

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

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

จากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551) พบว่าในปี 2550 นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายสูงสุดในด้านค่าที่พักแรมซึ่งเป็นธุรกิจหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คิดเป็นมูลค่าประมาณ 20,087.68 ล้านบาท โดยสถานการณ์การเข้าพักแรมในเมืองพัทยาปี 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 (ระดับราคาค้างแต่ 1,000 - 1,499 บาท) มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงสุดร้อยละ 15.38 และโรงแรมที่พักกลุ่มที่ 1 (ระดับราคาค้างแต่ 2,500 บาทขึ้นไป) มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นรองลงมาร้อยละ 14.29 มีอัตราเข้าพักแรมในทุกกลุ่มโรงแรมเฉลี่ยร้อยละ 57.48 ลดลงจากปี 2549 ร้อยละ 4.82 โดยในปี 2549 มีจำนวนโรงแรมที่พัก 360 แห่ง และมีจำนวนห้องพัก 37,595 ห้อง มีอัตราเข้าพักแรมเฉลี่ยร้อยละ 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

อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปแล้วในภาพรวมธุรกิจโรงแรมที่พักขนาดกลางและขนาดย่อมในเมืองพัทธานันพบว่ามี ความแตกต่างด้านคุณภาพและบริการค่อนข้างมากและมีการแข่งขันอย่างรุนแรงด้วยการตัดราคาซึ่งมีแนวโน้มที่จะไม่สามารถรักษาและเพิ่มคุณภาพการให้บริการในระยะยาว (Jordanian National Competitiveness Team, 2009; มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, นกุล เครือฟู, และ อัครพงษ์ อันทอง, 2548) ในขณะที่โรงแรมชั้นนำบางแห่งได้รับการยอมรับระดับโลก แต่โรงแรมในระดับ 3 ดาวลงมาหรือโรงแรมราคาประหยัดยังมีการร้องเรียนถึงคุณภาพการให้บริการอยู่เสมอ 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 เกิดภัยพิบัติซินามิกระทบต่อการท่องเที่ยวในปี 2548 ตลอดทั้งปี และ พ.ศ. 2550 ถึงปัจจุบันประเทศไทยก็ยังประสบปัญหาความไม่สงบทางการเมืองปัญหาเหล่านี้เป็นเรื่องอ่อนไหวและส่งผลกระทบต่อความรู้สึกในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวซึ่งมีแนวโน้มว่าผู้ประกอบการท่องเที่ยวในเมืองพัทธานันอาจต้องสูญเสียรายได้และเผชิญกับภาวะขาดทุนและบางรายอาจต้องปิดกิจการลงไปในที่สุด ซึ่งนอกจากเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้แล้วเมืองพัทธานยังได้รับผลกระทบจากปัญหาต่าง ๆ ในการจัดการการท่องเที่ยว เช่น ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การขายบริการทางเพศ การจัดโซนนิ่งในเรื่องสถานบริการ สถานบันเทิง เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ทางลบของเมืองพัทธาน ทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวจากยุโรปในบางประเทศ เช่น สวีเดน และเดนมาร์ก ยังไม่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองพัทธานเท่าที่ควรเนื่องจากค่านิยมการต่อต้านการขายบริการทางเพศและสถานเริงรมย์ เมืองพัทธานจึงได้แก่นักท่องเที่ยวในแถบเอเชีย ซึ่งอาจมีการใช้จ่ายน้อยกว่ากลุ่มทางยุโรป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550) ดังนั้นการแก้ไขปัญหา ด้านคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโรงแรมที่พัก การรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น

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

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 โดยเฉพาะกับสถาบันการศึกษามีน้อยทำให้ธุรกิจเขตเมืองพหุชาโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจโรงแรมที่พักขาดแคลนบุคลากรทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ 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 ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ประเภทกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 ขนาดของโรงแรมที่พักที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7 จำนวนการจ้างงานที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.8 ทุนจดทะเบียนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.9 ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.10 กลุ่มราคาห้องพักต่อคืนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.11 ประเภทลูกค้าที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.12 การรวมกลุ่มทางธุรกิจส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบการธุรกิจของผู้ประกอบการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน แตกต่างกัน ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ประเภทกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ 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 กลุ่มราคาห้องพักต่อคืนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.11 ประเภทลูกค้าที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

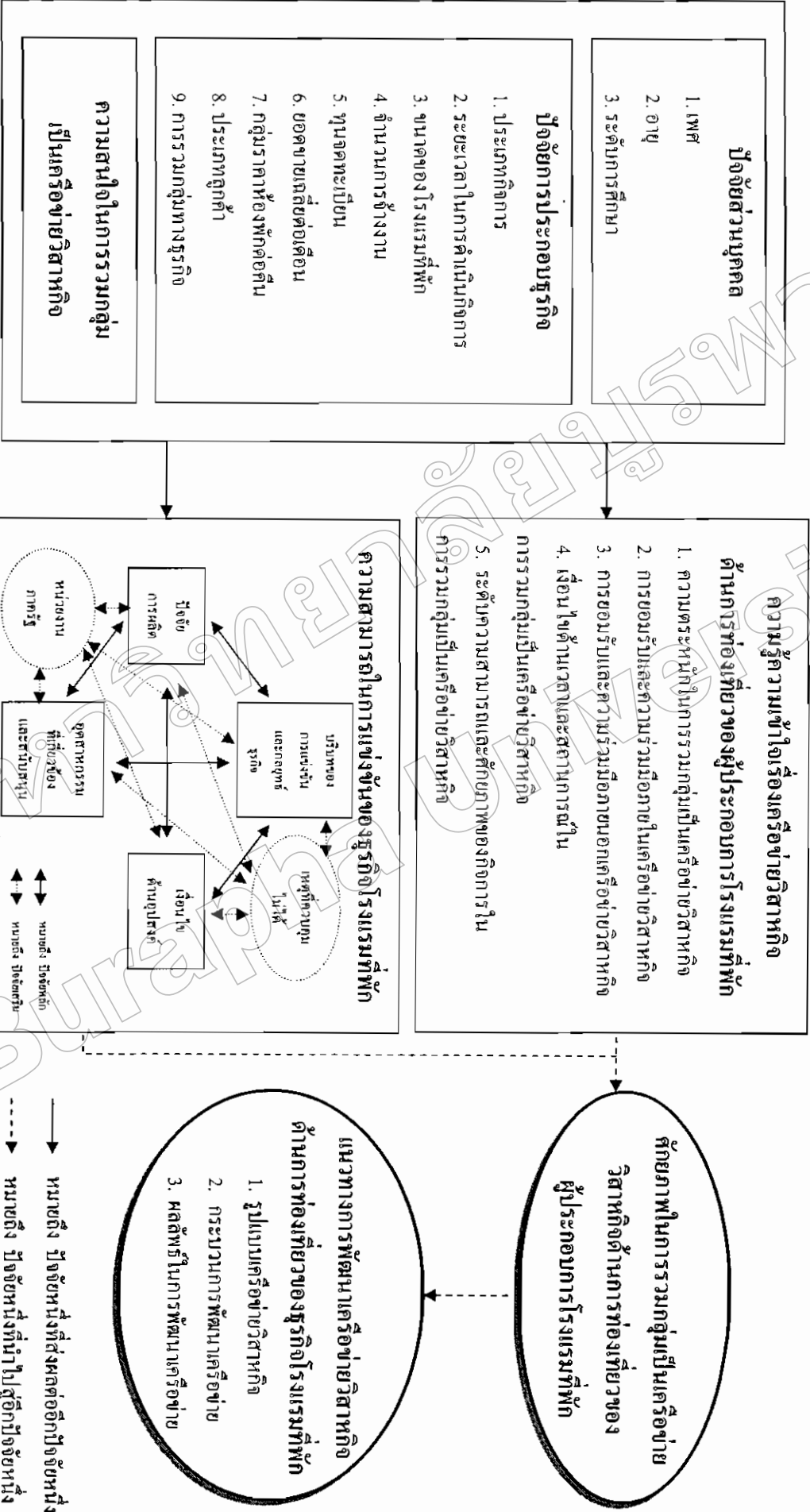
สมมติฐานที่ 2.12 การรวมกลุ่มทางธุรกิจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แตกต่างกัน

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) โดยนำผลการศึกษาไปพัฒนาหรือเพิ่มเติมในส่วนที่ผู้ประกอบการต้องการหรือยังขาดอยู่ให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจในอนาคตหรือท่องเที่ยวด้วยความยั่งยืน

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

3. ผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักหรือผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นทางเลือกหนึ่งในการประกอบการตัดสินใจเพื่อเพิ่มศักยภาพหรือยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจให้สามารถรอดพ้นจากภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและในอนาคตได้

4. หน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณาการกำหนดนโยบายผลักดันให้เกิดการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา 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 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการใช้ในการตอบแบบสัมภาษณ์เจาะลึก ซึ่งถูกเลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบก้อนหิมะ (Snowball Sampling) โดยการหาตัวแทนที่เป็นผู้นำกลุ่ม (Key Person) เพื่อทำการสัมภาษณ์ หลังจากนั้นจึงให้ผู้นำกลุ่มที่ถูกสัมภาษณ์นั้นแนะนำผู้ประกอบการโรงแรมที่พักแห่งอื่น ๆ ที่มีการรวมเป็นเครือข่ายต่อ ๆ ไป 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 ไม่ว่าจะเป็นการกระทำในกิจการดังกล่าวจะได้รับประโยชน์ 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 เหตุการณ์หรือสิ่งที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ ประกอบด้วย

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

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

ปัจจัยเสริม คือ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบทางอ้อมต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจ ได้แก่

1. เหตุที่ควบคุมไม่ได้ (Chance) คือ ปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบแข่งขันของประเทศ เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรม

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

ปัจจัยเกี่ยวกับบุคคล หมายถึง ตัวแปรด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการหรือผู้มีอำนาจตัดสินใจในการดำเนินงาน ประกอบด้วย เพศ อายุ และวุฒิการศึกษา เป็นต้น

1. อายุ หมายถึง ช่วงเวลานับตั้งแต่เกิดหรือจนถึงปีปัจจุบันของผู้ประกอบการหรือที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการดำเนินการ

2. วุฒิการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดที่ได้สำเร็จการศึกษาหรือกำลังศึกษาอยู่ของผู้ประกอบการหรือที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการดำเนินการ

ปัจจัยการประกอบธุรกิจ หมายถึง ตัวแปรด้านการประกอบธุรกิจของโรงเรือนที่พักที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องวิสาหกิจท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ 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 และโรงแรมที่พักขนาดเล็กมีจำนวนห้องพักให้บริการต่ำกว่า 60 ห้อง (มิ่งสรรพ ขาวสอาด, นุกูล เกรือฟู, และอิศรพงศ์ อันทอง, 2548)

4. จำนวนการจ้างงาน หมายถึง จำนวนแรงงานหรือบุคลากรที่ทำงานอยู่ในฝ่ายบริหาร และฝ่ายปฏิบัติการทั้งหมดในสถานประกอบการ

5. ทุนจดทะเบียน หมายถึง มูลค่าเงินลงทุนตั้งแต่เมื่อครั้งเริ่มต้นดำเนินการ

6. ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง รายได้โดยเฉลี่ยจากการดำเนินการสุทธีก่อนหักต้นทุน ดอกเบี้ย และภาษี คำนวณจากยอดขายของโรงแรมที่พักตลอดทั้งปีหาร 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 โรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักมากกว่า 2,500 บาท

กลุ่มที่ 2 โรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักระหว่าง 1,500 – 2,499 บาท

กลุ่มที่ 3 โรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักระหว่าง 1,000 – 1,499 บาท

กลุ่มที่ 4 โรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักระหว่าง 500 – 999 บาท

กลุ่มที่ 5 โรงแรมที่มีระดับราคาห้องพักต่ำกว่า 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 และหน่วยงานวิชาการเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งการรับรู้ในผลประโยชน์ที่จะได้รับและผลประโยชน์ที่อาจสูญเสียไปจากการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ

การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การรับรู้ถึงความสำคัญในการประสานความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มภายในธุรกิจเดียวกัน ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมที่พักภายในเขตเมืองพัทยา ด้วยความไว้วางใจและสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกันเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนทรัพยากร เช่น ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร บุคลากร เป็นต้น

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

เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การรับรู้ถึงความเหมาะสมด้านปัจจัยในการรวมกลุ่มว่าเมื่อไรควรเริ่มมีการรวมกลุ่ม การเข้าร่วมการสิ้นสุด หรือสถานการณ์ที่เหมาะสมในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ เช่น ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหรือช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว เมื่อเกิดปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งระยะในการรวมกลุ่มควรนานเท่าใด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่จะได้จากการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ โดยความร่วมมือและการพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างเครือข่ายเพื่อตอบสนองความต้องการและการแก้ปัญหาาร่วมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาความสามารถและศักยภาพของกิจการ