php?title>

ศรีสมร คุณากรปดินทร์ และคณะ. (2548). ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับ
รองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย. เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ศักยภาพของเมืองพัทยา. (2552). วันที่ค้นข้อมูล 15 กันยายน 2551, เข้าถึงได้จาก

http://www.pattaya.go.th/web4/index.php?option=com_content&task=view&id=95&Itemid=74

ศิริพร ศรีชูชาติ. (2548). อุตสาหกรรมภัตตาคารและร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่:

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศุภชาติ สุพานิช. (2544). การใช้บริการจองที่พักและนำเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของ
นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกในเขตจังหวัดภูเก็ต. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

สถานการณ์การท่องเที่ยวพัทยา จังหวัดชลบุรี. (2551). วันที่ค้นข้อมูล 10 กรกฎาคม 2551, เข้าถึงได้

จาก http://www2.tat.or.th/stat/download/tst/711/pattaya_50.doc

สถาบันคีนันแห่งเอเชีย. (2549). คู่มือการพัฒนาคลัสเตอร์: เพื่อยกระดับความสามารถในการ
แข่งขันของภาคการผลิตและบริการ. กรุงเทพฯ : สถาบันคีนันแห่งเอเชีย.

สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานเมืองพัทยา. (2552). วันที่ค้นข้อมูล 14 พฤษภาคม 2552, เข้าถึงได้

จาก http://www.pattaya.go.th/web4/index.php?option=com_content&task=view&id=175&Itemid=175

สุชาดา แจสุรภาพ. (2547). *ผลิตภาพโดยเปรียบเทียบระหว่างสายการบินในกลุ่มและนอกกลุ่มพันธมิตร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สวัสดิการกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2548). *การพัฒนาธุรกิจร้านอาหาร*. วันที่ค้นข้อมูล 22 ตุลาคม 2551 เข้าถึงได้จาก

<http://www.nanosoft.co.th/maktip35.htm>

สำนักงาน ก.พ.ร.และสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2548). *การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: ชรรคมผลการพิมพ์.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2548). *เครือข่ายวิสาหกิจ (คลัสเตอร์) เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน*. วันที่ค้นข้อมูล 17 กันยายน 2551, เข้าถึงได้จาก http://www.nesdb.go.th/Portals/0/tasks/dev_ability/report/data47.pdf

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2549). *โครงการจัดทำแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ*. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดอุดมรัตน์การพิมพ์และดีไอซี.

_____. (2550). *แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2550-2554*. กรุงเทพฯ: สหมิตรพรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

_____. (2550). *ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทยภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก*. วันที่ค้นข้อมูล 18 พฤศจิกายน 2550, เข้าถึงได้จาก

http://www.nesdb.go.th/Portals/0/tasks/dev_ability/plan/data01.pdf

สุกิตติ เอื้อมเจริญ. (2547). *ย้ายอีกที...พันธมิตรอุตสาหกรรม The CLUSTER*. วันที่ค้นข้อมูล 22 สิงหาคม 2551, เข้าถึงได้จาก http://www.businesssthai.co.th/content.php?data=408232_Opinion

หทัยรัตน์ วัฒนพฤกษ์. (2540). *ความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับระดับการศึกษาของมัณฑุเทศน์*. งานนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เหมววรรณ กิจวิมลตระกูล. (2548). *การพัฒนาเครือข่าย และการรวมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกรณีศึกษา เครื่องดื่มสมุนไพร จังหวัดระยอง*. งานนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

องค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ. (2548). *เครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)*. วันที่ค้นข้อมูล 10 กรกฎาคม 2550, เข้าถึงได้จาก <https://finance.myfirstinfo.com/viewnews.asp?newsid=53675>

อดิทัต วะสีนนท์. (2552). *คลัสเตอร์ (Cluster) เครื่องมือการแข่งขัน*. วันที่ค้นข้อมูล 26 กรกฎาคม 2552, เข้าถึงได้จาก <http://www.ssmwiki.org/index.php>

อภิสิทธิ์ ประวัตินเมือง. (2544). *รูปแบบ ความสัมพันธ์ และการสร้างสมการทำนายของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และภูมิความรู้ความชำนาญที่มีต่อความสำเร็จ ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในธุรกิจร้านหนังสือ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อาทิตย์ วุฒิกะโร. (2543, มีนาคม-เมษายน). *สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. *อุตสาหกรรมสาร*, 43, 4-5.

อิทธิพล คุณปลื้ม. (2550). *อิทธิพล เปิดประชุม ชูยุทธศาสตร์ 13 หลัก 14 นโยบาย*. วันที่ค้นข้อมูล 14 พฤษภาคม 2552, เข้าถึงได้จาก <http://www.pattayadailynews.com/thai/shownews.php?IDNEWS=0000006208>

_____. (2552). *อิทธิพล โอด พ.ร.ก.ฉุกเฉิน ทำรายได้หายขึ้นต่ำวันละ 70 ล้าน ทำใจกระทบแน่ ทำพืษยาเจ็บเหงาที่สุด*. วันที่ค้นข้อมูล 14 พฤษภาคม 2552, เข้าถึงได้จาก <http://men.mthai.com/content/1071>

_____. (2552). *งานสัมมนาเรื่องโครงการปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน*. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

เอกกมล อ่อนศรี. (2544). *ปัจจัยที่มีผลต่อความเข้มแข็งของเครือข่ายองค์กรชุมชน*. งานนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิธีวิทยาการวิจัย, โครงการบัณฑิตศึกษาเทคโนโลยีการบริหาร, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เอกพงศ์ ธนพิบูลพงศ์. (2546). *การบริการเพื่อความพึงพอใจ*. กรุงเทพฯ: Editor 1999.

- Allington, C. (2007). *A CRM System for SMEs: You Can Get Big Benefits Without Spending the Big Bucks*. Retrieved July 13, 2006, from website:
http://www.customerthink.com/article/system_for_smes_big_benefits_low_cost
- Asheim, B. (1997). *Learning regions' in a globalised world economy: Towards a new Competitive advantage of industrial districts?*. In M.Taylor and S.Conti (Eds.) *Interdependent and Uneven Development*. Aldershot: Ashgate.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Bart, S. & Joseph, W. (2006). *Tourism and sustainability in Brazil*. SOMO – Centre for Research On Multinational Corporations.
- Becctini, G. (1990). *The Re-emergence of Ssmall Eenterprises in Italy*. Sengenberger: Loveman & Piore.
- Best, M. H. (1990). *The New Competition: Institutions of Industrial Restructuring*. Great Britain: First Harvard Press.
- Bogdan, N. G. (2007). *Coordination Failures, Cluster Theory and Entrepreneurship: A Critical View*. Retrieved July 13, 2006, from website:
<http://ideas.repec.org/p/pramprapa/6275.html>
- Brown, K.G. & Geddes, R. (2007). Resorts, Culture, and Music: the Cape Breton Tourism Cluster. *Tourism Economics*, 13(1), pp. 129-141.
- Brusco, S. (1982) The Emilian Mmodel: Pproductive Ddecentralisation and Socialsocial Integrationin. *Cambridge Journal of Economics*, 6(1), 167-184.
- Carson, D., Gilmore, A., Grant, K., O'Donnell, A. and Cummins, D. (2000). *A Qualitative Study of the Use of Networking in SMEs: A Marketing Perspective*. Chicago: University of Illinois at Chicago.
- Chaston, I. (2000). *Organizational Competence: Does Networking Confer Advantage for High Growth Entrepreneurial Firms?*. Chicago: University of Illinois at Chicago.
- Castells, M. and Hall, P. (1994). *Technopoles of the World*. London: Routledge.
- Clara, M., Russo, F. and Tomlinson, P. (2006) .SME Cluster and Network Development: Principles and Practice. Retrieved January 19, 2009, from website:
http://www.insme.org/documenti/UNIDO-ILO_2006.pdf

- Cluster Navigators. (2001). *Cluster Building: A Toolkit*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Coe, N. and Townsend, A. (1998). *Debunking the Myth of Localized Agglomerations: The Development of a Regionalized Service Economy in South-East England*. London: Transactions of the Institute of British Geographers.
- Dickson M, et al. (1999). GLOBE: Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness Research Project: Progress Report. Retrieved January 19, 2009, from website: <http://knowledge.wharton.upenn.edu/paper.cfm?paperid=660>
- Dini M. (1998). *Proyectos de Fomento - Chilean Experience Promoting the Implementation of SMEs Networks*. Bologna: The UNIDO Joint Learning Workshop.
- Dini M. and Ceglie, G. (1999). SME Cluster and Network Development in Developing Countries: the Experience of UNIDO. *International Conference on Building a Modern and Effective Development Service Industry for Small Enterprises organized*.
- DTI. (1998). *Our Competitive Future: Building the Knowledge Driven Economy*. London: HMSO.
- Economist Agnes Fodor. (2004). *The Relationship Between Ecotourism Clusters and Innovation Milieu in The Region of South-Eastern Europe*. Retrieved October 10, 2006, from website: <http://www.oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1020082/14.pdf>
- Ennew et al. (1994). Small Business Entrepreneurs and Performance: Evidence from Management Buy-ins. *International Small Business Journal*, 12(4), 28-44.
- Ferreira, J. & Estevao, C. (2009). *Regional Competitiveness of Tourism Cluster: A Conceptual Model Proposal*. Retrieved October 10, 2006, http://mpa.ub.uni-muenchen.de/14853/1/MPRA_paper_14853.pdf
- Garelli, S. (1997). *The Four Fundamental Forces of Competitiveness*. The world competitiveness yearbook 1997. Switzerland: IMD.
- Hector R. (2004). Entrepreneurship and Development: The Role of Clusters. *Small Business Economics*, 23(50). 363-400.
- Jackson, J. (2004). *Developing Regional Tourism in China : The Potential for Activating Business Clusters in a Socialist Market Economy*. Melbourne: Office of the Vice-Chancellor, La Trobe University.
- Jackson, J. & Murphy, P. (2002). Tourism Destination as Cluster: Analytical Experiences for The New World. *Tourism and Hospitality Research*. 4(1), 17-36.

_____. (2006). *Clusters in Regional Tourism An Australian Case*. Melbourne: La Trobe University.

Jordanian National Competitiveness Team. (2009). Hashemite Kingdom of Jordan:

The Tourism Cluster. Retrieved July 10, 2009,

<http://www.competitiveness.gov.jo/files/Tourism%20Cluster.pdf>

Karlsson, C. (2008). *Handbook of Research on Cluster Theory*. Retrieved October 30, 2007,

from Website: <http://books.google.co.th/books?id=cnwhCIIp2IoC&pg>

=PA144&lpg=PA144&dq=Harrison,+1994%2Bcluster&source=bl&ots=34Q7GVYX

BR&sig=VkiqLN5BrMt96LREEYhnfISO9A&hl=th&ei=n0T6SoztHYbykAXeqay7C

w&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CA0Q6AEwAA#v=onepage

&q=&f=false

Keeble, D. & Wilkinson, F. (2000). *High-Technology Clusters, Networking and Collective Learning in Europe*. Aldershot: Ashgate.

Keller, P. (2003). *Conclusions of the Conference on Innovation and Growth in Tourism*.

Retrieved October 30, 2007, from Website:

<http://www.oecd.org/document/38/03343en/2649>

Krejcie, R.V. & Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Journal of Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.

Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. *Journal of Political Economy*, University of Chicago Press, 99(3).

Lefvre, M. and Chapain, C. (2005). Culture Cluster. Retrieved July 30, 2009, from Website:

http://www.cmm.qc.ca/fileadmin/user_upload/documents/gm_culture_eng.pdf

Littlejohn et al. (1996). *The Potential of Accommodation Consortia in the Highlands and Island of Scotland*. Proceedings of IAHS Spring Symposium. Leeds: Leeds Metropolitan University.

Malecki, E. and Tootle, D. (1997). *Networks of small manufacturers in the USA: Creating embeddedness*. In M. Taylor and S. Conti (Eds) *Interdependent and Uneven Development*. Aldershot: Ashgate.

Martin, R. and Sunley, P. (2003). Deconstructing Clusters: Chaotic Concept or Policy Panacea?. *Journal of Economic Geography*, 3, 5-35.

- Minniti, M and Bygrave, W. (2000). The social dynamics of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 24, 25–36.
- Morgan, K. (1997). *The Learning Region: Institutions, Innovation and Regional Renewal*. New York: Regional Studies.
- Morrison, A., Lynch, P., and Johns, N. (2004). International tourism networks. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(3), 197-202.
- Mrshall, A. (1990). *Industry and Trade Macmillian*, London: IMD.
- Nordin, S. (2003). Tourism Clustering & Innovation. *Tourism Review*, 60(2), 29.
- Novelli, M., Schmitz, B., and Spence, T. (2005). *Centre for Tourism Policy Studies (CENTOPS)*. UK: University of Brighton.
- OECD. (1999). *Boosting Innovation, The Cluster Approach*. New York: Regional Studies.
- Osgood, C. E., & Tannenbaum, P. H. (1957). The measurement of meaning. Urbana, IL: The University of Illinois Press.
- Peter, M. & Lorenzen, M. (2003). *The Cluster as Market Organization*. DRUID.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. London: Macmillan.
- _____. (1998). *Cluster and the New Economics of Competition*. Retrieved October 10, 2006, from Website: <http://www.wellbeingcluster.at/magazin/00/artikel/28775/doc/d/porterstudie.pdf>
- _____. (2006). *Porter Five Force: A Model for Industry Analysis*. Retrieved October 12, 2006, from Website: <http://www.quickmba.com/strategy/porter.shtml>
- Pyke, F. (1992). *Industrial Development Through Small-firm Cooperation Co-operation Geneva*. New Jersey: ILO.
- Rissal, R. (1992). *A Study of the Characteristics of Entrepreneurs in Indonesia*. Washington D.C.: George Washington University.
- Rodriguez-Clare, A. (2005). *Coordination Failures, Clusters and Microeconomic Interventions*. Inter-American development Bank Working Paper. Perth: Vineyard Publishing.
- Rosenfeld, S.A. (2001). *Backing into Cluster: Retrofitting Public Policies, Integration Pressures: Lessons from Around the World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Saxenian, A. L. (1994). *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

Sölvell, Ö.; Lindqvist, G.; Ketels, C. (2003). *The Cluster Initiative Greenbook Stockholm:*

Ivory Tower. Retrieved July 13, 2006, from website: <http://www.cluster-research.org>.

Steinhoff, D. & Burgess, B.F. (1993). *Small Business Management Fundamentals*. New York: McGraw-Hill.

Sternberg, R.J. (1993). *Sternberg Triarchic Abilities*. New Haven, CT: Yale University.

Stuart A. R. (2002). A Guide to Cluster Strategies in Less Favoured Regions. Regional Technology Strategies Carrboro, North Carolina.

UNIDO. (1999). *Broadening SME Networking and Cluster development : UNIDO Initiatives – glimpses from Nicaragua and India*. Retrieved January 10, 2009,

http://siteresources.worldbank.org/INTEMPOWERMENT/Resources/15110_Nicaragua_Case_Study.pdf

มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาคผนวก

Burapha University

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ก
หนังสือขอความอนุเคราะห์



ที่ ศธ 0928.29/0052

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

15 สิงหาคม 2551

เรื่อง ขออนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ

เรียน ผู้ประกอบการ

ด้วย นางสาวกฤตติยา สัตย์พานิช นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการอนุมัติให้ทำงานนิพนธ์
เรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในการควบคุมดูแลของ
รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลเพื่อ
หาคุณภาพเครื่องมือ

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นิสิตเข้าเก็บ
รวบรวมข้อมูลเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือดังกล่าว เพื่อทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณาอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัทธนี นนทศักดิ์)

รักษาการแทนคณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ 0-3810-2305 ต่อ 124

โทรสาร 0-3839-3264



ที่ ศธ 0928.29/0089

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

1 กันยายน 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เรียน ดร.สุรดี สุพิชญางกูร
สิ่งที่ส่งมาด้วย เค้าโครงย่อวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาวกฤตติยา สัตย์พานิช นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการอนุมัติให้ทำงานนิพนธ์
เรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหารในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในความควบคุมดูแล
ของรองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการ
ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในการนี้คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวได้
พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน
ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัทธนี นนทศักดิ์)

รักษาการแทนคณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ 0-3810-2305 ต่อ 124

โทรสาร 0-3839-3264



ที่ ศธ 0928.29/0086

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

1 กันยายน 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เรียน ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร
สิ่งที่ส่งมาด้วย เค้าโครงย่อวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาวกฤตติยา สัตย์พานิช นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการอนุมัติให้ทำงานนิพนธ์
เรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหารในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในความควบคุมดูแล
ของรองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการ
ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในการนี้คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวได้
พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน
ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัทธนี นนทศักดิ์)

รักษาการแทนคณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ 0-3810-2305 ต่อ 124

โทรสาร 0-3839-3264



ที่ ศธ 0928.29/0083

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

1 กันยายน 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เรียน อาจารย์ชวนา อังคนุรักษ์พันธ์
สิ่งที่ส่งมาด้วย เค้าโครงย่อวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาวกฤตติยา สัตย์พานิช นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการอนุมัติให้ทำงานนิพนธ์
เรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหารในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในความควบคุมดูแล
ของรองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการ
ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในการนี้คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวได้
พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน
ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัทธนี นนทศักดิ์)

รักษาการแทนคณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ 0-3810-2305 ต่อ 124

โทรสาร 0-3839-3264



ที่ ศธ 0928.29/0080

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

1 กันยายน 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เรียน ศาสตราจารย์ ดร.รัตนา ศิริพานิช
สิ่งที่ส่งมาด้วย เค้าโครงย่อวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาวกฤตติยา สัตย์พานิช นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการอนุมัติให้ทำงานนิพนธ์
เรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหารในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในความควบคุมดูแล
ของรองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการ
ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในการนี้คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวได้
พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน
ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัทธนี นนทศักดิ์)

รักษาการแทนคณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ 0-3810-2305 ต่อ 124

โทรสาร 0-3839-3264



ที่ ศธ 0928.29/0072

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

1 กันยายน 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เรียน อาจารย์เฉลิมศรี จันทร์ทอง
สิ่งที่ส่งมาด้วย เค้าโครงย่อวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาวกฤตติยา สัตย์พานิช นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการ
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการอนุมัติให้ทำงานนิพนธ์
เรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหารในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในความควบคุมดูแล
ของรองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ในขั้นตอนการ
ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในการนี้คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวได้
พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน
ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัทธนี นนทศักดิ์)

รักษาการแทนคณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ 0-3810-2305 ต่อ 124

โทรสาร 0-3839-3264

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

แบบสอบถาม

แนวทางการพัฒนาเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ เป็นแบบสอบถามสำหรับ ผู้ประกอบการ หรือผู้จัดการ/ผู้ช่วยผู้จัดการ หรือผู้ที่รับผิดชอบในการบริหารงานร้านอาหารที่สุดเท่าที่
2. แบบสอบถามนี้ ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ
ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการร้านอาหาร 5 ด้าน

คือ

1. ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ
 2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ
 3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ
 4. เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ
 5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ
- ส่วนที่ 3 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร (Diamond Model) ตามปัจจัยหลัก 4 ด้าน และปัจจัยเสริม 2 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และหน่วยงานภาครัฐ

คำตอบและความคิดเห็นของท่านจะเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการและองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจร้านอาหารนำไปใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการ SMEs เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับเครือข่ายโดยรวม รวมทั้งสามารถนำไปกำหนดนโยบายและมาตรการ ในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปวิเคราะห์ในภาพรวมเท่านั้น ฉะนั้นจึงไม่มีผลกระทบต่อท่านและกิจการของท่านแต่อย่างใด สภาวการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป จึงใคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาและสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ผู้วิจัย: กฤตติยา สัตย์พานิช นิสิตปริญญาโท คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความหรือทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงเพียงข้อเดียว

ข้อมูลของผู้ประกอบการ

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) ต่ำกว่า 30 ปี 2) 31 – 40 ปี
 3) 41 – 50 ปี 4) 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน

- 1) มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า
 2) อนุปริญญา / ปวช. / ปวส.
 3) ปริญญาตรี
 4) สูงกว่าปริญญาตรี

4. ประเภทกิจการ

- 1) เจ้าของคนเดียว 2) ห้างหุ้นส่วน
 3) บริษัทจำกัด 4) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ

- 1) ต่ำกว่า 1 ปี 2) 1 – 3 ปี
 3) 4 – 6 ปี 4) 7 – 9 ปี
 5) มากกว่า 9 ปี

6. ขนาดกิจการ

- 1) ต่ำกว่า 100 ที่นั่ง 2) 150 – 400 ที่นั่ง

7. จำนวนพนักงานของกิจการปัจจุบัน

- 1) ต่ำกว่า 10 คน 2) 11 – 30 คน
 3) 31 – 50 คน 4) 51 คนขึ้นไป

8. ทุนจดทะเบียนของกิจการ

- 1) ต่ำกว่า 1 ล้านบาท 2) 1,000,001 – 5 ล้านบาท
- 3) 5,000,001 – 10 ล้านบาท 4) 10,000,001 – 15 ล้านบาท
- 5) 15,000,001 – 20 ล้านบาท 6) ไม่มีทุนจดทะเบียน

9. ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 5 หมื่นบาท 2) 500,001 – 1 แสนบาท
- 3) 100,001 – 150,000 บาท 4) มากกว่า 150,000 บาท

10. ประเภทลูกค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ลูกค้าที่เดินทางมาเอง
- 2) กลุ่มลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ
- 4) กลุ่มลูกค้าจากกรุ๊ปทัวร์
- 5) กลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา
- 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

11. ประเภทร้านอาหาร (เมนูอาหารหลัก)

- 1) ร้านอาหารไทย 2) ร้านอาหารต่างประเทศ

12. กิจกรรมของท่านเคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจหรือไม่ รูปแบบใด

- 1) เคย รวมกลุ่มในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)
- 2) เคย รวมกลุ่มในรูปแบบสมาคม/ ชมรม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- 2.1) ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัทยา
- 2.2) สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา
- 2.3) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

- 3) ไม่เคยมีการรวมกลุ่ม (ถ้าไม่เคย กรุณาข้ามไปตอบส่วนที่ 2)

12.1 ปัจจุบันท่านยังคงเป็นสมาชิกในการรวมกลุ่มดังกล่าวหรือไม่

- 1) ใช่ ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก ปี เดือน
- 2) ไม่ได้เป็นสมาชิกแล้ว

ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ของผู้ประกอบการร้านอาหาร

โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

คำอธิบาย: เครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ (Cluster) หมายถึง การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน โดยมีการเชื่อมโยงภายในธุรกิจร้านอาหาร และภายนอกธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมที่พัก หน่วยงานราชการ และสมาคมที่เกี่ยวข้องด้านต่าง ๆ เป็นต้น

*** ทั้งนี้ การรวมกลุ่ม “คลัสเตอร์” จะทำให้สมาชิกในกลุ่มมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีกำลังในการ

ความรู้ความเข้าใจในเครือข่ายวิสาหกิจ	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	1	2	3	4	5
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ					
1. การรวมกลุ่มทางธุรกิจจะช่วยพัฒนา ขีดความสามารถในการแข่งขันของกิจการได้					
2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น รัฐบาล สถาบันการศึกษา สมาคมธุรกิจสนับสนุนอื่น ๆ เป็นปัจจัยสำคัญในการ พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของเครือข่าย วิสาหกิจ					
3. ในช่วงที่เกิดปัญหาจากปัจจัยภายนอกต่าง ๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ การรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย วิสาหกิจจะช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดได้มากกว่าการ ดำเนินการเพียงลำพัง					
4. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจจะช่วยส่งเสริม และพัฒนาคุณภาพสินค้า/บริการธุรกิจของท่าน					
5. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ อาจก่อปัญหา การขัดแย้ง ในผลประโยชน์					

ความรู้ความเข้าใจในเครือข่ายวิสาหกิจ	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
--------------------------------------	------------------------------	-----------------	--------------	--------------	-----------------------

	1	2	3	4	5
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ					
6. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจทำให้ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของกิจการ และ/หรือ สินค้า/บริการดีขึ้น					
7. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายจะสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าได้มากขึ้น					
8. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายก่อให้เกิดรูปแบบการดำเนินงานใหม่ (นวัตกรรมด้านการดำเนินงาน)					
9. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายก่อให้เกิดรูปแบบสินค้าและการบริการใหม่ (นวัตกรรมด้านสินค้า/บริการ)					
10. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจสามารถกำหนดราคาและมาตรฐานของสินค้า/บริการร่วมกัน					
11. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับจากการที่ไม่มีการรวมกลุ่ม					
12. เครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างจากกลุ่มการผลิตและบริการทั่วไป เช่น OTOP หรือกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร					
13. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจช่วยให้มีช่องทางในการให้บริการหรือช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น เช่น จากเว็บไซต์ของกลุ่ม					
14. การรวมกลุ่มช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และสร้างความเข้าใจที่ดีต่อธุรกิจ					
15. การรวมกลุ่มช่วยเพิ่มทักษะในการประกอบธุรกิจ					

ความรู้ความเข้าใจในเครือข่ายวิสาหกิจ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
---	----------------------	-------------	----------	----------	-------------------

	1	2	3	4	5
ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ					
16. การรวมกลุ่มช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองกับ ซัพพลายเออร์					
17. การรวมกลุ่มสามารถช่วยลดต้นทุนในการผลิต และการให้บริการ					
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ					
18. ท่านต้องมีความตื่นตัวและริเริ่มรวมกลุ่มเองจึงจะ สามารถเกิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจขึ้น					
19. ท่านสนใจเข้าร่วมเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อพัฒนา ขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ					
20. ท่านคิดว่าการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่าง สมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจเป็นประโยชน์ต่อกิจการ					
21. ท่านคิดว่าการไว้ใจซึ่งกันและกันภายในเครือข่าย วิสาหกิจเป็นส่วนสำคัญในการสร้างและพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจ					
22. ท่านยินดีจะส่งต่อลูกค้าหรือแนะนำลูกค้าไปยัง เครือข่ายร้านอาหารแห่งอื่นๆ เมื่อท่านไม่สามารถ ให้บริการลูกค้าได้					
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ					
23. ท่านคิดว่ารัฐบาลควรเพิ่มบทบาทและให้การ สนับสนุนงบประมาณมากขึ้นจึงจะสามารถเกิดการ พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ					

ความรู้ความเข้าใจในเครือข่ายวิสาหกิจ	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
--------------------------------------	------------------------------	-----------------	--------------	--------------	-----------------------

	1	2	3	4	5
การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ					
24. ท่านคิดว่าองค์กรการค้าและสมาคมธุรกิจ เช่น สมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ต้องมีบทบาทและเข้ามามีส่วนร่วมและผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มมากขึ้น					
25. ท่านคิดว่าการพบปะปรึกษาหารือ หรือประชุมร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ประเภทต่าง ๆ จะสามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจท่านได้					
26. ท่านยินดีจะส่งต่อลูกค้าหรือแนะนำลูกค้าไปยังธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น โรงแรมที่พัก แหล่งท่องเที่ยว หรือแหล่ง Shopping เมื่อลูกค้าขอคำแนะนำ					
27. ท่านยินดีจะรับลูกค้าที่ธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ แนะนำ					
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ					
28. ควรเริ่มมีการรวมกลุ่มเมื่อมีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เช่น เมื่อมีกิจกรรมพัทยามิวสิกเฟสติวัล การแข่งขันกีฬา เป็นต้น					
29. ควรเริ่มมีการรวมกลุ่ม/ปรึกษาหารือระหว่างผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เมื่อประสบปัญหาต่าง ๆ เช่น เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง หรือประสบปัญหาหามลภาวะทางอากาศ/ ทางทะเล เป็นต้น เพื่อหาทางออกร่วมกัน					

ความรู้ความเข้าใจในเครือข่ายวิสาหกิจ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
--------------------------------------	----------------------	-------------	----------	----------	-------------------

	1	2	3	4	5
เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ					
30. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจเป็นเรื่องที่ควรพัฒนาให้เกิดขึ้นอย่างเข้มแข็ง ตลอดเวลา ไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ใด					
31. การรวมกลุ่มวิสาหกิจควรเป็นการ ชั่วคราว เมื่อมีปัญหาเร่งด่วน					
32. การรวมกลุ่มควร สิ้นสุด เมื่อการทำภารกิจร่วมกันนั้นเสร็จสิ้น					
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการเมื่อมีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ					
** ท่านคิดว่า การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจจะทำให้..... **					
33. ตอบสนองบริการ ได้ทันตามความต้องการของลูกค้า					
34. มีความรวดเร็วในการทำตลาด					
35. มีคุณภาพของสินค้า/บริการสูงขึ้น					
36. มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตและการให้บริการมากขึ้น					
37. ราคาสินค้า/บริการ มีมาตรฐาน					
38. สินค้า/บริการ มีความหลากหลายมากขึ้น					
39. การบริการมีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์					
40. สินค้า/บริการ มีความทันสมัย					
41. ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับมากขึ้น					
42. สร้างความคล่องตัวของเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ					
43. เพิ่มทักษะและความสามารถในการจัดการของผู้ประกอบการ/ผู้บริหารให้สูงขึ้น					
ความรู้ความเข้าใจในเครือข่ายวิสาหกิจ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

	1	2	3	4	5
ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการเมื่อมีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ					
** ท่านคิดว่าการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจจะทำให้..... **					
44. เพิ่มทักษะและความสามารถในการดำเนินงานของพนักงานให้สูงขึ้น					
46. ทราบเทคนิคในการหาและได้รับข้อมูลด้านต่าง ๆ เช่นรูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ และด้านกลุ่มลูกค้า เป็นต้น					
47. ช่องทางการจัดจำหน่ายความหลากหลายกว้างขวางมากขึ้น					
48. กิจการมีความมั่นคงมากขึ้น					
49. มีความสามารถในการทำกำไรสูงขึ้น					
50. มีความรวดเร็วในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อการแข่งขัน (เช่น ด้านการบริหารและด้านการตลาด)					
51. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการอย่างต่อเนื่อง					

ส่วนที่ 3 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร (Diamond Model)

โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

คำอธิบาย: โอกาส คือ ท่านเห็นว่าปัจจัยภายนอกเหล่านี้เป็นโอกาส/จุดแข็งต่อธุรกิจของท่าน
 ไม่แน่ใจ คือ ท่านหรือไม่แน่ใจว่าปัจจัยภายนอกเหล่านี้เป็นโอกาส/จุดแข็งหรืออุปสรรค/
 จุดอ่อนต่อธุรกิจ
 อุปสรรค คือ ท่านเห็นว่าปัจจัยภายนอกเหล่านี้เป็นอุปสรรค/จุดอ่อนต่อธุรกิจของท่าน

ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร	อุปสรรค ☹	ไม่แน่ใจ ☺	โอกาส ☺
ปัจจัยการผลิต			
1. การที่พืชยาอยู่ใกล้กรุงเทพและสนามบินสุวรรณภูมิ			
2. ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว/ชื่อเสียงของเมืองพืชยา			
3. ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา การกำจัดขยะบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น			
4. ความพร้อมของตำรวจในการลดปัญหาอาชญากรรมและอุบัติเหตุ			
5. การจราจรของเมืองพืชยา			
6. ทัศนียภาพ/ชายหาด/สภาพแวดล้อมของเมืองพืชยา			
7. คุณภาพและทักษะของแรงงาน/บุคลากรในกิจการ			
8. ทักษะและความสามารถของผู้ประกอบการ			
9. ความยาก/ง่ายในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน			
10. ความพอเพียงของแหล่งเงินทุน			
11. เทคโนโลยีในการผลิต/บริการที่ทันสมัย			
12. คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต/บริการ			
13. ความพอเพียงของวัตถุดิบการผลิต/บริการภายในท้องถิ่น			
14. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว			
ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร	อุปสรรค ☹	ไม่แน่ใจ ☺	โอกาส ☺

เงื่อนไขด้านอุปสงค์			
15. การเติบโตของนักท่องเที่ยวตลาดบน			
16. อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวไทย			
17. อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ			
18. การที่นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะสถานบันเทิงและ Sex Tourism			
19. ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ			
20. ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย			
21. ความต้องการบริการใหม่ๆ ของนักท่องเที่ยว			
22. ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงสุขภาพ เป็นต้น			
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน			
23. การแนะนำและส่งต่อลูกค้าระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว			
24. สถานศึกษาผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพเหมาะสมกับธุรกิจท่องเที่ยว			
25. วัตถุประสงค์ประเภทอาหารทะเลนำเข้าจากในพื้นที่			
26. การเชื่อมโยงของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน			
27. การมีซัพพลายเออร์อยู่ในพื้นที่			
28. ธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวเนื่องอยู่ในพื้นที่เดียวกัน			
29. การแลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารระหว่างธุรกิจต่างๆ ในเครือข่าย			

ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร	อุปสรรค ☹	ไม่แน่ใจ ☹	โอกาส ☺
--	--------------	---------------	------------

เงื่อนไขด้านอุปสงค์			
15. การเติบโตของนักท่องเที่ยวตลาดบน			
16. อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวไทย			
17. อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ			
18. การที่นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะสถานบันเทิงและ Sex Tourism			
19. ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ			
20. ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย			
21. ความต้องการบริการใหม่ๆ ของนักท่องเที่ยว			
22. ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงสุขภาพ เป็นต้น			
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน			
23. การแนะนำและส่งต่อลูกค้าระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว			
24. สถานศึกษาผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพเหมาะสมกับธุรกิจท่องเที่ยว			
25. วัตถุประสงค์ประเภทอาหารทะเลนำเข้าจากในพื้นที่			
26. การเชื่อมโยงของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน			
27. การมีซัพพลายเออร์อยู่ในพื้นที่			
28. ธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวเนื่องอยู่ในพื้นที่เดียวกัน			
29. การแลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารระหว่างธุรกิจต่างๆ ในเครือข่าย			

ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร	อุปสรรค ☹	ไม่แน่ใจ ☹	โอกาส ☺
--	--------------	---------------	------------

เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้			
30. ปัญหาราคาน้ำมันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง			
31. สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพงขึ้น			
32. ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศ			
33. เหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศ			
34. จำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น			
35. ความสามารถของคู่แข่ง			
36. ความผันผวนของฤดูกาล			
37. การขึ้นลงของอัตราดอกเบี้ย			
หน่วยงานภาครัฐ			
38. การเปลี่ยนแปลงนโยบายของเมืองพัทยาจากการเลือกตั้ง			
39. การสนับสนุนการท่องเที่ยวของภาครัฐ			
40. ความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมาย			
41. การแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา			
42. การจัดสรรพื้นที่/ กำหนดผังเมืองด้านการจราจร			
43. การจัดสรรพื้นที่/ กำหนดผังเมืองด้านอาคาร			
44. การเป็นศูนย์กลางการแข่งขันกีฬาทางน้ำระดับโลก			
45. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา			
46. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)			

โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้ และทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

คำอธิบาย: จุดแข็ง หมายถึง ปัจจัยภายในกิจการที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นของกิจการ
จุดอ่อน หมายถึง ปัจจัยภายในกิจการที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบของกิจการที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น

ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร	จุดอ่อน ☹	ไม่แน่ใจ ☺	จุดแข็ง ☺
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ			
47. การกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันด้วยคุณภาพการให้บริการ			
48. การตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานการบริการ			
49. การรวมกลุ่มในการจัดซื้อวัตถุดิบ			
50. การร่วมมือกับภาครัฐ สมาคม หรือผู้ประกอบการในการทำการตลาดร่วมกัน			
51. การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารงาน			
52. การโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ			
53. การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของกิจการ			
54. การพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ทันสมัย			

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาในการประกอบธุรกิจ

.....

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อพัฒนาศักยภาพของสถานประกอบการ

1) สนใจรวมกลุ่ม

2) ไม่สนใจรวมกลุ่ม

เนื่องจาก.....

.....

☺ ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ☺

แบบสัมภาษณ์

กลุ่มเป้าหมาย: ผู้ประกอบการร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
(หรือผู้จัดการ/ ผู้ช่วยผู้จัดการ หรือผู้ที่รับผิดชอบในการบริหารงาน
ร้านอาหารมากที่สุด)

วัตถุประสงค์: เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้
ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร
ในเขตเมืองพัทยาที่จะนำไปสู่การกำหนดมาตรการผลักดันให้เกิด
การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายอย่างยั่งยืน

ชื่อ – สกุล บุคคลที่สัมภาษณ์.....ตำแหน่ง.....

สถานประกอบการ.....หมายเลขโทรศัพท์.....

สถานที่ตั้ง.....

วัน เวลา และสถานที่สัมภาษณ์.....

ร้านอาหารแห่งอื่นของผู้ประกอบการในเขตเมืองพัทยา (ถ้ามี).....

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม 4 ด้าน (Diamond Model)

1. การวิเคราะห์ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจด้านปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพสูงและชำนาญเฉพาะด้าน

1. การผลิต

วัตถุดิบที่ใช้ในท้องถิ่นและในประเทศ แบ่งเป็น ประเภทวัตถุดิบ แหล่งวัตถุดิบ และวิธีการจัดซื้อ

-วัตถุดิบที่ใช้ในต่างประเทศ แบ่งเป็น ประเภทวัตถุดิบ แหล่งวัตถุดิบ และวิธีการจัดซื้อ

-ปัญหาด้านวัตถุดิบ

-มีความเพียงพอของวัตถุดิบในท้องถิ่นหรือต้องนำเข้าจากนอกพื้นที่/จากต่างประเทศ

-ผู้ประกอบการมีข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบได้โดยสะดวกหรือไม่ อย่างไร

2. ทรัพยากรมนุษย์

-บุคลากรและแรงงานมีคุณภาพ และทักษะเหมาะสมกับการปฏิบัติงานหรือไม่

อย่างไร

-บุคลากรและแรงงานจำนวนเพียงพอหรือขาดแคลน และเป็นแรงงานในพื้นที่หรือไม่

3. ทรัพยากรธรรมชาติ

-ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ชายหาด ทะเล เกาะ เป็นต้น ส่งผลต่อการท่องเที่ยวในด้านบวก และด้านลบอย่างไรบ้าง และมีความเพียงพอ เหมาะสม หรือเกิดปัญหาอย่างไรบ้าง

-ภาพลักษณ์ของเมืองพัทยาส่งผลต่อการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

4. ทรัพยากรทุน

-ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้ยากง่ายเพียงใด

-การลงทุน และสินเชื่อ (กู้ยืม) แหล่งที่มาของเงินทุน

-มีการระดมทุนหรือไม่ อย่างไร

-ผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา กำไร ขาดทุน

-ปัญหาด้านทรัพยากรทุน

5. โครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา

-โครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจ/อุตสาหกรรมในพื้นที่ที่มีความขาดแคลนหรือเพียงพอใน

ระดับใด

-ความเห็นเกี่ยวกับการเข้าถึงและคุณภาพของ โครงสร้างพื้นฐาน

	พอใจมาก	พอใจปานกลาง	พอใจ	ไม่พอใจ
ระบบการขนส่ง				
ระบบการสื่อสาร				
ระบบสาธารณูปโภค (ไฟฟ้า ประปา)				
ด้านอื่น ๆ เช่น การกำจัดขยะ และการบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น				

-กรณีที่ไม่พอใจในโครงสร้างพื้นฐานนั้น เกิดจากสาเหตุใด

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

-ลูกค้าให้ความสำคัญในคุณภาพของสินค้า/บริการมากน้อยเพียงใด หรือเรียกร้อง

ต้องการรูปแบบสินค้าและบริการอย่างไรบ้าง

-ความต้องการของลูกค้าในประเทศ

-ความต้องการของลูกค้าต่างประเทศ

-ลูกค้ามีอิทธิพลต่อการปรับปรุงสินค้าอย่างไรบ้าง

-มีกลไกและการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเพียงพอ/ มีประสิทธิภาพหรือไม่

-อุปสงค์ภายในประเทศมีลักษณะพิเศษสามารถตอบสนองทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศหรือไม่

-ราคา ได้แก่ การตั้งราคา (ราคาเท่าไร) ราคาตลาดเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และราคาในทัศนคติของผู้ซื้อ

-การจัดจำหน่าย ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย (ขายเองโดยตรง ผ่านตัวแทน ขายผ่านงานแสดงสินค้าใน/ ต่างประเทศ อินเทอร์เน็ต) ความสัมพันธ์กับผู้ซื้อ และความครอบคลุมของสินค้าและบริการตามความต้องการของลูกค้า

-การส่งเสริมการตลาด

- การโฆษณา.....
- การประชาสัมพันธ์.....
- อินเทอร์เน็ต.....
- แหล่งดูงาน.....
- นิตยสาร.....

-ปัญหาการตลาด

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)

-โครงสร้างของผู้ประกอบการในคลัสเตอร์มีความเชื่อมโยงในลักษณะของห่วงโซ่อุปทานหรือไม่ มากน้อยเพียงใด มีการเชื่อมโยงกับหน่วยงาน องค์กร บริษัทใดบ้างในห่วงโซ่อุปทาน และมีการเชื่อมโยงอย่างไร

-ความเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์/ ความร่วมมือ/ ประสานงานระหว่างบริษัทต่อองค์กรต่าง ๆ

-อุตสาหกรรมสนับสนุนในพื้นที่ที่มีความครบถ้วนพอเพียงหรือไม่

-ลักษณะของความร่วมมือภายในกลุ่มมีการทำกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอหรือไม่

-มีสถาบันทางการวิจัย/ วิชาการใด ๆ ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของคลัสเตอร์บ้างหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

-ความสัมพันธ์ ความช่วยเหลือ การประสานงานของหน่วยงานและเอกชน

-มีการแลกเปลี่ยนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั้งภายในและภายนอกคลัสเตอร์กันอย่างกว้างขวางและสม่ำเสมอหรือไม่

-ปัญหาด้านการสนับสนุน (หน่วยงานของภาครัฐและเอกชน)

-การเข้าถึงผู้ผลิตในท้องถิ่นอยู่ในระดับมากน้อยอย่างไร และผู้ผลิตมีความสามารถและมีประสิทธิภาพสูงหรือไม่อย่างไร

-ท่านคิดอย่างไรกับการเชื่อมโยงที่เป็นเครือข่ายของธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมแทนที่จะอยู่ลำพัง

4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ (Firm Rivalry and Competition)

-ความสามารถในการเข้าถึงตลาด ตลาดหลักเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติ หรือให้บริการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

-ความตระหนักของผู้ประกอบการและทัศนคติในความร่วมมือกันว่ามีมากน้อยเพียงใด

-ลักษณะของการแข่งขันภายในคลัสเตอร์ มีการแข่งขันกันด้วยราคาหรือไม่ หรือแข่งขันด้วยคุณภาพของสินค้าและบริการเป็นหลัก

-มีกฎระเบียบและปัจจัยแวดล้อมในประเทศที่สนับสนุนการลงทุนและการปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง เช่น การโชนนึ่งสถานประกอบการ กฎหมายเกี่ยวกับสปา ฯลฯ หรือไม่อย่างไร

-บรรยากาศการแข่งขันในประเทศมีความโปร่งใสและเข้มข้นมากน้อยเพียงใด

-กลยุทธ์และโครงสร้างขององค์กร ได้แก่ โครงสร้างองค์กร การแบ่งงาน อำนาจการตัดสินใจ การวางแผน

-การแข่งขัน ได้แก่ ความเข้มข้นของการแข่งขัน (แข่งขันกันสูงไหม) ข้อมูลของผู้แข่งขัน (เช่น จุดแข็ง จุดอ่อน) คุณภาพ กลยุทธ์การตลาด อื่น ๆ

-ความคิดเห็นเกี่ยวกับพันธมิตรอุตสาหกรรม เช่น มีการรวมกลุ่ม สมาคมบ้างไหม การติดต่อ การร่วมมือกันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ (เช่น ผู้ขายวัตถุดิบ ร้านจำหน่ายสินค้า พ่อค้าคนกลาง กลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยว) เป็นอย่างไร มีการร่วมมือกันบ้างไหม การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

1. แข่งขันวัตถุดิบ

มี มีบ้าง ไม่มี

2. ช่วยจัดกิจกรรมร่วมกัน เช่น การออกงาน

มี มีบ้าง ไม่มี

3. ติดต่อขอความช่วยเหลือจากรัฐ

มี มีบ้าง ไม่มี

4. อื่น ๆ

มี มีบ้าง ไม่มี

-รู้จักพันธมิตรอุตสาหกรรมหรือไม่ รู้จักมากน้อยแค่ไหน เคยได้ยื่นหรือไม่

-ความคิดเห็นอื่น ๆ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย (Cluster Map)

1. กิจกรรมอะไรบ้างที่จัดส่งวัตถุดิบให้ท่าน
2. กิจกรรมอะไรบ้างที่จัดขายอุปกรณ์สำหรับการผลิต/ บริการ
3. กิจกรรมอะไรบ้างที่จัดบริการต่าง ๆ ให้ เช่น การขนส่ง คลังสินค้า การซ่อมบำรุง การเงิน การฝึกอบรม ให้คำปรึกษา การจัดโฆษณา การกระจายสินค้า การตลาด หรือการสื่อสาร และแต่ละกิจกรรมเหล่านี้มีความสำคัญอย่างไรต่อความสามารถในการแข่งขันของท่าน
4. มีสถาบันการศึกษาใดบ้างที่ผลิตบุคลากรที่กิจการท่านต้องการ รวมทั้งสถาบันการศึกษาเหล่านั้นมีหลักสูตรเพื่อผลิตบุคลากรที่กิจการท่านต้องการหรือไม่
5. มีกิจกรรมอะไรบ้างที่สนับสนุนท่านทางด้านการวิจัยและพัฒนา
6. กิจการท่านเป็นสมาชิกสถาบันเฉพาะทาง หรือสมาชิกของสมาคมธุรกิจการค้าใดบ้าง
7. หน่วยงานภาครัฐใดที่ท่านเกี่ยวข้องมากที่สุด
8. หน่วยงานภาครัฐใดที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของท่าน
9. ท่านต้องการการสนับสนุนจากสถาบันการเงินหรือไม่ ถ้าต้องการท่านจะมีแนวทางได้รับการสนับสนุนนั้นได้อย่างไร

☺ ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ ☺

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ค
ค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

ตารางที่ ค-1 ค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว

ข้อความ	ผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ (R)					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	R1	R2	R3	R4	R5			
ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว								
1.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
2.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
3.	1	1	1	1	-1	3	0.6	ใช้ไม่ได้
4.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
5.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
6.	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
7.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
8.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
9.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
10.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
11.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
12.	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
13.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
14.	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
15.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
16.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
17.	0	1	1	1	1	4	0.8	ใช้ได้
18.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
19.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
20.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
21.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
22.	1	1	1	1	-1	3	0.6	ใช้ไม่ได้
23.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
24.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
25.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
26.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
27.	1	1	1	1	-1	3	0.6	ใช้ไม่ได้
28.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้

ตารางที่ ค-1 (ต่อ)

ข้อคำถาม	ผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ (R)					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	R1	R2	R3	R4	R5			
ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว								
29.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
30.	1	0	1	1	1	4	0.8	ใช้ได้
31.	1	0	1	1	1	4	0.8	ใช้ได้
32.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
33.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
34.	1	1	1	1	1	4	0.8	ใช้ได้
35.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
36.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
37.	0	1	1	-1	0	1	0.2	ใช้ไม่ได้
38.	1	1	1	-1	0	2	0.4	ใช้ไม่ได้
39.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
40.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
41.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
42.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
43.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
44.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
45.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
46.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
47.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
48.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
49.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
50.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
51.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
52.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
53.	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
54.	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
55.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
56.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้

ตารางที่ ค-1 (ต่อ)

ข้อความ	ผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ (R)					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	R1	R2	R3	R4	R5			
ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร								
1.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
2.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
3.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
4.	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
5.	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
6.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
7.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
8.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
9.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
10.	0	1	1	1	1	4	0.8	ใช้ได้
11.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
12.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
13.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
14.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
15.	-1	1	1	1	1	3	0.6	ใช้ไม่ได้
16.	-1	1	1	1	1	3	0.6	ใช้ไม่ได้
17.	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
18.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
19.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
20.	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
21.	-1	0	1	1	1	2	0.4	ใช้ไม่ได้
22.	0	1	1	1	1	4	0.8	ใช้ได้
23.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
24.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
25.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
26.	-1	1	1	1	0	2	0.4	ใช้ไม่ได้
27.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
28.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
29.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้

ตารางที่ ค-1 (ต่อ)

ข้อคำถาม	ผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ (R)					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	R1	R2	R3	R4	R5			
ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร								
30.	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
31.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
32.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
33.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
34.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
35.	1	1	1	1	-1	3	0.6	ใช้ไม่ได้
36.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
37.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
38.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
39.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
40.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
41.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
42.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
43.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
44.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
45.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
46.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
47.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
48.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
49.	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
50.	0	1	1	1	1	4	0.8	ใช้ได้
51.	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
52.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
53.	0	1	1	1	1	4	0.8	ใช้ได้
54.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
55.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
56.	0	1	1	1	1	4	0.8	ใช้ได้
57.	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
58.	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
59.	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก ง

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตารางที่ ง-1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวประเภทร้านอาหาร

แบบสอบถาม	จำนวนข้อ		ค่าความเชื่อมั่น	
	ก่อนตัด ค่า IOC	หลังตัด ค่า IOC	ก่อนตัด ค่า IOC	หลังตัด ค่า IOC
1. ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการร้านอาหาร	56	51	0.8254	0.8281
1.1 ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	19	17	0.8206	0.8234
1.2 การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	6	5	0.8216	0.8248
1.3 การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	6	5	0.8213	0.8239
1.4 เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	7	5	0.8238	0.8274
1.5 ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	18	18	0.8164	0.8188
2. ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร	57	54	0.6291	0.7753
2.1 ปัจจัยการผลิต	15	14	0.6182	0.7650
2.2 เงื่อนไขด้านอุปสงค์	9	8	0.6176	0.7701
2.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	9	8	0.6215	0.7653
2.4 บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	9	9	0.6028	0.7636
2.5 เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	8	8	0.6233	0.7748
2.6 หน่วยงานภาครัฐ	9	9	0.6295	0.7731

ภาคผนวก จ

งานสัมมนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

ที่ ศธ 0528.29/0502

วันที่ 23 มกราคม 2552

เรื่อง ขออนุมัติจัดโครงการปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน

เรียน อธิการบดี

ตามที่สาขาการตลาดและการจัดการระหว่างประเทศ ร่วมกับหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพาจะจัดโครงการ “ปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้และสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับนวัตกรรมด้านการรวมกลุ่มสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้บัณฑิตปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด (ศูนย์ระยอง) และนิสิตปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด การจัดการพอเพียง และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สาขาการตลาดและการจัดการระหว่างประเทศ และหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงใคร่ขออนุมัติจัดโครงการดังกล่าวขึ้นในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2552 ระหว่างเวลา 9.00 น. – 12.00 น. ณ หอประชุมของเทศบาลเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พร้อมนี้ได้แนบรายละเอียดโครงการฯ มาด้วย โดยมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการฯ เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 20,000 บาท (สองหมื่นบาทถ้วน) โดยขอเบิกจ่ายจากเงินรายได้มหาวิทยาลัย แผนงานการจัดการศึกษาอุดมศึกษา โครงการจัดการศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคพิเศษต่อเนื่อง (ระยอง) กองทุนกิจกรรมนิสิต หมวดเงินอุดหนุนทั่วไป (เงินอุดหนุนการจัดการกิจกรรมสำหรับนิสิต)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย)

ประธานหลักสูตรการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชณี นนทศักดิ์)

คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว



ที่ ศธ 0528.29/0196

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

8 มกราคม 2552

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ใช้หอประชุมของเทศบาลเมืองพัทยา

เรียน คุณอิทธิพล คุณปลื้ม นายกเมืองพัทยา

ด้วยหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จะจัดสัมมนาเรื่อง ปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster): การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2552 เวลา 9.00 น. เป็นต้นไป ในการนี้คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ใช้หอประชุมของเทศบาลเมืองพัทยา โดยคณะฯ ยินดีจ่ายค่าใช้จ่าย (ค่าห้องประชุม ค่าอาหารว่าง และค่าทำความสะอาดและอื่น ๆ)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)

คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

สำนักงานคณบดี

โทร. 0-3810-2305 ต่อ 124

โทรสาร. 0-3895-098



ที่ ศธ 0528.29/0016

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

11 กุมภาพันธ์ 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร

เรียน คุณโสภิญ เทพจักร
ประธานฝ่ายบริหารเครือข่ายไดอาน่ากรุ๊ป

สิ่งที่แนบมาด้วย กำหนดการสัมมนา

ด้วยหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จะจัดสัมมนาเรื่อง ปลดชนวน
วิกฤตการท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster): การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่าง
ยั่งยืน คณะฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์อย่างลึกซึ้ง
และเป็นผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์อย่างกว้างขวางในเรื่องดังกล่าว จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นวิทยากรร่วม
สัมมนาในหัวข้อ “การรวมกลุ่มคลัสเตอร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน” ในวันที่
15 กุมภาพันธ์ 2552 เวลา 10.30 - 12.00 น. ณ หอประชุมเทศบาลเมืองพัทยา

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จาก
ท่านเป็นอย่างดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชณี นนทศักดิ์)

คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

สำนักงานคณบดี

โทร. 0-3810-2397 ต่อ 124

โทรสาร. 0-3895-098



ที่ ศธ 0528.29/0015

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

11 กุมภาพันธ์ 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร

เรียน คุณธวัช เพื่อกบุญนาค
ประธานสหกรณ์เดินรถพญา

สิ่งที่แนบมาด้วย กำหนดการสัมมนา

ด้วยหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จะจัดสัมมนาเรื่อง ปลดชนวน
วิกฤตการท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster): การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพญาอย่าง
ยั่งยืน คณะฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์อย่างลึกซึ้ง
และเป็นผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์อย่างกว้างขวางในเรื่องดังกล่าว จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นวิทยากรร่วม
สัมมนาในหัวข้อ “การรวมกลุ่มคลัสเตอร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพญาอย่างยั่งยืน” ในวันที่
15 กุมภาพันธ์ 2552 เวลา 10.30- 12.00 น. ณ หอประชุมเทศบาลเมืองพญา

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จาก
ท่านเป็นอย่างดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชณี นนทศักดิ์)

คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

สำนักงานคณบดี

โทร. 0-3810-2397 ต่อ 124

โทรสาร. 0-3895-098



ที่ ศธ 0528.29/0014

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

11 กุมภาพันธ์ 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร

เรียน คุณจำรูญ วิเศษชัยพันธ์
นายกสมาคมธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

สิ่งที่แนบมาด้วย กำหนดการสัมมนา

ด้วยหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จะจัดสัมมนาเรื่อง ปลดชนวน
วิกฤตการท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster): การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่าง
ยั่งยืน คณะฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์อย่างลึกซึ้ง
และเป็นผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์อย่างกว้างขวางในเรื่องดังกล่าว จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นวิทยากรร่วม
สัมมนาในหัวข้อ “การรวมกลุ่มคลัสเตอร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน” ในวันที่
15 กุมภาพันธ์ 2552 เวลา 10.30 - 12.00 น. ณ หอประชุมเทศบาลเมืองพัทยา

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จาก
ท่านเป็นอย่างดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชณี นนทศักดิ์)

คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

สำนักงานคณบดี

โทร. 0-3810-2397 ต่อ 124

โทรสาร. 0-3895-098



ที่ ศธ 0528.29/0269

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

4 กุมภาพันธ์ 2552

เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร

เรียน คุณนิติ คงกรุด

ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 3 สำนักงานพญา

สิ่งที่แนบมาด้วย กำหนดการสัมมนา

ด้วยหลักสูตรการจัดการมหัศจรรย์ สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จะจัดสัมมนาเรื่อง ปลดชนวน
วิกฤตการท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster): การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่าง
ยั่งยืน คณะฯ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์อย่างลึกซึ้ง
และเป็นผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์อย่างกว้างขวางในเรื่องดังกล่าว จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นวิทยากรร่วม
สัมมนาในหัวข้อ “การรวมกลุ่มคลัสเตอร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน” ในวันที่
15 กุมภาพันธ์ 2552 เวลา 10.30 - 12.00 น. ณ หอประชุมเทศบาลเมืองพัทยา

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จาก
ท่านเป็นอย่างดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชณี นนทศักดิ์)

คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

สำนักงานคณบดี

โทร. 0-3810-2397 ต่อ 124

โทรสาร. 0-3895-098



ที่ ศธ 0528.29/0017

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

11 กุมภาพันธ์ 2552

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมงานสัมมนา

เรียน คุณเนาวรัตน์ คำชาย

ประธานชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัทยา

สิ่งที่แนบมาด้วย กำหนดการสัมมนา

ตามที่ หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จะจัดสัมมนาเรื่อง ปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster): การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2552 เวลา 9.00-12.00 น. ณ หอประชุมของเทศบาลเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยภายในงานมีการจัดสัมมนาเกี่ยวกับการพัฒนาการรวมกลุ่มคลัสเตอร์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน ทางคณะฯ จึงขอเชิญท่านร่วมเป็นเกียรติในงานดังกล่าว

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าได้รับเกียรติร่วมงานในครั้งนี้ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชณี นนทศักดิ์)

คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

สำนักงานคณบดี

โทร. 0-3810-2397 ต่อ 124

โทรสาร. 0-3895-098

กำหนดการสัมมนาเรื่อง
ปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster)
การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน
วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2552
เวลา 9.00 – 12.00 น.

8.45-9.00 น.	ลงทะเบียน
9.00-9.45 น.	เปิดงานสัมมนาโดย นายกเทศมนตรีเมืองพัทยา (คุณอิทธิพล คุณปลื้ม) ปาฐกถาพิเศษ “การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน”
9.45-10.30 น.	นำเสนอผลงานวิจัยการพัฒนาการรวมกลุ่มคลัสเตอร์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยคณะผู้วิจัยประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> 1. รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย 2. นางสาวชลธร ชื่นอุปการณันท์ 3. นายธีรารุช ธีระจารวัฒน์ 4. นางสาวกฤตติยา สัตย์พานิช
10.30-12.00 น.	คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา สัมมนาเรื่อง การรวมกลุ่มคลัสเตอร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืนโดยวิทยากร <ol style="list-style-type: none"> 1) คุณนิติ คงกรุต ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา 2) คุณโสภิญ เทพจักร ประธานบริหารเครือข่าย “ไดอาน่า กรุ๊ป” 3) คุณจำรูญ วิสวชัยพันธ์ นายกสมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา 4) คุณธวัช เพ็ญบุญนาถ ประธานสหกรณ์เดินรถพัทยา
12.00 น.	ปิดงานสัมมนา

หมายเหตุ เสริฟอาหารว่างระหว่างสัมมนา

งานสัมมนาเรื่อง “ปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยวและการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) การท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน”

ในปี 2551 พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงเนื่องจากจากระบบเศรษฐกิจโลก และการปิดสนามบินสุวรรณภูมิและดอนเมือง ทำให้ผู้ประกอบการหันมาสนใจในการพัฒนาองค์ความรู้และความสามารถในการจัดการร่วมกันมากขึ้น จึงนำมาซึ่งแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงทั้งแนวตั้งและแนวนอนในวงกว้างที่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงธุรกิจต้นน้ำหรือปลายน้ำเท่านั้น แต่รวมถึงสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศอย่างมหาศาล มีความสำคัญที่ก่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว และสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่การแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยยกระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน (สมบัติ ชำรงสินธาวร, 2551)

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเมืองพัทยาได้ยกฐานะจากสุขาภิบาลมาเมื่อปี 2521 หรือเมื่อ 31 ปีมาแล้ว เราก็ได้มีการพัฒนามาโดยลำดับ ด้วยความเอื้ออำนวยด้านปัจจัยภูมิศาสตร์ และความเข้มแข็งของภาคเอกชนที่มีการเติบโตแบบอัตราก้าวหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน 5 ปีหลังที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวหมุนเวียนตัวเลขจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี 2550 ประมาณ 6,300,000 คน ส่วนในปี 2551 คาดการณ์ว่ามีนักท่องเที่ยวประมาณ 5,500,000 คนขึ้นไป แต่คงน้อยกว่าปี 2550 เพราะสิ่งที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวขึ้นก่อนข้างจะมีความละเอียดอ่อนในเรื่องของความรู้สึก ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่ঙ্গেเลในเรื่องของท่องเที่ยว ก็จะมีการเปลี่ยนสถานที่ในการท่องเที่ยวทันที Destination เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวันหยุดที่ค่อนข้างกำหนดไว้ชัดเจนในแต่ละปี ถ้าหากเกิดความไม่มั่นใจในสถานที่ก็จะเปลี่ยนจุดหมายทันที ดังนั้นปัญหาที่เกิดขึ้นจึงเป็นจุดสำคัญที่ทำให้เกิดวิกฤตการณ์การท่องเที่ยว ทางเมืองพัทยาจึงได้แก้ไขปัญหาโดยวิธีที่เรียกว่า City Modernization by S to E การนำเสนอภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก โดย S คือ การสำรวจภาพพจน์ในอดีตของเมืองพัทยา ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติมักจะกล่าวถึงในลักษณะของการมาเที่ยวทะเล (Sea) อากาศ (Sun) หาดทรายสวย ๆ (Sand) และบริการต่าง ๆ (Service) ส่วน E เช่น Electronic E-government E-commerce และ Technology ต่าง ๆ หมายถึงความทันสมัย แต่ E นอกเหนือจากนั้นก็คือ Education คือ การให้ความรู้แก่เยาวชน และการให้ความรู้เกี่ยวกับการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง อย่างเช่น การกิจของเมืองพัทยารอบคลุมในเรื่อง

ของการดูแลนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณสุข สิ่งแวดล้อม และการปรับปรุงการศึกษาจากภายในไปสู่ภายนอก โดยเมืองพัทยามีสถาบันการศึกษาหรือรูปแบบของการศึกษาที่หลากหลาย ตั้งแต่โรงเรียนสอนเย็บผ้า ทำผม ไปจนถึงโรงเรียนสอนศิลปะการแสดง การเต้น E ที่สองก็คือ Environment เป็นการดำเนินการตามวิสัยทัศน์ของเมืองพัทยา มีศูนย์กำจัดขยะ โรงบำบัดน้ำเสีย และมีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง และรณรงค์ให้กับประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวให้ตระหนักถึงความสำคัญ เพราะจะเป็นจุดหนึ่งที่นักท่องเที่ยว Eco-tourism จะมาเมืองพัทยา โดยสงวนการท่องเที่ยวไว้ 2 จุดด้วยกัน คือ ป่าชายเลนนาเกลือ และเกาะล้าน มีเส้นทางเสื่อภูเขา การอนุรักษ์ไม่ให้มีการสร้างสิ่งปลูกสร้างที่เป็นอาคารสูง และ E คือ Entertainment เป็นการครอบคลุมการเตรียมความพร้อมเรื่องของนักท่องเที่ยวเรื่องการฝึกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพการโรงแรม เช่น อบรมแม่บ้าน เชฟ ช่าง จนถึงเรื่องการบริหารธุรกิจ โรงแรม ปัจจุบันเมืองพัทยามุ่งเน้นความเข้าใจกับสถาบันการศึกษาอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว วิทยาลัยเทคนิคสัตหีบ ภาควิชาการโรงแรม จะมีสถานบันเทคโนโลยีและการท่องเที่ยวในอีก 6 ปีข้างหน้า E สุดท้ายจะเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวและประชาชนอย่างแท้จริงก็คือ Evaluation การสำรวจ การทำแบบประเมินต่าง ๆ เพื่อสะท้อนถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวอยากให้เป็น และนำมาปรับปรุงเพื่อดูแลการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป อีก E ที่สำคัญเป็นอย่างมากและต้องอาศัยความร่วมมือจากประชาชนทุกคนก็คือ Enforcement การดำเนินการให้เป็นไปตามกฎระเบียบของเมืองพัทยาหรือของชาติ โดยมีการจัดระเบียบทางเท้า ไล่ลงเดินไปแล้วตามหลักการนี้ มีการประชุมกำหนดเขตพื้นที่ต่าง ๆ กับผู้ประกอบการ โดยมีกฎหมายต่าง ๆ มาเกี่ยวข้อง พระราชบัญญัติสาธารณสุขของการขายของมีอะไรบ้าง การสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวบริเวณชายหาดนั้นถือว่าเป็นจุดหลักที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด ส่วนเรื่องของคลัสเตอร์ ซึ่งเป็นหนึ่งใน 13 ยุทธศาสตร์ เป็นสิ่งที่เรดำเนินการจากการทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนว่าอยากเห็นอะไรบ้าง และเป็นการทำการ survey จากการตลาด ที่ทำเป็นกลุ่มของการท่องเที่ยวอยู่แล้ว จึงนำมาปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลเป็นรูปธรรมมากขึ้น (อิทธิพล คุณปลื้ม, 2551)

การนำเสนองานวิจัย

เมืองพัทยาคือเมืองแห่งธรรมชาติ เป็นเมืองแห่งการนันทนาการนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้ามาเที่ยว นำภาพลักษณ์ที่ดีหรือภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ บอกต่อ ๆ กัน ถึงแม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นแต่ก็มีลักษณะขึ้น ๆ ลง ๆ ตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การเมืองและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ธุรกิจท่องเที่ยวเปรียบเสมือนกับคลื่นที่มีขึ้นมีลงตรงข้ามกับธุรกิจเกษตรซึ่งพืชผลจะชอบหน้าฝน หากหน้าแล้งพืชผลจะไม่ออกดอกผล ในขณะที่การท่องเที่ยวจะตรงข้ามเพราะฝนมาจะกลายเป็น low season ภาพที่แสดง แนวตั้งจะเป็นความรู้ความเข้าใจของธุรกิจต่าง ๆ คะแนนเต็ม 5

ทางด้านแนวนอนเป็นความสามารถในการแข่งขัน เคนส์น้ำตาลเข้มมีความสามารถในการแข่งขันสูง สีน้าตาลอ่อนเป็นระดับปานกลาง ภาพแต่ละวงจะเป็นแนวทางที่จะขยายความรู้ความเข้าใจและความสามารถการแข่งขัน โดยใช้สถิติประมาณขนาดพื้นที่ โดยทั่วไปธุรกิจของร้านขายของที่ระลึกจะมีขนาดของตลาดหลากหลายและความเข้าใจที่แตกต่างกันมาก ตั้งแต่ศูนย์ถึงปานกลาง ในขณะที่ธุรกิจโรงแรมเป็นสีเขียว ธุรกิจร้านอาหารเป็นสีม่วง และเราจะเห็นส่วนที่ Over Lap กันเป็นสีแดงที่เป็นส่วนที่สำคัญในการเลือกเพื่อที่จะนำมาสร้างกลุ่มคลัสเตอร์ร่วมกัน เพราะมีลักษณะร่วมกัน มีความรู้ความเข้าใจร่วมกัน มีความสามารถที่จะมาทำร่วมกัน มีการแข่งขันที่ไม่แตกต่างกันมาก และกลุ่มแรกที่ศึกษาได้เป็นกลุ่มแรกก็คือ โรงแรมและร้านอาหาร และเห็นอีกกลุ่มหนึ่งที่แยกออกไปคือ ธุรกิจสปาและนวดแผนไทยและตัวแทนท่องเที่ยว กลุ่มนี้จะมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่ากลุ่มอื่น โดยการประเมินตนเอง แต่มีความรู้ความเข้าใจน้อย ข้อเสนอ คือ ให้สมาคมธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเป็นแกนกลาง และส่วนที่กระจายย่อย ๆ คือเครือข่ายโดยมีใบแมลงมุมเชื่อมโยง โดยภาพที่แสดงเป็นการแสดงที่ PBTA เป็นแกนกลางอย่างเดียว ไม่มีภาครัฐ หรือเมืองพัทยาเข้าไปเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็น Idle เป็นภาพลักษณะที่เข้มแข็งไม่ต้องการสนับสนุน ซึ่งเป็นไปไม่ได้ เพราะต้องมีแรงสนับสนุน รูปแบบที่สองที่เสนอก็คือมีหน่วยงานภาครัฐ มีงานของเมืองพัทยา เป็นแกนหลัก และโยงไปที่ PBTA รูปแบบที่สาม เป็นสิ่งที่ เป็น Model อย่างแรกก็คือ สถาบันการศึกษา PBTA หน่วยงานภาครัฐเป็นแกนกลางร่วมกัน โดยสถาบันการศึกษาช่วยในเรื่องของวิชาการ วิจัย เสนอแนะความเป็นไปได้ เพื่อให้ทฤษฎีทางวิชาการ ภาครัฐให้การส่งเสริม รวมกลุ่มคลัสเตอร์ผู้ประกอบการ ในลักษณะของการรวมกลุ่มสิ่งที่จำเป็นก็คือ แต่ละ Steak holder จะต้องมีความพร้อม ตั้งใจ สนใจจะลงทุน วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย การกำหนดเป้าหมายร่วมกันตามหลักการกำหนดยุทธศาสตร์ สร้างยุทธศาสตร์หรือแผนการดำเนินงาน (Action Plan) เมื่อรวมตัวกันแล้วต้องมีคณะทำงาน การดูความก้าวหน้าของกลุ่มคลัสเตอร์ที่ร่วมกัน อาจจะเป็นระยะเวลา 3 เดือน 6 เดือน หรือ 1 ปี ผลของการพัฒนาต้องมีการประเมิน อย่างแรกก็คือความรู้ ทุกคนจะต้องมีความรู้พื้นฐานที่คล้าย ๆ กัน เช่น ถ้าธุรกิจต้องการนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ อนุรักษ์ดูแลแหล่งท่องเที่ยว มีองค์กรประสาน สร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างนวัตกรรมต่าง ๆ หรือการทำ workshop เดือนละครั้ง สองอาทิตย์ครั้งเพื่อกระตุ้นความสนใจ ก่อนจะทำคลัสเตอร์จะต้องย้อนกลับมาดูตัวเองก่อนว่าแต่ละคนเป็นอย่างไร ทบทวนสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีต เพราะอดีตจะเป็นตัววางในอนาคต เสริมสร้างความร่วมมือโดยรัฐ เสริมสร้างทักษะ ตรงกับวิสัยทัศน์ของเมืองพัทยา การผลักดันการรวมกลุ่มอย่างจริงจัง มีการเรียนรู้ร่วมกัน สร้างฐานข้อมูลเพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงสร้างการไว้วางใจกัน (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2551)

เสาวนา

เนื่องจากเศรษฐกิจของโลก เศรษฐกิจในเมืองไทยส่งผลกระทบกันเป็นทอดจนมาถึงเมืองพัทยา ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลง รวมถึงรายได้ที่เข้ามาประเทศไทยก็ลดจำนวนลงด้วย ไม่ทราบว่าเป็นปัญหาภาวะจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก และของประเทศไทยด้วย รวมถึงการเมือง ส่งผลกระทบต่อภาพรวมของการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ซึ่งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก ซึ่งได้มีการประเมินสถานการณ์ใน ไตรมาสแรกของปี คือ เดือนมกราคม ถึง เมษายน ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวจะขาดรายได้ไม่เกิน 70% ส่วน ไตรมาสที่ 2 ถึง 3 เป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวจำเป็นต้องหากกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้ (นิติ คงกรุด, 2551) ประกอบกับชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในเมืองพัทยาจำนวนมาก ทำให้ผลกระทบไม่ได้รุนแรงอย่างที่คิด (โสภิญ เทพจักร, 2551) นอกจากนี้รัฐบาลพยายามให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการในด้าน 1. เงินลงทุน ทั้งนี้ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาข้อมูลว่าหน่วยงานภาครัฐใดที่ดูแลในจุดนี้อยู่ ส่วน 2. การตลาดควรมหากลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย เพราะหากไปทำการตลาดต่างประเทศ นักท่องเที่ยวเหล่านั้นอาจจะไม่มีเงินมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (นิติ คงกรุด, 2551)

การแก้ไขปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น โดยภาคธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวเองก่อน มององค์กรเพื่อการปรับปรุงด้านบุคลากร แต่บุคลากรในเมืองพัทยาก็ยังหาคนที่มีความเหมาะสมไม่ได้ (โสภิญ เทพจักร, 2551) ในส่วนของโรงแรมที่มีผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจ คือ โรงแรมที่รับนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีจีน การแก้ปัญหาก็คือองค์กรต่าง ๆ ได้รวมตัวร่วมกันหารื้อวางแผนที่จะเร่งทำการตลาดในจุดไหนบ้าง ตลาดไหนที่ทำแล้วคุ้มค่า (จรรุญ วิเศษชัยพันธ์, 2551)

ในส่วนผลกระทบที่เกิดจากวิกฤตโลกและสถานการณ์ทางการเมืองที่เกิดกับสหกรณ์เดินรถในเมืองพัทยาไม่ค่อยเกิดปัญหามากนัก เนื่องจากมีทหารอเมริกันเข้ามาให้ทางสหกรณ์เดินรถบริการ ส่วนเรื่องนักท่องเที่ยวเกาหลี และจีนที่ลดลงไปก็ไม่มีปัญหา ส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานโรงแรม ร้านอาหารที่ใช้บริการสองแถว (ชวีช เพ็ญบุญนาถ, 2551)

ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจประสบความสำเร็จได้ จำเป็นต้องมีการศึกษาและสำรวจสมาชิกในกลุ่ม เนื่องจาก สมาชิกแต่ละคนมีระดับการศึกษา ผลประโยชน์ เงินลงทุน ไม่เท่ากัน กรอบกับความหลากหลายของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ดูแลและบังคับธุรกิจการท่องเที่ยวนี้ ควรมีการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เมื่อก่อนเรามีสภาพพัฒนาฯ ดังนั้นควรจะเป็นสภาพพัฒนาฯ นี้แหละที่ควรที่จะเข้ามาดูแล การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่สามารถควบคุมผู้ประกอบการได้ แต่การที่จะใคร่ค้าใคร่ขายก็ดีไปอย่างหนึ่งเพราะเป็นการแข่งขันกันเอง และนักท่องเที่ยวก็จะได้ประโยชน์ แต่การรวมตัวกันก็เป็นสิ่งที่ดี (นิติ คงกรุด, 2551) จรรุญ

วิศวะชัยพันธ์ (2551) กล่าวเสริมว่า เมืองพัทยามีองค์กรเอกชนรวมแล้วร้อยละกว่าองค์กรและต่างคนต่างทำงาน แต่ถ้าสามารถที่จะรวมตัวกันได้ก็จะมีอำนาจในการต่อรองปัญหาต่าง ๆ ได้ อย่างเช่น การทำตลาดร่วมกัน เพราะต่างคนต่างทำงบประมาณจะเยอะ สามารถติดตามดูแลสาธารณูปโภคของเมืองพัทยาได้ ประชุมหารือเรื่องปัญหาต่าง ๆ เช่น การอบรมบุคลากร มีงบประมาณที่แน่นอน การจัดระเบียบในเมืองพัทยา การขอความช่วยเหลือจากภาครัฐ เช่น เงินกู้

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

ภาคผนวก จ

รายชื่อร้านอาหารไทยและต่างประเทศในเมืองพัทยาปี 2551

ตารางที่ จ-1 รายชื่อร้านอาหารไทยและต่างประเทศที่เข้าร่วมโครงการ “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” ของกระทรวงสาธารณสุข ในปี 2551

ลำดับที่	ชื่อร้านอาหาร
ร้านอาหารไทย	
1	เลือดหมูคุณศรี
2	Pran Pro
3	Ruean Thai
4	พญาไม้เมือง
5	ทิพ
6	แม่ศรีเรือน
7	คุณตุ๋
8	ตั้งเกษิฟู๊ด
9	King ซีฟู๊ด
10	นางนวล
11	ฟู๊ดแพร์
12	Lobster Port
13	Light Sport
14	เวียงจันทร์
15	P 72
16	Krob Krueng
17	Cheun Long
18	บาร์เล่
19	ตำรับอร่อย
20	นินจา
21	โจ๊กหม้อดิน
22	Koang Core Khan
23	Peak Ruang
24	หาดเทียน
25	ปูเป็น

ตารางที่ ฅ-1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อร้านอาหาร
ร้านอาหารไทย	
26	จิวหลี่
27	นำซิง
28	นายแกละ
29	แดงคำ
30	เจ็จุก
31	เรื่อนข้าวปุ้น
32	ตำແຫລກ
33	ศิริวรรณ
34	The Red Lobster
35	เฮือนเอื่องคำ
36	ส้มตำแชมป์สาททอง
37	ฟ้าพิทยา
38	ลิ้มลิ้มซ่า
39	บุญเกื้อ
40	พิทยาชีฟู๊ด
41	เจ็แดง
42	เส็งกี้
43	ส้มตำหน้าเมือง
44	อำพรชีฟู๊ด
45	กนรีชีฟู๊ด
46	แม่หนูชีฟู๊ด
47	ผักบั้งลอยฟ้า
48	ตาต้าสุกี้

ตารางที่ จ-1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อร้านอาหาร
ร้านอาหารต่างประเทศ	
49	ครัวเวิร์ฟ
50	คิวคัมเบอร์
51	Linda
52	La Grillade
53	Big Horn Steakhouse
54	Ga Ya Lang
55	Beefeater
56	Born Korea Restaurant
57	L'italiano
58	Patrick's Belgian
59	Brauhaus
60	แอลท์ ไฮเต็ลแบร์ก
61	Resputin
62	Bruno's
63	Klein Vallnderren
64	Domicil
65	ไทอิจิ
66	Pizza Big
67	Balcony
68	Cabilano
69	Captain Corner
70	Cher Gilbert
71	Barwarea Blue
72	Barwarea House
73	Doi House
74	House Mouansen

ตารางที่ ฅ-1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อร้านอาหาร
ร้านอาหารต่างประเทศ	
75	ชั้น ไซน์
76	Pan Pan
77	Sunset
78	Thai-Germany
79	Amsterdamm
80	Ele To Ro Streak House
81	Henry J.Beans
82	นิว ทาง ลอง
83	ชาววี
84	เชค ชุก
85	ซั่ม ซอนนิทเชล วิตท์
86	ซิติ์ กริต
87	ซิติ์ ไฮเต็ล เบเกอร์
88	เซบปริน
89	เซปเพะลิน บัดเบิน
90	แซนคาเล
91	ดัก เดอ พาสริน เบลเยี่ยม
92	คา ลีโน
93	ดิ เอ็มเพรส
94	Holf Brew House
95	Ang J Lo
96	Duelio
97	La Krita
98	La Lak
99	Pinoccio
100	Pizzarian Romana

ตารางที่ จ-1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อร้านอาหาร
ร้านอาหารต่างประเทศ	
101	Swiss Garden
102	Cha We Swiss
103	Pitopa
104	Racha Tajar
105	The Blue Parrot
106	Dornichill
107	Olveanna
108	Akamong
109	Benihana
110	Tawada

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวกฤตติยา สัตย์พานิช
วัน เดือน ปี เกิด	30 ตุลาคม 2525
สถานที่เกิด	จังหวัดจันทบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	70/144 ต.บางกะจะ อ.เมืองจันทบุรี จ.จันทบุรี 22000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2544-2548	วิทยาศาสตรบัณฑิต (สัตวน้ำ) มหาวิทยาลัยศิลปากร
พ.ศ. 2552	การจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม) มหาวิทยาลัยบูรพา