

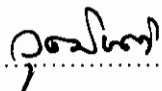
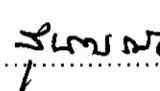
แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจ  
ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ชลธร ชื่นอุปการนันท์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา  
พฤศจิกายน 2552  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

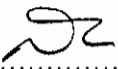
คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา  
วิทยานิพนธ์ของ ชลธร ชื่นอุปการนันท์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของ  
มหาวิทยาลัยบูรพา

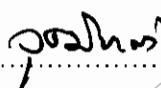
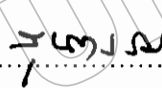
คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์


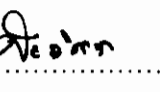
  .....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมย์)



  .....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม  
(รองศาสตราจารย์ ดร. วรณีย์ เคียววิเศษ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

 .....ประธาน  
(รองศาสตราจารย์ สมชาย เดชะพรหมพันธุ์)

  .....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมย์)

  .....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. วรณีย์ เคียววิเศษ)

  .....กรรมการ  
(ดร. สมบัติ ชำรงสินถาวร)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ  
ขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา

 .....คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)

วันที่ ๒๐ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๕๒

## ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้การสนับสนุน แนะนำแนวทางที่ถูกต้อง และเอาใจใส่ ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง รวมทั้งรองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ เตียววิศเรศ และ รองศาสตราจารย์ สมชาย เคชะพรหมพันธุ์ ที่กรุณาเป็นกรรมการที่ปรึกษา และให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปรับปรุงจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้กรุณาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณอิทธิพล คุณปลื้ม คุณนิติ กงกรุด คุณโสภิญ เทพจักร คุณจำรูญ วิสวชัยพันธ์ และคุณธวัช เพ็ญบุญภาค ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าเป็นเกียรติเข้าร่วมงานสัมมนาและเป็นวิทยากรพิเศษในการเผยแพร่ความรู้และประสบการณ์ในงานสัมมนาเรื่อง “ปลดชนวนวิกฤตการณ์ท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มกลัสเตอร์ : การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยายังยั่งยืน” และขอขอบพระคุณผู้ประกอบการ/ผู้จัดการ โรงแรมที่พัก (SMEs) ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ในการให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามและให้สัมภาษณ์ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

และขอขอบคุณ กฤติยา สัตยพานิช และธีรารุช ธีระจาววัฒน์ เพื่อนที่ร่วมทำวิทยานิพนธ์เรื่องแนวทางในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ร้านค้าของที่ระลึก และคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ให้ความช่วยเหลือในการเก็บข้อมูลมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณค่าและประโยชน์อันพึงได้จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เพื่อเป็นสิ่งบูชาพระคุณแต่บิดามารดา พันเอกประเทือง ชื่นอุปการนันท์ และนางปรีญา อุดมโชค รวมถึงผู้มีพระคุณของผู้วิจัยทุกท่าน

ชลธร ชื่นอุปการนันท์

49925144 : สาขาวิชา : การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ; กจ.ม. (การจัดการ  
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ : เครือข่ายวิสาหกิจ / การท่องเที่ยว / วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม / โรงแรม  
ชลธร ซึ่งอุปการะนั้น : แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของ  
ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา  
จังหวัดชลบุรี ( AN EMERGING OF TOURISM CLUSTER DEVELOPMENT OF SMALL  
AND MEDIUM HOTEL AND RESORT ENTERPRISES IN PATTAYA CITY, CHONBURI  
PROVINCE ) อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ : วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, D.B.A., 283 หน้า. ปี พ.ศ. 2552.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ  
ด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พักตามปัจจัยและความสนใจ  
ของผู้ประกอบการร่วมกับการทำนายลักษณะของผู้ประกอบการที่สามารถรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย  
วิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว และประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อกำหนด  
แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ  
ขนาดย่อม ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการเพศชายที่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจและเป็นสมาชิก  
สมาคมธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยามีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจมากกว่า  
ผู้ประกอบการกลุ่มอื่น ๆ และผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความสามารถในการ  
แข่งขันมากกว่าผู้ประกอบการกลุ่มอื่น ๆ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ประกอบการที่มีความสนใจใน  
การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและ  
ความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าผู้ประกอบการที่ไม่สนใจ สอดคล้องกับการวิเคราะห์  
ความสัมพันธ์โลจิสติกที่พบว่า โอกาสที่ผู้ประกอบการสนใจรวมกลุ่มจะมากขึ้นเมื่อผู้ประกอบการ  
มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและมีความสามารถในการแข่งขัน

จากวิจัยครั้งนี้ชี้ชัดว่า ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจ โรงแรม  
ที่พักอยู่ในกลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจสูงแต่มีระดับความสามารถใน  
การแข่งขันปานกลาง ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วสามารถพัฒนาให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ  
ร่วมกันได้ทั้งภายในและภายนอกอุตสาหกรรม ซึ่งนำไปสู่แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้าน  
การท่องเที่ยวที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักและหน่วยงานภาครัฐ  
โดยมีสถาบันการศึกษาคอยให้ข้อมูลเชิงวิชาการ ทั้งนี้ควรมีการกำหนดแนวทางการปฏิบัติร่วมกัน  
อย่างชัดเจนเพื่อผลลัพธ์ที่ได้คือการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ ในภาพรวมอย่างยั่งยืน

49925144 : MAJOR : SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT ; M.M.  
( SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT )

KEYWORDS : CLUSTER / TOURISM / SMEs / HOTEL

CHONLATHORN CHUEN-UPAKARANUN : AN EMERGING OF  
TOURISM CLUSTER DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM HOTEL AND RESORT  
ENTERPRISES (SMEs) IN PATTAYA CITY, CHONBURI PROVINCE : VUTTHICHAT  
SOONTHONSMAI, D.B.A., 283 P. 2009.

This research aimed at determining factors pertaining to business operators that affect knowledge and understanding about tourism clusters as well as analyzing competitiveness of the business in order to set the guidelines for the development of tourism cluster of small and medium enterprises (SMEs) for hotels and resorts in Pattaya city, Chonburi province.

The combination of quantitative and qualitative research designs was adopted for this study. Samples comprised business operators or those having decision authority on hotels and resorts businesses administration in Pattaya city. Descriptive and inferential statistics were applied at statistical significance of the .05 level for quantitative data. Regarding the qualitative data analysis obtained from the in-dept interview records, content competitiveness analysis and business environment analysis were conducted.

In regard to the analysis clearly indicated that the potential level for the tourism clusters of hotel and resort businesses rated at the high level for the knowledge and understanding of the tourism clusters, and for the competitiveness, it was rated at a medium level, which, after consideration, could lead to the development for merging into tourism cluster of both inside and outside industries. The analysis results led to the development of guidelines for the tourism cluster with the cooperation from hotel business' operators and the government sector, and also, with assistance of educational institutions in presenting the relevant academic information. There was also a determination for the clear operation guidelines according to the cooperative cluster development procedures resulting in the businesses' competitiveness increase as a whole and sustainable tourism development.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ช
สารบัญภาพ .....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	4
สมมติฐานการวิจัย .....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย .....	8
ขอบเขตการวิจัย .....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	14
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี .....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) .....	22
ความเชื่อมโยงภายในและระหว่างอุตสาหกรรมโรงแรม .....	52
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	60
3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	75
ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาวิจัย .....	76
รูปแบบการวิจัย .....	77
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	77
เครื่องมือการวิจัยและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	79
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	83
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	84

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	89
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	89
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	90
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	173
สรุปผลการวิจัย .....	174
อภิปรายผล .....	180
แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว .....	197
ข้อเสนอแนะ .....	215
บรรณานุกรม .....	217
ภาคผนวก .....	229
ภาคผนวก ก .....	230
ภาคผนวก ข .....	237
ภาคผนวก ค .....	256
ภาคผนวก ง .....	261
ภาคผนวก จ .....	263
ประวัติย่อของผู้วิจัย .....	283

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1 ยุทธศาสตร์และนโยบายการพัฒนาเมืองพัทยา .....	16
2-2 สถานการณ์ของธุรกิจโรงแรมที่พักและการพักแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เปรียบเทียบระหว่างปี 2550 และ 2549 .....	21
2-3 ความแตกต่างระหว่างเครือข่าย (Network) กับเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) .....	27
4-1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจ .....	90
4-2 จำนวนและร้อยละของปัจจัยการประกอบธุรกิจ จำแนกตามประเภทลูกค้าหลัก .....	93
4-3 จำนวนและร้อยละของปัจจัยการประกอบธุรกิจ จำแนกตามการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ..	94
4-4 จำนวนและร้อยละของปัจจัยการประกอบธุรกิจ จำแนกตามสถานภาพการเป็น สมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจปัจจุบัน .....	95
4-5 จำนวนและร้อยละของปัจจัยการประกอบธุรกิจ จำแนกตามความสนใจใน การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ .....	95
4-6 ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ธุรกิจโรงแรมที่พัก .....	96
4-7 ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พัก .....	97
4-8 ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตาม ปัจจัยการผลิต .....	97
4-9 ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตาม เงื่อนไขด้านอุปสงค์ .....	99
4-10 ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตาม อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน .....	100
4-11 ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตาม บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจสนับสนุน .....	101
4-12 ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตาม เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ .....	102
4-13 ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตาม ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ .....	102



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4 – 14 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ .....	104
4 – 15 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ .....	105
4 – 16 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเรื่อง เครือข่ายวิสาหกิจด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย วิสาหกิจ จำแนกตามอายุ .....	106
4 – 17 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา .....	107
4 – 18 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทกิจการ .....	108
4 – 19 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ .....	109
4 – 20 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามขนาดของโรงแรมที่พัก .....	110
4 – 21 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนการจ้างงาน .....	111
4 – 22 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามทุนจดทะเบียน .....	112
4 – 23 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน .....	113
4 – 24 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามกลุ่มราคาห้องพักต่อคืน .....	114
4 – 25 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทลูกค้าหลักที่เดินทางมาเอง .....	115

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4 – 26 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทลูกค้าหลักจากกลุ่มลูกค้าบริษัท / ห้างร้าน / หน่วยงานราชการ .....	116
4 – 27 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทลูกค้าหลักจากกรุ๊ปทัวร์ .....	117
4 – 28 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทลูกค้าหลักจากกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา .....	118
4 – 29 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามการรวมกลุ่มทางธุรกิจ .....	119
4 – 30 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกชมรม โรงแรมไทย .....	120
4 – 31 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกสมาคมนักธุรกิจและ การท่องเที่ยวเมืองพัทยา .....	121
4 – 32 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกสมาคม / ชมรมอื่น ๆ .....	122
4 – 33 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพการเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ปัจจุบัน .....	123
4 – 34 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามเพศ .....	124
4 – 35 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามอายุ ....	125
4 – 36 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม ระดับการศึกษา .....	126
4 – 37 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขัน ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน จำแนกตามระดับการศึกษา .....	127
4 – 38 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขัน ด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ จำแนกตามระดับการศึกษา .....	128

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-39 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขัน ในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา .....	129
4-40 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม ประเภทกิจการ .....	130
4-41 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ .....	131
4-42 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม ขนาดของโรงแรมที่พัก .....	132
4-43 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม จำนวนการจ้างงาน .....	133
4-44 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม ทุนจดทะเบียน .....	134
4-45 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขัน ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน จำแนกตามทุนจดทะเบียน .....	136
4-46 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน .....	137
4-47 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม กลุ่มราคาห้องพักต่อคืน .....	139
4-48 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม ประเภทลูกค้าหลักที่เดินทางมาเอง .....	140
4-49 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนก ตามประเภทลูกค้าหลักจากกลุ่มลูกค้าบริษัท / ห้างร้าน / หน่วยงานราชการ .....	141
4-50 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม ประเภทลูกค้าหลักจากกรุ๊ปทัวร์ .....	141
4-51 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม ประเภทลูกค้าหลักจากกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา .....	142

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4 – 52 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม การรวมกลุ่มทางธุรกิจ .....	143
4 – 53 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม การรวมกลุ่มเป็นสมาชิกชมรมโรงแรมไทย .....	144
4 – 54 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม การรวมกลุ่มเป็นสมาชิกสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา .....	145
4 – 55 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม การรวมกลุ่มเป็นสมาชิกสมาคม / ชมรมอื่นๆ .....	146
4 – 56 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม สถานภาพการเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจปัจจุบัน .....	147
4 – 57 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านกรท่องเที่ยว จำแนกตามความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ .....	148
4 – 58 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ .....	149
4 – 59 ความสามารถในการทำนายโดยสมการถดถอยโลจิสติก .....	152
4 – 60 สมการถดถอยโลจิสติกเพื่อการทำนายผลการศึกษา .....	153
4 – 61 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก จำแนกตามปัจจัยการผลิต .....	162
4 – 62 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก จำแนกตามเงื่อนไขด้าน อุปสงค์ .....	163
4 – 63 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก จำแนกตามอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน .....	164
4 – 64 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก จำแนกตามบริบทของ การแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ .....	165
4 – 65 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก จำแนกตามเหตุการณ์ที่ควบคุม ไม่ได้ .....	166

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4 – 66 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก จำแนกตามปัจจัยจากหน่วยงาน ภาครัฐ .....	167
4 – 67 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการ ท่องเที่ยวในมิติที่ 1 คือ ด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจของ ผู้ประกอบการ .....	168
4 – 68 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการ การท่องเที่ยวในมิติที่ 2 คือ ด้านความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก .....	169
4 – 69 การประเมินขอบเขตของระดับศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจด้าน การท่องเที่ยวของธุรกิจ โรงแรมที่พัก .....	171
5 – 1 ผลลัพธ์ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในระยะต่าง ๆ .....	213

## สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย .....	7
2-1 อัตรากาการเติบโตของการท่องเที่ยวเมืองในเมืองพัททยาที่มีความอ่อนไหวต่อเหตุการณ์ และปัจจัยทางลบที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกประเทศ .....	18
2-2 รายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวเมืองพัททยา จำแนกตามประเภทการใช้งาน ต่างๆ .....	20
2-3 แผนภาพคลัสเตอร์ .....	37
2-4 ภาพรวมการตรวจสอบความก้าวหน้าในการพัฒนาคลัสเตอร์ .....	40
2-5 ความสัมพันธ์ที่สมบูรณ์ของกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ความสามารถใน การแข่งขัน .....	43
2-6 ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ .....	49
2-7 ความเชื่อมโยงภายในและระหว่างอุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ท .....	52
3-1 ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาวิจัย .....	76
4-1 ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการ โรงแรมที่พัก .....	154
4-2 ระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในแต่ละด้านของ ธุรกิจโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัททยา จังหวัดชลบุรี .....	169
4-3 ระดับความสามารถในการแข่งขันในแต่ละด้านของธุรกิจโรงแรมที่พัก ในเขต เมืองพัททยา จังหวัดชลบุรี .....	170
4-4 ศักยภาพเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมที่พัก ในเขตเมือง พัททยา .....	172
5-1 ระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในแต่ละด้านของ ธุรกิจโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัททยา จังหวัดชลบุรี .....	182
5-2 ระดับความสามารถในการแข่งขันแต่ละด้านที่ได้จากการหาค่าคะแนน ถ่วงน้ำหนัก .....	185
5-3 ศักยภาพเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมที่พัก ในเขตเมือง พัททยา จังหวัดชลบุรี .....	196

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
5-4 รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี .....	201
5-5 ลำดับความใกล้ชิดระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว ในเมืองพัทยากับธุรกิจโรงแรมที่พัก .....	205
5-6 ห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจโรงแรมที่พัก (Supply Chain) .....	207
5-7 แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี .....	208
5-8 การกำหนดพันธกิจร่วมและแผนปฏิบัติของเครือข่ายวิสาหกิจโรงแรมที่พัก เมืองพัทยา .....	211

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการทำรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับ 2 ของเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ รองจากกรุงเทพฯ และยังเป็นเมืองที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของภาคตะวันออก ในปี 2550 ภาพรวมการเดินทางท่องเที่ยวของเมืองพัทยามีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.25 โดยขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งจากชาวไทยและชาวต่างชาติ ปัจจัยที่ส่งผลบวกต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยามาจากภาพลักษณ์ทางทะเลที่มีกิจกรรมสร้างความสนุกสนาน ใกล้กับกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศ ทำให้มีการเดินทางสะดวกและรวดเร็วกว่าแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลแห่งอื่น ก่อปรกับทั้งภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกปี อาทิ งานพัทยานิวสติกเฟสติวัล ประเพณีวันไหลพัทยา เป็นต้น ธุรกิจท่องเที่ยวจึงถือเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับเมืองพัทยาย่างมหาศาล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

จากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551) พบว่าในปี 2550 นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายสูงสุดในด้านค่าที่พักแรมซึ่งเป็นธุรกิจหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คิดเป็นมูลค่าประมาณ 20,087.68 ล้านบาท โดยสถานการณ์การเข้าพักแรมในเมืองพัทยายปี 2550 พบว่า มีจำนวนโรงแรมที่พักทั้งสิ้น 357 แห่ง ลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 0.83 ในจำนวนนี้เป็นโรงแรมที่พักขนาดใหญ่ (มีห้องพักมากกว่า 150 ห้อง) จำนวน 67 แห่ง เป็นโรงแรมที่พักขนาดกลาง (มีห้องพักระหว่าง 60-149 ห้อง) จำนวน 111 แห่ง และเป็นโรงแรมที่พักขนาดเล็ก (มีห้องพักต่ำกว่า 59 ห้อง) จำนวน 179 แห่ง มีจำนวนห้องพักทั้งสิ้น 38,085 ห้อง เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.03 โดยพบว่ามีโรงแรมที่พักกลุ่มที่ 3 (ระดับราคาตั้งแต่ 1,000 - 1,499 บาท) มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงสุดร้อยละ 15.38 และโรงแรมที่พักกลุ่มที่ 1 (ระดับราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป) มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นรองลงมาร้อยละ 14.29 มีอัตราเข้าพักแรมในทุกกลุ่มโรงแรมเฉลี่ยร้อยละ 57.48 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 4.82 โดยในปี 2549 มีจำนวนโรงแรมที่พัก 360 แห่ง และมีจำนวนห้องพัก 37,595 ห้อง มีอัตราการเข้าพักแรมเฉลี่ยร้อยละ 62.30 และเมื่อพิจารณาจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายสูงสุดในด้านค่าที่พักแรม โดยใช้จ่ายเฉลี่ยวันละ 1,007.77 บาท/คน/วัน คิดเป็นร้อยละ 33.85 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ซึ่งในจำนวนนี้เป็นค่าใช้จ่ายค่าที่พักแรมของชาวไทยเฉลี่ยวันละ 662.65 บาท/คน/วัน และเป็นการใช้จ่ายค่าที่พักแรมของ



ชาวต่างชาติเฉลี่ยวันละ 1,110.82 บาท/คน/วัน จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าธุรกิจท่องเที่ยวประเภทโรงแรมที่พักเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549) จำเป็นต้องมีไว้ให้บริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากโรงแรมที่พักเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถพักค้างคืนในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย

อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปแล้วในภาพรวมธุรกิจโรงแรมที่พักขนาดกลางและขนาดย่อมในเมืองพัทธยานั้นพบว่ามีความแตกต่างด้านคุณภาพและบริการค่อนข้างมากและมีการแข่งขันอย่างรุนแรงด้วยการตัดราคาซึ่งมีแนวโน้มที่จะไม่สามารถรักษาและเพิ่มคุณภาพการให้บริการในระยะยาว (Jordanian National Competitiveness Team, 2009; มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, นกุล เครือฟู, และ อัครพงษ์ อันทอง, 2548) ในขณะที่โรงแรมชั้นนำบางแห่งได้รับการยอมรับระดับโลก แต่โรงแรมในระดับ 3 ดาวลงมาหรือโรงแรมราคาประหยัดยังมีกรร้องเรียนถึงคุณภาพการให้บริการอยู่เสมอ เช่น ห้องพักไม่สะอาด หรือห้องพัก / สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เป็นไปตามที่เสนอราคาไว้ เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมโดยผู้ประกอบการได้ ซึ่งนอกจากปัญหาในด้านคุณภาพและบริการแล้วธุรกิจโรงแรมที่พักยังประสบปัญหาการปรับตัวต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่กระทบต่อประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวลดลงและส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่ไม่สามารถตั้งรับกับสถานการณ์เหล่านั้นได้ทันทั่วทั้งที่ ดังเช่นในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา อาทิ พ.ศ. 2532 – 2535 เกิดสงครามอ่าวเปอร์เซีย ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจทั่วโลก (วนิดา วิชยประเสริฐกุล, 2541) พ.ศ. 2540 เกิดภาวะฟองสบู่แตกเศรษฐกิจฝืดเคืองไปทั่วโลก พ.ศ. 2546 เกิดวิกฤตไข้ซาร์ระบาด ปลายปี พ.ศ. 2547 เกิดภัยพิบัติซึนามิกระทบต่อการท่องเที่ยวในปี 2548 ตลอดทั้งปี และ พ.ศ. 2550 ถึงปัจจุบันประเทศไทยก็ยังคงประสบปัญหาความไม่สงบทางการเมืองปัญหาเหล่านี้เป็นเรื่องอ่อนไหวและส่งผลกระทบต่อความรู้สึกในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวซึ่งมีแนวโน้มว่าผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเมืองพัทธยาบางรายอาจต้องสูญเสียรายได้และเผชิญกับภาวะขาดทุนและบางรายอาจต้องปิดกิจการลงไปในที่สุด ซึ่งนอกจากเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้แล้วเมืองพัทธยายังได้รับผลกระทบจากปัญหาต่าง ๆ ในการจัดการการท่องเที่ยว เช่น ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การขายบริการทางเพศ การจัดโซนนิ่งในเรื่องสถานบริการ สถานบันเทิง เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ทางลบของเมืองพัทธยา ทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวจากยุโรปในบางประเทศ เช่น สวีเดน และเดนมาร์ก ยังไม่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทธยาเท่าที่ควรเนื่องจากค่านิยมการต่อต้านการขายบริการทางเพศและสถานเริงรมย์ เมืองพัทธยาจึงได้แก่นักท่องเที่ยวในแถบเอเชีย ซึ่งอาจมีการใช้จ่ายน้อยกว่ากลุ่มทางยุโรป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) ดังนั้นการแก้ไขปัญหาด้านคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมที่พัก การรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น

โดยไม่คาดคิดและการปรับปรุงแก้ไขปัญหาด้านภาพลักษณ์เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวให้แข็งแกร่งมากขึ้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการต้องพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับตัวเอง และธุรกิจซึ่งแนวทางหนึ่งในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวก็คือการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อความอยู่รอด โดยการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ผู้ประกอบการมีความสามารถในการปรับตัวตามสถานการณ์และยังเป็นการเพิ่มทักษะของบุคลากร และกิจการจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ซึ่งสามารถส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมที่พักอยู่รอดโดยการแก้ไขปัญหาวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ร่วมกัน และทำให้ธุรกิจมีศักยภาพทางการแข่งขันมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546) ซึ่งการพัฒนาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างศักยภาพให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

เครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ (Porter, 1998) ที่มีประสิทธิภาพในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ เนื่องจากเป็นกระบวนการที่จะช่วยให้เกิดพลังความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการร่วมกันพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายและรอดพ้นจากภาวะวิกฤตต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ (Dini, 1998; Carson et al, 2000; Chaston, 2000; Porter, 1998; OECD, 1999; Keeble, & Wilkinson, 2000) และจากการสำรวจของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในพหุชาไม่มีกรรวมตัวและเชื่อมโยงในเครือข่ายวิสาหกิจ แต่มีการรวมกลุ่มอยู่ในรูปสมาคม / ชมรม และร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการทำกิจกรรมร่วมกันเป็นครั้งคราว ทั้งนี้กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวพหุชามีโอกาสพัฒนาศักยภาพการแข่งขันให้เพิ่มมากขึ้นได้เพราะมีปัจจัยพื้นฐานที่ดีแค่การเชื่อมโยงกับหน่วยงานสนับสนุนหรือสถาบันเฉพาะทาง โดยเฉพาะกับสถาบันการศึกษามีน้อยทำให้ธุรกิจในพื้นที่เมืองพหุชาโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจโรงแรมที่พักขาดแคลนบุคลากรทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการยังเป็นไปแบบหลวม ๆ ไม่มีการกำหนดพันธกิจและเป้าประสงค์ร่วมกันเพื่อพัฒนาความสามารถของธุรกิจ ซึ่งควรมีการสนับสนุนกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พักให้มีความเชื่อมโยงมากขึ้นเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ , 2549; Jackson & Murphy, 2006; Nordin, 2003)

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงปัญหาและโอกาสในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจโรงแรมที่พักขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีจำนวนถึงร้อยละ 81.23 โดยการศึกษานหาแนวทางในการรวมกลุ่มรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจให้มีศักยภาพด้วย

การวิเคราะห์หาปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจและความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งการวิเคราะห์หาศักยภาพของธุรกิจเพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ให้พัฒนาไปสู่ความเข้มแข็งและมีความยั่งยืนในระดับประเทศต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขัน
2. เพื่อศึกษาความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขัน
3. เพื่อทำนายลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่สามารถรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว
4. เพื่อประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจโรงแรมที่พัก (SMEs) ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
5. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

### สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบการธุรกิจของผู้ประกอบการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย  
วิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ประเภทกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย  
วิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้  
ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 ขนาดของโรงแรมที่พักที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่อง  
เครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7 จำนวนการจ้างงานที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่อง  
เครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.8 ทุนจดทะเบียนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย  
วิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.9 ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่อง  
เครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.10 กลุ่มราคาห้องพักต่อคืนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่อง  
เครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.11 ประเภทลูกค้าที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย  
วิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.12 การรวมกลุ่มทางธุรกิจส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย  
วิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบการธุรกิจของผู้ประกอบการที่  
ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน แตกต่างกัน ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของ  
ผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของ  
ผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของ  
ผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ประเภทกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของ  
ผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.6 ขนาดของโรงแรมที่พักที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7 จำนวนการจ้างงานที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8 ทุนจดทะเบียนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.9 ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.10 กลุ่มราคาห้องพักคู่กันที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.11 ประเภทลูกค้าที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

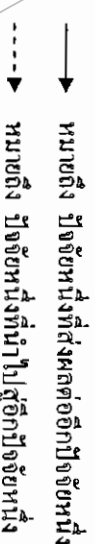
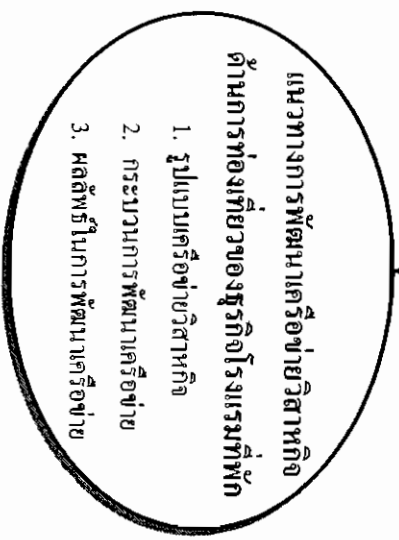
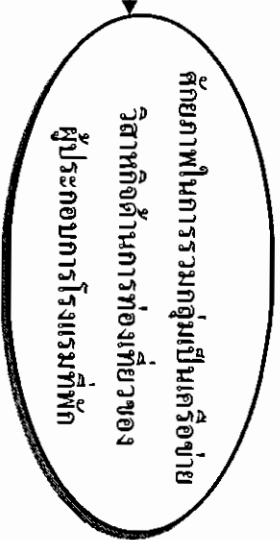
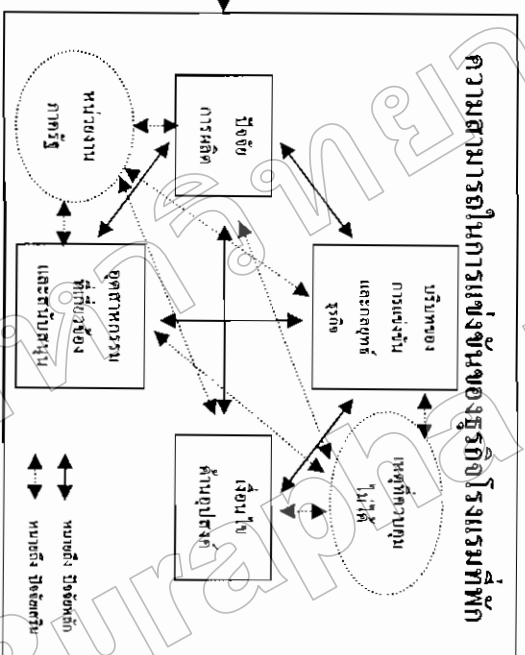
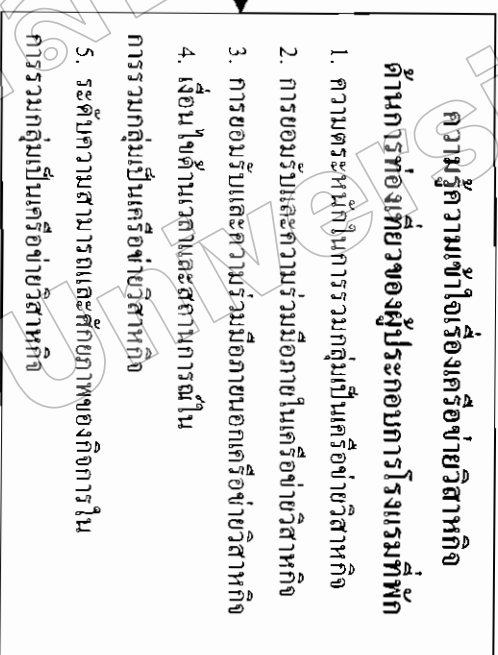
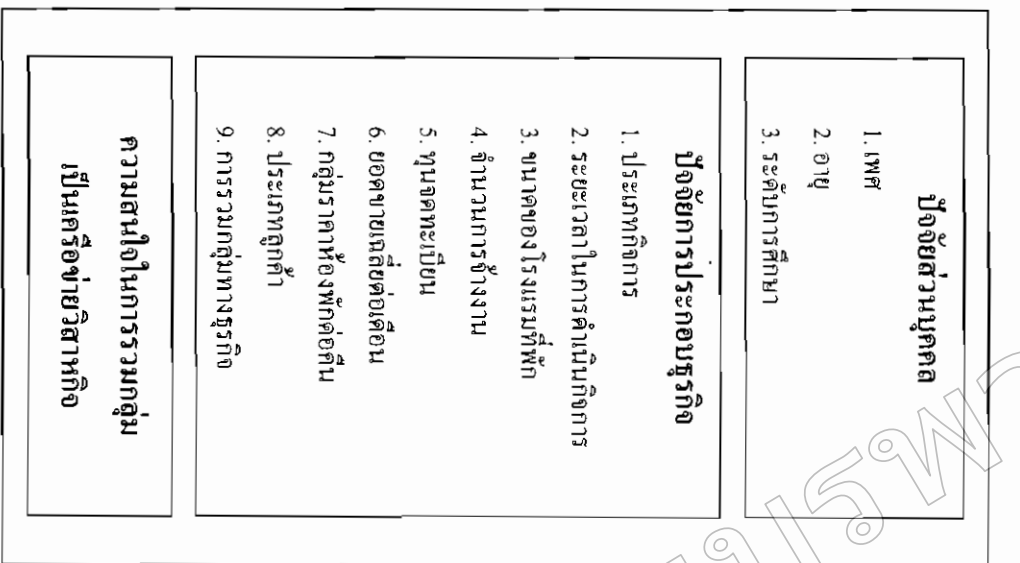
สมมติฐานที่ 2.12 การรวมกลุ่มทางธุรกิจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

### กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มีกรอบแนวความคิดในการทำวิจัยที่ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาขึ้นตามแนวความคิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว โดยปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยประกอบการธุรกิจ และความสนใจในการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งปัจจัยนี้จะนำไปสู่ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจโรงแรมที่พักและแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 1 – 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก (SMEs) โดยนำผลการศึกษาไปพัฒนาหรือเพิ่มเติมในส่วนที่ผู้ประกอบการต้องการหรือยังขาดอยู่ให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจนออุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยความยั่งยืน

2. ผู้ที่สนใจ สมาคม / ชมรมด้านการท่องเที่ยว หรือหน่วยงานภาครัฐ สามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจหรือใช้เป็นโครงการนำร่องในการพัฒนาศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวให้กับธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ อาทิ ธุรกิจโรงแรมที่พัก ตัวแทนนำเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และสถานบันเทิง ในเมืองพัทยาได้

3. ผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักหรือผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นทางเลือกหนึ่งในการประกอบการตัดสินใจเพื่อเพิ่มศักยภาพหรือระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจให้สามารถรอดพ้นจากภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและในอนาคตได้

4. หน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณาการกำหนดนโยบายผลักดันให้เกิดการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจอย่างยั่งยืนต่อไป

## ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ (Mixed Method Research) ซึ่งมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ โรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 140 แห่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 3, 2551 และจากการสำรวจ ณ วันที่ 27 มิถุนายน 2551) ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งส่วนประชากรออกเป็น 5 เขต ได้แก่ พัทยานาเกลือ พัทยาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้ และหาดจอมเทียน เพื่อทำการคัดเลือกให้เกิดความเป็นตัวแทนของหน่วยประชากรให้มากที่สุด

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ตามเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการใช้การตอบแบบสอบถาม จำนวน 103 ตัวอย่าง จากตารางจำนวนตัวอย่างสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan คัดเลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบแบ่งส่วน (Quota Sampling)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับใช้ในการตอบแบบสัมภาษณ์เจาะลึก ซึ่งถูกเลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบก้อนหิมะ (Snowball Sampling) โดยการหาตัวแทนที่เป็นผู้นำกลุ่ม (Key Person) เพื่อทำการสัมภาษณ์ หลังจากนั้นจึงให้ผู้นำกลุ่มที่ถูกสัมภาษณ์นั้นแนะนำผู้ประกอบการโรงแรมที่พักแห่งอื่น ๆ ที่มีการรวมเป็นเครือข่ายต่อไป จนกว่าจะครบตามจำนวนที่กำหนดหรือจนกว่าข้อมูลที่ได้นั้นจะอิ่มตัว

3. ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในการดำเนินงาน ได้แก่ ผู้จัดการโรงแรม ผู้ช่วยผู้จัดการโรงแรมหรือผู้ที่รับผิดชอบงานโรงแรมมากที่สุด โรงแรมละ 1 คน

4. ระยะเวลาในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลรวม 1 เดือน 15 วัน เริ่มตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคมถึง 10 ตุลาคม พ.ศ. 2551 เนื่องจากเป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว (Low Season) ทำให้ผู้ประกอบการมีเวลาให้ข้อมูลและตอบแบบสอบถาม โดยจะเก็บข้อมูลในวันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์) และวันเสาร์ – อาทิตย์ ในช่วงเวลา 9.00 – 11.00 น. และ 14.00-17.00 น.

### นิยามศัพท์เฉพาะ

แนวทางการพัฒนา หมายถึง กระบวนการประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งพิจารณาร่วมกับความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการ เพื่อกำหนดรูปแบบและกระบวนการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งผลลัพธ์ที่จะได้จากรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ

เครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การรวมตัวกันของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรม คมนาคมขนส่ง ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ร้านค้าของที่ระลึก เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่พ้องกันเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกันและแข่งขันกันเพื่อประโยชน์ของทุกฝ่าย รวมทั้งมีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานหรือองค์กรสนับสนุนต่าง ๆ เช่น สมาคมการค้า สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนา สถาบันที่ปรึกษา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ เพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดและเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างกัน มีผลทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ๆ และพัฒนาไปสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาอันเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและผลิตภาพโดยรวม

ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนในกิจการหรือธุรกิจที่ให้บริการในธุรกิจท่องเที่ยวประเภทโรงแรมที่พัก ไม่ว่าจะกระทำในกิจการดังกล่าวจะได้รับประโยชน์ หรือได้รับค่าตอบแทนหรือไม่ และไม่ว่าจะได้จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มแล้วหรือไม่ก็ตาม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทโรงแรมที่พัก หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการที่พักแรมประเภทโรงแรมและรีสอร์ทที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กล่าวคือ



มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 200 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วเกินกว่า 25 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท มีการจ้างงานไม่เกิน 200 คน อยู่ในกลุ่มโรงแรมที่ 1-5 ตามการแบ่งกลุ่มตามระดับราคาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551) และมีจำนวนห้องพักไม่เกิน 149 ห้อง โดยแบ่งเป็นโรงแรมที่พักขนาดเล็กมีจำนวนห้องพักไม่เกิน 59 ห้อง และโรงแรมที่พักขนาดกลางมีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 60-149 ห้อง

ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Competitiveness) หมายถึง ปัจจัยแวดล้อมของเครือข่ายวิสาหกิจที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มผลิตภาพกิจการ หรือมูลค่าเพิ่มที่เกิดการผลิตต่อวันทำงานและต่อหนึ่งหน่วยของทุนหรือทรัพยากรเชิงกายภาพที่ใช้ไป อันจะนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ด้าน และปัจจัยเสริม 2 ด้าน ดังนี้ (สำนักคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2547)

ปัจจัยหลัก คือ เหตุการณ์หรือสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) คือ การวิเคราะห์ถึงปัจจัยดังต่อไปนี้ ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource) และทรัพยากรทุน (Capital Resource) เป็นต้น รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐาน (Physical Infrastructure) เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท และสาธารณูปโภคต่าง ๆ เป็นต้น

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) คือ การวิเคราะห์คุณภาพของความต้องการภายในประเทศ (Quality of Home Demand) 3 ลักษณะ ได้แก่

2.1 ความพิถีพิถันและเรียกร้องสูงของผู้บริโภค (Sophisticated and Demanding Buyers) หมายถึง ความต้องการในสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่กระตุ้นให้บริษัทในประเทศต้องปรับตัวและพัฒนาสินค้าและบริการตลอดเวลา

2.2 อุปสงค์ของผู้บริโภคในประเทศที่สามารถช่วยคาดการณ์อุปสงค์ของผู้บริโภคในประเทศอื่น (Anticipatory Buyer Needs) หมายถึง อุปสงค์ในประเทศมีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงเร็วกว่าประเทศอื่น ๆ ซึ่งทำให้บริษัทในประเทศต้องปรับปรุงการผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ

2.3 โครงสร้างสัดส่วนของสินค้า/บริการ (Segment Structure of Demand) หมายถึง โครงสร้างตลาดภายในประเทศที่มีลักษณะเฉพาะและหลากหลาย บริษัทในประเทศจะมุ่งผลิตสินค้าและบริการที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะ (Tailored Products and Services) ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มได้

ซึ่งคุณภาพทั้ง 3 ลักษณะนี้จะช่วยผลักดันหรือกระตุ้นให้กิจการในประเทศต้องปรับปรุง กิดค้น พัฒนา และสร้างนวัตกรรมของสินค้า/บริการอยู่เสมอ

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) คือ ความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันของการดำเนินงานทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน พิจารณาจาก 2 ลักษณะ คือ การเชื่อมโยงเชิงกิจกรรม (Activity Linkages) ระหว่างผู้ผลิต / ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ และการเชื่อมโยงเชิงความร่วมมือ (Cooperation Linkages) ระหว่างธุรกิจในเครือข่ายวิสาหกิจ

4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท (Context of Firm Strategy Structure and Rivalry) คือ การวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมที่ธุรกิจเกิดขึ้น ดำเนินการ ตลอดจนธรรมชาติของการแข่งขันในท้องถิ่นว่าทำให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมหรือเอื้อต่อการเพิ่มผลผลิต (Productivity) หรือไม่

ปัจจัยเสริม คือ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบทางอ้อมต่อความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ ได้แก่

1. เหตุที่ควบคุมไม่ได้ (Chance) คือ ปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรม

2. หน่วยงานภาครัฐ (Government Agency) คือ องค์กรที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของรัฐบาล เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปัจจัยทั้ง 4 ด้าน อย่างมากทั้งทางตรงและทางอ้อม สามารถส่งผลในทางเอื้อประโยชน์หรือเป็นอุปสรรคต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพของบริษัทที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ๆ

ปัจจัยเกี่ยวกับบุคคล หมายถึง ตัวแปรด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการหรือผู้มีอำนาจตัดสินใจในการดำเนินงาน ประกอบด้วย เพศ อายุ และวุฒิการศึกษา เป็นต้น

1. อายุ หมายถึง ช่วงเวลานับตั้งแต่ปีเกิดหรือจนถึงปีปัจจุบันของผู้ประกอบการหรือที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการดำเนินการ

2. วุฒิการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้สำเร็จการศึกษาหรือกำลังศึกษาอยู่ของผู้ประกอบการหรือที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการดำเนินการ

ปัจจัยการประกอบธุรกิจ หมายถึง ตัวแปรด้านการประกอบธุรกิจของโรงแรมที่พักที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

1. ประเภทกิจการ หมายถึง รูปแบบการจัดตั้งสถานที่พักแรมตามกฎหมายกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ แบ่งเป็นบริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล และห้างหุ้นส่วนจำกัด รวมถึงสถานที่พักแรมที่มีได้จัดตั้งขึ้นในรูปแบบของนิติบุคคลหรือเจ้าของคนเดียว

2. ระยะเวลาดำเนินการ หมายถึง ระยะเวลาที่กิจการเริ่มก่อตั้งและดำเนินการจนถึงปัจจุบัน

3. ขนาดของโรงแรมที่พัก หมายถึง ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมในสถานที่พักแรม โดยวัดขนาดจากจำนวนห้องพักที่ให้บริการ แบ่งเป็น โรงแรมที่พักขนาดใหญ่ มีจำนวนห้องพักให้ตั้งแต่ 150 ห้องขึ้นไป โรงแรมที่พักขนาดกลางมีจำนวนห้องพักให้บริการระหว่าง 60 – 149 ห้อง และ โรงแรมที่พักขนาดเล็กมีจำนวนห้องพักให้บริการต่ำกว่า 60 ห้อง (มิ่งสรรพ ขาวสอาด, นุกูล เกรือฟู, และอิศรพงศ์ อันทอง, 2548)

4. จำนวนการจ้างงาน หมายถึง จำนวนแรงงานหรือบุคลากรที่ทำงานอยู่ในฝ่ายบริหาร และฝ่ายปฏิบัติการทั้งหมดในสถานประกอบการ

5. ทุนจดทะเบียน หมายถึง มูลค่าเงินลงทุนตั้งแต่เมื่อครั้งเริ่มต้นดำเนินการ

6. ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง รายได้โดยเฉลี่ยจากการดำเนินกิจการสุทธิก่อนหักต้นทุน ดอกเบี้ย และภาษี จำนวนจากยอดขายของโรงแรมที่พักตลอดทั้งปีหาร 12 เดือน โดยยอดขายนั้นมาจากการขายห้องพัก รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่น ๆ (ถ้ามี) เช่น ภัตตาคาร/ห้องอาหาร สถานบันเทิง การให้เช่าห้องประชุมสัมมนา ร้านอาหารของที่ระลึก เป็นต้น

7. กลุ่มราคาห้องพักต่อคืน หมายถึง เกณฑ์ระดับค่าบริการห้องพักที่ต่ำสุดของราคาที่ประกาศขาย แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ตามการแบ่งกลุ่มของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551) ดังนี้

กลุ่มที่ 1 โรงแรมที่มีระดับราคาค่าที่พักมากกว่า 2,500 บาท

กลุ่มที่ 2 โรงแรมที่มีระดับราคาที่พักระหว่าง 1,500 – 2,499 บาท

กลุ่มที่ 3 โรงแรมที่มีระดับราคาที่พักระหว่าง 1,000 – 1,499 บาท

กลุ่มที่ 4 โรงแรมที่มีระดับราคาที่พักระหว่าง 500 – 999 บาท

กลุ่มที่ 5 โรงแรมที่มีระดับราคาที่พักต่ำกว่า 499 บาท

8. ประเภทลูกค้า หมายถึง กลุ่มผู้บริโภค / ผู้ใช้บริการของโรงแรมที่พักที่มาพักแรม 4 ประเภท ได้แก่ (มิ่งสรรพ ขาวสอาด, 2548) 1) กลุ่มลูกค้าที่เดินทางมาเอง (Free Individual Travelers; F.I.T) 2) กลุ่มลูกค้าบริษัท ห้างร้าน และหน่วยงานราชการ (Corporate Clients) 3) กลุ่มลูกค้าที่มาจากการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ จากตัวแทนและผู้ประกอบการค้าส่งการท่องเที่ยว 4) กลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา

การรวมกลุ่มทางธุรกิจ หมายถึง การเป็นสมาชิกชมรม สมาคม เครือข่ายทางธุรกิจ

ใด ๆ ก็ตามของสถานประกอบการ

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การรับรู้และทัศนคติเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว โดยวัดจากการแสดงความคิดเห็นด้านต่าง ๆ อันจะส่งผลต่อความร่วมมือในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ดังนี้

ความตระหนักในเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การรับรู้ถึงความสำคัญและความจำเป็นในการรวมกลุ่มในสภาวะการแข่งขันและความจำเป็นที่จะช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างผู้ประกอบการหน่วยงานเอกชน หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานวิชาการเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันรวมทั้งการรับรู้ในผลประโยชน์ที่จะได้รับและผลประโยชน์ที่อาจสูญเสียไปจากการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ

การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การรับรู้ถึงความสำคัญในการประสานความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มภายในธุรกิจเดียวกัน ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมที่พักภายในเขตเมืองพัทยา ด้วยความไว้วางใจและสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกันเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนทรัพยากร เช่น ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร บุคลากร เป็นต้น

การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การรับรู้ถึงความสำคัญในการประสานความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้มีส่วนได้เสียที่อยู่ภายนอกกลุ่มของธุรกิจโรงแรมที่พัก เช่น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นจนถึงปลายทาง กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึก กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานเอกชน สถาบันการศึกษา เป็นต้น ด้วยความไว้วางใจและสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกัน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนทรัพยากรต่าง ๆ ร่วมกัน ในวงกว้างมากขึ้นซึ่งไม่จำเป็นต้องจำกัดเฉพาะธุรกิจในกลุ่มเดียว

เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การรับรู้ถึงความเหมาะสมด้านปัจจัยในการรวมกลุ่มว่าเมื่อไรควรเริ่มมีการรวมกลุ่ม การเข้าร่วมการสิ้นสุด หรือสถานการณ์ที่เหมาะสมในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ เช่น ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหรือช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว เมื่อเกิดปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งระยะในการรวมกลุ่มควรจะนานเท่าใด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่จะได้จากการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ โดยความร่วมมือและการพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างเครือข่ายเพื่อตอบสนองความต้องการและการแก้ปัญหาาร่วมกันเพื่อให้เกิดการพัฒนาความสามารถและศักยภาพของกิจการ

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแนวทางในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยเสนอแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ
3. ความเชื่อมโยงภายในและระหว่างอุตสาหกรรม โรงแรม
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ในอดีตพัทยามีฐานะเป็นสุขาภิบาลนาเกลือ ซึ่งตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2499 มีพื้นที่เฉพาะตำบลนาเกลือ ต่อมาได้ขยายเขตไปถึงพัทยาใต้ เมื่อ พ.ศ. 2507 มีพื้นที่ในการปกครองดูแลประมาณ 22.2 ตารางกิโลเมตร แต่เนื่องจากพัทยาได้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ หน่วยการปกครองที่เป็นสุขาภิบาลอยู่เดิมไม่อาจจะบริหารงานและให้บริการได้ทันกับความเจริญอย่างรวดเร็วได้ รัฐบาลจึงได้ตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2521 ขึ้นด้วยผลแห่งพระราชบัญญัตินี้จึงได้ยุบสุขาภิบาลนาเกลือและได้จัดตั้งเมืองพัทยา เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2521 เป็นรูปแบบการปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ (City Manager) ผู้จัดการเมือง และให้เมืองพัทยามีฐานะเทียบเท่าเทศบาลนคร กระทรวงธรรมคุณุญราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 มีผลบังคับใช้ได้กำหนดให้ผู้บริหารท้องถิ่นและสภาท้องถิ่นต้องมาจากการเลือกตั้ง จึงยกเลิกพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2521 และตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2542 บังคับใช้ มีผลตั้งแต่วันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2542 (ศักยภาพของเมืองพัทยา, 2551)

ปัจจุบันเมืองพัทยาได้ดำเนินการพัฒนาเมืองพัทยอย่างยั่งยืนเพื่อปฏิบัติให้เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาน่าอยู่และชุมชนน่าอยู่อย่างยั่งยืนของคณะกรรมการพัฒนาเมืองแห่งชาติ (กมช.) ได้ครบถ้วนทั้ง 3 ประการ ได้แก่ ด้านความน่าอยู่ ด้านความมีประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของเมืองและชุมชน และด้านความเป็นประชารัฐ ซึ่งเป้าหมายรวมในการจัดทำแผนพัฒนาดังกล่าวเป็นไปเพื่อพัฒนาเมืองให้เป็นเมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืน เน้นให้ประชาชนมีความมั่นคงด้านเศรษฐกิจ

มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีสภาพแวดล้อมของเมืองที่ดี และประชาชนในเมืองพัททยาได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองเพื่อส่งเสริมสนับสนุนเมืองพัททยาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวสากล และศูนย์กลางธุรกิจการค้าและบริการในระดับนานาชาติ ซึ่งสรุปเป็นเป้าหมายในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนได้ดังนี้ (ศักยภาพของเมืองพัททยา, 2551)

1. ปรับปรุงและพัฒนาลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของเมืองพัททยาด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการในการให้บริการแก่ประชาชนอย่างเพียงพอทั่วถึงและได้มาตรฐาน รวมทั้งยังเป็นการพัฒนาสภาพใช้ที่ดิน สิ่งแวดล้อม และปรับปรุงภูมิสถาปัตยกรรมของเมืองให้เหมาะสมและเป็นพื้นที่ที่น่าอยู่อาศัยเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือท่องเที่ยวตลอดไป
2. ส่งเสริมให้ประชาชนเมืองพัททยามีฐานะทางเศรษฐกิจมั่นคงและสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รวมทั้งเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนในด้านธุรกิจการค้าและการประกอบการของประชาชนเมืองพัททยา
3. พัฒนาสุขภาพอนามัยของประชาชนเมืองพัททยาให้มีความแข็งแรงสมบูรณ์และพัฒนาการศึกษาให้มีประสิทธิภาพอันเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในเมืองพัททยา
4. ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองพัททยาให้ได้มาตรฐาน เป็นที่รู้จักและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวตลอดไป
5. เพื่อประสิทธิภาพในด้านระบบการบริหารจัดการและการคลังของเมืองพัททยาในการให้บริการประชาชน และสามารถพัฒนาท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. ให้ประชาชนได้เข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นกับหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และเมืองพัททยา

เมืองพัททยานับได้ว่าเป็นเมืองที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มีความแตกต่างไปจากเมืองอื่น ๆ ในหลายด้าน ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบของเมืองในอันที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการนำไปใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองการบริหาร สำหรับจุดแข็งของเมืองพัททยาหรือยุทธศาสตร์การพัฒนาเชิงศักยภาพประกอบด้วย

1. เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมีแนวชายหาดที่ใช้เป็นสถานที่ตากอากาศยาวติดต่อกันถึง 15 กิโลเมตร
2. เป็นเมืองศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ ธนาคาร ธุรกิจบริการและพาณิชย์กรรมระดับภาค
3. เป็นศูนย์กลางการบริการและท่องเที่ยวสำหรับโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก (อีสเทิร์นซีบอร์ด)
4. เป็นเมืองศูนย์กลางทางการคมนาคมและโทรคมนาคมระดับภาค

5. เป็นศูนย์กลางทางการศึกษาทุกระดับ
  6. เป็นเมืองที่มีระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการที่สมบูรณ์แบบอันเอื้อประโยชน์ต่อการผลิตการลงทุนและการท่องเที่ยวของท้องถิ่น
  7. เป็นเมืองที่มีระบบการบำบัดน้ำเสียและการกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ
  8. เป็นเมืองที่มีรูปแบบและระบบการปกครองที่เอื้อต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนอย่างชัดเจน
  9. เป็นศูนย์กลางกีฬาและศูนย์กลางการแข่งขันกีฬาทางน้ำทั้งในระดับประเทศและระดับโลก เมืองพัทยาภายใต้การกำกับดูแลของนายอิทธิพล คุณปลื้ม นายกเมืองพัทยาคนปัจจุบัน ได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า “เมืองพัทยาคือเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกและระดับนานาชาติที่น่าอยู่ของคนทั้งโลก โดยที่มุ่งเน้นอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีศักยภาพ มีแบบแผนในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน โดยประชาชนมีส่วนร่วมคิดร่วมทำในการพัฒนาเมืองพัทยาสู่อย่างโปร่งใส” และมียุทธศาสตร์และนโยบายการพัฒนาเมืองพัทยา ภายใต้พื้นฐานของข้อมูลความเป็นจริงจากปัญหาและความต้องการของประชาชน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ความเป็นอยู่ และสถานการณ์ของโลกในปัจจุบัน โดยจะเริ่มดำเนินการควบคู่กับการบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) เพื่อให้พัทยาคือเมืองที่น่าอยู่ของคนทั้งโลก
- ดังตารางที่ 2-1

ตารางที่ 2-1 ยุทธศาสตร์และนโยบายการพัฒนาเมืองพัทยา

ยุทธศาสตร์	นโยบาย
1. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์	1. เมืองต้องโปร่งใส คนพัทยาคือต้องมีส่วนร่วม 2. เมืองพัทยาลดภัย ทั้งในนอกบ้าน 24 ชั่วโมง
2. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสาธารณสุข สิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์ การฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ (ทางบก ทางอากาศ)	3. ประปาถึงบ้าน ไฟฟ้าถึงเรือน พัทยา – เกาะล้าน 4. รดรางไฟฟ้า พัทยามีแน่ 5. พัทยาผ่านตลอด จราจรคล่องตัว
3. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการจราจร	6. ป้องกันและแก้ไขน้ำท่วมซ้ำซาก
4. ด้านการพัฒนาด้านกีฬา	7. เรียนฟรี 2 ปี อาหารกลางวันฟรี มาตรฐานสาริต
5. ด้านการศึกษา	เกษตร มีรถรับส่ง

## ตารางที่ 2 – 1 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์	นโยบาย
6. ด้านการพัฒนาาระบบสาธารณสุขปโภคและโครงสร้างพื้นฐาน	8. คนไม่ว่างงาน ค่าขายไม่ว่างมือ
7. การพัฒนาด้านการพัฒนาระบบการจัดการบริหารบุคคล (การพัฒนาคน)	9. หมอถึงบ้าน โรงพยาบาลเมืองพัทยา 20,000 เตียง
8. การพัฒนาด้านกฎหมายโดยปรับปรุงด้านกฎบัญญัติและการลงทุนระหว่างประเทศให้เข้าสภาวะปัจจุบันและภารกิจตามกฎหมาย	10. ปีดนดินต้องหมดไป
9. แผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงและการส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น	11. ที่อยู่อาศัยต้องมีรายได้น้อย ปลอดขยะ ปลอดสารพิษ
10. การพัฒนาด้านความมั่นคง ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ	12. ศูนย์กลางกีฬา ลูกลาน ร้านค้า กีฬา พาเจริญ
11. การพัฒนาการจัดระเบียบสังคม เพื่อส่งเสริม ศีลธรรม จริยธรรม วัฒนธรรมท้องถิ่นและศาสนา	13. มีมหรธรม มีนักท่องเที่ยว มีรายได้ ค่าขายคล่อง
12. การพัฒนาเมือง Cluster ให้มีความเท่าเทียม	14. ธรรมชาติ หาดสวยน้ำใส ปลอดภัย คินให้
13. การพัฒนาแหล่งน้ำมันพลังงานทดแทน	พทยา

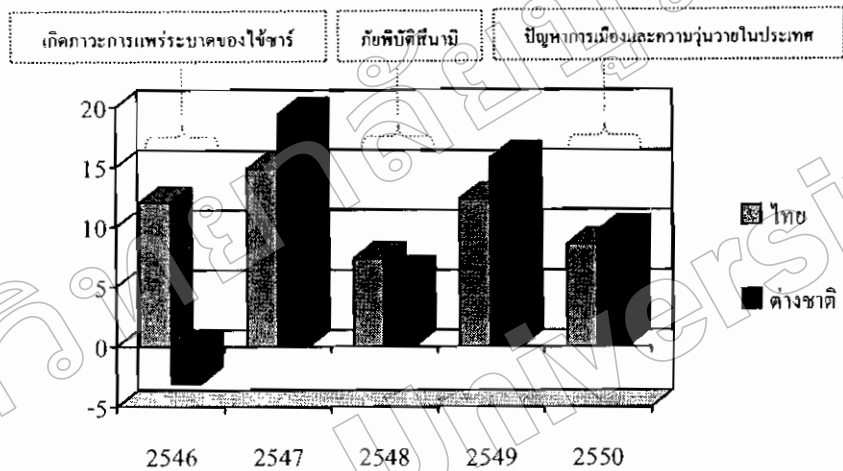
ที่มา : อธิธิพล คุณปลี้ม, 2552

#### บทบาทความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเมืองพัทยามีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี 2546 – 2550 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 11.95 คนต่อปี โดยในปี 2550 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยา 6,680,658 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 2,199,028 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 4,481,630 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวอย่างมากต่อวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งวิกฤตการณ์ทางการเมือง



วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ และภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น เหตุการณ์ภาวะการแพร่ระบาดของไข้ซาร์ในปี 2546 เหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิ ในปี 2548 ปัญหาทางการเมืองและความวุ่นวายภายในประเทศ ในปี 2550 ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในการเดินทางโดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง นอกจากนี้สภาพอากาศที่แปรปรวนและสภาพเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้าประเทศไทยชะลอตัวลงในขณะที่มีการตอบสนองเป็นอย่างดีคือโครงการณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว (Campaign) ต่าง ๆ เช่น การจัดโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน เป็นต้น



ภาพที่ 2 – 1 อัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาที่มีความอ่อนไหวต่อเหตุการณ์และปัจจัยทางลบที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

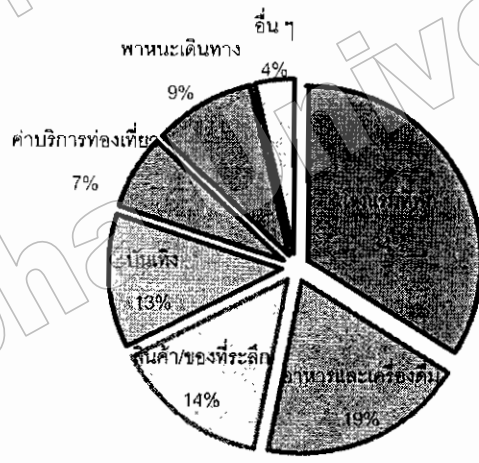
ถึงแม้ประเทศจะประสบกับภาวะวิกฤตการณ์ต่าง ๆ มากมาย ทั้งการก่อการร้ายข้ามชาติ สถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ การแพร่ระบาดของโรค SARS และไข้หวัดนก เหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยสึนามิ รวมทั้งปัญหาความวุ่นวายทางการเมืองและวิกฤตราคาน้ำมันในปัจจุบัน แต่ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก (World Destination) จากความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นที่รู้จักและนิยมของนักท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณีที่ดึงดูดใจของคนไทยที่ชนชาติอื่น ๆ ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ และเมื่อเปรียบเทียบกับภาคบริการอื่น ๆ แล้ว พบว่า ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่หารายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับ 1 มาโดยตลอดนับตั้งแต่ปี 2540 โดยมีประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ สิงคโปร์ฮ่องกง และมาเลเซีย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546)

ในปี 2550 ภาพรวมการเดินทางท่องเที่ยวของเมืองพัทยา มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.25 โดยขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งผู้เยี่ยมชมชาวไทยและชาวต่างชาติ ชาวต่างชาติมีอัตราการเติบโตร้อยละ 9.61 และคนไทยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 8.53 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ปัจจัยที่ส่งผลบวกต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา มาจากภาพลักษณ์ทางทะเลที่มีกิจกรรมสร้างความสนุกสนาน ใกล้เมืองหลวงของประเทศซึ่งก็คือกรุงเทพมหานคร ทำให้มีการเดินทางสะดวกและรวดเร็วกว่าแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลหลายแห่ง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบางกลุ่มจึงมีการเปลี่ยนเส้นทางท่องเที่ยวจากฝั่งทะเลอันดามันมาท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ประกอบกับทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกปี อาทิ งานพัทยามิวสิกเฟสติวัล งานพัทยาคานิวัล ประเพณีวันไหลพัทยา เทศกาลสี่สัปดาห์วันออก งานแข่งขันพัทยามาราธอน งานมหากุศลอุ้มบุญอุ้มใจ เทศกาลกินเจพัทยา งานเทศกาลปีใหม่เมืองพัทยา เป็นต้น นอกจากนี้จากการเปิดสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ ในปี 2550 ส่งผลให้ระยะทางในการเดินทางจากสนามบินไปพัทยามีความสะดวกและใกล้มากขึ้น รวมไปถึงการที่เมืองพัทยายังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายประเภท เหมาะกับทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจึงทำให้การเดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551) ได้สำรวจสถานการณ์การท่องเที่ยวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า ในปี 2550 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพัทยา จะนิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาเป็นรถโดยสารประจำทาง ซึ่งเป็นลักษณะของการเดินทางเข้ามาในพื้นที่ยังไม่เปลี่ยนแปลงจากช่วงที่ผ่านมา ในการเดินทางแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพักเฉลี่ยประมาณ 3.13 วัน โดยชาวต่างชาติจะพักแรมนานวันกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเฉลี่ยประมาณ 1.18 วัน และนิยมพักโรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 93.67 รองลงมาเป็นบ้านญาติ / บ้านเพื่อนร้อยละ 6.32 ซึ่งลักษณะของการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยวก็ไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมาเช่นเดียวกัน

ปัจจุบันรายได้จากท่องเที่ยวเมืองพัทยาส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย เนื่องมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยามากที่สุด ซึ่งมีจำนวน 2,154,722 คน คิดเป็นร้อยละ 49.11 ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ทั้งหมด แต่หากพิจารณาในระดับประเทศแล้ว นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียกลับเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดของเมืองพัทยา โดยเดินทางมาท่องเที่ยวถึง 889,656 คน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาสูงถึงร้อยละ 84.35 ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียนั้นเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีมากเป็นอันดับหนึ่ง มีจำนวน 468,867 คน รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน มีจำนวน 468,867 คน

เมื่อพิจารณาถึงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา มีการใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 2,977.38 บาท/คน/วัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.86 ซึ่งค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่นี้ มาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่าชาวไทย ก่อให้เกิดรายได้ในแหล่งท่องเที่ยวทั้งสิ้น ประมาณ 59,347.61 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 11.46 หากพิจารณาจากค่าใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มาท่องเที่ยวในเมืองพัทยา นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายสูงสุดในด้านค่าที่พักแรม ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้จ่ายเฉลี่ยวันละ 1,007.77 บาท/คน/วัน คิดเป็นร้อยละ 33.85 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ซึ่งในจำนวนนี้เป็นค่าใช้จ่ายค่าที่พักแรมของชาวไทย เฉลี่ยวันละ 662.65 บาท/คน/วัน และเป็นการใช้จ่ายค่าที่พักแรมของชาวต่างชาติเฉลี่ยวันละ 1,110.82 บาท/คน/วัน รองลงมา ได้แก่ การใช้จ่ายในค่าอาหารและเครื่องดื่ม ใช้จ่ายเฉลี่ยวันละ 575.48 บาท/คน/วัน คิดเป็นร้อยละ 19.33 การใช้จ่ายในด้านค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก 427.61 บาท/คน/วัน คิดเป็นร้อยละ 14.36 ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง ค่าพาหนะเดินทางในจังหวัด ค่าบริการท่องเที่ยวภายในจังหวัด และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 12.5 9.24 7.02 และ 3.70 ตามลำดับ



ภาพที่ 2 – 2 รายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทการใช้จ่ายต่าง ๆ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

ส่วนสถานการณ์ของธุรกิจโรงแรมที่พักและการพักรวมพบว่า ในปี 2550 มีจำนวน โรงแรมที่พักทั้งสิ้น 357 แห่ง ลดลงจากที่ปีที่ผ่านมา ร้อยละ 0.83 มีจำนวนห้องพักรวมทั้งสิ้น 38,085 ห้อง เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.03 โดยพบว่ามีโรงแรมที่พักกลุ่มที่ 3 (ระดับราคาตั้งแต่ 1,000 - 1,499 บาท) มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงสุดร้อยละ 15.38 รองลงมา ได้แก่ โรงแรมที่พักกลุ่มที่ 1 (ระดับราคา ตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป) มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.29 และ โรงแรมกลุ่มที่ 2 (ระดับราคา

ตั้งแต่ 1,500 – 2,499 บาท) มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นรองลงมาร้อยละ 10 ส่วนโรงแรมกลุ่มที่ 4 (ระดับราคาตั้งแต่ 500 – 999 บาท) และโรงแรมกลุ่มที่ 5 (ระดับราคาต่ำกว่า 500 บาท) มีอัตราการขยายตัวลดลง ร้อยละ 7.69 และ 4.17 ตามลำดับ มีอัตราเข้าพักแรมในทุกกลุ่มโรงแรมเฉลี่ย ร้อยละ 57.48 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 4.82 โดยในปี 2549 มีจำนวนโรงแรมที่พัก 360 แห่ง และมีจำนวนห้องพัก 37,595 ห้อง มีอัตราการเข้าพักแรมเฉลี่ยร้อยละ 62.30

ตารางที่ 2 – 2 สถานการณ์ของธุรกิจโรงแรมที่พักและการพักแรม ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี  
เปรียบเทียบระหว่างปี 2550 และ 2549

	มกราคม - ธันวาคม		
	2550	2549	D (%)
จำนวนสถานพักแรม (แห่ง)	357	360	-0.83
กลุ่ม 1	32	28	+ 14.29
กลุ่ม 2	33	30	+ 10.00
กลุ่ม 3	45	39	+ 15.38
กลุ่ม 4	132	143	- 7.69
กลุ่ม 5	115	120	- 4.17
จำนวนห้องพัก (ห้อง)	38,085	37,595	+ 1.30
กลุ่ม 1	6,664	6,239	+ 6.81
กลุ่ม 2	5,226	4,348	+ 20.19
กลุ่ม 3	10,160	9,707	+ 4.67
กลุ่ม 4	11,038	12,260	- 9.97
กลุ่ม 5	4,997	5,041	- 0.87
อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (%)	57.48	62.30	- 4.82
กลุ่ม 1	61.96	60.77	+ 1.19
กลุ่ม 2	64.35	70.19	- 5.84
กลุ่ม 3	56.40	66.60	- 10.20
กลุ่ม 4	55.68	57.88	- 2.20
กลุ่ม 5	50.53	59.86	- 9.33

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)

แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ (Cluster) หรือการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในบริเวณพื้นที่เดียวกัน มีมาตั้งแต่ช่วงปลายศตวรรษที่ 19 โดยอัลเฟรด มาร์แชล (Alfred Marshall) ผู้ซึ่งเป็นศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ ได้ตั้งข้อสังเกตว่ากลุ่มอุตสาหกรรมที่ฝังตัวอยู่ ณ ที่ใดที่หนึ่งจะมีประสิทธิภาพที่ดีกว่าอุตสาหกรรมที่กระจายกันอยู่และดำเนินธุรกิจโดยลำพัง โดยรูปแบบที่สะท้อนแนวคิดของคลัสเตอร์ที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ เขตอุตสาหกรรมในอิตาลี ซึ่งมีวิวัฒนาการมากกว่าร้อยปี โดยมีกลุ่มบริษัทผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กมารวมตัวเพื่อทำธุรกิจอยู่ในพื้นที่เดียวกัน มีความร่วมมือกันและแข่งขันในเวลาเดียวกัน การรวมตัวในลักษณะนี้ได้นำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางธุรกิจ ต่อมาได้รับการพัฒนาเป็นทฤษฎี โดยไมเคิล อี พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) และด้วยภาวะเศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก อันเนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ การเปิดเสรีทางการค้า และผลกระทบของเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาซับซ้อนขึ้น จึงทำให้คลัสเตอร์ยังมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ (บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2546)

เครือข่ายวิสาหกิจเป็นการกระจุกตัวของธุรกิจ ในเชิงภูมิศาสตร์ (Geographical Agglomerations) ในย่านอุตสาหกรรม (Industrial Districts) ซึ่งมีตั้งแต่ลักษณะเครือข่ายการผลิต การกระจุกตัวของธุรกิจ กลุ่มเครือข่ายการผลิตศูนย์รวมของนวัตกรรม นโยบายของเครือข่ายวิสาหกิจเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นสำคัญในการสร้างสมรรถนะการแข่งขันและส่งออก ในปัจจุบันการรวมตัวของธุรกิจการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องหรือเกี่ยวเนื่องกันเข้ามา รวมตัวกันอยู่ในบริเวณเดียวกันทำให้เกิดความประหยัดทางเศรษฐกิจ (Economics of Agglomeration) (Marshall, 1920) ต่อมาเริ่มสนใจวิเคราะห์ในประเด็นกระบวนการการเรียนรู้และกลไกการสร้างความรู้ใหม่ซึ่งสร้างพลวัตในการแข่งขันการที่ธุรกิจเข้ามาอยู่ร่วมกันมีโอกาสที่จะรับเทคโนโลยี (External Spillovers) (Krugman, 1991) และได้รับประโยชน์จากการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ (Public Support) สามารถใช้โครงสร้างพื้นฐานร่วมกันจึงทำให้ต้นทุนต่ำลง (Material Infrastructure) เครือข่ายจึงมีความได้เปรียบในการแข่งขันเนื่องจากใช้ระบบประสิทธิภาพของรูปแบบกลไกทางการตลาด (Market Organization) นอกจากนี้ยังมีประสิทธิภาพการประสานงานและสร้างความรู้สามารถบริหารความเสี่ยงได้ดีกว่ารูปแบบกลไกการตลาดแบบเครือข่าย (Network) หรือรูปแบบกลไกสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ (Inter-firm) ผลประโยชน์ซึ่งเกิดจากการอยู่ในบริเวณที่ใกล้กัน (Proximity Benefits) ทำให้เกิดการสร้างทุนทางสังคมร่วมกันได้ง่าย นอกจากนั้นสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสามารถทางด้านเทคโนโลยี ตลอดจนโครงสร้าง

พื้นฐานที่จะสนับสนุนกลไกการเกิดธุรกิจใหม่ได้ง่าย เช่น สถาบันการเงินทุนบ่มเพาะ นักลงทุน และเครือข่ายในการถ่ายทอดเทคโนโลยี (Van de Ven, 1993; Elfring, 1999; Kenney, 2000; Lee, 2000) ความสามารถของกลไกทางการตลาดแบบเครือข่ายวิสาหกิจจะประสิทธิภาพและอิสระของการดำเนินงานระหว่างกัน ในลักษณะมีความสัมพันธ์พึ่งพาส่งเสริมระหว่างกัน (Luhman Paradox) ทำให้มีการพัฒนาตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ (Self-organizational) (Messner & Stamer, 2000) โครงสร้างทางสถาบันทางสังคมของเครือข่ายสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี ตลอดจนให้ช่วงการผลิตหรือการสร้างกิจการใหม่ได้ง่ายกว่าเนื่องจากการร่วมมือและลดพฤติกรรมในการฉกฉวยประโยชน์ รวมทั้งลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจและความสามารถในการแข่งขันของประเทศของพอร์ตเตอร์มาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากกระบวนการของเครือข่ายวิสาหกิจจะสนับสนุนให้อุตสาหกรรมการผลิตและบริการที่เกี่ยวข้องกันในลักษณะห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) รวมทั้งกิจกรรมและบริการที่ต่อเนื่องในพื้นที่หนึ่ง ๆ ในลักษณะของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เกิดการเชื่อมโยงกัน ร่วมมือกัน และเกื้อกูลกันอันจะนำไปสู่การเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และสร้างนวัตกรรม (Innovation) เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมและสร้างผลิตภาพโดยรวม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549) ซึ่งแนวคิดนี้ต้องเริ่มต้นจากหน่วยที่เล็กที่สุดของระบบเศรษฐกิจ คือ บริษัท หากบริษัทสามารถเพิ่มผลิตภาพการผลิต (Productivity) ของคนให้สูงขึ้นได้ย่อมทำให้เกิดความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง และหากหลายบริษัทในอุตสาหกรรมหนึ่ง ๆ มีการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพการผลิตก็ย่อมส่งผลให้อุตสาหกรรมนั้นมีความได้เปรียบในการแข่งขันเพิ่มขึ้นด้วย และเมื่อหลายอุตสาหกรรมในประเทศมีผลิตภาพการผลิตเพิ่มขึ้น ก็จะนำไปสู่การยกระดับความสามารถในการแข่งขันโดยรวมของประเทศให้สูงขึ้นในท้ายที่สุด แนวความคิดนี้สอดคล้องกับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ : เครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวภูเก็ตของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2547) พบว่าลักษณะเฉพาะที่สำคัญของการท่องเที่ยว คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความสะดวกสบายของที่พักรหรือบริการที่ดีของบริษัทนำเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ท่องเที่ยวโดยรวม (Total Experience) การมีโรงแรมที่พักสะดวกสบาย บริการดีเยี่ยม จะไม่มีความหมายเลย หากนักท่องเที่ยวเสียความรู้สึกจากการถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการร้านค้าจากความยุ่งยากในการเดินทาง หรือจากชายหาดที่สกปรก ดังนั้นการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย

วิสาหกิจเพื่อร่วมมือกันในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจการท่องเที่ยวของภูเก็ต จึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง

จากตัวอย่างการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ คือ การสร้างความร่วมมือบนพื้นฐานของการแข่งขัน การร่วมกันกำหนดทิศทาง และเป้าหมายร่วมกัน การกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกัน รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้ ตลอดจนทรัพยากรต่าง ๆ ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพหรือผลิตภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจ ในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ ผู้ประกอบการต้องปรับปรุงตัวเองในด้านคุณภาพในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และร่วมมือกันเพื่อสนองความต้องการ และรักษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับ Feser (1998) อธิบายว่า คลัสเตอร์มิได้เน้นไปที่การเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมกับหน่วยงาน / สถาบันต่าง ๆ เท่านั้น ยังหมายรวมถึงการแข่งขันกันระหว่างอุตสาหกรรมและระหว่างหน่วยงาน / สถาบันต่าง ๆ ซึ่งความสามารถในการแข่งขันจะเกิดขึ้นได้เมื่ออุตสาหกรรมและหน่วยงาน/สถาบันเหล่านั้นมีความเชื่อมโยง ร่วมมือ และแข่งขันกัน

#### ความหมายของเครือข่ายวิสาหกิจ

วรพจน์ ประสานพานิช (ม.ป.ป. อ้างถึงใน วิรัตน์ แก้วสาร, 2548, หน้า 88) ได้ให้ความหมายเครือข่ายวิสาหกิจไว้ว่า เครือข่ายวิสาหกิจ คือ ความร่วมมือกันและการเชื่อมต่อกัน ตลอดเวลาของกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งอาจเป็นอุตสาหกรรมเดียวกันหรือต่างอุตสาหกรรม รวมถึงหน่วยงานหรือสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและกลุ่มบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในธุรกิจหรืออุตสาหกรรมนั้น ๆ ที่รวมตัวกันอยู่ในพื้นที่ภูมิศาสตร์หนึ่ง โดยมีการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ร่วมกันในการพัฒนา ในขณะที่เดียวกันก็มีการแข่งขันซึ่งกันและกัน โดยมีภาครัฐเป็นผู้สนับสนุน และจัดหาสาธารณูปโภคที่จำเป็น

สถาบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2548) ได้ให้ความหมายเครือข่ายวิสาหกิจไว้ว่า เครือข่ายวิสาหกิจ คือ ความร่วมมือ ความสัมพันธ์ และการแลกเปลี่ยนในรูปแบบต่าง ๆ ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน ความร่วมมือหรือความเป็นกลุ่มเป็นก้อนที่เกิดขึ้นจะทำให้เกิดเป็นพลังของกลุ่มและพลังนี้ช่วยให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายในด้านใดด้านหนึ่ง โดยที่ผู้ประกอบการรายเดียวไม่สามารถทำได้

องค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (2548) ได้ให้ความหมายเครือข่ายวิสาหกิจว่า คือ การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมในทำเลหนึ่ง ๆ ซึ่งทำให้ได้รับประโยชน์จากเศรษฐกิจภายนอก เช่น การเกิดของกลุ่มผู้ป้อนวัตถุดิบ ผู้จัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ แรงงานที่มี

ทักษะเฉพาะด้าน นอกจากนี้เครือข่ายวิสาหกิจยังอาจดึงดูดให้เกิดความสนใจให้มีบริการใหม่ ๆ เช่น การให้คำปรึกษาด้านเทคนิค ด้านการเงินและการบัญชี เป็นต้น

Johnston (2004) ได้อธิบายความหมายของเครือข่ายวิสาหกิจ (คลัสเตอร์) ไว้ว่า คลัสเตอร์ หมายถึง เครือข่ายการผลิตที่ประกอบด้วยกิจกรรมซึ่งมีความเกี่ยวโยงและพึ่งพาอาศัยกันอย่างมาก มีองค์การสร้างความรู้และมีการเชื่อมโยงลูกค้าในลักษณะของห่วงโซ่คุณค่า ยิ่งไปกว่านั้นผลจากการผสมผสานและแลกเปลี่ยนความรู้จากหลายแห่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการส่งเสริมนวัตกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้และความร่วมมือระหว่างสมาชิกในห่วงโซ่คุณค่าดังกล่าว

Luo et al. (2004) ได้อธิบายความหมายเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ (คลัสเตอร์) ไว้ว่า คลัสเตอร์อุตสาหกรรม หมายความว่าเครือข่ายของกิจการ สถาบัน และตัวแทนทั้งหลายที่มีความเกี่ยวโยงและพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันอย่างมากมาย ทั้งในลักษณะของผู้ซื้อ ผู้ขาย และระหว่างผู้ผลิตด้วยกัน และคู่แข่ง (หรือสินค้าทดแทน) การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ตลอดจนการมีทัศนคติที่ร่วมมือกันนี้เองเป็นปัจจัยของความสำเร็จสำหรับทุกฝ่าย

Porter (1998) ได้ให้ความหมายเครือข่ายวิสาหกิจ คือ กลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้องมารวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน มีความร่วมมือ เกื้อหนุน เชื่อมโยง และเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน โดยความเชื่อมโยงในแนวตั้งเป็นความเชื่อมโยงของผู้ประกอบการธุรกิจตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำและความเชื่อมโยงแนวนอนเป็นความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมสนับสนุนต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยและพัฒนาตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน คือ การเพิ่มผลิตภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน

และ Organisation for Economic Co-operation and Development หรือ OECD (1999) ได้อธิบายความหมายของเครือข่ายวิสาหกิจ (คลัสเตอร์) ไว้ว่า คลัสเตอร์ หมายถึง เครือข่ายการผลิตที่ประกอบด้วยกิจกรรมซึ่งมีความเกี่ยวโยงและพึ่งพาอาศัยกันอย่างมาก มีองค์การสร้างความรู้และการเชื่อมโยงลูกค้าในลักษณะของห่วงโซ่คุณค่า ยิ่งไปกว่านั้นผลจากการผสมผสานและแลกเปลี่ยนความรู้จากหลายแห่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการส่งเสริมนวัตกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้และความร่วมมือระหว่างสมาชิกในห่วงโซ่คุณค่าดังกล่าว

ทั้งนี้ Thuermer (2002) อธิบายเพิ่มเติมว่า คลัสเตอร์เป็นกิจการที่มีการตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน ผู้ประกอบการจะได้รับประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ คลัสเตอร์จะเป็นตัวดึงดูดแรงงานที่มีทักษะสูงให้มีโอกาสในสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดกับสถาบันการศึกษา นอกจากนี้คลัสเตอร์ยังได้รับการส่งเสริมเป็นพิเศษอีกด้วย และคลัสเตอร์ยังมีลักษณะพิเศษอีก



ประการคือความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายภายในท้องถิ่นจะมีการประสานกันอย่างเหนียวแน่น ดังนั้นคลัสเตอร์จึงเน้นไปที่การเชื่อมโยงระหว่างบริษัท กิจกรรม หน่วยงาน เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย การศึกษาวิจัยและพัฒนา ความร่วมมือด้านการตลาด และการให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อย่างไรก็ตามการให้ความร่วมมือกันอย่างเหนียวแน่นภายในกลุ่มเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้นก็ไม่ใช่เรื่องที่จะเกิดขึ้นโดยง่าย แต่อาจเกิดจากกลุ่มที่มีความสัมพันธ์หรือเป็นพันธมิตรกันมาก่อนและมีลักษณะพิเศษคือบริษัทหรือกิจการเหล่านั้นยังคงเลือกที่จะมีการแข่งขันกัน โดยยังคงตั้งอยู่ภายใต้การให้ความร่วมมือซึ่งกันและกัน (Nordin, 2003) ซึ่งโดยทั่วไปแล้วคลัสเตอร์สามารถเกิดขึ้นได้เองโดยธรรมชาติ แต่มีความจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาถึงจะเกิดการพัฒนาศักยภาพได้อย่างเต็มที่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาคลัสเตอร์ ได้แก่ การวางแผนกลยุทธ์ให้กับธุรกิจ การสนับสนุนจากภาครัฐ การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน และการให้การสนับสนุนร่วมมือด้านการตลาด เป็นต้น การพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ให้บริการการเดินทางและการขนส่ง การให้ข้อมูลข่าวสาร และการให้การสนับสนุน โดยเน้นไปที่การสร้างความสัมพันธ์ความร่วมมือซึ่งกันและกัน บริษัทในพื้นที่จะได้รับผลกำไรอย่างมากจากความร่วมมือที่เกิดขึ้นในพื้นที่นั้น (Nordin, 2003)

จากคำนิยามข้างต้นพบว่า กรอบแนวคิดส่วนใหญ่ล้วนแต่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ที่เพิ่มเติมขึ้นมาก็คือลักษณะการขยายความเพื่อให้เกิดความชัดเจนขึ้น โดยเฉพาะแนวคิดเรื่อง “การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน” ของผู้ประกอบการในเครือข่ายวิสาหกิจที่เน้นให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของทุกภาคส่วน โดยปราศจากการครอบงำหรือการมีอิทธิพลเหนือกว่าของผู้ใดผู้หนึ่ง ส่วนข้อปลีกย่อยอื่น ๆ เช่น กรอบพื้นที่ / ขนาดของเครือข่ายวิสาหกิจควรกำหนดอย่างไร โครงสร้าง / ผู้มีส่วนได้เสียควรประกอบด้วยใครบ้าง ยังเป็นสิ่งที่เห็นแตกต่างกันอยู่ รวมถึงการระบุเครือข่ายวิสาหกิจซึ่งเป็นเรื่องรายละเอียดที่ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบและปัจจัยหลายอย่าง อย่างไรก็ตามผู้วิจัยเห็นว่าความหมายของเครือข่ายวิสาหกิจตามกรอบแนวคิดของ พอร์เตอร์ เป็นพื้นฐานที่ตรวจสอบได้และน่าจะครอบคลุมประเด็นสำคัญของเครือข่ายวิสาหกิจได้ทั้งหมด ดังนี้ เครือข่ายวิสาหกิจ (คลัสเตอร์) หมายถึง การรวมตัวกัน (Linkages) ของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกันและตั้งรวมกันอยู่อย่างหนาแน่น (Concentration / Critical Mass) ในทำเลหนึ่ง ๆ (Geographical Proximity) โดยมีวัตถุประสงค์ที่พ้องกัน (Commonality) เพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกัน (Connectivity) และแข่งขันกัน (Competition) เพื่อประโยชน์ของทุกฝ่าย รวมทั้งมีการเชื่อมโยง (Connectivity) กับหน่วยงานหรือองค์กรสนับสนุนต่าง ๆ เช่น สมาคมการค้า สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนา สถาบันที่ปรึกษา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ เพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดและเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างกัน มีผลนำไปเกิดองค์ความรู้ใหม่และพัฒนาไปสู่สังคมแห่งภูมิปัญญา

(Knowledge – based) อันเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม และผลิตภาพโดยรวม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)

และจากนิยามข้างต้นพอสรุปได้ว่าเครือข่ายวิสาหกิจประกอบด้วยมิติของความสามารถในการแข่งขันที่สำคัญ 4 ประการ (4 Cs) คือ (Porter, 1998)

1. การเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน (Connectivity) ไม่ใช่เฉพาะทางกายภาพเท่านั้น แต่จะเชื่อมโยงกันในแนวความคิด โดยทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และนำไปสู่ความคิดใหม่ ทั้งนี้การเชื่อมโยงไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะภายในกลุ่มเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเชื่อมโยงกับผู้จัดการส่งสินค้า ลูกค้า ตลอดจนสถาบันวิจัยและองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
  2. ความร่วมมือ (Collaboration) สมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจร่วมมือในกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ร่วมกัน (Core Objective)
  3. การแข่งขัน (Competition) เครือข่ายวิสาหกิจมิใช่ระบบผูกขาดทางการค้าที่มุ่งกำหนดกลไกราคา แต่เป็นการแข่งขันที่อยู่บนพื้นฐานของความร่วมมือกัน เช่น การร่วมมือของผู้ประกอบการในการทำการตลาดในขณะที่ยังคงแข่งขันกันพัฒนารูปแบบสินค้า เป็นต้น
  4. ประสิทธิภาพโดยรวม (Collective Efficiency) จากความร่วมมือและการเชื่อมโยงที่เป็นระบบในการถ่ายทอดองค์ความรู้ต่าง ๆ ทำให้เครือข่ายวิสาหกิจมีประสิทธิภาพโดยรวมเหนือกว่าผู้ประกอบการที่ไม่มีการรวมตัวหรือรวมตัวกันเฉพาะในธุรกิจเพียงอย่างเดียว
- Nordin (2003) ได้อธิบายถึงความแตกต่างระหว่างเครือข่ายกับเครือข่ายวิสาหกิจ ไว้ว่า เครือข่ายสามารถเกิดขึ้นได้จากกิจการ/หน่วยงาน ที่มีที่ตั้งจากที่ไหนก็ได้ ในขณะที่เครือข่ายวิสาหกิจ จะมีขอบเขตในเรื่องกิจการ/หน่วยงานหลักที่เป็นแกนกลางและพื้นที่ของเครือข่ายวิสาหกิจนั้น โดย Rosenfeld (2001) กล่าวว่า ความแตกต่างระหว่างเครือข่าย (Network) กับเครือข่ายวิสาหกิจนั้นอาจไม่มีกฎตามตัว ทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับสถานการณ์ แต่สามารถอธิบายได้ดังนี้

## ตารางที่ 2 – 3 ความแตกต่างระหว่างเครือข่ายกับเครือข่ายวิสาหกิจ

เครือข่าย	เครือข่ายวิสาหกิจ
1. ทำให้กิจการเข้าถึงบริการในต้นทุนที่ต่ำกว่า	1. ดึงดูดบริการที่มีความต้องการให้เข้ามาสู่กลุ่ม
2. มีข้อจำกัดจากผลประโยชน์ที่ถูกเสนอให้เฉพาะสมาชิก	2. ไม่จำกัดผลประโยชน์เฉพาะแต่สมาชิก
3. ขึ้นอยู่กับข้อตกลง / สัญญา	3. ขึ้นอยู่กับมูลค่าทางสังคมที่ได้จากการให้ความเชื่อใจ การสนับสนุน และการเอื้อประโยชน์ต่อกัน
4. ช่วยให้กระบวนการผลิตที่มีความซับซ้อนนั้นง่ายขึ้น	4. ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่มีต้องการคล้ายคลึงหรือเกี่ยวข้องกันให้มีการใช้ร่วมกัน
5. มีรากฐานจากความร่วมมือ	5. จำเป็นต้องมีความร่วมมือควบคู่กับการแข่งขัน
6. มีลักษณะเป็นเป้าหมายทางธุรกิจทั่วไป	6. มาจากวิสัยทัศน์ของกลุ่ม

ที่มา: Rosenfeld, 2001

อย่างไรก็ตามหัวใจของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ คือ การสร้างความร่วมมือบนพื้นฐานของการแข่งขัน การร่วมกันกำหนดทิศทางและเป้าหมายร่วม การกำหนดกลยุทธ์ การพัฒนาร่วมกัน รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้ ตลอดจนทรัพยากรต่าง ๆ ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพหรือผลิตภาพโดยการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ (Collective Efficiency / Productivity) ยกตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจสามารถร่วมกันลงทุนในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า / บริการของตน ทำให้ประหยัดต้นทุนในการพัฒนาได้ ในขณะที่ยังคงแข่งขันในด้านประสิทธิภาพในการผลิตสินค้านั้น หรือผู้ประกอบการธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำก็สามารถร่วมกันวางแผนการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (High Value Added) ตลอดสายของห่วงโซ่อุปทานได้ เป็นต้น นอกจากนี้ การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจยังทำให้เกิดการกระจายของความรู้ใหม่ (Spur of Knowledge) เนื่องจากผู้ประกอบการรายใดคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ผู้ประกอบการรายอื่นก็สามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนาต่อยอดได้ ซึ่งจะส่งเสริมการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน

ในระบบเศรษฐกิจของนวัตกรรม (Innovation – driven Economy) อีกด้วย ประโยชน์ที่จะได้รับจากการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจมีหลายประการ ได้แก่ (พิเชษฐ์ จริกิตตยากร, 2548)

1. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจจะก่อให้เกิดการประหยัดขนาดการผลิต (Economic of Scale) เพราะสมาชิกในกลุ่มจะมีการแบ่งปันคำสั่งซื้อร่วมกัน (Order Sharing) นอกจากนี้ผู้ผลิตยังสามารถจัดหางค์ประกอบในการผลิตได้ง่ายไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ เครื่องจักร หรือบริการต่าง ๆ

2. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจจะทำให้เกิดการแบ่งหน้าที่การผลิตตามความชำนาญ (Division of Labor) ของแต่ละผู้ประกอบการภายในกลุ่มวิสาหกิจและส่งผลให้เกิดความเชี่ยวชาญทำให้ขนาดของการผลิตมีแนวโน้มที่จะขยายตัวยิ่งขึ้น เพราะตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการภายในกลุ่มและผู้บริโภคสินค้าขั้นสุดท้าย

3. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทำให้เข้าถึงแรงงานที่มีทักษะและความชำนาญเฉพาะด้านได้ง่ายเพราะการมีกิจการที่มีความเชี่ยวชาญรวมกลุ่มกันในการผลิตสินค้าหรือบริการทำให้การสรรหาผู้เชี่ยวชาญทำได้โดยง่าย โอกาสในการเรียนรู้และเผยแพร่เทคนิคทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่เดียวกันก็เป็นแหล่งดึงดูดผู้ที่มีความสามารถได้เข้าร่วมงานได้สูงขึ้น

4. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจประกอบด้วยสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยข้อมูลสารสนเทศทั้งด้านการตลาด เทคโนโลยี และด้านอื่น ๆ ทำให้การถ่ายถอดข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว และต้นทุนต่ำ

5. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทำให้สินค้าที่ผลิตในกลุ่มมีมาตรฐานเนื่องจากการแข่งขันภายในกลุ่มสร้างแรงกดดันให้มีการเปรียบเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตลอดเวลา นอกจากนี้การเปรียบเทียบกระบวนการธุรกิจภายในของกิจการสามารถทำได้สะดวกมากขึ้น

6. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทำให้เกิดการเสริมสร้างและพึ่งพาซึ่งกันและกันเนื่องจากโครงสร้างของกลุ่มวิสาหกิจเป็นระบบที่ครอบคลุมทุกด้านของกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่มูลค่า นับตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้จัดหาวัตถุดิบ เครื่องจักร ผู้บริการขนส่งและจัดเก็บสินค้า สถาบันการศึกษา สมาคมและหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้แต่ละธุรกิจยังสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการดำเนินกิจกรรมของตนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

7. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทำให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเพราะความใกล้ชิดตลอดสายการผลิตกับลูกค้าทำให้สามารถทราบถึงความต้องการและแนวโน้มของลูกค้าเป็นอย่างดี นอกจากนี้ความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและสถาบันเพื่อการวิจัยก็ช่วยให้กระบวนการสร้างนวัตกรรมประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

8. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจทำให้เกิดธุรกิจใหม่ ภายในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ โดยพลวัตของการรวมกลุ่มจะส่งสัญญาณถึงโอกาสและช่องว่างของความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองเกิดโอกาสให้ธุรกิจใหม่ ๆ ประกอบกับข้อได้เปรียบในการรวมกลุ่มที่ทำให้เกิดความพร้อมใน โครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมเป็นอย่างดีทำให้ธุรกิจใหม่เกิดได้ง่ายซึ่งช่วยให้กลุ่มมีการขยายตัวทั้งในแนวกว้างและแนวลึกซึ่งจะเพิ่มความได้เปรียบยิ่งขึ้น

9. ในทางการเมือง การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจจะมีกลยุทธ์และเป้าหมายที่ชัดเจน แน่นอนในการสร้างประโยชน์ร่วมกันแก่สมาชิกในกลุ่มซึ่งจะช่วยให้ภาครัฐสามารถวางแนวนโยบายเพื่อสนับสนุนได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

องค์ประกอบของเครือข่ายวิสาหกิจ

เครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ เป็นกระบวนการที่ทุกฝ่ายเข้ามาช่วยกันเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของกลุ่ม ความสามารถในการแข่งขันของหลายคลัสเตอร์ ทำให้อุตสาหกรรมเข้มแข็ง และหลายอุตสาหกรรมเข้มแข็งก็ส่งผลให้ประเทศชาติเข้มแข็ง ฝ่ายที่มีบทบาทสำคัญที่แตกต่างกันแต่ส่งเสริมซึ่งกันและกันทำให้คลัสเตอร์แต่ละกลุ่มสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีองค์ประกอบหลัก ดังนี้

1. ภาคเอกชน ประกอบไปด้วยสมาชิกที่ดำเนินธุรกิจอันเป็นแกนหลักของเครือข่ายวิสาหกิจนั้นและจากความร่วมมือของธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ มีบทบาทโดยตรงในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการประกอบกิจการผลิต การค้า และบริการ ซึ่งผลการประกอบการและผลิตภาพการผลิตของภาคธุรกิจเอกชนจะส่งผลโดยตรงกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม อย่างไรก็ตามความสามารถในการผลิตและบริการนั้นขึ้นอยู่กับภาวะการแข่งขันเป็นสำคัญตราบดีที่ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาตนเองและสร้างความสามารถในการแข่งขันและสร้างผลิตภาพได้อย่างต่อเนื่อง ก็ย่อมส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมั่นคง ดังนั้น หน้าที่หลักของผู้ประกอบการเอกชนในเรื่องการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อขีดความสามารถในการแข่งขัน คือ

1.1 ศึกษาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตลาด รวมถึงกฎระเบียบของทางราชการที่เกี่ยวกับการผลิตและบริการที่เน้นมาตรฐานและความปลอดภัย รวมทั้งสร้างความแตกต่างของสินค้า

1.2 ปรับเปลี่ยนกระบวนการพร้อมทั้งเข้าใจถึงแนวทางการแข่งขันทางการค้าในปัจจุบันที่ทำให้ต้องมีการรวมตัวกันเพื่อสร้างมาตรฐาน คุณภาพ ความแตกต่างของสินค้า ประสิทธิภาพ และมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งเข้าใจถึงขบวนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจว่าเป็นการสร้าง

มูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของสมาชิกในกลุ่มทุกคน ไม่ใช่ผู้ใดผู้หนึ่ง โดยเฉพาะ และไม่ใช้ของภาครัฐ / ราชการ

1.3 ประสานงานให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันให้ครบองค์ประกอบของห่วงโซ่มูลค่าและห่วงโซ่การผลิต เชื่อมโยงกับสมาคมการค้า องค์กรธุรกิจ สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย และภาครัฐ ในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมธุรกิจ

1.4 เข้าร่วมประชุมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความคิดเห็นและข้อมูลกับคลัสเตอร์ที่ตนเกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ

1.5 มีส่วนร่วมในค่าใช้จ่ายในการดำเนินการของเครือข่ายวิสาหกิจตามสถานภาพ

2. สถาบันการเงิน และสถาบัน/สมาคม/ผู้ให้บริการอื่น ๆ เป็นหน่วยงานพื้นฐานด้านทรัพยากรเงินทุน และเป็นหน่วยงานพื้นฐานในการพัฒนาด้านเทคนิคและการรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม ควรมีบทบาทและทำหน้าที่ประสานความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกสถาบัน / สมาคม รวมถึงการส่งเสริมบริษัทภิบาลและคำนึงถึงผลประโยชน์และความปลอดภัยของผู้บริโภค รวมทั้งมีหน้าที่ ดังนี้

2.1 ทำหน้าที่เป็นผู้ผลักดันการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในสาขาธุรกิจ / อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.2 ประสานการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจตั้งแต่ขั้นตอนเริ่มรวมกลุ่ม อาทิ การจัดฝึกอบรมสัมมนา ประชุม โดยเป็นตัวสร้างสรรค์ให้เกิดเวทีในการหารือร่วมกัน

2.3 ประสานงานและเชื่อมโยงระหว่างคลัสเตอร์กับหน่วยงานรัฐ/เอกชนที่เกี่ยวข้องและสถาบันการศึกษา

2.4 ให้ข่าวสารข้อมูล เทคนิควิชาการที่เป็นพื้นฐานของธุรกิจ เช่น มาตรฐานต่าง ๆ

3. สถาบันการศึกษาและสถาบันการวิจัยและพัฒนา มีบทบาทในการเสริมสร้างองค์ความรู้ให้กับประชาชนในทุกระดับและผลิตบุคลากรที่มีความสามารถและสอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ เป็นการพัฒนาและเสริมสร้างพื้นฐานด้านทรัพยากรมนุษย์ นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ที่พึงปฏิบัติ ดังนี้

3.1 ศึกษาแนวโน้มและความต้องการทรัพยากรบุคคลของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมและเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจ เพื่อปรับหลักสูตรการเรียนการสอนที่จะสามารถผลิตบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม

3.2 มีส่วนร่วมที่สำคัญกับเครือข่ายวิสาหกิจในการศึกษาวิจัยในสาขาที่สถาบันแต่ละแห่งมีความชำนาญและตรงตามความต้องการของเครือข่ายวิสาหกิจและแนวโน้มของตลาด ซึ่งจะ

ทำให้เกิดสินค้าและบริการใหม่ที่จะสร้างมูลค่า (Value Creation) ให้กับเครือข่ายวิสาหกิจ อันเป็นการเชื่อมโยงภาคทฤษฎีกับภาคปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม

3.3 เป็นแหล่งความรู้และฝึกอบรมเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจและการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันให้กับทุกฝ่ายในพื้นที่ที่สถาบันตั้งอยู่

3.4 เป็นแหล่งพัฒนา/สร้างนักประสานงานพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ หรือ CDA (Cluster Development Agent)

สำหรับสถาบันเฉพาะทางมีบทบาทหน้าที่ในการสนับสนุนข้อมูลการผลิต เทคโนโลยีสมัยใหม่ รับรองมาตรฐาน และทดสอบมาตรฐาน รวมถึงการสนับสนุนการค้นคว้าวิจัย เพื่อให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ สร้างนวัตกรรมให้กับภาคอุตสาหกรรม และเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับภาคการผลิตและเพิ่มพูนองค์ความรู้ให้กับสังคม

4. ภาครัฐบาล มีบทบาทสำคัญในการกำหนดกติกา ให้การสนับสนุนและร่วมมือผ่านทางนโยบาย / มาตรการ / กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม ที่จะก่อให้เกิดบรรยากาศที่เหมาะสมต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สร้างระบบและดูแลโครงสร้างพื้นฐาน เสริมสร้างศักยภาพในด้านทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรมนุษย์ ส่งเสริมพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนให้บริการขั้นพื้นฐานอย่างเสมอภาค โปร่งใส ฯลฯ โดยอาจมีหน้าที่หลักในเรื่องของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน คือ

4.1 เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้ปฏิบัติในแนวคิดของการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของกรพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อให้สามารถนำไปเผยแพร่สร้างความเข้าใจกับภาคเอกชนได้ รวมทั้งสนับสนุนการสร้างผู้ประสานงานเครือข่ายวิสาหกิจ (CDA)

4.2 สร้างบรรยากาศให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของภาคการผลิตและบริการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เช่น การส่งเสริมให้เกิดการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพสูง โดยการสร้างบรรยากาศการลงทุน อาทิ การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้สะดวก การปรับกฎระเบียบให้สนับสนุนการประกอบธุรกิจ การสนับสนุนให้สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยและสถาบันการเงินให้การสนับสนุนในอุตสาหกรรมอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง เป็นต้น

4.3 พัฒนาระบบงานและการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับการพัฒนาธุรกิจ และการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของภาคการผลิตและบริการ โดยปรับบทบาทจากผู้กำกับควบคุมมาเป็นการให้ความสนับสนุนส่งเสริม

4.4 มีส่วนร่วมในการประชุมหารือ การให้ข้อมูลและร่วมกิจกรรมของเครือข่าย วิชาชีพที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประสานการพัฒนาให้เกิดเป็นรูปธรรมรวมทั้งเป็นการสร้าง สัมพันธภาพที่ดีต่อกัน

4.5 มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาที่มาจากความต้องการของเครือข่ายวิชาชีพใน ส่วนที่เกี่ยวข้องกับบทบาทภาครัฐ เช่น การแก้ไขกฎระเบียบ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ที่จะ ช่วยเชื่อมโยงให้กลุ่มเครือข่ายวิชาชีพมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น

นอกจากนี้ยังมีผู้เกี่ยวข้องอีกหลายฝ่ายที่จะต้องมีความเข้าใจและมีส่วนร่วมเพื่อให้ การผลักดันการพัฒนาเครือข่ายวิชาชีพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเป็น ไปอย่างมี ประสิทธิภาพ คือ ประชาชนผู้บริโภคจะต้องให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่ปลอดภัย มีคุณภาพ มากกว่าการคำนึงถึงแต่เฉพาะราคาถูก สื่อสารมวลชนต้องมีความเข้าใจในแนวทางการพัฒนา เศรษฐกิจแนวใหม่และทำหน้าที่เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักและเข้าใจอย่างแพร่หลาย

#### ลักษณะการเกิดของเครือข่ายวิชาชีพ

จากการศึกษาเครือข่ายวิชาชีพในประเทศไทยและต่างประเทศของสำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548) พบว่า เครือข่ายวิชาชีพแต่ละแห่ง มีพัฒนาการที่มีลักษณะเฉพาะของตน (Unique) และไม่มีขั้นตอนหรือแนวทางการพัฒนาที่แน่นอน เมื่อพิจารณาการเกิดของเครือข่ายวิชาชีพพบว่าการริเริ่มเครือข่ายวิชาชีพอาจเกิดได้ 2 ลักษณะ คือ

1. การริเริ่มจากภาคเอกชน (Private Initiative) เกิดจากธุรกิจที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน หรือเกี่ยวเนื่องกันมารวมตัวกัน เนื่องจากประสบปัญหาทางด้านอุตสาหกรรม จึงจำเป็นที่จะต้อง ร่วมมือกัน ซึ่งการรวมกลุ่มในระยะแรกอาจมีลักษณะเป็นชมรมหรือสมาคมการค้า ต่อมาภายหลัง จากที่มามีการทำงานร่วมกันจนมีความเข้มแข็งระดับหนึ่ง จึงเริ่มประสานกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อ ขอรับการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น เป็นต้น ซึ่งทำให้ เกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในวงกว้างมากขึ้น คือ เริ่มมีการทำงานร่วมกับภาครัฐและ สถาบันการศึกษาต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ โดยกระบวนการอาจเริ่มจากธุรกิจหลักในเครือข่าย วิชาชีพจรวมกลุ่มกันเพื่อดำเนินการผลักดันการพัฒนา อาศัยสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ และสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน ประสานงานในการกำหนดเป้าหมาย แนวทางและกลยุทธ์ใน การดำเนินการร่วมกันเพื่อพัฒนาเครือข่ายวิชาชีพของคนแล้วก็จะนำเสนอให้รัฐบาลทราบและทำ ความตกลงร่วมดำเนินการในกิจกรรมบางประการต่อไป

2. การริเริ่มจากภาครัฐ (Public Initiative) เกิดจากภาครัฐซึ่งจะเป็นหน่วยงานที่มี บทบาทสำคัญอย่างมากในการผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มของธุรกิจที่เกี่ยวข้องเป็นเครือข่าย วิชาชีพ โดยภาครัฐได้เล็งเห็นความสำคัญของบางอุตสาหกรรมที่มีสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง



มีการจ้างงานจำนวนมาก หรือมีโอกาสที่จะเติบโตสูง ประกอบกับภาคเอกชนในอุตสาหกรรมนั้นเริ่มมีแนวโน้มความสนใจหรือมีศักยภาพที่จะมีการร่วมมือกัน รัฐบาลจึงได้สนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้อง อาทิ สถาบันการศึกษา สมาคม สถาบันการเงิน สถาบันวิจัย ในลักษณะเครือข่ายวิสาหกิจและมีมาตรการสนับสนุนและผลักดันการพัฒนาอย่างเต็มที่ในระยะเริ่มต้น และลดบทบาทลงในระยะต่อมา รวมทั้งกระตุ้นให้ภาคเอกชนเห็นความจำเป็นและเข้าร่วมเป็นแกนหลักในการผลักดัน การขับเคลื่อนเครือข่ายวิสาหกิจของตนอย่างต่อเนื่อง โดยกระบวนการอาจเริ่มจากภาครัฐเป็นผู้กำหนดเครือข่ายวิสาหกิจที่จะดำเนินการส่งเสริมและจัดประชุมผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมเพื่อให้ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องมาร่วมมือกันจัดทำและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของตน และร่วมกันกำหนดเป้าหมายการพัฒนาาร่วมกันของอุตสาหกรรม คำใช้จ่ายในการดำเนินการจะมาจากภาคเอกชนและภาครัฐ และภาครัฐจะทำหน้าที่เป็นผู้ให้การอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานของภาคเอกชน และติดตามประเมินผลการดำเนินการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวม รวมถึงจำเป็นต้องในเงินทุนสนับสนุนจำนวนมากเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างกิจการ และเพื่อนำไปสู่การรวมกลุ่ม (Jackson & Murphy, 2006)

#### แนวทางการพัฒนาการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ในประเทศไทย

ในอดีต ประเทศไทยได้มีการรวมกลุ่มทางธุรกิจกันอยู่บ้างในรูปของกลุ่ม ชมรม และสมาคม ซึ่งเป็นการกระจุกตัวของธุรกิจการค้าหรืออุตสาหกรรม ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ เช่น ตลาดน้ำ ตลาดเสื้อผ้าย่านโบ๊เบ๊ ตลาดดอกไม้ปากคลองตลาด หรือตลาดต้นไม้เทเวศน์ ฯลฯ แต่ที่ผ่านมาส่วนใหญ่ยังไม่มีระบบและการบริหารกลุ่มอย่างชัดเจน ถึงแม้จะมีวัตถุประสงค์ในการรวมกลุ่มแต่ส่วนใหญ่จะเป็นเฉพาะกิจ ไม่ได้นำข้อได้เปรียบของการรวมกลุ่มมาขยายผลให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด ปัจจุบันได้มีการตื่นตัวเกี่ยวกับการนำคลัสเตอร์มาใช้ในการพัฒนาภาคการผลิตทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน แต่ความพยายามที่เห็นค่อนข้างชัดเจนมาจากการริเริ่มของหน่วยงานภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ โดยมีภาคเอกชนเข้าร่วมสมทบ อย่างไรก็ตาม ความพยายามส่วนใหญ่ยังอยู่ในขั้นตอนของการสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจ และวางแนวทางในการนำคลัสเตอร์มาใช้เป็นเครื่องมือในการปรับโครงสร้างภาคการผลิต โดยรัฐบาลได้พยายามสนับสนุนการสร้างคลัสเตอร์ขึ้นด้วยการกระตุ้นให้เกิดเครือข่ายของผู้ผลิตสินค้าในแต่ละพื้นที่จากโครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” หรือ “OTOP” ขยายเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนในที่สุด และกำลังศึกษาโดยใช้คลัสเตอร์อย่างเต็มรูปแบบในการศึกษาวิเคราะห์เพื่อวางแนวทางนำไปสู่การประยุกต์ใช้โดยหวังผลในทางปฏิบัติ

ปัจจุบันการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเป็นนโยบายรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 – 2554) โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้มีการสนับสนุนการปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อเพิ่มผลิตภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และความเป็นไทย โดยใช้กระบวนการพัฒนาเครือข่ายและห่วงโซ่อุปทาน ที่ผ่านมามีหน่วยงานหลายหน่วยงานได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจทั้งในระดับของการกำหนดยุทธศาสตร์และการผลักดันในระดับการปฏิบัติ เช่น สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าไทย ผู้ว่า CEO สถาบันคีนันแห่งเอเชีย (KIA Asia) และธนาคารทหารไทย เป็นต้น

ดังนั้นหากจะกล่าวถึงการพัฒนาเครือข่ายขึ้นอย่างเต็มรูปแบบในประเทศไทย ส่วนใหญ่คงจะเริ่มจากการพัฒนาขึ้นจากกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้ว โดยมีภาคอุตสาหกรรมเป็นผู้นำ ด้วยความร่วมมือจากสถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา และสถาบันวิจัยและพัฒนา ส่วนบทบาทของภาครัฐจะเป็นเพียงการกระตุ้นและให้การสนับสนุนเพื่อให้เครือข่ายวิสาหกิจมีความแข็งแกร่งและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลกอย่างยั่งยืน เนื่องจากเครือข่ายวิสาหกิจเกิดจากความร่วมมือเพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกในเครือข่านั้น ดังนั้นจึงไม่มีรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจสำเร็จรูป ถ้าจะมีความคล้ายคลึงกันก็คงเป็นเพียงแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเพราะแม้แต่วิธีการและรายละเอียดของการพัฒนาแต่ละเครือข่ายก็แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับพื้นฐานของแต่ละเครือข่ายที่พัฒนาขึ้นมา (อดิทัต วะสีนนท์, 2552)

ขั้นตอนหรือแนวทางในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ

สำหรับขั้นตอนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในประเทศไทย ประกอบด้วย การกระตุ้นสร้างจิตใต้สำนึกให้เกิดการรวมกลุ่มและเข้าใจกระบวนการทำงานร่วมกัน สร้างความเชื่อใจกัน จากนั้นจะมีการวิเคราะห์สถานการณ์ของคลัสเตอร์ การจัดทำกลยุทธ์ และนำไปสู่การปฏิบัติตามลำดับ โดยกระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันเป็นกระบวนการที่หลายฝ่ายต้องเข้ามามีส่วนร่วมกัน ในขณะเดียวกันก็ต้องแข่งขันกันเองในเชิงคุณภาพ ดังนั้น จำเป็นต้องมีลำดับขั้นตอน และมีการผลักดัน รวมถึงได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง สรุปเป็นขั้นตอนได้ 6 ขั้นตอน ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)

## 1. การตรวจสอบความพร้อมและความตั้งใจ

การตรวจสอบความพร้อมและความตั้งใจนับเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด โดยก่อนจะดำเนินการพัฒนาคลัสเตอร์ควรมีการตรวจสอบความพร้อมและความตั้งใจของทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาคลัสเตอร์ ตั้งแต่บริษัทผู้ประกอบการ สมาคมธุรกิจหรือสมาคมการค้า ผู้กำหนดนโยบายภาครัฐ และสถาบันการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงสถานะและศักยภาพของผู้เข้าร่วมในการพัฒนาคลัสเตอร์ว่าอยู่ในระดับใด รวมทั้งตรวจสอบว่าผู้ที่พร้อมเป็นผู้นำหรือผู้ประสานงานที่เข้มแข็งและมีวิสัยทัศน์หรือไม่ โดยอาจเริ่มต้นจากการพบปะพูดคุยกันหรือจัดให้มีการประชุม ทั้งนี้ ไม่สำคัญว่าการประชุมนั้นจะเป็นทางการหรือไม่ หากแต่สำคัญที่เนื้อหาและความจริงใจที่พร้อมจะดำเนินการและมีเป้าหมายร่วมกัน การประชุมในบางครั้งอาจกล่าวถึงปัญหาหรืออุปสรรคที่สมาชิกของคลัสเตอร์ประสบร่วมกันมาเป็นประเด็นในการสนทนา แยกถ้าหาจุดร่วมของอุปสรรคที่เผชิญร่วมกันไม่ได้ อาจใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ เช่น การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) โดยสมาชิกของคลัสเตอร์ต้องร่วมกันให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการระบุถึงอุปสรรคหรือโอกาสร่วมกัน หรือใช้เครื่องมือในการสร้างตัวเปรียบเทียบ (Benchmarking) ในการระบุถึงประเด็นที่คลัสเตอร์ยังด้อยอยู่

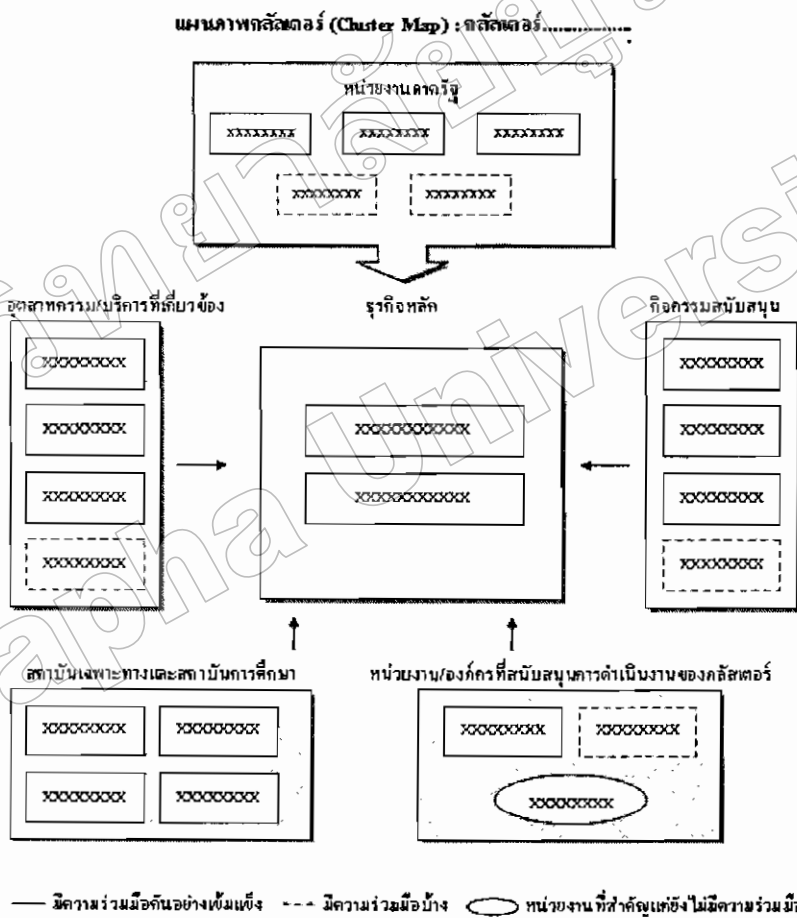
## 2. การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย

ในขั้นตอนนี้เป็นการสำรวจถึงผู้มีส่วนได้เสียในคลัสเตอร์ เพื่อให้ทราบว่ามิใครบ้างที่เป็นแกนกลาง มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจอะไร มีหน่วยงานหรือองค์กรอะไรที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องสนับสนุน หรือขาดหายไปในการคลัสเตอร์ รวมทั้งพิจารณาว่ามีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือสนับสนุนมากน้อยเพียงใดและอย่างไร ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ แผนภาพคลัสเตอร์ (Cluster Map) โดยหากมีการจัดทำแผนภาพคลัสเตอร์ได้ละเอียดครบถ้วนและถูกต้องแล้ว แผนภาพคลัสเตอร์จะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการระบุถึงจุดบกพร่องที่คลัสเตอร์จำเป็นต้องแก้ไขปรับปรุง เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่ม

การจัดทำแผนภาพคลัสเตอร์ควรจะเริ่มต้นจากแกนกลางหรือธุรกิจหลักของคลัสเตอร์นั้นก่อน จากนั้นจึงพิจารณาถึงบริษัทผู้ประกอบการอื่น ๆ รวมทั้งหน่วยงานหรือองค์กรที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและระบุความสัมพันธ์ระหว่างกันด้วย โดยอาจเริ่มต้นจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เป็นแกนหลักของคลัสเตอร์ บริษัทที่เป็นแกนหลักจะอยู่ในกล่องตรงกลางของแผนภาพคลัสเตอร์ ในขณะที่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำจะอยู่ในกล่องทางซ้าย หน่วยงานภาครัฐจะอยู่ด้านบน และหน่วยบริการสนับสนุนจะอยู่ในกล่องด้านขวา ท้ายสุดสถาบันการศึกษาและสถาบันเฉพาะทางจะอยู่ในกล่องด้านล่าง สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างกล่องจะแสดงโดยลักษณะของเส้นคือ หากหน่วยงานใดมีความร่วมมืออย่างเข้มแข็งจะ

แสดงโดยเส้นทึบ หรือหากเป็นหน่วยงานที่สำคัญแต่ยังไม่มีความร่วมมือจะแสดงโดยวงรี นอกจากนี้ข้อมูลจำนวนบริษัทหรือข้อมูลอื่น ๆ อาจใส่เพิ่มได้เพื่อให้แผนภาพของคลัสเตอร์มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

แผนภาพของคลัสเตอร์มีรูปแบบที่หลากหลายแต่ข้อสำคัญในการจัดทำแผนภาพของคลัสเตอร์ คือ แผนภาพที่จัดทำขึ้นต้องสะท้อนถึงสถานะที่เป็นอยู่และสถานะที่ต้องการให้เป็น โดยใช้ข้อมูลจากผู้ประกอบการเป็นหลัก พร้อมทั้งต้องแสดงถึงส่วนประกอบที่สำคัญรวมทั้งแสดงความร่วมมือ ระดับความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)



ภาพที่ 2-3 แผนภาพคลัสเตอร์

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549

1. ธุรกิจหลัก (Primary Core Activities) เป็นธุรกิจที่ให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นหลัก คือ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจเดินทางระหว่างประเทศ และธุรกิจที่พักอาศัย

2. ธุรกิจรอง (Secondary Core Activities) เป็นธุรกิจที่ให้บริการทั้งนักท่องเที่ยวและประชาชนท้องถิ่นทั่วไป ได้แก่ ธุรกิจค้าปลีกและขายของที่ระลึก ธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร ธุรกิจสวนสนุก แหล่งบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ ธุรกิจการเดินทางภายในประเทศ

3. ธุรกิจที่ให้บริการสนับสนุน (Service Providers) ได้แก่ ธุรกิจโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ธุรกิจขนส่งมวลชน ธุรกิจการเงินและการแลกเปลี่ยนเงินตรา และธุรกิจ MICE (Meeting Incentive Convention and Exhibition)

4. ซัพพลายเออร์ (Suppliers) ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมผลิตของที่ระลึก อุตสาหกรรมก่อสร้าง เป็นต้น

5. สถาบันการศึกษาด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งที่เป็นสถาบันทั่วไปและสถาบันที่เปิดอบรมด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ เช่น สถาบันการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยวนานาชาติ วิทยาลัยดุสิตธานี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สถาบันราชภัฏ เป็นต้น

6. หน่วยงานภาครัฐทั้งที่รับผิดชอบโดยตรง คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงคมนาคม กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น

7. สมาคมและชมรมด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีสมาคมด้านการท่องเที่ยวอยู่จำนวนกว่า 200 สมาคม ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ซึ่งเป็นการรวมตัวกันในระดับต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับจังหวัด สู่ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ เช่น สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) สมาคมโรงแรมไทย สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ เป็นต้น

### 3. การกำหนดเป้าประสงค์หรือพันธกิจร่วม

การพิจารณาว่ากลยุทธ์จะพัฒนาในแนวทางใดหรือให้บรรลุวัตถุประสงค์ในเรื่องอะไร อาจเป็นเรื่องยากในการตัดสินใจหรืออาจมีความเห็นที่หลากหลายในการตั้งเป้าประสงค์ร่วมกัน ดังนั้น แนวทางหนึ่งที่จะตอบเรื่องนี้ได้ คือ ผู้มีส่วนได้เสียในกลยุทธ์จะต้องแสดงความคิดเห็นร่วมกันถึงเป้าหมายที่กลุ่มต้องการจะดำเนินงานในลำดับแรกหรืออาจร่วมกันสร้างดัชนีหรือตัวชี้วัดระดับความสามารถในการแข่งขันของกลยุทธ์เพื่อให้สมาชิกมีเป้าหมายในการดำเนินงานร่วมกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของกลยุทธ์ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่สมาชิกในกลยุทธ์เห็นร่วมกันว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะยกระดับความสามารถในการแข่งขัน จากนั้นจึงจัดลำดับให้คะแนนความเข้มแข็งของกลยุทธ์ในแต่ละปัจจัยว่าอยู่ในระดับใด ซึ่งจะทำให้ทราบว่าสิ่งใดเป็นสิ่งจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องปฏิบัติหรืออาจใช้วิธีการเปรียบเทียบปัจจัยที่สำคัญในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งของกลยุทธ์ทั้งในและต่างประเทศก็ได้

#### 4. การสร้างยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติ

การสร้างยุทธศาสตร์ของคลัสเตอร์นั้นมาจากการวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ เช่น การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรม (Industrial Analysis) การเปรียบเทียบกับบริษัทที่เป็นผู้นำของอุตสาหกรรมเพื่อมองหาช่องว่างในการแข่งขัน นอกจากนี้ อาจใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค การวิเคราะห์องค์ประกอบสี่ด้านของ เพอร์เตอร์ (Diamond Model) การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน (5-Forces) การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน และการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของคลัสเตอร์ (Value Chain) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของห่วงโซ่การผลิต ทั้งนี้ไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องมือเหล่านี้ทั้งหมดในการวิเคราะห์ เพียงแต่ต้องมีความเข้าใจว่าเครื่องมือเหล่านี้เป็นสิ่งที่ช่วยให้สมาชิกในกลุ่มมีความเข้าใจในประเด็นหรือปัญหาร่วมกันและพัฒนากลยุทธ์ที่จะแก้ไขปัญหาหรือประเด็นเหล่านั้น ดังนั้นการตัดสินใจเลือกเครื่องมือชนิดใดจะต้องพิจารณาถึงประเภทของประเด็นปัญหา ความเพียงพอของข้อมูล และความเข้าใจร่วมกันของสมาชิกคลัสเตอร์

หลังจากเลือกใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์และดำเนินการวิเคราะห์คลัสเตอร์แล้วจะสามารถจัดทำยุทธศาสตร์ได้ โดยยุทธศาสตร์ของคลัสเตอร์ที่ประสบความสำเร็จจะพัฒนามาจากสมาชิกของคลัสเตอร์ และยุทธศาสตร์นั้นต้องสามารถตอบสนองและเข้าใจความต้องการของลูกค้าและตลาดได้มากที่สุด และมีความเข้าใจว่าคลัสเตอร์ของตนมีระดับความสามารถระดับใด พร้อมทั้งสามารถเข้าใจในเรื่องการยกระดับความสามารถในการแข่งขันได้อย่างถ่องแท้ เช่น การวางตำแหน่งของคลัสเตอร์ การพัฒนานวัตกรรม การยกระดับในการแข่งขัน การพัฒนาสินค้าและบริการ การร่วมมือกับบริษัทที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และการร่วมกันพิจารณากับภาครัฐ เป็นต้น

#### 5. การจัดโครงสร้างคณะทำงานของคลัสเตอร์

หลังจากที่มียุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติที่ชัดเจนและพร้อมที่จะดำเนินการแล้ว ขั้นตอนต่อไป คือการจัดโครงสร้างคณะทำงานของคลัสเตอร์ รวมทั้งการกำหนดระยะเวลาในแต่ละขั้นตอนและรวบรวมถึงผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอนในโครงสร้างคณะทำงานของคลัสเตอร์ควรประกอบด้วยตัวแทนจากแต่ละกลุ่มของผู้มีส่วนได้เสีย สมาชิกในคลัสเตอร์ควรมีการเลือกตั้งประธานหรือผู้นำของคลัสเตอร์ขึ้นมาและควรทำหนังสือถึงหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องให้ทราบถึงการจัดตั้งของคลัสเตอร์ รวมทั้งเป่าประสงค์และแผนปฏิบัติงานเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐได้สนับสนุนในด้านต่าง ๆ แก่คลัสเตอร์ นอกจากนี้ ควรชักจูงให้ภาคส่วนอื่นเข้ามามีส่วนร่วมด้วย เช่น ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ขณะที่สถาบัน การศึกษาต้องเป็นหน่วยงานหลักในการให้ความรู้และพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละ

คลัสเตอร์ รวมทั้งสถาบันเฉพาะทางและสถาบันวิจัยพัฒนาต้องเป็นผู้สนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สนับสนุนการเจริญเติบโตของคลัสเตอร์ เป็นต้น

6. ตรวจสอบความก้าวหน้าในการพัฒนาคลัสเตอร์

ความก้าวหน้าของคลัสเตอร์เกิดขึ้นได้ตลอดเวลาในวัฏจักรของคลัสเตอร์ ดังนั้นควรมีตัวชี้วัดที่แตกต่างกันตามระยะเวลาการพัฒนาคลัสเตอร์ แผนภูมิด้านล่างแสดงถึงวัฏจักรของขบวนการพัฒนาคลัสเตอร์ โดยแกนอนจะแสดงถึงเวลาและแกนตั้งแสดงถึงประมาณการค่าใช้จ่ายของโครงการ ทั้งนี้ระหว่างช่วงของวัฏจักรของโครงการมีดัชนีชี้วัด 4 ประเภท ได้แก่

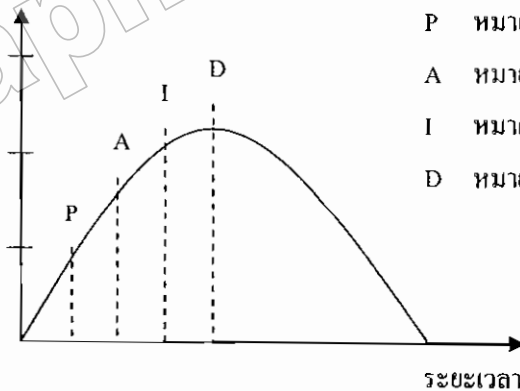
ดัชนีชี้วัดกระบวนการ (Process Indicators) ใช้เมื่อคลัสเตอร์ดำเนินงานมาประมาณ 2-3 เดือน หากถึง 6 เดือนแล้วไม่มีความคืบหน้าอาจแสดงถึงคลัสเตอร์นั้นมีปัญหาที่ต้องเร่งแก้ไข

ดัชนีวัดการดำเนินการ (Action Indicators) ใช้ตลอดอายุของโครงการ โดยดัชนีนี้จะมี ความสำคัญในช่วงเดือนที่ 6 จนถึงช่วงสุดท้ายของโครงการ

ดัชนีวัดการลงทุน (Investment Indicators) จะต้องให้คลัสเตอร์ดำเนินการไปสักพัก หนึ่ง จึงมีการติดตาม อย่างไรก็ตาม การลงทุนถึงเป็นเรื่องสำคัญตั้งแต่การดำเนินงานในระยะแรก ของคลัสเตอร์

ดัชนีวัดผลลัพธ์ (Deliverable Indicators) ใช้เมื่อถึงระยะเวลาที่สมาชิกใน คลัสเตอร์ร่วมกันกำหนดให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ร่วมกัน

มูลค่าการลงทุน



- P หมายถึง Process Indicators
- A หมายถึง Action Indicators
- I หมายถึง Investment Indicators
- D หมายถึง Deliverable Indicators

ภาพที่ 2-4 ภาพรวมการตรวจสอบความก้าวหน้าในการพัฒนาคลัสเตอร์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการ

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจนั้นกระบวนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันจะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้เลย หากผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญที่สุด ซึ่งแนวคิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังไม่มีกรณีดำเนินการในลักษณะภาพรวมอย่างเป็นระบบ (ชมัยพร วิเศษมงคล, 2551) ดังนั้นการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจลำดับแรกจำเป็นต้องวัดระดับความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ กระบวนการศึกษาความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการนั้นเป็นการประเมินความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการในเบื้องต้นและเป็นแนวทางในการปรับและสร้างทัศนคติในด้านบวกให้ถึงผลประโยชน์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจได้ตรงจุด ดังนั้นขั้นตอนส่วนนี้หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งการศึกษาความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการประกอบด้วยความรู้ความเข้าใจใน 5 ด้าน ดังนี้

1. ความรู้ความเข้าใจด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การรับรู้ถึงความสำคัญและความจำเป็นในการรวมกลุ่มในสภาวะการแข่งขันและความจำเป็นที่จะช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างผู้ประกอบการ หน่วยงานเอกชน หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานวิชาการ / หน่วยงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งการรับรู้ในผลประโยชน์ที่จะได้รับและผลประโยชน์ที่อาจสูญเสียไปจากการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ

2. ความรู้ความเข้าใจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การรับรู้ถึงความสำคัญในการประสานความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มภายในธุรกิจเดียวกัน ด้วยความไว้วางใจและความเชื่อมโยงซึ่งกันและกันระหว่างธุรกิจ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนทรัพยากรต่าง ๆ ร่วมกัน เช่น ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร บุคลากร เป็นต้น

3. ความรู้ความเข้าใจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การรับรู้ถึงความสำคัญในการประสานความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย ธุรกิจองค์กร หรือหน่วยงาน ที่อยู่ภายนอกกลุ่มของธุรกิจ เช่น สมาคม / องค์กรเอกชน หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นจนถึงปลายน้ำ เป็นต้น ด้วยความไว้วางใจและความเชื่อมโยงซึ่งกันและกันระหว่างธุรกิจ องค์กร หรือหน่วยงาน เพื่อให้เกิด การแลกเปลี่ยนทรัพยากรร่วมกันในวงกว้างมากขึ้นซึ่งไม่จำเป็นต้องจำกัดเฉพาะธุรกิจในกลุ่มเดียว ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจนั้นสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตและบริการที่มีคุณภาพและราคาถูก และยังเป็นการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่มูลค่า รวมทั้งเป็นการสร้างศักยภาพให้กับองค์กรในทุกภาคส่วนอีกด้วย



4. ความรู้ความเข้าใจด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การรับรู้ถึงความเหมาะสมด้านปัจจัยในการรวมกลุ่มว่าเมื่อไรควรเริ่มมีการรวมกลุ่ม การเข้าร่วม การสิ้นสุด หรือสถานการณ์ที่เหมาะสมในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ เช่น ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว หรือเมื่อเกิดปัญหา รวมทั้งระยะในการรวมกลุ่มควรจะนานเท่าใด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

ทั้งนี้จากผลงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) เรื่องแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ พบว่า

เครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มศักยภาพสูง เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวก่อนข้างดีและอยู่ในตลาดที่มีศักยภาพ โดยการริเริ่มจากผู้ประกอบการเอง มีเป้าหมายหรือจุดประสงค์บางอย่างร่วมกันอย่างชัดเจน และใช้ระยะเวลาในการพัฒนานานกว่า 1 ปีขึ้นไป แต่ยังมีองค์ประกอบไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ตามห่วงโซ่อุปทาน และมีการพัฒนาความเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจที่เข้มแข็งขึ้นเรื่อยๆ

เครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มกำลังพัฒนา เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวก่อนข้างดี แต่อยู่ในตลาดที่มีศักยภาพไม่สูงนัก มีการริเริ่มการรวมตัวจากภาครัฐและเอกชนในสัดส่วนที่เท่ากัน ส่วนใหญ่มีการรวมตัวกันมากกว่า 1 ปี

เครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มกำลังแสวงหาทิศทาง เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวไม่เหนียวแน่น แต่อยู่ในตลาดที่มีศักยภาพ มีการริเริ่มการรวมตัวจากภาครัฐและเอกชนในสัดส่วนที่เท่ากันมีการรวมตัวน้อยกว่า 1 ปี และรวมตัวกันเนื่องจากเห็นประโยชน์ร่วมกัน กลุ่มนี้มีโอกาสเติบโตของธุรกิจสูง

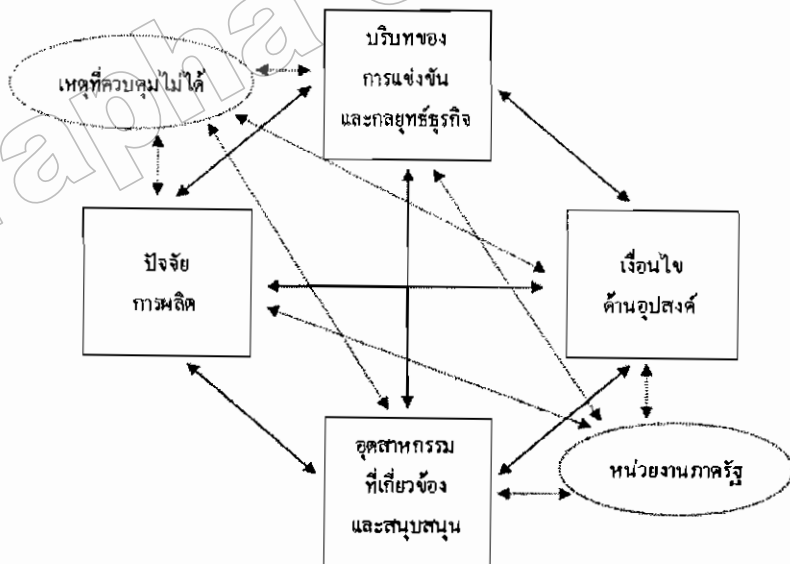
เครือข่ายในกลุ่มเพิ่งเริ่มรวมตัวกัน เป็นกลุ่มที่รวมตัวกันไม่เหนียวแน่นและอยู่ในตลาดที่ไม่มีศักยภาพ โดยริเริ่มการรวมตัวจากผู้ประกอบการเป็นส่วนใหญ่ แต่เป็นการรวมกลุ่มกัน เพราะว่ามีสถานที่ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน ส่วนใหญ่มีการรวมตัวกันมากกว่า 1 ปี

5. ความรู้ความเข้าใจด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่จะได้จากการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ โดยความร่วมมือและการพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างเครือข่ายเพื่อตอบสนองความต้องการและการแก้ปัญหาาร่วมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาความสามารถและศักยภาพของกิจการ

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ

การพัฒนาคลัสเตอร์ในประเทศไทยส่วนใหญ่อาศัยแนวความคิดและหลักการของพอร์เตอร์เป็นหลัก (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2547) ซึ่งก็คือ ทฤษฎีโดมอนด์โมเดล เป็นกรอบแนวคิดหรือตัวแบบสำหรับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์เพื่อประเมินสภาพการณ์ปัจจุบันของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่สำคัญ 4 ด้าน ที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการเพิ่มผลิตภาพของบริษัทที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจ อันนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวม ในท้ายที่สุดว่าสภาพการณ์เหล่านั้นมีลักษณะที่เป็นการเอื้อหรือเป็นอุปสรรคต่อการปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภาพของธุรกิจในเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ๆ หรือไม่ อย่างไร และมากน้อยเพียงใด รวมไปถึงการวิเคราะห์บทบาทของภาครัฐและเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ที่จะมีผลต่อปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้านนั้นด้วย ซึ่งปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย

1. เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต
  2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์
  3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน
  4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของ
- และปัจจัยเสริม 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐและเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้



ภาพที่ 2-5 ความสัมพันธ์ที่สมบูรณ์ของกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน (ทิพพา เพิ่มลาภ, 2545)

การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม 4 ด้าน ตามทฤษฎีไดมอนด์โมเดล

1. การวิเคราะห์ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิตเป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยการผลิตและโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการแข่งขันของบริษัทในเครือข่ายวิสาหกิจหนึ่ง ๆ ประกอบด้วย

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ หากเครือข่ายวิสาหกิจนั้นมีกลุ่มบุคลากรที่มีทักษะและความรู้เฉพาะหรือขั้นก้าวหน้า เช่น บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้านเทคนิคที่อาศัยฝีมือและความเชี่ยวชาญพิเศษ และด้านการวิจัยและพัฒนา อยู่เป็นจำนวนมากก็จะเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการเพิ่มผลผลิตของบริษัทในเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ตัวอย่างเช่น บริษัทจะไม่สามารถแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์การแข่งขันที่เน้นการให้บริการระดับสูงหรือผลิตสินค้าที่มีความแตกต่างได้ ถ้าหากขาดแรงงานที่มีการศึกษาสูงและมีทักษะเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

1.2 โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ เช่น ถนน ท่าเรือ ท่าอากาศยาน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และสาธารณูปโภค รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น ห้องปฏิบัติการห้องทดลองทางวิทยาศาสตร์ ดาวเทียม เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยพิจารณาจากความเพียงพอ คุณภาพ ค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงและใช้บริการซึ่งจะมีผลต่อต้นทุนการผลิตของบริษัทในเครือข่ายวิสาหกิจ ตัวอย่างเช่น บริษัทจะไม่สามารถใช้หรือพัฒนาเทคนิคด้านโลจิสติกส์ของตนให้สามารถแข่งขันได้ ถ้าหากไม่มีโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งที่มีคุณภาพสูงรองรับ

1.3 ทรัพยากรทุน พิจารณาจากความพอเพียงของแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจ เงื่อนไขหรือความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งทุน รวมทั้งการมีเครื่องมือหรือกลไกการจัดสรรทุนที่มีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น หากธุรกิจกำลังเติบโตแต่ไม่สามารถหาแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนเหมาะสมเพื่อมาขยายกิจการได้ก็อาจเป็นข้อจำกัดของการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจได้

1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ โดยพิจารณาจากความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตของของประเทศ รวมทั้งความได้เปรียบจากสภาพแวดล้อมทางภูมิประเทศหรือภูมิอากาศ

1.5 วัฒนธรรม เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ละเอียดอ่อนของประเทศแต่สามารถเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศได้ เช่น ประเพณีและความมีอิทธาศัยไมตรีของคนไทยเป็นจุดขายของการท่องเที่ยว เป็นต้น

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ เป็นการวิเคราะห์ถึงคุณภาพของอุปสงค์ภายในประเทศมากกว่าปริมาณ เนื่องจากประเทศที่มีปริมาณหรือขนาดของอุปสงค์ของสินค้าและบริการมากอันเกิดจากการมีจำนวนประชากรมาก ไม่ได้หมายความว่าประเทศนั้นจะมีความสามารถในการแข่งขัน

มากกว่าประเทศอื่น หากอุปสงค์ที่มีอยู่นั้นไม่ได้ช่วยส่งเสริมให้บริษัทในประเทศมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตน ในทางตรงกันข้ามประเทศที่มีขนาดอุปสงค์ในประเทศเล็กกว่าอาจมีความสามารถในการแข่งขันสูงได้หากลักษณะของอุปสงค์ภายในประเทศนั้นมีคุณภาพและช่วยผลักดันหรือกระตุ้นให้บริษัทในประเทศต้องปรับปรุง คิดค้น พัฒนา และสร้างนวัตกรรมของสินค้าและบริการของตนอยู่เสมอ ลักษณะเชิงคุณภาพที่สำคัญของอุปสงค์ภายในประเทศที่จะช่วยเอื้อต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ ออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

2.1 ความพิถีพิถันและเรียกร้องสูงของผู้บริโภค (Sophisticated and Demanding Buyer) ซึ่งกระตุ้นให้บริษัทในประเทศต้องปรับตัวและพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการของตนอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ลักษณะของความพิถีพิถันและเรียกร้องอาจเกิดจากค่านิยมและวัฒนธรรม ตลอดจนสภาพแวดล้อมทางภูมิประเทศและภูมิอากาศของประเทศก็ได้ เช่น ค่านิยมที่ชอบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพดีที่สุดจะเป็นแรงกดดันให้ผู้ผลิตต้องพัฒนาสินค้าของตนอย่างต่อเนื่องและต้องเร็วกว่าการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของผู้บริโภคในประเทศด้วย

2.2 อุปสงค์ของผู้บริโภคภายในประเทศสามารถช่วยคาดการณ์อุปสงค์ของผู้บริโภคในประเทศอื่น (Anticipatory Buyer Needs) ซึ่งหมายความว่าอุปสงค์ในประเทศมีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงเร็วกว่าประเทศอื่น ๆ ซึ่งทำให้บริษัทในประเทศต้องปรับปรุงการผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ ลักษณะเช่นนี้จะทำให้บริษัทในประเทศมีความเชี่ยวชาญสูงจนสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคในตลาดประเทศอื่น ๆ ได้

2.3 โครงสร้างสัดส่วนของอุปสงค์ของสินค้าและบริการ (Segment Structure of Demand) ของในประเทศมีมากหรือมีลักษณะพิเศษกว่าประเทศอื่น ๆ ซึ่งหมายความว่าหากโครงสร้างตลาดภายในประเทศมีลักษณะเฉพาะและหลากหลาย บริษัทในประเทศจะมุ่งผลิตสินค้าและบริการที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะ (Tailored Products and Services) ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มได้

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน โดยทั่วไปอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกันจะมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันของกิจกรรมในกระบวนการผลิตตามห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเรียกกันว่าการเชื่อมโยงแนวตั้ง (Vertical Linkages) อยู่แล้ว แต่แนวคิดของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจจะให้ความสำคัญครอบคลุมไปถึงการเชื่อมโยงของธุรกิจในแนวนอน (Horizontal Linkages) ด้วย ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมในเครือข่ายวิสาหกิจที่ต้องเกื้อหนุนกันและเสริมความสามารถในการแข่งขันซึ่งกันและกันแต่ไม่ได้อยู่ในสายการผลิตตามห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งในการวิเคราะห์การเชื่อมโยงตามแนวตั้งและแนวนอนดังกล่าวตามตัวแบบโดมอนด์ จะพิจารณาใน 2 ลักษณะ คือ

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

3.2 ความเชื่อมโยงเชิงความร่วมมือ ซึ่งวิเคราะห์จากระดับของการประสานร่วมมือกันของธุรกิจในเครือข่ายวิสาหกิจ เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลข่าวสาร การร่วมมือกันในการพัฒนาทักษะของบุคลากร การทำวิจัย หรือการทำการตลาด ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจนั้นสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตและบริการที่มีคุณภาพและราคาถูก และสามารถสร้างนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้จะต้องวิเคราะห์ถึงบทบาทขององค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ เช่น สมาคมการค้าหรือการรวมกลุ่มในลักษณะของธุรกิจเอกชน สมาคม วิชาชีพ สถาบันเฉพาะทาง เครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัยต่าง ๆ ตลอดจนคณะกรรมการที่จัดตั้งเพื่อประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน หรือที่เรียกรวมกันว่า “สถาบันเพื่อความร่วมมือ” (Institution for Collaboration: IFC) ว่าได้แสดงบทบาทที่เหมาะสมในการส่งเสริมและผลักดันให้เกิดความร่วมมืออย่างใกล้ชิดของผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจ โดยมีใช้เป็นองค์กรที่มุ่งแต่เรียกร้องผลประโยชน์เฉพาะกลุ่มหรือเพื่อลูกค้าทางการค้า

4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท (Context for Firm Strategy Structure and Rivalry) เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมที่ธุรกิจเกิดขึ้น ดำเนินการ ตลอดจนธรรมชาติของการแข่งขันในท้องถิ่นว่าทำให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมเอื้อต่อการเพิ่มผลผลิต (Productivity) ของธุรกิจหรือไม่ โดยการวิเคราะห์ในส่วนนี้มักพิจารณาถึงนโยบายและกฎระเบียบของภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการแข่งขันและการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน เช่น นโยบายการแข่งขันทางการค้า นโยบายการค้าและการลงทุน รวมถึงประสิทธิภาพของกลไกระบบราชการและการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐซึ่งมีผลต่อการเป็นอุปสรรคและภาวะต้นทุนของภาคธุรกิจ

นอกจากปัจจัยในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันทั้ง 4 ตัวนี้แล้ว ยังมีอีก 2 ปัจจัยเสริมที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ได้แก่ (ทิพพา เพิ่มลาภ, 2545)

เหตุที่ควบคุมไม่ได้ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ เหตุที่ควบคุมไม่ได้หมายถึงการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่อยู่เหนือการควบคุมของกิจการต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม (โดยมีบ่อยครั้งที่อยู่นเหนือการควบคุมของรัฐบาลในประเทศนั้นด้วย) เหตุที่ควบคุมไม่ได้มีความสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของ

ประเทศ เพราะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างของอุตสาหกรรมอาจลดล้างความได้เปรียบ  
เชิงแข่งขันของกิจการจึงเกิดช่องว่างที่ผู้แข่งขันอื่นอาจเข้ามาแทนที่

หน่วยงานภาครัฐ เป็นปัจจัยสุดท้ายที่สัมพันธ์กับความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ  
คือรัฐบาล ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปัจจัยทั้ง 4 ด้าน รัฐบาลมีผลต่อความพร้อมของปัจจัยทั้ง  
4 ด้าน ในขณะเดียวกันก็ได้รับผลกระทบจากปัจจัยทั้ง 4 ด้านด้วยเช่นกัน โดยในบางกรณีเป็น  
ผลบวก บางกรณีเป็นผลลบ รัฐบาลสามารถส่งเสริมหรือขัดขวางการเสริมสร้างความได้เปรียบเชิง  
แข่งขันของประเทศแต่รัฐบาลไม่สามารถที่จะสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศได้เอง  
โดยตรง การสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศเป็นบทบาทโดยตรงของธุรกิจเอกชน

เมื่อนำปัจจัยเสริมทั้ง 2 ปัจจัย เข้ามาประกอบการพิจารณาพร้อมกับปัจจัยหลักทั้ง 4 ด้าน  
ที่กำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันดังที่ได้กล่าวมาแล้วจะทำให้ตัวแบบไดมอนด์ ความสมบูรณ์  
(จักรพร อุ่นจิตต์, 2548) และจากแนวคิดข้างต้น สรุปได้ว่าการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจเป็น  
บูรณาการความร่วมมือของทุกส่วนเข้าด้วยกัน ประกอบด้วยภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐ  
สถาบัน การศึกษา สถาบันการเงินและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการใน  
เครือข่ายวิสาหกิจจะยังคงยึดหลักการสำคัญ คือ การร่วมมือกันเพื่อเสริมจุดอ่อนของกลุ่ม  
อุตสาหกรรมของตนให้เข้มแข็งขึ้นพร้อมกับพัฒนาส่วนที่เป็นจุดแข็งให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้นต่อไป  
ขณะเดียวกันความจำเป็นในการแข่งขันทางธุรกิจก็ยังคงมีอยู่เช่นเดิม

ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม  
แห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2547) ศึกษาเรื่อง เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวภูเก็ต  
พบว่า ผู้ประกอบการหลักที่มีความสำคัญในเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวภูเก็ต ได้แก่  
ผู้ประกอบการโรงแรมและที่พัก ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว สายการบิน ผู้ประกอบการ  
ร้านอาหารและภัตตาคาร ผู้ประกอบการร้านค้า และผู้ให้บริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ  
โดยผู้ประกอบการเหล่านี้ต้องปรับปรุงตนเองในด้านคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และ  
ร่วมมือกันเพื่อสนองความต้องการและรักษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้จากการวิเคราะห์  
ปัจจัยแวดล้อมทั้ง 4 ด้านตามตัวแบบไดมอนด์ แสดงให้เห็นภาพรวมความสามารถในการแข่งขัน  
ของเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวภูเก็ต ดังนี้

1. ปัจจัยการผลิต จังหวัดภูเก็ตมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญ ได้แก่ ชายหาดที่  
สวยงามและทรัพยากรทางวัฒนธรรม คือ อัญมณีไมตรีที่ติดของคนในพื้นที่ซึ่งถือเป็นปัจจัยอันดับ  
ต้น ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางมาภูเก็ต จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ  
ท่องเที่ยว พบว่า ปัญหาสำคัญที่ภูเก็ตกำลังเผชิญ คือ การรักษาสิ่งแวดล้อมและชายหาดให้คง

ความสวยงาม ทั้งในด้านกายภาพและทัศนียภาพ นอกจากนี้ยังพบปัญหาในด้านทักษะของบุคลากรในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตจะเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง โดยเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2543 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังบริการที่สุภาพ ด้วยอรรถาสัยที่ดี ส่วนด้านรสชาติและรูปลักษณะของอาหารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเสริมจุดเด่นด้านอาหารและการให้บริการของร้านอาหาร อย่างไรก็ตาม การขาดความใส่ใจในเรื่องความสะอาดของอาหารของคนไทยกลับเป็นปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนสำคัญด้านเงื่อนไขอุปสงค์ของภูเก็ต

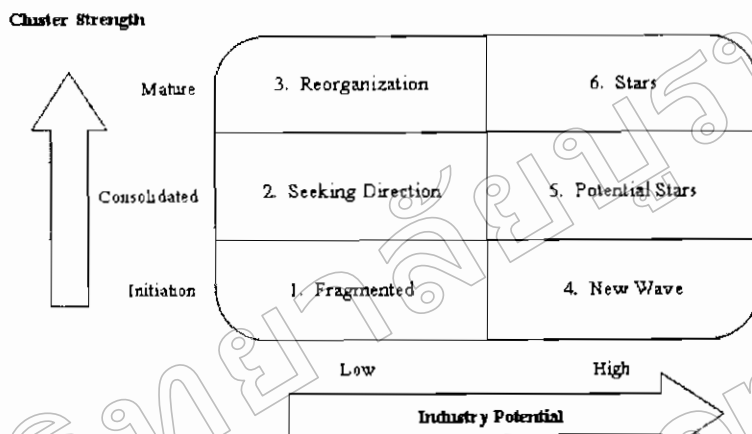
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน เครื่องช่วยวิสาหกิจการท่องเที่ยวของภูเก็ตประกอบด้วยธุรกิจที่หลากหลาย ทั้งกลุ่มธุรกิจหลักและสนับสนุน ซึ่งมีการเชื่อมโยงในของธุรกิจเกี่ยวข้องกัน ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยวติดต่อกับโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และกิจการบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจต่าง ๆ ในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้เครื่องช่วยวิสาหกิจการท่องเที่ยวภูเก็ตยังมีแนวโน้มที่จะสร้างการเชื่อมโยงกับเครื่องช่วยวิสาหกิจอาหารในภาคใต้อีกด้วย เนื่องจากอาหารเป็นปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ๆ อย่างไรก็ตาม เครื่องช่วยวิสาหกิจจังหวัดภูเก็ตยังขาดการเชื่อมโยงในด้านความร่วมมือเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน บทบาทของสมาคมด้านการท่องเที่ยวยังมีค่อนข้างจำกัด ส่วนใหญ่มีบทบาทในการจัดไปรษณีย์ด้านการตลาดซึ่งมีเป็นครั้งคราวเท่านั้น ยังไม่มีความร่วมมือในการกำหนดกลยุทธ์ที่สำคัญร่วมกัน เช่น การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของภูเก็ต (Positioning) การดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ความร่วมมือกับสายการบินซึ่งเป็นผู้ประกอบการหลักที่สำคัญในเครื่องช่วยวิสาหกิจยังมีอยู่ค่อนข้างจำกัดซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของความไม่เข้มแข็งของเครื่องช่วยวิสาหกิจโดยรวม

4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ ผู้ประกอบการในภูเก็ตหลายรายยังสนใจเพียงการแข่งขันกับคู่แข่งเฉพาะในภูเก็ตด้วยกันมากกว่าการให้ความสำคัญกับกลยุทธ์เพื่อแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในต่างประเทศ ประกอบกับธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่มีมาตรฐานมากนัก ซึ่งเห็นได้จากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการลงทุนในการพัฒนาบุคลากรค่อนข้างจำกัด ลักษณะดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยที่บั่นทอนขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวของภูเก็ต

สรุปได้ว่าเครื่องช่วยวิสาหกิจจะมีการพัฒนาจากการรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคม / ชมรม และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ ซึ่งเป็นแกนหลักในการวางแผนนโยบายและผลักดันให้เกิด

การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจท้องถิ่นที่เข้มแข็งแต่เครือข่ายวิสาหกิจยังขาดการเชื่อมโยงที่สมบูรณ์ระหว่างสถาบันการศึกษาและสถาบันเฉพาะเพื่อพัฒนาไปสู่การสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน

หลังจากที่มีการประเมินระดับความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจร่วมกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจด้วยตัวแบบไดมอนด์ สามารถจัดระดับศักยภาพของธุรกิจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ (Degree of Strength and Potential) ออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้



ภาพที่ 2-6 ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ  
ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2547, หน้า 23

กลุ่มที่ 1 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันอย่างหลวม ๆ ในขณะเดียวกันก็อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีโอกาสทางการตลาดและความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศไม่มากนัก (Fragmented Cluster) เครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มนี้มีคุณลักษณะ คือ เป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่มีห่วงโซ่คุณค่าที่ไม่สมบูรณ์ ไม่มีสมาคมหรือองค์กรการรวมกลุ่มของอุตสาหกรรม หรือถ้ามีจะเป็นองค์กรที่ไม่เข้มแข็ง นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดของการเข้าถึงวัตถุดิบในท้องถิ่น ขาดกำลังแรงงานที่มีทักษะ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนยังจำกัด ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าพื้นฐานที่ไม่ซับซ้อนมาก ทำให้ธุรกิจขาดแรงจูงใจต่อการพัฒนานวัตกรรม ผู้บริหารมีความสามารถในการเชิงธุรกิจต่ำและขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ของเครือข่ายวิสาหกิจ ความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมกับสถานบันวิจัยและพัฒนา / สถาบันการศึกษา ยังไม่มีหรืออยู่ในระยะเริ่มต้น ขาดผู้นำที่ชัดเจนในอุตสาหกรรม รวมทั้งโอกาสในการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมยังไม่เป็นที่สนใจทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ เครือข่ายวิสาหกิจกลุ่มนี้จะมีคุณสมบัติ คือ กระบวนการผลิตและผลผลิตส่วนใหญ่เป็นการลอกเลียนแบบ ไม่มีการเข้าร่วมของบริษัทในต่างประเทศ บริษัทส่วนน้อยมีตรา



สินค้าของตนเอง การแข่งขันส่วนใหญ่อยู่บนพื้นฐานของราคาและต้นทุนต่ำ ด้วยเหตุนี้เครือข่ายวิสาหกิจกลุ่มนี้จึงมีแนวโน้มที่จะถูกจัดอยู่ในตำแหน่งที่ไม่ดีและต้องเผชิญกับส่วนแบ่งในตลาดโลกที่น้อยลง รวมทั้งมูลค่าการผลิตที่ลดลงที่เช่นกัน รายได้สุทธิจากการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่จำกัด รวมทั้งการเติบโตของการจ้างงานที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ

กลุ่มที่ 2 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันในระดับหนึ่งแล้ว แต่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีโอกาสทางการตลาดและความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศไม่สูงนัก (Seeking Direction Cluster) โดยมีคุณลักษณะสำคัญ คือ มีกิจกรรมของธุรกิจที่ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานพอสมควร มีสมาคมหรือองค์การความร่วมมือของอุตสาหกรรมแล้ว แต่ยังมีบทบาทที่จำกัด สามารถเข้าถึงทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบ และโครงสร้างพื้นฐาน และแหล่งเงินทุนได้ดีพอสมควร มีแรงงานที่มีความต้องการสินค้าและบริการที่เน้นคุณภาพและมาตรฐานมากขึ้น ทำให้กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจเน้นทั้งราคาและคุณภาพ ผู้บริหารของธุรกิจมีความสามารถและวิสัยทัศน์พอควร มีระดับความร่วมมือทั้งในแนวตั้งและแนวนอนที่เข้มแข็งมากขึ้น การติดต่อสื่อสารระหว่างอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและระหว่างอุตสาหกรรมกับสถาบันวิจัยและพัฒนา / สถาบันการศึกษามีพอสมควร โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการพัฒนาเทคโนโลยี รวมทั้งอาจมีการกำหนดผู้นำของกลุ่มอุตสาหกรรมที่ชัดเจน ซึ่งสามารถสนับสนุนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น เครือข่ายวิสาหกิจกลุ่มนี้มีคุณสมบัติ คือ มีการสร้างสรรค์กระบวนการผลิตใหม่และนวัตกรรมของผลผลิตอยู่เสมอ ธุรกิจภายในเครือข่ายมีแนวโน้มที่จะมีการมองเห็น โอกาสการแข่งขันในระดับกว้างกว่าระดับท้องถิ่น เช่น การออกไปลงทุนและทำธุรกรรมในต่างแดน นอกจากนี้ยังสามารถสร้างตราสินค้าของตนเองและกระจายผลิตภัณฑ์ออกไปในตลาดที่กว้างมากขึ้น อย่างไรก็ตามเครือข่ายวิสาหกิจกลุ่มนี้ยังเป็นกลุ่มที่มีโอกาสในการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมที่ไม่น่าสนใจ ทำให้ยังมีส่วนแบ่งในตลาดโลกและการขยายตัวของมูลค่าการผลิตที่ไม่สูงนัก มีรายได้สุทธิจากการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่จำกัด และมีการเติบโตของการจ้างงานที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยประเทศ

กลุ่มที่ 3 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็ง แต่อยู่ในอุตสาหกรรมที่ยังมีโอกาสด้านการตลาดและความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและโลกไม่สูงนัก (Reorganization Cluster) มีคุณลักษณะที่สำคัญ คือ มีความสามารถในการสร้างผลกำไร มีห่วงโซ่มูลค่าที่สมบูรณ์ตั้งแต่อุตสาหกรรมน้ำจนถึงปลายทาง มีสมาคมหรือองค์การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรมที่เข้มแข็ง มีการประสานงานระดับรัฐบาลเพื่อเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย สามารถเข้าถึงทรัพยากรธรรมชาติและวัตถุดิบได้อย่างกว้างขวาง มีกำลังแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญภายในเครือข่ายเพียงพอต่อความต้องการ มีกิจกรรมการวิจัยและพัฒนาที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ใน

เชิงพาณิชย์ได้มาก มีความพร้อมในด้านแหล่งเงินลงทุนพอสมควร ผู้บริโภคมีความต้องการที่ พิถีพิถันและชัดเจนขึ้น ในสินค้าคุณภาพและสินค้าเฉพาะที่มีแนวโน้มจะเป็นสินค้านำในตลาดโลก ผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการร่วมมือกันการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีความร่วมมือกันอย่างมากขึ้น ทั้งในการแบ่งปันทรัพยากร การวิจัยและพัฒนาตลอดสายของห่วงโซ่อุปทานทั้ง มิติของกลยุทธ์และกระบวนการ โดยเมืองหลักที่เข้มแข็งและสามารถทำหน้าที่เป็นแกนหลักในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจได้อย่างต่อเนื่อง คุณสมบัติที่สำคัญ คือ มีความเข้มแข็ง รวมทั้ง กระบวนการผลิตและนวัตกรรมผลผลิตระดับสูง การมีตราสินค้าที่แพร่หลายเป็นที่รู้จักและกลยุทธ์ของบริษัเน้นที่การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น

กลุ่มที่ 4 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันอย่างไม่เข้มแข็งนัก แต่อยู่ในสถานะที่ดีสำหรับโอกาสทางการตลาดในอนาคต (New Wave Cluster) เนื่องจากอุตสาหกรรมมีศักยภาพในการเติบโตสูง ทั้งนี้คุณลักษณะที่สำคัญของกลุ่มนี้จะเหมือนกับกลุ่มที่ 1 ยกเว้นในเรื่องของศักยภาพในการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมที่ดีกว่ากลุ่มที่ 1 เครือข่ายวิสาหกิจกลุ่มนี้มีคุณสมบัติที่สำคัญ คือ มีการไหลเข้าของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศอยู่ในระดับสูง มีแนวโน้มส่วนแบ่งการตลาดของโลกและมูลค่าผลผลิตที่เติบโตขึ้น ตลอดจนมีอัตราการเติบโตของการจ้างงานในระดับสูง

กลุ่มที่ 5 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันในระดับหนึ่งแล้วแต่อยู่ในสถานะที่ดีสำหรับอนาคต (Potential Stars Cluster) เนื่องจากอุตสาหกรรมมีศักยภาพในการเติบโตสูง เครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มนี้มีคุณลักษณะของกลุ่มนี้จะคล้ายคลึงกับกลุ่มที่ 2 ยกเว้นในเรื่องของศักยภาพในการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม ซึ่งส่งผลให้เครือข่ายวิสาหกิจทั้งสองกลุ่มนี้มีความเข้มแกร่งในเชิงคุณสมบัติ กล่าวคือ เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโต รวมทั้งมีศักยภาพสูงในด้านการลงทุน โดยตรงจากต่างประเทศและมีส่วนแบ่งตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น

กลุ่มที่ 6 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งและอยู่ในสถานะที่ดีที่สุด (Stars Cluster) มีศักยภาพในการแข่งขันสูงและสามารถแสวงหาโอกาสจากแนวโน้มการเติบโตที่สดใสของอุตสาหกรรมได้ คุณลักษณะของกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีการเจริญเติบโตเต็มที่ เป็นลักษณะของเครือข่ายวิสาหกิจที่มีความเข้มแข็ง เช่น มีห่วงโซ่มูลค่าที่สมบูรณ์ มีสมาคมหรือองค์กรทางธุรกิจที่เอื้อต่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอย่างเต็มที่ มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และกำลังแรงงานที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญสูง มีกิจกรรมการวิจัยและพัฒนาที่นำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้มาก ควบคู่ไปกับการร่วมมือกันอย่างจริงจังระหว่างภาคอุตสาหกรรมและสถาบันวิจัย มีแหล่งเงินทุน เพื่อการลงทุนของธุรกิจเพียงพอและสามารถเข้าถึงได้ง่ายต้องการผู้บริโภค

ความพิถีพิถันและเฉพาะเจาะจงมากขึ้น รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีความสัมพันธ์กันทั้งในแนวตั้งและแนวนอนอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง และมีลักษณะในเชิงคุณภาพ เช่นเดียวกับเครือข่ายวิสาหกิจที่ประสบความสำเร็จในหลายประเทศ กล่าวคือ มีนวัตกรรมและการปรับปรุงกระบวนการผลิตใหม่ที่อยู่ในระดับสูงและต่อเนื่อง มีการลงทุนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการเข้าร่วมลงทุนของธุรกิจต่างชาติอย่างกว้างขวางมีตราสินค้าเป็นของตนเอง และมีการสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ มีส่วนแบ่งในตลาดโลกและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์สูง มีการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศสุทธิสูงมาก การจ้างงานมีการขยายตัวในอัตราที่สูง

### 3. ความเชื่อมโยงภายในและระหว่างอุตสาหกรรมโรงแรม

อุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทยมีความเชื่อมโยงกันภายในและกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ (มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, 2548, หน้า 56-64) ดังภาพที่ 2-7



ภาพที่ 2-7 ความเชื่อมโยงภายในและระหว่างอุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2546 อ้างถึงใน มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, 2548)

## 1. กลุ่มผู้ป้อนวัตถุดิบ

กลุ่มผู้ป้อนวัตถุดิบที่สำคัญของอุตสาหกรรมโรงแรม ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ให้บริการสาธารณูปโภคและพลังงาน ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องเขียน หนังสือพิมพ์ และวัสดุสิ้นเปลือง ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด และผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องใช้ที่ทำด้วยผ้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 1.1 อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

การให้บริการอาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญของการบริการในธุรกิจโรงแรม ในอุตสาหกรรมโรงแรมของไทยพบว่า โดยทั่วไปแล้วโรงแรมมียอดขายจากการให้บริการอาหารประมาณร้อยละ 31 ของยอดขายทั้งหมด และหากเป็นโรงแรมเพื่อการประชุม (Convention Hotel) บางแห่งอาจมีรายได้จากการให้บริการอาหารสูงถึงร้อยละ 50 – 70 ของยอดขายทั้งหมด ดังนั้น อุตสาหกรรมโรงแรมจึงเป็นอุตสาหกรรมที่พึ่งพาการป้อนวัตถุดิบจากอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ โรงแรมในประเทศไทยจะมีการซื้ออาหารและเครื่องดื่มประมาณร้อยละ 15.7 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการทั้งหมด อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่ป้อนวัตถุดิบให้อุตสาหกรรมโรงแรมเกือบทั้งหมดอยู่ในประเทศไทย แต่วัตถุดิบบางอย่างยังคงต้องมีการนำเข้า เนื่องจากคุณภาพของวัตถุดิบในประเทศยังไม่สามารถเทียบเท่าของต่างประเทศ เช่น ไวน์ เนื้อสัตว์ และเนื้อแกะ

### 1.2 ผู้ให้บริการสาธารณูปโภคและพลังงาน

#### 1.2.1 ผู้ให้บริการไฟฟ้า

ผู้ให้บริการไฟฟ้า ซึ่งก็คือ การไฟฟ้านครหลวง และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ถือว่ามีระดับของความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมในโรงแรมมากกว่าผู้ให้บริการสาธารณูปโภคและพลังงานประเภทอื่น เพราะอุตสาหกรรมโรงแรมนับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการใช้ไฟฟ้าค่อนข้างมากทำให้ค่าไฟฟ้าของโรงแรมในประเทศไทยโดยเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 9.5 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการทั้งหมด

#### 1.2.2 ผู้ให้บริการน้ำมันเชื้อเพลิง

ผู้ให้บริการน้ำมันเชื้อเพลิงหรือปั้มน้ำมันเข้ามาเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโรงแรม ในฐานะผู้ให้บริการน้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับยานพาหนะต่าง ๆ ของโรงแรม ซึ่งจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า โรงแรมในประเทศไทยมีค่าน้ำมันเชื้อเพลิงประมาณร้อยละ 1.1 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการทั้งหมด

#### 1.2.3 ผู้ให้บริการด้านสื่อสารและโทรคมนาคม

ระบบสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรม เช่น ระบบโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต ในการรับรองห้องพักจากลูกค้าและการติดต่อประสานงานกับภายนอก ดังนั้น อุตสาหกรรมโรงแรมจึงมีความเชื่อมโยงกับผู้ให้บริการสื่อสารและโทรคมนาคม เช่น บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน) บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัทที่ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า โรงแรมในประเทศไทยมีค่าไปรษณีย์ โทรศัพท์ และค่าบริการอินเทอร์เน็ต ประมาณร้อยละ 1.2 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด

#### 1.2.4 ผู้ให้บริการก๊าซ

การบริการของฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มของ โรงแรม ก๊าซหุงต้มเป็นพลังงานที่สำคัญในการประกอบอาหาร ซึ่งจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า โรงแรมในประเทศไทยจ่ายค่าก๊าซประมาณร้อยละ 0.5 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด

#### 1.2.5 ผู้ให้บริการน้ำประปา

โรงแรมจัดเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการใช้น้ำค่อนข้างมาก โรงแรมในเชียงใหม่ส่วนมากมักใช้น้ำจากการประปานครหลวง และการประปาส่วนภูมิภาค ซึ่งจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า โรงแรมในประเทศไทยมีค่าน้ำประปาประมาณร้อยละ 1.3 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด ทั้งนี้โรงแรมบางแห่งอาจมีการใช้น้ำจากแหล่งธรรมชาติ เช่น น้ำบาดาลทดแทน

#### 1.3 ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องเขียน หนังสือพิมพ์ และวัสดุสิ้นเปลือง

การซื้อเครื่องเขียน หมึกสี และหมึกดำที่ใช้ในงานช่างศิลป์และงานบริหาร และหนังสือพิมพ์เพื่อบริการลูกค้า ซึ่งเมื่อเรารวมค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องเขียน หนังสือพิมพ์ และวัสดุสิ้นเปลืองพบว่า มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 1.5 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด

#### 1.4 ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด

ความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญของธุรกิจโรงแรม ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและสเปรย์ดับกลิ่นต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งที่โรงแรมทุกแห่งจำเป็นต้องใช้ สำหรับโรงแรมในประเทศไทยพบว่า มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและสเปรย์ดับกลิ่น ประมาณร้อยละ 0.9 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด

#### 1.6 ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องใช้ที่ทำด้วยผ้า

เครื่องใช้ที่ทำด้วยผ้า เช่น ปลอกหมอน ผ้าปูเตียง และผู้ขนหนู เป็นต้น เป็นสิ่งที่จำเป็นที่ให้บริการลูกค้า ซึ่งโรงแรมในประเทศไทยจะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องใช้ที่ทำด้วยผ้าประมาณร้อยละ 0.6 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด

## 2. กลุ่มผู้ให้บริการเฉพาะทาง

### 2.1 บริษัทรับจ้างบริหารจัดการโรงแรม

โรงแรมหลายแห่งในประเทศไทยได้ว่าจ้างให้บริษัทรับจ้างบริหารจัดการโรงแรมของเครือข่ายโรงแรมเข้ามาบริหาร ซึ่งมีทั้งเครือข่ายสากล เช่น โฟร์ซีซั่นส์ สตาร์วูดส์ และแอคคอร์ด และเครือข่ายไทยอย่างดุสิตธานี อมารี และอิมพีเรียล โดยทั่วไปแล้วในการว่าจ้างให้บริษัทที่รับจ้างบริหารจัดการเข้ามาบริหารแทนเจ้าของ สัญญาในการบริหารจัดการโรงแรมจะประกอบด้วย

2.1.1 การบริหารงานประจำวันแทนเจ้าของรวมไปถึงการขาย การตลาด การรับจอง การทำบัญชี และการจัดซื้อและจัดจ้าง

2.2.2 การบริหารเชิงกลยุทธ์ เช่น การพัฒนาและบริหารกลยุทธ์การขาย การให้คำแนะนำเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ การเสนอทางเลือกทางการเงิน การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการออกแบบและก่อสร้าง การจัดทำระบบจัดจ้าง จัดซื้อ และการตรวจสอบภายใน

### 2.2 บริษัทผู้ให้บริการซ่อมแซมอาคารและสินทรัพย์

โรงแรมในประเทศไทยส่วนใหญ่ดำเนินการมานานกว่า 10 ปี และเป็นโรงแรมที่ดำเนินการมานานกว่า 20 ปี ถึงร้อยละ 40 ของจำนวนโรงแรมทั้งหมด จึงทำให้ต้องมีการปรับปรุงซ่อมแซมอาคารและสินทรัพย์ซึ่งจะต้องอาศัยผู้ให้บริการที่มีความชำนาญเฉพาะ โดยในปี พ.ศ. 2545 โรงแรมในประเทศไทยมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมอาคารและสินทรัพย์ ประมาณร้อยละ 3.2 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจการทั้งหมด

### 2.3 ผู้ให้บริการสื่อโฆษณา

การโฆษณาเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญอย่างหนึ่งเพื่อสร้างภาพลักษณ์และยอดขายของโรงแรม โดยทั่วไปแล้วผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทยจะโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ อิเล็กทรอนิกส์ โทรทัศน์ และวิทยุ

การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของโบรชัวร์ ไปสเตอร์ จะต้องอาศัยผู้ให้บริการพิมพ์สื่อดังกล่าว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ให้บริการในท้องถิ่นที่โรงแรมตั้งอยู่หรือในงานนิทรรศการ นอกจากนี้ยังมีโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์และแม็กกาซีนซึ่งมีผู้ให้บริการหลายระดับ ดังนี้ เช่น หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ “TICA Year Book” “The Venue Thailand” “ATTA Directory” “Hotel Directory” และ Thailand Official Directory” สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ระดับนานาชาติก็มีการโฆษณา โดยให้ส่วนลดหรือบาร์เตอร์เช่นกัน ตัวอย่างเช่น “Qantas Holiday Brochure” “CBS - Middle East Brochure” และ “World Trade Directory”

ส่วนการโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อาจอยู่ในลักษณะของ CD-ROM หรือเว็บไซต์ของโรงแรมหรือเครือข่าย และผู้ให้บริการเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น [www.asiatravel.com](http://www.asiatravel.com) เป็นต้น

สำหรับการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์นั้นมียอดค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่จะโฆษณาในรายการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นครั้งคราว เนื่องจากมีต้นทุนค่อนข้างสูง และส่วนการโฆษณาผ่านวิทยุนั้นส่วนใหญ่เป็นการโฆษณาในรายการวิทยุของสถานีในท้องถิ่นเป็นหลัก

ทั้งนี้ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาของโรงแรมในประเทศไทย โดยเฉลี่ยจะมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 1.2 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด

#### 2.4 บริษัทประกันภัย

โรงแรมส่วนใหญ่จะมีการทำประกันวินาศภัยสินทรัพย์ของตนไว้กับบริษัทรับประกันภัยต่าง ๆ ซึ่งจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า โรงแรมในประเทศไทยมีการจ่ายค่าเบี้ยประกันภัยในแต่ละปีประมาณร้อยละ 0.5 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด

#### 2.5 ผู้ให้บริการด้านตรวจสอบบัญชีและกฎหมาย

โรงแรมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลซึ่งต้องจัดทำงบการเงินส่งให้กระทรวงพาณิชย์ จำเป็นต้องอาศัยผู้ให้บริการด้านการตรวจสอบบัญชี นอกจากนี้โรงแรมอาจต้องมีการใช้บริการทงกฎหมายกับสำนักงานกฎหมายต่าง ๆ ในกรณีที่เกิดข้อพิพาทกับบุคคลภายนอกซึ่งจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า โรงแรมในประเทศไทยมีการจ่ายค่าบริการในการตรวจสอบบัญชีและบริการด้านกฎหมายประมาณร้อยละ 0.5 ของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด

2.6 ผู้ให้บริการอื่น ๆ ได้แก่ ด้านระบบคอมพิวเตอร์และไอที ผู้ให้บริการซักรีด และผู้ให้บริการรักษาความปลอดภัย

ปัจจุบันระบบคอมพิวเตอร์และไอทีเป็นสิ่งที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการโรงแรมไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการรับจองห้องพักและการเชื่อมต่อภายในและนอกองค์กร ผู้ให้บริการที่มีความชำนาญเฉพาะทางด้านไอทีจึงเข้ามามีบทบาทในการวางระบบคอมพิวเตอร์ให้กับโรงแรมในการทำความสะอาดเครื่องใช้ที่เกี่ยวข้องกับผ้า โรงแรมอาจมีการใช้บริการจากผู้ให้บริการซักรีดโดยเฉพาะ เนื่องจากมีความชำนาญและมีอุปกรณ์ที่เพียงพอ นอกจากนี้โรงแรมหลายแห่งโดยเฉพาะโรงแรมขนาดใหญ่จะมีการว่าจ้างบริษัทรักษาความปลอดภัยเข้ามาช่วยดูแลความสงบเรียบร้อยภายในโรงแรม

### 3. กลุ่มผู้จัดจำหน่าย

โดยทั่วไปแล้วในการจัดจำหน่ายห้องพักของผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทยสามารถทำได้หลายทางไม่ว่าจะเป็นฝ่ายขายของบริษัท เว็บไซต์ของโรงแรม การขายในงานแสดงสินค้าการท่องเที่ยว และลูกค้าบางส่วนที่เป็นลูกค้าที่เข้ามาหาที่พักโดยมิได้จองก่อน (Walk in) ซึ่งเป็นกลุ่มที่จะมีสัดส่วนค่อนข้างสูงสำหรับโรงแรมต่ำกว่า 4 ดาว แต่โรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไปจะมีช่องทางการขายที่สำคัญอื่น ๆ อีก ที่ต้องอาศัยผู้จัดจำหน่ายเข้ามาเป็นตัวกลางในการขาย ได้แก่

บริษัทนำเที่ยวและตัวแทนจัดการท่องเที่ยว เครื่องขายโรงแรม และศูนย์กลางระบบการตลาดร่วมทั่วโลก (Global Distribution System: GDS)

บริษัทนำเที่ยวและตัวแทนจัดการท่องเที่ยว

ในการจัดจำหน่ายผ่านบริษัทนำเที่ยวและตัวแทนจัดการท่องเที่ยว นั้น ผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทยมีการใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ดังนี้

บริษัทนำเที่ยวและตัวแทนจัดการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ เช่น “Royal Orchid Holiday” “Asian Trails” “Diethelm Travel” “East West Siam” และ “Turismo Thai” ซึ่งมีตลาดที่กว้างครอบคลุมหลายประเทศ “Insight (Thailand)” มีตลาดหลักเป็นชาวยุโรปและ “JTB (Thailand)” และ “S.M.I Travel” มีตลาดหลักเป็นชาวญี่ปุ่น เป็นต้น

บริษัทนำเที่ยวและตัวแทนจัดการท่องเที่ยวของต่างประเทศ เช่น “SAGA Holidays” “Touchdown World Travel Specialist” “Thomas Cook Holidays” จากประเทศอังกฤษ “Qantas Holidays” “Venture Holidays” และ “I-Xplore Travel” จากออสเตรเลีย “Gulliver’s Pacific” และ “Travel Plan” จากนิวซีแลนด์ เป็นต้น

และยังพบว่าโรงแรมในประเทศไทยที่มีการขายผ่านบริษัทนำเที่ยวและตัวแทนจัดการท่องเที่ยวจะมีการขายผ่านทางช่องทางนี้ประมาณร้อยละ 10-30 ของการขายห้องพักทั้งหมด

เครื่องขายโรงแรม

โรงแรมที่เป็นเครือของกลุ่มโรงแรมจะอาศัยเครือข่ายของกลุ่มโรงแรมเป็นช่องทางการขายที่สำคัญ โดยเฉพาะเครือข่ายของกลุ่มโรงแรมสากลที่มีช่องทางการตลาดที่กว้างขวาง

นอกจากเครือข่ายของกลุ่มโรงแรมของตนแล้วยังมีเครือข่ายของพันธมิตรนานาชาติ เช่น เอเชียัน โฮเต็ลส์ อัลไลแอนซ์ (Asian Hotels Alliance: AHA) นอกจากนี้ยังพบว่าโรงแรมที่เป็นเครือข่ายของกลุ่มโรงแรมจะมีสัดส่วนการขายผ่านเครือข่ายของกลุ่มร้อยละ 20 – 30 ของการขายห้องพักทั้งหมด

ศูนย์กลางระบบการตลาดร่วมทั่วโลก (Global Distribution System: GDS)

ระบบ GDS ซึ่งเป็นระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ ที่กลุ่มบริษัทหรือองค์กรได้เข้าร่วมกันแสดงข้อมูลของตนเองเพื่อจุดประสงค์หนึ่ง เพื่อให้ผู้ใช้ที่อยู่ ณ ที่ต่าง ๆ สามารถเข้าถึงข้อมูลและทำการปรับเปลี่ยนข้อมูลได้ทันที ระบบ GDS นั้นเริ่มแรกถูกใช้โดยบริษัทนำเที่ยว (Travel Agency) เพื่อให้บริการทางด้านการจองตั๋วเครื่องบิน แต่ในภายหลังบริษัทสายการบินต่าง ๆ ได้ลดการจ่ายค่าหน้าหน้า (Commission Fee) แก่บริษัทนำเที่ยวลง ทำให้บริษัทนำเที่ยวได้หันความสนใจรายได้ที่มาจากบริการจองห้องพักระบบ GDS จึงเพิ่มระบบที่ให้บริการจองห้องพักที่โรงแรม โดยจะแสดงรายละเอียดประเภทของห้องพัก อัตราของห้องพัก ณ ช่วงเวลาต่าง ๆ ใน



รอบปี พร้อมทั้งรายละเอียดเสริมเกี่ยวกับโรงแรม ตัวอย่างระบบ GDS ที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ได้แก่ Sabre Galileo, Amadeus และ Worldspan ซึ่งระบบ GDS นี้มีโรงแรมหลายแห่งให้บริการอยู่ โดยเฉพาะโรงแรมในเครือซึ่งพบว่า การขายห้องพักผ่านระบบ GDS นั้นมีส่วนไม่เกินร้อยละ 20 ของห้องพักทั้งหมด

#### 4. สถาบันที่เกี่ยวข้อง

สถาบันที่เกี่ยวข้องกับสถาบันโรงแรมในประเทศไทย ได้แก่ สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา และสมาคมของผู้ประกอบการ

4.1 สถาบันการเงิน เนื่องจากเงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้น ๆ ในการลงทุนในกิจการลงทุนในกิจการโรงแรม โดยเฉพาะโรงแรมในระดับ 4 ขึ้นไป ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนมหาศาล ทั้งในการก่อสร้าง ตกแต่งตัวอาคาร และการดำเนินงาน ผู้ประกอบการหลายรายจึงต้องพึ่งพาเงินทุนจากสถาบันการเงินจนทำให้รายจ่ายค่าดอกเบี้ยของโรงแรมในประเทศไทยสูงถึงร้อยละ 11.5 ของการดำเนินงานทั้งหมด ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่มีสัดส่วนค่อนข้างสูง

4.2 สถาบันการศึกษาได้เข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมโรงแรม ในลักษณะของการผลิตบุคลากรป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรม และการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรม ในด้านการผลิตบุคลากรนั้นสถาบันการศึกษาในประเทศไทยจะมุ่งผลิตบุคลากรระดับปฏิบัติการเป็นส่วนใหญ่ โดยผลิตได้มากกว่า 4,000 คนต่อปี ส่วนในด้านการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรม สถาบันการศึกษายังเข้ามามีบทบาทค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่จะเน้นการศึกษาด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยว และไม่เจาะลึกในระดับอุตสาหกรรมโรงแรม แต่ก็มีส่วนศึกษาวิจัยด้านการปฏิบัติการในโรงแรมให้เห็นบ้างสมาคมผู้ประกอบการ

ภายในอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ประกอบการโรงแรมได้มีการรวมตัวกันเป็น (สมาคมโรงแรมไทย) จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสมาชิกในการแก้ไขข้อขัดข้องต่าง ๆ การเจรจาข้อตกลงกับบุคคลภายนอก ตลอดจนการร่วมมือและประสานงานกับภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมการทำธุรกิจโรงแรมให้มีมาตรฐานที่ดี ปัจจุบันมีโรงแรมที่เป็นสมาชิกทั่วประเทศทั้งสิ้น 428 ราย

สมาคมโรงแรมไทยนั้นถือว่าเป็นสถาบันมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมโรงแรมไทยโดยเฉพาะการจัดทำมาตรฐานโรงแรมในประเทศไทย จัดแบ่งมาตรฐานเป็น 5 ระดับมาตรฐาน จากระดับมาตรฐานที่น้อยที่สุดคือ 1 ดาว ไปหามาตรฐานสูงสุดคือ 5 ดาว ซึ่งปัจจุบันมีโรงแรมสมัครเข้าร่วมจัดมาตรฐาน 86 แห่ง และได้ตั้งเป้าหมายว่าภายในปี พ.ศ. 2547 จะมีโรงแรมสมัครเข้าร่วมโครงการนี้ 1,000 แห่ง (ไทยรัฐ, 2547 อ้างอิงใน มิ่งสรรพ์ ชาวสอาด, 2548)

## 5. หน่วยงานภาครัฐ

5.1 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เข้ามามีบทบาทในทางอ้อมกับอุตสาหกรรมโรงแรมด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

5.2 กระทรวงมหาดไทย ตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 ในการประกอบกิจการโรงแรม ผู้ประกอบการจะต้องจดทะเบียนกับกระทรวงมหาดไทย และให้อำนาจกระทรวงมหาดไทยให้ในการออกกฎกระทรวง วางระเบียบการและกำหนดค่าธรรมเนียมต่าง ๆ อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่า โรงแรมและที่พักหลายแห่งไม่ได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวเนื่องจากไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดของการเป็นโรงแรมที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย

5.3 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะผู้จัดเก็บรายได้ ในรูปของภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีป้ายและภาษีโรงแรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2545 รัฐบาลได้จัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาขึ้นเพื่อรับผิดชอบโดยตรงในการพัฒนาศาสตร์การท่องเที่ยว การออกกฎหมาย และดำเนินการเกี่ยวกับกฎหมายการท่องเที่ยว การกำหนดและควบคุมมาตรฐานสินค้าและการท่องเที่ยว รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546)

ลักษณะพิเศษของอุตสาหกรรมโรงแรม

### 1. การแข่งขัน

อุตสาหกรรมโรงแรมเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง โดยการแข่งขันจะเน้นที่การสร้าง แบนด์ ที่ตั้งโรงแรม คุณภาพการให้บริการ และราคา โดยทั่วไปแล้วโรงแรม 3 ดาวลงมาจะมีการแข่งขันสูงกว่าโรงแรม 4 – 5 ดาว และแข่งขันในทุกรูปแบบ ส่วนโรงแรม 4 – 5 ดาว จะแข่งขันในด้านคุณภาพการให้บริการมากกว่าราคา

### 2. ความเป็นฤดูกาล

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นฤดูกาล ในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศในเขตอบอุ่นฤดูกาลที่มีการใช้โรงแรมน้อย คือ ตั้งแต่เดือนธันวาคม – เดือนมีนาคม แต่ในทางกลับกันประเทศที่ตั้งในเขตร้อนและประเทศในซีกโลกใต้ฤดูกาลท่องเที่ยวจะเป็นไตรมาสที่ 4 และไตรมาสที่ 1

### 3. ทรัพย์สินทางปัญญา

ทรัพย์สินทางปัญญาของอุตสาหกรรมโรงแรมจะเป็นชื่อทางการค้า เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ (Service Marks) และตราสินค้า ซึ่งล้วนเป็นทรัพย์สินที่มีค่าของกิจการ โรงแรม

ที่เป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา เหล่านี้สามารถขายสิทธิการใช้เครื่องหมายการค้าของตนให้กับโรงแรมอื่น ๆ ได้ แล้วได้ค่าตอบแทนตามที่ตกลงกันในสัญญา

#### 4. ความอ่อนไหวต่อสถานการณ์ทางการเมืองและสังคม

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่อ่อนไหว การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่รุนแรง เช่น การมีรัฐประหาร การก่อการร้าย เช่น ในปี พ.ศ. 2544 เมื่อมีปัญหากันยาทมิฬ (September 11) ปรากฏว่ารายได้จากการบริหารโรงแรมกลุ่ม Four Seasons ลดลงจาก 125.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2543 เหลือ 95.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2544 ซึ่งก่อนหน้านั้นรายได้ดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 10.4 ต่อปี (มิ่งสรรพ ขาวสอาด, นุกูล เครือฟู, และอัศวพงศ์ อินทอง, 2548)

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้รวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและมีความสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา ดังนี้

1. งานวิจัยด้านความสามารถในการแข่งขันและแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ
2. งานวิจัยด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ
3. งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวและ โรงแรม

#### 1. งานวิจัยด้านความสามารถในการแข่งขันและแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ

ในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจโรงแรมที่พักด้วยการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจนั้นจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงกันอย่างเข้มแข็งซึ่งความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจท่องเที่ยวและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพบว่าม้งานวิจัยทางธุรกิจจำนวนมากที่ให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย ในขณะที่ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กยังมีการศึกษาวิจัยไม่มากเท่าที่ควร (Tinsley & Lynch, 2001) ทั้งนี้ในงานวิจัยของ Jakson (2004) ทฤษฎีคลัสเตอร์ท่องเที่ยวของพอร์เตอร์สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันได้แต่ในระดับธุรกิจจุลภาคก็ควร จะได้รับการสนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาอย่างมากด้วยเช่นเดียวกัน ซึ่งพื้นฐานของความเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายสามารถเกิดขึ้นได้ใน 3 รูปแบบ สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก (Mitchell, 1973) ได้แก่ 1) การแลกเปลี่ยนระหว่างเครือข่าย เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทหรือองค์กรขนาดเล็ก

ที่ย่อมต้องมีผลประโยชน์ทางการค้าเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการค้าเงินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและต้องเกิดผลกำไรทางธุรกิจ เช่น การแลกเปลี่ยนทางการเงิน มีการซื้อขายและค่าใช้จ่าย นำมาสู่การก่อให้เกิดรายได้ ซึ่งหัวใจสำคัญของการแลกเปลี่ยนที่ประสบความสำเร็จก็คือหุ้นส่วนทางการค้า 2) การสื่อสารระหว่างเครือข่าย หมายถึงองค์กรที่ไม่มีการเชื่อมโยงด้านการค้าแต่มีกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจ เช่น ที่ปรึกษาต่างๆ ภาครัฐส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานต่างๆ ที่มีหน้าที่ป้อนข้อมูลข่าวสารให้กับธุรกิจ ซึ่งข้อมูลที่เกิดการได้รับนั้นมีส่วนต่อความสามารถในการแข่งขันของกิจการ 3) เครือข่ายทางสังคม / การคบค้าสมาคมระหว่างเครือข่าย เกิดจากผู้เป็นเจ้าของกิจการที่เป็นญาติหรือเป็นครอบครัวเดียวกัน เป็นเพื่อน หรือเป็นคนรู้จัก เป็นเครือข่ายระหว่างบุคคลซึ่งเป็นก่อให้เกิดการติดต่อสื่อสารกันอย่างแนบแน่นระหว่างบุคคลในเครือข่าวนั้น (Szarka, 1990) นอกจากนี้ในแนวทางการพัฒนาเครือข่ายเพื่อให้เกิดผลที่ดีนั้นเป็นที่น่าสนใจว่าการจัดสรรเกี่ยวกับผลประโยชน์ด้านการเงินให้กับธุรกิจขนาดเล็กจะส่งผลต่อการพัฒนาการรวมกลุ่มให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น ดังเช่นในงานวิจัยของ Morrison (1994) ได้กล่าวไว้ว่าธุรกิจขนาดเล็กนั้นมักจะมีอำนาจในการต่อรองน้อย ดังนั้นควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางการเงินให้รอบคอบ คำนึงถึงต้นทุน ค่าใช้จ่าย และเงื่อนไขเกี่ยวกับผลประโยชน์และกำไรที่ธุรกิจขนาดจะพึงได้รับ (สอดคล้องกับ Littlejohn, Foley, and Lennon, (1996) ที่ศึกษาพบว่าทัศนคติในทางบวกของสมาชิกในเครือข่ายต่อการให้การสนับสนุนเครือข่ายและวัตถุประสงค์ของเครือข่ายเกิดจากการจัดสรรการเงินที่ลงตัว รวมทั้งรูปแบบของเครือข่ายที่ดีควรมีการผสมผสานระหว่างการควบคุมและการสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นกับสมาชิกไปพร้อม ๆ กัน (Szarka, 1990)

ในผลงานวิจัยของ Nordia (2003) ได้อธิบายไว้ว่าคลัสเตอร์ภายในแหล่งท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ แต่คลัสเตอร์ยังคงต้องการการพัฒนาเพื่อให้คลัสเตอร์นั้นเติบโตขึ้นอย่างมีศักยภาพ ในขณะที่งานวิจัยของ Novelli, Schmitz, and Spencer (2005) พบว่า กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายและการพัฒนาคลัสเตอร์การท่องเที่ยวไม่ใช่สิ่งง่ายและไม่สามารถเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติต้องอาศัยความเชื่อมโยงและความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายอย่างแข็งแกร่ง ซึ่งสอดคล้องกับ Jackson and Murphy (2002) ศึกษาพบว่า ศักยภาพของธุรกิจท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่ง คือ Albury – Wodonga ประเทศออสเตรเลีย และ Victoria ประเทศแคนาดาเกิดจากความร่วมมือกันในการส่งเสริม และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน เช่นเดียวกับกับผลงานวิจัยของเท็ดสคักดี สุวรรณปิฎก (2548) พบว่า ผู้ประกอบการได้รับนโยบายและการส่งเสริมด้านการพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มจากภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งด้านการฝึกอบรม ให้ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญและวิธีการสร้างเครือข่าย และประโยชน์ของการรวมกลุ่ม มีบุคลากรจากรัฐมาให้ความช่วยเหลือในการจัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ รวมทั้งมีการจัดการแหล่งข้อมูล

ความรู้ด้านการพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มให้กันคว่าได้สะดวก ในอนาคตผู้ประกอบการต้องการให้ภาครัฐและองค์กรเป็นผู้ประสานให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่ม สนับสนุนเงินทุน และจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการบางรายไม่เข้าใจความร่วมมือแบบเครือข่ายและการรวมกลุ่ม ผู้ประกอบการทั้งหมดเชื่อว่าการจัดทำเครือข่ายและการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีประโยชน์ต่อธุรกิจมาก ผู้ประกอบการส่วนมากอธิบายว่า ยังขาดความเข้าใจในการร่วมกันจัดทำเครือข่ายและการรวมกลุ่มจึงยังไม่ได้จัดทำ ผู้ประกอบการทั้งหมดต้องการความร่วมมือแบบเครือข่ายและการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สอดคล้องกับงานวิจัยของเกรียงไกร กันแก้ว และคณะ (ม.ป.ป.) ที่พบว่า การที่วิสาหกิจชุมชนจะพัฒนาให้มีเครือข่ายที่เข้มแข็งนั้นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายทั้งจากกลุ่มวิสาหกิจเอง องค์กรภาครัฐ องค์กรเอกชน สถานศึกษาเยาวชน ผู้นำชุมชน เพราะแนวคิดของวิสาหกิจชุมชนนั้นคือเพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน การที่เครือข่ายจะตั้งอยู่อย่างมั่นคงได้ต้องอาศัยความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ร่วมมือร่วมใจกันที่จะสานต่อและดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง และเปิดโอกาสให้ทุกคนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของเครือข่าย นอกจากนี้ในการจัดตั้งเครือข่ายปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อความล้มเหลวของเครือข่าย คือ ความไม่พร้อมของกลุ่มวิสาหกิจ เนื่องจากการก่อตั้งมักอยู่บนรากฐานของเศรษฐกิจหรือการได้รับงบประมาณจากภาครัฐมากกว่าเป้าหมายหลักของวิสาหกิจคือการพึ่งพาตนเอง หรือการที่กลุ่มยังไม่มีเป้าหมายอย่างชัดเจน และยังไม่ได้รับการยอมรับในสังคม รวมทั้งเงินทุนที่ยังขาดแคลนอยู่

จากการศึกษาข้างต้นพบว่าหน่วยงานภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายจนกระทั่งเครือข่ายนั้นจะประสบความสำเร็จหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับภาครัฐ เช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ferreira (2003) และ Brown and Geddes (2007) มีความเห็นตรงกันว่าภาครัฐควรให้การสนับสนุนและให้เงินทุนในโครงการต่าง ๆ เพื่อดึงดูดการลงทุนของภาคเอกชน รวมทั้งการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เนื่องจากคลัสเตอร์ท่องเที่ยวที่นั่นสามารถแก้ไขปัญหาอุปสรรคจากวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ได้ และเป็นที่น่าสนใจว่าในงานวิจัยของ Nordin (2003) นั้นได้กล่าวไว้ว่า คลัสเตอร์ไม่สามารถเกิดขึ้นได้จากภาครัฐเพียงอย่างเดียว คลัสเตอร์เป็นกระบวนการที่มีพลวัตจำเป็นต้องใช้ระยะเวลายาวนานในการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนา โดยปกติแล้วนั้นคลัสเตอร์จะเกิดจากการริเริ่มจากภาคเอกชนเป็นอันดับแรกซึ่งไม่อาจเกิดขึ้นได้จากนโยบายของภาครัฐเพียงอย่างเดียว พื้นฐานการรวมกลุ่มอาจเกิดขึ้นจากการเผชิญวิกฤตปัญหาาร่วมกันและปัญหาด้านทักษะของกิจการต่าง ๆ ซึ่งการหาปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จนั้นยังไปเพียงพอต่อการพัฒนาเครือข่าย ปัจจัยที่ควรนำมาพิจารณา

ร่วมกัน ได้แก่ ประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นที่เป็นพื้นฐานของเครือข่าย จารีตประเพณี ขนบธรรมเนียม และวัฒนธรรมต่าง ๆ โครงสร้างทั่วไปของท้องถิ่น เงื่อนไขเฉพาะที่มีอยู่ในพื้นที่ รวมถึงโอกาส และปัจจัยที่เป็นบวกที่มีอยู่ในพื้นที่ ดังนั้นคลัสเตอร์แต่ละที่ควรมีการพัฒนาและปฏิบัติตามกลยุทธ์ของแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกันไป การแทรกแซงใด ๆ และกรอบของภาครัฐจำเป็นต้องมีการปรับให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของพื้นที่นั้น ๆ Ketels, and Sölvell (n.d.) กล่าวว่ามีนักวิจัยจำนวนมากที่ระบุว่ากฎระเบียบและข้อบังคับเป็นเหตุผลสำคัญในการขัดขวางการดำเนินงานให้เกิดอุปสรรค เช่น การลดการส่งเสริมแรงงาน หรือการเพิ่มภาษี เป็นต้น ดังนั้นการพัฒนาความแตกต่างด้านความสามารถเฉพาะทางในแต่ละคลัสเตอร์จึงเป็นสิ่งสำคัญ ศักยภาพหรือความสามารถเหล่านี้จะช่วยลดทอนอุปสรรคและช่วยสร้างผลการดำเนินงานให้ดีขึ้นได้ และคลัสเตอร์ในท้องถิ่นก็มีส่วนในการพัฒนากิจการให้มีระดับการสร้างผลผลิตภาพและนวัตกรรมที่สูงขึ้นได้

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประกอบด้วยธุรกิจท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีห่วงโซ่ธุรกิจสัมพันธ์กัน เช่น การขนส่ง โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น เมื่อเป็นเช่นนั้น ธุรกิจท่องเที่ยวจึงมักตั้งราคาตัวเองแต่ก็ยังคงพึ่งพิงกัน เพราะแต่ละธุรกิจเป็นส่วนประกอบของการเดินทางท่องเที่ยว ปัญหาการตั้งราคาทำให้สินค้าท่องเที่ยวส่วนมากคือคุณภาพ เนื่องจากไม่มีทุนพอที่จะส่งเสริมผลผลิตภาพการบริการได้ (Keller, 2003) ดังนั้นการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจถือเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ (Porter, 1998) ที่สามารถสร้างความเปรียบเชิงกลยุทธ์ให้กับอุตสาหกรรมท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงของตลาด โดยการความร่วมมือของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า ธุรกิจจัดหาสินค้า และธุรกิจสนับสนุนให้ผู้ร้อยโยงเข้าด้วยกัน ความเชื่อมโยงที่เกิดขึ้นนี้ส่งผลดีต่อการลดต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งระบบ (Porter, 1998; UNIDO, 1999; บุริม โอทกานนท์, 2549) อีกทั้งการรวมกลุ่มเครือข่ายยังก่อให้เกิดการติดต่อและส่งต่อลูกค้าระหว่างธุรกิจ รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร (Best, 1998; Porter, 1998; เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2543) และประสบความสำเร็จระหว่างกันเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการดำเนินกิจกรรมของตนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและสร้างนวัตกรรมด้านสินค้า / บริการใหม่ ๆ เกิดขึ้น (ฉพงษ์ สงวนนภภาพร, 2548; Morgan, 1997; Keeble & Wilkinson, 2000) อย่างไรก็ตามปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้เครือข่ายนั้นสามารถที่จะพัฒนาขึ้นได้เพราะว่าการพบกันตัวต่อตัวเหล่านี้มีประโยชน์ต่อธุรกิจขนาดย่อมที่มีความสามารถจำเพาะซึ่งสามารถที่จะเข้าสู่ตลาดเฉพาะ (Niche Market) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีหรือลูกค้า ความถูกต้องและรวดเร็วของการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันจะช่วยทำให้ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่หรือนวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่เข้ามาใช้ในกระบวนการทำงานได้มีประสิทธิภาพได้อย่างรวดเร็ว (Rosenfeld, 1997) และปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนกลไกการพัฒนา

เครือข่ายดังกล่าวให้ประสบความสำเร็จนั้น ได้แก่ การจัดสรรผลประโยชน์ทางการเงินให้กับธุรกิจ (Morrison, 1994) ซึ่ง Littlejohn, Foley, and Lennon (1996) ได้ศึกษาด้านความรู้ความเข้าใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ พบว่า ทักษะคติในทางบวกของสมาชิกในเครือข่ายต่อการให้การสนับสนุนเครือข่าย เกิดจากการจัดสรรการเงินอย่างลงตัวให้กับสมาชิก ซึ่งเป็นการสร้างความสมดุลในด้านการแข่งขันของธุรกิจด้วยการผสมผสานระหว่างการควบคุมและการสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน ซึ่งยืนยันผลการศึกษาโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2551) ได้ศึกษาการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตั้งแต่ธุรกิจขนาดใหญ่จนถึงขนาดย่อมในจังหวัดที่มีชื่อเสียงติดอันดับของประเทศ คือ จังหวัดภูเก็ตและจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง พบว่า ธุรกิจท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มักใช้กลยุทธ์การแข่งขันตัดราคา มีการดำเนินงานแบบลำพัง (Stand – alone) มากกว่าที่จะร่วมมือเป็นเครือข่าย

ผลการศึกษาเครือข่ายวิสาหกิจในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ของประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่ยังขาดการเชื่อมโยงเป็นระบบเครือข่ายวิสาหกิจที่สมบูรณ์ดังเช่นงานวิจัยของ พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเซรามิก ศิลาดล และวีชนีกร วุฒิสเรษฐไพบูลย์ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า หัตถอุตสาหกรรมทั้ง 2 แห่ง เป็นเพียงแหล่งธุรกิจของอุตสาหกรรมที่มีการก่อตั้งภายในพื้นที่เดียวกัน แต่ลักษณะดังกล่าวเป็นปัจจัยเบื้องต้นของการเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ โดยธรรมชาติหรือเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่ยังไม่พัฒนา ถ้าหากได้รับการแก้ไขและสนับสนุน เช่น การสร้างกิจกรรมระหว่างผู้ประกอบการ จัดหาผู้ประสานงานเพื่อทำหน้าที่เป็นคนกลาง การให้รู้จักประเมินตนเองในด้านต่าง ๆ จัดทำระบบติดตามและประเมินผลเครือข่ายวิสาหกิจ เป็นต้น

การศึกษาข้างต้นจะเห็นได้ว่าปัญหาของการพัฒนาศักยภาพการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจนั้นจำเป็นต้องอาศัยการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนัก และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือให้กับสมาชิกในเครือข่ายบนพื้นฐานของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน (Malecki, & Tootle, 1997) เพื่อกระตุ้นให้สมาชิกเห็นความสำคัญและความจำเป็นในการร่วมมือกันในการเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจของตนเองซึ่งผู้ประกอบการจะมีความสามารถในการเรียนรู้จากประสบการณ์และแสวงหาความรู้เพิ่มเติมในเรื่องที่สนใจ (อาทิตย์ วุฒิกะโร, 2543; Minniti, & Bvgrave, 2000) ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีระดับความรู้เข้าใจด้านเครือข่ายแตกต่างกันเห็นว่าแนวคิดเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจเป็นสิ่งที่ดีแต่ยังไม่แน่ใจว่าการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจจะเป็นไปได้ สาเหตุหนึ่งเนื่องจากความไม่ต่อเนื่องในนโยบายรัฐ (Rodriguez –

Clare, 2005) รวมทั้งการเกิดความระแวงและขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน โดยภาพรวมยังขาดแกนหลักในการบริหารจัดการเครือข่าย (Bogdan, 2007; Stuart, 2002; Martin, & Sunley, 2003) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) ศึกษาเรื่อง แผนที่เครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ พบว่า 1. ความตระหนักเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ ผู้กำหนดนโยบายมีความตระหนักเป็นอย่างดีในนโยบายการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของรัฐบาลแต่ยังมีระดับความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของเครือข่ายวิสาหกิจและวิธีการแตกต่างกัน โดยผู้กำหนดนโยบายส่วนมากเข้าใจว่าเครือข่าย เครือข่ายวิสาหกิจ/คลัสเตอร์ และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เป็นเรื่องเดียวกัน ซึ่งที่จริงแล้วทั้ง 3 ประเภท อาจจะมี ความหมายต่างกัน 2. การยอมรับและความร่วมมือ ผู้กำหนดนโยบายและเจ้าหน้าที่ภาครัฐยอมรับและให้ความร่วมมือในการผลักดันการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเป็นอย่างดี แต่ก็ไม่สามารถดำเนินการสนับสนุนได้อย่างเต็มที่ เพราะขาดบุคลากรและงบประมาณ ในขณะที่ผู้ประกอบการเอกชนยอมรับว่า แนวคิดเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจเป็นสิ่งที่ดี แต่ส่วนมากยังไม่แน่ใจว่าการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจจะเป็นไปได้ สาเหตุหนึ่งเนื่องจากความไม่ต่อเนื่องในนโยบายรัฐ โดยเฉพาะนโยบายของจังหวัด เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผู้ว่าราชการจังหวัด การสนับสนุนก็มักจะเปลี่ยนแปลงไปตามความถนัดและวิสัยทัศน์ของผู้ว่าราชการจังหวัดนั้น ๆ ส่วนสาเหตุอื่น ได้แก่ผู้ประกอบการยังมีความระแวงและขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และยังต้องการให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนและกำกับดูแลแทนที่จะให้ผู้ประกอบการดำเนินการกันเอง 3. ระดับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ เครือข่ายส่วนใหญ่ยังมีลักษณะของการรวมตัวกันอย่างหลวม ๆ และเป็นการจัดตั้งจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชนภายนอกกลุ่มมากกว่าที่จะผลักดันมาจากภายในกลุ่มผู้ประกอบการเอง นอกจากนี้ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจยังขาดการประสานงานกัน ทำให้เครือข่ายวิสาหกิจส่วนใหญ่ขาดเป้าหมายและแผนดำเนินการที่ชัดเจนไม่มีกิจกรรมต่อเนื่องและไม่มีการติดตามประเมินผล 4. ศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจในภาพรวม เครือข่ายวิสาหกิจส่วนใหญ่จะขาดผู้นำ ดังนั้น เป้าประสงค์การดำเนินกิจกรรมของเครือข่ายวิสาหกิจ จึงถูกชี้นำและกำหนดจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เครือข่ายวิสาหกิจที่เป็นกลุ่มการผลิตในระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มักจะเชื่อมโยงในลักษณะแนวตั้งมากกว่าจะเชื่อมโยงกับผู้ประกอบอื่นในธุรกิจเดียวกัน อีกทั้งสถาบันเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องก็มีบทบาทและส่วนร่วมในเครือข่ายวิสาหกิจเหล่านั้นน้อยมาก การวิเคราะห์คุณลักษณะร่วมของเครือข่ายวิสาหกิจที่อยู่ในแต่ละกลุ่มและเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มศักยภาพระดับต่าง ๆ ทั้ง 4 กลุ่ม ได้ดังนี้

1. เครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มศักยภาพสูง เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวค่อนข้างดีและอยู่ในตลาดที่มีศักยภาพ โดยการริเริ่มจากผู้ประกอบการเอง มีเป้าหมายหรือจุดประสงค์บางอย่างร่วมกัน



อย่างชัดเจน และใช้ระยะเวลาในการพัฒนามานานกว่า 1 ปีขึ้นไป แต่ยังมีองค์ประกอบไม่ครบถ้วน สมบูรณ์ตามห่วงโซ่อุปทาน และมีการพัฒนาความเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกเครือข่าย วิชาธุรกิจที่เข้มแข็งขึ้นเรื่อย ๆ

2. เครือข่ายวิชาธุรกิจในกลุ่มกำลังพัฒนา เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวค่อนข้างดี แต่อยู่ใน ตลาดที่มีศักยภาพไม่สูงนัก มีการริเริ่มการรวมตัวจากภาครัฐและเอกชนในสัดส่วนที่เท่ากัน ส่วนใหญ่มีการรวมตัวกันมากกว่า 1 ปี

3. เครือข่ายวิชาธุรกิจในกลุ่มกำลังแสวงหาทิศทาง เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวไม่เหนียวแน่น แต่อยู่ในตลาดที่มีศักยภาพ มีการริเริ่มการรวมตัวจากภาครัฐและเอกชนในสัดส่วนที่เท่ากัน มีการรวมตัวน้อยกว่า 1 ปี และรวมตัวกันเนื่องจากเห็นประโยชน์ร่วมกัน กลุ่มนี้มีโอกาสเติบโต ของธุรกิจสูง

4. เครือข่ายในกลุ่มเพิ่งเริ่มรวมตัวกัน เป็นกลุ่มที่รวมตัวกันไม่เหนียวแน่นและอยู่ใน ตลาดที่ไม่มีศักยภาพ โดยริเริ่มการรวมตัวจากผู้ประกอบการเป็นส่วนใหญ่ แต่เป็นการรวมกลุ่มกัน เพราะว่ามีสถานที่ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน ส่วนใหญ่มีการรวมตัวกันมากกว่า 1 ปี

ตัวอย่างกรณีศึกษากรณีศึกษาของณพงษ์ สงวนนภาพร (อ้างอิงใน สำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548) ได้ศึกษาตัวอย่าง คลัสเตอร์ที่ประสบความสำเร็จ คือ Hotel De Charm จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีจุดเริ่มต้น วิธีการดำเนินงาน วิสัยทัศน์ ร่วมของกลุ่ม ผลการดำเนินงาน ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการพัฒนา คลัสเตอร์ และบทเรียนจากการดำเนินงาน ดังนี้

#### 1. จุดเริ่มต้น

จุดเริ่มต้นกลุ่มคลัสเตอร์ Hotel De Charm จังหวัดเชียงใหม่ ได้ริเริ่มขึ้นจาก การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็น Boutique Hotel 5 ราย ได้แก่ โรงแรม แพนมาริน วิลเลจ โรงแรมสวายเรียจ โรงแรมตรีญาธรส โรงแรมสุกันทรา และโรงแรมเก้าไม้ ล้านนา ซึ่งโรงแรมทั้ง 5 เป็นโรงแรมที่มีเอกลักษณ์ สื่อถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น มีการตกแต่งและ ให้บริการที่มาตรฐานสูง ได้มีแนวคิดร่วมกันว่า “รวมกันเมื่อภัยมา รวมกันเมื่อเห็นประโยชน์” จึงได้เริ่มจัดทำเว็บไซต์ “Hotel & Charm Cluster” ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของกลุ่มและคาดว่าในอนาคตจะมีกิจกรรมและกระบวนการต่าง ๆ ต่อเนื่องไปสู่ธุรกิจอื่นที่สนับสนุนการท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

#### 2. วิธีการดำเนินงาน

2.1 จัดประชุมกลุ่มโรงแรม Hotel De Charm ซึ่งมีการรวมตัวกันอย่างหลวม ๆ เพื่อ ค้นหาปัญหาและแนวทางแก้ไขร่วมกัน โดยจัดผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาท่องเที่ยวมาเป็นวิทยากร

2.2 ดำเนินกิจกรรมที่สมาชิกมีปัญหาาร่วมกัน เช่น ปัญหาบุคลากรและเชื่อมโยงกิจกรรมสมาชิกส่วนใหญ่มีปัญหา เช่น ปัญหาการขายห้องพัก และปัญหามาตรฐานห้องพัก

2.3 จัดกิจกรรมที่สมาชิกได้รับประโยชน์ เช่น การจัด Road Show เพื่อขายห้องพัก ร่วมกัน

### 3. วิสัยทัศน์ร่วมของกลุ่ม

เพื่อต้องการรักษากลุ่มลูกค้าและส่งต่อลูกค้าระหว่างกันในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) ซึ่งมีอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวค่อนข้างสูงทำให้โรงแรมแต่ละแห่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด โดยมีเป้าหมายเน้นจุดขาย 3 กลุ่ม คือ กลุ่ม Hotel Villa, Hotel & Resort และ Spa กลุ่มลูกค้าที่มีลูกค้ามากจะรักษาลูกค้าไว้ และกลุ่มที่มีลูกค้าน้อยก็จะได้ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม ซึ่งทำให้มีการเชื่อมโยงตลาดร่วมกันในลักษณะเครือข่าย

### 4. ผลการดำเนินงาน สามารถสรุปได้ ดังนี้

4.2 มีการพัฒนาบุคลากรร่วมกัน

4.2 โรงแรมที่มีลูกค้ามากมีการส่งลูกค้าให้โรงแรมที่มีลูกค้าน้อยโดยมีการมาตรฐานโรงแรมที่รับช่วงลูกค้าให้มีมาตรฐานดีขึ้น

4.3 มีวิสัยทัศน์ร่วมของกลุ่มและวิสัยทัศน์ของแต่ละโรงแรม พร้อมแผนปฏิบัติการ

4.4 เกิดการพัฒนาเว็บไซต์ร่วมกัน

### 5. ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

สมาชิกมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อถ่ายทอดเทคนิคและความรู้ในการบริหารจัดการโรงแรมภายในกลุ่ม เพื่อลดความแตกต่างและช่วยเร่งให้สมาชิกมีการพัฒนาการให้บริการที่มีอยู่เป็นมาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้สมาชิกในกลุ่มยังได้พัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับกับธุรกิจท่องเที่ยว เช่น การสอนทำอาหาร (Cooking School) การเชื่อมโยงกับเครือข่ายสายการบินราคาถูก ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยว และบริการรถให้เช่า การจัดทำ E-catalogue โดยใช้ความเข้มแข็งของกลุ่มในการสร้างอำนาจต่อรองได้อย่างสัมฤทธิ์ นอกจากนี้ยังจัดให้มีการพัฒนาบุคลากร และสร้างแบบจำลองศูนย์บัญชาการ (War Room) ของกลุ่มขึ้น เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารในการกำหนดกลยุทธ์ การพัฒนาธุรกิจร่วมกัน เพื่อให้การให้บริการของกลุ่มก้าวทันกับความต้องการของลูกค้าอย่างทันทั่วถึง รวมถึงการจัดการทำแผนกลยุทธ์ของแต่ละโรงแรมและของกลุ่มคลัสเตอร์ร่วมกัน มีการสร้างตลาดร่วมกัน มีการเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่น ๆ ที่สัมพันธ์กัน

### 6. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการพัฒนาคลัสเตอร์

6.2 ผู้นำกลุ่มต้องมีความจริงใจและตั้งใจพัฒนากลุ่มธุรกิจ ด้วยกระบวนการคลัสเตอร์

6.2 ต้องมีการสร้างกลยุทธ์การพัฒนา และพัฒนากลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถให้กับธุรกิจในกลุ่มอย่างต่อเนื่องร่วมกัน

6.3 ควรหาผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศมาให้ข้อมูล และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในกลุ่ม จึงจะทำให้เกิดการสร้างองค์ความรู้ และการเรียนรู้ภายในกลุ่มเพิ่มขึ้น

6.4 เน้นการสร้าง CDA ที่เป็นมืออาชีพให้มากขึ้น เพื่อให้กระบวนการพัฒนาคัลสเตอร์เป็นอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

6.5 หาแนวร่วมสนับสนุนการพัฒนาคัลสเตอร์ของกลุ่มธุรกิจให้เหมาะสม ครอบคลุมตามความต้องการของสมาชิก

## 7. บทเรียนจากการดำเนินงาน

ผู้ประสานงานการพัฒนาคัลสเตอร์หรือ CDA จะเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการกระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มสร้างเสริมความเข้มแข็งและประสานการพัฒนาเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายของกลุ่ม โดยมีหน้าที่ทั้งในด้านการบริหารจัดการ เป็นตัวกลางติดต่อประสานงานระหว่างสมาชิก และระหว่างกลุ่มกับเครือข่ายต่าง ๆ รวมถึงหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังนั้นบุคคลที่ทำหน้าที่เป็น CDA จะต้องมีความสัมพันธ์ที่ดี เข้าใจสภาพปัญหาและข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น มีความเป็นกลาง และได้รับความไว้วางใจจากสมาชิก

การสร้างและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจนั้นถือเป็นการเพิ่มศักยภาพให้กับธุรกิจของผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกเครือข่าย ดังนั้นสิ่งที่จะขาดไม่ได้เลยก็คือ เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ซึ่งเป็นวิธีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการกำหนดความได้เปรียบแข่งขันของประเทศ ได้แก่ ปัจจัยในการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้อง และกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขัน และคู่แข่ง รวมทั้งเหตุที่ควบคุมไม่ได้และรัฐบาล ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันภายในประเทศไทยนั้นทิพพา เพิ่มลาภ (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย ทำการศึกษาโดยใช้ตัวแบบการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันพบว่า ด้านปัจจัยการผลิต สำหรับประเทศไทยมีทั้งความได้เปรียบเนื่องจากมีแรงงานจำนวนมาก แต่เสียเปรียบเนื่องจากขาดแรงงานและบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะทาง รวมทั้งอัตราค่าจ้างแรงงานสูงกว่าประเทศคู่แข่ง ด้านปัจจัยอุปสงค์ มีความได้เปรียบจากการที่มีตลาดในประเทศที่ใหญ่ มีความต้องการที่หลากหลาย แต่ก็มีความเสียเปรียบจากการที่ผู้ผลิตในบางอุตสาหกรรมไม่สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้ ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ มีความได้เปรียบจากการที่อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยมีการผลิตที่ครบวงจร เป็น

อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องซึ่งกันและกัน แต่ก็มีสิ่งทีลดความได้เปรียบนี้ลง คือ การขาดความเชื่อมโยงระหว่างแต่ละอุตสาหกรรม ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง สภาพการแข่งขันและคู่แข่งในประเทศ เป็นปัจจัยที่ไทยมีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน เนื่องจากมีการแข่งขันในประเทศที่รุนแรงเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ผลิตต้องพยายามปรับปรุงคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอ ส่วนเหตุที่ควบคุมไม่ได้ เช่น การเปิดเสรีการค้าสิ่งทอ เป็นปัจจัยที่ไทยจะต้องคำนึงถึงและหาทางพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อฉกฉวยโอกาสและทำให้ไทยได้เปรียบจากการเปิดเสรีการค้าสิ่งทอให้ได้ โดยปัจจัยสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นได้คือ รัฐบาลที่จะต้องมีการกำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เหมาะสม

2. งานวิจัยด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจท้องถิ่นของผู้ประกอบการ การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจจะเกิดขึ้นนั้นจำเป็นต้องมีการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนัก และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือให้กับสมาชิกในเครือข่ายนั้นเพื่อกระตุ้นให้สมาชิกเห็นความสำคัญและความจำเป็นในการร่วมมือกันในการเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจของตนเอง ดังเช่นงานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) ศึกษาเรื่องแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ โดยการสัมภาษณ์บุคคลระดับผู้กำหนดนโยบายและเจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐ สรุปได้ดังนี้

ความเข้าใจและความตระหนักเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ ผู้กำหนดนโยบายมีความตระหนักเป็นอย่างดีในนโยบายการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของรัฐบาลแต่ยังมีระดับความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของเครือข่ายวิสาหกิจและวิธีการแตกต่างกัน โดยผู้กำหนดนโยบายส่วนมากเข้าใจว่า เครือข่าย เครือข่ายวิสาหกิจ (คลัสเตอร์) และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเป็นเรื่องเดียวกันซึ่งที่จริงแล้วทั้ง 3 ประเภท อาจ会有ความหมายต่างกัน

การยอมรับและความร่วมมือ ผู้กำหนดนโยบายและเจ้าหน้าที่ภาครัฐยอมรับและให้ความร่วมมือในการผลักดันการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเป็นอย่างดีแต่ก็ไม่สามารถดำเนินการสนับสนุนได้อย่างเต็มที่ เพราะขาดบุคลากรและงบประมาณ ในขณะที่ผู้ประกอบการเอกชนยอมรับว่า แนวคิดเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจเป็นสิ่งที่ดีแต่ส่วนมากยังไม่แน่ใจว่าการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจจะเป็นไปได้ สาเหตุหนึ่งเนื่องจากความไม่ต่อเนื่องในนโยบายรัฐ โดยเฉพาะนโยบายของจังหวัด เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผู้ว่าราชการจังหวัดการสนับสนุนก็มักจะเปลี่ยนแปลงไปตามความถนัดและวิสัยทัศน์ของผู้ว่าราชการจังหวัดนั้น ๆ ส่วนสาเหตุอื่น ได้แก่ ผู้ประกอบการยังมีความระแวงและขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และยังคงต้องการให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนและกำกับดูแลแทนที่จะให้ผู้ประกอบการดำเนินการกันเอง

ระดับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ เครือข่ายส่วนใหญ่ยังมีลักษณะของการรวมตัวกันอย่างหลวม ๆ และเป็นการจัดตั้งจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชนนอกกลุ่มมากกว่าที่จะผลักดันมากจากภายในกลุ่มผู้ประกอบการเอง นอกจากนี้การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจยังขาดการประสานงานกัน ทำให้เครือข่ายวิสาหกิจส่วนใหญ่ขาดเป้าหมายและแผนดำเนินการที่ชัดเจน ไม่มีกิจกรรมต่อเนื่องและไม่มีติดตามประเมินผล

ศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจในภาพรวม เครือข่ายวิสาหกิจส่วนใหญ่จะขาดผู้นำ ดังนั้นเป้าประสงค์การดำเนินกิจกรรมของเครือข่ายวิสาหกิจจึงถูกชี้นำและกำหนดจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เครือข่ายวิสาหกิจที่เป็นกลุ่มการผลิตในระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มักจะเชื่อมโยงในลักษณะแนวดิ่งมากกว่าจะเชื่อมโยงกับผู้ประกอบอื่นในธุรกิจเดียวกัน อีกทั้งสถาบันเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องก็มีบทบาทและส่วนร่วมในเครือข่ายวิสาหกิจเหล่านั้นน้อยมาก การวิเคราะห์คุณลักษณะร่วมของเครือข่ายวิสาหกิจที่อยู่ในแต่ละกลุ่มและเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มศักยภาพระดับต่าง ๆ ทั้ง 4 กลุ่ม ได้ดังนี้

1. เครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มศักยภาพสูง เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวค่อนข้างดีและอยู่ในตลาดที่มีศักยภาพ โดยการริเริ่มจากผู้ประกอบการเอง มีเป้าหมายหรือจุดประสงค์บางอย่างร่วมกันอย่างชัดเจน และใช้ระยะเวลาในการพัฒนามานานกว่า 1 ปีขึ้นไป แต่ยังมีองค์ประกอบไม่ครบถ้วน สมบูรณ์ตามห่วงโซ่อุปทาน และมีการพัฒนาความเชื่อมโยงทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจที่เข้มแข็งขึ้นเรื่อย ๆ

2. เครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มกำลังพัฒนา เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวค่อนข้างดีแต่อยู่ในตลาดที่มีศักยภาพไม่สูงนัก มีการริเริ่มการรวมตัวจากภาครัฐและเอกชนในสัดส่วนที่เท่ากันส่วนใหญ่มีการรวมตัวกันมากกว่า 1 ปี

3. เครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มกำลังแสวงหาทิศทาง เป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวไม่เหนียวแน่นแต่อยู่ในตลาดที่มีศักยภาพ มีการริเริ่มการรวมตัวจากภาครัฐและเอกชนในสัดส่วนที่เท่ากัน มีการรวมตัวน้อยกว่า 1 ปี และรวมตัวกันเนื่องจากเห็นประโยชน์ร่วมกัน กลุ่มนี้มีโอกาสเติบโตของธุรกิจสูง

4. เครือข่ายในกลุ่มเพิ่งเริ่มรวมตัวกัน เป็นกลุ่มที่รวมตัวกันไม่เหนียวแน่นและอยู่ในตลาดที่ไม่มีศักยภาพ โดยริเริ่มการรวมตัวจากผู้ประกอบการเป็นส่วนใหญ่ แต่เป็นการรวมกลุ่มกันเพราะว่ามีสถานที่ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน ส่วนใหญ่มีการรวมตัวกันมากกว่า 1 ปี

การส่งเสริมความร่วมมือจากทุกฝ่ายนั้นมีสอดคล้องต่อแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจตามที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) ได้ศึกษาไว้ว่า แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจประกอบด้วย การกระตุ้นสร้างจิตใต้สำนึกให้เกิด

การรวมกลุ่มและเข้าใจกระบวนการทำงานร่วมกัน สร้างความเข้าใจกัน จากนั้นจะมีการวิเคราะห์สถานภาพของคลัสเตอร์ การจัดทำกลยุทธ์ และนำไปสู่การปฏิบัติตามลำดับ โดยกระบวนการพัฒนา คลัสเตอร์เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันเป็นกระบวนการที่หลายฝ่ายต้องเข้ามาร่วมมือกัน ในขณะที่เดียวกันก็ต้องแข่งขันกันเองในเชิงคุณภาพ ดังนั้น จำเป็นต้องมีลำดับขั้นตอนและมีการผลักดัน รวมถึงได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ในงานวิจัยของ จุฑาทิพย์ ภัทรราช (2549) พบว่า แนวทางการเชื่อมโยงเครือข่ายที่เป็นวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุด ควรเริ่มต้นจาก 1) การชี้แจงทำความเข้าใจเรื่องการเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรแก่ผู้นำกลุ่ม / องค์กร โดยการชักชวนให้เข้าร่วมโครงการ 2) การหนุนเสริมการจัดทำกรอบทิศทางงานดำเนินงานของกลุ่ม / องค์กร 3) การหนุนเสริมการสร้างกระบวนการเชื่อมโยงเครือข่าย การเข้าไปมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายวิสาหกิจนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐควรให้การสนับสนุนส่งเสริมผู้ประกอบการในภาคธุรกิจให้ตระหนักปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นร่วมกันและให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มทางธุรกิจ แต่ปัญหาที่พบประการหนึ่ง คือ ผู้ประกอบการบางส่วนเห็นว่าการท่องเที่ยวไม่ได้กระทบต่อธุรกิจของตน โดยตรงแต่เป็นการกระทบต่อภาพรวมเท่านั้น จึงทำให้ไม่ค่อยเห็นความสำคัญของการเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวเท่าที่ควร โดยในส่วนราชการก็ให้โอกาสแก่ภาคธุรกิจให้เข้ามามีส่วนร่วมน้อยเกินไป หรือเป็นไปได้ว่าส่วนราชการอาจขาดการกระตุ้นให้ภาคธุรกิจเห็นความสำคัญของการเข้ามามีส่วนร่วมดังกล่าว (วิรุณศิริ โจนินา และอัครเรศ รักสุริยา, 2550)

ทั้งนี้การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ดีในด้านการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจร่วมกับการสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการจะส่งผลดีต่อการพัฒนาเครือข่ายด้วย ดังงานวิจัยของเอกกมล อ่อนศรี (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายองค์กรชุมชน พบว่า กลุ่มหรือองค์กรชุมชนที่มีความร่วมมือแบบเครือข่ายประมาณ 1 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีความร่วมมือแบบเครือข่ายที่เริ่มจากกลุ่มหรือองค์กรชุมชนมีการติดต่อแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันและจะพัฒนาไปเป็นความร่วมมือแบบเครือข่ายได้เมื่อมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนขึ้น เช่น การร่วมมือเพื่อแก้ไข ร่วมมือเพื่อการต่อรองกับภาครัฐและเอกชน มีการจัดประชุมร่วมกัน โดยลักษณะของเครือข่ายที่เข้มแข็งนั้นจะต้องเป็นเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์ในกลุ่มสมาชิกเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองต่อปัญหาได้ รวมทั้งได้รับการยอมรับจากองค์กรภายนอกด้วย

### 3. งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายซึ่งหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว โดยแต่ละฝ่ายไม่ว่าจะเป็นระดับนานาชาติ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ ไปจนถึงระดับเล็กที่สุดคือระดับท้องถิ่น ต้องร่วมมือกันในการพิจารณาถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมิติต่าง ๆ ในที่นี้คือ มิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม การเมืองการปกครอง และเทคโนโลยี เมื่อทุกฝ่ายร่วมกัน รวมไปถึงจะต้องสามารถรักษาความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยวพิจารณามิติต่าง ๆ เหล่านี้อย่างเหมาะสมแล้วก็จะสามารถนำเอาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ กำหนดคนโยบายเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่เหมาะสมที่มีประสิทธิภาพและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับประเทศไทยต่อไป (วิรุจ กิจนันท์วิวัฒน์, 2549) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคลาสเตอร์ ทั้งนี้วิชย์ ไชยแสง (2549) ได้กล่าวถึงเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวไว้ในงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ผลต่อการสร้างนวัตกรรมเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานี ว่า ผู้ให้บริการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชน มีการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจที่จะนำมาใช้ในองค์กร คือ การจัดเตรียมบริการที่มีคุณภาพสูง พัฒนาขอบเขตและความสะดวกในการใช้ฐานข้อมูล การปรับปรุงการเชื่อมโยงระบบกับผู้ใช้งานและเป็นองค์การในการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วม และกระบวนการเรียนรู้ การเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานรัฐและองค์กรเอกชนต่าง ๆ ในส่วนผู้ให้บริการและนักท่องเที่ยวเห็นว่า ปัจจัยที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมเครือข่ายการท่องเที่ยว คือ การเชื่อมโยงข่าวสารการท่องเที่ยวถึงกันของหน่วยงานต่าง ๆ การบริการมีมาตรฐาน ต้องการแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ปลอดภัย และแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์

จากการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาของ วนิตา วิชยประเสริฐกุล (2541) ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวทำให้เมืองพัทยาเติบโต เกิดการขยายตัวของเมืองไปตามแนวชายฝั่งทะเลจากด้านเหนือลงไปด้านใต้ การพัฒนาก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ ในด้านรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้น และส่งผลกระทบต่อในด้านบวกต่อสภาพแวดล้อมเมืองพัทยา ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาที่ดิน การสร้างงานสร้างอาชีพ และการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว แต่ในขณะเดียวกันการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและขาดการจัดการที่เหมาะสมก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบใน 3 ลักษณะ คือ 1) ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยมีระดับความรุนแรงของผลกระทบมาก ได้แก่ การขยายตัวของสิ่งปลูกสร้างโดยขาดการควบคุม การขัดแย้งในการใช้ประโยชน์ที่ดิน ระดับความรุนแรงของผลกระทบปานกลาง ได้แก่ ปัญหาน้ำเสีย ปัญหาขยะ ปัญหาการจราจรคับคั่งและติดขัด ระดับความรุนแรงน้อย ได้แก่ การพังทลายของชายหาด การขาดแคลนน้ำประปา การรุกรานพื้นที่

สาธารณะ 2) ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจปรากฏในระดับความรุนแรงของผลกระทบปานกลาง ได้แก่ การกีดกันซื้อที่ดิน ค่าครองชีพสูงขึ้น และ 3) ผลกระทบที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม ระดับความรุนแรงของผลกระทบมาก ได้แก่ สถิติคดีอาชญากรรมเพิ่มสูงขึ้น

ทั้งนี้การกำหนดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา กลยุทธ์ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรมีการจัดโซนหรือกำหนดพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นระบบและสอดคล้องกับสภาพของพื้นที่ กลยุทธ์ด้านการกำหนดราคาควรมีการขอความร่วมมือกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร สถานบันเทิง ฯลฯ ในการกำหนดราคาค่าบริการให้มีความยุติธรรมสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่ายความร่วมมือกับภาคเอกชนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย ชมรม สมาคม กลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวควรมีการร่วมมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน (สนใจ รชตวัฒน์กุล, 2548) ซึ่งชญานี สิ่งทีสุข (2546) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้โรงแรมแข่งขันกับโรงแรมอื่นได้หรือกิจกรรมที่ทำให้โรงแรมประสบความสำเร็จ ซึ่งอันดับแรก คือ มีการจัดกิจกรรมออกบูธร่วมกับ ททท. อย่างสม่ำเสมอ รองลงมาได้แก่ การจัดกิจกรรมขายแพคเกจท่องเที่ยวในช่วงลูกค้ามาใช้บริการน้อย การจัดกิจกรรมจัดช่วงโปร โมชั่นสำหรับลูกค้าในช่วงลูกค้าใช้บริการน้อย การจัดเสนอรายการพิเศษในแต่ละวัน เช่น มีโชว์พิเศษ รายการอาหารพิเศษ เป็นต้น ในขณะที่การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยวต่างชาติของ ธนชัย พลอยสุภผล (2547) พบว่า คุณภาพของสินค้าและบริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยวมากที่สุด

นอกจากนี้ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายของกิจการ โรงแรม ของ อภิญญา เกษตรเอี่ยม (2544) พบว่า กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกิจการ โรงแรม โดยเฉพาะ พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 มีบทบัญญัติที่ไม่สอดคล้องกับสภาพการประกอบกิจการโรงแรมในปัจจุบัน เช่น กฎหมายเกี่ยวกับขั้นตอนในการขอใบอนุญาตมีความยุ่งยากและอัตราโทษต่ำเกินไป อีกทั้งกฎหมายยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรในการควบคุมหรือจัดระเบียบสถานที่พักแรมชั่วคราวประเภทอื่น ๆ ที่มีลักษณะการให้บริการคล้ายคลึงกันกับโรงแรม เช่น เกสต์เฮาส์ ทั้งนี้เนื่องมาจากการกำหนดมาตรฐานหรือเกณฑ์การให้ใบอนุญาตประกอบกิจการและระเบียบปฏิบัติอื่น ๆ ที่เป็นอุปสรรค ปัญหาเหล่านี้จึงทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนไม่สามารถปฏิบัติตามได้ จึงเกิดความพยายามหลีกเลี่ยงกฎหมายและทำให้รัฐไม่สามารถเข้าไปควบคุมดูแลได้

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจ โรงแรมที่พัก คือ การพัฒนาจะเกิดขึ้นและสำเร็จได้ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน



ทั้งภาครัฐกิจและหน่วยงานองค์กรที่เกี่ยวข้องเข้ามาร่วมกันกำหนดแนวทางในการพัฒนาเพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ รวมถึงการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการกระตุกจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวเติบโตอย่างยั่งยืน และปัจจัยเบื้องต้นที่ทำให้เครือข่ายวิสาหกิจมีการพัฒนามาจากปัจจัยที่สำคัญ 2 ปัจจัย ได้แก่

1. การไว้ใจซึ่งกันและกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมที่พักกับธุรกิจโรงแรมที่พัก และธุรกิจโรงแรมที่พักกับหน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักจำนวนไม่น้อยที่มีการรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่าย ร่วมกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ พัฒนาสินค้าและบริการให้มีมาตรฐาน และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อกัน ซึ่งการรวมกลุ่มดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความรู้ความเข้าใจพื้นฐานของการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายของผู้ประกอบการโรงแรมที่พัก อันหมายถึงระดับความสามารถและระดับศักยภาพของกิจการที่จะนำไปสู่การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่มีศักยภาพต่อไป

2. หน่วยงานภาครัฐต้องเข้ามาประสานกับสถาบันการศึกษา ภาคเอกชน สมาคม / ชมรม และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ กระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่มอย่างต่อเนื่อง โดยหน่วยงานภาครัฐควรคำนึงถึงช่วงเวลาและสถานการณ์ที่เหมาะสม เพื่อดำเนินการให้เกิดประสิทธิผลต่อการรวมกลุ่มสูงสุด เช่น หน่วยงานรัฐควรมีนโยบายที่จะส่งเสริมด้านการพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่ม และการจัดกิจกรรมในช่วงวิกฤตการณ์เศรษฐกิจ หรือช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป ความสามารถในการแข่งขันนั้นเกิดจากความร่วมมือและความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ อย่างเข้มแข็ง โดยหน่วยงานภาครัฐมีความจำเป็นที่จะต้องเข้ามาประสานและกระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่มมากขึ้น ซึ่งการรวมกลุ่มภายใต้ความไว้ใจซึ่งกันและกัน อันเกิดจากความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการโรงแรมที่พัก ความสามารถและศักยภาพของกิจการ และการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ในช่วงเวลาและสถานการณ์ที่เหมาะสมจะเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำไปสู่การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจโรงแรมที่พักได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ส่วนสมาชิกภายในเครือข่ายก็จะได้รับการแลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อถ่ายทอดเทคนิค ความรู้ในการบริหารจัดการโรงแรม และการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจร่วมกัน เพื่อลดความแตกต่างและมีการพัฒนาการให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันและก้าวทันกับความต้องการของลูกค้า มีฐานการตลาดที่กว้างไกลจากการทำการตลาดร่วมกันระหว่างสมาชิกในเครือข่ายและการเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่น ๆ รวมถึงการเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษาก็จะทำให้สมาชิกได้รับการพัฒนาทักษะหรือแสวงหาบุคลากรด้านการโรงแรมที่มีประสิทธิภาพได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้การเชื่อมโยงกับกลุ่มผู้ให้บริการเฉพาะทางและผู้จำหน่ายวัตถุดิบ โดยใช้ความเข้มแข็งของเครือข่ายจะสามารถเพิ่มอำนาจในการต่อรองเพิ่มลดต้นทุนได้

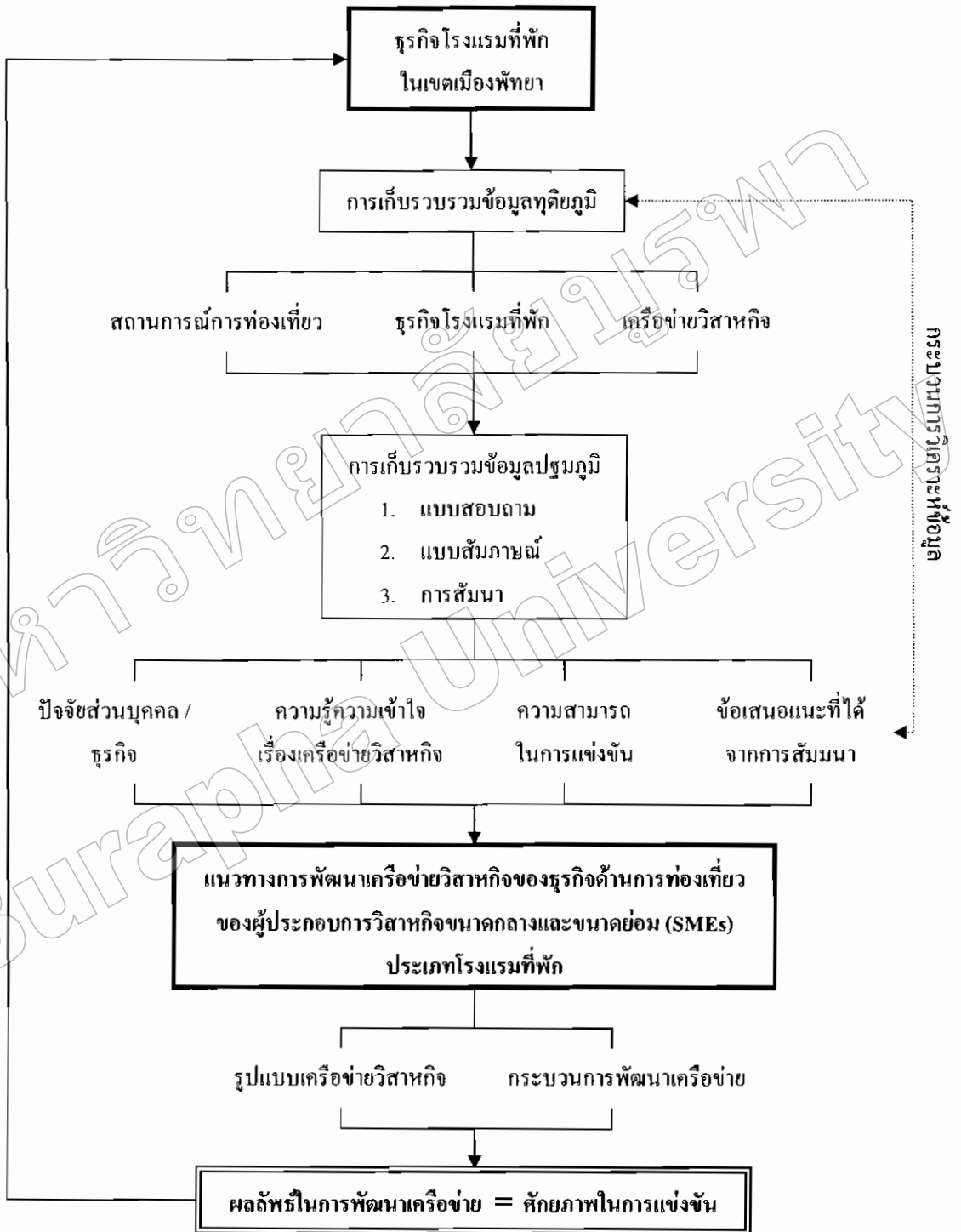
### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ขนาดของโรงแรมที่พัก จำนวนการจ้างงาน ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มราคาห้องพักต่อคืน ประเภทลูกค้า และการรวมกลุ่มธุรกิจ รวมถึงการศึกษาความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ อันจะส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงแรมที่พัก และนำไปสู่การประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรมที่พัก ซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาวิจัย
2. รูปแบบการวิจัย
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือการวิจัยและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

## 1. ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาวิจัย



ภาพที่ 3-1 ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาวิจัย

## 2. รูปแบบการวิจัย

การศึกษานี้ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed – method Design) คือ เป็นการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อสืบค้นข้อมูลในแนวกว้างจากกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการสืบค้นข้อมูลในแนวลึกเพื่อตอบคำถามและอธิบายร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ (Interviews) กลุ่มตัวอย่าง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ได้อย่างครบถ้วนและสมบูรณ์

## 3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### 3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ โรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 5 เขต ได้แก่ พัทยานาเกลือ พัทยาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้ และหาดจอมเทียน ครอบคลุมตำบลนาเกลือ หมู่ที่ 1 2 3 4 5 6 ตำบลหนองปรือ หมู่ที่ 5 6 9 10 11 12 และ 13 ตำบลห้วยใหญ่ หมู่ที่ 4 และตำบลหนองปลาไหล หมู่ที่ 6 และ 7 อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีหน่วยประชากรเป็นโรงแรมที่พักที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้งหมด 140 แห่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคกลาง เขต 3, 2551 และจากการสำรวจ) แบ่งเป็น โรงแรมและรีสอร์ทขนาดเล็กที่มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 59 ห้อง จำนวน 66 แห่ง และ โรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลางที่มีจำนวนห้องพักระหว่าง 60 – 149 ห้อง จำนวน 74 แห่ง

### 3.2 ขนาดตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ตามเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม กำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางจำนวนตัวอย่างสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) จะได้ขนาดตัวอย่างที่ทำการศึกษานี้ทั้งสิ้น 103 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 73.57

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ใช้ตัวอย่างเดียวกับกลุ่มที่ 1 แต่ทำการคัดเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบก๊อสนิมะ โดยการหาตัวแทนที่เป็นผู้นำกลุ่ม เช่น ประธาน ชมรม อุปนายก เป็นต้น เพื่อทำการสัมภาษณ์ และหลังจากนั้นจึงให้ผู้นำกลุ่มที่ถูกสัมภาษณ์นั้น แนะนำผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักแห่งอื่นที่มีการรวมเป็นเครือข่ายต่อไป จนกว่าข้อมูลที่ได้นั้นจะอิ่มตัว

### 3.3 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ตามเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เช่นเดียวกับข้อ 3.2 ดังนี้

กลุ่มที่ 1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากประชากรจำนวน 140 แห่ง ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบโควตา เพื่อให้ได้ลักษณะของความเป็นตัวแทนและลดความคลาดเคลื่อนในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด โดยนำประชากร โรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลางและขนาดเล็ก แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ตามการแบ่งระดับราคาโรงแรมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551) ดังนี้

กลุ่มที่ 1 โรงแรมที่มีระดับราคาที่พักมากกว่า 2,500 บาท

กลุ่มที่ 2 โรงแรมที่มีระดับราคาที่พักระหว่าง 1,500 – 2,499 บาท

กลุ่มที่ 3 โรงแรมที่มีระดับราคาที่พักระหว่าง 1,000 – 1,499 บาท

กลุ่มที่ 4 โรงแรมที่มีระดับราคาที่พักระหว่าง 500 – 999 บาท

กลุ่มที่ 5 โรงแรมที่มีระดับราคาที่พักต่ำกว่า 499 บาท

และแยกตามเขตพื้นที่เมืองพัทยา 5 เขต ได้แก่ เขตพัทยานนทกสิ์ พัทยาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้ และหาดจอมเทียน

2. นำจำนวนประชากรที่ได้ในแต่ละกลุ่มมาทำการถ่วงน้ำหนักเพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละกลุ่มเพื่อให้ได้อัตราส่วนที่มีความเท่าเทียมกัน เมื่อได้ขนาดตัวอย่างในแต่ละกลุ่มแล้วจึงนำมาคัดเลือกตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบตามสะดวกต่อไป

กลุ่มที่ 2 การคัดเลือกตัวอย่างสำหรับการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีขั้นตอนในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. โดยเลือกเฉพาะกลุ่มที่มีการรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคม / ชมรม และเลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบก๊อชฮิมะ

2. หาตัวแทนที่เป็นผู้นำกลุ่ม เช่น ประธานชมรม อุปนายก เป็นต้น เพื่อทำการสัมภาษณ์และหลังจากนั้นจึงให้ผู้นำกลุ่มที่ถูกสัมภาษณ์นั้น แนะนำผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักแห่งอื่นที่เป็นสมาชิกสมาคม / ชมรม ต่อไป จนกว่าข้อมูลที่ได้นั้นจะอิ่มตัว

## 4. เครื่องมือการวิจัยและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ศึกษาแบ่งเป็น 2 ประเภท ตามวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามที่มีโครงสร้าง (Structure Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์เจาะลึก ซึ่งปรับปรุงจากแบบสอบถามของวุฒิสภา สุนทรสมัย (2547) ) ที่ศึกษาเรื่อง ศักยภาพการตลาดและความเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจ OTOP และ SMEs ภาคตะวันออก และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) ที่ศึกษาเรื่อง โครงการจัดทำแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่ผู้วิจัยทำการศึกษา โดยเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้ (ภาคผนวก ข)

4.1.1 แบบสอบถามแบบที่มีโครงสร้าง เป็นคำถามปลายปิดมีคำตอบให้เลือก และคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบคำถามระบุคำตอบและแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ซึ่งแบ่งคำถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ซึ่งแบ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด 12 ข้อ โดยมีคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทกิจการ ระยะเวลาดำเนินการกิจการ ขนาดของโรงแรมที่พัก จำนวนการจ้างงาน ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มของราคาห้องพักคู่คืน ประเภทลูกค้า และการรวมกลุ่มทางธุรกิจ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการโรงแรมที่พัก 5 ด้าน ได้แก่

1. ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ
  2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ
  3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ
  4. เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ
  5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการ ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย
- มีข้อคำถามทั้งหมด 50 ข้อ เป็นคำถามปลายปิดวัดทัศนคติด้วยมาตรวัดลิเคิร์ต

(Likert Scales) 5 ระดับ โดยได้กำหนดน้ำหนักคะแนนตามแนวคิดของลิเคิร์ต ได้แก่

5	คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วย
3	คะแนน	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
2	คะแนน	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	คะแนน	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายของคะแนนจากแบบสอบถาม ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ
3.68 – 5.00	มาก
2.34 – 3.67	ปานกลาง
1.00 – 2.33	น้อย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก ตามปัจจัยหลัก 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ และปัจจัยเสริม 2 ด้าน คือ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้และหน่วยงานภาครัฐ มีข้อคำถามทั้งหมด 54 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิดวัดความคิดเห็นเชิงบวกหรือลบด้วยมาตราวัดซีแมนติก ดิฟเฟอเรนเชียล (Osgood's Semantic Differential) โดยมีคำตอบให้เลือก 3 ระดับ ในข้อคำถามด้านปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้และหน่วยงานภาครัฐ มีคำตอบให้เลือกว่าเป็น โอกาส อุปสรรค หรือไม่แน่ใจเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคคือความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ส่วนปัจจัยด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจให้เลือกตอบว่าเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน หรือไม่แน่ใจ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเป็นได้ทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการ

การแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์สำหรับการแปลความหมายของคะแนนจากแบบสอบถาม ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
2.34 – 3.00	เป็นโอกาสต่อธุรกิจ
1.67 – 2.33	เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ
1.00 – 1.66	เป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ

ส่วนที่ 4 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จำนวน 2 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิด 1 ข้อ สอบถามความคิดเห็นในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจว่ามีความสนใจหรือไม่ และคำถามปลายเปิด 1 ข้อ ให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจและปัญหาในการประกอบธุรกิจ ข้อมูลที่ได้จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์หาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวประเภทโรงแรมที่พักและใช้ในการอภิปรายผลต่อไป

4.1.2 แบบสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง คำถามของแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจตามปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ และปัจจัยเสริม ได้แก่ เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย โดยในแบบสัมภาษณ์จะมีการอ้างอิงรายละเอียดเกี่ยวกับชื่อสถานประกอบการ ชื่อเจ้าของกิจการ ที่อยู่สถานประกอบการ หมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อสะดวก วัน เวลา และสถานที่สัมภาษณ์ และธุรกิจโรงแรมที่พักแห่งอื่นของผู้ประกอบการเฉพาะในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี รวมทั้งมีการอ้างอิงถึงแบบสอบถามฉบับเดิมที่เคยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการในครั้งที่ผ่านมา เพื่อนำมาวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวประเภทโรงแรมที่พักในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ร่วมกัน

#### 4.2 การสร้างเครื่องมือและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

##### 4.2.1 การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือของแบบสอบถาม มีขั้นตอนดังนี้

4.2.1.1 ศึกษาเอกสาร หนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

4.2.1.2 กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย สมมติฐาน กรอบแนวความคิดที่จะศึกษา พร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.2.1.3 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเรื่องแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตามวัตถุประสงค์ สมมติฐาน และกรอบแนวความคิดของการศึกษา นำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษางานวิทยานิพนธ์ระดับสูงเพื่อตรวจแก้ไขและนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและวิจัย จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบคำถามแต่ละข้อ โดยมีการแทนค่าคำถาม ดังนี้



สำคัญ	หมายถึง	ผู้วิจัยให้คะแนนเท่ากับ 1
ไม่แน่ใจ	หมายถึง	ผู้วิจัยให้คะแนนเท่ากับ 0
ไม่สำคัญ	หมายถึง	ผู้วิจัยให้คะแนนเท่ากับ -1

#### 4.2.1.4 นำแบบสอบถามที่ได้รับการพิจารณาและตัดสินใจของ

ผู้ทรงคุณวุฒิมาทำการทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) การวัดค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสอบถามนี้กำหนดเกณฑ์การเห็นพ้องต้องกันของผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อยร้อยละ 80 ในแต่ละหัวข้อคำถาม จึงนับว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาที่ยอมรับได้ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาปรับปรุง โดยสูตรที่ใช้ในการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา คือ ค่าอัตราส่วนดัชนี (Index of Consistency: IOC)

$$\text{คังสูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ R	IOC แทน	แทน	ค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงเนื้อหา
		แทน	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นด้านบวก หรือเห็นว่าสำคัญของผู้เชี่ยวชาญ
N	IOC แทน	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ
ถ้าค่า IOC $\geq$ .80			ถือว่าคำถามนั้นสามารถใช้ได้
IOC $>$ .80			ถือว่าไม่สามารถใช้คำถามนั้นได้

เมื่อได้ค่าดัชนีความสอดคล้องในแต่ละข้อย่อยที่ค่า IOC ไม่ต่ำกว่า 0.80 แล้วถือว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและนำข้อคำถามนั้นมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิและนำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาทางวิทยานิพนธ์ระดับสูงพิจารณาอีกครั้ง ดังนั้นข้อคำถามที่ได้ค่า IOC ต่ำกว่า .80 จึงต้องตัดทิ้ง (ภาคผนวก ก)

#### 4.2.1.5 แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content

Validity) แล้ว นำมาทดสอบ (Try - out) อีกครั้ง เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสม และความชัดเจนของคำถามทุกข้อ โดยทำการทดสอบกับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงแรมที่พัก จำนวน 20 ชุด ในจังหวัดที่มีภูมิประเทศและสภาพแวดล้อมใกล้เคียงกับเมืองพัทยา แล้วนำมาทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม จากการคำนวณพบว่า

ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจมีค่าอัลฟาเท่ากับ .92 ส่วนความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจมีค่าอัลฟาเท่ากับ .86 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ค่าอัลฟาที่ยอมรับได้ไม่ต่ำกว่า .70 (Nunally, 1978 อ้างถึงใน วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2550) เมื่อได้ผลมาแล้วจึงนำมาตรวจสอบด้านภาษา ตลอดจนกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล หากพบปัญหาจะดำเนินการแก้ไขปรับปรุงเพื่อสามารถนำไปใช้ในงานสนามจริงต่อไป

#### 4.2.2 การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือของแบบสัมภาษณ์เจาะลึก

แบบสัมภาษณ์เจาะลึกสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ โครงการแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและภาคบริการ ของสำนักงานพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาปรับปรุงใช้ในการสร้างแบบสัมภาษณ์เจาะลึก เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนเพิ่มเติมในด้านแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ โดยได้ทำการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ด้วย นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้มาปรึกษาผู้เชี่ยวชาญก่อนเพื่อตรวจสอบความครบถ้วนของเนื้อหา หลังจากนั้นจึงนำไปทดสอบใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา ก่อนนำไปใช้จริง

### 5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลให้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย 3 ลักษณะ

#### 5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ ประกอบด้วย

5.1.1 หนังสือและตำราเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรมพักรวม การจัดการเชิงกลยุทธ์ การบริหารธุรกิจ วิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ รวมถึงวิทยานิพนธ์และงานวิจัยต่าง ๆ

5.1.2 วารสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพักรวม เศรษฐกิจและสังคม การลงทุน การวิจัย

5.1.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้แก่ เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก และเครือข่ายวิสาหกิจ เป็นต้น

#### 5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการศึกษากับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ณ สถานประกอบการ ผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์และรายละเอียดในการเก็บข้อมูลและแนะนำในการตอบแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยวิธีการพูดคุยเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เน้นให้

เห็นประโยชน์ที่จะได้รับในการวิจัยครั้งนี้ หลังจากนั้นผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามให้ผู้ประกอบการตอบ และโทรถามผู้ประกอบการหรือผู้ที่รับผิดชอบ เพื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืน ทั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล เป็นระยะเวลา 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.

### 5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี นั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลหลายๆ ด้าน ในการหาคำตอบร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะเป็นผู้สอบถามข้อมูลทั้งหมดด้วยตนเอง สร้างความเข้าใจแก่ผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งแจ้งผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยนี้ และอธิบายถึงการเสนอผลการวิจัยว่าเป็นการเสนอข้อมูลเฉพาะภาพรวมเท่านั้น โดยมีการอัดเสียงตอนสัมภาษณ์ (กรณีผู้ให้สัมภาษณ์ยินยอม) พร้อมทั้งจดข้อมูลในแบบฟอร์มการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในการดำเนินงาน ซึ่งได้แก่ผู้จัดการโรงแรม ผู้ช่วยผู้จัดการโรงแรม หรือผู้ที่รับผิดชอบงานโรงแรมมากที่สุด โรงแรมละ 1 คน

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลแล้ว นำข้อมูลที่ได้แยกข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อเตรียมวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพต่อไป

### 6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียดนั้น มีขั้นตอนการเตรียมข้อมูลก่อนการประมวลผล คือ เมื่อตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับแล้ว จะมีการลงรหัส (Coding) ตามคู่มือลงรหัสที่ได้ทำไว้ จากนั้นจึงนำไปบันทึกและใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

#### 6.1.1 สถิติพรรณนา แบ่งตามข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่

6.1.1.1 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการประกอบธุรกิจ และความสนใจในการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

6.1.1.2 ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวและ  
ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน (Standard Deviation)

6.1.2 สถิติอ้างอิง สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ( $\alpha = .05$ ) โดยสถิติที่ใช้ใน  
การวิเคราะห์แยกตามสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบการธุรกิจของผู้ประกอบการ  
ที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน  
ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ  
ด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ  $t$ -test

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ  
การท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์  
ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least  
Significant Difference Test)

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่อง  
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way ANOVA  
เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี  
LSD

สมมติฐานที่ 1.4 ประเภทกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่อง  
เครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way  
ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่  
ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.5 ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้  
ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ  
One-way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะ  
ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.6 ขนาดของโรงแรมที่พักที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจ  
เรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ  $t$ -test

สมมติฐานที่ 1.7 จำนวนการจ้างงานที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่อง  
เครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One-way

ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.8 ทุนจดทะเบียนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แยกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.9 ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แยกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.10 กลุ่มราคาห้องพักคืนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แยกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 1.11 ประเภทลูกค้าที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แยกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ  $t$  – test

สมมติฐานที่ 1.12 การรวมกลุ่มทางธุรกิจที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แยกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ  $t$  – test

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยผู้ประกอบการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แยกต่างกัน ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แยกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ  $t$  – test

สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แยกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แยกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.4 ประเภทกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.5 ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.6 ขนาดของโรงแรมที่พักที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ  $t$  – test

สมมติฐานที่ 2.7 จำนวนการจ้างงานที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.8 ทุนจดทะเบียนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.9 ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.10 กลุ่มราคาห้องพักต่อคืนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ One – way ANOVA เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD

สมมติฐานที่ 2.11 ประเภทลูกค้าที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ  $t$  – test

สมมติฐานที่ 2.12 การรวมกลุ่มทางธุรกิจที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ  $t$  – test

สมมติฐานที่ 3 ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ  $t$  – test

สมมติฐานที่ 4 ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้คือ  $t$  – test

นอกจากนี้ในการวิเคราะห์การทำนายความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการที่มี

ความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจกับปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการประกอบธุรกิจ ความรู้ ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก สามารถสรุปรูปแบบการทำนายด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกได้ดังนี้

ความน่าจะเป็นในกลุ่มที่ยอมรับ

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

$W = b_0 + b_1$  อายุ +  $b_2$  กลุ่มลูกค้า +  $b_3$  ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ +  $b_4$  ความสามารถในการแข่งขัน

โดยที่

$W$  คือ ตัวแปรอิสระ (ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ)

$b_0$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์โลจิสติกของค่าคงที่  $C$  (Central Logistic Coefficient)

$b_i$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์โลจิสติกและตัวแปรอิสระแต่ละตัว (Logistic Coefficient)

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

## 6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพหรือการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้ง 2 ส่วน ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลที่ได้จากสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็นในแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยว โดยศึกษาเนื้อหาสาระและประเด็นสำคัญของข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อที่กำหนดไว้เบื้องต้น หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ทำการวิเคราะห์แล้วมาใช้ในการวางแผนเพื่อหาคำตอบในการกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจต่อไป

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจ
- ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน
- ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
- ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก
- ส่วนที่ 6 ผลการสัมภาษณ์เจาะลึก
- ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้าน

การท่องเที่ยว

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อความสะดวกในการนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการนำเสนอ ดังนี้

- $\bar{X}$  แทน คะแนนเฉลี่ย
- SD แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
- n แทน ขนาดตัวอย่าง และจำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
- F แทน ค่าสถิติ F
- t แทน ค่าสถิติ t
- df แทน ชั้นของความเป็นอิสระ
- MS แทน ค่าความแปรปรวน
- SS แทน ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนแต่ละตัวยกกำลังสอง
- p แทน ค่าความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อนแบบที่ 1 ที่คำนวณได้
- \* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- \*\* แทน มีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ .01



## การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจ

ตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจ

ข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	37	42.0
หญิง	51	58.0
<b>อายุ</b>		
น้อยกว่า 30 ปี	13	14.8
31 - 40 ปี	32	36.4
41 - 50 ปี	29	32.9
สูงกว่า 51 ปี	10	11.4
ไม่ตอบ	4	4.5
<b>ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	15	17.0
อนุปริญญา	18	20.5
ปริญญาตรี	42	47.7
สูงกว่าปริญญาตรี	8	9.1
ไม่ตอบ	5	5.7
<b>ประเภทกิจการ</b>		
เจ้าของคนเดียว	36	40.9
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	8	9.1
บริษัทจำกัด	44	50.0
รวม	88	100.0

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

ข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ		
น้อยกว่า 1 ปี	6	6.8
1 - 3 ปี	18	20.5
4 - 6 ปี	13	14.8
7 - 9 ปี	14	15.9
มากกว่า 9 ปี	37	42.0
จำนวนห้องพัก		
น้อยกว่า 59 ห้อง	34	38.6
60 - 149 ห้อง	54	61.4
จำนวนการจ้างงาน		
น้อยกว่า 10 คน	19	21.6
11 - 20 คน	19	21.6
21 - 30 คน	12	13.6
31 - 40 คน	9	10.2
41 - 50 คน	11	12.5
51 - 200 คน	18	20.5
ทุนจดทะเบียน		
น้อยกว่า 1,000,000 บาท	14	15.9
1,000,001 - 5,000,000 บาท	26	29.5
5,000,001 - 10,000,000 บาท	9	10.2
10,000,001 - 20,000,000 บาท	7	8.0
20,000,001 - 50,000,000 บาท	5	5.7
50,000,001 - 100,000,000 บาท	4	4.5
มากกว่า 100,000,000 บาท	2	2.3
ไม่ตอบ	21	23.9
รวม	88	100.0

ตารางที่ 4 - 1 (ต่อ)

ข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 100,000 บาท	12	13.6
100,001 - 500,000 บาท	36	40.9
500,001 - 1,000,000 บาท	16	12.5
มากกว่า 1,000,000 บาท	18	20.5
ไม่ตอบ	11	12.5
ราคาห้องพักต่อคืนที่ประกาศขายต่ำสุด		
ต่ำกว่า 499 บาท	7	7.9
500 - 999 บาท	50	56.8
1,000 - 1,499 บาท	18	20.5
1,500 - 2,499 บาท	8	9.1
มากกว่า 2,500 บาท	5	5.7
รวม	88	100.0

จากตารางที่ 4 - 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 51 คน ร้อยละ 58.0 และเป็นเพศชาย จำนวน 37 คน ร้อยละ 42.0

ช่วงอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 32 คน ร้อยละ 36.4 รองลงมา ได้แก่ ช่วงอายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 29 คน ร้อยละ 33.0 ช่วงอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 13 คน ร้อยละ 14.8 และช่วงอายุมากกว่า 51 ปี จำนวน 10 คน ร้อยละ 11.4

การศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด คือ 42 คน ร้อยละ 47.7 รองลงมา คือ อนุปริญญา จำนวน 18 คน ร้อยละ 20.5 มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า จำนวน 15 คน ร้อยละ 17.0 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 คน ร้อยละ 9.1

ประเภทกิจการส่วนใหญ่บริษัทจำกัด จำนวน 44 แห่ง ร้อยละ 50.0 รองลงมา ได้แก่ เจ้าของคนเดียว จำนวน 36 แห่ง ร้อยละ 40.9 และห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 8 แห่ง ร้อยละ 9.1

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากกว่า 9 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 37 แห่ง ร้อยละ 42.0 รองลงมา ได้แก่ 1 - 3 ปี จำนวน 18 แห่ง ร้อยละ 20.5 7-9 ปี จำนวน 14 แห่ง ร้อยละ 15.9 4-6 ปี จำนวน 13 แห่ง ร้อยละ 14.8 และน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 6 แห่ง ร้อยละ 6.8

จำนวนห้องพักส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 60–149 ห้อง จำนวน 54 แห่ง ร้อยละ 61.4 และน้อยกว่า 59 ห้อง จำนวน 34 แห่ง ร้อยละ 38.6

จำนวนการจ้างงานน้อยกว่า 10 คน และ 11–20 มีจำนวน 19 แห่งเท่า ๆ กัน ร้อยละ 21.6 รองลงมา ได้แก่ 51–200 คน จำนวน 18 แห่ง ร้อยละ 20.5 21–30 คน จำนวน 12 แห่ง ร้อยละ 13.6

ทุนจดทะเบียนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1,000,001 – 5,000,000 บาท จำนวน 26 แห่ง ร้อยละ 29.5 รองลงมา ได้แก่ น้อยกว่า 1,000,000 บาท 5,000,001 – 10,000,000 บาท 10,000,001 – 20,000,000 บาท จำนวน 14 แห่ง 9 แห่ง และ 7 แห่ง ร้อยละ 15.9 10.2 และ 8.0 ตามลำดับ

ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 100,001 – 500,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คือ 36 แห่ง ร้อยละ 40.9 รองลงมา ได้แก่ มากกว่า 1,000,000 บาท น้อยกว่า 100,000 บาท และ 500,001 – 1,000,000 บาท จำนวน 18 แห่ง 12 แห่ง และ 11 แห่ง ร้อยละ 20.5 13.6 และ 12.5 ตามลำดับ

และราคาห้องพักส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 500–999 บาทต่อคืน จำนวน 50 แห่ง ร้อยละ 56.8 รองลงมา ได้แก่ 1,000–1,499 บาท จำนวน 18 แห่ง ร้อยละ 20.5 1,500–2,499 บาท จำนวน 8 แห่ง ร้อยละ 9.1 ต่ำกว่า 499 บาท จำนวน 7 แห่ง ร้อยละ 8.0 และ มากกว่า 2,500 บาท จำนวน 5 แห่ง ร้อยละ 5.7

ตารางที่ 4–2 จำนวนและร้อยละของปัจจัยการประกอบธุรกิจ จำแนกตามประเภทลูกค้าหลัก

ประเภทลูกค้าหลัก	จำนวน	ร้อยละ
ลูกค้าที่เดินทางมาเอง	85	96.6
กลุ่มลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ	24	27.3
กลุ่มลูกค้าจากกรุ๊ปทัวร์	34	38.6
กลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา	14	15.9

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4–2 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท โรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีลูกค้าที่เดินทางมาเอง มากที่สุด จำนวน 85 แห่ง ร้อยละ 96.6 รองลงมา ได้แก่ ลูกค้าจากกรุ๊ปทัวร์ จำนวน 34 แห่ง ร้อยละ 38.6 กลุ่มลูกค้าบริษัท/

ห้างร้าน / หน่วยงานราชการ จำนวน 24 แห่ง ร้อยละ 27.3 และกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา จำนวน 14 แห่ง ร้อยละ 15.9

ตารางที่ 4-3 จำนวนและร้อยละของปัจจัยการประกอบธุรกิจ จำแนกตามการรวมกลุ่มทางธุรกิจ

การรวมกลุ่มทางธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ	24	27.3
สมาคมโรงแรมไทย (ภาคตะวันออก - เมืองพัทยา)	11	45.83
สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา	14	58.33
อื่นๆ ได้แก่ สมาคมนักบริหารงานอาหารและ		
ผู้ประกอบการเครื่องดื่มภาคตะวันออก และสมาคม	2	8.3
ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ		
ไม่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ	58	65.9
ไม่ตอบ	6	6.8
รวม	88	100.0

จากตารางที่ 4-3 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท โรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่ไม่เคยมีการรวมกลุ่ม จำนวน 58 แห่ง ร้อยละ 65.9 และเคยรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคม/ชมรม จำนวน 24 แห่ง ร้อยละ 27.3 ในจำนวนนี้เป็นการรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำนวน 14 แห่ง ร้อยละ 58.33 สมาคมโรงแรมไทย จำนวน 11 แห่ง ร้อยละ 45.83 และอื่นๆ ได้แก่ สมาคมนักบริหารงานอาหารและเครื่องดื่มภาคตะวันออก และสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ จำนวน 2 แห่ง ร้อยละ 8.3

ตารางที่ 4-4 จำนวนและร้อยละของปัจจัยการประกอบธุรกิจ จำแนกตามสถานภาพการเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจปัจจุบัน

สถานภาพการเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ยังคงเป็นสมาชิก	18	75.0
ไม่ได้เป็นสมาชิกแล้ว	6	25.0
รวม	24	100.0

จากตารางที่ 4-4 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่ยังคงเป็นสมาชิกของกลุ่ม จำนวน 18 แห่ง ร้อยละ 75 และไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม จำนวน 6 แห่ง ร้อยละ 25

ตารางที่ 4-5 จำนวนและร้อยละของปัจจัยการประกอบธุรกิจ จำแนกตามความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ

ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจ	56	63.7
ไม่สนใจ	9	10.2
ไม่ตอบ	23	26.1
รวม	88	100.0

จากตารางที่ 4-5 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ จำนวน 56 แห่ง ร้อยละ 63.7 และไม่สนใจ จำนวน 9 แห่ง ร้อยละ 10.2

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-6 ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจ  
โรงแรมที่พักใน 5 ด้าน (คะแนนเต็ม 5 คะแนน)

(n = 88)

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	$\bar{X}$	SD	ระดับความรู้ ความเข้าใจ	ลำดับ
1. ความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	3.56	.36	ปานกลาง	5
2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.75	.45	มาก	3
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.09	.42	มาก	1
4. เจือใจด้านเวลาในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.76	.54	มาก	2
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการใน การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.73	.42	มาก	4
รวม	3.78	.36	มาก	

จากตารางที่ 4-6 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท  
โรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจโดย  
รวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ  
สูงสุดในด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 4.09$ ) ซึ่งอยู่ในระดับ  
มาก ส่วนความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ อยู่ในระดับ  
ปานกลาง ( $\bar{X} = 3.56$ )

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน

ตารางที่ 4 – 7 ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พักใน 6 ด้าน  
(คะแนนเต็ม 3 คะแนน)

ความสามารถในการแข่งขัน	$\bar{X}$	SD	ความเป็นโอกาส/อุปสรรค	ลำดับ
1. ปัจจัยการผลิต	2.23	.35	โอกาสและอุปสรรค	5
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.45	.39	โอกาส	2
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.61	.39	โอกาส	1
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.33	.60	โอกาสและอุปสรรค	3
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.26	.28	อุปสรรค	6
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	2.32	.35	โอกาสและอุปสรรค	4
รวม	2.20	.26	โอกาสและอุปสรรค	

จากตารางที่ 4 – 7 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท โรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นไปได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ ( $\bar{X} = 2.20$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท โรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับที่เป็นโอกาสต่อธุรกิจสูงสุดในด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ( $\bar{X} = 2.61$ ) ส่วนความสามารถในการแข่งขันด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ ( $\bar{X} = 1.26$ ) อยู่ในระดับที่เป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ

และวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเป็นรายข้อดังตารางที่ 4 – 8 ถึงตารางที่ 4 – 13

ตารางที่ 4 – 8 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตามปัจจัยการผลิต

ปัจจัยการผลิต	$\bar{X}$	SD	ความเป็นโอกาส/อุปสรรค
1. พัทยาอยู่ใกล้กรุงเทพฯและสนามบินสุวรรณภูมิ	2.94	.23	โอกาส
2. ภาพลักษณ์ / ชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว	2.72	.61	โอกาส
3. ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน	1.91	.83	โอกาสและอุปสรรค



ตารางที่ 4 – 8 (ต่อ)

ปัจจัยการผลิต	$\bar{X}$	SD	ความเป็นโอกาส/อุปสรรค
4. ความพร้อมของตำรวจในการลดปัญหาอาชญากรรมและอุบัติเหตุ	1.67	.77	โอกาสและอุปสรรค
5. การจราจร	1.47	.71	อุปสรรค
6. สภาพแวดล้อม	2.10	.86	โอกาสและอุปสรรค
7. คุณภาพและทักษะของบุคลากรในกิจการ	2.11	.82	โอกาสและอุปสรรค
8. ทักษะและความสามารถของผู้ประกอบการ	2.56	.62	โอกาส
9. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน	2.00	.66	โอกาสและอุปสรรค
10. ความพอเพียงของแหล่งเงินทุน	2.14	.73	โอกาสและอุปสรรค
11. เทคโนโลยีในการผลิต / บริการที่ทันสมัย	2.49	.71	โอกาส
12. คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต / การบริการ	2.41	.69	โอกาส
13. ความเพียงพอของวัตถุดิบการผลิต / บริการภายในพื้นที่	2.40	.72	โอกาส
14. อัยยาศัยไมตรีของคนในพื้นที่	2.28	.77	โอกาสและอุปสรรค
รวม	2.23	.35	โอกาสและอุปสรรค

จากตารางที่ 4 – 8 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตโดยรวมเป็นไปได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ ( $\bar{X} = 2.23$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่าการที่พัทยายู่ใกล้กรุงเทพฯ และสนามบินสุวรรณภูมิเป็นโอกาสต่อธุรกิจมากที่สุด ( $\bar{X} = 2.94$ ) ในขณะที่การจราจรเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจมากที่สุด ( $\bar{X} = 1.47$ )

ตารางที่ 4-9 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตามเงื่อนไขด้านอุปสงค์  
(คะแนนเต็ม 3 คะแนน)

เงื่อนไขด้านอุปสงค์	$\bar{X}$	SD	ความเป็นโอกาส/อุปสรรค
1. การเติบโตของนักท่องเที่ยวตลาดบน	2.65	.59	โอกาส
2. อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวไทย	2.58	.69	โอกาส
3. อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	2.78	.53	โอกาส
4. การที่นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะสถานบันเทิง และ Sex Tourism	1.99	.73	โอกาสและอุปสรรค
5. ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	2.45	.74	โอกาส
6. ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย	2.45	.76	โอกาส
7. ความต้องการบริการใหม่ๆ ของนักท่องเที่ยว	2.44	.79	โอกาส
8. ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงสุขภาพ เป็นต้น	2.23	.74	โอกาสและอุปสรรค
รวม	2.45	.39	โอกาส

จากตารางที่ 4-9 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์โดยรวมเป็นโอกาสต่อธุรกิจ ( $\bar{X} = 2.45$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็น โอกาสต่อธุรกิจมากที่สุด ( $\bar{X} = 2.65$ ) ในขณะที่การที่นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะสถานบันเทิงและ Sex Tourism เป็นไปได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจซึ่งมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 1.99$ )

ตารางที่ 4 – 10 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตามอุตสาหกรรม  
ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

(คะแนนเต็ม 3 คะแนน)

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	$\bar{X}$	SD	ความเป็นโอกาส/อุปสรรค
1. การแนะนำหรือส่งต่อลูกค้าระหว่างธุรกิจ ท่องเที่ยว	2.73	.54	โอกาส
2. สถานศึกษาผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจท่องเที่ยว อย่างเพียงพอ	2.38	.79	โอกาส
3. วัตถุประสงค์ประเภทอาหารทะเลนำเข้าจากในพื้นที่	2.74	.51	โอกาส
4. การเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว ในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน	2.52	.74	โอกาส
5. การมีผู้จำหน่ายวัตถุดิบในพื้นที่	2.65	.59	โอกาส
6. การมีธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวพันอยู่ใน พื้นที่เดียวกัน	2.74	.49	โอกาส
7. การแลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารภายใน เครือข่าย	2.51	.69	โอกาส
รวม	2.61	.39	โอกาส

จากตารางที่ 4 – 10 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าความสามารถใน  
การแข่งขันด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนโดยรวมเป็นโอกาสต่อธุรกิจ ( $\bar{X} = 2.61$ )  
เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่าการมีวัตถุประสงค์ประเภทอาหารทะเล  
นำเข้าจากในพื้นที่ และการมีธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวพันอยู่ในพื้นที่เดียวกัน เป็นโอกาสต่อ  
ธุรกิจมากที่สุด ( $\bar{X} = 2.74$ )

ตารางที่ 4 – 11 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก จำแนกตามบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ธุรกิจ

(คะแนนเต็ม 3 คะแนน)

บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	$\bar{X}$	SD	ความเป็นโอกาส/อุปสรรค
1. การกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันด้วยคุณภาพ การให้บริการ	2.55	.69	โอกาส
2. การตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐาน การบริการ	2.53	.74	โอกาส
3. การรวมกลุ่มในการจัดซื้อวัตถุดิบ	2.02	.83	โอกาสและอุปสรรค
4. การร่วมมือกับภาครัฐ สมาคม หรือ ผู้ประกอบการในการทำการตลาดร่วมกัน	2.13	.80	โอกาสและอุปสรรค
5. การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารงาน	2.44	.79	โอกาส
6. การโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ	2.26	.86	โอกาสและอุปสรรค
7. การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของกิจการ	2.28	.83	โอกาสและอุปสรรค
8. การพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ทันสมัย	2.42	.80	โอกาส
รวม	2.33	.60	โอกาสและอุปสรรค

จากตารางที่ 4 – 11 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจโดยรวมเป็นไปได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ ( $\bar{X} = 2.33$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่าการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันด้วยคุณภาพการให้บริการ เป็น โอกาสต่อธุรกิจมากที่สุด ( $\bar{X} = 2.55$ ) ในขณะที่การรวมกลุ่มในการจัดซื้อวัตถุดิบเป็นไปได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจซึ่งมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 2.02$ )

ตารางที่ 4 – 12 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตามเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้

(คะแนนเต็ม 3 คะแนน)

เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	$\bar{X}$	SD	ความเป็นโอกาส/อุปสรรค
1. ปัญหาราคาน้ำมันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง	1.11	.32	อุปสรรค
2. สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพงขึ้น	1.08	.27	อุปสรรค
3. ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นประเทศ	1.19	.43	อุปสรรค
4. เหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศ	1.10	.30	อุปสรรค
5. จำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น	1.26	.54	อุปสรรค
6. ความสามารถของคู่แข่ง	1.53	.68	อุปสรรค
7. ความผันผวนของฤดูกาล	1.34	.52	อุปสรรค
8. การขึ้นลงของอัตราดอกเบี้ย	1.49	.55	อุปสรรค
รวม	1.26	.28	อุปสรรค

จากตารางที่ 4 – 12 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้โดยรวมเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ ( $\bar{X} = 1.26$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่าการที่สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพงขึ้นเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจมากที่สุด ( $\bar{X} = 1.08$ )

ตารางที่ 4 – 13 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตามปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ

(คะแนนเต็ม 3 คะแนน)

หน่วยงานภาครัฐ	$\bar{X}$	SD	ความเป็นโอกาส/อุปสรรค
1. การเปลี่ยนแปลงนโยบายของเมืองพัทยาจากการเลือกตั้ง	1.91	.58	โอกาสและอุปสรรค
2. การสนับสนุนการท่องเที่ยวของภาครัฐ	2.65	.64	โอกาส
3. ความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมาย	1.78	.72	โอกาสและอุปสรรค
4. การแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา	2.05	.86	โอกาสและอุปสรรค

ตารางที่ 4 – 13 (ต่อ)

หน่วยงานภาครัฐ	$\bar{X}$	SD	ความเป็นโอกาส/อุปสรรค
5. การจัดสรรพื้นที่ / กำหนดผังเมืองด้านการจราจร	1.97	.81	โอกาสและอุปสรรค
6. การจัดสรรพื้นที่ / กำหนดผังเมืองด้านอาคาร	2.00	.74	โอกาสและอุปสรรค
7. การเป็นศูนย์กลางการแข่งขันกีฬาทางน้ำระดับโลก	2.84	.40	โอกาส
8. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	2.85	.42	โอกาส
9. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของกระทรวงท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2.84	.40	โอกาส
รวม	2.32	.35	โอกาสและอุปสรรค

จากตารางที่ 4-13 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันด้านปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐโดยรวมเป็นไปได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ ( $\bar{X} = 2.32$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่านโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นโอกาสต่อธุรกิจมากที่สุด ( $\bar{X} = 2.65$ ) ในขณะที่ความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมายเป็นไปได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจซึ่งมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 1.78$ )

#### ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 14 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	เพศชาย (n = 37)		เพศหญิง (n = 51)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.65	.31	3.50	.38	2.043 *	.044
2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.90	.38	3.65	.47	2.603 *	.011
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.16	.33	4.04	.46	1.373	.173
4. เงื่อนไขด้านเวลาในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.86	.54	3.68	.53	1.583	.117
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.81	.36	3.68	.45	1.452	.150
รวม	3.88	.32	3.71	.38	2.187 *	.031

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 14 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกัน มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมของผู้ประกอบการเพศชาย ( $\bar{X} = 3.88$ ) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าผู้ประกอบการเพศหญิง ( $\bar{X} = 3.71$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการเพศชาย ( $\bar{X} = 3.65$ ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการเพศหญิง ( $\bar{X} = 3.50$ ) และด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการ

เพศชาย ( $\bar{X} = 3.90$ ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการเพศหญิง ( $\bar{X} = 3.65$ ) ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 15 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.138	3	.379	3.210 *	.027
	ภายในกลุ่ม	9.456	80	.118		
	รวม	10.594	83			
2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.005	3	.335	1.646	.185
	ภายในกลุ่ม	16.281	80	.204		
	รวม	17.286	83			
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.259	3	.086	.489	.691
	ภายในกลุ่ม	14.094	80	.176		
	รวม	15.352	83			
4. เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.347	3	.116	1.006	.395
	ภายในกลุ่ม	24.241	80	.303		
	รวม	25.588	83			
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.514	3	.171	1.006	.395
	ภายในกลุ่ม	13.627	80	.170		
	รวม	14.141	83			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.470	3	.157	1.215	.310
	ภายในกลุ่ม	10.320	80	.129		
	รวม	10.790	83			

\*  $p < .05$



จากตารางที่ 4 – 15 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกันมีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกันเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 4 – 16

ตารางที่ 4 – 16 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ จำแนกตามอายุ

ความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	$\bar{X}$	น้อยกว่า			มากกว่า
		30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปี
น้อยกว่า 30 ปี	3.37	-	.199	.323 **	.064
31 - 40 ปี	3.57		-	.124	.134
41 - 50 ปี	3.69			-	.258 *
มากกว่า 51 ปี	3.44				-

\*  $p < .05$

\*\*  $p < .01$

จากตารางที่ 4 – 16 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี กับผู้ประกอบการที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี กับผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า 51 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ( $\bar{X} = 3.69$ ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ( $\bar{X} = 3.37$ ) และผู้ประกอบการที่มีอายุ

มากกว่า 51 ปี ( $\bar{X} = 3.44$ )

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แยกต่างหาก

ตารางที่ 4 – 17 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.546	3	.182	1.452	.234
	ภายในกลุ่ม	9.906	79	.125		
	รวม	10.452	82			
2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.611	3	.204	.977	.408
	ภายในกลุ่ม	16.476	79	.209		
	รวม	17.087	82			
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.192	3	.064	.357	.784
	ภายในกลุ่ม	14.148	79	.179		
	รวม	14.340	82			
4. เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.983	3	.328	1.100	.354
	ภายในกลุ่ม	23.544	79	.298		
	รวม	24.527	82			
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.480	3	.160	.926	.432
	ภายในกลุ่ม	13.660	79	.173		
	รวม	14.140	82			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.391	3	.130	.995	.399
	ภายในกลุ่ม	10.346	79	.131		
	รวม	10.738	82			

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 17 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ประเภทกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย  
วิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-18 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ  
ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทกิจการ

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย วิสาหกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ความเข้าใจและความตระหนัก ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย วิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.682	2	.341	2.724	.071
	ภายในกลุ่ม	10.639	85	.125		
	รวม	11.320	87			
2. การยอมรับและความร่วมมือ ภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.793	2	.396	1.979	.144
	ภายในกลุ่ม	17.025	85	.200		
	รวม	17.818	87			
3. การยอมรับและความร่วมมือ ภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.461	2	.230	1.337	.268
	ภายในกลุ่ม	14.652	85	.172		
	รวม	15.113	87			
4. เจือใจด้านเวลาและ สถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.876	2	.438	1.530	.222
	ภายในกลุ่ม	24.336	85	.286		
	รวม	25.213	87			
5. ระดับความสามารถและ ศักยภาพของกิจการ ในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.106	2	.053	.301	.741
	ภายในกลุ่ม	15.001	85	.176		
	รวม	15.107	87			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.479	2	.240	1.860	.162
	ภายในกลุ่ม	10.952	85	.129		
	รวม	11.432	87			

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4-18 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทกิจการต่างกัน มีผลต่อความรู้  
ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่อง  
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 19 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ  
ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย วิสาหกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ความเข้าใจและความตระหนัก ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย วิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.325	4	.081	.614	.654
	ภายในกลุ่ม	10.995	83	.132		
	รวม	11.320	87			
2. การยอมรับและความร่วมมือ ภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.042	4	.260	1.289	.281
	ภายในกลุ่ม	16.776	83	.202		
	รวม	17.818	87			
3. การยอมรับและความร่วมมือ ภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.842	4	.210	1.224	.307
	ภายในกลุ่ม	14.271	83	.172		
	รวม	15.113	87			
4. เงื่อนไขด้านเวลาและ สถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.304	4	.076	.254	.907
	ภายในกลุ่ม	24.908	83	.300		
	รวม	25.213	87			
5. ระดับความสามารถและ ศักยภาพของกิจการในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.898	4	.224	1.311	.273
	ภายในกลุ่ม	14.210	83	.171		
	รวม	15.107	87			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.313	4	.078	.583	.675
	ภายในกลุ่ม	11.119	83	.134		
	รวม	11.432	87			

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 19 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินการต่างกัน มี  
ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 ขนาดของโรงแรมที่พักที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่อง  
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แยกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 20 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้าน  
การท่องเที่ยว จำแนกตามขนาดของโรงแรมที่พัก

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	จำนวนห้องพัก ต่ำกว่า 59 ห้อง (n = 34)		จำนวนห้องพัก 60 – 149 ห้อง (n = 54)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ความเข้าใจและความตระหนักในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.51	.31	3.50	.38	-1.156	.251
2. การยอมรับและความร่วมมือภายใน เครือข่ายวิสาหกิจ	3.75	.53	3.76	.40	-.026	.979
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอก เครือข่ายวิสาหกิจ	4.08	.47	4.10	.38	-1.152	.880
4. เงื่อนไขด้านเวลาในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	3.76	.61	3.76	.50	.077	.939
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของ กิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.70	.45	3.75	.39	-.592	.555
รวม	3.76	.41	3.79	.33	-3.383	.703

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 20 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีขนาดของโรงแรมที่พักต่างกัน มีผล  
ต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7 จำนวนการจ้างงานที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย  
วิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แยกต่างกัน

ตารางที่ 4-21 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ  
ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนการจ้างงาน

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย วิสาหกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ความเข้าใจและความตระหนัก ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย วิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.637	5	.127	.978	.436
	ภายในกลุ่ม	10.683	82	.130		
	รวม	11.320	87			
2. การยอมรับและความร่วมมือ ภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.338	5	.068	.318	.901
	ภายในกลุ่ม	17.480	82	.213		
	รวม	17.818	87			
3. การยอมรับและความร่วมมือ ภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.721	5	.144	.822	.538
	ภายในกลุ่ม	14.391	82	.176		
	รวม	15.113	87			
4. เงื่อนไขด้านเวลาและ สถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.294	5	.059	.193	.964
	ภายในกลุ่ม	24.919	82	.304		
	รวม	25.213	87			
5. ระดับความสามารถและ ศักยภาพของกิจการในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.373	5	.075	.416	.837
	ภายในกลุ่ม	14.734	82	.180		
	รวม	15.107	87			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.283	5	.057	.416	.836
	ภายในกลุ่ม	11.149	82	.136		
	รวม	11.432	87			

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4-21 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานต่างกัน มีผลต่อ  
ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน  
สมมติฐานที่ 1.8 ทุณจคหะเป็ยนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย  
วิสาหกิจการท่องเท็ยวของผู้ประกอบการ ต่างกัน

ตารางที่ 4 – 22 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ  
ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามทุนจดทะเบียน

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย วิสาหกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ความเข้าใจและความตระหนัก ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย วิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.302	6	.050	.393	.881
	ภายในกลุ่ม	7.671	60	.128		
	รวม	7.973	66			
2. การยอมรับและความร่วมมือ ภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.828	6	.138	.695	.655
	ภายในกลุ่ม	11.919	60	.199		
	รวม	12.747	66			
3. การยอมรับและความร่วมมือ ภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.591	6	.098	.573	.750
	ภายในกลุ่ม	10.318	60	.172		
	รวม	10.909	66			
4. เงื่อนไขด้านเวลาและ สถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.267	6	.211	.779	.590
	ภายในกลุ่ม	16.273	60	.271		
	รวม	17.540	66			
5. ระดับความสามารถและ ศักยภาพของกิจการในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.517	6	.086	.477	.823
	ภายในกลุ่ม	10.829	60	.180		
	รวม	11.345	66			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.255	6	.043	.332	.917
	ภายในกลุ่ม	7.693	60	.128		
	รวม	7.948	66			

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 22 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนต่างกัน มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1.9 ขอบข่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 23 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ  
ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย วิสาหกิจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ความเข้าใจและความตระหนัก ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย วิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.402	3	.134	1.130	.343
	ภายในกลุ่ม	8.657	73	.119		
	รวม	9.059	76			
2. การยอมรับและความร่วมมือ ภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.064	3	.021	.109	.954
	ภายในกลุ่ม	14.339	73	.196		
	รวม	14.403	76			
3. การยอมรับและความร่วมมือ ภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.516	3	.172	.993	.401
	ภายในกลุ่ม	12.647	73	.173		
	รวม	13.164	76			
4. เงื่อนไขด้านเวลาและ สถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.315	3	.105	.378	.769
	ภายในกลุ่ม	20.292	73	.278		
	รวม	20.607	76			
5. ระดับความสามารถและ ศักยภาพของกิจการในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.359	3	.120	.675	.570
	ภายในกลุ่ม	12.949	73	.177		
	รวม	13.308	76			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.160	3	.053	.417	.741
	ภายในกลุ่ม	9.335	73	.128		
	รวม	9.495	76			

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 23 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อ  
ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน  
สมมติฐานที่ 1.10 กลุ่มราคาห้องพักต่อคืนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่อง  
เครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน



ตารางที่ 4 – 24 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามกลุ่มราคาห้องพักต่อคืน

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.087	4	.022	.161	.958
	ภายในกลุ่ม	11.233	83	.135		
	รวม	11.320	87			
2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.782	4	.196	.953	.438
	ภายในกลุ่ม	17.036	83	.205		
	รวม	17.818	87			
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.935	4	.234	1.368	.252
	ภายในกลุ่ม	14.178	83	.171		
	รวม	15.113	87			
4. เจือใจด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.316	4	.329	1.143	.342
	ภายในกลุ่ม	23.896	83	.288		
	รวม	25.213	87			
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.676	4	.169	.972	.427
	ภายในกลุ่ม	14.431	83	.174		
	รวม	15.107	87			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.481	4	.120	.912	.461
	ภายในกลุ่ม	10.950	83	.132		
	รวม	11.432	87			

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 24 สรุปได้ว่า โรงแรมที่พักที่มีกลุ่มราคาห้องพักต่อคืนต่างกัน มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.11 ประเภทลูกค้าที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-25 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทลูกค้าหลักที่เดินทางมาเอง

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	ลูกค้าที่เดินทางมาเอง (n = 85)		ไม่มีลูกค้า ที่เดินทางมาเอง (n = 3)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.56	.37	3.72		
2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.75	.46	3.93	.12	-0.694	.489
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.09	.42	4.07	.31	-0.102	.919
4. เงื่อนไขด้านเวลาในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.76	.54	3.87	.46	.350	.727
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.73	.42	3.94	.06	-0.875	.384
รวม	3.78	.37	3.91	.17	-0.612	.542

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4-25 สรุปได้ว่า โรงแรมที่พักที่มีประเภทลูกค้าหลักที่เดินทางมาเอง มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 26 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ  
ด้านการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทลูกค้าหลักจากกลุ่มลูกค้าบริษัท / ห้างร้าน /  
หน่วยงานราชการ

ความรู้ความเข้าใจเรื่อง เครือข่ายวิสาหกิจ	กลุ่มลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ (n = 24)		ไม่มีกลุ่มลูกค้า บริษัท/ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ (n = 64)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ความเข้าใจและความตระหนักใน การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.63	.35	3.54		
2. การยอมรับและความร่วมมือภายใน เครือข่ายวิสาหกิจ	3.77	.47	3.75	.45	.153	.879
3. การยอมรับและความร่วมมือ ภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.12	.41	4.08	.42	.353	.725
4. เจือใจด้านเวลาในการรวมกลุ่ม เป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.87	.41	3.72	.58	1.150	.253
5. ระดับความสามารถและศักยภาพ ของกิจการในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	3.75	.38	3.73	.43	.287	.775
รวม	3.83	.33	3.76	.38	.738	.463

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 26 พบว่า โรงแรมที่พักที่มีประเภทลูกค้าหลักกลุ่มลูกค้าบริษัท/ห้าง  
ร้าน/ หน่วยงานราชการ มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมและ  
รายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 27 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ  
ด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทลูกค้าหลักจากกรู๊ปทัวร์

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	กลุ่มลูกค้า จากกรู๊ปทัวร์ (n = 34)		ไม่มีกลุ่มลูกค้า จากกรู๊ปทัวร์ (n = 54)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ความเข้าใจและความตระหนักในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.63	.36	3.53		
2. การยอมรับและความร่วมมือภายใน เครือข่ายวิสาหกิจ	3.76	.47	3.75	.45	.166	.868
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอก เครือข่ายวิสาหกิจ	4.17	.46	4.04	.38	1.432	.156
4. เงื่อนไขด้านเวลาในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	3.83	.63	3.71	.47	.972	.334
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของ กิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย วิสาหกิจ	3.83	.42	3.67	.41	1.744	.085
รวม	3.84	.40	3.74	.34	1.320	.190

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 27 สรุปได้ว่า โรงแรมที่พักที่มีประเภทลูกค้าหลักจากกลุ่มลูกค้าจากกรู๊ป  
ทัวร์ มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 28 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทลูกค้าหลักจากกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	กลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา (n = 14)		ไม่มีกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา (n = 74)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.69	.31	3.54		
2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.86	.31	3.74	.47	.924	.358
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.21	.32	4.07	.43	1.211	.229
4. เงื่อนไขด้านเวลาในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.89	.42	3.74	.56	.959	.340
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.79	.27	3.72	.44	.505	.615
รวม	3.89	.26	3.76	.38	1.207	.231

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 28 สรุปได้ว่าโรงแรมที่พักที่มีประเภทหลักจากกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.12 การรวมกลุ่มส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-29 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามการรวมกลุ่มทางธุรกิจ

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	เคยมีการรวมกลุ่ม (n = 24)		ไม่เคยมีการรวมกลุ่ม (n = 58)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.72	.36	3.49		
2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.93	.34	3.67	.48	2.786 **	.007
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.22	.36	4.04	.44	1.713	.091
4. เจือใจด้านเวลาในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	4.01	.57	3.66	.52	2.734 **	.008
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการ ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.90	.39	3.66	.41	2.441 *	.017
รวม	3.96	.35	3.70	.36	2.942 **	.004

\*  $p < .05$

\*\*  $p < .01$

จากตารางที่ 4-29 สรุปได้ว่า การรวมกลุ่มทางธุรกิจมีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมของโรงแรมที่พักที่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ( $\bar{X} = 3.96$ ) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าโรงแรมที่พักที่ไม่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ( $\bar{X} = 3.70$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านเจือใจด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ .01 โดยค่าเฉลี่ยทั้ง 3 ด้านของโรงแรมที่พักที่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ( $\bar{X} = 3.72, 3.93, 4.01$  ตามลำดับ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของโรงแรมที่พักที่ไม่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ( $\bar{X} = 3.49, 3.67, 3.66$  ตามลำดับ) ด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของโรงแรมที่พักที่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ( $\bar{X} = 3.90$ ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของโรงแรมที่พักที่ไม่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ( $\bar{X} = 3.66$ ) ส่วนด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-30 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกสมาคม โรงแรมไทย (ภาคตะวันออก - เมืองพัทยา)

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย (n = 11)		ไม่ได้เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย (n = 77)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.75	.34	3.54		
2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.89	.36	3.74	.46	1.069	.288
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.16	.39	4.08	.42	.616	.539
4. เงื่อนไขด้านเวลาในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.89	.41	3.74	.55	.867	.388
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.84	.33	3.72	.43	.944	.348
รวม	3.91	.34	3.76	.36	1.262	.210

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4-30 สรุปได้ว่า โรงแรมที่พักที่มีที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย

(ภาคตะวันออก – เมืองพัทยา) มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-31 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวและ การท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	เป็นสมาชิก สมาคมผู้ประกอบการ และการท่องเที่ยว เมืองพัทยา (n = 14)		ไม่ได้เป็นสมาชิก สมาคมผู้ประกอบการ และการท่องเที่ยว เมืองพัทยา (n = 74)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ความเข้าใจและความตระหนักในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.70	.37	3.54		
2. การยอมรับและความร่วมมือภายใน เครือข่ายวิสาหกิจ	3.91	.29	3.72	.47	1.449	.151
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอก เครือข่ายวิสาหกิจ	4.24	.30	4.06	.43	1.498	.138
4. เนื้อหาข้อมูลเวลาในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	4.01	.61	3.71	.51	1.966	.053
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของ กิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย วิสาหกิจ	3.90	.25	3.70	.44	1.633	.106
รวม	3.95	.30	3.75	.37	1.994*	.049

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4-31 สรุปได้ว่า โรงแรมที่พักที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวเมืองพัทยา มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว โดยรวมของ โรงแรมที่พักที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวเมืองพัทยา



เมืองพัทยา ( $\bar{X} = 3.95$ ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของโรงแรมที่พักที่ไม่เป็นสมาชิกสมาคมธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ( $\bar{X} = 3.75$ ) โดยรายด้านไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 32 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกสมาคม / ชมรมอื่น ๆ ได้แก่ สมาคมนักบริหารงานอาหารและผู้ประกอบการเครื่องดื่มภาคตะวันออก และสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	เป็นสมาชิก สมาคม / ชมรม อื่น ๆ (n = 2)		ไม่ได้เป็นสมาชิก สมาคม / ชมรม อื่น ๆ (n = 86)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.82	.00	3.56		
2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	4.10	.14	3.75	.45	1.093	.277
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.30	.14	4.09	.42	.716	.476
4. เงื่อนไขด้านเวลาในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	4.00	.00	3.75	.54	.638	.525
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	4.00	.00	3.73	.42	.912	.364
รวม	4.04	.00	3.77	.36	1.044	.299

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 32 สรุปได้ว่า โรงแรมที่พักที่เป็นสมาชิกสมาคม / ชมรมอื่น ๆ ได้แก่ สมาคมนักบริหารงานอาหารและผู้ประกอบการเครื่องดื่มภาคตะวันออก และสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 33 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามสถานภาพการเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจปัจจุบัน

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	ยังคงเป็นสมาชิก (n = 18)		ไม่ได้เป็นสมาชิก แล้ว (n = 6)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.76	.36	3.58		
2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.96	.33	3.87	.37	.551	.587
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.20	.38	4.27	.30	-.387	.702
4. เจือใจด้านเวลาในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	4.07	.50	3.83	.76	.863	.397
5. ระดับความสามารรถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.92	.41	3.87	.37	.224	.824
รวม	3.98	.34	3.88	.38	.585	.565

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 33 สรุปได้ว่า สถานภาพการเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจปัจจุบัน มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 34 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามเพศ

ความสามารถในการแข่งขัน	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	(n = 37)		(n = 51)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ปัจจัยการผลิต	2.21	.38	2.24	.34	-.353	.725
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.42	.39	2.47	.39	-.512	.610
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.62	.39	2.60	.40	.261	.795
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.38	.63	2.30	.59	.602	.549
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.26	.24	1.27	.31	-.025	.980
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	2.32	.40	2.32	.32	-.123	.903
รวม	2.20	.30	2.20	.23	.056	.955

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 34 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกัน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4–35 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามอายุ

ความสามารถในการแข่งขัน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ปัจจัยการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.299	3	.100	.809	.493
	ภายในกลุ่ม	9.848	80	.123		
	รวม	10.146	83			
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	ระหว่างกลุ่ม	.529	3	.176	1.296	.282
	ภายในกลุ่ม	10.881	80	.136		
	รวม	11.410	83			
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	ระหว่างกลุ่ม	.533	3	.178	1.262	.293
	ภายในกลุ่ม	11.268	80	.141		
	รวม	11.801	83			
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	.509	3	.170	.473	.702
	ภายในกลุ่ม	28.712	80	.359		
	รวม	29.221	83			
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	ระหว่างกลุ่ม	.241	3	.080	.996	.399
	ภายในกลุ่ม	6.466	80	.081		
	รวม	6.707	83			
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	ระหว่างกลุ่ม	.322	3	.107	.963	.414
	ภายในกลุ่ม	8.924	80	.112		
	รวม	9.247	83			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.311	3	.104	1.754	.163
	ภายในกลุ่ม	4.722	80	.059		
	รวม	5.033	83			

\*  $p < .05$ 

จากตารางที่ 4–35 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 36 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามระดับการศึกษา

ความสามารถในการแข่งขัน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ปัจจัยการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.338	3	.113	.929	.431
	ภายในกลุ่ม	9.594	79	.121		
	รวม	9.932	82			
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	ระหว่างกลุ่ม	.410	3	.137	.989	.402
	ภายในกลุ่ม	10.919	79	.138		
	รวม	11.329	82			
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	ระหว่างกลุ่ม	1.224	3	.408	3.050 *	.033
	ภายในกลุ่ม	10.569	79	.134		
	รวม	11.793	82			
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	3.582	3	1.194	3.963 *	.011
	ภายในกลุ่ม	23.799	79	.301		
	รวม	27.381	82			
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	ระหว่างกลุ่ม	.077	3	.026	.309	.819
	ภายในกลุ่ม	6.558	79	.083		
	รวม	6.635	82			
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	ระหว่างกลุ่ม	.795	3	.265	2.491	.066
	ภายในกลุ่ม	8.401	79	.106		
	รวม	9.196	82			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.500	3	.167	2.975 *	.037
	ภายในกลุ่ม	4.428	79	.056		
	รวม	4.928	82			

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4-36 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันแตกต่างกันเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 4-37 ถึง 4-39

ตารางที่ 4-37 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขัน ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน จำแนกตามระดับการศึกษา

ความสามารถในการแข่งขัน ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุน	$\bar{X}$	มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		2.67	2.58	2.70	2.29
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	2.67	-	.087	.034	.381 *
อนุปริญญา	2.58		-	.121	.294
ปริญญาตรี	2.70			-	.415 *
สูงกว่าปริญญาตรี	2.29				-

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4-37 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า และผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ

ต่ำกว่า ( $\bar{X} = 2.67$ ) และผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ( $\bar{X} = 2.70$ ) มากกว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ( $\bar{X} = 2.29$ )

ตารางที่ 4-38 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขัน ด้านบริหารการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความสามารถในการแข่งขัน ด้านบริหารการแข่งขันและ กลยุทธ์ธุรกิจ	$\bar{X}$	มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า 2.21	อนุปริญญา 2.04	ปริญญาตรี 2.52	สูงกว่า ปริญญาตรี 2.56
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	2.21	-	.167	.313	.354
อนุปริญญา	2.04		-	.479 *	.521 *
ปริญญาตรี	2.52			-	.042
สูงกว่าปริญญาตรี	2.56				-

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4-38 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันด้านบริหารการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา กับผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันด้านบริหารการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ( $\bar{X} = 2.52$ ) และผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ( $\bar{X} = 2.56$ ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา ( $\bar{X} = 2.04$ )

ตารางที่ 4-39 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันในภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

ความสามารถในการแข่งขัน ในภาพรวม	$\bar{X}$	มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		2.22	2.10	2.29	2.13
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า	2.22	-	.117	.068	.087
อนุปริญญา	2.10		-	.185 *	.030
ปริญญาตรี	2.29			-	.155
สูงกว่าปริญญาตรี	2.13				-

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4-39 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันโดยรวมของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษานูปริญญา กับผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันโดยรวมของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ( $\bar{X} = 2.29$ ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษานูปริญญา ( $\bar{X} = 2.10$ )

สมมติฐานที่ 2.4 ประเภทกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน



ตารางที่ 4 – 40 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามประเภทกิจการ

ความสามารถในการแข่งขัน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ปัจจัยการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.009	2	.004	.035	.966
	ภายในกลุ่ม	10.908	85	.128		
	รวม	10.917	87			
2. เงินไขด้านอุปสงค์	ระหว่างกลุ่ม	.220	2	.110	.716	.492
	ภายในกลุ่ม	13.053	85	.154		
	รวม	13.273	87			
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	ระหว่างกลุ่ม	.372	2	.186	1.219	.301
	ภายในกลุ่ม	12.955	85	.152		
	รวม	13.326	87			
4. วนรับการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.291	2	.645	1.821	.168
	ภายในกลุ่ม	30.121	85	.354		
	รวม	31.412	87			
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	ระหว่างกลุ่ม	.066	2	.033	.407	.667
	ภายในกลุ่ม	6.911	85	.081		
	รวม	6.978	87			
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	ระหว่างกลุ่ม	.007	2	.003	.027	.973
	ภายในกลุ่ม	10.621	85	.125		
	รวม	10.628	87			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.005	2	.003	.038	.963
	ภายในกลุ่ม	6.047	85	.071		
	รวม	6.052	87			

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 40 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทกิจการต่างกัน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-41 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน

ความสามารถในการแข่งขัน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ปัจจัยการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	1.063	4	.266	2.238	.072
	ภายในกลุ่ม	9.854	83	.119		
	รวม	10.917	87			
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	ระหว่างกลุ่ม	.237	4	.059	.377	.824
	ภายในกลุ่ม	13.036	83	.157		
	รวม	13.273	87			
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	ระหว่างกลุ่ม	1.179	4	.295	2.014	.100
	ภายในกลุ่ม	12.147	83	.146		
	รวม	13.326	87			
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	2.490	4	.623	1.787	.139
	ภายในกลุ่ม	28.922	83	.348		
	รวม	31.412	87			
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	ระหว่างกลุ่ม	.562	4	.140	1.817	.133
	ภายในกลุ่ม	6.416	83	.077		
	รวม	6.978	87			
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	ระหว่างกลุ่ม	.541	4	.135	1.113	.356
	ภายในกลุ่ม	10.087	83	.122		
	รวม	10.628	87			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.363	4	.091	1.326	.267
	ภายในกลุ่ม	5.689	83	.069		
	รวม	6.052	87			

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 41 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการต่างกัน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสามารถในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิต ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ด้านบริหารการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ ด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และด้านปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.6 ขนาดของโรงแรมที่พักที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 42 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามขนาดของโรงแรมที่พัก

ความสามารถในการแข่งขัน	จำนวนห้องพัก ต่ำกว่า 59 ห้อง (n = 34)		จำนวนห้องพัก 60 – 149 ห้อง (n = 54)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ปัจจัยการผลิต	2.28	.35	2.19		
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.53	.35	2.40	.41	1.575	.119
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.67	.34	2.57	.42	1.186	.239
4. บริหารการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.30	.54	2.35	.64	-3.46	.730
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.21	.20	1.30	.32	-1.496	.138
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	2.36	.28	2.30	.39	-.824	.412
รวม	2.23	.21	2.18	.29	.733	.465

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 42 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีขนาดของโรงแรมที่พักต่างกัน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7 จำนวนการจ้างงานที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-43 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม  
จำนวนการจ้างงาน

ความสามารถในการแข่งขัน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ปัจจัยการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.179	5	.036	.274	.926
	ภายในกลุ่ม	10.738	82	.131		
	รวม	10.917	87			
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	ระหว่างกลุ่ม	.439	5	.088	.561	.730
	ภายในกลุ่ม	12.834	82	.157		
	รวม	13.273	87			
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและ สนับสนุน	ระหว่างกลุ่ม	1.612	5	.322	2.257	.056
	ภายในกลุ่ม	11.714	82	.143		
	รวม	13.326	87			
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ ธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.180	5	.236	.640	.670
	ภายในกลุ่ม	30.232	82	.369		
	รวม	31.412	87			
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	ระหว่างกลุ่ม	.361	5	.072	.895	.489
	ภายในกลุ่ม	6.617	82	.081		
	รวม	6.978	87			
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	ระหว่างกลุ่ม	.369	5	.074	.590	.708
	ภายในกลุ่ม	10.259	82	.125		
	รวม	10.628	87			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.155	5	.031	.430	.827
	ภายในกลุ่ม	5.898	82	.072		
	รวม	6.052	87			

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4-43 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีจำนวนการจ้างงานต่างกัน มีผลต่อ  
ความสามารถในการแข่งขันโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8 ทฤษฎีความเป็นที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-44 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามทฤษฎีความเป็น

ความสามารถในการแข่งขัน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ปัจจัยการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.537	6	.089	.741	.619
	ภายในกลุ่ม	7.248	60	.121		
	รวม	7.784	66			
2. เงินไหลด้านอุปสงค์	ระหว่างกลุ่ม	1.198	6	.200	1.472	.203
	ภายในกลุ่ม	8.140	60	.136		
	รวม	9.338	66			
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	ระหว่างกลุ่ม	2.511	6	.419	3.374 **	.006
	ภายในกลุ่ม	7.444	60	.124		
	รวม	9.955	66			
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	3.682	6	.614	1.814	.112
	ภายในกลุ่ม	20.294	60	.338		
	รวม	23.976	66			
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	ระหว่างกลุ่ม	.763	6	.127	1.618	.158
	ภายในกลุ่ม	4.713	60	.079		
	รวม	5.476	66			
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	ระหว่างกลุ่ม	.594	6	.099	.900	.501
	ภายในกลุ่ม	6.599	60	.110		
	รวม	7.193	66			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.599	6	.100	1.689	.139
	ภายในกลุ่ม	3.546	60	.059		
	รวม	4.145	66			

\*  $p < .05$

\*\*  $p < .01$

จากตารางที่ 4 – 44 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนต่างกัน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่าผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันแตกต่างกันเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 4 – 45

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

ตารางที่ 4-45 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมที่ต่ำกว่าและสูง  
จำแนกตามทุนจดทะเบียน

ความสามารถในการแข่งขัน ด้านอุตสาหกรรมที่ต่ำกว่าและ สูง	น้อยกว่า บาท	น้อยกว่า		10,000,000		20,000,000		50,000,001 - 100,000,000		มากกว่า	
		1,000,001 - 5,000,000	5,000,001 - 10,000,000	10,000,001 - 20,000,000	20,000,001 - 50,000,000	50,000,001 - 100,000,000	100,000,001 - มากกว่า				
ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	2.76	-	.096	.517 *	.225	.074	.541 *	.255			
1,000,001 - 5,000,000 บาท	2.66		-	.421 *	.129	.169	.445 *	.159			
5,000,001 - 10,000,000 บาท	2.24			-	-.293	.591 *	.024	.262			
10,000,001 - 20,000,000 บาท	2.53				-	.298	.316	.031			
20,000,001 - 50,000,000 บาท	2.83					-	.614 *	.329			
50,000,001 - 100,000,000 บาท	2.21						-	.286			
มากกว่า 100,000,000 บาท	2.50							-			

\* p < .05

จากตารางที่ 4 – 45 พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนของผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 1,000,000 บาท ทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,001 – 5,000,000 บาท และทุนจดทะเบียนระหว่าง 20,000,001 – 50,000,000 บาท กับผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 5,000,001 – 10,000,000 บาท และทุนจดทะเบียนระหว่าง 50,000,001 – 100,000,000 บาท แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 1,000,000 บาท ( $\bar{X} = 2.76$ ) ทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,001 – 5,000,000 บาท ( $\bar{X} = 2.66$ ) และทุนจดทะเบียนระหว่าง 20,000,001 – 50,000,000 บาท ( $\bar{X} = 2.83$ ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 5,000,001 – 10,000,000 บาท ( $\bar{X} = 2.24$ ) และทุนจดทะเบียนระหว่าง 50,000,001 – 100,000,000 บาท ( $\bar{X} = 2.21$ )

สมมติฐานที่ 2.9 ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 46 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน

ความสามารถในการแข่งขัน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ปัจจัยการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.288	3	.096	.756	.522
	ภายในกลุ่ม	9.279	73	.127		
	รวม	9.567	76			
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	ระหว่างกลุ่ม	.300	3	.100	.731	.537
	ภายในกลุ่ม	9.992	73	.137		
	รวม	10.292	76			
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	ระหว่างกลุ่ม	.700	3	.233	1.649	.186
	ภายในกลุ่ม	10.331	73	.142		
	รวม	11.031	76			



ตารางที่ 4-46 (ต่อ)

ความสามารถในการแข่งขัน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	2.033	3	.678	1.981	.124
	ภายในกลุ่ม	24.964	73	.342		
	รวม	26.997	76			
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	ระหว่างกลุ่ม	.234	3	.078	1.016	.391
	ภายในกลุ่ม	5.601	73	.077		
	รวม	5.835	76			
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	ระหว่างกลุ่ม	.367	3	.122	1.075	.365
	ภายในกลุ่ม	8.317	73	.114		
	รวม	8.685	76			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.212	3	.071	1.145	.337
	ภายในกลุ่ม	4.495	73	.062		
	รวม	4.707	76			

\*  $p < .05$ 

จากตารางที่ 4-46 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.10 กลุ่มราคาห้องพักต่อคืนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-47 การเปรียบเทียบความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม  
กลุ่มราคาห้องพักต่อกัน

ความสามารถในการแข่งขัน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ปัจจัยการผลิต	ระหว่างกลุ่ม	.663	4	.166	1.342	.261
	ภายในกลุ่ม	10.254	83	.124		
	รวม	10.917	87			
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	ระหว่างกลุ่ม	.770	4	.192	1.278	.285
	ภายในกลุ่ม	12.503	83	.151		
	รวม	13.273	87			
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	ระหว่างกลุ่ม	.475	4	.119	.767	.550
	ภายในกลุ่ม	12.851	83	.155		
	รวม	13.326	87			
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.637	4	.409	1.141	.343
	ภายในกลุ่ม	29.774	83	.359		
	รวม	31.412	87			
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	ระหว่างกลุ่ม	.611	4	.153	1.992	.103
	ภายในกลุ่ม	6.366	83	.077		
	รวม	6.978	87			
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	ระหว่างกลุ่ม	.257	4	.064	.515	.725
	ภายในกลุ่ม	10.371	83	.125		
	รวม	10.628	87			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.145	4	.036	.511	.728
	ภายในกลุ่ม	5.907	83	.071		
	รวม	6.052	87			

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4-47 สรุปได้ว่า โรงแรมที่พักที่มีกลุ่มราคาห้องพักต่อกันต่างกัน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.11 ประเภทลูกค้าที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-48 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามประเภทลูกค้าหลักที่เดินทางมาเอง

ความสามารถในการแข่งขัน	ลูกค้าที่เดินทางมาเอง (n = 85)		ไม่มีลูกค้าที่เดินทางมาเอง (n = 3)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ปัจจัยการผลิต	2.22	.35	2.48		
2. เงินใจด้านอุปสงค์	2.44	.39	2.54	.31	-.423	.673
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.62	.39	2.43	.57	.810	.420
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.33	.60	2.25	.66	.232	.817
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.26	.28	1.46	.47	-1.248	.215
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	2.32	.35	2.44	.48	-.622	.536
รวม	2.20	.26	2.27	.49	-.450	.654

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4-48 สรุปได้ว่า โรงแรมที่พักที่มีประเภทลูกค้าหลักที่เดินทางมาเอง มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 49 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามประเภทลูกค้าหลักจากกลุ่มลูกค้าบริษัท / ห้างร้าน / หน่วยงานราชการ

ความสามารถในการแข่งขัน	กลุ่มลูกค้าบริษัท/ ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ (n = 24)		ไม่มีกลุ่มลูกค้า บริษัท/ห้างร้าน/ หน่วยงานราชการ (n = 64)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ปัจจัยการผลิต	2.22	.37	2.23		
2. เงินใจด้านอุปสงค์	2.48	.43	2.43	.38	.541	.590
3. อุดสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและ สนับสนุน	2.53	.44	2.64	.37	-1.162	.248
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.38	.66	2.31	.58	.428	.631
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.28	.33	1.26	.27	.355	.724
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	2.33	.39	2.32	.34	.131	.896
รวม	2.20	.29	2.20	.25	.106	.916

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 49 พบว่า โรงแรมที่พักที่มีประเภทลูกค้าหลักกลุ่มลูกค้าบริษัท/ห้างร้าน/หน่วยงานราชการ มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 50 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามประเภทลูกค้าหลักจากกรุ๊ปทัวร์

ความสามารถในการแข่งขัน	กลุ่มลูกค้า จากกรุ๊ปทัวร์ (n = 34)		ไม่มีกลุ่มลูกค้า จากกรุ๊ปทัวร์ (n = 54)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ปัจจัยการผลิต	2.28	.36	2.19		
2. เงินใจด้านอุปสงค์	2.45	.40	2.45	.39	.021	.984

ตารางที่ 4 – 50 (ต่อ)

ความสามารถในการแข่งขัน	กลุ่มลูกค้า จากกรุ๊ปทัวร์ (n = 34)		ไม่มีกลุ่มลูกค้า จากกรุ๊ปทัวร์ (n = 54 )		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.58	.40	2.63		
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.41	.61	2.28	.60	.973	.333
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.28	.35	1.26	.24	.285	.777
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	2.38	.37	2.28	.34	1.247	.216
รวม	2.23	.26	2.18	.26	.828	.410

\*  $p < .05$ 

จากตารางที่ 4 – 50 สรุปได้ว่า โรงแรมที่พักที่มีประเภทลูกค้าหลักจากกลุ่มลูกค้าจากกรุ๊ปทัวร์ มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 51 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามประเภทลูกค้าหลักจากกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา

ความสามารถในการแข่งขัน	กลุ่มลูกค้า ประชุมสัมมนา (n = 14)		ไม่มีกลุ่มลูกค้า ประชุมสัมมนา (n = 74 )		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ปัจจัยการผลิต	2.12	.23	2.25		
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.58	.34	2.42	.40	1.396	.166
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.44	.45	2.64	.37	-1.683	.096
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.47	.59	2.30	.60	.975	.332
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.21	.22	1.28	.29	.849	.398
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	2.34	.31	2.32	.36	.239	.812
รวม	2.20	.20	2.20	.28	-.070	.944

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 51 สรุปได้ว่าโรงแรมที่พักที่มีประเภทหลักจากกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสามารถในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิต ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ด้านบริหารการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ ด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และด้านปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.12 การรวมกลุ่มส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 52 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามการรวมกลุ่มทางธุรกิจ

ความสามารถในการแข่งขัน	เคยมีการรวมกลุ่ม (n = 24)		ไม่เคยมีการรวมกลุ่ม (n = 58)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ปัจจัยการผลิต	2.24	.37	2.25		
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.51	.40	2.43	.39	.841	.403
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.57	.47	2.63	.37	-.670	.505
4. บริหารการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.43	.64	2.29	.57	.946	.347
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.27	.28	1.27	.29	.062	.951
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	2.29	.49	2.34	.28	-.613	.542
รวม	2.22	.36	2.20	.23	.242	.809

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 52 สรุปได้ว่า การรวมกลุ่มทางธุรกิจ มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 53 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย (ภาคตะวันออก – เมืองพัทยา)

ความสามารถในการแข่งขัน	เป็นสมาชิกสมาคม		ไม่ได้เป็นสมาชิกสมาคม		<i>t</i>	<i>p</i>
	โรงแรมไทย (n = 11)		โรงแรมไทย (n = 77)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ปัจจัยการผลิต	2.27	.39	2.22	.35	.380	.705
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.45	.46	2.45	.38	.064	.949
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.53	.54	2.62	.37	-.516	.615
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.38	.70	2.32	.59	.267	.790
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.23	.32	1.27	.28	.443	.659
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	2.22	.48	2.33	.33	-.999	.321
รวม	2.18	.41	2.20	.24	.267	.790

\**p* < .05

จากตารางที่ 4 – 53 สรุปได้ว่า โรงแรมที่พักที่มีที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย (ภาคตะวันออก – เมืองพัทยา) มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-54 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตาม การรวมกลุ่มเป็นสมาชิกสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ความสามารถในการแข่งขัน	เป็นสมาชิก สมาคมนักธุรกิจ และการท่องเที่ยว เมืองพัทยา (n = 14)		ไม่ได้เป็นสมาชิก สมาคมนักธุรกิจ และการท่องเที่ยว เมืองพัทยา (n = 74)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ปัจจัยการผลิต	2.27	.34	2.22		
2. เงินใจ	2.58	.32	2.42	.40	1.396	.166
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.64	.41	2.60	.39	.354	.724
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.50	.51	2.30	.61	1.160	.249
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.31	.25	1.26	.29	.691	.492
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	2.32	.44	2.32	.33	-.038	.970
รวม	2.27	.29	2.19	.26	1.083	.282

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4-54 สรุปได้ว่า โรงแรมที่พักที่เป็นสมาชิกสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสามารถในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิต ด้านเงินใจด้านอุปสงค์ ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ ด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ และด้านปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4 – 55 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกสมาคม / ชมรมอื่น ๆ ได้แก่ สมาคมนักบริหารงานอาหารและผู้ประกอบการเครื่องดื่มภาคตะวันออก และสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ

ความสามารถในการแข่งขัน	เป็นสมาชิกสมาคม / ชมรมอื่น ๆ (n = 2)		ไม่ได้เป็นสมาชิกสมาคม / ชมรมอื่น ๆ (n = 86)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ปัจจัยการผลิต	2.29	.10	2.23		
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	3.00	.00	2.43	.39	2.061 *	.042
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.79	.10	2.60	.39	.645	.521
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	3.00	.00	2.31	.60	10.622 **	.000
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.13	.18	1.27	.29	-.702	.484
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	2.56	.63	2.32	.35	.961	.339
รวม	2.46	.13	2.19	.26	1.412	.162

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 55 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคม / ชมรมอื่น ๆ ได้แก่ สมาคมนักบริหารงานอาหารและผู้ประกอบการเครื่องดื่มภาคตะวันออก และสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าเฉลี่ยด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ของผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคม / ชมรมอื่น ๆ ( $\bar{X} = 3.00$ ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิกสมาคม / ชมรมอื่น ๆ ( $\bar{X} = 2.43$ ) ส่วนด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคม / ชมรมอื่น ๆ ( $\bar{X} = 3.00$ ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิกสมาคม / ชมรมอื่น ๆ ( $\bar{X} = 2.31$ )

ตารางที่ 4 – 56 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามสถานภาพการเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจปัจจุบัน

ความสามารถในการแข่งขัน	ยังคงเป็นสมาชิก		ไม่ได้เป็นสมาชิกแล้ว		t	p
	(n = 18)		(n = 6)			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ปัจจัยการผลิต	2.27	.33	2.15	.51	.625	.538
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.60	.27	2.25	.61	1.358	.226
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.67	.42	2.26	.50	1.951	.064
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.59	.56	1.94	.66	2.379 *	.026
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.26	.29	1.29	.28	-.199	.844
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	2.37	.41	2.04	.63	1.497	.148
รวม	2.29	.29	1.99	.48	1.899	.071

\*  $p < .05$

จากตารางที่ 4 – 56 สรุปได้ว่า ว่า สถานภาพการเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจปัจจุบัน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยรวมไม่แตกต่างกัน

แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่ยังคงเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจปัจจุบัน ( $\bar{X} = 2.59$ ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่ไม่ได้เป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจแล้ว ( $\bar{X} = 1.94$ )

สมมติฐานที่ 3 ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 – 57 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จำแนกความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	สนใจ (n = 56)		ไม่สนใจ (n = 9)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
	1. ความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.68	.28	3.13		
2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.90	.34	3.31	.40	4.718 **	.000
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.20	.39	3.91	.39	2.043 *	.045
4. เงื่อนไขด้านเวลาในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.89	.50	3.56	.46	1.824	.073
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.87	.36	3.25	.32	4.794 **	.000
รวม	3.91	.29	3.43	.28	4.507 **	.000

\*  $p < .05$

\*\*  $p < .01$

จากตารางที่ 4 – 57 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีความคิดเห็นในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมของผู้ประกอบการที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 3.91$ ) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่สนใจ ( $\bar{X} = 3.43$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็น

เครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 3.68, 3.90, 3.87$  ตามลำดับ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการไม่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 3.13, 3.31, 3.25$  ตามลำดับ) ส่วนด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 4.20$ ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการไม่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 3.91$ ) ในขณะที่ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจส่งผลต่อความรู้ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-58 การเปรียบเทียบความแตกต่างของความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ

ความสามารถในการแข่งขัน	สนใจ (n = 56)		ไม่สนใจ (n = 9)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ปัจจัยการผลิต	2.30	.33	2.00	.37	2.476 *	.016
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.55	.33	2.21	.43	2.764 **	.007
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.68	.37	2.43	.45	1.836	.071
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.46	.59	2.28	.45	.885	.379
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.26	.30	1.28	.31	-.132	.896
6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	2.37	.34	2.22	.20	1.768	.095
รวม	2.27	.22	2.07	.27	2.453 *	.017

\*  $p < .05$

\*\*  $p < .01$

จากตารางที่ 4-58 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีความคิดเห็นในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 2.27$ ) มากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่สนใจ ( $\bar{X} = 2.07$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันด้านปัจจัยการผลิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าเฉลี่ยด้านเงื่อนไขอุปสงค์ของผู้ประกอบการที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 2.55$ ) มากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่สนใจ ( $\bar{X} = 2.21$ ) ส่วนด้านปัจจัยอุปสงค์ของผู้ประกอบการที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 2.30$ ) มากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่สนใจ ( $\bar{X} = 2.00$ )

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2546)

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

1. กลุ่มผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ
2. กลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ

โดยความแตกต่างของทั้ง 2 กลุ่มนี้อาจเกิดจากปัจจัยที่เป็นตัวแปรอิสระที่น่าสนใจทั้งปัจจัยของผู้ประกอบการและการประกอบธุรกิจ ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก โดยค่าของการวิเคราะห์จะอยู่ในรูปโอกาสการเกิด ซึ่งมีลำดับขั้นตอนการวิเคราะห์และสรุปผลดังนี้

สำหรับการหารูปแบบเพื่อทำนายโอกาสของผู้ประกอบการที่จะจัดอยู่ในกลุ่มที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และไม่มี ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ในขณะที่ตัวแปรอิสระจะมีลักษณะการวัดทั้งเชิงปริมาณและเชิงกลุ่ม ดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระที่มีการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก ส่วนตัวแปรอิสระที่มีการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ อายุและกลุ่มลูกค้า โดยตัวแปรเหล่านี้จะถูกจัดเป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ซึ่งจะแทนค่าลักษณะที่สนใจแต่ละระดับเป็น 1 และลักษณะอื่น ๆ เป็น 0 เช่น ความสนใจในการรวมกลุ่มและไม่สนใจรวมกลุ่มมีค่าเดิม คือ 1 และ 2 เมื่อแปลงเป็นตัวแปรหุ่น โดยตั้งชื่อใหม่ว่า สนใจรวมกลุ่มใหม่ จะให้ค่าใหม่ 2 ค่า คือ สนใจรวมกลุ่มมีค่าเท่ากับ 1 และไม่สนใจรวมกลุ่มมีค่าเท่ากับ 0 หรือตัวแปรอื่น ๆ ก็เช่นเดียวกัน

ขั้นตอนในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ ดังนี้

1. การกำหนดแบบจำลองหรือสมการถดถอยโลจิสติกที่ต้องการทดสอบ คือ ความน่า

จะเป็นในกลุ่มที่ยอมรับ

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

$W = b_0 + b_1 \text{ อายุ} + b_2 \text{ กลุ่มลูกค้า} + b_3 \text{ ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ}$   
 $\text{ด้านการท่องเที่ยว} + b_4 \text{ ความสามารถในการแข่งขัน}$

โดยที่

$W$  คือ ตัวแปรอิสระ (ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ)

$b_0$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์โลจิสติกของค่าคงที่  $C$  (Central Logistic Coefficient)

$b_1$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์โลจิสติกและตัวแปรอิสระแต่ละตัว (Logistic Coefficient)

## 2. การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

$H_0$ : ทุก  $\beta$  มีค่าเท่ากับ 0

$H_1$ : ทุก  $\beta$  มีค่าไม่เท่ากับ 0

โดยใช้สถิติไคสแควร์ได้ค่าเท่ากับ 30.885 ที่  $df$  เท่ากับ 4 และค่า  $p$  เท่ากับ 0.0 ดังนั้น จึงปฏิเสธ  $H_0$  ด้วยระดับนัยสำคัญ .05 นั่นคือ มีบาง  $\beta$  ที่มีค่าไม่เท่ากับ 0 หรือมีตัวแปรอิสระบางตัวใช้ทำนายโอกาสที่ผู้ประกอบการสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้ดี

## 3. ทดสอบว่าโมเดลเหมาะสมหรือไม่

3.1  $H_0$ : โมเดลเหมาะสม

$H_1$ : โมเดลไม่เหมาะสม

ในการนี้จะพิจารณาจากค่า  $\chi^2$  ที่ได้จากการทดสอบ Hosmer and Lemeshow ได้ค่าเท่ากับ 3.386 ที่  $df$  เท่ากับ 8 และค่า  $p$  เท่ากับ .908 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_0$  ด้วยระดับนัยสำคัญ .05 นั่นคือ โมเดลที่สร้างขึ้นจากสมการโลจิสติกนี้เหมาะสมในการทำนาย

3.2 พิจารณาว่าแบบจำลองโลจิสติก สามารถอธิบายความผันผวนของการจัดกลุ่มทั้ง 2 กลุ่มอย่างไร พบว่า ร้อยละ 38.3 ของความผันผวนของการจัดกลุ่ม 2 กลุ่ม สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรอิสระที่พิจารณาและมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ความผันแปรที่เหลืออีกร้อยละ 61.7 เกิดจากตัวแปรอิสระอื่น ๆ หรือความผิดพลาดอื่น ๆ

3.3 ความสามารถในการทำนายนี้จากผลการทดสอบว่า โมเดลโลจิสติกที่สร้างขึ้นตั้งสมการที่สามารถพิจารณาความสามารถในการทำนาย ดังตารางที่ 4 – 59

ตารางที่ 4 – 59 ความสามารถในการทำนายโดยสมการถดถอยโลจิสติก

ค่าจริง		ค่าการทำนาย		
		ไม่สนใจ	สนใจ	ร้อยละที่ถูกต้อง
กลุ่ม	ไม่สนใจ	6	3	66.7
	สนใจ	2	53	96.4
รวม				92.2

Cut Value .05

จากตารางที่ 4 – 59 พบว่า ความสามารถในการทำนายโดยการเปรียบเทียบค่าทำนายกับค่าจริงเทียบกับค่า Cut Value .05 ดังนี้

ถ้าความน่าจะเป็นที่จะจัดอยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ  $P \leq .05$  จะจัดให้เป็นกลุ่มไม่สนใจ

แต่ถ้าความน่าจะเป็นที่จะจัดกลุ่มที่อยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ  $P > .05$  จะจัดอยู่ในกลุ่มสนใจ

สมการ โลจิสติกหรือแบบจำลอง โลจิสติกสามารถทำนายผู้ประกอบการที่ไม่มี ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจได้ถูก 6 คน จากจำนวนผู้ประกอบการที่ไม่มี ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจรวม 9 คน นั่นคือ ทำนายถูกร้อยละ 66.7 ในขณะที่เดียวกับสมการหรือแบบจำลองนี้ยังสามารถทำนายผู้ประกอบการที่มีความสนใจใน การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจได้ถูก 53 คน จากจำนวนผู้ประกอบการที่มีความสนใจใน การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจรวม 55 คน ทำนายถูกต้องร้อยละ 96.4 โดยรวมแล้ว การทำนายถูกถึงร้อยละ 92.2 และทำนายไม่ถูกต้องเพียง 7.8

3.4 สมการการทำนายพิจารณาจากตารางที่ 4 – 60 ความน่าจะเป็นของ ผู้ประกอบการที่จะเป็นกลุ่มที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจหรือ

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

โดยที่  $w = 7.464$  ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ +  $6.263$  ความสามารถในการแข่งขัน

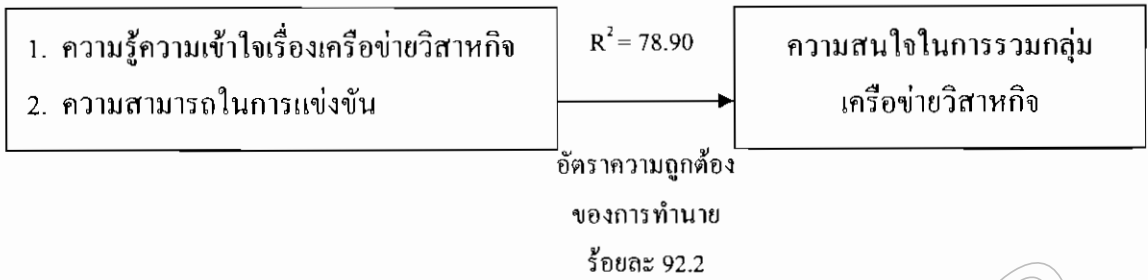
ตารางที่ 4 – 60 สมการถดถอยโลจิสติกเพื่อการทำนายผลการศึกษา

ลำดับที่	ตัวแปรอิสระ	$\beta$	Wald	df	p	สรุปผล
1	ความรู้ความเข้าใจเรื่อง เครือข่ายวิสาหกิจ	7.464	7.139	1	0.008	โอกาสที่ผู้ประกอบการสนใจใน การรวมกลุ่มมากขึ้นเมื่อมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย วิสาหกิจ
2	อายุ 51 ปีขึ้นไป	-2.155	2.489	1	0.115	-
3	กลุ่มลูกค้าครูปัจุบัน	4.221	3.092	1	0.079	-
4	ความสามารถใน การแข่งขัน	6.263	4.835	1	0.028	โอกาสที่ผู้ประกอบการสนใจใน การรวมกลุ่มมากขึ้นเมื่อมี ความสามารถในการแข่งขัน

กล่าวโดยสรุปว่าปัจจัยหรือตัวแปรอิสระในด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำนายความน่าจะเป็นของกรที่ผู้ประกอบการจะเป็นกลุ่มที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ โดยสมการหรือแบบจำลองโลจิสติกข้างต้นอาจเขียนในรูปของ Logarithm คือ  $\log(\text{odds}) = \log(P(\text{กลุ่มที่สนใจ}) / P(\text{กลุ่มที่ไม่สนใจ}))$  โดยที่  $\log(\text{odds}) = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2$

แบบจำลองนี้มีความเหมาะสมโดยมีค่า  $R^2$  (Pseudo-R-Square) มีค่าร้อยละ 78.90 สามารถอธิบายความผันแปรด้วยตัวแปรอิสระ 2 ตัวข้างต้นและแบบจำลองมีความสามารถในการทำนายถึงร้อยละ 92.2 ดังนั้นผลการศึกษาโดยสรุปสามารถแสดงได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย กรอบแนวความคิดในการศึกษา โดยแสดงเป็นกรอบแนวความคิดความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ดังภาพที่ 4 – 1





ภาพที่ 4 – 1 ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการ  
โรงแรมที่พัก

ผลจากการทำนายลักษณะของผู้ประกอบการที่สนใจในการรวมกลุ่ม พบว่า ผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักจะสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจมากขึ้นเมื่อ ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจและมีความสามารถในการแข่งขันในระดับสูง ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยนี้สามารถสร้างเสริมได้ด้วยความกระตือรือร้นที่เพิ่มศักยภาพให้แก่ธุรกิจด้วยของตัวผู้ประกอบการเองและจากหน่วยงานภาครัฐที่คอยให้การกระตุ้นสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจที่ดีแก่ผู้ประกอบการ และคอยพัฒนาปัจจัยการผลิต เช่น โครงสร้างพื้นฐาน รวมไปถึงการให้การสนับสนุนในการเงินทุนและการตลาด เหล่านี้ก็จะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวเมืองพัทยาได้เช่นกัน ซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นปูพื้นฐานที่ดีในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจให้เข้มแข็งต่อไป รายละเอียดจะกล่าวต่อไปในบทที่ 5

ส่วนที่ 6 ผลการสัมภาษณ์เจาะลึก จำแนกตามปัจจัยหลัก 4 ด้าน และปัจจัยเสริม 2 ด้าน (Diamond Model) ได้แก่

#### 1. ปัจจัยการผลิต

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ จากการสัมภาษณ์ พบว่า โรงแรมที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กทุกประเภทในเขตเมืองพัทยาส่วนใหญ่ประสบปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพทั้งระดับบนและระดับล่าง จากจำนวนโรงแรมที่พักที่มีอยู่มากมายทั่วทุกพื้นที่ของเมืองพัทยา อัตราค่าแรงขั้นต่ำต่ำกว่าค่าครองชีพ แรงงานคุณภาพโดยมากมักถูกซื้อตัวหรือได้รับการจ้างงานจากโรงแรมขนาดใหญ่ ทำให้โรงแรมที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพ และมีอัตราการเข้าออกของแรงงานในระดับสูง ซึ่งแรงงานส่วนใหญ่เป็นประชากรแฝงที่มีถิ่นฐานอยู่นอกพื้นที่ มาทำนักรและหางานในเมืองพัทยา โรงแรมที่พักขนาดกลางส่วนมากมี

การเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษาเพื่อรับนักเรียน – นักศึกษาฝึกงานมาชดเชยการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูท่องเที่ยว ซึ่งในจำนวนนี้ส่วนมากเป็นสถาบันการศึกษาในพื้นที่ และบางส่วนมาจากนอกพื้นที่บ้าง เช่น กลุ่มโรงเรียนอักษร วิทยาลัยเทคนิคสตั๊ดทึบ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์วิทยาเขตศรีราชา และมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลย์โลก เป็นต้น ดังนั้นการสร้าง แรงจูงใจในการการทำงานจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการรักษาแรงงานที่มีคุณภาพให้คงไว้

1.2 โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ จากการสัมภาษณ์ พบว่า ด้านการจราจร มี ปัญหาการจราจรติดขัดอยู่เสมอในช่วงโมงเร่งด่วนและในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว เนื่องจาก การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของเมืองพัทยา ซึ่งสามารถเห็นได้จากที่อยู่อาศัย โรงแรมที่พัก อาคาร พาณิชยกรรม แหล่งท่องเที่ยว สถานบันเทิง ที่มีอยู่มากมายทั่วเมืองพัทยา ส่งผลให้จำนวนจำนวน นักท่องเที่ยวและแรงงานจากต่างจังหวัดเข้ามาทำงานในเมืองพัทยานับวันเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งปัญหาจาก ระเบียบวินัยจราจรของพลเมืองและนักท่องเที่ยว รวมทั้งการเข้มงวดวินัยจราจรของตำรวจ

ด้านระบบน้ำประปา มีปัญหาการขาดแคลน น้ำประปาไม่ไหลบ่อยครั้ง สร้าง ความเดือดร้อนให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจโรงแรมที่พัก ผู้ประกอบการต้อง แก้ปัญหาโดยการซื้อน้ำจากเอกชน โดยจะรดน้ำวิ่งให้บริการอยู่ทั่วไปในเมืองพัทยา

ด้านระบบไฟฟ้า ในเขตเมืองพัทยายังไม่พบปัญหาที่เด่นชัดสร้างความเดือดร้อนแก่ ผู้ประกอบการ อาจมีปัญหาไฟฟ้าตก – ไฟฟ้าดับบ้าง แต่พบในจำนวนน้อย ผู้ประกอบการคิดว่า ไม่เป็นปัญหาต่อการประกอบธุรกิจ

ด้านระบบขนส่ง ถือว่าในเขตเมืองพัทยาและบริเวณโดยรอบมีระบบขนส่งให้บริการ อย่างสะดวกและทั่วถึง ทั้งทางรถยนต์ รถไฟ เรือ และเครื่องบิน โดยการเดินทางเข้า – ออก เมือง พัทยานั้น นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางได้โดยทางรถ มีรถทัวร์ปรับอากาศให้บริการทั้งสาย เหนือและอีสาน ส่วนสายใต้สามารถเดินทางโดยเครื่องบินจากพัทยาไปเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ ธานี หรือจังหวัดภูเก็ต ได้ที่สนามบินอู่ตะเภา ในขณะที่ภายในเขตเมืองพัทยามีระบบขนส่งภายใน โดยมียานยนต์สองแถว รถแท็กซี่ รถมอเตอร์ไซค์รับจ้าง และเรือข้ามฟากระหว่างเกาะ ให้บริการ นอกจากนี้ยังมีบริการรถตู้ระหว่างจังหวัดอีกด้วย จากจำนวนธุรกิจเอกชนที่ให้บริการขนส่ง สาธารณะจำนวนมากในปัจจุบันนั้นพบว่า ธุรกิจขนส่งมีปัญหาให้บริการไม่เป็นมาตรฐาน และ ปัญหาการแย่งสัมปทานธุรกิจขนส่ง เป็นต้น ส่วนรถสองแถวของเมืองพัทยานั้นยังพบว่ามียานยนต์ ที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนหรือวิ่งรถเองโดยไม่มีสังกัด (รถเถื่อน) มากกว่ารถสองแถวปกติประมาณ 1 เท่า ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการควบคุมราคาค่าโดยสาร มาตรฐานการบริการ และการจราจรที่ติดขัดมาก ขึ้นจากจำนวนรถสองแถวที่มากเกินไป

1.3 ทรัพยากรทุน สถาบันการเงินที่สามารถเป็นแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการมีอยู่หลายแห่ง ทั้งสถาบันของรัฐและเอกชน ซึ่งถือว่าเพียงพอต่อธุรกิจธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอยู่ในเขตเมืองพัทยา แต่จากการสัมภาษณ์พบว่า ธุรกิจโรงแรมขนาดย่อมถึงขนาดเล็กล้วนมากใช้เงินทุนส่วนตัวหรือครอบครัวในการก่อตั้งธุรกิจ และมีปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนคือไม่สามารถขอกู้เงินจากทางสถาบันการเงินเพื่อก่อตั้งธุรกิจหรือขยายได้หรือขอได้แต่ยาก เนื่องจากเงินกู้ที่ได้ในส่วนมากมาจากหลักฐานที่ผู้กู้ต้องหามาค้ำประกันกับสถาบันการเงิน และขณะที่ธุรกิจขนาดกลางพบปัญหาข้างต้นน้อยกว่า เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรมที่พักขนาดกลางส่วนมากมีกิจการที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้อง กับโรงแรมที่พักมากกว่า 1 แห่ง มีกิจการที่มั่นคงกว่าโรงแรมที่พักขนาดเล็ก มีประสบการณ์ และมีเคยประวัติในการขอกู้กับสถาบันการเงินอยู่แล้ว ขั้นตอนในการพิจารณาจึงง่ายกว่าและสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการขยายกิจการได้มากกว่า

1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ นอกจากแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นแล้วเมืองพัทยาก็ถือเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายทางธรรมชาติ ได้แก่ หาดพัทยา หาดจอมเทียน หาดวงศ่อมายด์ หาดคงคาล เกาะล้าน เกาะครก เกาะสาเก เป็นต้น ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของเมืองพัทยายู่ในเกณฑ์ที่ดี แต่อาจมีปัญหาในเรื่องความสะอาดของชายหาด และปัญหาการรุกกล้าพื้นที่ชายหาดด้วยจำนวนเก้าอี้ชายหาดที่มากเกินไป การหาบเร่ขายของบ้าง

1.5 วัฒนธรรม เมืองพัทยาคือเมืองที่มีนักท่องเที่ยวหลากหลายเชื้อชาติจากทั่วโลก วัฒนธรรมของเมืองพัทยาก็กลายเป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมต่างชาติ ทั้งการดำเนินชีวิตประจำวัน อาหารการกิน ภาษาพูด และกิจกรรมนันทนาการ เป็นต้น เทศกาลและประเพณีท้องถิ่นของเมืองพัทยาคือเคยสืบทอดมาแต่อดีตเริ่มมีการประยุกต์เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมเยือนเมืองพัทยาคือเป็นประจำทุกปี เช่น ประเพณีวันไหลเรือไฟพัทยา เทศกาลลอยกระทง เทศกาลกินเจ เป็นต้น ในขณะที่อัยกาศยไมตรีของคนในพื้นที่และผู้ประกอบการบางส่วนมีปัญหากการฉวยโอกาสกับนักท่องเที่ยวด้วยการเพิ่มราคาสินค้าหรือบริการมากกว่าปกติ รวมทั้งปัญหาการท่องเที่ยวแบบ Sex Tourism ที่ควรมีการควบคุมให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ทั้งนี้พบว่า ดำรงไว้กับการปราบปรามค่อนข้างดี ยาเสพติดน้อยลง เรื่อง Sex มีการควบคุมอยู่ในปริมาณที่เหมาะสม ทั้งนี้เรื่อง Sex เป็นจุดขายของเมืองพัทยาคือจะปราบปรามให้หมดหรือห้ามนักท่องเที่ยวไม่ได้ นักท่องเที่ยวบางส่วนมองว่าเมืองพัทยาคือเมืองที่น่ากลัวมีปัญหากอาชญากรรมสูง รวมทั้งเรื่องของการยาเสพติด

2. เงื่อนไขอุปสงค์ ปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวของเมืองพัทยามีปริมาณสูงในช่วงฤดูท่องเที่ยว ซึ่งจะเริ่มในเดือนตุลาคม – เดือนมีนาคม ของทุกปี โดยส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สำหรับในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว โรงแรมที่พักอาจได้รับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อำนาจการซื้อต่ำกว่าในฤดูท่องเที่ยวเนื่องจากราคาห้องพักที่ลดลง รวมถึงการได้รับกลุ่มลูกค้าประหลุมสัมมนาทดแทนบ้างแต่ก็เป็นจำนวนที่ไม่สูงมากนัก ซึ่งจากจำนวน โรงแรมที่พักที่เกิดขึ้นใหม่อยู่เรื่อย ๆ นั้น มีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเกินความจำเป็น ซึ่งมีอัตราการเข้าพักมีเพียงประมาณร้อยละ 50 ส่งผลให้ในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว โรงแรมที่พักต่างพากันลดราคาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าพักเพิ่มขึ้น ในแต่ละปีพบว่า กำไรของธุรกิจโรงแรมที่พักขนาดกลางและขนาดเล็กมักไม่สูงมากนัก เนื่องจากกำไรที่กิจการได้รับจากการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูท่องเที่ยวจะถูกจ่ายออกไปในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยวเป็นค่าใช้จ่ายประจำของกิจการ เช่น ค่าแรงพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค ค่าซ่อมบำรุง เป็นต้น เพราะรายได้ในช่วงนี้ส่วนใหญ่ไม่พอกับค่าใช้จ่ายจากการที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง บางกิจการอาจประสบปัญหาขาดทุนในช่วงนี้หรือบางกิจการพบว่ากำไรในช่วงฤดูท่องเที่ยวไม่มากพอที่จะรองรับผลขาดทุนในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยวทำให้ผลประกอบการรวมทั้งปีประสบปัญหาขาดทุนจนต้องปิดตัวลง ทำให้บางกิจการแก้ปัญหาเหล่านี้ด้วยการกำหนดนโยบายทางการตลาดรองรับปัญหาที่เกิดขึ้นทุกปีในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยวนี้

นอกจากนี้ยังพบว่า ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละเขตของเมืองพัทยามักจะพบการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติแตกต่างกัน เช่น ในเขตพัทยาเหนือนักท่องเที่ยวส่วนมากมาจากทวีปยุโรปรวมถึงประเทศในแถบสแกนดิเนเวีย ในเขตพัทยาใต้นักท่องเที่ยวส่วนมากมาจากประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียง และนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียส่วนมากมักพักแรมในเขตหาดจอมเทียน เป็นต้น สำหรับความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกมักแตกต่างกันไปตามแต่วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ เช่น นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียส่วนใหญ่ไม่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกใด ๆ นอกจากห้องพักที่สะดวกสบายและสระว่ายน้ำภายในที่พัก เป็นต้น สำหรับพฤติกรรมของชาวต่างชาตินั้น โดยทั่วไปแล้วมักไม่เรียกร้องบริการสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากที่โรงแรมที่พักจัดไว้ให้ นอกจากความสะอาด มาตรฐานของห้องพัก และบริการที่ดี การเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมที่พักส่วนมากมาจากการสร้างจุดขายที่ต้องการให้โรงแรมที่พักนั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการแก่นักท่องเที่ยวครบครันสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้โดยการเน้นสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย หรือบางแห่งเน้นที่

ความเป็นบูติกโฮเทล บรรยากาศเป็นธรรมชาติของต้นไม้ และวัฒนธรรมไทย เป็นต้น ไม่ได้มาจากตัวนักท่องเที่ยวมากนัก ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการพักในโรงแรมที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลายแต่ราคาถูก

### 3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน

3.1 ความเชื่อมโยงเชิงกิจกรรม เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีธุรกิจโรงแรมที่พักเปิดให้บริการอยู่เป็นจำนวนมากจึงมีผู้ผลิตและผู้จัดหาวัตถุดิบเข้ามาติดต่อขายสินค้ามากมายหลากหลายแห่งและหลากหลายช่องทาง ซึ่งขึ้นอยู่กับความพอใจในสินค้าและบริการของโรงแรมที่พักแต่ละแห่งในการตกลงซื้อขายกัน จึงทำให้การส่งต่อระหว่างห่วงโซ่อุปทานมีความต่อเนื่องและเข้มแข็ง วัตถุดิบที่ใช้หลัก ๆ ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องเขียน หนังสือพิมพ์ วัสดุสิ้นเปลือง ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เครื่องใช้ที่ทำจากผ้า ธาราณูปโภค พลังงาน และผู้ให้บริการเฉพาะทาง เช่น ผู้ให้บริการซักรีด ผู้ให้บริการระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น จากการสัมภาษณ์ พบว่า โรงแรมที่พักต่าง ๆ จะมีตัวแทนจำหน่ายเข้ามาติดต่อโดยตรงแต่วัตถุดิบบางอย่างก็มีการนำเข้าบ้าง เนื่องจากคุณภาพของวัตถุดิบในประเทศยังไม่สามารถเทียบเท่าของต่างประเทศ เช่น ไวน์ เนื้อสเต็ก และเนื้อแกะ เป็นต้น ในขณะที่โรงแรมขนาดเล็กจะใช้วัตถุดิบที่สามารถหาซื้อได้ทั่วไปภายในท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งโดยทั่วไปแล้วปัจจัยในด้านวัตถุดิบยังไม่พบว่าว่าเป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินกิจการของธุรกิจโรงแรมที่พัก เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ส่วนมากหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายและให้บริการทั่วไปภายในท้องถิ่นแต่ปัจจุบันยังไม่มีการรวมกลุ่มกันจัดซื้อวัตถุดิบอย่างเป็นทางการในสมาคม / ชมรม / นอกจากการร่วมซื้อวัตถุดิบภายในบริษัทหรือโรงแรมในเครือเท่านั้น ยังมีลักษณะต่างรายต่างจัดหา การร่วมมือกันในด้านต่าง ๆ อาจจะยังอยู่ในกลุ่มผู้ที่คุ้นเคยกันมากกว่า ทั้งนี้เนื่องมาจากโรงแรมมีความหลากหลายของคุณภาพของห้องพัก ดังนั้นคุณภาพและราคาของวัตถุดิบจึงแตกต่างกันไปตามการพิจารณาถึงต้นทุนวัตถุดิบของโรงแรมแต่ละแห่ง

### 3.2 ความเชื่อมโยงเชิงความร่วมมือ

3.2.1 ความเชื่อมโยงระหว่างสมาคม / ชมรม / การรวมกลุ่มทางธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและโรงแรมที่พัก ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในเมืองพัทยบางส่วนมีการรวมกลุ่มกันในรูปแบบสมาคม ชมรม ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวมากมาย เช่น สมาคมโรงแรมไทย สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา สมาคมนักบริหารงานอาหารและเครื่องดื่มภาคตะวันออก ชมรมผู้ประกอบการค้าขายวอล์กิ้งสตรีท สมาคมเชฟเมืองพัทยา และชายฝั่งภาคตะวันออก ชมรมนักบริหารแม่บ้านภาคตะวันออก ชมรมผู้ประกอบการร่วม – เดียงชายหาดพัทยา จอมเทียน และเกาะล้าน เป็นต้น ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักในเขตเมืองพัทยาที่มีการรวมกลุ่มทางธุรกิจจะเป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย หรือสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยว

เมืองพัทยา หรือทั้งสองกลุ่ม ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคมโรงแรมไทย และสมาคมธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา มีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐอย่างเข้มแข็ง เช่น ศาลาว่าการเมืองพัทยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขต 3 เมืองพัทยา ตำรวจท่องเที่ยว ตำรวจตรวจคนเข้าเมือง ปลัดอำเภอ สภ.เมืองพัทยาและบางละมุง การประปา การไฟฟ้า เป็นต้น ในวาระการประชุมชมรม / สมาคมจะมีการเชิญทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาพูดคุยถึงข้อมูล ข่าวสารหรือรับทราบข้อมูลจากหน่วยงาน รวมถึงการร้องเรียนต่อหน่วยงานภาครัฐในปัญหาต่าง ๆ อันนำไปสู่การแก้ไขปัญหาในอนาคต ดังนั้นชมรม / สมาคมถึงเป็นตัวสะท้อนถึงปัญหา ปัจจุบันของเมืองพัทยาเพื่อการปรับตัวของผู้ประกอบการต่อไปแต่ในปัจจุบันรูปแบบในการรวมตัวของธุรกิจแต่ละแห่งพบว่าเป็นการรวมตัวกันอย่างหลวม ๆ ตามวาระการประชุม แต่ในแง่ผลลัพธ์ อย่างเป็นทางการที่พึงปรากฏยังไม่เด่นชัดเท่าที่ควร

3.2.2 ความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจโรงแรมที่พักและหน่วยงานราชการ ระหว่างภาคธุรกิจกับหน่วยงานราชการมีการประสานความร่วมมือระหว่างกันหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประสานความร่วมมือระหว่างทางสมาคม / ชมรม ซึ่งผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคม / ชมรม อาจได้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ได้เป็นสมาชิก ตัวอย่างเช่น ด้านข้อมูลข่าวสาร เช่น การเรียกเก็บภาษีโรงแรมเพิ่ม ข้อมูลมูลด้านความปลอดภัย – การปราบปราม เป็นต้น ด้านการตลาด โดยทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เงินสนับสนุนการจัดงานโรดโชว์ (Road Show) ในต่างประเทศผ่านสมาคม / ชมรม เป็นต้น และด้านบุคลากร หน่วยงานราชการอาจมีการประสานผ่านสมาคม / ชมรม เพื่อขอวิทยากรด้านการท่องเที่ยว / การโรงแรม เพื่ออบรมเจ้าหน้าที่บ้างครั้ง ส่วนหน่วยงานราชการ เช่น จากเมืองพัทยาก็มีการส่งเจ้าหน้าที่มาอบรมผู้ประกอบการในด้านต่าง ๆ บ้างเช่นกัน

3.2.3 การเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจโรงแรมที่พักและสถาบันการศึกษา ส่วนใหญ่เป็นนโยบายของโรงแรมที่พักแต่ละแห่งโดยไม่ผ่านทางสมาคม / ชมรม ลักษณะการเชื่อมโยงจากธุรกิจโรงแรมที่พักโดยมากเป็นการรับนักเรียน – นักศึกษาเข้ามาฝึกงาน หรือในช่วงฤดูท่องเที่ยวที่ทางโรงแรมมีพนักงานไม่เพียงพอจะมีการจ้างรับนักเรียน – นักศึกษา จากสถาบันการศึกษา เพื่อเข้าไปอบรมและฝึกงานเพิ่มเช่นกัน ส่วนสถาบันการศึกษาก็จะเชิญวิทยากรจากภาคธุรกิจโรงแรมที่พักต่าง ๆ ไปอบรมนักเรียน – นักศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวและการโรงแรม เป็นต้น หรือในลักษณะอื่น ๆ เช่น ทางโรงแรมมีการให้ทุนการศึกษานักเรียน – นักศึกษาที่เรียนด้านการท่องเที่ยวหรือด้านการโรงแรม เมื่อจบแล้วให้เข้ามาทำงานในโรงแรม หรือบางแห่งมี

การประสานงานผ่านทางสถานบันการศึกษาเพิ่มสร้างเด็กทวิภาคี คือ การทำข้อตกลงกับเด็กที่เรียนหลักสูตรปกติกับทางสถานบันการศึกษาแล้วทำข้อตกลงกับทางโรงแรมให้ทำงานตั้งแต่ระดับล่างขึ้นไปเพื่อให้ได้วุฒิ ปวช. - ปวส. เป็นต้น

4. บริบทการแข่งขันและการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจ จำนวน โรงแรมที่พักที่มีอยู่มากมายในเมืองพัทยาส่งผลให้ความเข้มข้นในการแข่งขันสูงเพิ่มขึ้นมาด้วย ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องหากลยุทธ์ในการแข่งขันที่หลากหลายมากขึ้นเพิ่มความอยู่รอดของตัวเอง การรวมกลุ่มทางธุรกิจก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้มากขึ้น โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจการ รวมถึงกลยุทธ์ทางด้านการตลาดก็มีส่วนสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าพักรวมมากขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้กลยุทธ์ในการบริหารงานทั่วไปรวมถึงงานบุคคลก็สำคัญไม่แตกต่างกัน ความไม่เข้มแข็งของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะในธุรกิจนำเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบขาดความแข็งแกร่งการขาดการกำหนดมาตรฐานสินค้าและบริการ ขาดการควบคุมคุณภาพ และขาดวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ในระยะยาว ทำให้เกิดวงจรอุบาทว์ของโครงสร้างการแข่งขัน กล่าวคือ เป็นวงจรของการแข่งขันกันโดยการตัดราคาและลดคุณภาพสินค้าและบริการ นอกจากนี้การบังคับใช้กฎหมายในประเทศก็ยังไม่เข้มงวดจริงจึงทำให้ผู้ประกอบการขาดการแข่งขันในเชิงสร้างสรรค์และพัฒนาตนเอง

5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ เช่น ปัญหาการเมือง และภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโลก เป็นต้น ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พักอย่างมาก ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง โดยปัญหาความไม่สงบทางการเมือง และปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติขยายตัวลดลง รวมทั้งปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจโลกที่กำลังขยายเข้ามาสู่ภายในประเทศไทยเองทำประชาชนใช้สอยจับจ่ายน้อยลงรวมทั้งราคาน้ำมันที่ยังคงลอยตัวอยู่ในขณะนี้ทำให้นักท่องเที่ยวภายในประเทศเองก็ใช้เงินในการท่องเที่ยวลดลงด้วยเช่นกัน ซึ่งปัจจุบันนี้ปัญหาการลดลงของนักท่องเที่ยวกำลังสร้างวิกฤตอย่างหนักให้กับเมืองพัทยา ทั้งนี้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจำเป็นต้องหาทางออกร่วมกันเพื่อแก้ปัญหาเหล่านี้ให้ดีขึ้นโดยเร็วต่อไป

6. ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ ธุรกิจโรงแรมที่พักในเขตเมืองพัทยาได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในหลายด้านที่เป็นประโยชน์ เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีขึ้นเป็นประจำ ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวจำนวนมากในแต่ละปี รวมทั้งให้การสนับสนุนประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่เอกชน มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี และมีภาพลักษณ์ในด้านความสงบเงียบมากขึ้น ทั้งนี้บางส่วนยังขาดควบคุมการขยายความเติบโตของแหล่งท่องเที่ยว จนอาจทำให้ความเติบโตของเมืองมีสูงเกินกว่า

การพัฒนาคนและถนน เช่น อาจก่อให้เกิดประชากรแฝงจากการเข้ามาหางานในเมืองใหญ่

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว  
ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1 ผลการวิเคราะห์  
ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว (ดังตารางที่ 4-6) และมิติที่ 2 เป็น  
การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก โดยนำปัจจัยหลักและปัจจัยเสริม  
รวม 6 ปัจจัย มาหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักด้วยวิธี EFAS (External Factor Analysis)

การหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก  
ด้วยวิธี EFAS นั้นได้จากการคำนวณการถ่วงน้ำหนักของปัจจัยรายชื่อทุกปัจจัย แล้วนำผลรวมใน  
แต่ละปัจจัยนั้นมาหาค่าเฉลี่ยรวม เพื่อหาระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจด้านความสามารถใน  
การแข่งขัน ซึ่งค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักที่ได้มาจากการคำนวณตามขั้นตอนต่อไปนี้

กำหนดให้

$\Sigma a$  = ผลรวมรายชื่อของคะแนนจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทุกราย

$n$  = จำนวนผู้ประกอบการที่ถูกสัมภาษณ์

$\Sigma B$  = ผลรวมของ ( $\Sigma a / n$ )

$w$  = ค่าน้ำหนัก

$f$  = คะแนน

$wf$  = คะแนนถ่วงน้ำหนัก

1. การหาค่าน้ำหนัก ค่าน้ำหนักที่ได้นั้นมาจากการคำนวณการให้คะแนนจาก  
การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการทั้งหมด 7 ราย ซึ่งถือเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง โดยให้  
คะแนนรายชื่อ ทั้ง 6 ปัจจัย ด้วยการพิจารณาค่าความถี่และการให้ความสำคัญด้วยการเน้นที่คำตอบ  
ของผู้ประกอบการที่ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ให้ความสำคัญอย่างยิ่ง	คะแนนเท่ากับ	3
ให้ความสำคัญน้อยถึงปานกลาง	คะแนนเท่ากับ	2
ไม่ให้ความสำคัญเลย	คะแนนเท่ากับ	1

สูตรการหาค่าน้ำหนัก

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



ทั้งนี้เมื่อค่าน้ำหนักในแต่ละข้อมาบวกรวมกันแล้ว ในแต่ละปัจจัยจะต้องได้ค่าน้ำหนักรวมเท่ากับ 1 เสมอ

2. การหาค่าคะแนน ค่าคะแนนได้มาจากการคำนวณค่าเฉลี่ยความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 88 ชุด

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

สูตรการหาคะแนนถ่วงน้ำหนัก

$$wf = w \cdot f$$

ผลการวิเคราะห์หาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักของความสามารถในการแข่งขันทั้ง 6 ด้าน ปรากฏดังตารางที่ 4-61 ถึงตารางที่ 4-66 ดังนี้

ตารางที่ 4-61 ผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก จำแนกตามปัจจัยการผลิต

ปัจจัยการผลิต	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
1. พักอาศัยอยู่ใกล้กรุงเทพและสนามบินสุวรรณภูมิ	0.06	2.94	0.18
2. สภาพทัศนียภาพ / ชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว	0.11	2.72	0.29
3. ระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน	0.10	1.91	0.19
4. ความพร้อมของตำรวจในการลดปัญหาอาชญากรรมและอุบัติเหตุ	0.10	1.67	0.17
5. การจราจร	0.08	1.47	0.12
6. สภาพแวดล้อม	0.09	2.10	0.19
7. คุณภาพและทักษะของบุคลากรในกิจการ	0.12	2.11	0.25
8. ทักษะและความสามารถของผู้ประกอบการ	0.05	2.56	0.12
9. การเข้าถึงแหล่งเงินทุน	0.05	2.00	0.09

ตารางที่ 4-61 (ต่อ)

ปัจจัยการผลิต	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วง น้ำหนัก
10. ความพอเพียงของแหล่งเงินทุน	0.04	2.14	0.08
11. เทคโนโลยีในการผลิต / บริการที่ทันสมัย	0.04	2.49	0.10
12. คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต / การบริการ	0.05	2.41	0.11
13. ความเพียงพอของวัตถุดิบการผลิต / บริการ ภายในพื้นที่	0.04	2.40	0.09
14. อัตราศูนย์ไม่ตรีของคนในพื้นที่	0.08	2.28	0.18
รวม	1.00		2.18

จากตารางที่ 4-61 ผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตามปัจจัยการผลิต ทั้ง 14 ข้อ พบว่า คะแนนถ่วงน้ำหนักรวมมีค่าเท่ากับ 2.18 คะแนน

ตารางที่ 4-62 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตามเงื่อนไข  
ด้านอุปสงค์

เงื่อนไขด้านอุปสงค์	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วง น้ำหนัก
1. การเติบโตของนักท่องเที่ยวตลาดบน	0.10	2.65	0.27
2. อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวไทย	0.12	2.58	0.30
3. อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	0.13	2.78	0.36
4. การที่นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะสถานบันเทิง และ Sex Tourism	0.22	1.99	0.43
5. ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของ นักท่องเที่ยวต่างชาติ	0.13	2.45	0.31

ตารางที่ 4 – 62 (ต่อ)

เงื่อนไขด้านอุปสงค์	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
6. ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทย	0.09	2.45	0.22
7. ความต้องการบริการใหม่ๆ ของนักท่องเที่ยว	0.13	2.44	0.31
8. ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงสุขภาพ เป็นต้น	0.09	2.23	0.20
รวม	1.00		2.41

จากตารางที่ 4 – 62 ผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตามเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ทั้ง 8 ข้อ พบว่า คะแนนถ่วงน้ำหนักรวมมีค่าเท่ากับ 2.41 คะแนน

ตารางที่ 4 – 63 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตามอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
1. การแนะนำหรือส่งต่อลูกค้าระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว	0.17	2.73	0.46
2. สถานศึกษาผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	0.15	2.38	0.36
3. วัตถุดิบประเภทอาหารทะเลนำเข้าจากในพื้นที่	0.11	2.74	0.31
4. การเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน	0.15	2.52	0.38
5. การมีผู้จำหน่ายวัตถุดิบอยู่ในพื้นที่	0.11	2.65	0.30

## ตารางที่ 4 – 63 (ต่อ)

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
6. การมีธุรกิจหลายประเภทที่เกี่ยวเนื่องอยู่ในพื้นที่เดียวกัน	0.15	2.74	0.42
7. การแลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารภายในเครือข่าย	0.15	2.51	0.38
รวม	1.00		2.61

จากตารางที่ 4 – 63 ผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตามอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ทั้ง 7 ข้อ พบว่า คะแนนถ่วงน้ำหนักรวมมีค่าเท่ากับ 2.61 คะแนน

ตารางที่ 4 – 64 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก จำแนกตามบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ

บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
1. การกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันด้วยคุณภาพการให้บริการ	0.13	2.55	0.32
2. การตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานการบริการ	0.13	2.53	0.32
3. การรวมกลุ่มในการจัดซื้อวัตถุดิบ	0.17	2.02	0.35
4. การร่วมมือกับภาครัฐ สมาคม หรือผู้ประกอบการในการทำการตลาดร่วมกัน	0.17	2.13	0.37
5. การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารงาน	0.14	2.44	0.33
6. การโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ	0.08	2.26	0.18
7. การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของกิจการ	0.10	2.28	0.23

## ตารางที่ 4-64 (ต่อ)

บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
8. การพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ทันสมัย	0.08	2.42	0.20
รวม	1.00		2.31

จากตารางที่ 4 – 64 ผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตามบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ ทั้ง 8 ข้อ พบว่า คะแนนถ่วงน้ำหนักรวม มีค่าเท่ากับ 2.31 คะแนน

ตารางที่ 4 – 65 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตามเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้

เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
1. ปัญหาราคาน้ำมันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง	0.10	1.11	0.11
2. สินค้าอุปโภคบริโภคราคาแพงขึ้น	0.13	1.08	0.14
3. ภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นประเทศ	0.11	1.19	0.14
4. เหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศ	0.27	1.10	0.29
5. จำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น	0.13	1.26	0.16
6. ความสามารถของคู่แข่ง	0.09	1.53	0.14
7. ความผันผวนของฤดูกาล	0.09	1.34	0.12
8. การขึ้นลงของอัตราดอกเบี้ย	0.09	1.49	0.13
รวม	1.00		1.22

จากตารางที่ 4 – 65 ผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตามเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ ทั้ง 8 ข้อ พบว่า คะแนนถ่วงน้ำหนักรวม มีค่าเท่ากับ 1.22 คะแนน

ตารางที่ 4 – 66 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตามปัจจัยจาก  
หน่วยงานภาครัฐ

ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	ค่าน้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วง น้ำหนัก
1. การเปลี่ยนแปลงนโยบายของเมืองพัทยาจาก การเลือกตั้ง	0.09	1.91	0.17
2. การสนับสนุนการท่องเที่ยวของภาครัฐ	0.11	2.65	0.30
3. ความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมาย	0.11	1.78	0.20
4. การแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา	0.11	2.05	0.23
5. การจัดสรรพื้นที่ / กำหนดผังเมืองด้าน การจราจร	0.09	1.97	0.17
6. การจัดสรรพื้นที่ / กำหนดผังเมืองด้านอาคาร	0.06	2.00	0.11
7. การเป็นศูนย์กลางการแข่งขันกีฬาทางน้ำระดับ โลก	0.13	2.84	0.37
8. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของกระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา	0.15	2.85	0.41
9. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	0.15	2.84	0.44
รวม	1.00		2.40

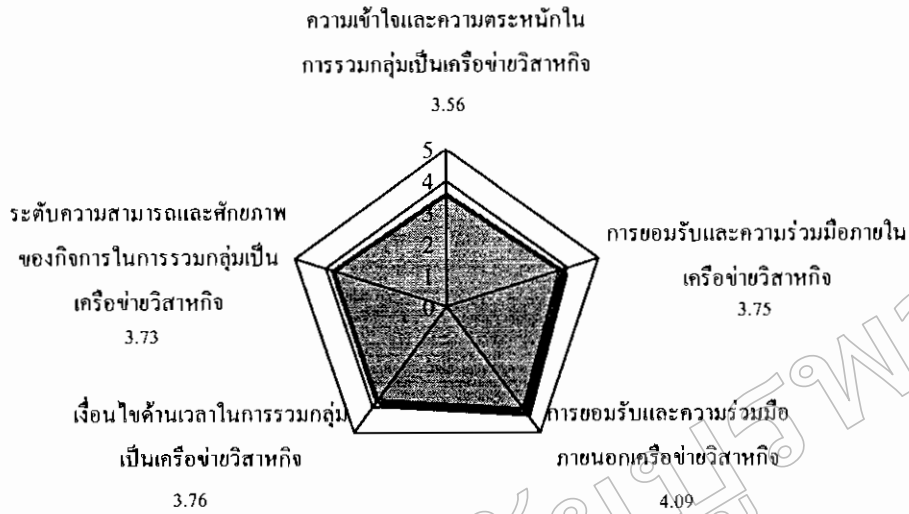
จากตารางที่ 4 – 66 ผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก จำแนกตามปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ ทั้ง 9 ข้อ พบว่า คะแนนถ่วงน้ำหนักรวม มีค่าเท่ากับ 2.40 คะแนน

ตารางที่ 4-67 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้าน  
การท่องเที่ยวในมิติที่ 1 คือ ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ  
ของผู้ประกอบการ

(คะแนนเต็ม 5 คะแนน)

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	ค่า IFAS
1. ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.56
2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ	3.75
3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ	4.09
4. เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ	3.76
5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่ม เป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	3.73
รวม	3.78

จากตารางที่ 4-67 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ  
ด้านการท่องเที่ยวในมิติที่ 1 คือ ด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการ  
ที่ได้จากการหาค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวมและรายด้าน ตามตารางที่  
4-6 ด้วยการประเมินค่าปัจจัยภายใน (Internal Factor Analysis Summary : IFAS) และเนื่องจาก  
ในส่วนความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจนี้ไม่ได้มีการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการจึงนำ  
ข้อมูลเชิงปริมาณมาใช้ในการประเมินค่าปัจจัยภายใน ทั้งนี้พบว่า ระดับศักยภาพในการแข่งขัน  
ของธุรกิจโรงแรมที่พัก ด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวม มีค่าเท่ากับ 3.78  
จำแนกเป็นรายด้านได้ดังนี้ ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ มีค่าเท่ากับ 3.56  
การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ มีค่าเท่ากับ 3.75 การยอมรับและความ  
ร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ มีค่าเท่ากับ 4.09 เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการ  
รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ มีค่าเท่ากับ 3.76 และระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการ  
ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ มีค่าเท่ากับ 3.73 ดังภาพที่ 4-2



ภาพที่ 4-2 ระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในแต่ละด้านของธุรกิจ  
โรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4-68 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้าน  
การท่องเที่ยวในมิติที่ 2 คือ ด้านความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม  
ที่พัก

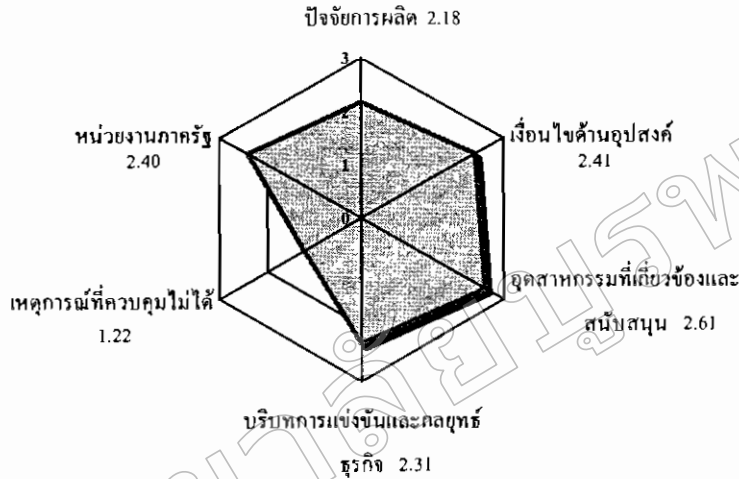
(คะแนนเต็ม 3 คะแนน)

ความสามารถในการแข่งขัน	ค่า EFAS
1. ปัจจัยการผลิต	2.18
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.41
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.61
4. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.31
5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.22
6. หน่วยงานภาครัฐ	2.40
รวม	2.19

จากตารางที่ 4-68 สรุปผลการวิเคราะห์ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ  
ด้านการท่องเที่ยวในมิติที่ 2 คือ ด้านความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก ที่ได้จาก  
การหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักด้วยวิธี EFAS ทั้งนี้พบว่า ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ  
โรงแรมที่พัก ด้านความสามารถในการแข่งขันโดยรวม มีค่าเท่ากับ 2.19 จำแนกเป็น 6 ปัจจัย



ดังนี้ ปัจจัยการผลิต มีค่าเท่ากับ 2.18 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ มีค่าเท่ากับ 2.41 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน มีค่าเท่ากับ 2.61 บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ มีค่าเท่ากับ 2.31 เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ มีค่าเท่ากับ 1.22 และหน่วยงานภาครัฐ มีค่าเท่ากับ 2.40 ( ภาพที่ 4-3 )



ภาพที่ 4-3 ระดับความสามารถในการแข่งขันในแต่ละด้านของธุรกิจโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

เมื่อได้ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พักทั้ง 2 มิติแล้ว จึงทำการประเมินขอบเขตของระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจในขั้นต่อไปด้วยการคำนวณช่วงความเชื่อมั่น (Confidential Interval : CI) โดยช่วงความเชื่อมั่นสามารถคำนวณได้จากสูตร ดังนี้

กำหนดให้

CI = ช่วงความเชื่อมั่น

CI<sub>1</sub> = ช่วงความเชื่อมั่นของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ

CI<sub>2</sub> = ช่วงความเชื่อมั่นของความสามารถในการแข่งขัน

สูตรการหาช่วงความเชื่อมั่น

$$CI = \bar{X} \pm Z (SD) / \sqrt{n}$$

ดังนั้นช่วงความเชื่อมั่นของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจจึงเท่ากับ

$$\begin{aligned} CI_1 &= 3.78 \pm (1.96) (0.36) / 9.38 \\ &= .08 \end{aligned}$$

และช่วงความเชื่อมั่นของความสามารถในการแข่งขันจึงเท่ากับ

$$\begin{aligned} CI_2 &= 2.20 \pm (1.96) (0.26) / 9.38 \\ &= .05 \end{aligned}$$

ตารางที่ 4-69 การประเมินขอบเขตของระดับศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจ  
ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมที่พัก

ศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจ	$\bar{X}$	SD	คะแนน ถ่วงน้ำหนัก	ช่วงความเชื่อมั่น (CI)
1. ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ	3.78	.36	-	.08
2. ความสามารถในการแข่งขัน	2.20	.26	2.19	.05

จากตารางที่ 4-69 พบว่า มิติด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 3.78 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .36 และมีช่วงความเชื่อมั่น เท่ากับ .08 และ มิติด้านความสามารถในการแข่งขันมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 2.20 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .26 มีคะแนนถ่วงน้ำหนัก เท่ากับ 2.19 และมีช่วงความเชื่อมั่น เท่ากับ .05

เมื่อได้ผลการวิเคราะห์ระดับและขอบเขตของศักยภาพเครือข่ายวิสาหกิจในมิติด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจและด้านความสามารถในการแข่งขันแล้วจึงนำไปกำหนดกลุ่มของศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ต่อไป (ภาพที่ 4-4) ซึ่งศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจสามารถแบ่งได้เป็น 6 กลุ่ม โดยผู้วิจัยได้กำหนดให้มิติด้านความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับต่ำ มีค่าระหว่าง 1.00-3.00 และระดับสูง มีค่าระหว่าง 3.01-5.00 และมิติด้านความสามารถในการแข่งขันแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับอ่อนแอ มีค่าระหว่าง 1.00-1.67 ระดับปานกลาง มีค่าระหว่าง 1.68-2.34 และระดับเข้มแข็ง มีค่าระหว่าง 2.35-3.00

กลุ่มของระดับศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว 6 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวน้อย ระดับความสามารถในการแข่งขันน้อย

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวน้อย ระดับความสามารถในการแข่งขันปานกลาง

กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวน้อย ระดับความสามารถในการแข่งขันสูง

กลุ่มที่ 4 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสูง  
ระดับความสามารถในการแข่งขันน้อย

กลุ่มที่ 5 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสูง  
ระดับความสามารถในการแข่งขันปานกลาง

กลุ่มที่ 6 คือ กลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสูง  
ระดับความสามารถในการแข่งขันสูง

ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว



ระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก

ภาพที่ 4-4 สัณยภาพเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา

จากภาพที่ 4-4 สรุปได้ว่าสัณยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในกลุ่มที่ 5 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวอยู่ระดับสูง (IFAS = 3.78) แต่มีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง (EFAS = 2.19)

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขัน

2. เพื่อศึกษาความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขัน

3. เพื่อทำนายลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ที่สามารถรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

4. เพื่อประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจโรงแรมที่พัก (SMEs) ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

5. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยเก็บข้อมูลจากโรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 103 แห่ง ได้รับแบบสอบถามคืน จำนวน 88 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 85.44 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองและผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์แอลฟา โดยวิธี Cronbach's Alpha ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .89

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาคำตอบในการศึกษาค้นคว้าและทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยใช้  $t$ -test และ  $F$ -test กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย

เป็นรายคู่ โดยวิธีการของ LSD ส่วนการวิเคราะห์เชิงคุณภาพจะวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้ประกอบการในเนื้อหาด้วยตัวแบบจำลองความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะสรุปผลและอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

### สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจ สรุปได้ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 51 คน ร้อยละ 58.0 มีช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุด จำนวน 32 คน ร้อยละ 36.4 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 42 คน ร้อยละ 47.7 ประเภทกิจการส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบบริษัทจำกัด จำนวน 44 แห่ง ร้อยละ 50.0 มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากกว่า 9 ปี จำนวน 37 แห่ง ร้อยละ 42.0 ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมที่พักขนาดกลาง (จำนวนห้องพักระหว่าง 60 – 149 ห้อง) จำนวน 54 แห่ง ร้อยละ 61.4 จำนวนการจ้างงานน้อยกว่า 10 คน และ 11 – 20 คน จำนวน 19 แห่งเท่า ๆ กัน ร้อยละ 21.6 มีทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 1,000,001 – 5,000,000 บาท จำนวน 26 แห่ง ร้อยละ 29.5 ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 100,001 – 500,000 บาท จำนวน 36 แห่ง ร้อยละ 40.9 และมีราคาห้องพักระหว่าง 500 – 999 บาทต่อคืน จำนวน 50 แห่ง ร้อยละ 56.8 ลูกค้าที่เข้าพักแรมส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่เดินทางมาเอง จำนวน 85 แห่ง ร้อยละ 96.6

ธุรกิจโรงแรมที่พักขนาดกลางและขนาดเล็ก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่ไม่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจใด ๆ จำนวน 58 แห่ง ร้อยละ 65.9 และในจำนวนสถานประกอบการที่เคยมีการรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคม / ชมรม จะเป็นการรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยามากที่สุด จำนวน 14 แห่ง ร้อยละ 58.3 และส่วนใหญ่ยังคงเป็นสมาชิกของกลุ่ม จำนวน 18 แห่ง ร้อยละ 75 ทั้งนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สนใจที่จะการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ จำนวน 56 แห่ง ร้อยละ 63.7

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจสูงสุดในด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 4.09$ ) รองลงมา ได้แก่ ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 3.76$ ) ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 3.75$ ) ด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 3.73$ ) ซึ่งอยู่ในระดับมาก ส่วน

ความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.56$ )

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นไปได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ ( $\bar{X} = 2.20$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับที่เป็นโอกาสต่อธุรกิจสูงสุดในด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ( $\bar{X} = 2.61$ ) รองลงมาคือ ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ( $\bar{X} = 2.45$ ) ในขณะที่ความสามารถในการแข่งขันด้านบริหารของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ ( $\bar{X} = 2.33$ ) ด้านปัจจัยหน่วยงานภาครัฐ ( $\bar{X} = 2.32$ ) ด้านปัจจัยการผลิต ( $\bar{X} = 2.23$ ) อยู่ในระดับที่เป็นไปได้ทั้งโอกาสและอุปสรรค ส่วนความสามารถในการแข่งขันด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ ( $\bar{X} = 1.26$ ) อยู่ในระดับที่เป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ

#### ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ P ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบการธุรกิจของผู้ประกอบการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 สรุปได้ว่าผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกันมีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการเพศชาย ( $\bar{X} = 3.88$ ) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าผู้ประกอบการเพศหญิง ( $\bar{X} = 3.71$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการเพศชายมีค่าเฉลี่ยทั้ง 2 ด้าน ( $\bar{X} = 3.65$  และ  $3.90$  ตามลำดับ) มากกว่าผู้ประกอบการเพศหญิง ( $\bar{X} = 3.50$  และ  $3.65$  ตามลำดับ) ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน และเมื่อตรวจสอบหาความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD พบว่า ค่าเฉลี่ยของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี กับผู้ประกอบการที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ

ผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี กับผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า 51 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ( $\bar{X} = 3.69$ ) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า 51 ปี ( $\bar{X} = 3.44$ ) และผู้ประกอบการที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ( $\bar{X} = 3.37$ )

สมมติฐานที่ 1.3 ถึงสมมติฐานที่ 1.11 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาประเภทกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ขนาดของโรงแรมที่พัก จำนวนการจ้างงาน ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มราคาห้องพักต่อนิน ประเภทลูกค้าต่างกัน มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.12 สรุปได้ว่า การรวมกลุ่มทางธุรกิจส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยโรงแรมที่พักที่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ( $\bar{X} = 3.96$ ) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าโรงแรมที่พักที่ไม่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ( $\bar{X} = 3.70$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยโรงแรมที่พักที่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยทั้ง 3 ด้าน ( $\bar{X} = 3.72, 3.93$  และ  $4.01$  ตามลำดับ) มากกว่าโรงแรมที่พักที่ไม่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ( $\bar{X} = 3.49, 3.67$  และ  $3.66$  ตามลำดับ) ในขณะที่ด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยโรงแรมที่พักที่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ( $\bar{X} = 3.90$ ) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าโรงแรมที่พักที่ไม่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ( $\bar{X} = 3.66$ ) ส่วนด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มทางธุรกิจเป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มทางธุรกิจเป็นสมาชิกสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ( $\bar{X} = 3.95$ ) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าโรงแรมที่พักที่ไม่เป็นสมาชิกสมาคมผู้ประกอบการและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ( $\bar{X} = 3.75$ )

ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มทางธุรกิจเป็นสมาชิกสมาคม / ชมรมอื่น ๆ ได้แก่ สมาคมนักบริหารงานอาหารและผู้ประกอบการเครื่องคั่วกาแฟตะวันออก และสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน

และสถานภาพการเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจปัจจุบันมีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบการธุรกิจของผู้ประกอบการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน แตกต่างกัน ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 – 2.2 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศและอายุต่างกัน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน และเมื่อตรวจสอบหาความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD พบว่า ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า และผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า ( $\bar{X} = 2.67$ ) และผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ( $\bar{X} = 2.70$ ) มากกว่าผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ( $\bar{X} = 2.29$ ) ส่วนค่าเฉลี่ยด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษานูปริญญา กับผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ( $\bar{X} = 2.52$ ) และผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ( $\bar{X} = 2.56$ ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษานูปริญญา ( $\bar{X} = 2.04$ ) ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของความสามารถในการแข่งขัน โดยรวมของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษานูปริญญา กับผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ( $\bar{X} = 2.29$ ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษานูปริญญา



( $\bar{X} = 2.10$ )

สมมติฐานที่ 2.4 – 2.7 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ขนาดของโรงแรม จำนวนการจ้างงาน ต่างกัน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนต่างกัน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน และเมื่อตรวจสอบหาความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD พบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 1,000,000 บาท ทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,001 – 5,000,000 บาท และทุนจดทะเบียนระหว่าง 20,000,001 – 50,000,000 บาท กับผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 5,000,001 – 10,000,000 บาท และทุนจดทะเบียนระหว่าง 50,000,001 – 100,000,000 บาท แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 1,000,000 บาท ( $\bar{X} = 2.76$ ) ทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,001 – 5,000,000 บาท ( $\bar{X} = 2.66$ ) และทุนจดทะเบียนระหว่าง 20,000,001 – 50,000,000 บาท ( $\bar{X} = 2.83$ ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 5,000,001 – 10,000,000 บาท ( $\bar{X} = 2.24$ ) และทุนจดทะเบียนระหว่าง 50,000,001 – 100,000,000 บาท ( $\bar{X} = 2.21$ )

สมมติฐานที่ 2.9 – 2.11 สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มราคาห้องพักต่อคืน ประเภทลูกค้า ต่างกัน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.12 สรุปได้ว่า การรวมกลุ่มทางธุรกิจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มทางธุรกิจเป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทยและสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคม/ชมรมอื่น ๆ ได้แก่ สมาคมนักบริหารงานอาหารและผู้ประกอบการเครื่องดื่มภาคตะวันออก และสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ .01 โดยด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ของผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคม/ชมรมอื่น ๆ ( $\bar{X} = 3.00$ ) มี

ค่าเฉลี่ยมากกว่าผู้ประกอบการไม่เป็นสมาชิก ( $\bar{X} = 2.43$ ) ส่วนด้านบริหารการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคม / ชมรมอื่น ๆ ( $\bar{X} = 3.00$ ) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าผู้ประกอบการไม่เป็นสมาชิก ( $\bar{X} = 2.31$ )

และสถานภาพการเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจปัจจุบันมีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยด้านบริหารการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่ยังคงเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจปัจจุบัน ( $\bar{X} = 2.59$ ) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ได้เป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจแล้ว ( $\bar{X} = 1.94$ )

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 สรุปได้ว่า ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ .01 โดยผู้ประกอบการที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 3.91$ ) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่สนใจ ( $\bar{X} = 3.43$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ .01 โดยผู้ประกอบการที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยทั้ง 3 ด้าน ( $\bar{X} = 3.68, 3.90$  และ  $3.87$  ตามลำดับ) มากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการไม่สนใจ ( $\bar{X} = 3.13, 3.31$  และ  $3.25$  ตามลำดับ) ส่วนด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 4.20$ ) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการไม่สนใจ ( $\bar{X} = 3.91$ ) ในขณะที่ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 สรุปได้ว่า ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ประกอบการที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 2.27$ ) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่สนใจ ( $\bar{X} = 2.07$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยด้านปัจจัยการผลิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ .01 โดยด้านปัจจัยอุปสงค์ของผู้ประกอบการที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 2.30$ ) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่สนใจ ( $\bar{X} = 2.00$ ) ส่วน

ด้านเงื่อนไขอุปสงค์ของผู้ประกอบการที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ( $\bar{X} = 2.55$ ) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่สนใจ ( $\bar{X} = 2.21$ )

#### ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก

ปัจจัยหรือตัวแปรอิสระในด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจและความสามารถในการแข่งขันเท่านั้นที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำนายความน่าจะเป็นของการที่ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักจะเป็นกลุ่มที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ

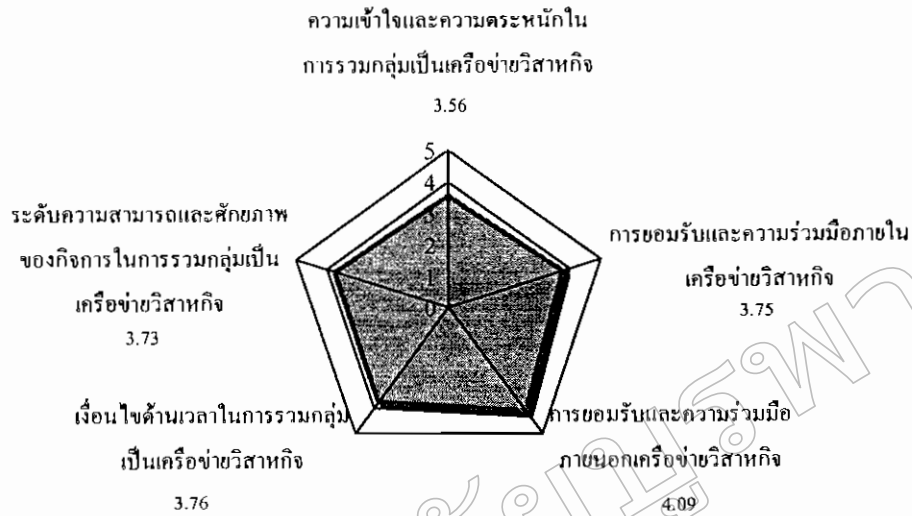
ส่วนที่ 6 ผลการสัมภาษณ์เจาะลึก สรุปได้ว่า ปัจจัยการผลิตมีโอกาสนในการแข่งขันเป็นบวกในด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สวยงามหลากหลาย ในขณะที่ด้านทรัพยากรมนุษย์และโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพกำลังประสบปัญหาทั้งปริมาณและคุณภาพ เงื่อนไขอุปสงค์ก็มีโอกาสที่ดีจากปริมาณการท่องเที่ยวที่สูงในช่วงฤดูท่องเที่ยว โดยส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีกำลังซื้อสูง สำหรับในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยวก็จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่อำนาจการซื้อต่ำกว่าในฤดูท่องเที่ยวมาทดแทน อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกันมีโอกาสดีจากผู้ผลิตและผู้จัดหาวัตถุดิบเข้ามาติดต่อขายสินค้าที่หลากหลายทำให้การส่งต่อระหว่างห่วงโซ่อุปทานมีความต่อเนื่องและเข้มแข็ง นอกจากนี้ยังมีสมาคม ชมรม ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวมากมาย มีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษา ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีความสามารถในการแข่งขันที่เข้มแข็ง บริบทการแข่งขันและการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจ ธุรกิจโรงแรมที่พักที่มีอยู่มากมายในเมืองพัทยาส่งผลให้ความเข้มข้นในการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการบางส่วนจึงรวมกลุ่มทางธุรกิจกันเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ และทำการตลาดร่วมกันเป็นครั้งคราว เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ก่อให้เกิดอุปสรรคในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันอย่างมาก จากปัญหาการเมืองที่ผ่านมาและวิกฤติเศรษฐกิจในปัจจุบัน ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐถือเป็นปัจจัยบวกจากการให้การสนับสนุนในหลายด้านที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวและภาคเอกชน

#### อภิปรายผล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวพิจารณาโดยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน พบว่า ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวพิจารณาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงปัญหาในการดำเนินธุรกิจโรงแรมในเมืองพัทยาที่เกิดจากปัจจัยภายนอกหลายประการ และจากการที่ธุรกิจโรงแรมที่พักมีภาวะการแข่งขันสูงขึ้นในปัจจุบันแต่กลับมี

จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอันเนื่องมาจากวิกฤติการต่าง ๆ ที่เข้ามากระทบในแต่ละปี ยกตัวอย่างเช่น ปี พ.ศ. 2552 ทั่วโลกต้องเผชิญกับภาวะวิกฤติเศรษฐกิจโลก (Hamburger Crisis) โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงแรมที่พักขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งส่วนใหญ่เป็นโรงแรมในกลุ่มที่ 3 – 5 (โรงแรมที่มีห้องระดับราคาไม่เกิน 1,499 บาท) กำลังเผชิญกับปัญหาการแข่งขันสูงขึ้นจากการขยายตัวของธุรกิจประเภทอาคารที่พักค้างคืนชั่วคราว ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนท์ ฯลฯ (ชญาณี สิ่งที่สูง, 2546) จึงทำให้จำนวนห้องมีมากเกินไปกว่าความต้องการของนักท่องเที่ยว อัตราการเข้าพักของโรงแรมในกลุ่มนี้มีเพียงประมาณร้อยละ 50 – 55 เท่านั้น นอกจากนี้ก็ยังพบว่าเมืองพัทยากำลังประสบปัญหาในด้านภาพลักษณ์ และปัญหาอาชญากรรม ปัญหาเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรวมถึงการดำเนินธุรกิจโรงแรมทั้งสิ้น ดังนั้นผู้ประกอบการโรงแรมที่พักบางส่วนจึงเริ่มเล็งเห็นถึงความสำคัญในการเตรียมความพร้อมในทุก ๆ ด้าน และหนึ่งในนั้นก็คือการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อความอยู่รอดโดยเน้นการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์เพื่อหาทางออกแห่งวิกฤติปัญหาร่วมกัน ทั้งยังเป็นการเสริมสร้างทักษะในการบริหารจัดการใหม่ ๆ ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการ และการใช้ทรัพยากรร่วมกัน นำมาสู่การเป็นสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยธุรกิจต่าง ๆ หน่วยงานและองค์กรที่เอื้ออำนวยต่อธุรกิจในการทำกิจกรรมเพื่อพัฒนาการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ (Novel et al, 2006; Silva, 2004) ทั้งนี้การที่เครือข่ายจะตั้งอยู่อย่างมั่นคงได้ต้องอาศัยความไว้วางใจซึ่งกันและกันและร่วมมือร่วมใจกันที่จะสานต่อและดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้จากการสำรวจข้อมูล พบว่า เมืองพัทยามีการรวมกลุ่มของชมรม / สมาคม ด้านการท่องเที่ยวจำนวนมาก เช่น สมาคมโรงแรมไทย (THA) ชมรมนักบริหารแม่บ้านภาคตะวันออก สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวพัทยา (PBTA) สมาคมนักบริหารงานอาหารและเครื่องดื่มภาคตะวันออก สมาคมเซฟเมืองพัทยาและชายฝั่งภาคตะวันออก เป็นต้น และมี การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการโรงแรมและผู้ประกอบการท่องเที่ยวอื่น ๆ และหน่วยงานภาครัฐอยู่เป็นประจำในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและพัฒนาเมืองพัทยาให้เป็นเมืองน่าอยู่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น ดังที่กล่าวมาข้างต้นจึงอาจเป็นเหตุผลทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก



ภาพที่ 5-1 ระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในแต่ละด้าน  
ของธุรกิจโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพญา จังหวัดชลบุรี

จากภาพที่ 5-1 แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจโรงแรมที่พักมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับความรู้ความเข้าใจด้านอื่น ๆ ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พักมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาในด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งถือว่ามีความน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ประกอบการบางส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจที่แท้จริงในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจทำให้ไม่เข้าใจว่าการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่เข้มแข็งจะช่วยพัฒนาความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพทางธุรกิจของคนหรือของการท่องเที่ยวและนำไปสู่พัฒนาประเทศต่อไปได้อย่างไรและคิดว่าการรวมกลุ่มทางธุรกิจอาจก่อให้เกิดปัญหาขัดแย้งได้ รวมทั้งเข้าใจว่าการบริหารงานเพียงลำพังน่าจะเป็นผลดีต่อธุรกิจของคนมากกว่า เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) ที่ศึกษาเรื่องแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการที่พบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจเดียวกันมักมีความระแวงและขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกันและต้องการรวมกลุ่มจากภายนอกธุรกิจมากกว่าที่จะผลักดันมาจากภายในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน แม้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชนในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายก็ยังไม่เข้าใจเรื่องเครือข่ายอย่างแท้จริงและยังต้องการความรู้ความเข้าใจเรื่องการพัฒนา

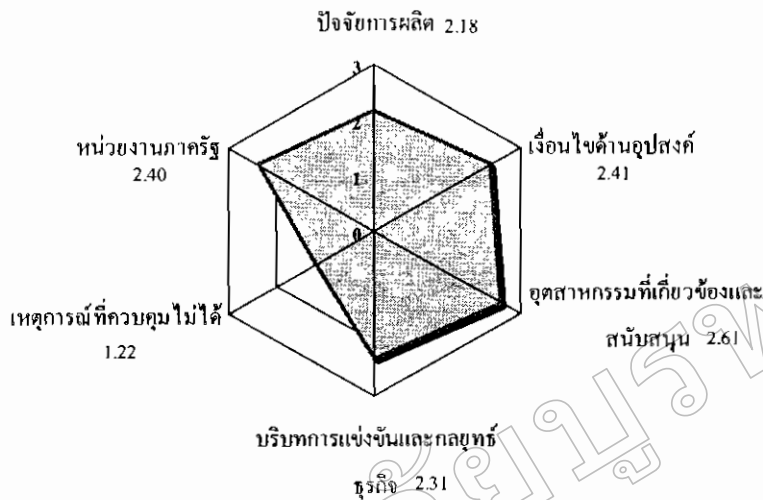
เครือข่ายและการรวมกลุ่มอย่างต่อเนื่อง (เทคส์คัตต์ สุวรรณปิฎก, 2548) ดังนั้นการพัฒนาเครือข่าย  
 วิชาชีพ โรงแรมที่พักในเมืองพัทยาที่คั้งจควรสร้างพื้นฐานความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย  
 วิชาชีพให้ชัดเจนแก่ผู้ประกอบการเป็นอันดับแรก เช่นเดียวกับงานเขียนทางวิชาการของนฤมล  
 นิราทร (2542) กล่าวไว้ว่าการสร้างเครือข่ายควรเริ่มจากการตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้าง  
 เครือข่าย เพื่อให้การทำงานบรรลุถึงเป้าหมาย โดยต้องทำความเข้าใจร่วมกันว่าเมืองค์กรใดบ้างที่จะ  
 เข้าร่วมเป็นเครือข่าย จะได้รับประโยชน์หรือผลประโยชน์ใดบ้างที่จะต้องสูญเสียไป และการเข้า  
 ร่วมเครือข่ายจะใช้ระยะเวลาานเท่าใด เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเข้าใจด้าน  
 เครือข่ายวิชาชีพแตกต่างกัน และยังมีความรู้ความเข้าใจไม่ถ่องแท้และยังมองไม่เห็นเป็นรูปธรรม  
 ว่าการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิชาชีพที่เข้มแข็งจะช่วยพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและ  
 ศักยภาพทางธุรกิจได้อย่างไร

ในขณะที่ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิชาชีพซึ่งอยู่ในระดับมาก  
 และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากธุรกิจโรงแรมที่พักเป็น  
 ธุรกิจที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาพักแรม ธุรกิจโรงแรมที่พักจึงมีความเชื่อมโยงทั้งแบบเป็น  
 ทางการและไม่ใช่ทางการระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวภายนอกเครือข่าย เช่น แหล่งท่องเที่ยว  
 ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก เป็นต้น เพื่อส่งต่อลูกค้าระหว่างกัน และ  
 เนื่องจากธรรมชาติของธุรกิจเดียวกันจะถือว่าเป็นคู่แข่งกันทำให้เกิดความไม่เชื่อใจกันและเกรงว่า  
 คู่แข่งจะรู้ความลับของตนเอง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงยินดีที่จะรวมกลุ่มเครือข่ายภายนอกธุรกิจ  
 มากกว่า (Bogdan, 2007; Stuart, 2002; Martin & Sunley, 2003) ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้เป็นไปตาม  
 แนวคิดของพอร์เตอร์ (Porter, 1998) ที่กล่าวว่า เครือข่ายวิชาชีพ คือ กลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่  
 เกี่ยวข้องมารวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน มีความร่วมมือ เกื้อหนุน เชื่อมโยง และ  
 เสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร โดยความเชื่อมโยงในแนวตั้งเป็นความเชื่อมโยงของ  
 ผู้ประกอบการธุรกิจตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำและความเชื่อมโยงแนวนอนเป็น  
 ความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมสนับสนุนต่างๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า  
 สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยและพัฒนา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งแนวคิดนี้  
 สอดคล้องกับผลการศึกษาของรัชนีกร วุฒิสเรษฐไพบูรณ์ (2547) กล่าวไว้ว่า เครือข่ายวิชาชีพเกิด  
 จากความร่วมมือกันและการเชื่อมโยงต่อกันตลอดเวลาของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม ที่รวมตัว  
 กันอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ผู้ประกอบการ ผู้ป้อนวัตถุดิบ และอุตสาหกรรมอื่น ๆ  
 ที่ต่อเนื่องทั้งหมด สถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัยพัฒนาองค์กรและสมาคมในภาคเอกชน  
 ตลอดจนหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยมีกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และแผนการ  
 ดำเนินการ เพื่อพัฒนา ปรับปรุงสภาพแวดล้อมของทั้งอุตสาหกรรมร่วมกัน ซึ่งความร่วมมือและ

ความเชื่อมต่อกันดังกล่าวจะก่อให้เกิดการกระจายด้านความรู้ รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการผลิตร่วมกัน และสามารถสร้างนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ที่ช่วยยกระดับการดำเนินธุรกิจให้เติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุชาติา แจสุรภาพ (2547) พบว่า การรวมกลุ่มภายนอกธุรกิจช่วยลดการรุนแรงในการแข่งขัน และยังนำมาซึ่งผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งการรวมกลุ่มภายในธุรกิจเดียวกันไม่สามารถมีผลผลิตภาพการผลิตสูงกว่าการรวมกลุ่มภายนอกธุรกิจที่จะช่วยพัฒนาในด้านต่าง ๆ ซึ่งการเชื่อมโยงกับภาคส่วนต่าง ๆ เช่น สมาคม ชมรม ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวมากมาย รวมทั้งการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐ และสถาบัน การศึกษา ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีความสามารถในการแข่งขันที่เข้มแข็ง ดังเช่นในงานวิจัยของอภิญา เกษตรเอี่ยม (2544, หน้า 27) ที่กล่าวไว้ว่า การจะพัฒนาการท่องเที่ยวให้ได้ผลดีจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับธุรกิจต่อเนื่องหรือธุรกิจข้างเคียงที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยเพราะเมื่อการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้นเป็นผลให้สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการพื้นฐานที่รองรับนักท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ต้องปรับตัวให้มีความหลากหลายและเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวไปด้วย ซึ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น กิจการด้าน โรงแรม กิจการร้านอาหาร กิจการด้านการขนส่ง กิจการการจัดนำเที่ยว เป็นต้น และที่เกี่ยวข้องโดยอ้อม เช่น การผลิตสินค้าเกษตรกรรมและสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องความสามารถในการแข่งขันตามปัจจัยหลัก 4 ด้าน และปัจจัยเสริม 2 ด้าน พบว่า ธุรกิจโรงแรมที่พักนั้นมีความสามารถในการแข่งขันโดยภาพรวมอยู่ในระดับที่เป็นไปได้ทั้ง โอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ ซึ่งภายใต้การเติบโตอย่างรวดเร็วของเมืองพัทยา อาจส่งผลดีกับความสามารถและศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจภายในเมืองพัทยาเองและส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ แต่ในขณะเดียวกันการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็ได้สร้างปัญหาให้เกิดขึ้นกับเมืองพัทยามากมายด้วยเช่นกัน และอาจทวีความรุนแรงขึ้นโดยลำดับหากปราศจากการร่วมกันหาทางออก กำหนดแนวทางแก้ไขปัญหา และปฏิบัติอย่างจริงจังจากทุกภาคส่วน



ภาพที่ 5-2 ระดับความสามารถในการแข่งขันแต่ละด้านที่ได้จากการหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก

จากภาพที่ 5-2 แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจโรงแรมที่พักมีความสามารถในการแข่งขันที่ดีจากปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนสูงที่สุด สอดคล้องกับที่ธุรกิจโรงแรมที่พักมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจสูงที่สุด เนื่องจากธุรกิจโรงแรมที่พักนั้นมีการเชื่อมโยงกับธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อส่งต่อลูกค้าระหว่างกัน มีการประสานความร่วมมือกัน แลกเปลี่ยนความรู้ข่าวสารกัน พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ รวมทั้งจากหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่เอกชน และจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นระยะ ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนจึงส่งผลในทางบวกต่อประโยชน์แก่ธุรกิจโรงแรมที่พัก อีกทั้งการเชื่อมโยงเหล่านี้จะพื้นฐานที่ดีในการพัฒนาธุรกิจโรงแรมที่พักและธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนไปสู่การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่สมบูรณ์ต่อไป

เมื่อพิจารณาความสามารถในการแข่งขันจากปัจจัยด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ ถือว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมที่พักอย่างมากที่ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถตั้งรับกับสถานการณ์เหล่านั้นได้ทันท่วงที ดังเช่นในช่วง ปี พ.ศ. 2532 – 2535 เกิดสงครามอ่าวเปอร์เซียส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโลก (วนิดา วิชยประเสริฐกุล, 2541, หน้า 138) พ.ศ. 2540 เกิดภาวะฟองสบู่แตกจนทำให้เศรษฐกิจฝืดเคืองไปทั่วโลก พ.ศ. 2546 เกิดวิกฤตไข้ซาร์ระบาด ปลายปี พ.ศ. 2547 เกิดภัยพิบัติซึนามิกระทบต่อการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี 2548 และ พ.ศ.



2550 ถึงปัจจุบันไทยก็ยังคงประสบปัญหาความไม่สงบทางการเมืองทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศลดลง เหล่านี้เป็นเรื่องที่ย่อหน้าและส่งผลกระทบความรู้สึกและการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวลดลงโดยอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในขณะที่ท่องเที่ยวภายในประเทศเองก็ใช้เงินในการท่องเที่ยวลดลงด้วยเช่นกัน ซึ่งปัจจุบันนี้ปัญหาการลดลงของนักท่องเที่ยวกำลังสร้างวิกฤตอย่างหนักให้กับธุรกิจโรงแรมที่พักและมีแนวโน้มว่าผู้ประกอบการหลายรายอาจต้องสูญเสียรายได้และเผชิญกับภาวะขาดทุน ในขณะที่บางรายอาจต้องปิดกิจการลงไปในที่สุด ทั้งนี้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจำเป็นต้องหาทางออกร่วมกันเพื่อแก้ปัญหาเหล่านี้ให้ดีขึ้น โดยเร็วต่อไป

ส่วนด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนอยู่ในระดับที่เป็นโอกาสต่อธุรกิจมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการมีโอกาสที่ดีจากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบเข้ามาติดต่อขายสินค้าที่หลากหลายทำให้การส่งต่อระหว่างห่วงโซ่อุปทานมีความต่อเนื่องและเข้มแข็ง นอกจากนี้ยังมีสมาคม ชมรม ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวมากมาย มีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีความสามารถในการแข่งขันที่เข้มแข็ง ดังเช่นในงานวิจัยของอภิญา เกษตรเอี่ยม (2544, หน้า 27) กล่าวไว้ว่า การจะพัฒนาการท่องเที่ยวให้ได้ผลดีจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับธุรกิจต่อเนื่องหรือธุรกิจข้างเคียงที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยเพราะเมื่อการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้นเป็นผลให้สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการพื้นฐานที่รองรับนักท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ต้องปรับตัวให้มีความหลากหลายและเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวไปด้วย ซึ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น กิจการด้านโรงแรม กิจการร้านอาหาร กิจการด้านการขนส่ง กิจการการจําหน่ายเที่ยว เป็นต้น และที่เกี่ยวข้องโดยอ้อม เช่น การผลิตสินค้าเกษตรกรรมและสินค้าหัตถกรรม เป็นต้น

### ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว

เพศของผู้ประกอบการส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยเพศชายมีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสูงกว่าเพศหญิง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการเพศชายมีความรู้ความเข้าใจด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจและด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ มากกว่าผู้ประกอบการเพศหญิง เนื่องจาก ผู้ประกอบการเพศหญิงอาจมีความวิตกกังวลมากกว่าเพศชายในการให้ความร่วมมือรวมถึงการไว้เนื้อเชื่อใจระหว่างกันในการรวมกลุ่ม จึงปฏิเสธหรือมีทัศนคติในแง่ลบต่อ

การรวมกลุ่มและอาจคิดว่าการรวมกลุ่มทางธุรกิจอาจก่อให้เกิดปัญหาขัดแย้งได้ ในขณะที่เพศชายมักมีนิสัยเด็ดเดี่ยว ตัดสินใจเด็ดขาด และกล้าได้กล้าเสีย มากกว่าเพศหญิง ซึ่งส่งผลทำให้ผู้ประกอบการเพศชายมีทัศนคติในเชิงบวกและเปิดรับต่อแนวคิดเกี่ยวกับการรวมกลุ่มทางธุรกิจมากกว่าเพศหญิง สอดคล้องกับการศึกษาของ อภิสัทธ์ ประวัตินเมือง (2544, หน้า 71) ที่กล่าวว่า ลักษณะของความเป็นเพศชาย แสดงให้เห็นได้โดยการมีความกระตือรือร้นในการแข่งขันสูง การคัดเลือกและการแสวงหาหนทางไปสู่ความสำเร็จ การสนับสนุนการตัดสินใจที่เด็ดขาด การดำเนินการติดตามในเรื่องการขยายตลาดและผลกำไร เช่นเดียวกับงานวิจัยของ House และ ผู้ร่วมวิจัยนานาชาติได้ใช้พื้นฐานของการศึกษาโครงการวิจัย GLOBE (Global Leadership & Organisational Behavior Effectiveness Research Project, 1997) เพื่อศึกษาถึงลักษณะวัฒนธรรม สังคม วัฒนธรรมองค์การ และลักษณะผู้นำที่มีประสิทธิภาพในวัฒนธรรมข้ามชาติ พบว่า ลักษณะความเป็นเพศชาย (Masculinity) หมายถึง ระดับที่สังคมให้การสนับสนุนและรางวัลกับพฤติกรรมที่มีลักษณะส่งเสริมความเป็นเพศชาย เมื่อเปรียบเทียบลักษณะที่เป็นเพศหญิง ซึ่งลักษณะความเป็นชายนั้นมีลักษณะต่างๆ คือ ความรวดเร็ว ความแข็งแกร่ง มีพลัง มีความมีประสิทธิภาพ การตัดสินใจที่รวดเร็ว การถือทฐิ การหัวแข็ง สำหรับการกำหนดลักษณะดังกล่าว พบว่ามีความสอดคล้องกับการแบ่งแยกบทบาททางเพศที่เด่นชัดในด้านกายภาพและจิตวิทยา เช่น ในสังคมที่เน้นลักษณะความเป็นชาย หน้าที่เหล่านี้จัดสรรและสงวนไว้สำหรับเพศชายโดยเฉพาะ เช่น หน้าที่ทางด้าน การตัดสินใจ ความกล้าหาญ การคิดวิเคราะห์และวางแผนในระดับสูง การควบคุมตนเองจากภายใน การอำนวยความสะดวก ทำให้ผู้ประกอบการเพศชายในธุรกิจ โรงแรมที่พักมีความเชื่อมั่นว่าการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่เข้มแข็งนั้นสามารถพัฒนาความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพของธุรกิจได้ นอกจากนี้จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยภูมิหลังในด้านเพศ ของ ภาสกร แหม่มประเสริฐ (2545, หน้า 41) พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการสูงนั้นมีอัตราส่วนเพศชายมากกว่าเพศหญิงถึงร้อยละ 53.6 ซึ่งจากจะเป็นผลมาจากวัฒนธรรมการเลี้ยงดู ความเป็นอยู่ของคนไทย ที่มักจะให้ผู้ชายมีบทบาทในการเป็นผู้นำเป็นผู้บริหารมากกว่าเพศหญิง และจากการศึกษาของ Cooper and Gascon (1992) พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ที่ประสบความสำเร็จนั้นจะเกิดจากผู้ประกอบการเพศชายที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง และมีการวางแผนการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบ

อายุมีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีความรู้ความเข้าใจด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ มากกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี และผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า 51 ปี ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก

ผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี เป็นช่วงอายุที่อยู่ในวัยทำงานที่มั่นคง เปรียบพร้อมด้วยประสบการณ์ในการทำงาน ในขณะที่ผู้ประกอบการที่อายุน้อยกว่า 30 ปี เป็นวัยแห่งการแสวงหาประสบการณ์ภายหลังจากการจบการศึกษา และผู้ประกอบการที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อาจยึดติดกับการบริหารกิจการรูปแบบเดิม ๆ และมีข้อจำกัดในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เหล่านี้จึงอาจเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีเข้าใจและความระมัดระวังในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจมากกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี และผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า 51 ปี สอดคล้องกับการศึกษาของอกิสิทธิ์ ประวิติเมือง (2544, หน้า 71 – 79) พบว่าผู้ประกอบการจะเริ่มประกอบธุรกิจเมื่อมีอายุ 30 ปี ซึ่งเป็นช่วงที่สั่งสมประสบการณ์และมีเงินออมเพียงพอที่จะประกอบธุรกิจเป็นของตัวเอง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการที่จะทุ่มเทและผลักดันธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ และผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากโดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจบการศึกษาระดับปริญญาตรีทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการศึกษานาน และเมื่อเรียนจบแล้วก็ได้มีการทำงานหาประสบการณ์จากที่อื่นก่อน และจากการศึกษาภูมิหลังในด้านช่วงอายุของภาสกร แซ่มประเสริฐ (2545, หน้า 41) พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการสูงนั้นมีระดับช่วงอายุอยู่ในช่วง 41 – 60 ปี สอดคล้องกับการศึกษาของ Ennew et al. (1994) รายงานว่าอายุมีความสำคัญกับการประกอบธุรกิจเป็นอย่างมาก โดยในช่วงอายุ 25 – 40 ปี เป็นช่วงที่มีอิสระในการทำงานและทำงานตามความสามารถที่มีต่อเมื่ออายุมากขึ้นก็จะมีความต้องการประกอบธุรกิจส่วนตัวและมีการพัฒนาความสามารถมากขึ้นจากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้มาในอดีต

ปัจจัยด้านการรวมกลุ่มทางธุรกิจมีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยโรงแรมที่พักที่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจมีความความรู้ความเข้าใจมากกว่าโรงแรมที่พักที่ไม่เคยมีการรวมกลุ่ม และเมื่อพิจารณาตามการรวมกลุ่มทางธุรกิจ พบว่าผู้ประกอบการที่เคยมีการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยามีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ได้เป็นสมาชิก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการรวมกลุ่มนั้นเข้าใจว่าประโยชน์ที่ได้รับจากเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มในด้านต่าง ๆ นั้นสามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจได้ จึงเป็นเหตุให้ผู้ประกอบการที่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เคยมีการรวมกลุ่มมาก่อนเลย ซึ่งหากมีการรวมกลุ่มในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจเกิดขึ้นจริงอาจเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับกิจการมากกว่าการรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคม / ชมรม ทั้งนี้เมืองพัทยามีการรวมกลุ่มของชมรม / สมาคม ด้านการท่องเที่ยวอยู่จำนวนมาก และมีการประสานงานระหว่างผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้องกับ

การท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐ อยู่เป็นประจำ ในการสร้างความร่วมระหว่างผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวหลาย ๆ ธุรกิจให้เกิดความร่วมมือที่ดีต่อกันในการพัฒนาการท่องเที่ยว แก้ไขปัญหาการท่องเที่ยว และทำการตลาดร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว เช่น งานพัทยาเก๊าท์ควาน งานพัทยามิวสิคเฟสติวัล เทศกาลวันไหลพัทยาพัทยามารารอน เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ที่มี การรวมตัวกันของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวทุกประเภท มีประสบการณ์ในการสร้างความร่วมมือกันในด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การทำการตลาด เป็นต้น และมีพื้นฐานศักยภาพและสามารถในการพัฒนาให้เกิดเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ต่อไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข (2546, บทคัดย่อ) พบว่าอุตสาหกรรมที่มีการก่อตั้งภายในพื้นที่เดียวกัน ลักษณะดังกล่าวเป็นปัจจัยเบื้องต้นของการเป็นคลัสเตอร์โดยธรรมชาติ หรือเป็นคลัสเตอร์ที่ยังไม่พัฒนา ซึ่งขาดความเชื่อมโยงและความร่วมมือ ถ้าหากได้รับการแก้ไขและสนับสนุน เช่น สร้างกิจกรรมระหว่างผู้ผลิต จัดหาผู้ประกอบการเพื่อทำหน้าที่เป็นคนกลาง จัดทำระบบติดตามและประเมินผล เป็นต้น ก็จะสามารถพัฒนาเป็นคลัสเตอร์สมบูรณ์ที่ยั่งยืนได้ ซึ่ง Nordin (2003, p. 17) ได้กล่าวไว้ว่า เครือข่ายวิสาหกิจสามารถเกิดขึ้นได้เองโดยธรรมชาติ แต่มีความจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาถึงจะเกิดการพัฒนาศักยภาพได้อย่างเต็มที่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาของคลัสเตอร์ ได้แก่ การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ การสนับสนุนจากภาครัฐและการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ และการสนับสนุนร่วมมือทางการตลาด เป็นต้น การพึ่งพาซึ่งกันและกันในด้านการบริการ การขนส่ง ข้อมูลข่าวสารและการเสริมสร้างความร่วมมือ ทำให้กิจการที่อยู่ในพื้นที่เดียวกันนั้นจะได้รับผลประโยชน์อย่างมาก

#### ความสามารถในการแข่งขัน

ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในภาพรวมแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความสามารถในการแข่งขันมากกว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษานุปริญญา เนื่องจาก ผู้ที่จบการศึกษาปริญญาตรีได้ศึกษาเล่าเรียนทฤษฎีมากกว่าจึงทำให้มีมุมมองทางธุรกิจมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวีรดา เรืองรุ่ง (2550) พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรีมีมุมมองธุรกิจและการเรียนรู้สูงกว่าผู้ประกอบการที่จบการศึกษาในระดับอื่น ๆ เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของพิชญากรณ์ พุ่มไพศาลชัย (2537) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และจากการศึกษาของปรัชนันท์ กังวานปิยศักดิ์ (2550) พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าผู้ประกอบการกลุ่มอื่น แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการศึกษา

ของผู้ประกอบการมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการแตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Rissal (1992, p. 1516) พบว่า ปัจจัยด้านพื้นฐานทางการศึกษาของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

ทุนจดทะเบียนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 1,000,000 บาท ผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,001 – 5,000,000 บาท และผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 20,000,001 – 50,000,000 บาท มีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 5,000,001 – 10,000,000 บาท และผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 50,000,001 – 100,000,000 บาท แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนสูงอาจมีความคิดเห็นว่าอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของตนเนื่องผู้ประกอบการเองอาจคิดว่าธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันเพียงพอโดยไม่จำเป็นต้องพึ่งการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภายนอก

ความเป็นสมาชิกสมาคมนักบริหารงานอาหารและผู้ประกอบการเครื่องดื่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ และด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคมมีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่เป็นสมาชิก และสถานภาพการเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจปัจจุบันยังส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ โดยผู้ประกอบการที่ยังคงเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจปัจจุบันมีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ได้เป็นสมาชิกแล้ว ทั้งนี้เนื่องจาก การรวมกลุ่มเครือข่ายทำให้เกิดการเสริมสร้างและพึ่งพาซึ่งกันและกัน นอกจากนี้สมาชิกในเครือข่ายยังมีการเปลี่ยนเรียนรู้ข่าวสารและประสบการณ์ซึ่งกันและกันเพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการดำเนินกิจกรรมของตนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2547, หน้า 11) สอดคล้องกับการศึกษาของเอกกมล อ่อนศรี (2544, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายองค์กรชุมชน พบว่า กลุ่มหรือองค์กรชุมชนที่มีความร่วมมือแบบเครือข่ายประมาณ 1 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยมีแบบแผนของความร่วมมือแบบเครือข่ายเริ่มจากกลุ่มหรือองค์กรชุมชนมีการติดต่อแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันและจะพัฒนาไปเป็นความร่วมมือแบบเครือข่าย เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของฉพงษ์ สงวนนภภาพร (อ้างอิงใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548) ศึกษาตัวอย่าง เครือข่ายวิสาหกิจ Hotel

De Charm ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สมาชิกภายในกลุ่มเครือข่ายมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อถ่ายทอดเทคนิคและความรู้ร่วมกัน

ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ

ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจมีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันโดยรวมแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจมีความรู้ความเข้าใจและความสามารถในการแข่งขันมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่สนใจ เนื่องจาก คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สำคัญประการหนึ่งคือ การแสวงหาข้อมูลและการมีเครือข่าย แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการเหล่านี้มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาสด้วยในการศึกษาหาความรู้ใหม่ ๆ มาผนวกรวมกับประสบการณ์ที่มีอยู่ เพื่อนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของพิชญานันท์ พุ่มไพศาลชัย (2537) ศึกษาพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่มีคุณลักษณะที่สำคัญ คือ การแสวงหาโอกาส การมีเครือข่าย และการแสวงหาความรู้ใหม่ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังมีการศึกษาของ Steinhoff and Burgess (1993, pp. 37 – 38) ที่กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีต้องมีการแสวงหาความรู้หรือข้อมูลใหม่ ๆ เสมอตรงกับงานวิจัยของ อาทิตย์ วุฒิสระโร (2543) พบว่า ลักษณะเด่นของผู้ประกอบการ คือ มีความสามารถในการเรียนรู้จากประสบการณ์ และแสวงหาความรู้เพิ่มเติมในเรื่องที่สนใจ และจากการศึกษาของกมลกานต์ เทพรานนท์ และรัตติกรณัง วิศาล (2549; หน้า 120) ยังพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการอย่างยิ่ง เหล่านี้จึงอาจเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจและมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าผู้ประกอบการที่ไม่สนใจในการรวมกลุ่มนั่นเอง

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก

การทำนายลักษณะของผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักที่สามารถรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพิทยา ด้วยสมการถดถอยโลจิสติก พบว่า ปัจจัยหรือตัวแปรอิสระในด้านความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจและความสามารถในการแข่งขันเท่านั้นที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำนายความน่าจะเป็นของการที่ผู้ประกอบการจะเป็นกลุ่มที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 4 และ 5 ที่ว่า ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจและความสามารถในการแข่งขันที่ระดับนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ .01 และ .05 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 5 ผลการสัมภาษณ์เจาะลึก

จากผลการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท โรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยหลัก 4 ด้าน และปัจจัยเสริม 2 ด้าน พบว่า ปัจจัยการผลิตมีโอกาสนในการแข่งขันเป็นบวกในด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ท้องถิ่นที่สวยงามหลากหลาย ในขณะที่ด้านทรัพยากรมนุษย์และโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ กำลังประสบปัญหาทั้งปริมาณและคุณภาพ ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันปัญหาการขาดแคลนบุคลากร ที่มีความรู้ความสามารถในด้านภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ รัสเซีย เกาหลี และจีน เป็นต้น และความชำนาญเฉพาะทางถือเป็นปัญหาหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2552) สอดคล้องกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของทิพยาเพิ่มลาก (2545, บทคัดย่อ) พบว่าไทยจะมีจุดอ่อนในหลายเรื่อง เช่น ประสิทธิภาพการผลิต ค่าขาดบุคลากรที่มีทักษะ และยังสอดคล้องกับทศพล ชื่นอุปการนนท์ (2549, หน้า 126) กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวทำให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจส่งผลให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ แต่การกระจายรายได้ต่อไปสู่ประชาชนในพื้นที่อื่น ๆ นั้นยังประสบปัญหาอยู่ นอกจากนี้ยังทำให้เกิดปัญหาการอพยพของประชาชนเข้ามาประกอบอาชีพซึ่งส่งผลให้เกิดชุมชนแออัด และกลุ่มคนเร่ร่อน สำหรับด้านวิถีชีวิตถูกปรับเปลี่ยนไปเป็นรูปแบบสังคมเมืองมากขึ้นและมีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปจากเดิม ส่วนผลกระทบทางด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมก็เป็นประเด็นที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาที่เพิ่มมากขึ้น เช่น สาธารณูปโภค รวมถึงการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมของเมืองให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวในจังหวัด อย่างไรก็ตามผลของการพัฒนาที่อาจส่งผลกระทบต่อความเพิ่มขยะมูลฝอยที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเมือง เนื่องจากขาดการจัดการการกำจัดมูลฝอยและความตระหนักของประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม สำหรับปัญหาด้านทรัพยากรทุนนั้น ผู้ประกอบการขนาดเล็กส่วนใหญ่ประสบปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ซึ่งสอดคล้องกับปรีชนันท์ กังวานปิยศักดิ์ (2550, หน้า 233 – 234) ผู้ประกอบการสถานประกอบการสปามาตรฐานส่วนใหญ่มีเงินลงทุนมาจากเงินทุนส่วนตัว ในปัจจุบันมีการเข้ามาช่วยเหลือในเรื่องการหาแหล่งเงินทุนจากหน่วยงานต่าง ๆ น้อยมาก ทำให้ผู้ประกอบการสปามาตรฐานส่วนใหญ่ ไม่สามารถพัฒนาให้มีมาตรฐานเทียบเคียงกับสถานประกอบการสปาใหญ่ ๆ ได้ สอดคล้องกับการศึกษาของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2546, หน้า 9) ที่กล่าวว่า ข้อเสียของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่มักจะไม่ต้องมีความสามารถในการแสวงหาเงินทุนเท่าใดนัก ส่วนใหญ่จะอาศัยเงินลงทุนจากกระเป๋าตนเอง ในกรณีของสหรัฐอเมริกา ปรากฏว่า ธุรกิจขนาดย่อมสามารถกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินต่าง ๆ ได้เพียงประมาณ ¼ ของเงินกู้ที่ต้องการเท่านั้น

เมืองไขอุปสงค์ มีโอกาสที่ดีจากปริมาณการท่องเที่ยวที่สูงในช่วงฤดูท่องเที่ยว โดยส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีกำลังซื้อสูง สำหรับในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยวก็จะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อำนาจการซื้อต่ำกว่าในฤดูท่องเที่ยวมาทดแทน ซึ่งเมืองพัทยามีอัตรานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นเกือบทุกปี ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยาคือกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง เมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในประเทศไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548) นอกจากนี้พบว่า มีกลุ่มนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่สนใจเฉพาะสถานบันเทิงและบริการทางเพศ ซึ่งปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นจุดขายที่สำคัญของเมืองพัทยา ถึงแม้ว่าจะมีการเสนอภาพลักษณ์ในด้านแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายก็ตาม (อิทธิพล คุณปลื้ม, 2552)

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน มีโอกาสที่ดีจากผู้ผลิตและผู้จัดหาดูดิบเข้ามาติดต่อขายสินค้าที่หลากหลายทำให้การส่งต่อระหว่างห่วงโซ่อุปทานมีความต่อเนื่องและเข้มแข็ง นอกจากนี้ยังมีสมาคม ชมรม ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวมากมาย มีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษา ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีความสามารถในการแข่งขันที่เข้มแข็ง

บริบทการแข่งขันและการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจ ธุรกิจโรงแรมที่พักที่มีอยู่มากมายในเมืองพัทยาส่งผลให้ความเข้มข้นในการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการบางส่วนจึงรวมกลุ่มทางธุรกิจกันเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ และทำการตลาดร่วมกันเป็นครั้งคราว สอดคล้องกับทิพพา เพิ่มลาภ (2545, หน้า 104) ที่กล่าวว่า เนื่องจากโครงสร้างตลาดที่มีผู้ผลิตมากมาย จึงมีการแข่งขันที่รุนแรงเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ผลิตต้องพยายามปรับปรุงคุณภาพสินค้า และต้องมีกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม ในขณะที่เดียวกันผู้ผลิตในไทยก็มีความร่วมมือ ช่วยเหลือกัน โดยการจัดตั้งสมาคมต่าง ๆ เพื่อร่วมมือกันแก้ปัญหาในด้านต่าง ๆ ด้วย ทั้งนี้ผู้ประกอบการในเมืองพัทยายังสนใจเฉพาะคู่แข่งในพัทยามากกว่าการให้ความสำคัญกับกลยุทธ์เพื่อแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในต่างประเทศ ประกอบกับธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่มีมาตรฐานมากนัก ซึ่งเห็นได้จากผู้ประกอบการส่วนใหญ่โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีเงินลงทุนในการพัฒนาบุคลากรค่อนข้างจำกัด (วสุริดา นุริตมนต์, 2550) ลักษณะดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยที่บั่นทอนขีดความสามารถในการแข่งขันที่จะพัฒนาบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้

เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าเหตุที่ควบคุมไม่ได้จะเป็นปัจจัยที่



บั่นทอนหรือเป็นข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจธุรกิจ เช่น เหตุการณ์การปิดสนามบินสุวรรณภูมิและคอนเมือง ทำให้ภาพลักษณ์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป จึงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากในประเทศนั้น ๆ ประกาศให้ประเทศไทยเป็นพื้นที่อันตราย ดังนั้นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจึงหันไปเที่ยวยังประเทศใกล้เคียง ประกอบกับวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ส่งผลกระทบต่อทั่วโลก เหตุการณ์เหล่านี้ก่อให้เกิดอุปสรรคในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันอย่างมากในปัจจุบัน

ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ จากแผนการพัฒนาแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2544-2553) แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2544 – 2549) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) มุ่งเน้นการเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการพัฒนาเครือข่ายประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาล ภาคเอกชน และประชาชนควบคู่กับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นรากฐานที่เข้มแข็งในการสร้างรายได้ของประเทศตลอดจนเน้นการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคการผลิตและบริการอย่างครบวงจร ซึ่งทางเมืองพัทยากำหนดนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของประเทศไว้ภายใต้แนวคิดที่ว่า “City Modernization by S to E” โดยอับแรกทางเมืองได้มุ่งสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งได้กำหนดให้ S ในที่นี้หมายถึง ทะเล (Sea) การอาบแดด (Sun) หาดทรายสวย (Sand) และบริการต่าง ๆ (Service) รวมถึงความปลอดภัย (Safety) ส่วน E ก็คือ เทคโนโลยี (Electronic) E-government และอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) ต่าง ๆ ที่หมายถึงความทันสมัย รวมทั้งการศึกษา (Education) คือ การให้ความรู้พื้นฐานแก่เยาวชน และการให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ทางเมืองพัทยายังคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม (Environment) และให้นโยบายนี้ไปอยู่ในการพัฒนาเมืองพัทยาด้วย

นอกจากนี้ยังมี E อีก 2 ตัว ได้แก่ ความบันเทิง (Entertainment) ไม่ได้หมายถึงบริการทางด้านเพศ (Service Sex) เหมือนในอดีตที่ผ่านมา แต่เป็นการครอบคลุมและเตรียมความพร้อมในการให้บริการที่ดีกับนักท่องเที่ยว โดยมีการฝึกอบรมวิชาชีพการโรงแรม เช่น อบรมแม่บ้าน เชฟ ช่าง จนถึงการบริหารธุรกิจโรงแรม และ E สุดท้ายเป็นการสร้างความมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวและประชาชนอย่างแท้จริง นั่นคือ การสำรวจ การทำแบบประเมิน (Evaluation) เพื่อสะท้อนถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวอยากให้เป็น และทางเมืองจะได้นำมาปรับปรุงเพื่อดูแลการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป ซึ่งนโยบายเหล่านี้จะเป็นส่วนช่วยผลักดันในการมีส่วนร่วมกันของภาคเอกชน ประชาชน และหน่วยงานรัฐ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา (อิทธิพล คุมปลีสม, 2552)

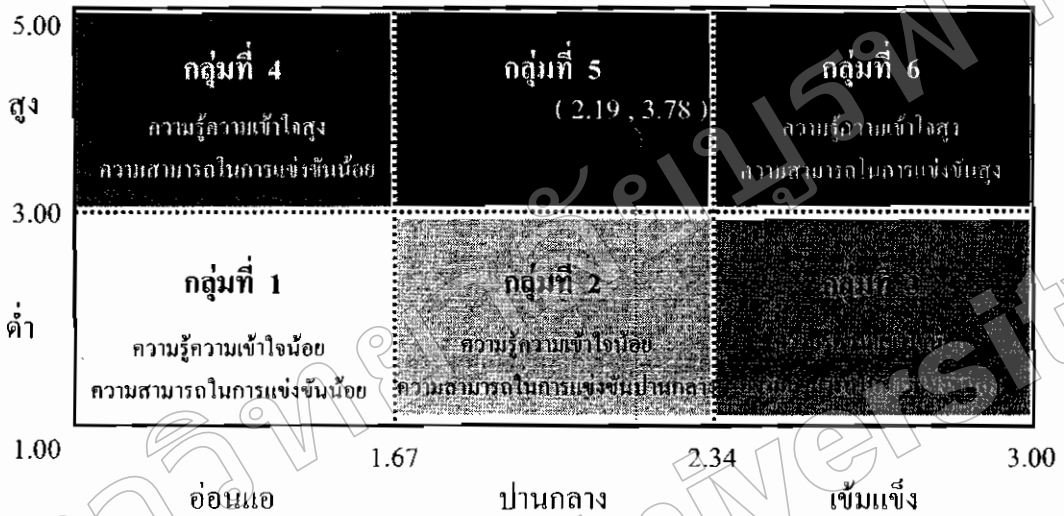
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานพัทยาก็เป็นหน่วยงานที่ดูแลเรื่องการตลาดทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลและภาพลักษณ์ของเมือง รวมทั้งนางบประมาณที่ได้จากภาครัฐมาจัดกิจกรรมร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เช่น การจัดเทศกาลต่าง ๆ และการออกโรคโควิโดในต่างประเทศ เป็นต้น ซึ่งเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยบวกจากการให้การสนับสนุนในหลายด้านที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวและภาคเอกชนในเมืองพัทยา สอดคล้องกับทศพล ชื่นอุปการนันท์ (2549, หน้า 33) ที่กล่าวว่า หน่วยงานราชการที่อยู่ในกระทรวง ทบวง กรม ซึ่งมีหน้าที่ปฏิบัติตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ ตามคำสั่ง และตามมติของคณะรัฐมนตรีนั้น มีหน้าที่ปกป้อง บำรุงรักษาฟื้นฟู และพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ปัจจุบันกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงและประสานงาน กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามีบทบาทร่วมรับผิดชอบต่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศด้วยนโยบายต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงคมนาคม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น ต่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศ และยังสอดคล้องกับทิพพา เพิ่มลาภ (2545, บทคัดย่อ) กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นได้ คือ รัฐบาลที่จะต้องมีการกำหนดนโยบายและมาตรการที่เหมาะสม

#### ส่วนที่ 6 ผลการประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ

ในการประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจนั้นแบ่งออกเป็น 2 มิติ ได้แก่ มิติด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว และมิติด้านความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ร่วมกันระหว่างข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ รวมทั้งการประเมินค่าปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (IFAS และ EFAS) ทั้งนี้ พบว่า ธุรกิจโรงแรมที่พัก (SMEs) มีความพร้อมในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่ดีจากการมีสมาคม / ชมรมด้านการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาซึ่งถือเป็นรากฐานที่ดีในการพัฒนาให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่เข้มแข็งต่อไปในอนาคต ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจถึงร้อยละ 65.6 รวมทั้งมีความสามารถในการแข่งขันด้านทรัพยากรธรรมชาติ การเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ ข้อมูลข่าวสาร โครงสร้างพื้นฐาน และปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐที่คอยให้สนับสนุนภาคการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ดังนั้นธุรกิจโรงแรมที่พัก จึงถือว่ามีศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างสูง ซึ่งเมื่อนำความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันมาพิจารณาร่วมกันระหว่างเพื่อกำหนดกลุ่มของ

ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรมที่พัก จึงอยู่ในกลุ่มที่ 5 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสูง แต่มีระดับความสามารถในการแข่งขันปานกลางค่อนข้างเข้มแข็ง ระดับศักยภาพของของธุรกิจมีลักษณะเป็นรูปวงรีแนวตั้ง ดังภาพที่ 5-3

ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว



ระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก

ภาพที่ 5-3 ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากภาพที่ 5-3 ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมที่พักมีลักษณะเป็นรูปวงรีแนวตั้ง แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจโรงแรมที่พักมีความแตกต่างด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจมากกว่าด้านความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งเป็นผลมาจากระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พักที่อาจมีความแตกต่างกันเล็กน้อย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากธุรกิจโรงแรมที่พักบางส่วนมีการรวมกลุ่มกันในรูปแบบสมาคม / ชมรมต่าง ๆ ในขณะที่ธุรกิจโรงแรมที่พักบางแห่งไม่เคยมีการรวมกลุ่มในรูปแบบใด ๆ เลย จึงทำให้เกิดระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีการรวมกลุ่มหรือเคยมีการรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคม / ชมรมต่าง ๆ จะมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจที่สูงกว่าธุรกิจโรงแรมที่พักที่ไม่เคยมีการรวมกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับการทดสอบ

สมมติฐานที่ 1.12 ในตารางที่ 4-41 ที่สรุปว่า การรวมกลุ่มทางธุรกิจมีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ .01

ส่วนศักยภาพด้านความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พักอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธุรกิจโรงแรมที่พักในเมืองพัทยามีผู้ประกอบการโรงแรมที่พักจำนวนมาก ทั้งที่จดทะเบียนทำธุรกิจโรงแรมถูกต้องตามกฎหมายและไม่จดทะเบียน หรือจดทะเบียนในรูปแบบอื่น ๆ อพาร์ทเมนต์หรือเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ เป็นต้น ทำให้เกิดการแข่งขันทึกรุนแรงบวกกับปัจจัยภายนอก เช่น ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม การเมือง จึงส่งผลโดยตรงต่อธุรกิจโรงแรมที่พัก

### แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

พัทยาคือเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ซึ่งถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันออก มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น และแสง สี เสียงของสถานบันเทิง ทำให้เมืองพัทยาคือเมืองที่มีความเจริญเติบโตในด้านต่าง ๆ สูง แต่ในขณะเดียวกันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างรุนแรงและมีความอ่อนแอทางโครงสร้างการบริการหลายประการ รวมทั้งปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรมนุษย์และนวัตกรรม อย่างไรก็ตามการแข่งขันในโลกยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนมาเน้นความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยอาศัยกลยุทธ์การสร้างองค์ความรู้ (Knowledge Base) การสร้างนวัตกรรม (Innovation) และการสร้างเครือข่าย ซึ่งล้วนแต่เป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนทั้งสิ้น ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจโรงแรมที่พักต้องประสบปัญหาการแข่งขันที่ไม่สามารถปรับตัวให้ทันต่อวิทยาการใหม่ ๆ ได้ การพึ่งแต่เพียงทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่และกำลังเสื่อมโทรมลงเรื่อย ๆ นั้นอาจส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจให้ลดลง

ดังนั้นเพื่อให้สามารถตอบสนองกับสภาพความเปลี่ยนแปลงและปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จึงควรสร้างจิตใต้สำนึกให้เกิดการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจที่เป็นการบูรณาการและเชื่อมโยงของภาคธุรกิจ สถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไว้ด้วยกันให้เข้าใจกระบวนการทำงานร่วมกัน รวมทั้งสร้างพลังความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันต่าง ๆ ด้วยความเชื่อใจกัน และสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจอย่างจริงจัง เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันอย่างเป็นระบบและเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็งอันจะเป็น

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป ซึ่งประโยชน์ที่จะได้รับ คือ การลดต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่กิจการ และการหาทางออกให้กับวิกฤตการณ์และปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เป็นต้น จากการศึกษาวิเคราะห์และประเมินศักยภาพการรวมกลุ่มซึ่งพิจารณาจากมิติ 2 ด้าน คือ ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของ ธุรกิจโรงแรมที่พัก (SMEs) พบว่า ธุรกิจโรงแรมที่พักในเมืองพัทลุงอยู่ในกลุ่มที่มีระดับความรู้ ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจสูง เนื่องจากผู้ประกอบส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับการรวมกลุ่ม ถึงร้อยละ 65.6 มีการศึกษาข้อมูลมากขึ้นเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และเพื่อหาทางรอดให้กับธุรกิจ ซึ่งการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจด้วยการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย วิสาหกิจจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักสนใจ ส่วนด้านความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พักนั้นอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากธุรกิจโรงแรมที่พักในเมืองพัทลุงมีจำนวนมาก ทั้งที่จดทะเบียนทำธุรกิจโรงแรมถูกต้องตามกฎหมายและไม่จดทะเบียนหรือจดทะเบียนในรูปแบบอื่น ๆ อพาร์ทเมนต์หรือเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ เป็นต้น ทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง กอปรกับปัญหาจากปัจจัยภายนอกต่าง ๆ เช่น ภาวะภัยแล้งและสภาพแวดล้อมของเมืองพัทลุง ปัญหาเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เป็นต้น ปัญหาเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อธุรกิจโรงแรมที่พัก และผลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ในภาพรวมนั้นธุรกิจโรงแรมที่พักมีศักยภาพเพียงพอและมีความยินดีที่จะรวมกลุ่มกับธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ทั้งนี้ธุรกิจโรงแรมที่พักจำเป็นต้องมีพันธมิตรที่สามารถเกื้อหนุนประโยชน์ในด้านวัตถุดิบ การบริหารจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ หรือด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจในการเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันให้กับตนเอง และเพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับผู้ประกอบการโรงแรมที่พักหรือผู้ที่สนใจในการนำแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมที่พัก (SMEs) เป็น 3 ส่วน ได้แก่ คือ 1. รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมที่พัก 2. กระบวนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ 3. ผลลัพธ์ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมที่พัก

#### 1. รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมที่พัก

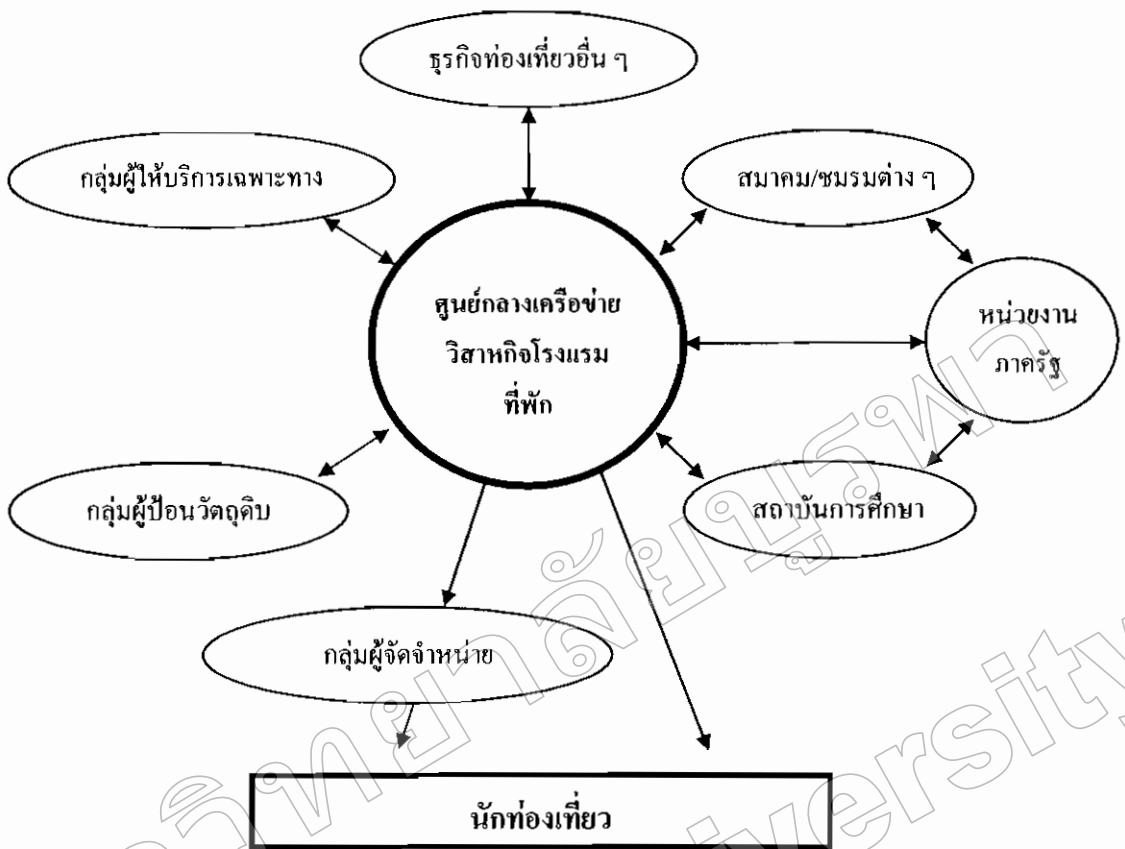
ธุรกิจโรงแรมที่พักในประเทศไทยนั้นถือว่ามีความแตกต่างด้านคุณภาพและบริการค่อนข้างมาก มีการกระจุกตัวของโรงแรมที่พักมากเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น พัทยา และมีอัตราการเข้าพักปริมาณร้อยละ 50 เท่านั้น ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมที่พักขนาดกลางและขนาดย่อมในเมืองพัทลุงกำลังประสบปัญหาการแข่งขันที่รุนแรง ปัญหาด้านภาวะวิกฤตเศรษฐกิจและการเมืองที่ไม่มั่นคงที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว และปัญหาอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นภายในเมืองพัทลุง เช่น ปัญหาสภาพลักษณะทางลบของเมืองพัทลุง ปัญหาการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

และปัญหาด้านสภาพแวดล้อมของเมืองพัทยา รวมทั้งปัญหาของผู้ประกอบการในด้านการบริหารจัดการภายในของธุรกิจ เช่น ด้านการพัฒนาทักษะของบุคลากร ด้านการบริหารบัญชี/ ต้นทุน และอำนาจในการต่อรองกับซัพพลายเออร์ เป็นต้น นอกจากนี้ปัญหาจากหน่วยงานภาครัฐที่พบว่ากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกิจการโรงแรมโดยเฉพาะพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 มีบทบัญญัติที่ไม่สอดคล้องกับสภาพการประกอบกิจการโรงแรมในปัจจุบัน เช่น กฎหมายเกี่ยวกับขั้นตอนในการขอใบอนุญาตมีความยุ่งยากและอัตราโทษต่ำเกินไป อีกทั้งกฎหมายยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรในการควบคุมหรือจัดระเบียบสถานที่พักแรมชั่วคราวประเภทอื่น ๆ ที่มีลักษณะการให้บริการคล้ายคลึงกันกับโรงแรม เช่น เกสต์เฮาส์ ทั้งนี้เนื่องมาจากการกำหนดมาตรฐานหรือเกณฑ์การให้ใบอนุญาตประกอบกิจการและระเบียบปฏิบัติอื่น ๆ ที่เป็นอุปสรรคทำให้ผู้ประกอบการเหล่านั้น ไม่สามารถปฏิบัติตามได้จึงเกิดความพยายามหลีกเลี่ยงกฎหมายและทำให้รัฐไม่สามารถเข้าไปควบคุมดูแลได้ (อภิญา เกษตรเยี่ยม, 2544) ปัญหาเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักและธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ในเมืองพัทยาจำนวนหนึ่งมีการรวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นสมาคมและชมรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวขึ้น เช่น สมาคมโรงแรมไทย สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวพัทยา เป็นต้น เพื่อร่วมกันหาทางออกให้กับปัญหาต่างๆ และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจ เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักและธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ มีการแข่งขันด้วยคุณภาพของสินค้าและบริการแทนการแข่งขันด้วยการตัดราคาเพื่อแย่งลูกค้ากันเอง ซึ่งในภาพรวมจะเป็นการพัฒนาภาพลักษณ์และศักยภาพการท่องเที่ยวให้เป็นที่ไปในทางที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตามการรวมกลุ่มภายในเมืองพัทยาปัจจุบันยังเป็นการรวมกลุ่มกันแบบหลวม ๆ ทั้งนี้อาจเกิดจากสมาชิกบางส่วนให้ความสนใจและให้ความร่วมมือไม่มากเท่าที่ควร ซึ่งเหตุผลมาจากการที่สมาชิกบางส่วนเป็นคนนอกพื้นที่จึงไม่ให้ความสำคัญกับการเป็นสมาชิกมากนัก การเชื่อมโยงระหว่างภาคธุรกิจกับผู้ประกอบการยังอยู่ในลักษณะที่ไม่เป็นทางการทำให้การนำนโยบายของสมาคม/ชมรม นั้น ๆ ไปปฏิบัติยังไม่เกิดผลเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนและมีปัญหาเกี่ยวกับการได้เสียทางผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยจนทำให้สมาชิกที่เสียผลประโยชน์ ไม่ได้ผลประโยชน์ หรือได้ผลประโยชน์ไม่เท่ากับที่คาดหวังไว้ จึงทำให้สมาชิกจำนวนหนึ่งเกิดความเบื่อหน่ายให้ความสำคัญและให้ความร่วมมือลดลง ทำให้การรวมกลุ่มในเมืองพัทยานั้นยังขาดความเข้มแข็งเพียงพอที่จะเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ แต่การรวมกลุ่มดังกล่าวก็เป็นพื้นฐานเริ่มต้นที่ดีของการเป็นเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ต่อไป (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)

การศึกษาในครั้งนี้ได้ผลที่น่าสนใจว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พัก (SMEs) ในเขตเมืองพัทยานั้นมีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจนั้นจะมีลักษณะบางประการที่

สำคัญ คือ เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว และความสามารถในการแข่งขันในระดับมาก และจากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักที่สนใจในการรวมกลุ่มจะมีคุณลักษณะที่คล้ายกัน คือ เป็นโรงแรมที่พักขนาดกลาง (มีห้องพักระหว่าง 60 – 149 ห้อง) มีการจดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด ดำเนินกิจการมากกว่า 9 ปี และมีประสบการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นสมาชิกสมาคม / ชมรมทางธุรกิจมาก่อน ผู้ประกอบการเหล่านี้จะมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวดีและมีความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งมีทัศนคติในเชิงบวกต่อการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ โดยผู้ประกอบการกลุ่มนี้ยินดีที่จะรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และพร้อมที่จะแบ่งปันทรัพยากรและข้อมูลข่าวสารร่วมกัน เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดจากปัจจัยภายนอกและด้านการบริหารจัดการภายใน เป็นต้น

ดังนั้นรูปแบบการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจที่เกิดขึ้นในช่วงเริ่มต้นอาจเกิดจากกลุ่มธุรกิจโรงแรมที่พักที่ตระหนักถึงปัญหาร่วมกันหรือมีความต้องการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ ทั้งนี้จำเป็นต้องสร้างความร่วมมือให้เกิดกับธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ด้วย อาทิ แหล่งท่องเที่ยว ตัวแทนนำเที่ยว ธุรกิจคมนาคมขนส่ง ร้านค้าของที่ระลึก และร้านอาหาร เป็นต้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจโดยมีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาเครือข่ายขึ้นเพื่อเป็นแกนหลักในการบริหารจัดการ (Dini, 1998) และขับเคลื่อนให้มีการร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง ซึ่งหากทุกฝ่ายสามารถประสานความร่วมมือกันได้เครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวนี้จะประสบความสำเร็จมากกว่าการมีหน่วยงานภาครัฐเป็นแกนหลักเพียงอย่างเดียว (สถาบันวิจัยสังคม, 2548) ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ เมืองพัทยา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา จะทำหน้าที่ให้การสนับสนุนเชิงนโยบาย และเงินสนับสนุน (Economist Agnes Fodor, 2004) รวมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามหน่วยงานภาครัฐอาจมีศักยภาพไม่เพียงพอในการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแก่ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องนำสถาบันการศึกษามาช่วยในการให้ข้อมูลข่าวสารและความรู้ทางวิชาการเพื่อพัฒนาหรือฝึกอบรมทักษะแก่บุคลากร (Jackson, & Murphy, 2002; Agenda, 2003; Nordin, 2003) รวมทั้งทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Development Agency : CDA) ส่วนชมรม / สมาคมต่าง ๆ ภายในเมืองพัทยาจะเป็นหน่วยงานกลางที่คอยกระจายข่าวสารให้กับสมาชิกเพื่อให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอรูปแบบการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมที่พัก ดังภาพที่



ภาพที่ 5-4 รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา

รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวที่นำเสนอข้างต้นนี้ยังเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่ไม่สมบูรณ์ เมื่อประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจของเมืองพัทยาด้วยแบบจำลองของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2547, หน้า 23) พบว่า เครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวของเมืองพัทยาน่าจะจัดอยู่ระหว่างกลุ่มที่ 1 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันอย่างหลวม ๆ (Fragmented Cluster) กับกลุ่มที่ 2 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันในระดับหนึ่งแล้ว (Seeking Direction Cluster) เมืองพัทยามีการรวมกลุ่มของสมาคม / ชมรม เช่น สมาคมโรงแรมไทย (พัทยา) สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวพัทยา เป็นต้น เกิดขึ้นมาแล้วระดับหนึ่ง แต่ก็เป็นการรวมกลุ่มเฉพาะภายในธุรกิจท่องเที่ยวเท่านั้น ยังมีข้อจำกัดของการเข้าถึงวัตถุประสงค์ในท้องถิ่น ขาดแรงงานที่มีทักษะ และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เป็นต้น นอกจากนี้ผู้บริโภคยังมีความต้องการสินค้าพื้นฐานที่ไม่ซับซ้อนมาก ทำให้ธุรกิจขาดแรงจูงใจในการพัฒนานวัตกรรม ส่วนผู้บริหารของธุรกิจมีความสามารถและวิสัยทัศน์พอสมควร มีระดับความร่วมมือทั้งในแนวตั้งและแนวนอน



ที่เข้มแข็งมากขึ้น การติดต่อสื่อสารระหว่างอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและระหว่างอุตสาหกรรมกับสถาบันวิจัยและพัฒนา / สถาบันการศึกษามีพอสมควร โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการพัฒนาสาธารณูปโภคต่าง ๆ แต่หน่วยงานของรัฐก็ยังมีจุดอ่อนในการขาดการประสานความร่วมมือกันทำให้เกิดความซ้ำซ้อน ขาดเจ้าภาพตัวจริงในการดำเนินงาน ซึ่งการทำงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบในลักษณะต่างคนต่างทำ ขาดการเชื่อมโยงและประสานงาน ส่วนข้อมูลต่าง ๆ ที่เก็บไว้ไม่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการหรือบางครั้งยังขาดการจัดเก็บหรือปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย (นิตี กงกรุด, 2552) เพื่อให้เกิดการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจอย่างแท้จริง จำเป็นที่ผู้ประกอบการ โรงแรมที่พัก กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว และหน่วยงานของรัฐในพื้นที่จะต้องปรึกษาหารือกันเพื่อนำไปสู่การสร้างเชื่อมโยงเครือข่ายโดยหน่วยงานของรัฐ ได้แก่ เมืองพัทยา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยาคูรแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน และทำหน้าที่เสมือนเป็นคนกลางคอยไกล่เกลี่ยปัญหาที่เกิดขึ้นเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้ประกอบการเหล่านั้น รวมทั้งจัดประชุมผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามาร่วมจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ และคอยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยว และติดตามประเมินผลการดำเนินงานการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวม โดยให้สถาบันการศึกษาซึ่งอาจเป็นมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นผู้รับผิดชอบในการติดตามผลการรวมกลุ่มไปพร้อมกับการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ดี ต่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งให้คำปรึกษาทางวิชาการไปพร้อม ๆ กัน (Mitchell, 1973) นอกจากนี้หน่วยงานของรัฐ ธุรกิจท่องเที่ยว และสถาบันการศึกษา อาจร่วมกันทำข้อมูลการพยากรณ์สถานการณ์และจำนวนนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยาให้กับสมาชิกในเครือข่ายได้สามารถวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจได้ล่วงหน้า

ทั้งนี้ธุรกิจ โรงแรมที่พักและธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ก็จะต้องปรับปรุงในด้านคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ โดยร่วมมือกันเพื่อตอบสนองความต้องการและตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยการขยายฐานความรู้ เทคโนโลยี ความชำนาญทางการผลิตและการบริการ พัฒนาศักยภาพของบุคลากร และปรับปรุงการบริหารจัดการของธุรกิจของตนอย่างต่อเนื่องด้วยการสร้างเป้าหมายร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่งจะทำให้เกิดความผูกพัน (Commitment) ในการที่จะมุ่งมั่นช่วยเหลือกันและทำงานร่วมกัน เพื่อสามารถยกระดับการแข่งขันในอนาคตได้ ทั้งนี้การเชื่อมโยงเครือข่ายทางสังคมหรือการคบค้าสมาคมระหว่างเครือข่าย เช่น ผู้ประกอบการที่เป็นเครือข่ายดี เพื่อน หรือคนรู้จัก ซึ่งก่อให้เกิดเครือข่ายระหว่างบุคคล ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารกันอย่างแนบแน่นระหว่างบุคคลในเครือข่าวนั้น (Mitchell, 1973) จะมีส่วนช่วยให้การรวมกลุ่มเครือข่ายประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

## 2. กระบวนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ

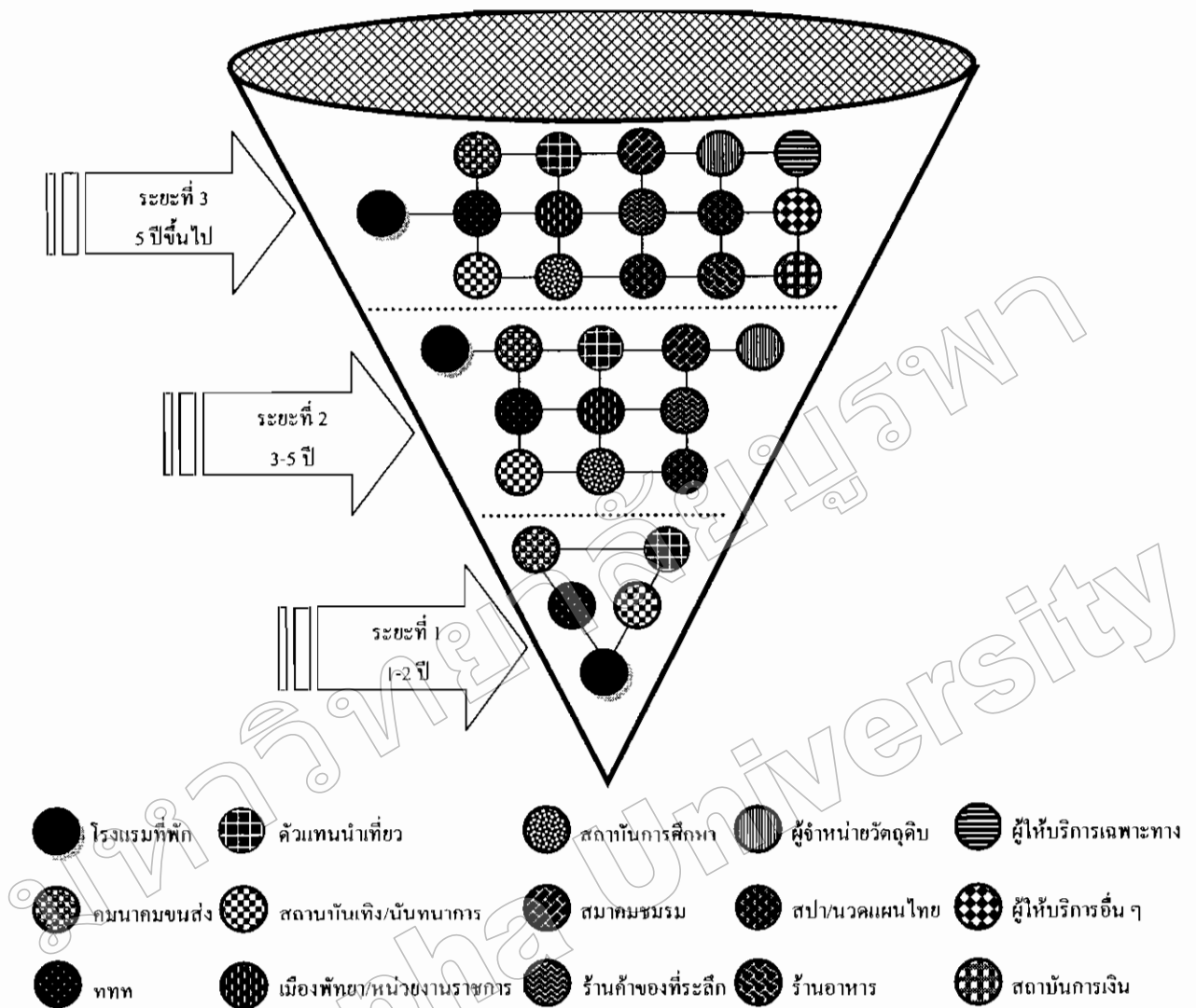
กระบวนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเป็นกระบวนการที่หลายฝ่ายต้องเข้ามามีส่วนร่วมกัน ในขณะที่เดียวกันก็ต้องแข่งขันกันเองในเชิงคุณภาพ ดังนั้น จำเป็นต้องมีลำดับขั้นตอน และได้รับการผลักดันรวมถึงการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยขอเสนอกระบวนการพัฒนาเป็นขั้นตอน 6 ขั้นตอน ตามสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) ดังนี้

### 2.1 การตรวจสอบความพร้อมและความตั้งใจ

เมืองพัทยาควรทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสมาคม / ชมรมต่าง ๆ เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในเมืองพัทยา จัดประชุมหรือสัมมนาให้กับสมาชิกสมาคม / ชมรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักที่เป็นสมาชิกสมาคม โรงแรมไทยและสมาคมธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มในเครือข่ายวิสาหกิจอย่างจริงจัง โดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ และให้สมาชิกเหล่านั้นประชาสัมพันธ์ขยายผลไปยังผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักรายอื่น ๆ ให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจและทำกิจกรรมร่วมกันเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เกิดเครือข่ายวิสาหกิจที่สมบูรณ์ต่อไป ทั้งนี้สมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจจำเป็นต้องให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ ระบุถึงปัญหา / อุปสรรค และโอกาสร่วมกัน โดยมีสถาบันการศึกษาเป็นผู้ฝึกอบรมและให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจแก่สมาชิก (Cluster Navigators Ltd., 2001) หลังจากนั้นจึงทำการตรวจสอบความพร้อมและความตั้งใจซึ่งถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด หากทุกภาคส่วนมีความพร้อมและความตั้งใจจะทำให้การดำเนินงานรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยตรวจสอบความพร้อมและความตั้งใจ ตั้งแต่ผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักและธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ผู้กำหนดนโยบายรัฐ สถาบันการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ เพื่อให้ทราบถึงสถานะและศักยภาพของผู้เข้าร่วมในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจว่าอยู่ในระดับใด ผู้นำกลุ่มเครือข่ายควรมีศักยภาพและมีความเสียสละ รวมทั้งมีวิสัยทัศน์กว้างไกล เนื่องจากการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจนั้นต้องอาศัยระยะเวลาและอาศัยความต่อเนื่องในการพัฒนาเครือข่าย ผู้นำเครือข่ายวิสาหกิจจึงเป็นตัวละครสำคัญในการเริ่มต้นการพบปะพูดคุยกันหรือจัดให้มีการประชุมในการกำหนดแผนการพัฒนาร่วมกัน ทั้งนี้ไม่สำคัญว่าการประชมนั้นจะเป็นทางการหรือไม่ หากแต่สำคัญที่เนื้อหาและความจริงใจที่พร้อมจะดำเนินการและมีเป้าหมายร่วมกันในขั้นตอน

อย่างไรก็ตามธุรกิจ โรงแรมที่พัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กควรให้ความสำคัญกับการสร้างพันธมิตรธุรกิจเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งใน

การเริ่มต้นอาจเกิดจากการเชื่อมโยงอย่างไม่เป็นทางการและพัฒนาไปเป็นการเชื่อมโยงอย่างเป็นทางการต่อไปในอนาคต เพื่อนำไปสู่การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจ ในระยะเริ่มต้นช่วง 1-2 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พักที่มีความต้องการรวมกลุ่มทางธุรกิจและมีศักยภาพใกล้เคียงกัน อาจจับมือกันเพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ สร้างความเชื่อมโยง อาศัยพึ่งพาซึ่งกันและกัน และสร้างข้อตกลงร่วมกันในด้านเงื่อนไขและระยะเวลาในการรวมกลุ่มที่เหมาะสม โดยในระยะแรกนี้กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมที่พักอาจสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจท่องเที่ยวที่มีความใกล้ชิดและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจโรงแรมที่พักมากที่สุดก่อน ซึ่งอาจพัฒนาจากความสัมพันธ์ที่อยู่เดิมจากการเชื่อมโยงอย่างไม่เป็นทางการระหว่างผู้ประกอบการโรงแรมที่พักแต่ละแห่งค่อย ๆ พัฒนาให้เป็นความสัมพันธ์ในรูปแบบกลุ่มเครือข่ายทางธุรกิจ ซึ่งจากการวิจัย พบว่า ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่มีความใกล้ชิดและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจโรงแรมที่พักมากที่สุดและสมควรพัฒนาให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในระยะแรก ๆ ได้แก่ ธุรกิจตัวแทนนำเที่ยว ธุรกิจคมนาคมขนส่ง ธุรกิจสถานบันเทิง/แหล่งนันทนาการ และภัตตาคารท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เนื่องจากธุรกิจ/หน่วยงานเหล่านี้มีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด มีการแนะนำและส่งต่อลูกค้าซึ่งกันและกัน และเชื่อมโยงกันอยู่ตลอดเวลาทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นการได้รับผลประโยชน์ด้วยกันทั้งสองฝ่าย โดยลำดับความสำคัญก่อนหลังในการพัฒนาความสัมพันธ์ไว้เกิดเป็นเครือข่ายกับกลุ่มกับธุรกิจดังกล่าวนั้นขึ้นอยู่กับข้อกำหนดข้อตกลงร่วมของกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมที่พัก โดยพิจารณาจากธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจโรงแรมที่พักแต่ละแห่งสูงสุดก่อน หลังจากนั้นในระยะที่ 2 ช่วง 3 – 5 ปี เมื่อเกิดความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดมากขึ้นแล้วจึงค่อย ๆ พัฒนาความสัมพันธ์และขยายความเชื่อมโยงไปยังธุรกิจท่องเที่ยวที่สำคัญและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจโรงแรมที่พักในลำดับรองลงมา ซึ่งได้แก่ ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ธุรกิจสปา/นวดแผนไทย ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ เป็นต้น รวมถึงสมาคม/ชมรม เมืองพัทยา และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อผลักดันศักยภาพในการรวมกลุ่มให้เกิดการพัฒนาเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่สมบูรณ์ต่อไป โดยมีสถาบันการศึกษาที่คอยเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจ และต่อมาในระยะที่ 3 ช่วง 5 ปีขึ้นไป จะการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่เป็นรูปธรรม และขับเคลื่อนได้ด้วยกลไกของสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจเองจะเป็นตัวดึงดูดทำให้ธุรกิจอื่น ๆ ที่มีความใกล้ชิดกับธุรกิจโรงแรมที่พักในลำดับรองลงมา รวมทั้งผู้ให้บริการอื่น ๆ และสถาบันการเงิน เข้ามาร่วมในเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่จะนำไปสู่การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่ยั่งยืนได้ต่อไป ดังภาพที่ 5 – 5



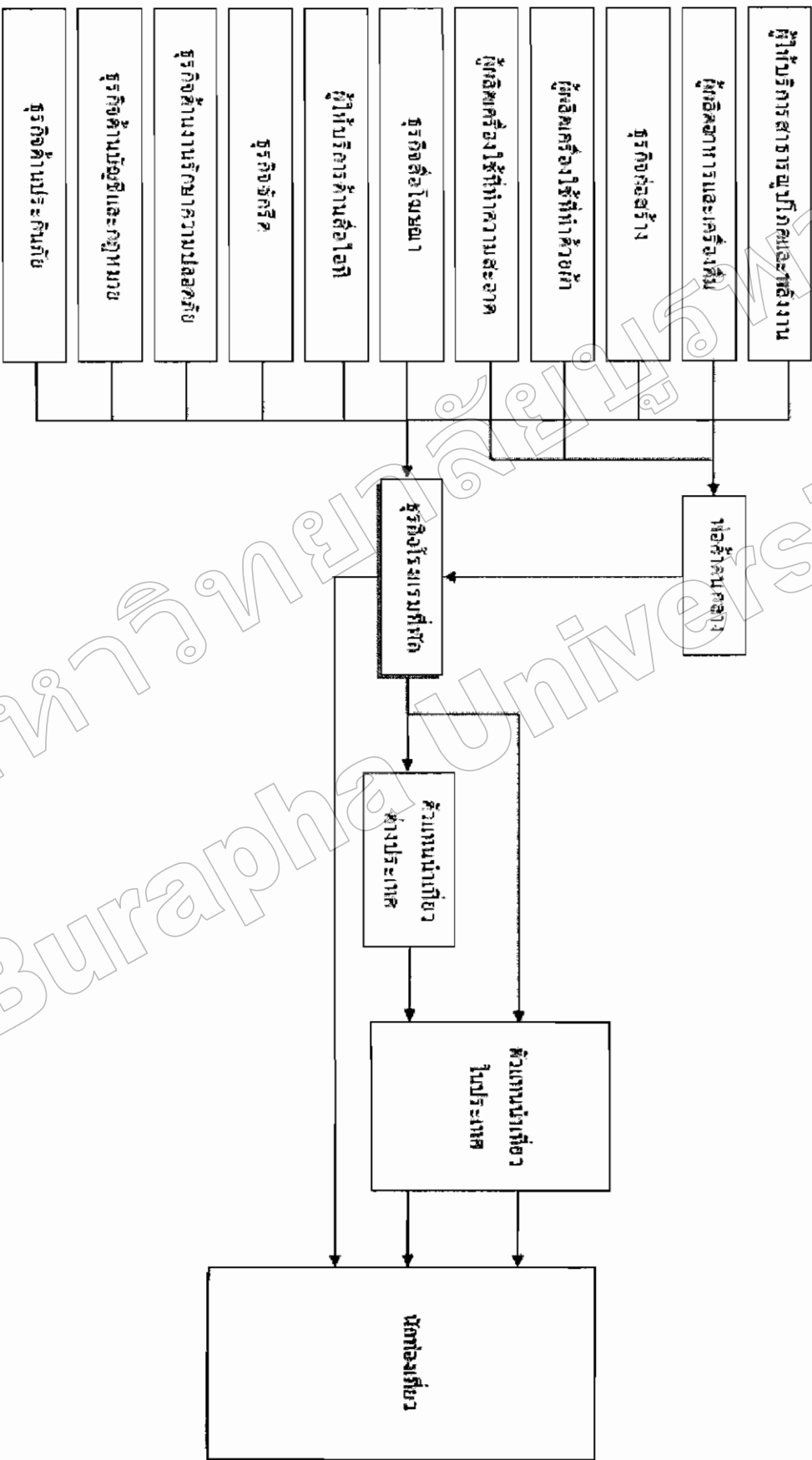
ภาพที่ 5-5 ระยะเวลาการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา (ดัดแปลงจากแนวคิดของวุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2552)

## 2.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย

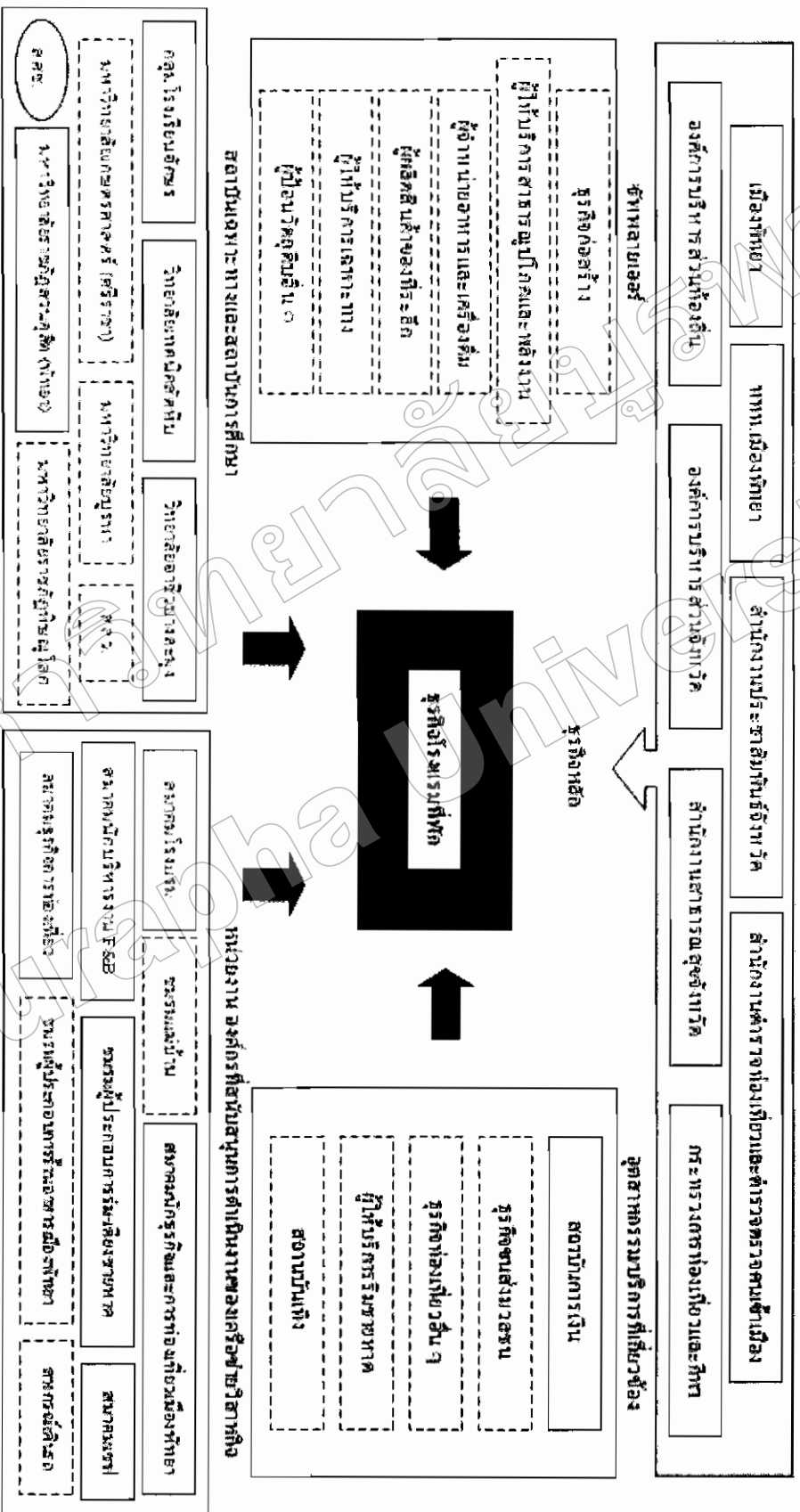
ขั้นตอนนี้เป็นการสำรวจถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อให้ทราบว่ามีธุรกิจหรือหน่วยงาน / องค์กรใดที่มีความเชื่อมโยง เกี่ยวข้อง และสนับสนุนธุรกิจโรงแรมที่พัก และเครือข่าย หรือธุรกิจใดที่ขาดหายไป และพิจารณาว่ามีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือสนับสนุนมากน้อยเพียงใดและอย่างไร รวมทั้งธุรกิจ หรือหน่วยงาน / องค์กรใดที่ควรเป็นแกนกลางของเครือข่าย (นำเสนอในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจข้างต้น) เครื่องมือที่จะใช้ในการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียก็คือ ห่วงโซ่อุปทาน (ภาพที่ 5-6) และแผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจโรงแรมที่พัก (Cluster

Map, ภาพที่ 5 – 7) หากมีการจัดทำแผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจได้ละเอียดครบถ้วนและถูกต้อง แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจจะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการระบุถึงจุดบกพร่องต่าง ๆ ที่เครือข่ายวิสาหกิจจำเป็นต้องแก้ไขปรับปรุง เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่ม การจัดทำแผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจควรจะเริ่มต้นจากแกนกลางหรือธุรกิจหลักของเครือข่ายวิสาหกิจนั้นก่อน ซึ่งก็คือธุรกิจโรงแรมที่พัก จากนั้นจึงพิจารณาถึงกิจการผู้ประกอบการอื่น ๆ รวมทั้งหน่วยงานหรือองค์กรที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน และระบุความสัมพันธ์ระหว่างกันด้วย

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University



ภาพที่ 5 – 6 ช่วงโซ่อุปทานของธุรกิจโรงแรมที่พัก (Supply Chain)



ภาพที่ 5 – 7 แผนภาพเครือข่ายวิทยากรโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากภาพที่ 5–7 แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบของเครือข่ายวิสาหกิจโรงแรมที่พักของเมืองพัทยา และการเชื่อมโยงระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในการสร้างความร่วมมือภายในเครือข่ายอันนำมาสู่ความเข้มแข็งของเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งประกอบด้วย

1. ธุรกิจหลัก คือธุรกิจที่เป็นแกนหลักของเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งก็คือ ธุรกิจโรงแรมที่พัก ในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักเหล่านี้จะต้องปรับปรุงตัวเองในด้านคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ร่วมมือกันเพื่อตอบสนองความต้องการ รักษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยการขยายฐานความรู้ เทคโนโลยี ความชำนาญทางการผลิตและการบริการ พัฒนาศักยภาพของบุคลากร และปรับปรุงการบริหารจัดการของธุรกิจของตนอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ควรมีการสร้างเป้าหมายร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่งจะทำให้เกิดความผูกพัน (Commitment) ในการที่จะมุ่งมั่นช่วยเหลือกันและทำงานร่วมกัน

2. หน่วยงานภาครัฐทั้งที่รับผิดชอบโดยตรง ได้แก่ เมืองพัทยา สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด สำนักงานตำรวจท่องเที่ยวและตำรวจตรวจคนเข้าเมือง องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรให้การสนับสนุนเชิงนโยบายอย่างเต็มที่ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่อยู่ในระยะเริ่มต้นและระหว่างการพัฒนา ในด้านโครงสร้างพื้นฐาน เงินลงทุน และความช่วยเหลือด้านวิชาการ

3. อุตสาหกรรม/บริการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สถาบันการเงิน ธุรกิจขนส่งมวลชน ธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้แก่ ธุรกิจตัวแทนนำเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ร้านค้าของที่ระลึก ร้านอาหาร ธุรกิจรถเช่า – เรือเช่า สถานบันเทิง และผู้ให้บริการริมชายหาด เช่น ร่ม – เตียงชายหาด เรือสกีโต้เตอร์ สปีดโบ๊ต บงกาน่าโบ๊ต ร่มพาราเซล เป็นต้น

4. 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

5. สถาบันเฉพาะทางและสถาบันการศึกษา ได้แก่ กลุ่มโรงเรียนอักษร ทั้งสามัญและสายอาชีพ วิทยาลัยเทคนิคสัตหีบ วิทยาลัยอาชีวบางละมุง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต



ศรีราชา มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต (พญา) มหาวิทยาลัยราชภัฏพิษณุโลก สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ (สสว.) เป็นต้น สถาบันเหล่านี้ควรมีบทบาทในการให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาเทคโนโลยี การสร้างนวัตกรรม และการพัฒนาบุคลากรหน่วยงาน / องค์กรที่สนับสนุน การดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจ ได้แก่ สมาคมโรงแรมไทย (THA) ชมรมนักบริหารแม่บ้านภาคตะวันออก สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวพญา (PBTA) สมาคมนักบริหารงานอาหารและเครื่องดื่มภาคตะวันออก ชมรมผู้ประกอบการ – เตียงชายหาดพญา จอมเทียน และเกาะล้าน สมาคมเซฟเมืองพญาและชายฝั่งภาคตะวันออก สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพญา ชมรมผู้ประกอบการค้าขายอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น โดยสมาคม / ชมรมเหล่านี้ถือว่ามีความสำคัญต่อการผลักดันให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ในการช่วยส่งเสริมการทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น การร่วมลงทุนในการจัดซื้อวัตถุดิบ (Cost Sharing) การจัดนิทรรศการ และการทำการตลาดร่วมกัน

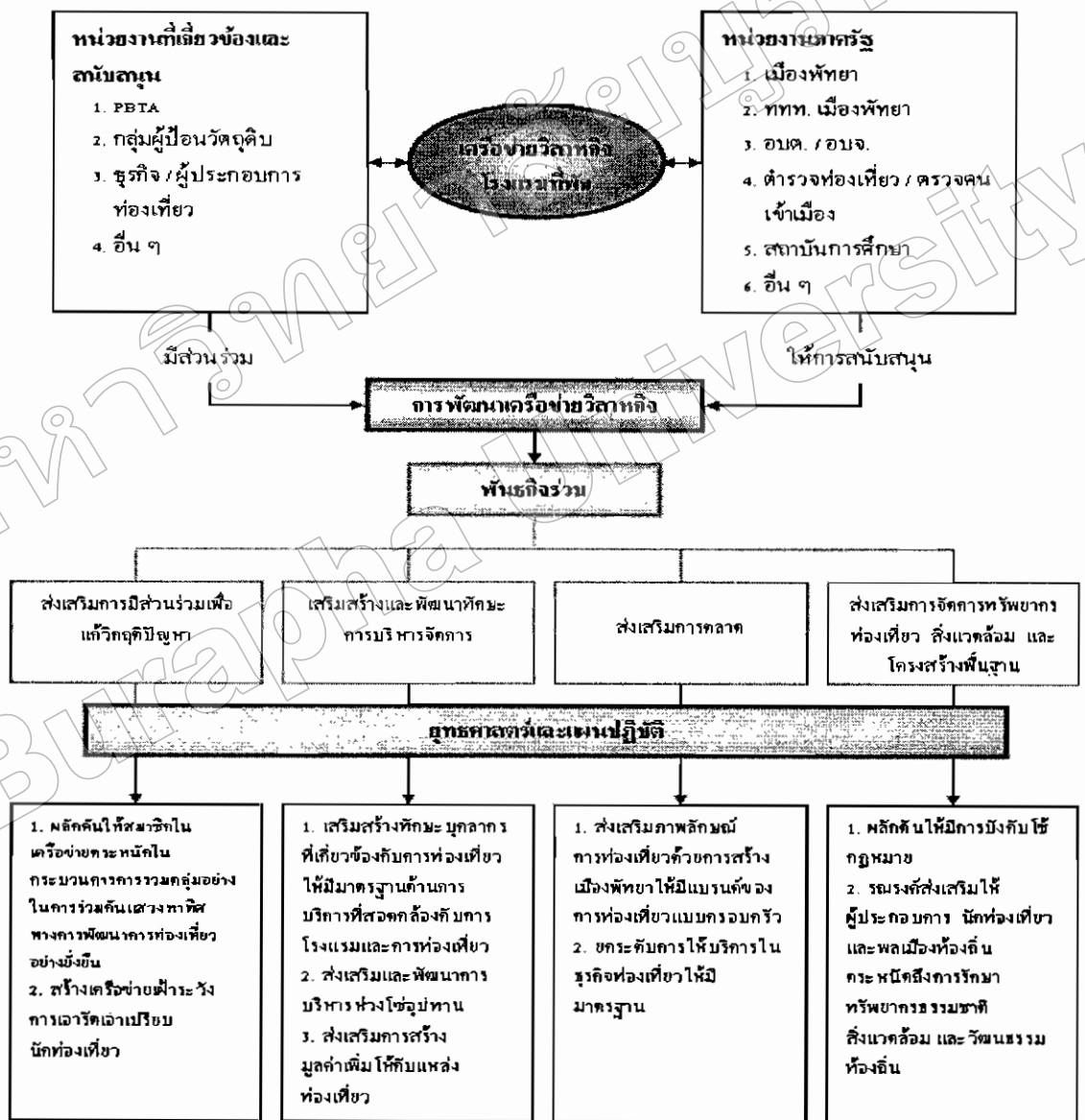
### 2.3 การกำหนดเป้าประสงค์หรือพันธกิจร่วม

ผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักหรือสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจควรแสดงความคิดเห็นร่วมกันถึงเป้าหมายที่กลุ่มต้องการจะดำเนินงานในลำดับแรกหรืออาจร่วมกันสร้างดัชนีหรือตัวชี้วัดระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อกระตุ้นให้สมาชิกมีเป้าหมายร่วมในการดำเนินงานร่วมกัน โดยการจัดสัมมนาเพื่อระดมความคิด รับฟังความคิดเห็น รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งตัวแทนจากทุกภาคส่วนในพื้นที่เมืองพญาในการเสนอความต้องการ และการจัดการผลประโยชน์ในด้านเศรษฐศาสตร์ร่วมกัน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2552) เช่น การจัดสรรเกี่ยวกับผลประโยชน์ด้านการเงินให้กับธุรกิจขนาดเล็กซึ่งมีอำนาจในการต่อรองน้อยให้เกิดความเท่าเทียมให้มากที่สุด เพื่อลดความขัดแย้งในผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นได้ ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางการเงินให้รอบคอบและคำนึงถึงต้นทุน ค่าใช้จ่าย และเงื่อนไขเกี่ยวกับผลประโยชน์และกำไรที่ธุรกิจพึงได้รับ (Morrison, 1994; Litteljohn et al., 1996) ทั้งนี้เป้าประสงค์ที่สำคัญของเครือข่ายวิสาหกิจ คือ การทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวที่ปกติจะดำเนินการเพียงลำพังมาสร้างผลผลิตทางการท่องเที่ยวร่วมกัน

### 2.4 การสร้างยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติ

การสร้างยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจโรงแรมที่พักนั้นมาจากการวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ต่าง ๆ ได้แก่ การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรม (Industrial Analysis) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) และการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของ

พอร์เตอร์ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของห่วงโซ่การผลิต ทั้งนี้ไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องมือเหล่านี้ทั้งหมดในการวิเคราะห์เพียงแต่ต้องมีความเข้าใจว่าเครื่องมือเหล่านี้เป็นสิ่งที่ช่วยให้สมาชิกในกลุ่มมีความเข้าใจในประเด็นหรือปัญหาาร่วมกันและพัฒนากลยุทธ์ที่จะแก้ไขปัญหาหรือประเด็นเหล่านั้น ดังนั้นการตัดสินใจเลือกเครื่องมือชนิดใดจะต้องพิจารณาถึงประเภทของประเด็นปัญหา ความเพียงพอของข้อมูล และความเข้าใจร่วมกันของสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจ สำหรับการกำหนดพันธกิจร่วมและแผนปฏิบัติการควรมีความสอดคล้องกัน ดังตัวอย่างการกำหนดเป้าประสงค์และยุทธศาสตร์ของเครือข่ายวิสาหกิจโรงแรมที่พักเมืองพัทยา



ภาพที่ 5-8 การกำหนดพันธกิจร่วมและแผนปฏิบัติของเครือข่ายวิสาหกิจโรงแรมที่พักเมืองพัทยา

## 2.5 การจัดโครงสร้างและคณะกรรมการของเครือข่ายวิสาหกิจ

หลังจากที่มียุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติที่ชัดเจนและพร้อมที่จะดำเนินการแล้ว ขั้นตอนต่อไป คือ การจัดโครงสร้างคณะกรรมการของเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งการกำหนดระยะเวลาในแต่ละขั้นตอนและระบุถึงผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอนในโครงสร้างคณะกรรมการของเครือข่ายวิสาหกิจควรประกอบด้วยตัวแทนจากแต่ละกลุ่มของผู้มีส่วนได้เสีย สมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจควรมีการเลือกตั้งประธานหรือผู้นำของเครือข่ายวิสาหกิจขึ้นมาและควรทำหน้าที่ถึงหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องให้ทราบถึงการจัดตั้งของเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งเป้าประสงค์และแผนปฏิบัติงานต่าง ๆ เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐได้สนับสนุนในด้านต่าง ๆ แก่เครือข่ายวิสาหกิจ นอกจากนี้ควรชักจูงให้ภาคส่วนอื่น ๆ เข้ามามีส่วนร่วมด้วย เช่น ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ขณะที่สถาบันการศึกษาต้องเป็นหน่วยงานหลักในการให้ความรู้และพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งสถาบันเฉพาะทางและสถาบันวิจัยพัฒนาต่าง ๆ ต้องเป็นผู้สนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่สนับสนุนการเจริญเติบโตของเครือข่ายวิสาหกิจ เป็นต้น

## 2.6 การตรวจสอบความก้าวหน้า

เมื่อมีการดำเนินการตามยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการในเบื้องต้นซึ่งถือเป็นแผนระยะสั้นแล้วนั้น ควรมีตรวจสอบความก้าวหน้าในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ พร้อมทั้งยกระดับยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ไปสู่แผนระยะกลางและระยะยาวต่อไป (Cluster Navigators Ltd., 2001) ด้วยการประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวของเมืองพัทยา รวมทั้งทบทวนกรอบแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ โรงแรมที่พัก และให้ข้อเสนอแนะต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายที่อยู่บนพื้นฐานความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างบูรณาการ

3. ผลลัพธ์ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมที่พัก การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเป็นการสร้างความร่วมมือบนพื้นฐานของการแข่งขัน โดยสมาชิกในกลุ่มเครือข่ายจะร่วมกันกำหนดทิศทางและเป้าหมาย ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกัน ภายในกลุ่มเครือข่ายจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้กับหน่วยงานภาครัฐ ภายในธุรกิจเดียวกัน และระหว่างธุรกิจ ตลอดจนทรัพยากรต่าง ๆ ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพหรือผลิตภาพโดยรวม ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจสามารถร่วมกันลงทุนในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า/บริการของตน ทำให้ประหยัดต้นทุนในการพัฒนาได้ ในขณะที่ยังคงแข่งขันในด้านประสิทธิภาพในการให้บริการนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำสามารถร่วมกันวางแผนการบริหารทรัพยากรร่วมกัน

ภายในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต / บริการตลอดสายห่วงโซ่อุปทานได้ นอกจากนี้การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจจะทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักที่ทราบความรู้และข้อมูลใหม่ ๆ ที่เกิดการกระจายองค์ความรู้ระหว่างสมาชิก เนื่องจากเมื่อสมาชิกรายใดคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ สมาชิกรายอื่นก็สามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนาต่อยอดได้ ซึ่งจะส่งเสริมการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจของนวัตกรรม (Innovation – driven Economy) สรุปได้ว่าการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจนั้นธุรกิจโรงแรมที่พักและธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในเครือข่ายจะได้รับผลลัพธ์ทั้งในระยะสั้น ไปจนถึงระยะยาวด้วยกันหลายประการ ดังตารางที่ 5 – 1

ตารางที่ 5 – 1 ผลลัพธ์ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในระยะต่าง ๆ

ระยะ	ผลลัพธ์
ระยะสั้น ประมาณ 1 – 2 ปี	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ธุรกิจโรงแรมที่พักสามารถลดต้นทุน มีอำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์มากขึ้น เนื่องจากสมาชิกจะมีการแบ่งปันคำสั่งซื้อวัตถุดิบร่วมกัน และยังสามารถจัดหาวัตถุดิบในการผลิตได้ง่ายขึ้นจากการมีเครือข่ายกว้างขวาง</li> <li>2. การเข้าถึงแรงงานที่มีทักษะและความชำนาญเฉพาะด้านง่ายขึ้น เพราะเครือข่ายวิสาหกิจจะประกอบด้วยสถาบันการศึกษาและสถาบันเฉพาะทาง ซึ่งผู้ประกอบการโรงแรมที่พักสามารถสรรหาหรือฝึกอบรมพนักงานให้เกิดทักษะและความเชี่ยวชาญ โดยสถาบันเหล่านี้จะเป็นผู้ช่วยสนับสนุนทางด้านวิชาการ</li> <li>3. เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางการบริหารจัดการ เช่น การตลาด ทรัพยากรมนุษย์ การเงินและการบัญชี และการบริการ เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับใช้กับธุรกิจได้</li> <li>4. มีการทำการตลาดร่วมกันระหว่างเครือข่าย โดยมีหน่วยงานภาครัฐคอยให้การสนับสนุนและจัดสรรงบประมาณสัมพันธภาพให้กับเครือข่าย</li> </ol>
ระยะกลาง	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจจะมีการกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายที่ชัดเจนในการสร้างประโยชน์ให้เกิดแก่สมาชิกซึ่งจะช่วยให้ภาครัฐสามารถวางแผนนโยบายเพื่อสนับสนุนได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น</li> </ol>

ตารางที่ 5 – 1 (ต่อ)

ระยะ	ผลลัพธ์
ระยะกลาง	2. เกิดธุรกิจใหม่ ๆ ภายในเครือข่ายวิสาหกิจ โดยพลวัตของการรวมกลุ่มจะส่งสัญญาณถึงโอกาสและช่องว่างของความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง กอปรกับข้อได้เปรียบในการรวมกลุ่มที่ทำให้เกิดการพัฒนาคู่มือพื้นฐานและสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น ทำให้ธุรกิจใหม่เกิดได้ง่าย ซึ่งช่วยให้กลุ่มมีการขยายตัวทั้งในแนวกว้างและแนวลึกซึ่งจะเพิ่มความได้เปรียบยิ่งขึ้น
ระยะยาว	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สินค้า / บริการมีมาตรฐาน เนื่องจากการแข่งขันภายในกลุ่มสร้างแรงกดดันให้มีการเปรียบเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตลอดเวลา</li> <li>2. เกิดการเสริมสร้างและพึ่งพาซึ่งกันและกัน เนื่องจากโครงสร้างของเครือข่ายวิสาหกิจเป็นระบบที่ครอบคลุมสายห่วงโซ่อุปทาน นับตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้บริการขนส่งและจัดเก็บสินค้า สถาบันการศึกษา สมาคมและหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้สมาชิกยังสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ของกันและกัน เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการดำเนินกิจกรรมของตนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น</li> <li>3. มีการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกิดจากความใกล้ชิดตลอดสายการผลิตกับลูกค้า ทำให้สามารถทราบความต้องการและแนวโน้มของลูกค้าเป็นอย่างดี นอกจากนี้ความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและสถาบันวิจัยและพัฒนาที่ช่วยให้กระบวนการสร้างนวัตกรรมประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี</li> </ol>

ดังนั้น การพัฒนาผลิตภาพที่ยั่งยืนนั้นเป็นเป้าหมายที่กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจต่างมุ่งหวัง แต่การรวมกลุ่มของหน่วยงานธุรกิจเพียงอย่างเดียวไม่อาจประสบความสำเร็จได้ หากขาดความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และขาดความไว้วางใจภายในเครือข่ายที่จะสามารถนำพากลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจให้ประสบความสำเร็จในยกระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ในการพัฒนาธุรกิจโรงแรมที่พักให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันและเติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนนั้นภาครัฐมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากในการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแก่ผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความอยู่รอดและพัฒนาศักยภาพให้กับธุรกิจ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐจึงควรมีการจัดตั้งศูนย์บริการให้คำปรึกษาและแนะนำผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ร่วมกับการจัดเวทีหรือสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งอาจให้สถาบันการศึกษาเป็นผู้ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการที่มารับบริการ ทั้งนี้เพื่อเป็นการพัฒนาปรับปรุง และยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโดยรวม อันจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งภาคธุรกิจเอกชน ภาครัฐ และการท่องเที่ยวโดยรวม

2. ควรมีส่งเสริมและผลักดันให้สมาชิกในเครือข่ายใช้กระบวนการรวมกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพในการร่วมกันแสวงหาและกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนร่วมกัน เพื่อสร้างการยอมรับและร่วมมือที่จะปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ร่วมกันกำหนดขึ้น โดยผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการดำเนินการร่วมกันในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวประมาณสนับสนุน การหาแนวร่วมซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในพื้นที่ และจัดกิจกรรมเพื่อกำหนดเป้าหมายและวางแผนในการพัฒนาเครือข่ายร่วมกัน

3. ควรมีการอบรมเสริมสร้างและพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจโรงแรมที่พัก อาทิ การบริหารจัดการสมัยใหม่ ภาษาต่างประเทศ และความชำนาญเฉพาะทาง โดยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา

4. ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักควรมีการเตรียมความพร้อมในการกำหนดกลยุทธ์เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันขามฉุกเฉินเพื่อรองรับกับปัญหาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจหรือปัจจัยภายนอกที่อาจมีการเปลี่ยนแปลง และควรประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสของธุรกิจ ซึ่งจะทำได้สามารถกำหนดกลยุทธ์ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการจัดให้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อความแม่นยำและรวดเร็วของข้อมูลและการตัดสินใจทางธุรกิจ สำหรับสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจก็ควรจัดให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นผ่านทางการประชุมหรือจัดสัมมนาตามวาระ เพื่อร่วมกันประเมินสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปและเตรียมรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจัดทำแผนโครงการนำร่องการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา ให้เป็นรูปธรรมโดยคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายจริงจังมาร่วม

ดำเนินการกับหน่วยงานของรัฐซึ่งจะเป็นผู้ดูแล โดยมีสถาบันการศึกษาในพื้นที่เข้ามาช่วยให้ความรู้ในด้านวิชาการ

2. การศึกษานี้มีข้อจำกัดทั้งด้านเวลา ทุน และบุคลากร ทำให้ศึกษาประเด็นปัญหาต่าง ๆ ไม่ครบถ้วน ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาต่อยอดงานด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติแบบมีส่วนร่วม ประเด็นวิจัยที่ควรดำเนินการ ได้แก่ การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน และการบูรณาการแบบมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

## บรรณานุกรม

- กมลกานต์ เทพรานนท์ และรัตติกรณ์ จงวิศาล. (2549, กันยายน – ธันวาคม). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 32, 120.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2552). *แนวทางการพัฒนาการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการค้า (Cluster) ภายใต้โครงการสร้างพันธมิตรสถาบันการค้า*. กรุงเทพฯ: มาร์เก็ตติ้ง กรุ๊ป แอสโซซิเอชั่น.
- กฤษณา นิลศรี. (2545). คลัสเตอร์กับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน. *วารสารส่งเสริมการลงทุน*, 13(1), 30 – 34.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2551ก). *สถานการณ์การท่องเที่ยวพัทยา จังหวัดชลบุรี*. วันที่ค้นข้อมูล 11 มกราคม 2551, เข้าถึงได้จาก [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_tst.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php)
- \_\_\_\_\_. (2551ข). *Pattaya book 2007*. วันที่ค้นข้อมูล 11 กรกฎาคม 2551, เข้าถึงได้จาก [http://www2.tat.or.th/stat/download/tst/711/pattaya\\_book2007.xls](http://www2.tat.or.th/stat/download/tst/711/pattaya_book2007.xls)
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). *การจัดการเครือข่าย: กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ชักเชส มีเดีย.
- จักรพรร อุ่นจิตต์. (2548). การพัฒนาคลัสเตอร์อุตสาหกรรมในระดับจังหวัด (คลัสเตอร์สิ่งทอจังหวัดชัยภูมิ). *อุตสาหกรรมสาร*, 48, 38 – 41.
- จันทนา สุกใส และจรรุวรรณ เจตเกษกิจ. (ม.ป.ป.). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีตามแนวคิดคลัสเตอร์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ*. ปทุมธานี: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.
- จำเนียร ชุมหโสภาค. (2549). *การเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนโดยการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จิรายุ รัตนบวร. (2548). *แนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผ้าไหมกาบบัวโดยใช้ตัวแบบไคมอนด์*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จุฑาทิพย์ ภัทราวาท. (2549). *แนวทางพัฒนาเครือข่าย กลุ่ม / องค์กรประชาชนในพื้นที่จังหวัด*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.



- ชญาณี สิ่งที่สุด. (2546). ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในเขตเมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิทยาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชมัพร วิเศษมงคล. (2551). คลัสเตอร์ (Cluster) สิ่งที 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](http://www.sme.go.th/cms/c/journal_articles/view_article_content?article_id=01-ARTICLE-030408&article_version=1.0)
- ชวนา อังคนุรักษ์พันธุ์. (2546). การรับรู้วัฒนธรรมองค์การและความผูกพันต่อองค์การของพนักงานในธุรกิจโรงแรม เขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชาชีวัฒน์ ศรีแก้ว. (ม.ป.ป.). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 พ.ศ.2545 – 2549. กรุงเทพฯ ๑: พ.ศ. พัฒนา.
- ชาติเฉลิม สุรชัยชาญ. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการพัฒนาขีดความสามารถในการทำงานของกำลังแรงงานไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาประชากรศาสตร์, วิทยาลัยประชากรศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชินพรรณ เมฆไพบูรณ์. (2544). ผลกระทบของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมต่อระบบนิเวศของชายฝั่งทะเล จังหวัดชลบุรีและระยอง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาภูมิศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทศพล ชื่นอุปการนันท์. (2549). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เมืองเก่าลพบุรีอย่างยั่งยืน. วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต, สาขาการวางผังเมือง, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิพพา เพิ่มลาภ. (2545). ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย. งานวิจัยวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาการบริหารเทคโนโลยี, วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เทิดศักดิ์ สุวรรณปิฎก. (2548). การพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทธุรกิจสมุนไพรเวชสำอางในจังหวัดชลบุรี. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธนชัย พลอยสุกชัย. (2547). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ชาธิทิพย์ ทากิ. (2549). การจัดการงานส่วนหน้าของโรงแรม. กรุงเทพฯ ๑: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชเนศ ศุภรสิทธิ์. (2552). ชเนศ ศุภรสิทธิ์ กับบทบาทองค์กรเอกชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยา. วันที่ค้นข้อมูล 17 พฤษภาคม 2552, เข้าถึงได้จาก <http://www.chonburi108.com/person/popup.asp?id=63>
- นพนันท์ ดาปนานนท์ และลือชัย ทรุชน้อย. (2541). การศึกษามาตรการด้านผังเมืองเพื่อควบคุมสภาวะแวดล้อมของเมืองท่องเที่ยวชายทะเล กรณีศึกษาเมืองพัทยา. สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นพวรรณ ชีระพันธ์เจริญ. (2551, กรกฎาคม – ธันวาคม). การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมของพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในโลกมุสลิม : กรณีศึกษาชุมชนประจวบ และชุมชนป่าตอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา. วารสารสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 40(2), 29 – 39.
- นฤมล นิราทร. (2542). การวิจัยและพัฒนาเครือข่ายกระบวนการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานภูมิปัญญาสากลเพื่อเสริมสร้าง. กรุงเทพฯ ๑: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นิติ กงกรุด. (2552). งานสัมมนาเรื่องโครงการปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยอย่างยั่งยืน. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นุกูล เครือฟู และอัจฉราภรณ์ อินก้อนวงศ์. (2548). รายงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรายสาขา เล่มที่ 2 อุตสาหกรรมเกษตรเข้าสู่ในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บริษัท ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (2546). คลัสเตอร์ : การรวมกลุ่มธุรกิจเพื่อการแข่งขัน. วารสารปราสาทสังข์, ฉบับเศรษฐกิจวิเคราะห์. หน้า 24 – 31
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย. กรุงเทพฯ ๑: ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด.
- \_\_\_\_\_. (2549). ระเบียบวิธีวิจัยทางการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ ๑: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุริม โอทกานนท์. (2549). จำเป็นหรือไม่ต้องร่วมในเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster). *Strategy + Marketing*, 5(53), 94 – 96.
- เบญจวรรณ รักษ์สุธี, นุชยา วงศ์สวัสดิกุล, และณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2547). การพัฒนาการเชื่อมโยงของกลุ่มอุตสาหกรรมผ้าไหม จังหวัดนครราชสีมา. นครราชสีมา: ศูนย์พัฒนา กลุ่มอุตสาหกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง, มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.

- ปรัชนันท์ กังวานปิยศักดิ์. (2550). *การศึกษาขีดความสามารถและความเป็นผู้ประกอบการ  
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทสถานประกอบการสปรมามาตรฐาน ในภาค  
ตะวันออก. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, คณะ  
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- ปรีชา แดงโรจน์. (2549). *การบริหารจัดการและปฏิบัติงานโรงแรมศตวรรษที่ 21 ฉบับผู้บริหาร.  
นนทบุรี: เอส.อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์.*
- พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข. (2546). *ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเชรามิก :  
กรณีศึกษา เชรามิกศิลาดล. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์,  
บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- พิเชษฐ จริกิตตยากร. (2548). *ปัจจัยแห่งความสำเร็จกับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ. ส่งเสริม  
เทคโนโลยี, 31(179), 117 – 118.*
- พิสิษฐ์ เฟ่งอัมพร. (2548). *โครงการการตั้งอุตสาหกรรมและการพัฒนาเชื่อมโยงของกลุ่ม  
อุตสาหกรรมใหม่ จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิจัยและฝึกอบรม มหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นครราชสีมา, 1, 9 – 27.*
- ไพรัช ไตรวิวัฒน์ และณพงษ์ สงวนนภาพร. (2549). *การพัฒนาการรวมกลุ่มโรงแรมขนาดเล็ก  
และการรวมกลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมภาคเหนือ. ในเอกสารประกอบการประชุมเชิง  
ปฏิบัติการ โครงการจัดประชุมประจำปีผู้ประสานงานคลัสเตอร์ ครั้งที่ 1(8). เพชรบุรี:  
สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.*
- ภัทรพงศ์ วงศ์แสนสุข. (2551). *แนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงเครือข่ายของธุรกิจนำเที่ยวในเขต  
เมืองพัทธยา จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการวิสาหกิจ  
ขนาดกลางและขนาดย่อม, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- ภัทรฤดี สุพัฒน์โสภณ. (2547). *การพัฒนาศักยภาพสินค้าที่ระลึกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย.  
กรุงเทพฯ ฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.*
- ภาวिका จินะวิวัฒน์. (2548). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย ต่อผลการจัดการสิ่งแวดล้อม  
บริเวณชายหาดพัทธยา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขา  
สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.*
- ภาสกร แซ่มประเสริฐ. (2545). *การเปรียบเทียบภูมิหลังและลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ  
ระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินกิจการอุตสาหกรรม  
ขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่. งานนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,  
สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร, คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*

- มณีวรรณ ผิวนิม และปรารณา จันทรุพันธ์. (2547, พฤศจิกายน). พัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ. ใน: ทวีป ศิริรัมย์, (บรรณาธิการ) *รวมบทความวิจัยการท่องเที่ยว* (หน้า 13 – 28). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- มนัส ชัยสวัสดิ์, ปิยนาด อภิธรรมบัณฑิต, และวัชรีย์ ชำนินา. (2547, พฤศจิกายน). การศึกษาระบบการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตเพื่อทราบศักยภาพของการพัฒนาไปสู่แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลกที่มีความยั่งยืน. ใน ทวีป ศิริรัมย์ (บรรณาธิการ), *รวมบทความวิจัยการท่องเที่ยว* (หน้า 31 – 42). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, นุกูล เครือฟู และอักรพงศ์ อ้นทอง. (2548). *รายงานพิเศษอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- \_\_\_\_\_. (2548). *รายงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรายสาขา เล่มที่ 1 อุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รัชนิกร วุฒิสเรษฐไพบูรณ์. (2547). *ความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงินในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ระพีพรรณ ทองหล่อ. (2545). *การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ที่เป็นผลจากการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาจังหวัดน่าน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วนิดา วิชยประเสริฐกุล. (2541). *ผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมเมืองพัทยา*. วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต, สาขาการวางผังเมือง, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วสุธิดา นูริตมนต์. (2550). *การพัฒนาความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- วันดี รัตนมณี. (2543). *ปัจจัยการรวมกลุ่มและการจัดการกิจการกลุ่มของชมรมชาวประมงทะเลสาบสงขลาตอนล่าง*. สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- วัลลภ ศิริเลิศระกุล. (2539). *การปกครองท้องถิ่นรูปเมืองพัทยา : ปัญหาและแนวทางแก้ไข*. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัตน์ แก้วสาร. (2548). คลัสเตอร์ทางเลือกการดำเนินธุรกิจ ทางเลือกการดำเนินธุรกิจในยุคการค้าเสรี. *อินดัสเทรียล เทคโนโลยี รีวิว*, 10(140), 88-92.

วิทยาภรณ์ จรัสด้วง. (2544). การพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง. วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต, สาขาการวางผังเมือง, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิรุณศิริ ไจมา และอัครเรศ รักสุริยา. (ม.ป.ป.). ศักยภาพ บทบาท และความต้องการของภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงราย ในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด. เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

วีรดา รุ่งเรือง. (2550). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการและผลประกอบการของร้านอาหารขนาดย่อม ในเขตเมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

วีระวัฒน์ คำชาย. (2552). วีระวัฒน์ คำชาย รองนายกเมืองพัทยา กับงานประชาสัมพันธ์. วันที่ค้นข้อมูล 17 พฤษภาคม 2552, เข้าถึงได้จาก <http://www.chonburi108.com/person/popup.asp?id=68>

วุฒิชชาติ สุนทรสมัช. (2546). พฤติกรรมการซื้อและกระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตภาคตะวันออก: ศึกษากรณีจังหวัดชลบุรี ระยอง ปราจีนบุรี และฉะเชิงเทรา. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

\_\_\_\_\_. (2547). ศักยภาพการตลาดและความเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจ OTOP และ SMEs ภาคตะวันออก. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

\_\_\_\_\_. (2550). นวัตกรรมงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

ศรัณยู วรากุลวิทย์. (2546). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้าพรินติ้ง. ศักยภาพของเมืองพัทยา. (2551). วันที่ค้นข้อมูล 15 กันยายน 2551, เข้าถึงได้จาก <http://www.pattaya.go.th>

ศุภรัตน์ เหมทานนท์. (2543). ศึกษาปัจจัยการรวมกลุ่มและการดำเนินงานของกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านแพรงหา ตำบลแพรงหา อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง. สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.

สนใจ รชดวัฒน์กุล. (2548). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองพัทยา. การศึกษาปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.

สมชาย สกตุสรรัตน์. (2545, กันยายน – ธันวาคม). ยุทธศาสตร์การบูรณาการเพื่อพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาครัฐและภาคเอกชนในช่วงปี 2545 – 2550. นิตยสารธุรกิจก้าวหน้า, 32, 38 – 48.

สมัคร ตะเกิงสุข. (2546). สภาพปัญหาและแนวทางการจัดการการท่องเที่ยว : ศึกษากรณีเกาะเสม็ด ตำบลเพ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

สังจา ไกรสรรัตน์. (2550). การวิจัยปฏิบัติการเชิงการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อค้นหาอัตลักษณ์การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และแนวทางการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. ราชบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2546). โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย เล่มที่ 1 การศึกษาในระดับมหภาค. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

\_\_\_\_\_. (2546). โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย เล่มที่ 2: กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

\_\_\_\_\_. (2547). การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ : แนวคิดและแนวทางการพัฒนา. กรุงเทพฯ: เพชรรุ่งการพิมพ์.

\_\_\_\_\_. (2548). เครือข่ายวิสาหกิจ (คลัสเตอร์) เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันแนวทางในการดำเนินงานและกรณีตัวอย่าง : บทเรียนการพัฒนากลัสเตอร์ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

\_\_\_\_\_. (2549). โครงการจัดทำแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ, รายงานฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: อุดมรัตน์การพิมพ์และดีไซน์.

\_\_\_\_\_. (2549). โครงการจัดทำแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ, บทสรุปผู้บริหาร. กรุงเทพฯ: อุดมรัตน์การพิมพ์และดีไซน์.

\_\_\_\_\_. (2549). คู่มือการพัฒนาคลัสเตอร์เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ. กรุงเทพฯ: อุดมรัตน์การพิมพ์และดีไซน์.

\_\_\_\_\_. (2550). แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2550 – 2554. กรุงเทพฯ: สหมิตรพรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2549). การสำรวจการประกอบกิจการโรงแรมและเกสต์เฮาส์ พ.ศ. 2549. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

- สีดา สอนศรี. (2531). *ภูมิหลังนักธุรกิจไทย*. กรุงเทพฯ ฯ: โครงการศึกษานโยบายสาธารณะ สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.
- สุขสันต์ ส่งประเสริฐ. (2542). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการทำงานบริการของ ตำรวจ: กรณีศึกษาสถานีตำรวจภูธรตำบลพญา. วิทยานิพนธ์สังคมวิทยา มหาวิทยาลัย, สาขาสังคมวิทยา, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- สุชาดา แจสุรภาพ. (2547). *ผลึกภาพโดยเปรียบเทียบระหว่างสายการบินในกลุ่มและนอกกลุ่ม พันธมิตร. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- สุภางศ์ จันทวานิช. (2549). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 14)*. กรุงเทพฯ ฯ: สำนักพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เหมววรรณ กิจวิมลตระกูล. (2548). *การพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมกรณีศึกษา เครื่องดื่มสมุนไพร จังหวัดระยอง. งานนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- องค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งชาติ. (2548). *เครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)*. วันที่ค้น ข้อมูล 10 กรกฎาคม 2550, เข้าถึงได้จาก <https://finance.myfirstinfo.com/viewnews.asp?newsid=53675>
- อดิทัต วัะสินนท์. (2552). *คลัสเตอร์ (Cluster) เครื่องมือการแข่งขัน*. วันที่ค้นข้อมูล 26 กรกฎาคม 2552 เข้าถึงได้จาก <http://www.ssmwiki.org/index.php>
- อภิญญา เกษตรเอี่ยม. (2544). *มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับกิจการโรงแรม*. วิทยานิพนธ์ นิติศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขานิติศาสตร์, คณะนิติศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิสิทธิ์ ประวัติเมือง. (2544). *รูปแบบความสัมพันธ์และการสร้างสมการทำนายของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และภูมิความรู้ความชำนาญที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ธุรกิจขนาดย่อมในธุรกิจร้านหนังสือ*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยา อุตสาหกรรมและองค์การ, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อาทิตย์ วุฒิกะโร. (2543, มีนาคม-เมษายน). *สรุปสาระสำคัญร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม*. *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>

อิทธิพล คุณปลื้ม. (2552). งานสัมมนาเรื่องโครงการปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยวด้วย การรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

เอกกมล อ่อนศรี. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อความเข้มแข็งของเครือข่ายองค์กรชุมชน. งานนิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิธีวิทยาการวิจัย, โครงการบัณฑิตศึกษาเทคโนโลยี การบริหาร, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

AGENDA. (2003). *Competitive Cluster: C<sup>2</sup>*. Retrieved May 17, 2009, from <http://www.authorstream.com/presentation/Gallard-53023-2003-Cluster-ESMR-1st-WG-intro-Agenda-C2-Project-Objectives-Organization-Chart-Timeline-Stages-es-Education-ppt-powerpoint/>

Beccttini, 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 <http://ideas.repec.org/p/prs/imprapa/6275.html>

Brown, K., & Geddes, R. (2007). Resorts, culture and music : The cape Breton tourism cluster. *Tourism economics*, 13(2), 129 – 141.

Capone, F. (2004). Regional competitiveness in tourism local systems. In *44<sup>o</sup> European Congress of the European Regional Science Association, Regions and Fiscal Federalism*, (76). Brazil: Universidad the Porto.

Carson, D., Gilmore, A., Grant, K., O'Donnell, A., & 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.

Cluster Navigators Ltd. (2001). *Cluster building : A toolkit. A manual for starting and developing local clusters in New Zealand*. New Zealand: Cluster Navigators.



- Costa, R. (2005). *Avaliação do Potencial de crescimento e desenvolvimento das pequenas e micro empresas do sector do turismo*. Dissertação de Mestrado em Inovação e Políticas de Desenvolvimento, Universidade de Aveiro.
- Dini, M. (1998). *Projectos de Fomento - Chilean Experience Promoting the Implementation of SMEs Networks*. Bologna: The UNIDO Joint Learning Workshop.
- DTI. (1998). *Our competitive future: Building the knowledge driven economy*. London: HMSO.
- Ennew et al. (1994). Small Business Entrepreneurs and Performance: Evidence from Management Buy-ins. *International Small Business Journal*, 12(4), 28-44.
- Economist Ágnes Fodor. (2004). *The Relationship Between Ecotourism Clusters and Innovation Milieu in The Region of South-Eastern Europe*. Retrieved October 10, 2006, from <http://www.oeconomica.uab.ro/upload/lucrari/1020082/14.pdf>
- Ferreira, J., & Estevão, C. (2009). *Regional competitiveness of tourism cluster : A conceptual model proposal*. Beira: University of Beira Interior, Munich Personal RePEc Archive.
- Ferreira, M. (2003). Estratégias e planeamento regional do turismo. *Investigação em Turismo – Livro de Actas*, 5, 67 – 82.
- Feser, E. (1998). Old and new theories of industry clusters. In Steiner, M. (1998) *Cluster and Regional Socialisation : On Geography, Technology and Networked*. London: Pion.
- 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. (2006). *Clusters in regional tourism An Australian case*. Australia: La Trobe University.
- \_\_\_\_\_. (2002). Tourism destinations as clusters : Analytical experience from new world. *Tourism and Hospitality Research*, 4(1), 51.
- Jordanian National Competitiveness Team. (2009). *Hashemite Kingdom of Jordan: The Tourism Cluster*. Retrieved July 10, 2009, from [http://www.competitiveness.gov.jo/files/Tourism % 20Cluster.pdf](http://www.competitiveness.gov.jo/files/Tourism%20Cluster.pdf)
- Ketels, C. (2003). *Thailand's competitiveness : Key issues in five clusters*. Bangkok: KIASIA.
- 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 <http://www.oecd.org/document/>
- Ketels, C., & Sölvell, Ö. (n.d.) *Clusters in the EU – 10 new member countries*. Sweden: EUROPE INNOVA.
- Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. *Journal of Political Economy*: 99(3), 28-32.
- Littlejohn, D., Foley, M., & Lennon, J. (1996). The potential of accommodation consortia in the highlands and islands of Scotland. In *Proceeding of IAHMSS Spring Symposium*. (67). Leeds: Metropolitan University.
- Martin, R., & Sunley, P. (2003). Deconstructing Clusters: Chaotic Concept or Policy Panacea?. *Journal of Economic Geography*, 3, 5-35.
- Malecki, E., & Tootle, D. (1997). Networks of small manufacturers in the USA: Creating embeddedness. In M.Taylor and S. Conti (Ed) *Interdependent and Uneven Development*. Aldershot: Ashgate.
- Marshall, A., (1990). *Industry and Trade Macmillian*. London: IMD.
- Minniti, M., & Bygrave, W. (2000). The social dynamics of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 24, 25–36.
- Mitchell, J. (1973). Networks, norms and institutions. In : J. Boissevain, J. Mitchell, (Ed.) *Network Analysis Studies in Human Interaction*. Louisiana: The Hague.
- Morgan, K. (1997). *The Learning Region: Institutions, Innovation and Regional Renewal*. New York: Regional Studies.
- Morrison, A. (1994). Small tourism business : product distribution system. In *Proceeding of CHME Research Conference*. Edinburgh: Napier University.
- Nadvi, K. (1995). *Industrial cluster and network : Case studies of SME growth and innovation*. U.S.A.: UNIDO.
- Nordin, S. (2003). *Tourism Cluster & Innovation*. Östersund: European tourism research institute, Mid – Sweden University.
- Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks clusters and Innovation in tourism : a UK experience. *Tourism Management*, 27, 1141 – 1152.

- Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2005). *Centre for Tourism Policy Studies*. UK: University of Brighton.
- OECD. (1999). *Boosting Innovation, The Cluster Approach*. New York: Regional Studies.
- Porter, M. E. (2003). The economic performance of regions. *Regional Studies*, 37(6/7), 549-578.
- \_\_\_\_\_. (2000). Location, competition and economic development : local clusters in a global economy. *Economic Development Quarterly*, 14(1), 7 – 20.
- \_\_\_\_\_. (1998). Cluster and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*, 76(6), 77 – 90.
- 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. (1997). Bringing Business Cluster into the Mainstream of Economic Development. *European Planning Studies*, 5(1), 3 – 23.
- \_\_\_\_\_. (2001). *Backing into cluster : Retrofitting public policies, integration pressures : Lessons from around the world*. John F. Kenedy School Symposium, Harvard University.
- Silva, J. (2004). *Turismo, crescimento e desenvolvimento : uma análise urbano – regional baseada em cluster*. Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo.
- Stuart, A. R. (2002). *A Guide to Cluster Strategies in Less Favoured Regions*. North Carolina: Regional Technology Strategies Carrboro.
- Szarka, J. (1990). Networking and small firms. *International Small Business Journal*, 8(2), 10-21.
- Thuermer, K. E. (2002). *Companies and regions enhance their strengths by building clusters*. New York: Keller International Publishing.
- Tinsley, R., & Lynch, P. (2001). Small tourism business networks and destination development. *Hospitality Management*, 20, 367 – 378.
- UNIDO. (1999). *Broadening SME Networking and Cluster development: UNIDO Initiatives – glimpses from Nicaragua and India*. Retrieved January 10, 2009, from <http://siteresources.worldbank.org>

มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาคผนวก

Burapha University

ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล



ที่ ศธ 0928.29/

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข  
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

15 สิงหาคม 2551

เรื่อง ขออนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ

เรียน ผู้ประกอบการ

ด้วย นางสาวชลธร ชื่นอุปการณันท์ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการ  
จัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการอนุมัติให้ทำงาน  
วิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ  
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี  
ในการควบคุมดูแลของรองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมัย ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ใน  
ขั้นตอนการเก็บข้อมูลเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือ

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้นิสิตเข้าเก็บ  
รวบรวมข้อมูลเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือดังกล่าวเพื่อทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัทธนี นนทศักดิ์ )

รักษาการแทนคณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ 0-3810-2305 ต่อ 124

โทรสาร 0-3839-3264



ที่ ศธ 0928.29/

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข  
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

1 กันยายน 2551

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

ด้วยนางสาวชลธร ชื่นอุปการณันท์ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการ  
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการอนุมัติให้ทำงาน  
วิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ  
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี  
ในการควบคุมดูแลของรองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมัย ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ใน  
ขั้นตอนการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในกรณีนี้คณะกรรมการจัดการและ  
การท่องเที่ยวได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความ  
อนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา  
หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

( ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัทธนี นนทศักดิ์ )

รักษาการแทนคณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ 0-3810-2305 ต่อ 124

โทรสาร 0-3839-3264



ที่ ศร 0928.29/0086

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข  
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

1 กันยายน 2551

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย  
เรียน ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร  
สิ่งที่ส่งมาด้วย เจ้าโครงย่อวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาวชลธร ชื่นอุปการณันท์ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการ  
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการอนุมัติให้ทำงาน  
วิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ  
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี  
ในความควบคุมดูแลของรองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ใน  
ขั้นตอนการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในกรณีนี้คณะกรรมการจัดการและ  
การท่องเที่ยวได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความ  
อนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา  
หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัทธินี 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 อังคนุรักษ์พันธุ์  
สิ่งที่ส่งมาด้วย เค้าโครงย่อวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาวชลธร ชื่นอุปการณันท์ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการ  
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการอนุมัติให้ทำงาน  
วิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ  
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภท โรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี  
ในความควบคุมดูแลของรองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชัย สุนทรสมัย ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ใน  
ขั้นตอนการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในการนี้คณะกรรมการจัดการและ  
การท่องเที่ยวได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความ  
อนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

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 นางสาวชลธร ชื่นอุปการณันท์ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการ  
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการอนุมัติให้ทำงาน  
วิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ  
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี  
ในความควบคุมดูแลของรองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ใน  
ขั้นตอนการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในกรณีนี้คณะกรรมการจัดการและการ  
ท่องเที่ยวได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความ  
อนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา  
หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัทธินี 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 จันทรทอง  
สิ่งที่ส่งมาด้วย เค้าโครงย่อวิทยานิพนธ์ และเครื่องมือเพื่อการวิจัย จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางสาวชลธร ชื่นอุปการนนท์ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการ  
มหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับการอนุมัติให้ทำงาน  
วิทยานิพนธ์ เรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ  
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี  
ในความควบคุมดูแลของรองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมัย ประธานกรรมการ ขณะนี้อยู่ใน  
ขั้นตอนการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัย ในการนี้คณะกรรมการจัดการและ  
การท่องเที่ยวได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอความ  
อนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือเพื่อการวิจัยของนิสิตในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา 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

--	--	--

## แบบสอบถามงานวิจัยเรื่อง

แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ด้านการท่องเที่ยว ประเภทโรงแรมที่พัก

ของผู้ประกอบการ SMEs ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา โทร. 0 3874 599 ต่อ 2371

คำชี้แจง 1. แบบสอบถามนี้ เป็นแบบสอบถามสำหรับ ผู้ประกอบการ หรือผู้จัดการ/ผู้ช่วยผู้จัดการ หรือ ผู้ที่รับผิดชอบในการบริหารงานโรงแรมมากที่สุดเท่านั้น

2. แบบสอบถามนี้ ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการโรงแรมที่พัก ใน 5 ด้าน จำนวน 50 ข้อ ประกอบด้วย

1. ความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ (17 ข้อ)

2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ (5 ข้อ)

3. การยอมรับและความร่วมมือกับเครือข่ายวิสาหกิจ (5 ข้อ)

4. เหนือกว่าด้านใดในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ (5 ข้อ)

5. ระบุความสามารถและศักยภาพของกิจการ ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ (18 ข้อ)

ส่วนที่ 3 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมที่พัก ตามปัจจัยหลัก 4 ด้าน และปัจจัยเสริม 2 ด้าน (Diamond Model) จำนวน 54 ข้อ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยการผลิต (14 ข้อ)

2. เงิน ไขด้านอุปสงค์ (8 ข้อ)

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (7 ข้อ)

4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท (8 ข้อ)

5. เหตุที่ควบคุมไม่ได้ (8 ข้อ)

6. หน่วยงานภาครัฐ (9 ข้อ)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (2 ข้อ)

คำตอบและความคิดเห็นของท่านที่ผ่านการประมวลผลแล้ว จะเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการและองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ โรงแรมนำไปใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ SMEs เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับเครือข่ายโดยรวม รวมทั้งสามารถนำไปกำหนดคน ไขขาและมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานธุรกิจ โรงแรมได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปวิเคราะห์ในภาพรวมเท่านั้น ฉะนั้นจึงไม่มีผลกระทบต่อท่านและกิจการของท่านแต่อย่างใด

จึงใคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาและสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

โปรดกาเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ตามตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	สำหรับวิจัย
1. ตำแหน่งในกิจการ <input type="checkbox"/> (1) เจ้าของกิจการ <input type="checkbox"/> (2) ว่าง <input checked="" type="checkbox"/> (3) ผู้จัดการ / ผู้ช่วยผู้จัดการ ฝ่าย (โปรดระบุ) ..... <input type="checkbox"/> (4) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....	
2. เพศ <input checked="" type="checkbox"/> (1) ชาย <input type="checkbox"/> (2) หญิง	
3. อายุ <input type="checkbox"/> (1) ต่ำกว่า 30 ปี <input type="checkbox"/> (2) 31 - 40 ปี <input type="checkbox"/> (3) 41 - 50 ปี <input type="checkbox"/> (4) 51 ปีขึ้นไป	
4. ระดับการศึกษา <input type="checkbox"/> (1) มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า <input type="checkbox"/> (2) อนุปริญญา <input type="checkbox"/> (3)ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> (4) สูงกว่าปริญญาตรี	
5. สถานที่จบการศึกษา (โปรดระบุ)	

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

1. ประเภทกิจการ

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

2. ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ

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

3. จำนวนห้องพักที่ให้บริการ

- (1) ต่ำกว่า 59 ห้อง  (2) 60 - 149 ห้อง  
 (3) 150 ห้องขึ้นไป

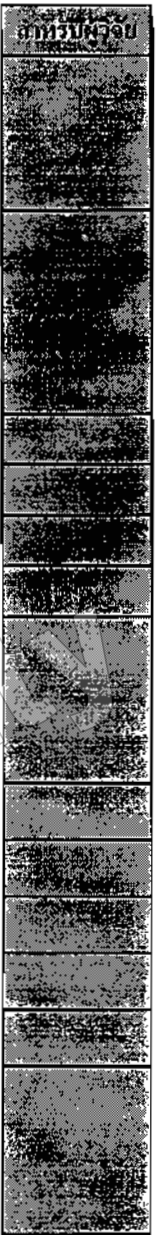
4. จำนวนการจ้างงาน

- (1) ต่ำกว่า 10 คน  (2) 11 - 20 คน  
 (3) 21 - 30 คน  (4) 31 - 40 คน  
 (5) 41 - 50 คน  (6) 51 - 200 คน

5. ทุนจดทะเบียน

- (1) ต่ำกว่า 1 ล้านบาท  (2) 1,00,001 - 5 ล้านบาท  
 (3) 5,000,001 - 10 ล้านบาท  (4) 10,000,001 - 20 ล้านบาท  
 (5) 20,000,001 - 50 ล้านบาท  (6) 50,000,001 - 100 ล้านบาท  
 (7) มากกว่า 100 ล้านบาท

สำหรับวิจัย



6. ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน

- (1) ต่ำกว่า 100,000 บาท
- (2) 100,001 - 5 แสนบาท
- (3) 500,001 - 1 ล้านบาท
- (4) มากกว่า 1 ล้านบาท

7. ราคาห้องพักต่อคืนที่ประกาศขาย สูงสุด

- (1) ต่ำกว่า 499 บาท
- (2) 500 - 999 บาท
- (3) 1,000 - 1,499 บาท
- (4) 1,500 - 2,499 บาท
- (5) มากกว่า 2,500 บาท

8. ประเภทลูกค้าหลัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

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

9. กิจกรรมของท่านเคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจหรือไม่ รูปแบบใด

- (1) เคย รวมกลุ่มในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)
- (2) เคย รวมกลุ่มในรูปแบบสมาคม/ชมรม/ตอม/ คัดเลือกกว่า 1 ข้อ
  - (2.1) ชมรมบรรณารักษ์ตอมตอง
  - (2.2) ชมรมกีฬาวิ่งแรมไทย
  - (2.3) สมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา
  - (2.4) อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

- (3) ไม่เคยมีการรวมกลุ่ม (ถ้าไม่ เคย กรุณาข้ามไปตอบส่วนที่ 2)

9.1 ปัจจุบันท่านยังคงเป็นสมาชิกในการรวมกลุ่มดังกล่าวหรือไม่

- (1) ใช้ ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก ..... ปี ..... เดือน
- (2) ไม่ได้เป็นสมาชิกแล้ว  
เนื่องจาก (โปรดระบุ) .....

.....  
 .....

ส่วนที่ 2 : ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ของผู้ประกอบการโรงแรมที่พัก  
 โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามข้อคำถามที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน  
 ถ้าท่านไม่ทราบหรือไม่แน่ใจให้กาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องไม่แน่ใจ

**คำอธิบาย :** เครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ (Cluster) หมายถึง การรวมกลุ่ม ของผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการ กำหนดเป้าหมายร่วมกันและยัง ตั้งอยู่บนพื้นฐานของกรรมสิทธิ์ โดยเครือข่ายวิสาหกิจ (คลัสเตอร์) ที่สมบูรณ์จะมีการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา องค์กรสนับสนุนและ ศึกษาค้นคว้า ทั้งนี้ การรวมกลุ่มเป็น "เครือข่ายวิสาหกิจ" จะทำให้สมาชิกในกลุ่มมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งใน การเพิ่มผลิตผลและบริการเพื่อแข่งขัน และมีโอกาสในการประสบความสำเร็จร่วมกัน

ความรู้ความเข้าใจในเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) และการรวมกลุ่มทางธุรกิจ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>1. ความเข้าใจและความตระหนักในเครือข่ายวิสาหกิจ</b>					
1. การรวมกลุ่มทางธุรกิจจะช่วยพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันของกิจการได้					
2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น สถาบันการศึกษา สมาคมธุรกิจ สถาบันอื่น ๆ เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ					
3. ในช่วงที่เกิดปัญหาจากปัจจัยภายนอกต่าง ๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจจะช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดได้มากกว่าการดำเนินการเพียงลำพัง					
4. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจจะช่วยเหลือส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้า/บริการ ธุรกิจของท่าน					
5. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจอาจก่อปัญหาการขัดแย้งในผลประโยชน์					
6. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจทำให้ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของกิจการ และ/หรือ สินค้า/บริการดีขึ้น					
7. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจจะสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าได้มากขึ้น					
8. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจก่อให้เกิดรูปแบบการดำเนินงานใหม่ (นวัตกรรมด้านการดำเนินงาน)					
9. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจก่อให้เกิดรูปแบบสินค้าและบริการใหม่ (นวัตกรรมด้านสินค้า/บริการ)					

ไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ
เห็นด้วย
เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ไม่เห็นด้วย
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ไม่ทราบ/ไม่แน่ใจ
เห็นด้วย
เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ไม่เห็นด้วย
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง



ความรู้ความเข้าใจในเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) และการรวมกลุ่มทางธุรกิจ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	☹	☹	☺	☺	☺
<b>1.- ความเข้าใจและความตระหนักในเครือข่ายวิสาหกิจ (ต่อ)</b>					
10. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจสามารถกำหนดราคาและมาตรฐานของสินค้า/บริการร่วมกันได้					
11. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจทำให้ออกขายเพิ่มขึ้นจากการที่ไม่มีกรรวมกลุ่ม					
12. เครือข่ายวิสาหกิจไม่แตกต่างจากกลุ่มการผลิตและบริการทั่วไป เช่น OTOP หรือกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร					
13. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจช่วยให้มีช่องทางในการให้บริการหรือช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น เช่น จากเว็บไซต์ของกลุ่ม					
14. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และสร้างความน่าเชื่อถือต่อกิจ					
15. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจช่วยเพิ่มทักษะในการประกอบธุรกิจแก่ท่าน					
16. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์					
17. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจสามารถช่วยลดต้นทุนในการผลิตและการให้บริการ					
<b>2. การยอมรับและความร่วมมือในเครือข่ายวิสาหกิจ</b>					
18. ท่านต้องมีความตื่นตัวและริเริ่มรวมกลุ่มเองจึงจะสามารถคิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจขึ้น					
19. ท่านสนใจเข้าร่วมเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ					
20. ท่านคิดว่าการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจเป็นประโยชน์ต่อกิจการ					
21. ท่านคิดว่าการไว้วางใจซึ่งกันและกันภายในเครือข่ายวิสาหกิจเป็นส่วนสำคัญในการสร้างและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ					
22. ท่านยินดีจะส่งต่อลูกค้าหรือแนะนำลูกค้าไปยังเครือข่ายโรงแรมแห่งอื่น ๆ เมื่อท่านไม่สามารถให้บริการลูกค้าได้ เช่น เมื่อห้องพักเต็ม หรือเมื่อลูกค้าเรียกร้องบริการที่ท่านไม่มี					

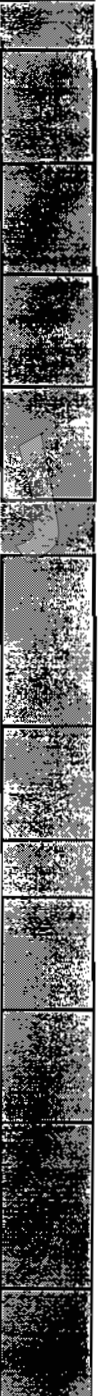
ความรู้ความเข้าใจในเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) และการรวมกลุ่มทางธุรกิจ	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	☹	☹	☺	☺	☺
<b>3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ</b>					
23. ท่านคิดว่ารัฐบาลควรเพิ่มบทบาทและให้การสนับสนุนงบประมาณมากขึ้น ซึ่งจะสามารถเกิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ					
24. ท่านคิดว่าองค์กรการค้าและสมาคมธุรกิจ เช่น สมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ต้องมีบทบาทและเข้ามามีส่วนร่วม และผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มมากขึ้น					
25. ท่านคิดว่า การพบปะปรึกษาหารือ หรือประชุมร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ จะสามารถช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจท่านได้					
26. ท่านยินดีจะส่งต่อลูกค้าหรือแนะนำลูกค้าไปยังธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว หรือ แอ่ง Shopping เมื่อลูกค้าขอคำแนะนำ					
27. ท่านยินดีจะรับลูกค้าที่ธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ แนะนำ					
<b>4. เว้นใจค้น เวลาและสถานที่ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ</b>					
28. ควรเริ่มมีการรวมกลุ่ม เมื่อมีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว เช่น เมื่อมีกิจกรรมพัชชามิวสิกเฟสติวัล การแข่งขันกีฬา เป็นต้น					
29. ควรเริ่มมีการรวมกลุ่ม/ปรึกษาหารือระหว่างผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เมื่อประสบปัญหาต่าง ๆ เช่น เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง หรือประสบปัญหาภาวะทางอากาศ/ทางทะเล เป็นต้น เพื่อหาทางออกร่วมกัน					
30. การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจเป็นเรื่องที่ควรพัฒนาให้เกิดขึ้นอย่างเข้มแข็ง ตลอดเวลา ไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ใด					
31. การรวมกลุ่มวิสาหกิจควรเป็นการ ชั่วคราว เมื่อมีปัญหาเร่งด่วน					
32. การรวมกลุ่มควร สิ้นสุด เมื่อการทำภารกิจร่วมกันนั้นเสร็จสิ้น					

โปรดกาเครื่องหมาย ✓ แสดงความคิดเห็นตาม ความเข้าใจของท่าน ต่อ ระดับความสามารถ และ ศักยภาพ ของกิจการ เมื่อมีการรวมกลุ่ม ว่าเห็นด้วยหรือไม่ ถ้าท่านไม่ทราบหรือไม่แน่ใจให้กาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องไม่แน่ใจ

ความรู้ความเข้าใจในเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) และการรวมกลุ่มทางธุรกิจ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	☹	☹	☺	☺	☺
<b>5. ระดับความถนัดและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์</b>					
<b>"ท่านคิดว่า การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจทำให้ ..."</b>					
33. ตอบสนองบริการ ได้ทันตามความต้องการของลูกค้า					
34. มีความรวดเร็วในการทำตลาด					
35. มีคุณภาพของสินค้าบริการสูงขึ้น					
36. มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตและการให้บริการมากขึ้น					
37. ราคาสินค้าบริการ มีมาตรฐาน					
38. สินค้า/บริการ มีความหลากหลายมากขึ้น					
39. การบริการมีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์					
40. สินค้า/บริการ มีความทันสมัย					
41. ชื่อเสียงของกิจการเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับมากขึ้น					
42. สร้างความคล่องตัวของเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ					
43. เพิ่มทักษะและความสามารถในการจัดการของผู้ประกอบการ/ผู้บริหาร ให้สูงขึ้น					
44. เพิ่มทักษะและความสามารถในการดำเนินงานของพนักงาน ให้สูงขึ้น					
45. ทราบเทคนิคในการหาและได้รับข้อมูลด้านต่าง ๆ เช่น รูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ และด้านกลุ่มลูกค้า เป็นต้น					
46. ช่องทางการจัดจำหน่ายความหลากหลาย/กว้างขวางมากขึ้น					
46. กิจการมีความมั่นคงมากขึ้น					
48. มีความสามารถในการทำกำไรสูงขึ้น					
49. มีความรวดเร็วในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อการแข่งขัน (เช่น ด้านการบริหารและด้านการตลาด)					
50. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง					



ปัจจัยแวดล้อมหลักของเรือสำราญ	อุปสรรค	ไม่แน่ใจ	โอกาส
	☹	☺	☺
<b>2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (ต่อ)</b>			
19. ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการที่ได้คุณภาพและมาตรฐานของนักท่องเที่ยวต่างชาติ			
20. ความใส่ใจในคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า/บริการของนักท่องเที่ยวในประเทศ			
21. ความต้องการของนักท่องเที่ยวในบริการใหม่ ๆ ที่นอกเหนือจากบริการจัดไว้			
22. ความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น			
<b>3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน</b>			
23. มีการแนะนำหรือส่งต่อลูกค้าระหว่างผู้ประกอบการของเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการโรงแรมเป็นน่าน้ำขึ้นอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว ร้านค้าของที่ระลึก หรือเจ้าเดินทางแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น			
24. สถานศึกษาผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพ มีทักษะเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการอย่างเพียงพอ			
25. วัตถุดิบประเภทอาหารทะเลนำเข้าจากในพื้นที่			
26. มีการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน			
27. การมีผู้นำวัตถุดิบ (Supplier) ที่อยู่ในพื้นที่ เช่น ผู้นำขายเครื่องใช้ และผู้ให้บริการต่าง ๆ เป็นต้น			
28. การมีธุรกิจหลาย ๆ ประเภทที่เกี่ยวเนื่องธุรกิจของท่านอยู่ในพื้นที่เดียวกัน เช่น การเชื่อมโยงระหว่างบริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร การคมนาคมขนส่ง ร้านค้าของที่ระลึก เป็นต้น			
29. การแลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารระหว่างธุรกิจต่าง ๆ ในเครือข่าย			

สำหรับ  
ผู้วิจัย

โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามข้อคำถามที่ท่านคิดว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนในกิจการของท่าน  
 ถ้าท่านคิดว่าเป็นได้ทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน หรือ ไม่แน่ใจให้กาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องไม่แน่ใจ

☆ จุดแข็ง หมายถึง ปัจจัยภายในกิจการที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นของกิจการ  
 ☆ จุดอ่อน หมายถึง ปัจจัยภายในกิจการที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบของกิจการที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น

ปัจจัยแวดล้อมหลักของเครือข่ายวิสาหกิจ	จุดอ่อน	ไม่แน่ใจ	จุดแข็ง
	☹	☺	☺
<b>4. ทรัพยากรแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ</b>			
30. การกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันด้วยคุณภาพการให้บริการ			
31. การตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานการบริการอยู่เสมอ			
32. การรวมกลุ่มในการจัดซื้อวัตถุดิบระหว่างผู้ประกอบการ			
33. การร่วมมือกับภาครัฐ สมาคม หรือผู้ประกอบการด้วยกัน การตลาดร่วมกัน			
34. การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในกิจการหรือให้ บริการแก่ลูกค้า เช่น โปรแกรมการบริหารต่าง ๆ และ Wi-Fi			
35. ทำการตลาดด้วยการโฆษณาในรูปแบบต่าง ๆ			
36. การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ของกิจการอยู่เสมอ			
37. การพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยอยู่เสมอ			

โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามข้อคำถามที่ท่านคิดว่าเป็นอุปสรรคหรือโอกาส

ถ้าท่านไม่ทราบหรือไม่แน่ใจให้กาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องไม่แน่ใจ

☆ โอกาส หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ  
 ☆ อุปสรรค หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจ

ปัจจัยแวดล้อมเสริมของเครือข่ายวิสาหกิจ	อุปสรรค	ไม่แน่ใจ	โอกาส
	☹	☺	☺
<b>5. สภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้</b>			
38. ปัญหาราคาน้ำมันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง			
39. สินค้าอุปโภคบริโภค/ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น			
40. กภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นในประเทศและในภูมิภาค			

ปัจจัยแวดล้อมเสริมของเครือข่ายวิสาหกิจ	อุปสรรค	ไม่แน่ใจ	โอกาส
	☹	☺	☺
<b>5. เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ (ต่อ)</b>			
41. เหตุการณ์ความไม่สงบภายในประเทศ			
42. จำนวนคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น			
43. ความสามารถของคู่แข่ง			
44. ความผันผวนของฤดูกาล			
45. การขึ้นลงของอัตราดอกเบี้ย			
<b>6. หน่วยงานภาครัฐ</b>			
46. การเปลี่ยนแปลงนโยบายของเมืองท่าทางอากาศการเลือกตั้ง			
47. การสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองท่าทางอากาศของรัฐบาล			
48. ความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมาย			
49. การแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวของเมืองท่าทางอากาศ			
50. การจัดสรรพื้นที่/กำหนดเขตเมืองท่าทางอากาศ			
51. การจัดสรรพื้นที่/กำหนดผังเมืองด้านการสร้างอาคาร			
52. การที่รัฐกำหนดให้ท่าทางอากาศเป็นศูนย์กลางการแข่งขันทางน้ำระดับโลก			
53. นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา			
54. การจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)			

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาในการประกอบธุรกิจ

---

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) เพื่อพัฒนาเพื่อพัฒนาศักยภาพของสถานประกอบการ

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

เนื่องจาก

---

จนแบบสอบถาม

ขอขอบคุณในความร่วมมือกรอกแบบสอบถาม

--	--	--

## แบบสัมภาษณ์

**กลุ่มเป้าหมาย** : ผู้ประกอบการ โรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (หรือผู้จัดการ/ผู้ช่วยผู้จัดการ หรือผู้ที่รับผิดชอบในการบริหารงาน โรงแรมมากที่สุด)

**วัตถุประสงค์** : เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา ที่จะนำไปสู่การกำหนดมาตรการผลักดันให้เกิดการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายอย่างยั่งยืน

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

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

สถานที่ตั้ง .....

วัน เวลา และ สถานที่สัมภาษณ์ .....

ธุรกิจโรงแรมที่พักแห่งอื่นของผู้ประกอบการในเขตเมืองพัทยา (ถ้ามี) .....

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม 4 ด้าน (Diamond Model)

#### 1. การวิเคราะห์ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจด้านปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพสูง และชำนาญเฉพาะด้าน

##### การผลิต

- วัตถุดิบที่ใช้ในท้องถิ่นและในประเทศ
  - ประเภทวัตถุดิบ
  - แหล่งวัตถุดิบ
  - วิธีการจัดซื้อ
- วัตถุดิบที่ใช้ในต่างประเทศ
  - ประเภทวัตถุดิบ
  - แหล่งวัตถุดิบ



- วิธีการจัดซื้อ
- ปัญหาด้านวัตถุดิบ
- มีความเพียงพอของวัตถุดิบในท้องถิ่นหรือต้องนำเข้าจากนอกพื้นที่/จาก

ต่างประเทศ

- ผู้ประกอบการมีข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบได้โดยสะดวกหรือไม่

อย่างไร

#### ทรัพยากรมนุษย์

- บุคลากรและแรงงานมีคุณภาพ และทักษะเหมาะสมกับการปฏิบัติงานหรือไม่

อย่างไร

- บุคลากรและแรงงานจำนวนเพียงพอหรือขาดแคลน และเป็นแรงงานในพื้นที่

หรือไม่

#### ทรัพยากรธรรมชาติ

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

- ภาพลักษณ์ของเมืองพัตยาส่งผลต่อการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

#### ทรัพยากรทุน

- ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้ยากง่ายเพียงใด

- การลงทุน และสินเชื่อ (กู้ยืม) แหล่งที่มาของเงินทุน

- มีการระดมทุนหรือไม่ อย่างไร

- ผลการดำเนินงาน

กำไร

ขาดทุน

- ปัญหาด้านทรัพยากรทุน

โครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ถนน ท่าเรือ ท่าอากาศยาน ไฟฟ้า ประปา

- โครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจ/อุตสาหกรรมในพื้นที่ที่มีความขาดแคลนหรือ

เพียงพอในระดับใด

- ความเห็นเกี่ยวกับการเข้าถึงและคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐาน

	พอใจมาก	พอใจ	ไม่พอใจ
ระบบการขนส่ง			
ระบบการสื่อสาร			
ระบบสาธารณูปโภค (ไฟฟ้า ประปา)			

	พอใจมาก	พอใจ	ไม่พอใจ
ด้านอื่น ๆ เช่น การกำจัดขยะ และการบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น			

- กรณีที่ไม่พอใจในโครงสร้างพื้นฐานนั้น เกิดจากสาเหตุใด

### วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- ความพร้อมด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้มากน้อยเพียงใด มีอะไรบ้าง และมีส่วนช่วยในการแข่งขันอย่างไร
- การวิจัยและพัฒนา เช่น กระบวนการให้บริการ (ที่ผ่านมาและในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า)

## 2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

- ลูกค้าให้ความสำคัญในคุณภาพของสินค้า/บริการมากน้อยเพียงใด หรือเรียกร้องต้องการรูปแบบสินค้าและบริการอย่างไรบ้าง

### ความต้องการของลูกค้าในประเทศ

- ความต้องการของลูกค้าต่างประเทศ
- ลูกค้ามีอิทธิพลต่อการปรับปรุงสินค้าอย่างไรบ้าง
- มีกลไกและการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคเพียงพอ/มีประสิทธิภาพหรือไม่
- อุปสงค์ภายในประเทศมีลักษณะพิเศษสามารถตอบสนองทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศหรือไม่
- ความรู้ของลูกค้าก่อนใช้บริการ ( ทราบข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมมาก่อนหรือไม่)

### • ราคา

- การตั้งราคา (ราคาเท่าไร)
- ราคาตลาดเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
- ราคาในทัศนคติของผู้ซื้อ

### • การจัดจำหน่าย

- ช่องทางการจัดจำหน่าย (ขายเองโดยตรง ผ่านตัวแทน ขายผ่านงานแสดงสินค้าใน/ต่างประเทศ อินเทอร์เน็ต)
- ความสัมพันธ์กับผู้ซื้อ

- ความครอบคลุมของสินค้าและบริการตามความต้องการของลูกค้า

- การส่งเสริมการตลาด

- การโฆษณา
- การประชาสัมพันธ์
- อินเทอร์เน็ต
- แหล่งดูงาน
- นิตยสาร

- ปัญหาการตลาด

### 3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)

- โครงสร้างของผู้ประกอบการในคลัสเตอร์มีความเชื่อมโยงในลักษณะของห่วงโซ่อุปทานหรือไม่ มากน้อยเพียงใด มีการเชื่อมโยงกับหน่วยงาน องค์กร บริษัทใดบ้างในห่วงโซ่อุปทาน และมีการเชื่อมโยงอย่างไร

- ความเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ /ความร่วมมือ/ประสานงานระหว่างบริษัทต่อ

องค์กรต่าง ๆ

	พอใจมาก	พอใจ	ไม่พอใจ
หน่วยงานราชการ - ..... - ..... - .....			
หน่วยงานเอกชน - สมาคมท่องเที่ยว - สมาคมโรงแรม - .....			
สถาบันให้ความรู้ - ..... - .....			
ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ - ..... - ..... - .....			

	พอใจมาก	พอใจ	ไม่พอใจ
แหล่งเงินทุน/สถาบันการเงิน			
บริษัทอื่น ๆ ที่เป็นคู่แข่ง			
อื่น ๆ .....			

- อุตสาหกรรมสนับสนุนในพื้นที่ที่มีความครบถ้วนพอเพียงหรือไม่
- ลักษณะของความร่วมมือภายในกลุ่มมีการทำกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ

หรือไม่

• มีสถาบันทางการวิจัย/วิชาการใด ๆ ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของคลัสเตอร์บ้างหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

- ความสัมพันธ์ ความช่วยเหลือ การประสานงานของหน่วยงานและเอกชน
- มีการแลกเปลี่ยน เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั้งภายในและภายนอกคลัสเตอร์กันอย่าง

กว้างขวางและสม่ำเสมอหรือไม่

- ปัญหาด้านการสนับสนุน (หน่วยงานของภาครัฐและเอกชน)
- การเข้าถึงผู้ผลิตในท้องถิ่นอยู่ในระดับมากน้อยอย่างไร และผู้ผลิตมีความสามารถ

และมีประสิทธิภาพสูงหรือไม่อย่างไร

- ท่านคิดอย่างไรกับการเชื่อมโยงที่เป็นเครือข่ายของธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม

แทนที่จะอยู่ลำพัง

#### 4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ (Firm Rivalry and Competition)

• ความสามารถในการเข้าถึงตลาด ตลาดหลักเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติ หรือให้บริการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

• ความตระหนักของผู้ประกอบการและทัศนคติในความร่วมมือกันว่ามีมากน้อยเพียงใด

• ลักษณะของการแข่งขันภายในคลัสเตอร์ มีการแข่งขันกันด้วยราคาหรือไม่ หรือแข่งขันด้วยคุณภาพของสินค้าและบริการเป็นหลัก

• มีกฎระเบียบและปัจจัยแวดล้อมในประเทศที่สนับสนุนการลงทุนและการปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง เช่น การโซนนิ่งสถานประกอบการ กฎหมายเกี่ยวกับสปา ฯลฯ หรือไม่อย่างไร

- บรรยากาศการแข่งขันในประเทศมีความโปร่งใสและเข้มข้นมากน้อยเพียงใด

- กลยุทธ์ โครงสร้างขององค์กร
  - โครงสร้างองค์กร การแบ่งงาน อำนาจการตัดสินใจ การวางแผน
- การแข่งขันความเข้มข้นของการแข่งขัน (แข่งขันกันสูงหรือไม่)
  - ข้อมูลของผู้แข่งขัน (เช่น จุดแข็ง จุดอ่อน)
  - คุณภาพ
  - กลยุทธ์การตลาด
  - อื่น ๆ
  - การแข่งขันทางราคา (การตัดราคาขาย)
  - การแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา (คุณภาพ ชื่อเสียง ความหลากหลายและลักษณะ

พิเศษของสินค้า รูปแบบของสินค้า)

- การกีดกันทางการค้า (ความยากง่ายในการเข้า-ออกตลาด/ใช้เงินลงทุนในการผลิตสูงไหม/ทักษะในการทำ)

• ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)

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

- |   |                             |                                 |                                |
|---|-----------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| 1. แบ่งปันวัตถุดิบ                      | <input type="checkbox"/> มี | <input type="checkbox"/> มีบ้าง | <input type="checkbox"/> ไม่มี |
| 2. ช่วยเหลือกันเมื่อผลิตสินค้าไม่ทัน    | <input type="checkbox"/> มี | <input type="checkbox"/> มีบ้าง | <input type="checkbox"/> ไม่มี |
| 3. รวมตัวกันซื้อเครื่องจักร วัตถุดิบ    | <input type="checkbox"/> มี | <input type="checkbox"/> มีบ้าง | <input type="checkbox"/> ไม่มี |
| 4. การผลิตแบบรับช่วง                    | <input type="checkbox"/> มี | <input type="checkbox"/> มีบ้าง | <input type="checkbox"/> ไม่มี |
| 5. ช่วยจัดกิจกรรมร่วมกัน เช่น การออกงาน | <input type="checkbox"/> มี | <input type="checkbox"/> มีบ้าง | <input type="checkbox"/> ไม่มี |
| 6. ติดต่อขอความช่วยเหลือจากรัฐ          | <input type="checkbox"/> มี | <input type="checkbox"/> มีบ้าง | <input type="checkbox"/> ไม่มี |
| 7. อื่น ๆ .....                         | <input type="checkbox"/> มี | <input type="checkbox"/> มีบ้าง | <input type="checkbox"/> ไม่มี |

• รู้จักเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) หรือไม่ รู้จักมากน้อยแค่ไหน เคยได้ยินหรือไม่

• ความคิดเห็นที่สามารถพัฒนาเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)

- ได้ เพราะ .....
- ไม่แน่ใจ เพราะ .....

ไม่ได้ เพราะ .....

ความคิดเห็นอื่น ๆ .....

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย (Cluster Mapping)

1. บริษัทอะไรบ้างที่ผลิตสินค้าและจัดส่งวัตถุดิบให้ท่าน ?
2. บริษัทอะไรบ้างที่จัดขายอุปกรณ์สำหรับการผลิต ?
3. บริษัทอะไรบ้างที่จัดบริการต่าง ๆ ให้ เช่น การขนส่ง คลังสินค้า การซ่อมบำรุง การเงิน การฝึกอบรม ให้คำปรึกษา การจัดโฆษณา การกระจายสินค้า การตลาด หรือการสื่อสาร และแต่ละบริษัทเหล่านี้มีความสำคัญอย่างไรต่อความสามารถในการแข่งขันของท่าน ?
4. มีสถาบันการศึกษาใดบ้างที่ผลิตบุคลากรที่บริษัทท่านต้องการ รวมทั้งสถาบันการศึกษาเหล่านั้นมีหลักสูตรเพื่อผลิตบุคลากรที่บริษัทท่านต้องการหรือไม่ ?
5. มีบริษัทอะไรบ้างที่สนับสนุนท่านทางด้านการวิจัยและพัฒนา ?
6. บริษัทท่านเป็นสมาชิกสถาบันเฉพาะทาง หรือสมาชิกของสมาคมธุรกิจการค้าใดบ้าง ?
7. หน่วยงานภาครัฐใดที่ท่านเกี่ยวข้องมากที่สุด ?
8. หน่วยงานภาครัฐใดที่มีผลกระทบกับความสามารถในการแข่งขันของท่าน ?
9. ท่านต้องการการสนับสนุนจากสถาบันการเงินหรือไม่ ถ้าต้องการท่านจะมีแนวทางได้รับการสนับสนุนนั้นได้อย่างไร ?

ภาคผนวก ค  
ค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

ตารางที่ ค-1 ค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว

ข้อคำถาม	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	3	0.6	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)

ข้อคำถาม	ผลคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ (R)					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
	R1	R2	R3	R4	R5			
ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก								
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			
ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก								
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

ภาคผนวก ง

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

### ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ตารางที่ ง-1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว  
ของธุรกิจโรงแรมที่พัก

แบบสอบถาม	จำนวนข้อ		ค่าความเชื่อมั่น	
	ก่อนตัด ค่า IOC	หลังตัด ค่า IOC	ก่อนตัด ค่า IOC	หลังตัด ค่า IOC
1. ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการ ท่องเที่ยว	56	54	0.9193	0.9217
1.1 ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	19	18	0.9183	0.9138
1.2 การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่าย วิสาหกิจ	6	6	0.9165	0.9190
1.3 การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่าย วิสาหกิจ	6	6	0.9167	0.9191
1.4 เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ใน การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	7	5	0.9173	0.9190
1.5 ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	18	18	0.9177	0.9201
2. ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่พัก	57	53	0.8668	0.8631
2.1 ปัจจัยการผลิต	15	13	0.8620	0.8579
2.2 เงื่อนไขด้านอุปสงค์	9	8	0.8642	0.8607
2.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	9	8	0.8594	0.8553
2.4 บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	9	9	0.8639	0.8598
2.5 เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	8	8	0.8657	0.8620
2.6 หน่วยงานภาครัฐ	9	9	0.8652	0.8612

ภาคผนวก จ

งานสัมมนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี  
และหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการจัดงานและเข้าร่วมงานสัมมนา



## 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” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้และสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับนวัตกรรมด้านการรวมกลุ่มสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้บัณฑิตปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด (ศูนย์ระยอง) และบัณฑิตปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด การจัดการพอเพียง และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สาขาการตลาดและการจัดการระหว่างประเทศและหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต 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

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี 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 ปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยว ด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) : การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2552 เวลา 9.00 น. เป็นต้นไป ในการนี้คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ใช้หอประชุมของเทศบาลเมืองพัทยา โดยคณะ ฯ ยินดีจ่ายค่าใช้จ่าย (ค่าห้องประชุม ค่าอาหารว่าง และค่าทำความสะอาด และอื่น 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 คุณ โสภิญญา เทพจักร  
ประธานฝ่ายบริหารเครือข่ายไดอาน่ากรุ๊ป

สิ่งที่แนบมาด้วย กำหนดการสัมมนา

ด้วยหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จะจัดสัมมนาเรื่อง ปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยว ด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) : การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน คณะฯ พิจารณาแล้ว เห็นว่าท่านเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์อย่างลึกซึ้งและเป็นผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ อย่างกว้างขวางในเรื่องดังกล่าว จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นวิทยากรร่วมสัมมนาในหัวข้อ “การรวมกลุ่ม คลัสเตอร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน” ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2552 เวลา 10.30 - 12.00 น. ณ หอประชุมเทศบาลเมืองพัทยา

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน เป็นอย่างดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)

คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

ปฏิบัติกรแทนอธิการบดี

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  
ประธานสหกรณ์เดินรถพัทธา

สิ่งที่แนบมาด้วย กำหนดการสัมมนา

ด้วยหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จะจัดสัมมนาเรื่อง ปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยว ด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) : การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาย่างยั่งยืน คณะฯ พิจารณาแล้ว เห็นว่าท่านเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์อย่างลึกซึ้งและเป็นผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ อย่างกว้างขวางในเรื่องดังกล่าว จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นวิทยากรร่วมสัมมนาในหัวข้อ “การรวมกลุ่ม คลัสเตอร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาย่างยั่งยืน” ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2552 เวลา 10.30 - 12.00 น. ณ หอประชุมเทศบาลเมืองพัทยา

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน เป็นอย่างดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)

คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

ปฏิบัติการแทนอธิการบดี

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 วิสวชัยพันธ์

นายกสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

สิ่งที่แนบมาด้วย กำหนดการสัมมนา

ด้วยหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จะจัดสัมมนาเรื่อง ปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยว  
ด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) : การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน คณะฯ พิจารณาแล้ว  
เห็นว่าท่านเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์อย่างลึกซึ้งและเป็นผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์  
อย่างกว้างขวางในเรื่องดังกล่าว จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นวิทยากรร่วมสัมมนาในหัวข้อ “การรวมกลุ่ม  
คลัสเตอร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน” ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2552 เวลา  
10.30 - 12.00 น. ณ หอประชุมเทศบาลเมืองพัทยา

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน  
เป็นอย่างดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชณี นนทศักดิ์)

คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

ปฏิบัติการแทนอธิการบดี

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

ด้วยหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จะจัดสัมมนาเรื่อง ปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยว ด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) : การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพญาอย่างยั่งยืน คณะ ฯ พิจารณาแล้ว เห็นว่าท่านเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์อย่างลึกซึ้งและเป็นผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์อย่างกว้างขวางในเรื่องดังกล่าว จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นวิทยากรร่วมสัมมนาในหัวข้อ “การรวมกลุ่มคลัสเตอร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพญาอย่างยั่งยืน” ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2552 เวลา 10.30 - 12.00 น. ณ หอประชุมเทศบาลเมืองพญา

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัส ฉกรรจ์แดง)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

รักษาการแทนคณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

สำนักงานคณบดี

โทร. 0-3810-2397 ต่อ 124

โทรสาร. 0-3895-098



ที่ ศธ 0528.29/017

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยบูรพา ตำบลแสนสุข  
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

11 กุมภาพันธ์ 2552

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมงานสัมมนา

เรียน คุณเนาวรัตน์ คำชาย

ประธานชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพัทยา

สิ่งที่แนบมาด้วย กำหนดการสัมมนา

ตามที่ หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ  
ขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จะจัดสัมมนาเรื่อง ปลดชนวนวิกฤต  
การท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) : การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาย่างยั่งยืน ใน  
วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2552 เวลา 9.00-12.00 น. ณ หอประชุมของเทศบาลเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี  
โดยภายในงานมีการจัดสัมมนาเกี่ยวกับการพัฒนาการรวมกลุ่มคลัสเตอร์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว  
เมืองพัทยาย่างยั่งยืน ทางคณะฯ จึงขอเชิญท่านร่วมเป็นเกียรติในงานดังกล่าว

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าได้รับเกียรติ  
ร่วมงานในครั้งนี้ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัส ฉกรรจ์แดง)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

รักษาการแทนคณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

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.	นำเสนอผลงานวิจัยการพัฒนาการรวมกลุ่มคลัสเตอร์สำหรับ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยคณะผู้วิจัยประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> <li>1. รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย</li> <li>2. นางสาวชลธร ชื่นอุปการนันท์</li> <li>3. นายธีรารุช ธีระจารุวัฒน์</li> <li>4. นางสาวกฤตติยา สัตย์พานิช</li> </ol> คณะกรรมการจัดการและกรท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
10.30-12.00 น.	สัมมนาเรื่อง การรวมกลุ่มคลัสเตอร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืนโดยวิทยากร <ol style="list-style-type: none"> <li>1) คุณนิติ คงกรุด ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา</li> <li>2) คุณโสภิญ เทพจักร ประธานบริหารเครือ “ไดอาน่า กรุ๊ป”</li> <li>3) คุณจำรุญ วิสวชัยพันธ์ นายกสมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา</li> <li>4) คุณธวัช เผือกบุญนาค ประธานสหกรณ์เดินรถพัทยา</li> </ol>
12.00 น.	ปิดงานสัมมนา

\*\*\*\*\*

หมายเหตุ เสริฟอาหารว่างระหว่างสัมมนา

งานสัมมนาเรื่อง “ปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยวและการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster)  
การท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน”

**พิธีการ**

**พิธีกรหญิง** กล่าวขอกราบเรียนเชิญ ดร. สมบัติ ชำรงสินถาวร กล่าวรายงาน และกราบเรียนเชิญคุณ อธิธิพล คุณปลื้ม นายกเมืองพัทยารับฟังการกล่าวรายงานและปาฐกถาพิเศษจากคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยวค่ะ

**ดร. สมบัติ** กราบเรียนท่านนายกเมืองพัทยา และท่านรองอธิการ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ผม ดร. สมบัติ ชำรงสินถาวร ในนามท่านประธานการจัดงานคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา ผมขอกราบเรียนท่านนายก ท่านผู้บริหาร ผู้ประกอบการ อาจารย์ นิศิตนักรศึกษา และผู้เข้าร่วมสัมมนาทุกท่านนะครับ เนื่องจากปี 2551 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงเนื่องจากจากระบบเศรษฐกิจโลก และการปิดสนามบินสุวรรณภูมิและคอนเมืองทำให้ผู้ประกอบการหันมาสนใจในการพัฒนาองค์ความรู้และความสามารถในการจัดการร่วมกันมากขึ้น จึงนำมาซึ่งแนวคิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ จากแนวคิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจขั้นต้น ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงทั้งแนวตั้งและแนวนอนในวงกว้าง เป็นการเชื่อมโยงที่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงธุรกิจต้นน้ำหรือปลายน้ำเท่านั้น แต่รวมถึงสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจด้านการท่องเที่ยว สปา และนวดแผนไทย ดังนั้น โครงการเห็นว่าธุรกิจท่องเที่ยวเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศอย่างมหาศาล มีความสำคัญที่ก่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่การแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยยกระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน สาขาการตลาด และการจัดการระหว่างประเทศ และหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา เล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าว จึงได้จัด โครงการสัมมนาทางวิชาการ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องเล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างนวัตกรรมทางด้านการรวมกลุ่มของของธุรกิจการท่องเที่ยวในยุควิกฤตเศรษฐกิจ สามารถนำความรู้ด้านการรวมกลุ่มของธุรกิจท่องเที่ยว ไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าบริการของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถนำกลยุทธ์และวิธีการที่ได้จากการสัมมนาไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนได้ต่อไป

คุณอิทธิพล เรียนท่านรองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย ท่านประธานการจัดงาน และคณาจารย์ของคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพาทุกท่าน ท่านผู้เข้าร่วมฟังการสัมมนาในวันนี้ทุกท่าน ซึ่งก็ดูแลก็ประกอบไปด้วยทั้งคณะนิสิต ตัวแทนจากภาคธุรกิจการท่องเที่ยว จากเมืองพัทยาฝ่ายการท่องเที่ยว และสื่อมวลชน ผมมีความยินดีเป็นอย่างยิ่งและรู้สึกเป็นเกียรติที่ศาลาว่าการเมืองพัทยาได้มีโอกาสนำเป็นเจ้าภาพในการจัดสถานที่สำหรับการสัมมนาซึ่งเป็นประโยชน์โดยตรงกับเมืองพัทยาของเราในเรื่องของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหัวข้อเรื่องปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ ซึ่งตรงจุดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเมืองพัทยา ซึ่งผมและคณะผู้บริหาร ได้กำหนดเรื่องการรวมกลุ่มคลัสเตอร์มาเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองท่องเที่ยว จึงทำให้วันนี้ต้องนับว่าจะได้รับประโยชน์อย่างกว้างขวางจากผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องของการท่องเที่ยว การดำเนินธุรกิจ การผ่านวิกฤตต่าง ๆ มาโดยตลอดจนมาถึงในยุคปัจจุบันซึ่งเรามีวิกฤตล่าสุดอยู่หลายด้าน ซึ่งเราจะเจาะลึกในรายละเอียดต่อไป ซึ่งเมืองพัตยานั้นทุกท่านก็ทราบดีว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก ซึ่งเราก็ได้กำหนดความเป็นธรรมชาติของเมืองพัตยานี้เองให้เป็นวิสัยทัศน์ ในการพัฒนาเมืองพัทยา ตามคำกล่าวที่ว่าเมืองพัทยาคือเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับภูมิภาคและระดับโลกโดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่น่าอยู่ โดยประชาชนมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำอย่างมีแบบแผน นี่คือนโยบายของเมืองพัทยา และในเรื่องของการทำงานตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเมืองพัทยาก็ได้ยกฐานะจากสุขาภิบาลนาเกลือเมื่อปี 2521 หรือเมื่อ 31 ปีมาแล้ว เราก็ได้มีการพัฒนาโดยลำดับ ด้วยความเอื้ออำนวยด้านปัจจัยภูมิศาสตร์ และเรื่องความเข้มแข็งของภาคเอกชนซึ่งอยู่ในเมืองพัตยานั้นก็ทำให้เมืองพัทยานี้มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วกว่าอยู่ในอัตราก้าวหน้า และในบางช่วงนั้นก็ก้าวกระโดด โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน 5 ปีหลังจากที่ผ่านมา ซึ่งในเมืองพัตยานี้เองมักจะพูดกันว่าเมืองพัทยาคือเมืองแห่งความหลากหลาย ซึ่งก็เป็นความจริง เพราะเรามีความหลากหลายทั้งเรื่องของราชการ ที่เรามีทุกส่วนอยู่ในเมืองพัทยา ไม่ว่าจะเป็นจากกระทรวง ทบวง กรม ต่าง ๆ องค์กรอิสระ หรือว่าองค์กรมหาชน ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการประชาชนและการพัฒนาการท่องเที่ยว มาอยู่ที่นี้ทั้งหมด ก็ได้มีการปรับองค์กรให้มีความชัดเจนมากขึ้นสำหรับการเป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างเมืองพัทยา โดยมีการปรับจากเป็นสำนักงานภาคการเขตสามเป็นสำนักงานพัทยา ซึ่งเป็นผลมาจากเรื่องของการท่องเที่ยวเฉพาะในส่วนเมืองพัทยาและจังหวัดชลบุรีมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้หลาย ๆ ส่วนนั้นมีการปรับยุทธศาสตร์ โครงสร้างของการบริหารงานเพื่อที่จะทำให้สอดคล้องกับความต้องการและในเรื่องของการพัฒนาเมืองพัทยาคือต่อไป และกระผมมีความยินดีเป็นอย่างยิ่ง กระผมในนามของเป็นตัวแทนเมืองพัทยา ไม่ว่า



จะเป็นจากส่วนราชการในศาลาว่าการนี้ ตัวแทนของประชาชนในส่วนของเมืองพัทยาด้วย เพราะในเรื่องของการสนับสนุนทางวิชาการเป็นสิ่งที่เราจะต้องผลักดันให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในเมืองพัทยา ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีที่ท่านอาจารย์วุฒิชชาติได้จัดการสัมมนาในครั้งนี้ และในเรื่องการนำเสนอผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างคลัสเตอร์ อย่างนี้เป็นต้น ซึ่งตรงกับเนื้อหาซึ่งทางเมืองพัทยาจะได้ขอเป็นสิ่งที่เราจะนำไปใช้ปรับในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป สำหรับการสัมมนาในวันนี้ก็หวังเป็นอย่างยิ่งว่าท่านนิสิตทั้งจากศูนย์ระยะของ นิสิตคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวในหลักสูตรมหาบัณฑิต และท่านผู้เข้าร่วมรับฟังการสัมมนาจะได้รับประโยชน์สูงสุดจากหัวข้อและเนื้อหาวิชาการในการสัมมนาในครั้งนี้ ขอเรียนว่าการสัมมนานี้ก็เป็นในเรื่องที่สามารถที่จะสื่อสารกันได้สองทาง คือในเรื่องของคำถาม ประเด็นที่จะให้ช่วยขยายความต่าง ๆ ก็จะเป็นส่วนที่นำเสนอขึ้นมาได้ เพราะในส่วนของวิทยากรที่ทางคณะได้เชิญมานั้นก็เป็นวิทยากรที่มีประสบการณ์ตรงและท่านก็อยู่ในเมืองพัทยามาตั้งแต่เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ยังมีความไม่หลากหลายเท่าปัจจุบัน ในส่วนของผมเองนั้นก็มีความใกล้ชิดกับมหาวิทยาลัยบูรพาอยู่แล้ว การใช้ชีวิตต่าง ๆ ก็อยู่ในเมืองท่องเที่ยวอย่างเมืองพัทยา ชลบุรี มาตั้งแต่เด็ก ฉะนั้นในเรื่องของวิถีชีวิตของคนในเมืองท่องเที่ยวก็ค่อนข้างที่จะมีความได้เปรียบในเรื่องของการพัฒนาแนวคิดในเชิงการท่องเที่ยว การมีทัศนคติกับผู้คน มีอุปนิสัยในการต้อนรับคนหมู่มาก และการต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองอยู่แล้ว ดังนั้นหากมีการเสริมหลักสูตรวิชาการเข้าก็ทำให้เราคิดถึงประเด็นต่าง ๆ ได้มากมาย ก่อนที่จะเข้าสู่การสัมมนา ผมขอเชิญชมวีดิทัศน์ของเมืองพัทยาซึ่งได้มีการปรับให้มีข้อมูลที่ทันสมัยและรูปแบบของการนำเสนอที่ทันสมัยเช่นกัน ก็ขอให้ท่านผู้เข้าร่วมสัมมนาได้ชมวีดิทัศน์ก่อน และหลังจากนั้นจะได้นำเรียนถึงคอนเซ็ปของการพัฒนาเมืองพัทยาอย่างยั่งยืนในการลงทุนกับคลัสเตอร์ต่อไป ขอให้การจัดการสัมมนาในครั้งนี้ได้สมดังวัตถุประสงค์ที่มุ่งหมายไว้ทุกประการ และขอให้ นักศึกษาและนิสิตทุกท่านประสบความสำเร็จในการศึกษา และมีความเจริญรุ่งเรืองในชีวิต ชีวิตส่วนตัว หน้าที่การทำงาน และสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรงต่อเนื่องต่อไป และร่วมกันกับท่านคณาจารย์และคณะกล่าวถึงในเรื่องของเมืองพัทยาด้วย ก็ขอฝากเป็นที่ปรึกษาหรือเพื่อนร่วมงานกับพวกเราด้วยต่อไป บัดนี้ก็ได้เวลาอันเป็นสมควรอันเป็นมงคลฤกษ์แล้ว ผมขอเชิญทุกท่านร่วมกันเปิดการสัมมนาเรื่องปลดชนวนวิกฤตการท่องเที่ยวด้วยการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ของคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา ณ บัดนี้ครับ

## การบรรยายโดยวิทยากรรับเชิญ คุณอิทธิพล คุณปลื้ม

คุณอิทธิพล การบรรยายสรุป ซึ่งก็ครอบคลุมในทุก ๆ ด้าน และในเรื่องของยุทธศาสตร์ในการพัฒนา ก็จะเห็นว่าภารกิจของเมืองพัทยาเรานั้นค่อนข้างจะมีความหลากหลายและต้องเน้นลงไป ในรายละเอียดในเรื่องของการให้บริการกับประชาชน และนอกเหนือจากนั้น จากประชาชนที่ ลงทะเบียนประมาณ 100,000 คน รวมกับประชากรแฝงอีก 400,000 คน และนักท่องเที่ยว หมุนเวียนตัวเลขจาก ททท. ปี 2550 ประมาณ 6,300,000 คน ปี 2551 ก็คาดว่าอยู่ในหลัก 5,500,000 คนขึ้นไป แต่คงจะน้อยกว่าปี 50 สิ่งที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างจะมีความละเอียดอ่อนในเรื่องของความรู้สึก ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่สับสนในเรื่อง ของท่องเที่ยว ก็จะมีการเปลี่ยนสถานที่ในการท่องเที่ยวทันที Destination เพราะว่าเราจะมี เวลาพัก การลาพักร้อนหรือวันหยุดที่ค่อนข้างจะกำหนดไว้ชัดเจนตายตัวในแต่ละปี ถ้าหาก ว่าเกิดความไม่มั่นใจในสถานที่ที่จะไปแล้วก็จะเปลี่ยนจุดหมายทันที ดังนั้นในเรื่องนี้เอง เป็นสิ่งที่คณะกรรมการและการท่องเที่ยวคงเห็นว่าวิกฤตที่เกิดขึ้นเมื่อปีที่แล้วนั้นจุดสำคัญที่ ทำให้เกิดวิกฤตการณ์ในเรื่องของการท่องเที่ยวด้วย จากข่าวที่เขาได้รับรู้ไม่ว่าจะเป็น การชุมนุม แม้ว่าจะชุมนุมในบางจุด แต่ภาพข่าวออกไปก็เกิดผลกระทบว่าถ้าเขาจะมาเราจะ ปลอดภัยเพียงใด เราก็ได้มีการทำโรดโชว์ การออกหนังสือชี้แจงไปยังสถานทูตต่าง ๆ อย่าง ค่อนข้างมากโดยตลอด ซึ่งเป็นหน้าที่ของเมืองท่องเที่ยวที่จะต้องกระทำมากกว่าเมืองอื่น ๆ ทั่วไป ขอเรียนผู้เข้าร่วมสัมมนาเกี่ยวกับคอนเซ็ปที่เราจะใช้ในปัจจุบันนี้คืออะไรในเรื่องของ การปลดชนวนในเรื่องของการท่องเที่ยว ผมเรียกว่า City Modernization by S to E หมายถึง ในเรื่องของภาพลักษณ์ของเมืองท่องเที่ยวที่ค่อนข้างจะมีความละเอียดอ่อน และจะต้องให้ ความสำคัญเป็นอันดับแรก เพราะว่าเป็นเรื่องของภาพพจน์ที่เราจะต้องคิดก่อนที่จะเลือก คัดสินใจซื้อทัวร์มาเมืองพัทยา เพราะฉะนั้นผมจึงมาสำรวจความคิดเห็นก่อน เพราะว่า ปัจจุบันภาพพจน์ของเมืองพัทยาคืออย่างไร และเรื่องของการปรับปรุงนั้นเราจะต้องทำ อย่างไร ก็เลยเกิดคอนเซ็ปจาก S ไป E จาก S คือการสำรวจภาพพจน์ในอดีตของเมืองพัทยา ซึ่งชาวต่างชาติมักจะพูดกันในลักษณะของการมาเที่ยวทะเล Sea มาอาบแดด Sun มาสัมผัส หาดทรายสวย ๆ Sand และมารับบริการในเรื่องต่าง ๆ Service อีก S หนึ่งในที่เราไม่อยากจะ ให้เป็นภาพลักษณ์ และแกะออกยาก นั่นเป็นสิ่งที่เกิดจากการรับข่าวซึ่งมักจะเกิดขึ้นเสมอ ๆ นั่นก็คือ S – E – X ซึ่งเราไม่อยากจะให้เป็น ผมก็เลยนำเอาคอนเซ็ปนี้เข้ามาใช้เพื่อการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดี และทำให้การพัฒนาต่าง ๆ นั้นครอบคลุม ส่วน E นั้น เราก็คุ้นเคยกันมา ตั้งแต่ Electronic E – Government E – Commerce และ Technology ต่าง ๆ ที่หมายถึง ความทันสมัย แต่ E ที่เรามาใช้นอกเหนือจากนั้นก็คือ Education คือการให้ความรู้พื้นฐาน ให้กับเยาวชน และการให้ความรู้เกี่ยวกับ

การเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงว่าปัจจุบันที่เราทำอะไรบ้าง อย่างเช่นข้อมูลที่นักศึกษาและผู้ร่วมฟังสัมมนาได้เห็นว่าภารกิจของเรานั้นครอบคลุม ทั้งในเรื่องของการดูแลนักท่องเที่ยว การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย สาธารณสุข สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ และการปรับปรุงการศึกษาจากภายในไปสู่ภายนอก ปัจจุบันเรามีโรงเรียนเพิ่มขึ้นหนึ่งแห่ง จะเปิดการเรียนการสอนในปีนี้ และกำลังทำการรับนักเรียนกันตั้งแต่วันเวลาเดินทางไปจนถึงวันที่ 16 กุมภาพันธ์ Education ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงการเรียนการสอนในโรงเรียนอย่างเดียว เมืองพัทลุงมีสถาบันการศึกษาหรือรูปแบบของการศึกษาที่หลากหลาย ตั้งแต่โรงเรียนสอนเย็บผ้า ทำผม ไปจนถึงโรงเรียนสอนศิลปะการแสดง การเต้น ซึ่งหาได้น้อยเมืองที่จะมี โรงเรียนที่มีสาขาที่แตกแขนงไป E ที่สองก็คือ Environment เป็นการดำเนินการตามวิสัยทัศน์ของเมืองพัทลุง และเป็นสิ่งที่คนเราได้ตระหนักถึง โดยเฉพาะในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงของสถานะอากาศ ภาวะโลกร้อน เราก็สามารถจะรับรองได้ว่าเมืองพัทลุงนั้นให้ความสำคัญในการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยเรามีศูนย์กำจัดขยะ โรงบำบัดน้ำเสีย และมีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง และรับรองให้กับประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวให้ทราบถึงความสำคัญในเรื่องนี้ เพราะจะเป็นจุดหนึ่งที่นักท่องเที่ยว Eco - Tourism จะมาเมืองพัทลุง โดยเราส่งวนการท่องเที่ยวในส่วนนี้ไว้สองจุดด้วยกันคือป่าชายเลนนาเกลือ และเกาะล้าน มีเส้นทางเสือภูเขา การอนุรักษ์ไม่ให้มีการสร้างสิ่งปลูกสร้างที่เป็นอาคารสูง และ E ที่สามนี้เป็น e ที่มีความสำคัญอย่างมาก และเป็นการปรับภาพลักษณ์ของเมืองพัทลุง Entertainment ซึ่งไม่ได้หมายถึงเราขาย Service S - E - X เหมือนอย่างที่เป็นในอดีต แต่เป็นการครอบคลุมการเตรียมความพร้อมเรื่องของการบริการนักท่องเที่ยวเรื่องการฝึกอบรมเกี่ยวกับเรื่องวิชาชีพ การโรงแรม เช่น อบรมแม่บ้าน เชฟ ช่าง จนถึงเรื่องการบริหารธุรกิจ โรงแรม ปัจจุบันเมืองพัทลุงเรามีบัณฑิตที่ความเข้าใจกับสถานบันการศึกษาอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว วิทยาลัยเทคนิคสัตหีบ ภาควิชาการ โรงแรม จะมีสถานบันเทคโนโลยีและการท่องเที่ยวในอีก 6 ปีข้างหน้า คอนนีอยู่ในปีที่สองที่เราแลกเปลี่ยนส่งนักศึกษาเข้าไปเรียนที่สาขานี้ และส่งนักศึกษามาอบรมใน โรงแรมเมืองพัทลุง เพื่อความยั่งยืนของการเป็น Entertainment ในส่วนเมืองพัทลุงต่อไป ยุทธศาสตร์หลักที่มาจากประชาชนและนักท่องเที่ยวก็คือความปลอดภัย และสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่การอบรมอาสาสมัคร อาสาสมัครท่องเที่ยว อาสาสมัครตรวจคนเข้าเมือง และอาสาสมัครเรื่องสิ่งแวดล้อม เป็นการระดมการมีส่วนร่วมของพี่น้องประชาชนและเยาวชนเข้ามาอยู่ในการเป็นเมือง Entertainment ที่ครบรูปแบบ E สุดท้ายจะเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยวและประชาชนอย่างแท้จริงก็คือ Evaluation การสำรวจ การทำแบบประเมินต่าง ๆ เพื่อสะท้อนถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวอยากให้เป็น และเราจะได้นำมาปรับปรุงเพื่อดูแลการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป อีก E ที่สำคัญ

เป็นอย่างมากและต้องอาศัยความร่วมมือจากประชาชนทุกคนก็คือ Enforcement การดำเนินการให้เป็นไปตามกฎระเบียบของเมืองพัทยาหรือของชาติ โดยมีการจัดระเบียบทางเท้าโล่งเตียนไปแล้วตามหลักการนี้ มีการประชุม กำหนดเขตผ่อนผันต่าง ๆ กับผู้ประกอบการ โดยมีกฎหมายต่าง ๆ มาเกี่ยวข้อง พระราชบัญญัติสาธารณสุขของการขายของมีอะไรบ้าง การสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวบริเวณชายหาดนั้นถือว่าเป็นจุดหลักที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด ส่วนเรื่องของคลัสเตอร์ ซึ่งเป็นหนึ่งใน 13 ยุทธศาสตร์ เป็นสิ่งที่เราดำเนินการจากการทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนว่าอยากเห็นอะไรบ้าง และเป็น การทำการ Survey จากการตลาด ที่ทำเป็นกลุ่มของการท่องเที่ยวอยู่แล้ว จึงนำมาปฏิบัติ เพื่อให้เกิดผลเป็นรูปธรรมมากขึ้น

### การนำเสนอผลงานวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมชัย

เรียนท่านนายก ท่านวิทยากร คุณโสภณ เทพจักร และท่านนิติ ซึ่งเป็นผู้อำนวยการ ททท. ภาคกลางเขตสาม คุณจำรูญ ซึ่งท่านเป็นนายกสมาคม PBTA นิสิตหลักสูตรปริญญาโท นิสิตปริญญาตรี นิสิตนักศึกษาทุกท่านและท่านผู้ประกอบการที่มาร่วมงานสัมมนาในครั้งนี้ ตามที่ท่านยกให้เกียรติชี้แจงว่า นโยบายของเมืองพัทยาย่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเรื่องของคลัสเตอร์ การรณรงค์ในเรื่องของความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม การวิจัยเหล่านี้จะสอดคล้องกับนโยบายและปัญหาทางการวิจัยที่เกิดขึ้น ซึ่งหัวข้อในวันนี้คือแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในลักษณะคลัสเตอร์ ในเมืองพัทยา ซึ่งมีผู้ประกอบการอยู่ 4 ท่านด้วยกัน เราได้ทราบแล้วว่าเมืองพัทยาคือเมืองแห่งธรรมชาติ เป็นเมืองแห่งการนำนักท่องเที่ยวจำนวนมหาศาลเข้ามาเที่ยว นำภาพลักษณ์ที่ดี หรือภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ออกไปพูดคุย บอกต่อ ๆ กัน ไป ถึงแม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นแต่ก็มีลักษณะขึ้น ๆ ลง ๆ ตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การเมืองและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ธุรกิจท่องเที่ยวเปรียบเหมือนกับคลื่นที่มีขึ้นมีลงตรงข้ามกับธุรกิจเกษตรซึ่งพืชผลจะชอบหน้าฝน หากหน้าแล้งพืชผลจะไม่ออกดอกผล ในขณะที่การท่องเที่ยวจะตรงข้าม เพราะฝนอาจจะกลายเป็น Low – Season ภาพที่แสดง แนวตั้งจะเป็นความรู้ความเข้าใจของธุรกิจต่าง ๆ คะแนนเต็ม 5 ทางด้านแนวโน้มเป็นความสามารถในการแข่งขัน เกรดสีน้ำตาลเข้มมีความสามารถในการแข่งขันสูง สีน้ำตาลอ่อนเป็นระดับปานกลาง ภาพแต่ละวงจะเป็นแนวทางที่จะขยายความรู้ความเข้าใจและความสามารถการแข่งขัน โดยใช้สถิติมาประมวลขนาดพื้นที่ โดยทั่วไปธุรกิจของร้านขายของที่ระลึกจะมีขนาดของตลาดหลากหลายและความเข้าใจที่แตกต่างกันมาก ตั้งแต่ศูนย์ถึง

ปานกลาง ในขณะที่ธุรกิจโรงแรมเป็นสีเขียว ธุรกิจร้านอาหารเป็นสีม่วง และเราจะเห็น ส่วนที่ Overlap กันเป็นสีแดงที่เป็นส่วนที่สำคัญในการเลือกเพื่อที่จะนำมาสร้าง กลุ่มคลัสเตอร์ร่วมกัน เพราะมีลักษณะร่วมกัน มีความรู้ความเข้าใจร่วมกัน มีความสามารถที่จะมาทำร่วมกัน มีการแข่งขันที่ไม่แตกต่างกันมาก และกลุ่มแรกที่เรา ศึกษาได้เป็นกลุ่มแรกก็คือ โรงแรมและร้านอาหาร และเราจะเห็นอีกกลุ่มหนึ่งที่แยก ออกไปคือธุรกิจสปาและนวดแผนไทยและตัวแทนท่องเที่ยว กลุ่มนี้จะมีความสามารถ ในการแข่งขันสูงกว่ากลุ่มอื่น โดยการประเมินตนเอง แต่มีความรู้ความเข้าใจน้อย ใน ภาควิชาการมีข้อเสนอครั้งนี้ ให้สมาคมธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยาเป็นแกนกลาง และส่วนที่กระจายย่อย ๆ คือเครือข่ายโดยมีใบแมลงมุมเชื่อมโยง โดยภาพที่แสดงเป็น การแสดงที่ PBTA เป็นแกนกลางอย่างเดียว ไม่มีภาครัฐ หรือเมืองพัทยาเข้าไปเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็น idle เป็นภาพลักษณ์ที่เข้มแข็งไม่ต้องการสนับสนุน ซึ่งเป็น ไปไม่ได้ เพราะเรา จะต้องมีแรงสนับสนุน รูปแบบที่สองที่เสนอก็คือมีหน่วยงานภาครัฐ ภารกิจของเมือง พัทยา เป็นแกนหลัก และโยงไปที่ PBTA รูปแบบที่สาม เป็นสิ่งที่ เป็น Model ที่ผม อยากจะเสนอ อย่างแรกก็คือมีสถานบันการศึกษา PBTA หน่วยงานภาครัฐเป็นแกนกลาง ร่วมกัน โดยสถาบันการศึกษาช่วยในเรื่องของวิชาการ วิจัย เสนอแนะความเป็นไปได้ เพื่อให้ทฤษฎีทางวิชาการ ภาครัฐให้การส่งเสริมรวมกลุ่มคลัสเตอร์ผู้ประกอบการ ใน ลักษณะของการรวมกลุ่มสิ่งที่จำเป็นก็คือ แต่ละ Stakeholder จะต้องมีความพร้อม ตั้งใจ สนใจจะลงทุน วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย โดยท่านนิรุจน์ได้เสนอเรื่องของผลประโยชน์ ขัดกัน ซึ่งจะต้องคุยให้โปร่งใส การกำหนดเป้าหมายร่วมกันตามหลักการกำหนด ยุทธศาสตร์ สร้างยุทธศาสตร์หรือแผนการดำเนินงาน (Action Plan) เมื่อรวมตัวกันแล้ว ต้องมีคณะทำงาน การดูความก้าวหน้าของกลุ่มคลัสเตอร์ที่รวมกัน อาจจะเป็นระยะเวลา 3 เดือน 6 เดือน 1 ปี ผลของการพัฒนาต้องมีการประเมิน อย่างแรกก็คือความรู้ ทุกคน จะต้องมีความรู้พื้นฐานที่คล้าย ๆ กัน เช่นเราต้องการนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ที่อนุรักษ์ ดูแลแหล่งท่องเที่ยว มีองค์กรประสาน สร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างนวัตกรรมต่าง ๆ หรือการ ทำ Workshop เดือนละครั้ง สองอาทิตย์ครั้งเพื่อกระตุ้นความสนใจ ก่อนจะทำคลัสเตอร์ จะต้องย้อนกลับมาดูตัวเองก่อนว่าแต่ละคนเป็นอย่างไร ทบทวนสิ่งที่เกิดขึ้นอดีต เพราะ อดีตจะเป็นตัววางในอนาคต เสริมสร้างความร่วมมือ โดยรัฐ เสริมสร้างทักษะ ตรงกับ วิสัยทัศน์ของเมืองพัทยา การผลักดันการรวมกลุ่มอย่างจริงจังจึงจะมีการเรียนรู้ร่วมกัน Learning Organization สร้างฐานข้อมูลเพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงสร้างการไว้วางใจ กัน

เสาวนา

แนะนำวิทยากร

ท่านแรก คุณ โสภณ เทพจักร ท่านผู้บริหารเครือไคน่ากรู๊ป

ท่านต่อไป ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลางเขตสาม สำนักงาน

พัทธา คุณนิติ คงกรุด

ท่านที่สาม ปัจจุบันท่านเป็นนายกสมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา PBTA

คุณจำรูญ วิสวชัยพันธ์

ท่านที่สี่ ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่งประธานสหกรณ์เดินรถพัทยาคุณธวัช เพ็ชรบุญนาถ

พิธีกรชาย

กล่าว เนื่องจากเศรษฐกิจของโลก เศรษฐกิจในเมืองไทยส่งผลกระทบกันเป็นทอดจนมาถึงเมืองพัทยา จนทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลง ทำให้รายได้ที่เข้ามาประเทศไทยก็ลดจำนวนลงด้วย

พิธีกรหญิง

ไม่ทราบว่ามีปัญหาภาวะจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก และของประเทศไทยด้วย รวมถึงการเมือง ส่งผลอะไรกระทบอย่างไรเรื่องภาพรวมของการท่องเที่ยวของเมืองพัทยานั่งคณะกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย – ก่อนอื่นต้องขอขอบคุณคณะที่จัดทำเรื่องนี้ใจกล้ามาก ๆ คุณจะรวมระหว่างประชาชนกับโรงแรมห้าดาว ผลประโยชน์มันไม่เหมือนกัน การศึกษาไม่เหมือนกัน มันต่างกันหลายเรื่องมาก แต่ผมก็เห็นว่าถ้าไม่มีใครเริ่มก็ไม่เกิดความหวังที่จะเกิดขึ้นภายในปีนี้เป็นเรื่องดี เพราะว่าทุกคนไม่มีแขก ทุกคนต้องไปหา ถ้าหากทำให้ผู้ประกอบการ ประชาชนเชื่อได้ว่าถ้าไม่รวมกันต้องแย่แล้ว ควรจะถือวิกฤตเป็นโอกาส จริง ๆ แล้วมีการทำวิจัยเรื่องนี้กันมาเยอะแล้ว เรื่องการมีส่วนร่วม แต่เวลาจะทำจริง ๆ กลับไม่มีใครว่าง เรื่องนี้เลยเกิดไม่ได้สักที และผมก็ยังเชื่อว่ามันเกิดไม่ได้ เพราะมันจะต้องประกอบไปด้วยหลายส่วน 1) คือความทุกข์ยาก 2) ภาครัฐ เพราะเข้าใจว่าต้องทำแต่เรื่องตลาดเท่านั้น เรื่องพัฒนาไม่ใช่เรื่องของภาครัฐ แต่ภาครัฐเป็นตัวสำคัญที่จะเป็นแกนกลางให้เกิดการรวมตัวขึ้นมา โดยจะต้องใช้อำนาจ กฎหมายที่ตัวเองมี โดยต้องมีผลประโยชน์ให้เขา 3) นักวิชาการ 4) หน่วยงานภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนั้นอยู่ได้หลายกระทรวงมาก และแต่ละกระทรวงมีนโยบายไม่เหมือนกัน ดังนั้นจะต้องแก้ไขนโยบาย

ตอบคำถาม

จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น สำหรับตัวผมมันเฉย ๆ ไม่ต้องไปแคร์อะไร เพราะมันเป็นเศรษฐกิจโลก ก็ต้องประเมินสถานการณ์ ไตรมาสแรก ปีนี้มกราคม ถึงเมษายน เราจะสามารถรายได้ high season จะเป็นไม่เกิน 70% 60% เป็นอย่างสูง ไตรมาสที่สองถึงสามเป็น low season อาจจะประคองชีวิตให้รอดได้ แต่มีทางออกนั่นคือคนไทย โดยเฉพาะพัทยา ตลาดจะอยู่ตรงกลาง



- คุณธวัช ทางสหกรณ์เดินรถก็พอไปได้ เพราะว่ามีผอ. การท่องเที่ยวที่เก่ง และมีทหารอเมริกันเข้ามาให้ทางสหกรณ์เดินรถบริการ ส่วนเรื่องนักท่องเที่ยวเกาหลี และเงินที่ลดลงไปก็ไม่มีปัญหา ส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานโรงแรม ร้านอาหารที่ใช้บริการสองแถว แต่ถามว่ากระทบใหม่ ก็กระทบ แต่ช่วงนี้ราคาน้ำมันลดลงทางสมาชิกสองแถวก็พออยู่ได้ และได้มีการเปิดห้างใหม่ สองแถวก็พอมีราย ได้เงินเจือจรรอบครัว
- พิธีกรหญิง กล่าวขอบคุณคุณธวัช และแจ้งว่าจะมีคำถามเพิ่มเติม จากคำถามคำตอบท่านวิทยากรทั้งสี่ท่านก็ทำให้เราทราบว่ามีผลกระทบอย่างไรบ้าง และมีแนวทางที่จะแก้ปัญหาได้อย่างไร
- พิธีกรชาย ในส่วนของกลุ่มคลัสเตอร์ที่จะเกิดขึ้นนั้นท่านคิดว่าท่านสามารถที่จะดำเนินการให้เกิดขึ้นได้ไหม และปัจจัยใดที่จะทำให้สำเร็จได้
- ท่านผอ. ททท บางทีเราอาจจะมองภาพรวมใหญ่เกินไป กลุ่มต่าง ๆ มีการศึกษาไม่เท่ากัน ผลประโยชน์ เงินลงทุน และเป็นกลุ่มใหญ่มาก แต่หน้าที่หลักของททท คือการหาเหยื่อให้พวกเขา และหน้าที่ของการดูแลก็เป็นหน้าที่ของผู้รักษากฎหมาย ดังนั้นมีการหลากหลายของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ดูแลและบังคับธุรกิจการท่องเที่ยวนี้ ดังนั้นจะต้องมีหน่วยงานสักหน่วยงานหนึ่งมองเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักของประเทศชาติ เพราะฉะนั้นเมื่อไม่มีหน่วยงานเข้ามาบูรณาการให้ภาครัฐเข้ามาเกี่ยวข้องเมื่อก่อนเรามีสภาพพัฒนาฯ ดังนั้นควรจะเป็นสภาพพัฒนาฯ นี้แหละที่ควรจะต้องเข้ามาดูแลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่สามารถควบคุมผู้ประกอบการได้ แต่การที่จะใคร่ค้าใคร่ขายก็ดีไปอย่างหนึ่งเพราะเป็นการแข่งขันกันเอง และนักท่องเที่ยวก็จะได้ประโยชน์ แต่การรวมตัวกันก็เป็นสิ่งที่ดี
- พิธีกรชาย กล่าวขอบคุณท่านผอ. ททท และเรียนเชิญผู้เข้าร่วมสัมมนาถามคำถาม
- คุณธวัช ขอแก้ข่าวที่ท่านผอ. พาดพิงสหกรณ์การเดินรถฯ ที่ว่าทำไมกรมการขนส่งทางบก ยุบสองแถวได้ สองแถวของคุณธวัช ได้ทำเรื่องขอสัมปทานตั้งแต่ปี 2518 และได้รับการอนุมัติในปี 2520 จำนวนรถ 700 คัน ก็ไม่เคยมีเพิ่ม แต่ที่เพิ่มก็คือรถผิดกฎหมายที่ทำให้รถเยอะ ก็มีประมาณ 300-400 คัน
- คุณจำรูญ กล่าวขอเสริมท่านผอ. ททท ในเรื่องกลุ่มคลัสเตอร์ ในอดีต 16 ปีมาแล้ว ผมทำงานท่องเที่ยวเป็นคู่ค้าให้กับโรงแรม และเห็นว่าพวกพัทยาทำงานกับสเปสปะ แต่เมืองพัทยามีองค์กรเอกชนรวมแล้วร้อยกว่าองค์กรและต่างคนต่างทำงาน และในช่วงนั้นผมได้รับการร้องขอให้เข้ามาช่วย และผมสามารถเชื่อมโยงระหว่างองค์กรในพัทยาได้ ผมเลยอาสาเป็นคนเชื่อมโยง และองค์กรการท่องเที่ยวในเมืองพัทยามีสื่อองค์กรด้วยกันก็คือสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา สมาคมโรงแรมไทยภาคตะวันออก ชมรม



โรงแรมเมืองพัทยา และปัจจุบันมีอันใหม่ขึ้นมาคือชมรมการท่องเที่ยวพัทยา และผมก็เป็นอุปนายกมา 5 สมัย และการทำงานกลุ่มคลัสเตอร์ผมก็ทำมานาน และผมก็ได้คุยกับองค์กรต่าง ๆ ว่าถ้าเราสามารถที่จะรวมตัวกันได้เราสามารถที่จะต่อรองปัญหาต่าง ๆ ได้ อย่างเช่นการทำตลาดร่วมกัน เพราะต่างคนต่างทำงบประมาณจะเยอะ สามารถติดตามดูแลสาธารณูปโภคของเมืองพัทยาได้ ประชุมหารือเรื่องปัญหาต่าง ๆ เช่น การอบรมบุคลากร มีงบประมาณที่แน่นอน การจัดระเบียบในเมืองพัทยา การขอความช่วยเหลือจากภาครัฐ เช่น เรื่องเงินกู้ ที่จะเป็นรูปธรรมในเร็ว ๆ นี้

#### จบพิธีการ

\*\*\*\*\*

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

## ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวชลธร ชื่นอุปการนันท์
วัน เดือน ปีเกิด	15 สิงหาคม 2526
สถานที่เกิด	จังหวัดนนทบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	301 / 83 หมู่ที่ 12 ถนนเทพประสิทธิ์ ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี 20150
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	
มกราคม 2548 - ปัจจุบัน	ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ริกเกอร์ จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2547	รัฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2552	การจัดการมหาบัณฑิต ( การจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ) มหาวิทยาลัยบูรพา