

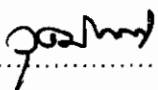
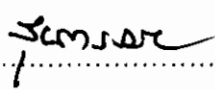
แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและกมณาคมขนส่ง
ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

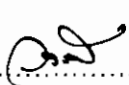
ธีราวุธ ธีระจารุวัฒน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
พฤษภาคม 2552
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ ธีราวุธ ธีระจารุวัฒน์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา

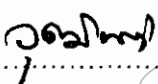
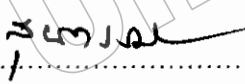
คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

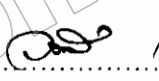
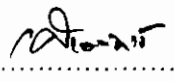
 อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชادی สุนทรสมย์)

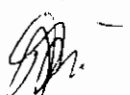
 อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ์ เดียวอิศเรศ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

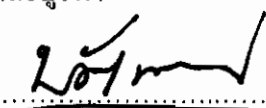
ประธาน
(รองศาสตราจารย์ สมชาย เดชะพรหมพันธุ์)

 กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชادی สุนทรสมย์)

 กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. วรรณิ์ เดียวอิศเรศ)

 กรรมการ
(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)

วันที่ ๑๐ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๒

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมย์ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้การสนับสนุน ให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ และเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ์ เดียววิเศษ และรองศาสตราจารย์ สมชาย เศรษฐพรหมพันธุ์ ที่กรุณาเป็นกรรมการที่ปรึกษาและให้โอกาสผู้วิจัยได้สอบปากเปล่าวิทยานิพนธ์ได้สำเร็จลุล่วง รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปรับปรุงให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้กรุณาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณ คุณอิทธิพล คุณปลื้ม คุณนิติ คงกรุด คุณโสภณ เทพจักร คุณจำรูญ วิสวชัยพันธ์ และคุณธวัช เพ็ญบุญนาท ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่า เป็นเกียรติเข้าร่วมงานสัมมนาและเป็นวิทยากรพิเศษในการเผยแพร่ความรู้และประสบการณ์อย่างลึกซึ้ง และขอขอบพระคุณผู้ประกอบการ / ผู้จัดการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ในการให้ความร่วมมือและสละเวลาตอบแบบสอบถามและให้สัมภาษณ์ด้วยความสะดวกเรียบร้อย จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

และขอขอบคุณพลตร ขึ้นอุปการนันท์ และกฤติยา สัตยพานิช เพื่อน ๆ ที่ร่วมทำวิทยานิพนธ์เรื่องแนวทางในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงแรมที่พัก และร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ให้ความช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์และการเก็บข้อมูลมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณนางอัญชลี กรศิริวิไล ผู้เป็นมารดา และนางสาว วิไลลักษณ์ กรศิริวิไล ผู้ให้โอกาสในการศึกษาแก่ผู้วิจัยในครั้งนี้ คุณค่าและประโยชน์อันพึงได้จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบเป็นสิ่งบูชาพระคุณบิดา มารดา ครูบาอาจารย์ และผู้มีพระคุณที่เป็นแรงสนับสนุนของผู้วิจัยทุกท่าน

ธีราวุธ ธีระจารุวัฒน์

49925199 : สาขาวิชา : การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ; กจ.ม. (การจัดการ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนา / เครือข่ายวิสาหกิจ / การท่องเที่ยว / ผู้ประกอบการ / วิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม / ร้านค้าของที่ระลึก / คมนาคมขนส่ง

ธีราวุธ ธีระจารุวัฒน์ : แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของ
ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคม
ขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (AN EMERGING OF TOURISM CLUSTER
DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM SOUVENIR SHOP AND TRANSPORTATION
ENTERPRISES IN PATTAYA CITY, CHONBURI PROVINCE) อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ :
วุฒิชัย สุนทรสมัย , D.B.A. , 301 หน้า. ปี พ.ศ. 2552.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่าย
วิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและ
คมนาคมขนส่งตามปัจจัยและความสนใจของผู้ประกอบการ และประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่ม
เครือข่ายวิสาหกิจเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของ
ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจ
ร้านค้าของที่ระลึก พบว่า ผู้ประกอบการที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6
หรือต่ำกว่า เป็นกิจการที่มีลูกค้าหลักเดินทางมาเอง (Walk-in) และลูกค้าจากรูปทัวร์ และ
ผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ มีความรู้ความเข้าใจเรื่อง
เครือข่ายวิสาหกิจมากกว่าสถานประกอบการที่ไม่มีคุณลักษณะดังกล่าวข้างต้น ในขณะที่ผู้ประกอบการ
คมนาคมขนส่ง พบว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จบการศึกษาระดับอนุปริญญา
ดำเนินธุรกิจในลักษณะบริษัทจำกัด มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการระหว่าง 7 – 9 ปี มีการจ้างงาน
ระหว่าง 11 – 20 คน และมีทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,001 – 5,000,000 บาท มีความรู้
ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจมากกว่าสถานประกอบการที่ไม่มีคุณลักษณะดังกล่าวข้างต้น

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่
ระลึกพบว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีลูกค้าหลักประเภท
อื่นๆ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าจากบริษัท / ห้างร้าน / หน่วยงานราชการ และกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา
มีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าสถานประกอบการที่ไม่มีคุณลักษณะดังกล่าวข้างต้น ในขณะที่
ผู้ประกอบการคมนาคมขนส่งพบว่า กิจการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 1000,001 – 500,000

บาท มีลูกค้าหลักจากกรุ๊ปทัวร์ มีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าสถานประกอบการที่ไม่มี
คุณลักษณะดังกล่าวข้างต้น

สำหรับผลการวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจระบุว่า ศักยภาพของ
เครือข่ายวิสาหกิจที่ของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกอยู่ในกลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจสูง และมี
ความสามารถในการแข่งขันระดับปานกลาง ส่วนธุรกิจคมนาคมขนส่งอยู่ในกลุ่มที่มีระดับความรู้
ความเข้าใจสูง และมีความสามารถในการแข่งขันครอบคลุมระดับปานกลางและระดับสูง ซึ่งเมื่อ
พิจารณาแล้วสามารถพัฒนาให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจร่วมกันได้ทั้งภายในและ
ภายนอกอุตสาหกรรม ซึ่งนำไปสู่แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวที่เกิดจาก
ความร่วมมือระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐ โดยมีสถาบันการศึกษาคอยให้ข้อมูล
เชิงวิชาการ ทั้งนี้ควรมีการกำหนดแนวทางการปฏิบัติร่วมกันอย่างชัดเจนเพื่อผลลัพธ์ที่ได้ คือ
การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโดยรวมอย่างยั่งยืน

49925199 : MAJOR : SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT ; M.M.
(SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT)

KEYWORDS : TOURISM / CLUSTER / DEVELOPMENT / SMEs / SOUVENIR SHOP /
TRANSPORTATION

THEERAWUT THEERAJARUWAT : AN EMERGING OF TOURISM CLUSTER
DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM SOUVENIR SHOP AND TRANSPORTATION
ENTERPRISES (SMEs) IN PATTAYA CITY, CHONBURI PROVINCE : VUTTHICHAT
SOONTHONSMAI , D.B.A. , 301 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 souvenir shops and transportation in Pattaya city. The combination of quantitative and qualitative research designs was adopted for this study. Population and samples used for the study comprised business operators or those having decision authority on transportation and souvenir shops businesses administration in Pattaya City. Descriptive statistics were applied for quantitative data. Regarding the qualitative data analysis obtained from the in-dept interview records, content competitiveness analysis (Diamond model) and business environment analysis (SWOT Analysis) were conducted.

The results on the analysis of the knowledge and understanding of the tourism cluster for souvenir shop business operators and operations, in the personal aspect, were run by those graduating with a bachelor degree, and Grade 12 or lower; and, in the business operation aspect, their customers were the walk-ins and the tour groups, they had more knowledge and understanding on tourism clusters than those without the mentioned quality. At the same time, the businesses with the characteristics of transportation business revealed that the businesses with the characteristics of enterprises and operations regarding personal data were those run by those with age between 31 and 40 years old, graduating with an associate degree, and regarding the aspect of business operation were those run in the form of company limited with the business operation duration between 7 and 9 years and staff employment between 11 and 20 persons. The

registered investment was between 1,000,001 and 5,000,000 baht, and they also had more knowledge and understanding on tourism cluster than those without the mentioned quality.

In regard to the analysis clearly indicated that the potential level for the tourism clusters of transportation were rated at the high level for the knowledge and understanding of the tourism clusters, and covering at the medium and high levels for the competitive capacity. For the souvenir shop business, its level of knowledge and understanding on tourism clusters was rated at a high level, but its competitive capacity was rated at a medium level. When considered as a whole, there were potentials for the development of tourism clusters both inside and outside the industries leading to the development approach for the tourism clusters through cooperation between Pattaya Business and Tourism Association and the government sector with assistance of educational institutions in presenting the relevant academic information. There was also determination for the clear operation guidelines according to the cooperative cluster development procedures resulting in the business competitiveness increase as a whole and sustainable tourism development.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ณ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ค
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	12
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)	19
ลักษณะและความสำคัญของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง	50
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	55
3 วิธีดำเนินการวิจัย	68
ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาวิจัย	69
รูปแบบการวิจัย	70
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	70
เครื่องมือการวิจัยและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	70
การเก็บรวบรวมข้อมูล	75
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	76

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	81
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	82
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก	82
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจคมนาคมขนส่ง	127
ผลการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก	161
ผลการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่ง	165
การวิเคราะห์ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก	169
การวิเคราะห์ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ของธุรกิจคมนาคมขนส่ง	178
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	188
สรุปผลการวิจัย	188
อภิปรายผล	195
แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง	214
ข้อเสนอแนะ	232
บรรณานุกรม	235
ภาคผนวก	246
ภาคผนวก ก	247
ภาคผนวก ข	254
ภาคผนวก ค	273
ภาคผนวก ง	278
ภาคผนวก จ	281
ประวัติย่อของผู้วิจัย	301

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1 ยุทธศาสตร์และนโยบายการพัฒนาเมืองพัทยา	14
2-2 กิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	18
2-3 ความแตกต่างระหว่างเครือข่าย (Network) กับเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)	25
4-1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจร้านค้า ของที่ระลึก	82
4-2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยการประกอบธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนก ตามประเภทลูกค้าหลัก	84
4-3 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยการประกอบธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนก ตามการรวมกลุ่มทางธุรกิจ	85
4-4 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยการประกอบธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนก ตามสถานภาพการเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจปัจจุบัน	85
4-5 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยการประกอบธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนก ตามความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	86
4-6 ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจ ร้านค้าของที่ระลึก	87
4-7 ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก	88
4-8 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามปัจจัยการผลิต ..	89
4-9 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามเงื่อนไขด้าน อุปสงค์	90
4-10 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	91
4-11 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามบริบท การแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	92
4-12 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามเหตุการณ์ ที่ควบคุมไม่ได้	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4 – 13 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามปัจจัยจาก หน่วยงานภาครัฐ	93
4 – 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามเพศ	95
4 – 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามอายุ	96
4 – 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามระดับการศึกษา	98
4 – 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามประเภทกิจการ	100
4 – 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนิน งาน	102
4 – 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามจำนวนการจ้างงาน	103
4 – 20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามทุนจดทะเบียน	105
4 – 21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	106
4 – 22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามประเภทลูกค้า	108
4 – 23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามการรวมกลุ่มทางธุรกิจ.....	109
4 – 24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามความสนใจในการรวม กลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	111

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4 – 25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามเพศ	112
4 – 26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามอายุ	113
4 – 27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามระดับการศึกษา	115
4 – 28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามประเภทกิจการ	117
4 – 29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	119
4 – 30 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามจำนวนการจ้างงาน	120
4 – 31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามทุนจดทะเบียน	121
4 – 32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	122
4 – 33 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามประเภทลูกค้า	124
4 – 34 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามการรวมกลุ่มทางธุรกิจ	125
4 – 35 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	126
4 – 36 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจ คมนาคนชนส่ง	127
4 – 37 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยการประกอบธุรกิจคมนาคนชนส่ง จำแนกตาม ประเภทลูกค้าหลัก	129

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4 – 38 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยการประกอบธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามการรวมกลุ่มทางธุรกิจ	129
4 – 39 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยการประกอบธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามสถานภาพการเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจปัจจุบัน	130
4 – 40 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยการประกอบธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	130
4 – 41 ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่ง	131
4 – 42 ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่ง	132
4 – 43 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามปัจจัยการผลิต	133
4 – 44 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามเงื่อนไขด้านอุปสงค์	134
4 – 45 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	135
4 – 46 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	136
4 – 47 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	137
4 – 48 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐ	137
4 – 49 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามเพศ	139
4 – 50 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามอายุ	140
4 – 51 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามระดับการศึกษา	141

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4 – 52 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามประเภทกิจการ	142
4 – 53 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน ..	143
4 – 54 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามจำนวนการจ้างงาน	144
4 – 55 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามทุนจดทะเบียน	145
4 – 56 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	146
4 – 57 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามประเภทลูกค้า	148
4 – 58 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามการรวมกลุ่มทางธุรกิจ	149
4 – 59 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามความสนใจในการรวม กลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	150
4 – 60 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามเพศ	151
4 – 61 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามอายุ	152
4 – 62 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามระดับการศึกษา	153
4 – 63 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามประเภทกิจการ	154

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4 – 64 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ คมนาคมขนส่ง จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	155
4 – 65 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ คมนาคมขนส่ง จำแนกตามจำนวนการจ้างงาน	156
4 – 66 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ คมนาคมขนส่ง จำแนกตามทุนจดทะเบียน	157
4 – 67 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ คมนาคมขนส่ง จำแนกตามยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน	158
4 – 68 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ คมนาคมขนส่ง จำแนกตามประเภทลูกค้า	159
4 – 69 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ คมนาคมขนส่ง จำแนกตามการรวมกลุ่มทางธุรกิจ	160
4 – 70 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ คมนาคมขนส่ง จำแนกตามความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	161
4 – 71 ผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนก ตามปัจจัยการผลิต	169
4 – 72 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามเงื่อนไขด้าน อุปสงค์	170
4 – 73 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	171
4 – 74 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามบริบทของ การแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	172
4 – 75 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามเหตุการณ์ที่ ควบคุมไม่ได้	173
4 – 76 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามปัจจัยจาก หน่วยงานภาครัฐ	173

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4 – 77 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก	174
4 – 78 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านความสามารถใน การแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก	176
4 – 79 การประเมินขอบเขตของระดับศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจด้าน การท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	177
4 – 80 ผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตาม ปัจจัยการผลิต	179
4 – 81 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามเงื่อนไขด้าน อุปสงค์	180
4 – 82 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	181
4 – 83 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามบริบทของ การแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	181
4 – 84 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามเหตุการณ์ที่ ควบคุมไม่ได้	182
4 – 85 ระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามปัจจัยจาก หน่วยงานภาครัฐ	186
4 – 86 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านความรู้ความเข้าใจ เรื่องเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจคมนาคมขนส่ง	184
4 – 87 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านความสามารถใน การแข่งขัน ของธุรกิจคมนาคมขนส่ง	185
4 – 88 การประเมินขอบเขตของระดับศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจด้าน การท่องเที่ยวของธุรกิจคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	186
5 – 1 ผลลัพธ์ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในระยะต่าง ๆ	228

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2-1 อัตรการเติบโตของการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาที่มีความอ่อนไหวต่อเหตุการณ์ และปัจจัยทางลบที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกประเทศ	16
2-2 รายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวเมืองพัทยา จำแนกตามประเภทการใช้จ่ายต่างๆ	19
2-3 แผนภาพคลัสเตอร์ (Cluster Map)	35
2-4 ภาพรวมการตรวจสอบความก้าวหน้าในการพัฒนาคลัสเตอร์	38
2-5 ความสัมพันธ์ที่สมบูรณ์ของกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน	41
2-6 ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ	47
3-1 ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาวิจัย	69
4-1 ระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในแต่ละด้านของธุรกิจ ร้านค้าของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	175
4-2 ระดับความสามารถในการแข่งขันแต่ละด้านของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	176
4-3 ศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้า ของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	178
4-4 ระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในแต่ละด้านของธุรกิจ คมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	185
4-5 ระดับความสามารถในการแข่งขันแต่ละด้านของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ในเขต เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	186
4-6 ศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจคมนาคมขนส่ง ในเขต เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	187
5-1 ระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในแต่ละด้านของธุรกิจ ร้านค้าของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	196
5-2 ระดับความสามารถในการแข่งขันแต่ละด้านของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ในเขตเมือง พัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ได้จากการหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก	200

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
5-3 ความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในแต่ละด้านของธุรกิจคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	204
5-4 ระดับความสามารถในการแข่งขันแต่ละด้านของธุรกิจคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ได้จากการหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก	208
5-5 ระดับศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	211
5-6 ศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	213
5-7 รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ร่วมกับธุรกิจท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	217
5-8 ระยะเวลาพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา	221
5-9 แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	223
5-10 แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา	231
5-11 ภาพความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจพัทยา	233