

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและขนมขบเคี้ยว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Mixed – Method) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เพื่อการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการประกอบธุรกิจ และความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและขนมขบเคี้ยว ที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจและความสามารถในการแข่งขัน ร่วมกับการประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและขนมขบเคี้ยว (SMEs) ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยเก็บข้อมูลจากธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จำนวน 34 แห่ง และธุรกิจขนมขบเคี้ยวในเขตเมืองพัทยา จำนวน 4 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์แอลฟา โดยวิธี Cronbach's Alpha ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .89 และ .89 ตามลำดับ

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาคำตอบในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์เชิงคุณภาพจะวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะสรุปผลและอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก

ส่วนที่ 1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการประกอบธุรกิจ และความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ดังนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 21 คน ร้อยละ 61.8 ช่วงอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คือ 14 คน ร้อยละ 41.2 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 คือ 18 คน ร้อยละ 53.0 ประเภทกิจการส่วนใหญ่เป็นเจ้าของคนเดียว จำนวน 30 แห่ง ร้อยละ 88.2 มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 9 ปี คือ 16 แห่ง ร้อยละ 47.1 จำนวนการจ้างงานต่ำกว่า 10 คน จำนวน 32 แห่ง ร้อยละ 94.1 มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1,000,000 บาท คือ 23 แห่ง ร้อยละ 67.6

และมียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ต่ำกว่า 100,000 บาท จำนวน 24 แห่ง ร้อยละ 70.6 ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่เดินทางมาเอง จำนวน 32 แห่ง ร้อยละ 94.1

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านค้าของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่ไม่เคยมีการรวมกลุ่มทางธุรกิจใด ๆ จำนวน 32 แห่ง ร้อยละ 94.1 และเคยรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคม/ชมรม จำนวน 2 แห่ง ร้อยละ 5.9 ในจำนวนนี้เป็น การรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จำนวน 2 แห่ง ร้อยละ 100.0 แต่ปัจจุบันทั้ง 2 แห่งนี้ ไม่ได้เป็นสมาชิกแล้ว ทั้งนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สนใจที่จะรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ จำนวน 16 แห่ง ร้อยละ 47

ส่วนที่ 1.2 ผลการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจสูงสุดในด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ ($\mu = 4.13$) รองลงมา ได้แก่ ด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ($\mu = 3.86$) ด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ($\mu = 3.76$) และด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ ($\mu = 3.71$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความเข้าใจและตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ อยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 3.59$)

ส่วนที่ 1.3 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านค้าของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นไปได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ ($\mu = 2.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสามารถในการแข่งขันที่อยู่ในระดับที่เป็นโอกาสต่อธุรกิจสูงสุดในด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ($\mu = 2.52$) รองลงมา ได้แก่ ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ($\mu = 2.51$) ปัจจัยหน่วยงานภาครัฐ ($\mu = 2.42$) และด้านปัจจัยการผลิต ($\mu = 2.35$) ส่วนบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ ($\mu = 2.32$) อยู่ในระดับที่เป็นไปได้ทั้งโอกาสและอุปสรรค ในขณะที่ความสามารถในการแข่งขันด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ ($\mu = 1.32$) อยู่ในระดับที่เป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ

ส่วนที่ 1.4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่องความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการประกอบธุรกิจ และความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการ เพศ และช่วงอายุที่ต่างกันของผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้าน

การท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับมาก

ในขณะที่ระดับการศึกษาที่ต่างกันของผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกัน โดยปริญญาตรีและระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า อยู่ในระดับมาก ส่วนระดับอนุปริญญา อยู่ในระดับปานกลาง

ประเภทกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ จำนวนการจ้างงาน ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันของกิจการ ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับมาก

กิจการที่มีประเภทลูกค้าต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกัน โดยกิจการที่มีประเภทลูกค้าจากรูปทัวร์และประเภทลูกค้าที่เดินทางมาเอง อยู่ในระดับมาก ส่วนกลุ่มลูกค้าประเภทอื่น ๆ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าจากบริษัท / ห้างร้าน / หน่วยงานราชการ และกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา อยู่ในระดับปานกลาง

การรวมกลุ่มทางธุรกิจของกิจการส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมของผู้ประกอบการไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับมาก

และความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ มีความรู้ความเข้าใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ประกอบการที่ไม่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ มีความรู้ความเข้าใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 1.5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่องความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามปัจจัยผู้ประกอบการธุรกิจ พบว่า เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับที่เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ

ช่วงอายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นโอกาสต่อธุรกิจ ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ

ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นโอกาสต่อธุรกิจ ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา และระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ

ประเภทกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนการจ้างงาน ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับที่เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ

ประเภทลูกค้าที่ต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีลูกค้าประเภทอื่น ๆ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าจากบริษัท / ห้างร้าน / หน่วยงานราชการ และกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นโอกาสต่อธุรกิจ ส่วนผู้ประกอบการที่มีประเภทลูกค้าที่เดินทางมาเอง และลูกค้าจากรีปัทว์ มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ

การรวมกลุ่มทางธุรกิจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับที่เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ

ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับที่เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจคมนาคมขนส่ง

ส่วนที่ 2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการประกอบธุรกิจ และ ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ของผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการเป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวนเท่ากัน คือ 2 คน ร้อยละ 50.0 มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 3 คน ร้อยละ 75.0 จบการศึกษาระดับอนุปริญญา จำนวน 3 คน ร้อยละ 75.0 ประเภทกิจการส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด จำนวน 3 แห่ง ร้อยละ 75.0 มีระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 7-9 ปี จำนวน 3 แห่ง ร้อยละ 75.0 จำนวนการจ้างงานระหว่าง 11-20 คน จำนวน 3 แห่ง ร้อยละ 75.0 ทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 1,000,001-5,000,000 บาท จำนวน 3 แห่ง ร้อยละ 75.0 และมียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 100,001-500,000 บาท จำนวน 2 แห่ง ร้อยละ 66.7 ประเภทลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่เดินทางมาเอง มากที่สุด จำนวน 4 แห่ง ร้อยละ 100.0

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เคยรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคม / ชมรม จำนวน 2 แห่ง ร้อยละ 50.0 ในจำนวนนี้เป็นการรวมกลุ่มในรูปแบบสมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวเมืองพัทยา และ สหกรณ์ เคนรพทยา จำกัด จำนวน 1 แห่งเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50.0 และปัจจุบันยังคงเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทั้ง 2 แห่ง ร้อยละ 100.0 ทั้งนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ จำนวน 2 แห่ง ร้อยละ 50

ส่วนที่ 2.2 ผลการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่ง สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจสูงสุดในด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ($\mu = 4.10$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ ($\mu = 3.95$) และด้านเงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ($\mu = 3.75$) ซึ่งอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความเข้าใจและความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ($\mu = 3.62$) และการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ ($\mu = 3.50$) อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 2.3 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจคมนาคมขนส่ง สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นไปได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ ($\mu = 2.31$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสามารถในการแข่งขันที่อยู่ในระดับที่เป็นโอกาสต่อธุรกิจสูงสุดในด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ($\mu = 2.75$) บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ ($\mu = 2.75$) รองลงมา ได้แก่ ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ($\mu = 2.42$) และด้านปัจจัยการผลิต ($\mu = 2.38$) ในขณะที่ความสามารถในการแข่งขันด้านปัจจัยหน่วยงานภาครัฐ ($\mu = 2.14$) อยู่ในระดับที่เป็นไปได้ทั้งโอกาสและอุปสรรค ส่วนความสามารถในการแข่งขันด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ ($\mu = 1.44$) อยู่ในระดับที่เป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ

ส่วนที่ 2.4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่องความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการประกอบธุรกิจ และความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการ พบว่า เพศที่ต่างกันของผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับมาก

ช่วงอายุที่ต่างกันของผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกัน โดยช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี อยู่ในระดับมาก ส่วนช่วงอายุระหว่าง 41 – 50 ปี อยู่ในระดับปานกลาง

ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้าน

การท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกัน โดยระดับอนุปริญญา อยู่ในระดับมาก ส่วนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า อยู่ในระดับปานกลาง

ประเภทกิจการต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกัน โดยบริษัทจำกัด อยู่ในระดับมาก ส่วนประเภทกิจการอื่น ๆ ได้แก่ สหกรณ์จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกัน กิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 7-9 ปี อยู่ในระดับมาก ส่วนกิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 9 ปี อยู่ในระดับปานกลาง

จำนวนการจ้างงานที่ต่างกัน ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกัน โดยกิจการที่มีจำนวนการจ้างงานระหว่าง 11-20 คน อยู่ในระดับมาก ส่วนกิจการที่มีจำนวนการจ้างงานต่ำกว่า 10 คน อยู่ในระดับปานกลาง

ทุนจดทะเบียนที่ต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมแตกต่างกัน โดยกิจการที่มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,001 - 5,000,000 บาท อยู่ในระดับมาก ส่วนกิจการที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1,000,000 บาท อยู่ในระดับปานกลาง

ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทลูกค้า และการรวมกลุ่มทางธุรกิจที่ต่างกันของกิจการ ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับมาก

ความสนใจในการรวมกลุ่มทางธุรกิจส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 2.5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่องความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจคมนาคมขนส่ง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการประกอบการธุรกิจ และความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ พบว่า เพศที่ต่างกันของผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับที่เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ

ช่วงอายุ ระดับการศึกษา ประเภทกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ จำนวนการจ้างงาน ทุนจดทะเบียน ที่ต่างกันของผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับที่เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ

ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันของผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมแตกต่างกัน โดยกิจการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 100,001 - 500,000 บาท มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นโอกาสต่อธุรกิจ ส่วนผู้ประกอบการที่มี

ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ

ประเภทลูกค้าที่ต่างกันของผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีประเภทลูกค้าจากรูปทัวร์ มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นโอกาสต่อธุรกิจ ส่วนผู้ประกอบการที่มีประเภทลูกค้าที่เดินทางมาเอง มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ

การรวมกลุ่มทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับที่เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ

และความสนใจในการรวมกลุ่มทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งอยู่ในระดับที่เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ

ส่วนที่ 3 ผลการสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ปัจจัยการผลิตมีโอกาสในการแข่งขันเป็นบวกในด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สวยงามหลากหลาย ในขณะที่ด้านทรัพยากรทุนประสบปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่สนับสนุนธุรกิจ เจอนไขอุปสงค์มีโอกาสที่ดีจากปริมาณการท่องเที่ยวที่สูงในช่วงฤดูท่องเที่ยว โดยส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีกำลังซื้อสูง สำหรับในช่วง Low – Season ก็จะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยที่อานาจการซื้อต่ำกว่าในฤดูท่องเที่ยวมาทดแทน อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกันมีโอกาสที่ดีจากผู้ผลิตและผู้จัดหาดูดิบเข้ามาติดต่อขายสินค้าที่หลากหลาย ซึ่งสำหรับธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกที่มีที่ตั้งหน้าร้านที่เป็นห้องแถวหรือที่มีความน่าเชื่อถือเท่านั้น ในขณะที่ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกไม่มีการรวมกลุ่มและไม่มีการเข้าไปร่วมหรือเชื่อมโยงกับกลุ่ม ชมรม สมาคมใด ๆ ทำให้ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจบางส่วนลดลง บริบทการแข่งขันและการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจซึ่งธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกในเมืองพัทยามีจำนวนมาก มีการกระจายและกระจุกตัวตามพื้นที่ท่องเที่ยว การดำเนินกิจการเป็นแบบต่างคนต่างทำมาหากิน ไม่มีการติดต่อและเชื่อมโยงเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและการดำเนินธุรกิจกัน เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ก่อให้เกิดอุปสรรคในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันอย่างมาก จากปัญหาการเมืองที่ผ่านมาและวิกฤติเศรษฐกิจในปัจจุบัน ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐถือเป็นปัจจัยบวกจากการให้การสนับสนุนในหลายด้านที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวและภาคเอกชน

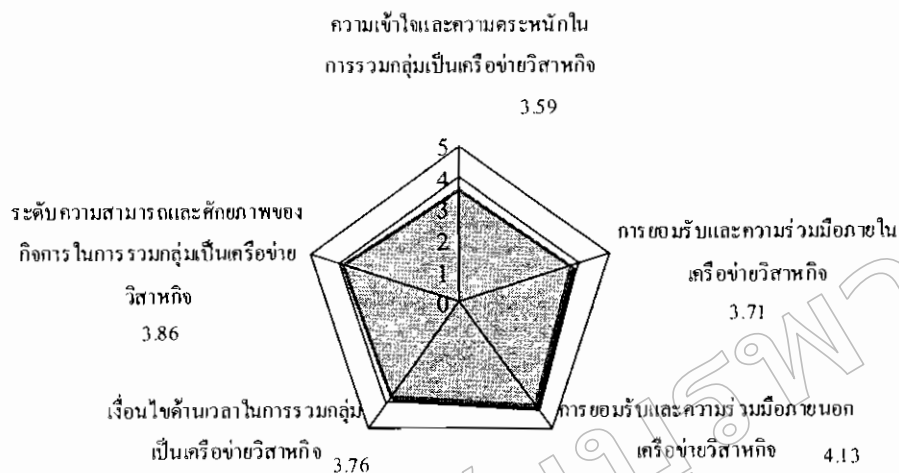
ส่วนที่ 4 ผลการสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้ประกอบการธุรกิจ คมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จาก จำแนกตามปัจจัยหลัก 4 ด้าน และปัจจัยเสริม 2 ด้าน (Diamond Model) สรุปได้ว่า ปัจจัยการผลิตมีโอกาสในการแข่งขันเป็นบวกในด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สวยงามหลากหลาย ในขณะที่ด้านทรัพยากรมนุษย์ขาดทักษะการบริการที่เป็นมาตรฐาน **เงื่อนไขอุปสงค์** มีโอกาสที่ดีจากปริมาณการท่องเที่ยวที่สูงในช่วงฤดูท่องเที่ยว โดยส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีกำลังซื้อสูง ทั้งนี้ธุรกิจ คมนาคมขนส่งประสบปัญหาในช่วง Low – Season ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทยที่ อำนวยความสะดวกต่ำกว่าและมียานพาหนะมาเองทำให้ขาดรายได้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและ สนับสนุนกันมีโอกาสที่ดีจากผู้ผลิตและผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่จำนวนมาก มีการเชื่อมโยงกัน อย่างไม่เป็นทางการ บริบทการแข่งขันและการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจสำหรับธุรกิจคมนาคมขนส่งมี การรวมกลุ่มภายในกันเป็นสหกรณ์ การรวมกลุ่มกันอย่างไม่เป็นทางการ มีการแลกเปลี่ยนข่าวสาร มีส่งต่อลูกค้ากัน ไม่มีการแข่งขันในการตัดราคา ทั้งนี้ยังคงไม่มีการร่วมมือ เชื่อมโยงกับภายนอก องค์กร ซึ่งทำให้ศักยภาพในการแข่งขันบางด้านของธุรกิจลดลง เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ก่อให้เกิด อุปสรรคในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันอย่างมาก จากปัญหาการเมืองที่ผ่านมาและ วิกฤติเศรษฐกิจในปัจจุบัน ปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐถือเป็นปัจจัยบวกจากการให้การสนับสนุนใน หลายด้านที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวและภาคเอกชน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่องความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ในเขต เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สามารถสรุปประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก

ส่วนที่ 1.1 ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านค้าของที่ระลึก พิจารณาโดย ภาพรวมทั้ง 5 ด้าน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกส่งมีความรู้ความเข้าใจเรื่อง เครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจสูงสุดและมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจน้อย ที่สุด ดังภาพที่ 5 – 1



ภาพที่ 5-1 ระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในแต่ละด้านของธุรกิจ
ร้านค้าของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกมีความรู้ความเข้าใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกมีระดับความรู้ความเข้าใจสูงสุดในการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ เนื่องจากธรรมชาติของธุรกิจเดียวกันจะถือว่าเป็นคู่แข่งกัน ทำให้เกิดความไม่เชื่อใจกันและเกรงว่าคู่แข่งจะรู้ความลับของตนเอง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงยินดีที่จะรวมกลุ่มเครือข่ายภายนอกธุรกิจมากกว่า (Bogdan, 2007; Stuart, 2002; Martin & Sunley, 2003) ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้เป็นไปตามแนวคิดของพอร์เตอร์ (Porter, 1998) ที่กล่าวว่า เครือข่ายวิสาหกิจคือ กลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้องมารวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน มีความร่วมมือ เกื้อหนุน เชื่อมโยง และเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร โดยความเชื่อมโยงในแนวดังเป็นความเชื่อมโยงของผู้ประกอบการธุรกิจตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำและความเชื่อมโยงแนวนอนเป็นความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมสนับสนุนต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยและพัฒนา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งแนวคิดนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของรัชนีกร วุฒิสรรพไพบุรณ์ (2547) ที่ได้กล่าวไว้ว่า เครือข่ายวิสาหกิจเกิดจากความร่วมมือกันและการเชื่อมโยงต่อกันตลอดเวลาของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม ที่รวมตัวกันอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ผู้ประกอบการผู้ป้อนวัตถุดิบ และอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่ต่อเนื่องทั้งหมด สถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัยพัฒนาองค์กรและสมาคมในภาคเอกชน ตลอดจนหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และแผนการดำเนินการ เพื่อพัฒนา ปรับปรุงสภาพแวดล้อมของทั้ง

อุตสาหกรรมร่วมกัน ซึ่งความร่วมมือและความเชื่อมต่อกันดังกล่าวจะก่อให้เกิดการกระจายด้านความรู้ รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการผลิตร่วมกัน และสามารถสร้างนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่ช่วยยกระดับการดำเนินธุรกิจให้เติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุชาดา แจสุรภาพ (2547) พบว่าการรวมกลุ่มภายนอกธุรกิจช่วยลดการรุนแรงในการแข่งขัน และยังนำมาซึ่งผลประโยชน์อื่น ๆ ร่วมกัน ซึ่งการรวมกลุ่มภายในธุรกิจเดียวกันไม่สามารถมีผลผลิตภาพการผลิตสูงกว่าการรวมกลุ่มภายนอกธุรกิจที่จะช่วยพัฒนาในด้านต่าง ๆ ซึ่งการเชื่อมโยงกับภาคส่วนต่าง ๆ เช่น สมาคม ชมรม ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษา ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีความสามารถในการแข่งขันที่เข้มแข็ง ดังเช่นในงานวิจัยของอภิญา เกษตรเอี่ยม (2544; หน้า 27) ที่กล่าวไว้ว่า การจะพัฒนาการท่องเที่ยวให้ได้ผลดี จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับธุรกิจต่อเนื่องหรือธุรกิจข้างเคียงที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วย เพราะเมื่อการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้นเป็นผลให้อำนาจความสะดวกและบริการพื้นฐานที่รองรับนักท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ต้องปรับตัวให้มีความหลากหลายและเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวไปด้วย ซึ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น กิจการด้านโรงแรม กิจการร้านอาหาร กิจการด้านการขนส่ง กิจการการจัดนำเที่ยว เป็นต้น และที่เกี่ยวข้องโดยอ้อม เช่น การผลิตสินค้าเกษตรกรรมและสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

ส่วนความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจที่ผู้ประกอบการมีระดับความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด คือ ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ เนื่องจากธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยามีการดำเนินกิจการเป็นแบบต่างคนต่างทำมาหากิน ไม่มีการติดต่อและเชื่อมโยงเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและการดำเนินกิจการกัน ส่งผลต่อทักษะในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่เข้าใจและไม่เห็นถึงประโยชน์ของการรวมกลุ่มเพื่อเสริมศักยภาพในการดำเนินกิจการ และบางรายเห็นว่าการรวมกลุ่มทางธุรกิจอาจก่อให้เกิดปัญหาขัดแย้งทางธุรกิจ ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการบางส่วนมีความรู้ความเข้าใจในการรวมกลุ่มแต่ก็ยังคงขาดตัวกลางในการประสานสร้างความเข้าใจเพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มทางธุรกิจอย่างจริงจัง อีกทั้งการติดต่อประสานงาน การเชื่อมโยง หรือขอความร่วมมือจากภาครัฐยังมีไม่มากเท่าที่ควร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่หลีกเลี่ยงที่จะเข้าหาภาครัฐเนื่องจากส่วนใหญ่มีทัศนคติแบบกลัวการเข้าหาภาครัฐเพิ่มความยุ่งยากต่อการประกอบกิจการ มีทัศนคติในแง่ลบต่อหน่วยงานภาครัฐจึงมีการติดต่อกับภาครัฐตามความจำเป็น ทำให้กิจการขาดการสนับสนุนจากภาครัฐบางส่วนทำให้ศักยภาพในการดำเนินกิจการบางส่วนลดลง และคิดว่าการประกอบธุรกิจเพียงลำพังสามารถทำให้อุตสาหกรรมอยู่รอดได้มากกว่า ผลการศึกษาตรงกับงานวิจัยของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ

และสังคมแห่งชาติ (2549) พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของ
เครือข่ายวิสาหกิจและวิธีการแตกต่างกัน โดยเข้าใจว่า เครือข่าย เครือข่ายวิสาหกิจ / คลัสเตอร์ และ
เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เป็นเรื่องเดียวกัน ซึ่งที่จริงแล้วทั้ง 3 ประเภมีความหมายต่างกัน เป็นไป
ในทิศทางเดียวกันงานวิจัยของเทตส์คี้ สุวรรณปิฎก (2548) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเครือข่ายและ
การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทธุรกิจสมุนไพร
สำอาง ในจังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ประกอบการบางรายไม่เข้าใจความร่วมมือแบบเครือข่ายและ
การรวมกลุ่ม ส่วนผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มเครือข่าย อธิบายว่า ในกลุ่มยังขาดความเข้าใจใน
การร่วมกันจัดทำเครือข่าย จึงยังไม่ได้จัดทำ ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการเหล่านี้จะต้องการความร่วมมือ
แบบเครือข่าย ตรงกับงานวิจัยของนฤมล นิราทร (2542) กล่าวว่า การสร้างเครือข่ายควรเริ่มจาก
การตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างเครือข่าย เพื่อให้การทำงานบรรลุถึงเป้าหมาย โดยต้องทำ
ความเข้าใจร่วมกันว่า มีองค์กรใดบ้างที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่าย จะได้รับประโยชน์หรือผลประโยชน์
ใดบ้างที่จะต้องสูญเสียไป และการเข้าร่วมเครือข่ายจะใช้ระยะเวลานานเท่าใด

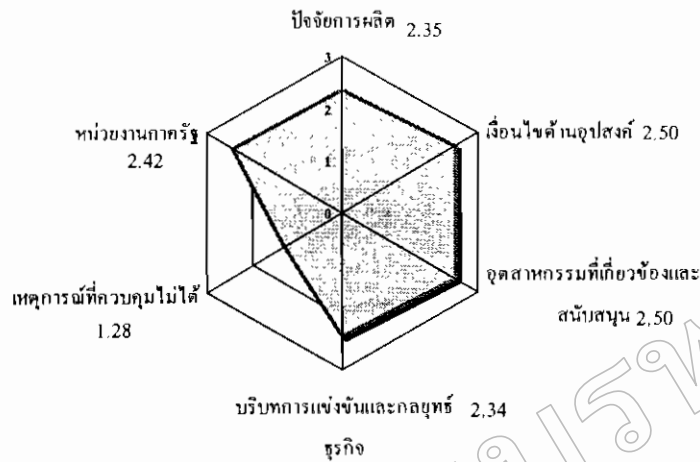
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้าน
การท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก พบว่า ผู้ประกอบการที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี
มีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจในภาพรวมมากกว่าผู้ประกอบการที่จบการศึกษา
ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เนื่องจาก ผู้ประกอบการเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นทายาทธุรกิจที่มีทัศนคติและ
แนวคิดการดำเนินงานใหม่ ๆ สามารถเรียนรู้ จดจำ และยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงของ
สถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดีกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรพงศ์ วงศ์แสนสุข (2551) พบว่า ระดับ
การศึกษามีผลต่อความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการธุรกิจนำ
เที่ยว ในเขตเมืองพัทยา สอดคล้องกับการศึกษาของ Rissal (1992, p. 1516) พบว่า ปัจจัยด้าน
พื้นฐานทางการศึกษาของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนต่อความสามารถในการแข่งขัน
ของผู้ประกอบการ

กิจการที่มีลูกค้าที่เดินทางมาเอง (Walk-in) และลูกค้าจากรูปทัวร์ มีระดับความรู้
ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจในภาพรวมมากกว่าผู้ประกอบการที่มีลูกค้าประเภทอื่น ๆ ได้แก่
กลุ่มลูกค้าจากบริษัท / ห้างร้าน / หน่วยงานราชการ และกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา เนื่องจาก
ลูกค้าที่เดินทางมาเองหรือจากรูปทัวร์นั้นอาจได้รับการส่งต่อลูกค้าจากเจ้าหน้าที่ของโรงแรมที่พัก
หรือบริษัททัวร์แนะนำ หรือบริษัททัวร์อาจติดต่อกับร้านค้าเพื่อนำลูกค้าทัวร์มาลงให้กับร้านค้าของ
ที่ระลึกทั้งรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ จึงอาจส่งผลให้ผู้ประกอบการเหล่านี้มีทัศนคติ
ที่ดีต่อความสัมพันธ์ เกื้อกูล เชื้องโยในรูปแบบเครือข่ายนั่นเอง ตรงกับแนวคิดของเกรียงศักดิ์
เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543) กล่าวว่า เครือข่ายทำให้มีการติดต่อและการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยน

ข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน และงานวิจัยของ Keller (2006) ที่ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งในและต่างประเทศ จะมีห่วงโซ่ธุรกิจสัมพันธ์ เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสถานบันเทิง เป็นต้น

และผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ มีระดับความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวโดยรวมมากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ เนื่องจาก คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การแสวงหาข้อมูลและการมีเครือข่าย แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการเหล่านี้มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาสช่วยในการศึกษาหาความรู้ใหม่ ๆ มาผนวกรวมกับประสบการณ์ที่มีอยู่เพื่อนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของพิชญารณ์ พุ่มไพศาลชัย (2537) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่มีคุณลักษณะที่สำคัญ คือ การแสวงหาโอกาส การมีเครือข่าย และการแสวงหาความรู้ใหม่ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังมีการศึกษาของ Steinhoff & Burgess (1993, pp. 37-38) ที่กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีต้องมีการแสวงหาความรู้หรือข้อมูลใหม่ ๆ เสมอ ตรงกับงานวิจัยของอาทิตย์ วุฒิกะโร (2543) พบว่า ลักษณะเด่นของผู้ประกอบการ คือ มีความสามารถในการเรียนรู้จากประสบการณ์ และแสวงหาความรู้เพิ่มเติมในเรื่องที่สนใจ และจากการศึกษาของกมลกานต์ เทพทรานนท์ และรัตติกรณ์ จงวิศาล (2549; หน้า 120) ยังพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการอย่างยิ่ง เหล่านี้จึงอาจเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจและมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าผู้ประกอบการที่ไม่สนใจในการรวมกลุ่มนั่นเอง

ส่วนที่ 2.1 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จำแนกตามปัจจัยหลัก 4 ด้าน และปัจจัยเสริม 2 ด้าน (Diamond Model) พบว่า ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นไปได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ และมีความสามารถในการแข่งขันสูงสุดในด้านเงื่อนไขอุปสงค์ และมีความสามารถในการแข่งขันด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้น้อยที่สุด



ภาพที่ 5-2 ระดับความสามารถในการแข่งขันแต่ละด้านของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ได้จากการหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก

ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก มีความสามารถในการแข่งขันสูงสุดในด้านเงินไขอุปสงค์ เนื่องจาก พัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากนักท่องเที่ยว เป็นเสมือนแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของอ่าวไทยด้านตะวันออก มีความสำคัญระดับภาค ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ ส่งผลให้ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งถือเป็นนักท่องเที่ยวหลักของเมืองพัทยาในปัจจุบัน (วนิดา วิชยประเสริฐกุล, 2541 ; หน้า 138) จึงทำให้ภาคธุรกิจต่าง ๆ ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกที่เป็นธุรกิจการท่องเที่ยวมีความสามารถในการแข่งขันในด้านเงินไขอุปสงค์อยู่ในระดับที่เป็นโอกาสต่อธุรกิจ ทั้งนี้ภายใต้การเติบโตอย่างรวดเร็วของเมืองพัทยาอาจส่งผลดีกับความสามารถและศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจภายในเมืองพัทยาเองและส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ แต่ในขณะเดียวกันการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ได้สร้างปัญหาให้เกิดขึ้นกับเมืองพัทยามากมายด้วยเช่นกัน และอาจทวีความรุนแรงขึ้นโดยลำดับหากปราศจากการร่วมกันหาทางออก กำหนดแนวทางแก้ไขปัญหา และปฏิบัติอย่างจริงจังจากทุกภาคส่วน สอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยของกิตติพงษ์ ประชุมแดง (2533), อรัญญา สุวรรณดี (2538), สุรีย์ บุญญานุพงษ์ (2539) อาคม พัฒิยะ และคณะ (2533) และพบว่าการท่องเที่ยวมีผลกระทบด้านลบมากกว่าด้านบวกต่อสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยเป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านการแต่งกาย ประเพณี การใช้เวลาว่าง การใช้ยาเสพติด ความสัมพันธ์ในหมู่เครือญาติและเพื่อนบ้าน และนำไปสู่ปัญหา

การพนัน อาชญากรรม หรือโสเภณีได้ นอกจากนี้การในงานวิจัยเรื่องพัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำของมณีวรรณ ผิวน้ำ และปรารถนา จันทพันธ์ (2547; หน้า 15) ยังแสดงให้เห็นว่าการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวที่พัฒนามาซึ่งผลกระทบหลายประการต่อชุมชนและสังคมภายในชุมชน โดยผลกระทบด้านลบที่พบ คือ ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาขยะ น้ำเสีย มลพิษทางอากาศและเสียง การทำลายทัศนียภาพของชุมชนในบริเวณตลาดน้ำ ทัศนคติและพฤติกรรมของคนในชุมชนที่มีต่อนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวโดยมองแค่เป็นแหล่งผลประโยชน์ จากสภาพการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบันอาจส่งผลกระทบทั้งในทางบวกและทางลบต่อธุรกิจธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ผู้ประกอบการบางรายอาจไม่สามารถต่อสู้กับสภาพการแข่งขันที่รุนแรงบวกกับเหตุการณ์แวดล้อมที่เข้ามากระทบจนทำให้ประสิทธิภาพการขาดทุนจนอาจถึงต้องปิดกิจการไป เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ปัญหาสภาพคล่องทางการเงิน เป็นต้น ทำให้ไม่สามารถบริหารงานต่อไปได้ ในขณะที่ผู้ประกอบการบางรายอาจนำวิกฤตแปลงให้เป็นโอกาสได้โดยการสร้างนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการหรือการบริการ การรวมกลุ่มเพื่อการอยู่รอดในร่วมการสร้างเทคนิคใหม่ ๆ ในการดึงดูดลูกค้า ทำการตลาด พัฒนาการบริการที่ประทับใจ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับสมชาย สกุลสุรรัตน์ (ม.ป.ป.) ที่พบว่าผู้ประกอบการที่เห็นว่าธุรกิจมีแนวโน้มหดตัวลง สาเหตุสำคัญมาจากมาจากการแข่งขันในธุรกิจสูง โดยแนวทางแก้ไข คือ การขยายฐานลูกค้า เช่นเดียวกับทิพา เพิ่มลาภ (2545, หน้า 104) ที่กล่าวว่า โครงสร้างตลาดที่มีผู้ผลิต มากมาย จึงมีการแข่งขันที่รุนแรงเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ผลิตต้องพยายามปรับปรุงคุณภาพสินค้า และต้องมีกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม ในขณะที่เดียวกันผู้ผลิตในไทยก็มีความร่วมมือ ช่วยเหลือกัน โดยการจัดตั้งสมาคมต่าง ๆ เพื่อร่วมมือกันแก้ปัญหาในด้านต่าง ๆ ด้วย อาจกล่าวได้ว่า ผู้ประกอบการเหล่านี้ต้องการที่จะหาช่องทางในการต่อสายโซ่อุปทานให้สมบูรณ์ขึ้นด้วยการเชื่อมโยงกับธุรกิจท่องเที่ยวด้วยกัน หรือแม้แต่กับหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา เพื่อแลกเปลี่ยนทรัพยากรที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ร่วมกัน รวมทั้งยังช่วยลดความรุนแรงในการแข่งและหันมาพึ่งพาซึ่งกันและกัน และฐานะเมืองเที่ยวที่สำคัญหน่วยงานภาครัฐก็ได้เข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับเมืองพัทยาเป็นอย่างดี ด้วยการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีแม้จะเป็นในช่วง Low – season ก็ตาม จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการได้รับโอกาสที่ดีในการเพิ่มศักยภาพให้กับธุรกิจ โดยในงานวิจัยของ ขวัญเชิญ ภาควิน (2546) ที่พบว่า ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม คือ ผู้ประกอบการ เงินทุนสนับสนุน และนโยบายภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับชาติเฉลิม สุรชัยชาญ (2544; บทคัดย่อ) ได้ชี้ให้เห็นว่า รัฐบาลยังคงต้องให้

การช่วยเหลือกำลังแรงงานทั้งในด้านเงินทุน ความรู้ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการพัฒนาขีดความสามารถในการทำงานต่อไป

ส่วนความสามารถในการแข่งขันด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้นั้นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ซึ่งถือเป็นอุปสรรคต่อธุรกิจ เนื่องจากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นโดยที่ไม่สามารถควบคุมได้นั้นจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการเหล่านั้นสามารถตั้งรับกับสถานการณ์เหล่านั้นได้ทันทั่วทั้งที่ ดังเช่นในช่วง ปี พ.ศ. 2532 – 2535 เกิดสงครามอ่าวเปอร์เซีย ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจทั่วโลก (วนิดา วิชยประเสริฐกุล, 2541; หน้า 138) พ.ศ. 2540 เกิดภาวะฟองสบู่แตกเศรษฐกิจฝืดเคืองไปทั่วโลก พ.ศ. 2546 เกิดวิกฤตใช้ชำระระบด ปลายปี พ.ศ. 2547 เกิดภัยพิบัติซึนามิ กระทบต่อการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี พ.ศ. 2548 และ พ.ศ. 2550 ถึงปัจจุบันไทยก็ยังคงประสบปัญหาความไม่สงบทางการเมืองทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศลดลง เหล่านี้เป็นเรื่องที่น่าห่วงและส่งผลกระทบต่อความรู้สึกและการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวลดลงจนทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสูญเสียรายได้ และอาจส่งผลทำให้เกิดภาวะการฉ้อโกงทุนได้

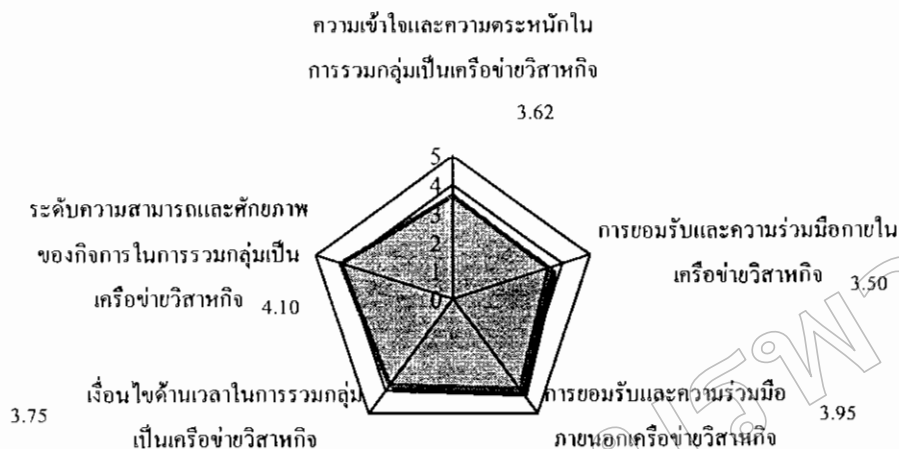
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก พบว่า ผู้ประกอบการที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมมากกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป เนื่องจากผู้ประกอบการที่อายุต่ำกว่า 30 ปี เป็นวัยแห่งการแสวงหาประสบการณ์ภายหลังจากการจบการศึกษา สอดคล้องกับการศึกษาของ Ennew et al. (1994) ที่รายงานว่า อายุมีความสำคัญกับการประกอบธุรกิจเป็นอย่างมาก

ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมมากกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา และระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า เนื่องจาก ผู้ที่จบการศึกษาปริญญาตรีได้ศึกษาเล่าเรียนทฤษฎีมากกว่าจึงทำให้มีมุมมองทางธุรกิจมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวีรดา เรืองรุ่ง (2550) พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรีมีมุมมองธุรกิจและการเรียนรู้สูงกว่าผู้ประกอบการที่จบการศึกษาในระดับอื่น ๆ เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของพิชญากรณ์ พุ่มไพศาลชัย (2537) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และจากการศึกษาของปริญันท์ กังวานปิยศักดิ์ (2550) พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความสามารถในการแข่งขันผู้ประกอบการกลุ่มอื่น แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการศึกษาของผู้ประกอบการมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการแตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Rissal (1992, pp. 1516) พบว่า ปัจจัยด้านพื้นฐานทางการศึกษาของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการที่มีประเภทลูกค้าอื่น ๆ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าจากบริษัท / ห้างร้าน / หน่วยงานราชการ และกลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมมากกว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทลูกค้าที่เดินทางมาเอง และลูกค้าจากกรุ๊ปทัวร์ เนื่องจาก กิจกรรมที่มีลูกค้าประเภทนี้ต้องมีศักยภาพและความพร้อมในด้านสถานที่ พนักงาน เงินทุน ฯลฯ ในการรองรับลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการ รวมทั้งมีการแสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกับธุรกิจอื่น ๆ เช่น ตัวแทนนำเที่ยว บริษัท หน่วยงานของรัฐ หรือสถาบันการศึกษา ในการส่งต่อลูกค้าระหว่างธุรกิจ หรือแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือความรู้ระหว่างกัน ดังเช่นงานวิจัยของนันทฤดี ฤกษ์นิยม (2547) พบว่า ผู้ประกอบการจำเป็นต้องติดต่อและเชื่อมโยงเครือข่ายกับธุรกิจอื่น ๆ เครือข่ายทางญาติ และ เครือข่ายความเป็นเพื่อน เพื่อทำการแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต รวมทั้งถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมัชฌิมา ศรีอินทร์ (2548) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดขอนแก่น มีความต้องการเสริมศักยภาพในการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจคมนาคมขนส่ง

ส่วนที่ 2.1 ความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทคมนาคมขนส่ง พิจารณาโดยภาพรวมทั้ง 5 ด้าน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่งมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจสูงสุดและมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจน้อยที่สุด ดังภาพที่ 5-3



ภาพที่ 5-3 ความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในแต่ละด้านของธุรกิจ
คมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่งมีความรู้ความเข้าใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความรู้ความเข้าใจสูงสุดในด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ เนื่องจากลักษณะธุรกิจคมนาคมขนส่งเป็นธุรกิจที่ต้องขนส่งนักท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ หลายสถานที่จึงจำเป็นต้องมีการรวมกลุ่มกันเพื่อบริการนักท่องเที่ยว อีกทั้งได้พบปะร่วมมือกับธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ทำให้เล็งเห็นประโยชน์ของการรวมกลุ่มร่วมมือกัน และอาจเป็นเพราะผู้ประกอบการมีความเข้าใจว่าในการการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจนั้นจะช่วยพัฒนาศักยภาพของกิจการในด้านต่าง ๆ ได้ เช่น การยกระดับมาตรฐานของสินค้าและบริการ ชื่อเสียง และทักษะของผู้ประกอบการและพนักงาน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ Jackson and Murphy (2002) ที่ศึกษาพบว่า ศักยภาพของธุรกิจท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่ง คือ Albury – Wodonga ประเทศออสเตรเลีย และ Victoria ประเทศแคนาดา เกิดจากความร่วมมือกันในการส่งเสริม และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน และยังสอดคล้องกับฉงพญ์ สงวนนภภาพร (อ้างอิงใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548) ที่ได้ศึกษาตัวอย่าง คลัสเตอร์ Hotel De Charm จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สมาชิกมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อถ่ายทอดเทคนิคและความรู้ในการบริหารจัดการโรงแรมภายในกลุ่ม เพื่อลดความแตกต่างและช่วยเร่งให้สมาชิกมีการพัฒนาการให้บริการที่มีอยู่เป็นมาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้สมาชิกในกลุ่มยังได้ดำเนินการพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับกับธุรกิจท่องเที่ยว เช่น การสอนทำอาหาร (Cooking School) การเชื่อมโยงกับ

เครือข่ายสายการบินราคาถูก ร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยว และบริการรถให้เช่า การจัดทำ E – catalogue โดยใช้ความเข้มแข็งของกลุ่มในการสร้างอำนาจต่อรองได้อย่างสัมฤทธิ์ นอกจากนั้นยังจัดให้มีการพัฒนาบุคลากร และสร้างแบบจำลองศูนย์บัญชาการ (War Room) ของกลุ่มขึ้น เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารในการกำหนดกลยุทธ์ การพัฒนาธุรกิจร่วมกัน เพื่อให้การให้บริการของกลุ่มก้าวทันกับความต้องการของลูกค้าอย่างทันทั่วถึง รวมถึงการจัดการทำแผนกลยุทธ์ของแต่ละโรงแรมและของกลุ่มคลัสเตอร์ร่วมกัน มีการสร้างตลาดร่วมกัน มีการเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่น ๆ ที่สัมพันธ์กัน

ส่วนความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจที่ผู้ประกอบการมีระดับความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุด คือ ด้านความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายเห็นว่าการรวมกลุ่มทางธุรกิจอาจก่อให้เกิดปัญหาขัดแย้งทางธุรกิจ และแม้ว่าผู้ประกอบการบางส่วนมีความรู้ความเข้าใจในการรวมกลุ่มแต่ก็ยังคงขาดตัวกลางในการประสานสร้างความเข้าใจเพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มทางธุรกิจอย่างจริงจัง อีกทั้งการติดต่อประสานงาน การเชื่อมโยง หรือขอความร่วมมือจากภาครัฐยังมีไม่มากเท่าที่ควร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่หลีกเลี่ยงที่จะเข้าหาภาครัฐ เนื่องจากส่วนใหญ่มีทัศนคติแบบเก่าว่าการเข้าหาภาครัฐเพิ่มความยุ่งยากต่อการประกอบกิจการ มีทัศนคติในแง่ลบต่อหน่วยงานภาครัฐจึงมีการติดต่อกับภาครัฐตามความจำเป็น ทำให้กิจการขาดการสนับสนุนจากภาครัฐบางส่วนทำให้ศักยภาพในการดำเนินกิจการบางส่วนลดลง ผลการศึกษาตรงกับงานวิจัยของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) พบว่าผู้ประกอบการมีระดับความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของเครือข่ายวิสาหกิจและวิธีการแตกต่างกัน โดยเข้าใจว่า เครือข่าย-เครือข่ายวิสาหกิจ / คลัสเตอร์ และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เป็นเรื่องเดียวกัน ซึ่งที่จริงแล้วทั้ง 3 ประเภมีความหมายต่างกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ เพ็ชรศักดิ์ สุวรรณปัญญ (2548) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทธุรกิจสมุนไพรเวชสำอาง ในจังหวัดชลบุรี พบว่าผู้ประกอบการบางรายไม่เข้าใจความร่วมมือแบบเครือข่ายและการรวมกลุ่ม ส่วนผู้ประกอบการที่มีการรวมกลุ่มเครือข่าย อธิบายว่า ในกลุ่มยังขาดความเข้าใจในการร่วมกันจัดทำเครือข่าย จึงยังไม่ได้จัดทำ ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการเหล่านี้จะต้องการความร่วมมือแบบเครือข่าย ตรงกับงานวิจัยของ ขอนนถมล นิราทร (2542) กล่าวว่า การสร้างเครือข่ายควรเริ่มจากการตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างเครือข่าย เพื่อให้การทำงานบรรลุถึงเป้าหมาย โดยต้องทำความเข้าใจร่วมกันว่ามีองค์กรใดบ้างที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่าย จะได้รับประโยชน์หรือผลประโยชน์ใดบ้างที่จะต้องสูญเสียไป และการเข้าร่วมเครือข่ายจะใช้ระยะเวลานานเท่าใด

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้าน

การทอ่งเทียของธุรกิจคนมาคนสง พบว่ ผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่ง 31 – 40 ปี มีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ยวิสาหกิจในภาพรวมมากที่สุด เนื่องจาก ผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่ง 31 – 40 ปี ได้ผ่นช่วงวัยแห่งการแสวงหาประสบการณ์ และเริ่มเข้าสู่วัยทำงานที่มั่นคง จึงมีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับแนวคิดสมัยใหม่ ในขณะที่ผู้ประกอบการที่มีอายุ 50 ปี ขึ้นไป อาจยึดติดกับการบริหารกิจการรูปแบบเดิม ๆ ดังเช่นการศึกษาของอภิสัทธี ประวัติเมือง (2544) ที่พบว่าผู้ประกอบการจะเริ่มประกอบธุรกิจเมื่อมีอายุ 30 ปี ซึ่งเป็นช่วงที่ส่งผลประสบการณ์ส่วนผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร้งส่วนใหญ่มีอายุระหว่ง 40 – 49 ปีจึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจมากกว่าผู้ประกอบการที่มีช่วงอายุอื่น ๆ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Ennew et al. (1994) ที่รายงานว่า อายุมีความสำคัญกับการประกอบธุรกิจเป็นอย่างมาก โดยในช่วงอายุ 25 – 40 ปี เป็นช่วงที่มีอิสระในการทำงานและทำงานตามความสามารถที่มี คอเมื่ออายุมากขึ้นก็จะมีความต้องการประกอบธุรกิจส่วนค้วและมีการพัฒนาความสามารถมากขึ้นจากประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้มาในอดีต

ผู้ประกอบการที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา มีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ยวิสาหกิจในภาพรวมมากกว่าผู้ประกอบการที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือต่ำกว่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงนั้น ได้มีการเรียนรู้ทักษะด้านการบริหารจัดการ มีการคิดวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบจากการที่ได้ศึกษามา ทำให้มีผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีความสามารถในการปรับตัวและยินดีรับแนวคิดใหม่ในการบริหารและพัฒนากิจการในด้านต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่ ปัจจัยด้านการศึกษาของผู้ประกอบการมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการแตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Rissal (1992, p. 1516) พบว่ ปัจจัยด้านพื้นฐานทางการศึกษาของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

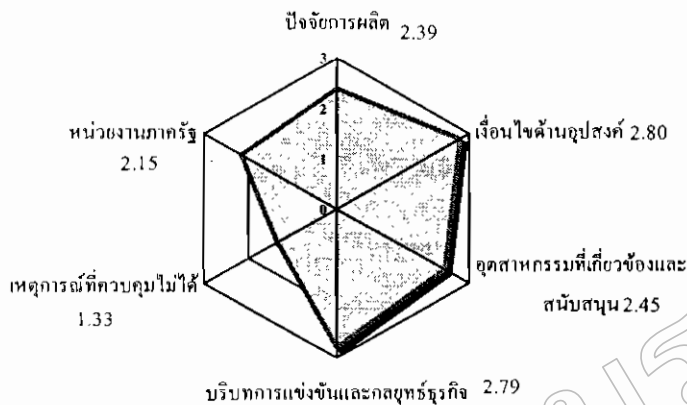
ผู้ประกอบการที่ประกอบกิจการในรูปแบบบริษัทจำกัด มีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ยวิสาหกิจในภาพรวมมากกว่าผู้ประกอบการที่ประกอบกิจการในรูปแบบอื่น ๆ เนื่องจากการบริหารจัดการในรูปแบบบริษัทจำกัดนั้นจำเป็นต้องได้รับการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบระเบียบ และมีขั้นตอนในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานภายนอกอย่างเป็นทางการมากขึ้น จึงอาจส่งผลให้ผู้ประกอบการที่ประกอบกิจการในรูปแบบบริษัทจำกัดมีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ยวิสาหกิจในภาพรวมมากกว่าผู้ประกอบการที่ประกอบกิจการในรูปแบบอื่น ๆ

ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการอยู่ระหว่ง 7 – 9 ปี มีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ยวิสาหกิจในภาพรวมมากกว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 9 ปี แสดงให้เห็นว่ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่มากกว่าไม่ส่งผลต่อทัศนคติที่ดีในด้าน

การรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจากการศึกษาของ Gascon and Woo (1991) พบว่า ระดับของประสิทธิภาพในการบริการไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จ ในขณะที่ผลการศึกษานี้ขัดแย้งกับการศึกษาของปรีชนันท์ กังวานปิยศักดิ์ (2550) พบว่า กิจกรรมที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการเป็นเวลานาน จะมีความรู้ ความสามารถในการดำเนินธุรกิจที่ทำอยู่เป็นอย่างดี ทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่ากิจการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อย และจากการศึกษาของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2546, หน้า 140) กล่าวว่า กิจกรรมที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการเป็นเวลานานยังมีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นเรื่อย ๆ และอาทิตย์ วุฒิกะโร (2543) ได้ศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินงานนานสามารถนำเอาความรู้และประสบการณ์ในอดีตมาประยุกต์ใช้กับการทำงานในปัจจุบันได้ดี

ผู้ประกอบการที่มีการจ้างงานระหว่าง 11 – 20 คน และมีทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,001 – 5,000,000 บาท มีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจในภาพรวมมากกว่าผู้ประกอบการที่มีการจ้างงานและมีทุนจดทะเบียนที่ต่ำกว่า ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้ประกอบการที่มีการจ้างงานและมีทุนจดทะเบียนจำนวนมากว่าย่อมมีศักยภาพในการแข่งขันมากกว่า และยังต้องจำเป็นต้องเรียนรู้เทคนิคการบริหารจัดการมากขึ้นเพิ่มปรับตัวให้เข้ากับการแข่งขันที่รุนแรง ตามที่ปรีชนันท์ กังวานปิยศักดิ์ (2550) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ประกอบการจะมีความเป็นผู้ประกอบการสูงเนื่องจากต้องมีการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่การดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ ส่วนยุพิน หมีใจเจริญ (2550) ที่ศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพของธุรกิจขนาดแผนไทยจังหวัดเชียงราย พบว่าผู้ประกอบการขนาดเล็กของธุรกิจขนาดแผนไทยยังขาดความพร้อมทางด้านแหล่งเงินทุน ทำให้ไม่สามารถขยายและพัฒนาธุรกิจได้ ซึ่งปัจจัยทางเหล่านี้มีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยขวัญเชิญ ภาคฐิน (2546) ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม คือ ผู้ประกอบการ เงินทุน สันนิบาต และนโยบายภาครัฐ

ส่วนความสามารถในการแข่งขัน จำแนกตามปัจจัยหลัก 4 ด้าน และปัจจัยเสริม 2 ด้าน (Diamond Model) พบว่า ธุรกิจขนาดคชนสงมีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับที่เป็นไปได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อธุรกิจ มีความสามารถในการแข่งขันสูงสุดในด้านเงื่อนไขอุปสงค์ และมีความสามารถในการแข่งขันด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ น้อยที่สุด



ภาพที่ 5-4 ระดับความสามารถในการแข่งขันแต่ละด้านของธุรกิจมณฑลนครราชสีมา ในเขตเมือง พัทธยา จังหวัดชลบุรี ที่ได้จากการหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก

ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขันสูงสุดในด้านเงินใจอุปสงค์ซึ่งถือว่าเป็นโอกาสต่อธุรกิจ และมีความสามารถในการแข่งขันด้านเหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้น้อยที่สุด สอดคล้องกับธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก จากการพัฒนาการท่องเที่ยวทำให้เมืองพัทยาดิบโต เกิดการขยายตัวของเมืองไปตามแนวชายฝั่งทะเลจากด้านเหนือลงไปด้านใต้ การพัฒนาก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ ในด้านรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้น และส่งผลกระทบในด้านบวกต่อสภาพแวดล้อมเมืองพัทยาก็ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาที่ดิน การสร้างงานสร้างอาชีพ และการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว แต่ในขณะเดียวกัน การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและขาดการจัดการที่เหมาะสมก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบใน 3 ลักษณะ คือ 1) ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ 2) ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และ 3) ผลกระทบที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม (วนิดา วิชยประเสริฐกุล, 2541) ซึ่งสอดคล้องกับวัลลภ ศิริเลิศระกุล (2539) ที่ได้กล่าวไว้ว่า พัทธยานั้นเป็นเมืองแห่งปัญหา ซึ่งมีปัญหาที่ได้สำรวจไว้ถึง 15 ปัญหา ซึ่งแต่ละปัญหายังเป็นที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ 1) ปัญหาการระบายน้ำ 2) ปัญหาระบบราชการไม่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติราชการ 3) ปัญหาการรुकไล่ที่สาธารณะ 4) ปัญหาการจัดเก็บและกำจัดขยะมูลฝอย 5) ปัญหาสถานะแวดล้อมเป็นพิษหรือมลภาวะ 6) ปัญหาถนน สะพาน ทางเท้า ไม่เพียงพอและไม่ได้มาตรฐาน 7) ปัญหาความไม่เป็นระเบียบและการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการค้าและ

การบริการ 8) ปัญหาการจราจรไม่เป็นระเบียบ 9) ปัญหาการปลูกสร้างอาคารโดยมิได้รับอนุญาต และปลูกสร้างไม่ตรงตามที่ได้รับอนุญาต 10) ปัญหาเสพติด 11) ปัญหาชุมชนแออัดและแหล่งเสื่อมโทรม 12) ปัญหาการเรียนการสอนของโรงเรียนในสังกัดเมืองพัทยา 13) ปัญหาความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยในเขตเมืองพัทยา 14) ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน และ 15) ปัญหาการให้บริการน้ำประปาไม่เพียงพอ และฐานะเมืองที่ขั้วที่สำคัญหน่วยงานภาครัฐก็ได้เข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับเมืองพัทยาเป็นอย่างดี ด้วยการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีแม้จะเป็นในช่วง Low – Season ก็ตาม จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการได้รับโอกาสที่ดีในการเพิ่มศักยภาพให้กับธุรกิจ โดยในงานวิจัยของขวัญเชิญ ภาคสิน (2546) ที่พบว่า ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม คือ ผู้ประกอบการ เงินทุนสนับสนุน และนโยบายภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับชาติเฉลิม สุรัชชานู (2544; บทคัดย่อ) ได้ชี้ให้เห็นว่า รัฐบาลยังคงต้องให้การช่วยเหลือกำลังแรงงานทั้งในด้านเงินทุน ความรู้ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการพัฒนาขีดความสามารถในการทำงานต่อไป

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพบว่า ผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 100,001 – 500,000 บาท มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมมากกว่าผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่าย่อมมีศักยภาพในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจมากกว่า จึงส่งผลออกมาในรูปของยอดขายและกำไรที่สูงขึ้น ซึ่งในงานวิจัยของเหมวรรณ กิจวิมลตระกูล (2548) พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยังประสบปัญหาในการดำเนินกิจการอยู่มาก อาจเกิดจากนโยบายของรัฐที่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของภาคเอกชนได้ทั้งหมด และภาคเอกชนที่ยังขาดความรู้ความสามารถที่ทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนในการประกอบธุรกิจ ตลอดจนขาดเทคโนโลยีในการผลิตหรือบริการ สอดคล้องกับมนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย (2550) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ตามแนวคิดฐานทรัพยากร กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อการส่งออก พบว่า วิสาหกิจที่มีการใช้ประโยชน์จากการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐสูง จะมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าวิสาหกิจที่ใช้ประโยชน์จากการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐต่ำ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจในเมืองพัทยา จึงควรมุ่งแสวงหาความรู้ในการเสริมศักยภาพในการแข่งขันเพื่อการขยายตัวของธุรกิจต่อไป

ผู้ประกอบการที่มีลูกค้าหลักประเภทลูกค้าจากรูปทัวร์ มีความสามารถในการแข่งขันโดยรวมมากกว่าผู้ประกอบการที่มีประเภทลูกค้าที่เดินทางมาเอง เนื่องจาก เพราะกิจการที่มีลูกค้า

ประเภทนี้ต้องมีศักยภาพและความพร้อมในด้านสถานที่ พนักงาน เงินทุน ฯลฯ ในการรองรับลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการ รวมทั้งมีการแสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกับธุรกิจอื่น ๆ เช่น ตัวแทนนำเที่ยว บริษัท หน่วยงานของรัฐ หรือสถาบันการศึกษา ในการส่งต่อลูกค้าระหว่างธุรกิจ หรือแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือความรู้ระหว่างกัน ดังเช่นงานวิจัยของ นัทธฤดี ฤกษ์นิยม (2547) พบว่าผู้ประกอบการจำเป็นต้องติดต่อและเชื่อมโยงเครือข่ายกับธุรกิจอื่น ๆ เครือข่ายทางญาติ และเครือข่ายความเป็นเพื่อน เพื่อทำการแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต รวมทั้งถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมัทธมา ศรีอินทร์ (2548) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดขอนแก่น มีความต้องการเสริมศักยภาพในการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน เช่นเดียวกับ Mitchell (2004) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวกันมีความต้องการรวมกลุ่มและส่งต่อลูกค้าระหว่างกัน

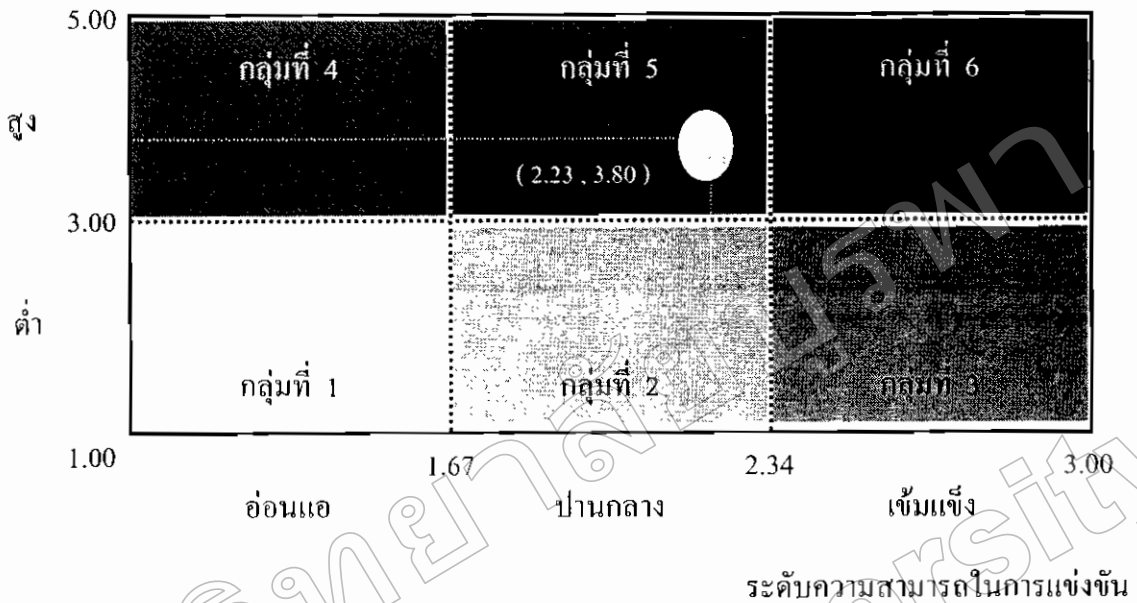
ส่วนที่ 3 ผลการประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ

ในการประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจนั้นแบ่งออกเป็น 2 มิติ ได้แก่ มิติด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว และมิติด้านความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ร่วมกันระหว่างข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ รวมทั้งการประเมินค่าปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (IFAS และ EFAS)

ส่วนที่ 3.1 ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกมีความพร้อมในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่ดีจากการมีสมาคม / ชมรมด้านการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาซึ่งถือเป็นรากฐานที่ดีในการพัฒนาให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่เข้มแข็งต่อไปในอนาคต ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจถึงร้อยละ 75 รวมทั้งมีความสามารถในการแข่งขันด้านทรัพยากรธรรมชาติ การเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ ข้อมูลข่าวสาร โครงสร้างพื้นฐาน และปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐที่คอยให้สนับสนุนภาคการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ดังนั้นธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกจึงถือว่ามีความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง ซึ่งเมื่อนำความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันมาพิจารณาร่วมกันระหว่างเพื่อกำหนดกลุ่มของศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ประเภทร้านค้าของที่ระลึก จึงอยู่ในกลุ่มที่ 5 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสูง แต่มีระดับความสามารถในการแข่งขันปานกลางค่อนข้างเข้มแข็ง ระดับศักยภาพของของธุรกิจมีลักษณะเป็นรูปวงรีแนวตั้ง ดังภาพที่ 5-5

ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว



ภาพที่ 5-5 ระดับศักยภาพโดยรวมของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ของธุรกิจร้านค้าของ
ที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

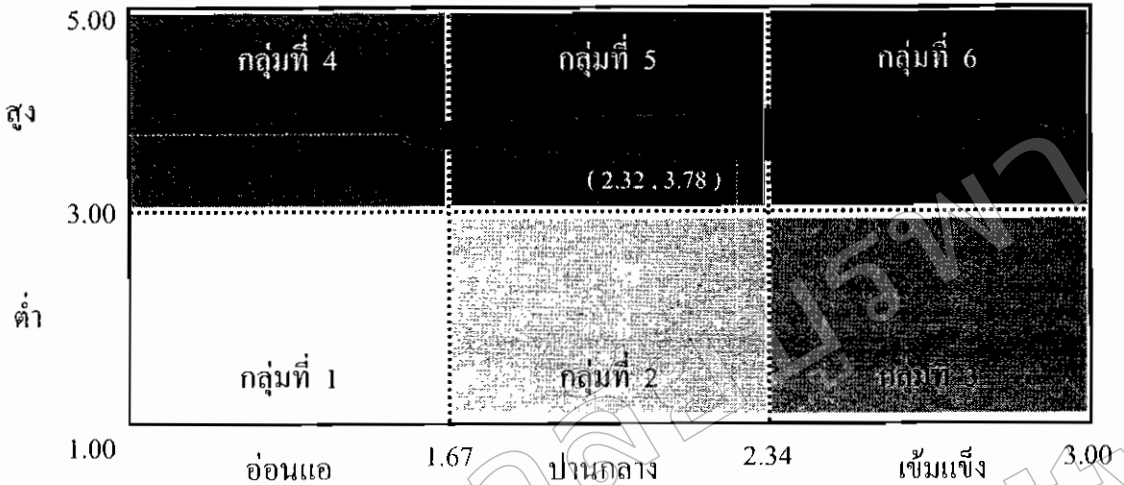
จากภาพที่แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกมีความแตกต่างด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจมากกว่าด้านความสามารถในการแข่งขันเล็กน้อย โดยในปัจจุบันธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา นั้น มีการรวมกลุ่มหรือการเข้าไปร่วมหรือเชื่อมโยงกับกลุ่มสมาคม / ชมรม ค่อนข้างน้อย เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ความเข้าใจในการรวมกลุ่ม อีกทั้งการติดต่อประสานงาน การเชื่อมโยง หรือขอความร่วมมือจากภาครัฐยังมีไม่มากเท่าที่ควร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่หลีกเลี่ยงที่จะเข้าหาภาครัฐเนื่องจากส่วนใหญ่มีทัศนคติแบบเก่าว่าการเข้าหาภาครัฐเพิ่มความยุ่งยากต่อการประกอบกิจการ มีทัศนคติในแง่ลบต่อหน่วยงานภาครัฐจึงมีการติดต่อกับภาครัฐตามความจำเป็น ทำให้กิจการขาดการสนับสนุนจากภาครัฐบางส่วน ทำให้ศักยภาพในการดำเนินกิจการบางส่วนลดลง นอกจากนี้ยังพบว่าจำนวนธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกในเมืองพัทยามีจำนวนมาก แต่กระจุกตัวเฉพาะตามพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น บริเวณริมชายหาด บริเวณย่านร้านค้าในตอนกลางวันและกลางคืน เป็นต้น การดำเนินกิจการเป็นแบบต่างคนต่างทำมาหากิน ไม่มีการติดต่อและเชื่อมโยงเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและการดำเนินกิจการกัน อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่เข้าใจและไม่เห็นถึงประโยชน์ของการรวมกลุ่มเพื่อเสริม

ศักยภาพในการดำเนินกิจการ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการบางส่วนมีความรู้ความเข้าใจในการรวมกลุ่ม แต่ยังคงขาดตัวกลางในการที่จะประสานสร้างความเข้าใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ

ส่วนที่ 3.2 ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ธุรกิจคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา เป็นธุรกิจที่ถือว่ามีความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง ซึ่งผู้ประกอบการสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจร้อยละ 55 รวมทั้งมีความสามารถในการแข่งขันด้านทรัพยากรธรรมชาติ การเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ ข้อมูลข่าวสาร โครงสร้างพื้นฐาน และปัจจัยจากหน่วยงานภาครัฐที่คอยให้สนับสนุนภาคการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ดังนั้นธุรกิจคมนาคมขนส่งจึงถือว่ามีความสามารถในการแข่งขันค่อนข้างสูง ซึ่งศักยภาพในด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ พบว่ามีระดับความรู้ความเข้าใจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวสูง และมีระดับความสามารถในการแข่งขันปานกลางถึงเข้มแข็ง โดยมีพื้นที่ครอบคลุมอยู่ในกลุ่มที่ 5 และกลุ่มที่ 6 โดยมีพื้นที่อยู่ในกลุ่มที่ 4 เล็กน้อย ศักยภาพของธุรกิจมีลักษณะเป็นรูปวงรีแนวนอน แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจคมนาคมขนส่งมีความแตกต่างด้านความสามารถในการแข่งขันมากกว่าด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจเป็นอย่างมาก ดังภาพที่ 5-6

ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว



ระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจคมนาคมขนส่ง

ภาพที่ 5-6 ศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ของธุรกิจคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ธุรกิจคมนาคมขนส่งเป็นธุรกิจแรกที่มีนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวใช้บริการ การคมนาคมขนส่งยังสะดวกสบายมีความปลอดภัยยังทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวเป็นจำนวนมาก แต่ถ้การคมนาคมขนส่งไม่สะดวกมีปัญหาก็จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อยลง ซึ่งปัจจุบันการคมนาคมขนส่งในเขตพัทยายังคงมีปัญหาหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องความสะดวกในเส้นทางถนนต่าง ๆ ปัญหาพื้นผิวจราจรที่ขรุขระ ปัญหาการจราจรติดขัดในช่วงโมงเร่งด่วนและในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว ปัญหาธุรกิจขนส่งให้บริการไม่เป็นมาตรฐาน ปัญหาการแข่งขันธุรกิจขนส่ง เป็นต้น ผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่งมีการรวมกลุ่มแบบเป็นทางการ ได้แก่ การจัดตั้งเป็นสหกรณ์เชื่อมโยงสมาชิก และการรวมกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งผู้ประกอบการทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่มีการเชื่อมโยงติดต่อกันอย่างไม่เป็นทางการอย่างสม่ำเสมอ เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบกิจการ บางครั้งร่วมกันและส่งต่อนักท่องเที่ยวกัน เป็นต้น แต่ธุรกิจคมนาคมขนส่งไม่ค่อยมีการติดต่อเชื่อมโยงกับสมาคม หรือชมรม หรือกลุ่มธุรกิจประเภทอื่น ๆ อย่างเป็นทางการ ซึ่งอาจจะมีการติดต่อกันอย่างไม่เป็นทางการในบางครั้ง ทั้งนี้ทำให้ศักยภาพในการที่จะดำเนินกิจการของธุรกิจคมนาคมขนส่งโดยรวมลดลง ส่วนการติดต่อประสานงานหรือขอความร่วมมือจากภาครัฐเท่าที่ก็ยังไม่ถึงเท่าที่ควร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่

หลักเลียงที่จะเข้าหาภาครัฐเนื่องจากส่วนใหญ่มีทัศนคติแบบเก่าว่าการเข้าหาภาครัฐเพิ่มความยุ่งยากต่อการประกอบกิจการจึงมีการติดต่อกับภาครัฐตามความจำเป็น ทำให้กิจการขาดประสิทธิภาพในการประกอบกิจการบางส่วน เช่น ปัญหาการนอกพื้นที่ที่เมืองพัตยาเข้ามาแข่งลูกค้าในเมืองพัตยาทำให้กิจการขาดรายได้ ผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่งจำเป็นต้องมีการร่วมมือกับภาครัฐอย่างจริงจังและต่อเนื่องเพื่อแก้ปัญหาให้สำเร็จ เป็นต้น

แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งในเขตเมืองพัตยา จังหวัดชลบุรี

พัตยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ซึ่งถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันออก มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น และแสง สี เสียงของสถานบันเทิง ทำให้เมืองพัตยาเป็นเมืองที่มีความเจริญเติบโตในด้านต่าง ๆ สูง แต่ในขณะเดียวกันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างรุนแรงและมีความอ่อนแอทางโครงสร้างการบริการหลายประการ รวมทั้งปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรมนุษย์และนวัตกรรม อย่างไรก็ตามการแข่งขันในโลกยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนมานับความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยอาศัยกลยุทธ์การสร้างองค์ความรู้ (Knowledge Base) การสร้างนวัตกรรม (Innovation) และการสร้างเครือข่าย ซึ่งล้วนแต่เป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนทั้งสิ้น ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งต้องประสบปัญหาการแข่งขันที่ไม่สามารถปรับตัวให้ทันต่อวิทยาการใหม่ ๆ ได้ การพึ่งแต่เพียงทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่และกำลังเสื่อมโทรมลงเรื่อย ๆ นั้นอาจส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจให้ลดลง

ดังนั้นเพื่อให้สามารถตอบสนองกับสภาพความเปลี่ยนแปลงและปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จึงควรสร้างจิตใต้สำนึกให้เกิดการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจที่เป็นการบูรณาการและเชื่อมโยงของภาคธุรกิจ สถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไว้ด้วยกัน ให้เข้าใจกระบวนการทำงานร่วมกัน รวมทั้งสร้างพลังความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันต่าง ๆ ด้วยความเชื่อใจกัน และสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจอย่างจริงจังเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันอย่างเป็นระบบและเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็งอันจะเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป ซึ่งประโยชน์ที่จะได้รับก็คือการลดต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่กิจการ และการหาทางออกให้กับวิกฤตการณ์และปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เป็นต้น จากการศึกษาวิเคราะห์และประเมินศักยภาพการรวมกลุ่มซึ่งพิจารณาจากมิติ 2 ด้าน คือ

ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันพบว่า ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยาอยู่ในกลุ่มที่มีระดับความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจสูง เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับการรวมกลุ่มถึงร้อยละ 75 และ 50 ตามลำดับ และมีการศึกษาข้อมูลมากขึ้นเกี่ยวกับการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและหาทางรอดให้กับธุรกิจซึ่งการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจด้วยการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจจึงเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งจำนวนหนึ่งสนใจ ส่วนด้านความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งนั้นอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในการบริหารจัดการ การกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขัน และการรับมือกับปัจจัยแวดล้อมต่างๆ กอปรกับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการยังไม่มากเท่าที่ควร จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าในภาพรวมธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งมีศักยภาพเพียงพอในการรวมกลุ่มกับธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งเองก็มีความยินดีที่จะรวมกลุ่มกับธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน ที่ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งจำเป็นต้องมีพันธมิตรที่สามารถเกื้อหนุนประโยชน์ในด้านการจัดซื้อวัตถุดิบ / สินค้า / บริการร่วมกัน ด้านการบริหารจัดการที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันให้กับตนเอง ดังนั้นเพื่อเป็นทางเลือกหนึ่งให้กับผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจในการนำแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวทางการพัฒนาเครือข่ายเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง

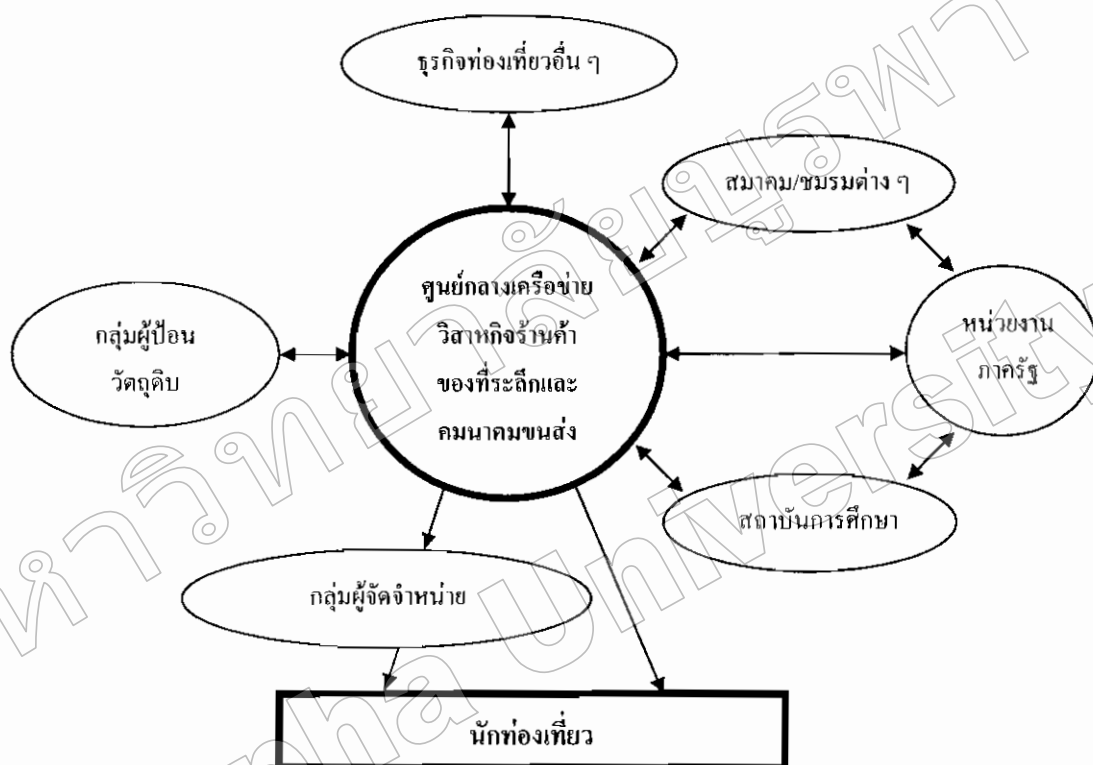
ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกในเมืองพัทยานั้นจะมีที่ตั้งกระจุกตามบริเวณถนนเลียบชายหาดและถนนพัทยาสาย 2 ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกถือว่ามีความสำคัญต่อธุรกิจท่องเที่ยว เพราะถือว่าเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้เป็นลำดับที่ 3 ให้กับเมืองพัทยา อีกทั้งยังเป็นส่วนกิจกรรมสำคัญที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อที่จะจดจำภาพลักษณ์ของเมืองพัทยาจากของที่ระลึกที่ซื้อกลับไปยังประเทศของตนเอง ปัจจุบันธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยাপะสบปัญหาการแข่งขันที่รุนแรง ปัญหาด้านภาวะวิกฤตเศรษฐกิจและการเมืองที่ไม่มั่นคงที่ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในเมืองพัทยา เช่น ปัญหาภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา ปัญหาจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงในช่วง Low – season ปัญหาการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว และปัญหาด้านสภาพแวดล้อมของเมืองพัทยา รวมทั้งปัญหาการบริหารจัดการภายใน ส่วนในด้านของธุรกิจคมนาคมขนส่งมี

ลักษณะที่แตกต่างออกไป โดยธุรกิจเป็นธุรกิจที่ตกทอดกันมา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น เข้าใจและผูกพันกับพื้นที่เป็นอย่างดี เช่น ธุรกิจเดินรถสองแถวขนส่งนักท่องเที่ยวและเดินเรือข้ามฟาก เพื่อบริการนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเมืองพัทยา ธุรกิจคมนาคมขนส่งในเมืองพัทยานั้นสามารถสร้างรายได้เป็นลำดับที่ 5 อีกทั้งในด้านความสำคัญที่จะกระจายรายได้ไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งส่งผลดีต่อธุรกิจท่องเที่ยวประเภทอื่น เช่น โรงแรม ร้านอาหาร สปา เป็นต้น สามารถมีรายได้จากการขนส่งนักท่องเที่ยวของธุรกิจนี้ แต่อย่างไรก็ตาม ธุรกิจคมนาคมขนส่งนั้นมีการประสานเชื่อมโยงกับองค์กรภายนอกน้อยมาก ซึ่งส่วนใหญ่การสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรเป็นไปแบบไม่เป็นทางการในลักษณะบุคคลกับบุคคลเท่านั้น

โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้ผลที่น่าสนใจว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ร้อยละ 75 และจากการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการที่มีลักษณะสำคัญ คือ เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ดำเนินกิจการในรูปแบบบริษัทจำกัด และเคยเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจมาก่อน จะเป็นกลุ่มที่มีความสนใจ เข้าใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และจากการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการที่มีลักษณะสำคัญ คือ เป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาระดับอนุปริญญาขึ้นไป ธุรกิจมีทุนจดทะเบียนมากกว่า 1,000,000 บาท มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 100,000 บาทขึ้นไป และเคยเป็นสมาชิกการรวมกลุ่มทางธุรกิจมาก่อน จะเป็นกลุ่มที่มีความสนใจ เข้าใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ โดยผู้ประกอบการกลุ่มเหล่านี้ยินดีที่จะมีรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ และพร้อมที่จะแบ่งปันทรัพยากรและข้อมูลข่าวสารร่วมกัน เพื่อแก้ไขปัญหาทางด้านการบริหารจัดการ ต้นทุน และบุคลากร เป็นต้น

ดังนั้นรูปแบบการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจในช่วงเริ่มต้นอาจเกิดจากการรวมกลุ่มของธุรกิจท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาเดียวกันและต้องการร่วมกันขจัดปัญหาที่เกิดขึ้น (Brusco 1982; Sabel & Piore 1984; Beccattini 1990; Best 1990) เช่น ร้านค้าของที่ระลึกรวมกลุ่มกับธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้แก่ คมนาคมขนส่ง โรงแรมที่พัก ตัวแทนนำเที่ยว และสปาและนวดแผนไทย เป็นต้น ซึ่งอาจมีการจัดตั้งศูนย์เครือข่ายวิสาหกิจขึ้น เพื่อเป็นแกนหลักสำหรับการบริหารจัดการ (Dini & Ceglie, 1999) ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ เมืองพัทยา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา จะทำหน้าที่ให้การสนับสนุนเชิงนโยบาย เงินลงทุน (Economist Ágnes Fodor, 2004) รวมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐมีศักยภาพไม่เพียงพอในการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการ จำเป็นต้องดึงสถาบันการศึกษา คือ มหาวิทยาลัยบูรพา เข้ามาช่วยในด้านข้อมูลข่าวสาร ความรู้ทางวิชาการ และ

การพัฒนาผู้ประกอบการ (Jackson & Murphy, 2006; Nordin, 2003) รวมทั้งทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Development Agency: CDA) ส่วนชมรม/ สมาคมต่าง ๆ ในเมืองพัทยาเป็นหน่วยงานกลางที่คอยกระจายข่าวสารให้กับธุรกิจเครือข่ายเพื่อให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอรูปแบบการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งไว้ดังภาพที่ 5 – 7



ภาพที่ 5-7 รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งร่วมกับธุรกิจท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

รูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวที่น่าเสนอข้างต้นนี้ยังเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่ไม่สมบูรณ์ เมื่อประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจของเมืองพัทยาด้วยแบบจำลองของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2547, หน้า 23) พบว่า เครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวของเมืองพัตยาน่าจะจัดอยู่ระหว่างกลุ่มที่ 1 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันอย่างหลวม ๆ (Fragmented Cluster) กับกลุ่มที่ 2 เครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันในระดับหนึ่งแล้ว (Seeking Direction Cluster) นั่นคือ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีการรวมกลุ่มของชมรม / สมาคม

เช่น สมาคมโรงแรมไทย (พทยา) สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวพทยา เป็นต้น เกิดขึ้นมาแล้วระดับหนึ่ง แต่ก็เป็นการรวมกลุ่มเฉพาะภายในธุรกิจท่องเที่ยวเท่านั้น ยังมีข้อจำกัดของการเข้าถึงวัตถุประสงค์ในท้องถิ่น ขาดแรงงานที่มีทักษะ และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เป็นต้น นอกจากนี้ผู้บริโภคยังมีความต้องการสินค้าพื้นฐานที่ไม่ซับซ้อนมาก ทำให้ธุรกิจขาดแรงจูงใจต่อการพัฒนานวัตกรรม ส่วนผู้บริหารของธุรกิจมีความสามารถและวิสัยทัศน์พอควร มีระดับความร่วมมือทั้งในแนวตั้งและแนวนอนที่เข้มแข็งมากขึ้น การติดต่อสื่อสารระหว่างอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและระหว่างอุตสาหกรรมกับสถาบันวิจัยและพัฒนา / สถาบันการศึกษามีพอสมควร โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการพัฒนาสาธารณูปโภคต่าง ๆ แต่หน่วยงานของรัฐก็ยังมีจุดอ่อนในการขาดการประสานความร่วมมือกันทำให้เกิดความซ้ำซ้อน ขาดเจ้าภาพตัวจริงในการดำเนินงาน ซึ่งการทำงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบในลักษณะต่างคนต่างทำ ขาดการเชื่อมโยงและประสานงาน ส่วนข้อมูลต่าง ๆ ที่เก็บไว้ไม่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการหรือบางครั้งยังขาดการจัดเก็บหรือปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย (นิติ คงกรต, 2552) เพื่อให้เกิดการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจอย่างแท้จริง จังเป็นที่ร้านค้าของที่ระลึก ธุรกิจคมนาคมขนส่ง กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ และหน่วยงานของรัฐในพื้นที่จะต้องปรึกษาหารือกันเพื่อนำไปสู่การสร้างเชื่อมโยงเครือข่าย โดยหน่วยงานของรัฐ ได้แก่ เมืองพทยา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพทยา ควรแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน และทำหน้าที่ที่เสมือนเป็นคนกลางคอยไกล่เกลี่ยปัญหาที่เกิดขึ้น เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้ประกอบการเหล่านั้น รวมทั้งจัดประชุมผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามาร่วมจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ และคอยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยว และติดตามประเมินผลการดำเนินการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวม โดยให้สถาบันการศึกษาซึ่งอาจเป็นมหาวิทยาลัยบูรพาเป็นผู้รับผิดชอบในการติดตามผลการรวมกลุ่มไปพร้อมกับการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ดี ต่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งให้คำปรึกษาทางวิชาการพร้อมไป ๆ กัน (Mitchell, 1973) นอกจากนี้หน่วยงานของรัฐ ธุรกิจท่องเที่ยว และสถาบันการศึกษา อาจร่วมกันทำข้อมูลการพยากรณ์สถานการณ์และจำนวนนักท่องเที่ยวในเมืองพทยาให้กับสมาชิกในเครือข่ายได้สามารถวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจได้ล่วงหน้า

อย่างไรก็ตามธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง รวมทั้งธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ก็จะต้องปรับปรุงในด้านคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ โดยร่วมมือกันเพื่อตอบสนองความต้องการและตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้รวมทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยการขยายฐานความรู้ เทคโนโลยี ความชำนาญทางการผลิตและการบริการ พัฒนาศักยภาพของบุคลากร และปรับปรุงการบริหารจัดการของธุรกิจของตนอย่างต่อเนื่องด้วย

การสร้างเป้าหมายร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่งจะทำให้เกิดความผูกพัน (Commitment) ในการที่จะมุ่งมั่นช่วยเหลือกันและทำงานร่วมกัน เพื่อสามารถยกระดับการแข่งขันในอนาคตได้ ทั้งนี้การเชื่อมโยงเครือข่ายทางสังคมหรือการคบค้าสมาคมระหว่างเครือข่าย เช่น ผู้ประกอบการที่เป็นเครือข่าย เพื่อน หรือคนรู้จัก ซึ่งก่อให้เกิดเครือข่ายระหว่างบุคคล ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารกันอย่างแนบแน่นระหว่างบุคคลในเครือข่านั้น (Mitchell, 1973) จะมีส่วนช่วยให้การรวมกลุ่มเครือข่ายประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

2. กระบวนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ

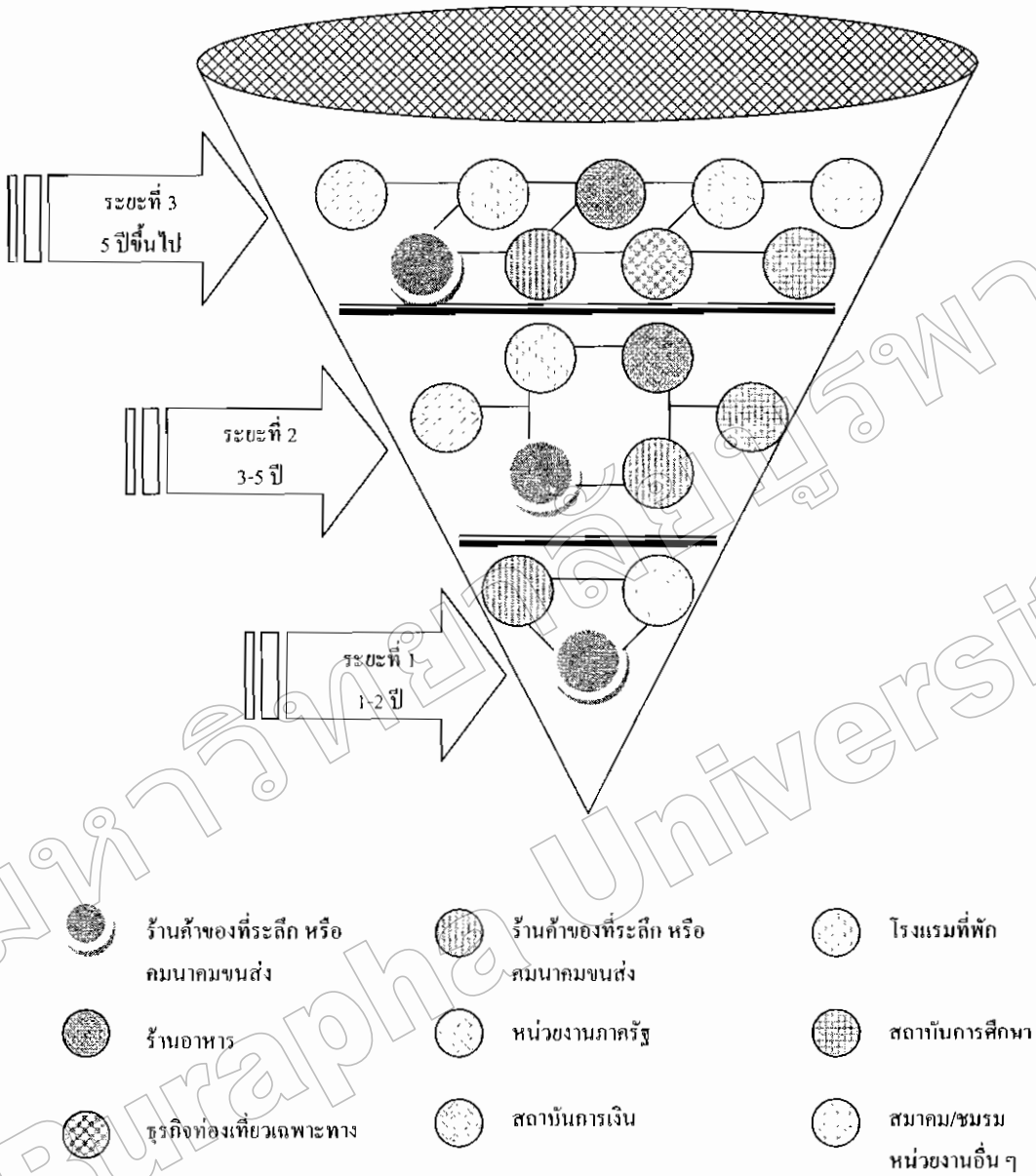
กระบวนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเป็นกระบวนการที่หลายฝ่ายต้องเข้ามามีส่วนร่วมกัน ในขณะเดียวกันก็ต้องแข่งขันกันเองในเชิงคุณภาพ ดังนั้น จำเป็นต้องมีลำดับขั้นตอน และได้รับการผลักดันรวมถึงการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยขอเสนอกระบวนการพัฒนาเป็นขั้นตอน 6 ขั้นตอน ตามสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ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

2.1 การตรวจสอบความพร้อมและความตั้งใจ

จากแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งของเมืองพัทยาซึ่งหน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อท้องถิ่น โฆษณา หรือช่องทางต่าง ๆ ให้เข้าถึงผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ทั้งนี้ผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจควรมีการร่วมกันหารือหรือจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจอย่างจริงจัง โดยใช้ให้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ และให้สมาชิกเหล่านั้นประชาสัมพันธ์ขยายผลไปยังผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งรายอื่น ๆ ให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจและทำกิจกรรมร่วมกันเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เกิดเครือข่ายวิสาหกิจที่สมบูรณ์ต่อไป ทั้งนี้สมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งจำเป็นต้องให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ ระบุถึงปัญหา / อุปสรรค และโอกาสร่วมกัน โดยมีสถาบันการศึกษาเป็น ผู้ฝึกอบรมและให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจแก่สมาชิก (Cluster Navigators Ltd., 2001) หลังจากนั้นจึงทำการตรวจสอบความพร้อมและความตั้งใจซึ่งถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด หากทุกภาคส่วนมีความพร้อมและความตั้งใจจะทำให้การดำเนินงานรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยตรวจสอบความพร้อมและความตั้งใจ ตั้งแต่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก คมนาคมขนส่ง ผู้กำหนดนโยบายรัฐ สถาบันการศึกษา หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้ทราบถึงสถานะและศักยภาพของผู้เข้าร่วมในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจว่าอยู่ในระดับใด ผู้นำกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจควรมีศักยภาพและมีความเสียสละ รวมทั้งมีวิสัยทัศน์กว้างไกล เนื่องจาก

การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจนั้นต้องอาศัยระยะเวลาและอาศัยความต่อเนื่องในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ผู้นำเครือข่ายวิสาหกิจจึงเป็นตัวละครสำคัญในการเริ่มต้นการพบปะพูดคุยกันหรือจัดให้มีการประชุมในการกำหนดแผนการพัฒนาร่วมกัน ในช่วงแรกสถานที่ที่ใช้จัดการประชุมอาจเป็นที่ศาลาว่ากลางเมืองพัทธยาซึ่งมีศักยภาพและความพร้อมในการจัดประชุม ทั้งนี้ไม่สำคัญว่าการประชมนั้นจะเป็นทางการหรือไม่หากแต่สำคัญที่เนื้อหา ความเชื่อใจ และความจริงใจที่พร้อมจะดำเนินการและมีเป้าหมายร่วมกันในขั้นตอน

นอกจากนี้การให้ความสำคัญกับการสร้างพันธมิตรธุรกิจเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งในการเริ่มต้นอาจเกิดจากการเชื่อมโยงอย่างไม่เป็นทางการและพัฒนาไปเป็นการเชื่อมโยงอย่างเป็นทางการต่อไปในอนาคต เพื่อนำไปสู่การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจ ในระยะเริ่มต้น 1-2 ปีแรก ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและขนมเค้กขนส่งอาจอาศัยพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างธุรกิจท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการแข่งขันที่เอื้อประโยชน์และมีความใกล้ชิดที่สุดก่อน ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมที่พัก อาทิเช่น การมีที่ตั้งธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและธุรกิจขนมเค้กขนส่งบริเวณใกล้เคียงธุรกิจโรงแรมที่พัก การที่ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก ธุรกิจขนมเค้กขนส่ง และธุรกิจโรงแรมที่พัก มีข้อตกลงกันอย่างไม่เป็นทางการในการแนะนำและส่งต่อลูกค้าซึ่งกันและกันเป็นต้น ในการแนะนำและส่งต่อลูกค้าซึ่งกันและกัน ซึ่งจะเป็นการได้รับผลประโยชน์ด้วยกันทั้งสองฝ่าย หลังจากนั้นในระยะที่ 2 ช่วงระยะ 3-5 ปี เมื่อเกิดความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดมากขึ้นแล้วจึงค่อยๆ พัฒนาความสัมพันธ์ให้เกิดความเชื่อมโยงกันอย่างเข้มแข็งและขยายความเชื่อมโยงไปยังธุรกิจท่องเที่ยวรองลงมาอื่น ๆ ต่อไป ตามลำดับความใกล้ชิดของธุรกิจต่าง ๆ ในเมืองพัทธยารวมถึงหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา เพื่อที่จะผลักดันศักยภาพในการรวมกลุ่มที่ไม่เป็นทางการให้เป็นเครือข่ายวิสาหกิจ โดยมีสถาบันการศึกษาให้การสนับสนุนข้อมูล และเสริมความรู้ความเข้าใจให้กับสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจ และต่อมาในระยะที่ 3 ช่วงระยะ 5 ปีขึ้นไป การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่เป็นรูปธรรม และขับเคลื่อนได้ด้วยกลไกของสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจเองจะเป็นตัวดึงดูดทำให้ธุรกิจเฉพาะทางอื่น ๆ สมาคม/ชมรม สถาบันการเงิน และหน่วยงานอื่น ๆ เข้ามาร่วมในเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่จะนำไปสู่การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่ยั่งยืนได้ต่อไป ดังภาพที่ 5 – 8



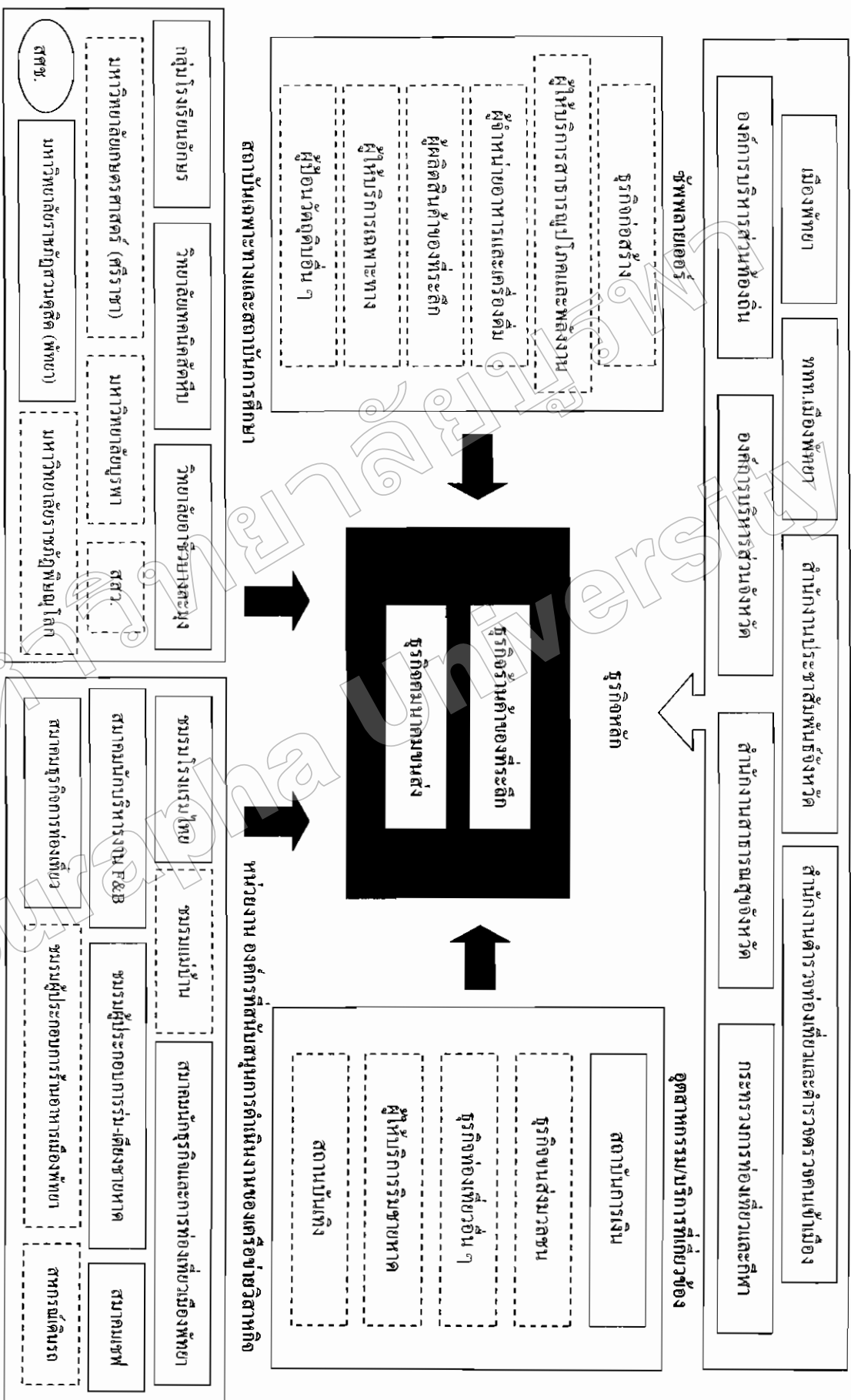
ภาพที่ 5-8 ระยะการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา (ดัดแปลงจากแนวคิดของวุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2552)

2.2 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย

ขั้นตอนนี้เป็นการสำรวจถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง เพื่อให้ทราบว่าธุรกิจหรือหน่วยงาน / องค์กรใดที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้อง และสนับสนุนธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก คมนาคมขนส่ง และเครือข่าย หรือธุรกิจใดที่ขาดหายไป และพิจารณาว่ามีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือสนับสนุนมากน้อยเพียงใดและอย่างไร

รวมทั้งธุรกิจ หรือหน่วยงาน / องค์กรใดที่ควรเป็นแกนกลางของเครือข่าย (นำเสนอในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจข้างต้น) เครื่องมือที่จะใช้ในการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียก็คือแผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Map, ภาพที่ 5 – 9) หากมีการจัดทำแผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจได้ละเอียดครบถ้วนและถูกต้อง แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจจะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการระบุถึงจุดบกพร่องต่าง ๆ ที่เครือข่ายวิสาหกิจจำเป็นต้องแก้ไขปรับปรุง เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจ การจัดทำแผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจควรจะเริ่มต้นจากแกนกลางหรือธุรกิจหลักของเครือข่ายวิสาหกิจนั้นก่อน ซึ่งก็คือธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและขนมขบเคี้ยวที่มีการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐและระหว่างผู้ประกอบการน้อยที่สุด จากนั้นจึงพิจารณาถึงกิจการผู้ประกอบการอื่น ๆ รวมทั้งหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน และระบุความสัมพันธ์ระหว่างกันด้วย

หน้างานภาคธุรกิจ



ภาพที่ 5-9 แผนภาพเครือข่ายสิทธิการเข้าถึงของประชาชน กรุงเทพมหานคร และคมนาคมขนส่ง เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากภาพที่ 5 – 9 แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบของเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งเมืองพัทยา และการเชื่อมโยงระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในการสร้างความร่วมมือภายในเครือข่ายอันนำมาสู่ความเข้มแข็งของเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งประกอบด้วย

1. ธุรกิจหลัก ได้แก่ ร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ผู้ประกอบการเหล่านี้จะต้องปรับปรุงตัวเองในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ ร่วมมือกันเพื่อตอบสนองความต้องการ รักษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยการขยายฐานความรู้ เทคโนโลยี ความชำนาญทางการผลิตและการบริการ พัฒนาศักยภาพของบุคลากร และปรับปรุงการบริหารจัดการของธุรกิจของกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ควรมีการสร้างเป้าหมายร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาอุตสาหกรรม ซึ่งจะทำให้เกิดความผูกพัน (Commitment) ในการที่จะมุ่งมั่นช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการทำงานร่วมกัน
2. หน่วยงานภาครัฐทั้งที่รับผิดชอบโดยตรง ได้แก่ เมืองพัทยา สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด สำนักงานตำรวจท่องเที่ยวและตำรวจนครบาลเมือง องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรให้การสนับสนุนเชิงนโยบายอย่างเต็มที่ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่อยู่ในระยะเริ่มต้นและระหว่างการพัฒนา ในด้านโครงสร้างพื้นฐาน เงินลงทุน ความช่วยเหลือในด้านเทคนิค และวิชาการ เป็นต้น
3. อุตสาหกรรม/บริการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว สถาบันการเงิน ธุรกิจขนส่งมวลชน ธุรกิจรถเช่า – เรือเช่า สถานบันเทิง และผู้ให้บริการริมชายหาด เช่น ร่ม – เติงชายหาด เรือสกีเตอร์ สปีดโบ๊ต บานาน่าโบ๊ต ร่มพาราเซล เป็นต้น
4. ซัพพลายเออร์ (Suppliers) 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 ทั้ง สามัญและสายอาชีพ วิทยาลัยเทคนิคสัตหีบ วิทยาลัยอาชีวบางละมุง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต (พญา) มหาวิทยาลัยราชภัฏ พิษณุโลก สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) และสำนักงาน ส่งเสริมวิสาหกิจ (สสว.) เป็นต้น สถาบันเหล่านี้ควรมีบทบาทในการให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาเทคโนโลยี การสร้างนวัตกรรม และการพัฒนาบุคลากรหน่วยงาน / องค์กรที่สนับสนุน การดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจ ได้แก่ สมาคมนักธุรกิจและการท่องเที่ยวพญา (PBTA) สมาคมโรงแรมไทย (THA) ชมรมนักบริหารแม่บ้านภาคตะวันออก สมาคมนักบริหารงานอาหาร และเครื่องดื่มภาคตะวันออก ชมรมผู้ประกอบการ – เดียงชาหาดพญา จอมเทียน และเกาะ ล้วน สมาคมเซฟเมืองพญาและชายฝั่งภาคตะวันออก สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) ชมรม ผู้ประกอบการร้านอาหารเมืองพญา ชมรมผู้ประกอบการค้าขายวอล์กเกอร์สตรีท เป็นต้น โดย สมาคม / ชมรมเหล่านี้ถือว่ามีความสำคัญต่อการผลักดันให้เกิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจ ร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ในการช่วยส่งเสริมการทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น การร่วม ลงทุนในการจัดซื้อวัตถุดิบในลักษณะ Cost Sharing การจัดนิทรรศการ และการทำการตลาด ร่วมกัน

2.3 การกำหนดเป้าประสงค์หรือพันธกิจร่วม

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ควรแสดงความเห็นร่วมกันถึงเป้าหมายที่กลุ่มต้องการจะดำเนินงานในลำดับแรก หรืออาจร่วมกัน สร้างดัชนีหรือตัวชี้วัดระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ ระลึกและคมนาคมขนส่งเพื่อกระตุ้นให้สมาชิกมีเป้าหมายร่วมในการดำเนินงานร่วมกัน โดย การจัดสัมมนาเพื่อระดมความคิด รับฟังความคิดเห็น รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างสมาชิก ภายในเครือข่ายวิสาหกิจซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งในพื้นที่เมือง พญาในการเสนอความต้องการ และการจัดการผลประโยชน์ในด้านเศรษฐศาสตร์ร่วมกัน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2552) เช่น การจัดสรรเกี่ยวกับผลประโยชน์ด้านการเงินให้กับธุรกิจ ขนาดเล็กโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งซึ่งมีอำนาจในการต่อรอง น้อยให้เกิดความเท่าเทียมให้มากที่สุด เพื่อลดความขัดแย้งในผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นได้ ดังนั้น ควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางการเงินให้รอบคอบ และคำนึงถึงต้นทุน ค่าใช้จ่าย และเงื่อนไข เกี่ยวกับผลประโยชน์และกำไรที่ธุรกิจพึงได้รับ (Morrison, 1994; Litteljohn et al., 1996) ทั้งนี้ เป้าประสงค์ที่สำคัญของเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง คือ การทำ

ให้ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งที่ปกติจะดำเนินการเพียงลำพังมาสร้างผลผลิตทางการท่องเที่ยวร่วมกัน (Novel et al, 2006)

ดังนั้นในการกำหนดเป้าประสงค์หรือพันธกิจร่วม ผู้มีส่วนได้เสียในเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง จะต้องแสดงความเห็นร่วมกันถึงเป้าหมายที่กลุ่มต้องการจะดำเนินการในลำดับแรก ตัวอย่างเป้าประสงค์หรือพันธกิจของเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง เช่น ส่งเสริมและผลักดันให้ผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งในกลุ่มร่วมกันแสวงหาทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการยอมรับและความร่วมมือที่จะปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ร่วมกันกำหนดขึ้น โดยผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการดำเนินการร่วมกันในการจัดทำแผนพัฒนา การหางบประมาณสนับสนุน การหาแนวร่วมซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในพื้นที่ และจัดกิจกรรมเพื่อกำหนดเป้าหมายและวางแผนในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจร่วมกัน เป็นต้น

2.4 การสร้างยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติ

การสร้างยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งนั้นมาจากการวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ต่าง ๆ ได้แก่ การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรม (Industrial Analysis) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) และการวิเคราะห์องค์ประกอบสี่ด้านของพอร์ตเตอร์ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของห่วงโซ่การผลิต ทั้งนี้ไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องมือเหล่านี้ทั้งหมดในการวิเคราะห์ เพียงแต่ต้องมีความเข้าใจว่าเครื่องมือเหล่านี้เป็นสิ่งที่ช่วยให้สมาชิกในกลุ่มมีความเข้าใจในประเด็นหรือปัญหาาร่วมกันและพัฒนากลยุทธ์ที่จะแก้ไขปัญหาหรือประเด็นเหล่านั้น ดังนั้นการตัดสินใจเลือกเครื่องมือชนิดใดจะต้องพิจารณาถึงประเภทของประเด็นปัญหา ความเพียงพอของข้อมูล และความเข้าใจร่วมกันของสมาชิกเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง

2.5 การจัดโครงสร้างและคณะกรรมการของเครือข่ายวิสาหกิจ

หลังจากที่มียุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติที่ชัดเจนและพร้อมที่จะดำเนินการแล้ว ขั้นตอนต่อไป คือ การจัดโครงสร้างคณะกรรมการของเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง รวมทั้งการกำหนดระยะเวลาในแต่ละขั้นตอนและระบุถึงผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอนในโครงสร้างคณะกรรมการของเครือข่ายวิสาหกิจควรประกอบด้วยตัวแทนจากแต่ละกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจควรมีการเลือกตั้งประธานหรือผู้นำของเครือข่ายวิสาหกิจขึ้นมาและควรทำหนังสือถึงหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องให้ทราบถึง

การจัดตั้งของเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งเป้าประสงค์และแผนปฏิบัติงานต่าง ๆ เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐได้สนับสนุนในด้านต่าง ๆ แก่เครือข่ายวิสาหกิจ นอกจากนี้ควรชักจูงให้ภาคส่วนอื่น ๆ เข้ามามีส่วนร่วมด้วย เช่น ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ขณะที่สถาบันการศึกษาต้องเป็นหน่วยงานหลักในการให้ความรู้และพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของเครือข่ายวิสาหกิจ รวมทั้งสถาบันเฉพาะทางและสถาบันวิจัยพัฒนาต่าง ๆ ต้องเป็นผู้สนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สนับสนุนการเจริญเติบโตของเครือข่ายวิสาหกิจ เป็นต้น

2.6 การตรวจสอบความก้าวหน้า

เมื่อมีการดำเนินการตามยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการในเบื้องต้นซึ่งถือเป็นแผนระยะสั้นแล้วนั้น ควรมีตรวจสอบความก้าวหน้าในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง พร้อมทั้งยกระดับยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจไปสู่แผนระยะกลางและระยะยาวต่อไป (Cluster Navigators Ltd., 2001) ด้วยการประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยวของเมืองพัทยา รวมทั้งทบทวนกรอบแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง และให้ข้อเสนอแนะต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่อยู่บนพื้นฐานความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างบูรณาการ

3. ผลลัพธ์ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง

การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งในเมืองพัทยาคือเป็นการสร้างความร่วมมือบนพื้นฐานของการแข่งขัน โดยสมาชิกในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจจะร่วมกันกำหนดทิศทางและเป้าหมาย ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกัน ภายในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้กับหน่วยงานภาครัฐ ภายในธุรกิจเดียวกัน และระหว่างธุรกิจ ตลอดจนทรัพยากรต่าง ๆ ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพหรือผลิตภาพโดยรวม ผู้ประกอบธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจสามารถร่วมกันลงทุนในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า / บริการของตน ทำให้ประหยัดต้นทุนในการพัฒนาได้ ในขณะที่ยังคงแข่งขันในด้านประสิทธิภาพในการให้บริการนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจค่าน้ำจนถึงปลายน้ำสามารถร่วมกันวางแผนการบริหารทรัพยากรร่วมกันภายในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต / บริการ ตลอดจนห่วงโซ่อุปทานได้ นอกจากนี้การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งรับทราบความรู้และข้อมูลใหม่ ๆ ที่เกิดการกระจายองค์ความรู้ระหว่างสมาชิก

เนื่องจากเมื่อสมาชิกรายใดคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ สมาชิกรายอื่นก็สามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนาต่อยอดได้ ซึ่งจะส่งเสริมการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจของนวัตกรรม (Innovation – driven Economy) สรุปได้ว่าการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจนั้นธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งที่อยู่ในเครือข่ายจะได้รับผลลัพธ์ทั้งในระยะสั้นไปจนถึงระยะยาวด้วยกันหลายประการ ดังตารางที่ 5 – 1

ตารางที่ 5 – 1 ผลลัพธ์ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในระยะต่าง ๆ

ระยะ	ผลลัพธ์
ระยะสั้น ประมาณ 1 – 2 ปี	1. ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งสามารถลดต้นทุน มีอำนาจต่อรองกับซัพพลายเออร์มากขึ้น เนื่องจากสมาชิกจะมีการแบ่งปันคำสั่งซื้อวัตถุดิบร่วมกัน และยังสามารถจัดหาวัตถุดิบในการผลิตได้ง่ายขึ้นจากการมีเครือข่ายกว้างขวาง 2. การเข้าถึงแรงงานที่มีทักษะและความชำนาญเฉพาะด้านง่ายขึ้น เพราะเครือข่ายวิสาหกิจจะประกอบด้วยสถาบันการศึกษาและสถานประกอบการ ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งสามารถสรรหาหรือฝึกอบรมพนักงานให้เกิดทักษะและความเชี่ยวชาญ โดยสถาบันเหล่านี้จะเป็นผู้ช่วยสนับสนุนทางด้านวิชาการ 3. เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการ เช่น การตลาดทรัพยากรมนุษย์ การเงินและการบัญชี และการบริการ เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับใช้กับธุรกิจได้ 4. มีการทำการตลาดร่วมกันระหว่างเครือข่าย โดยมีหน่วยงานภาครัฐคอยให้การสนับสนุนและจัดสรรงบประมาณสนับสนุนให้กับเครือข่าย
ระยะกลาง	1. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจจะมีการกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายที่ชัดเจนในการสร้างประโยชน์ให้เกิดแก่สมาชิกซึ่งจะช่วยให้ภาครัฐสามารถวางแผนนโยบายเพื่อสนับสนุนได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

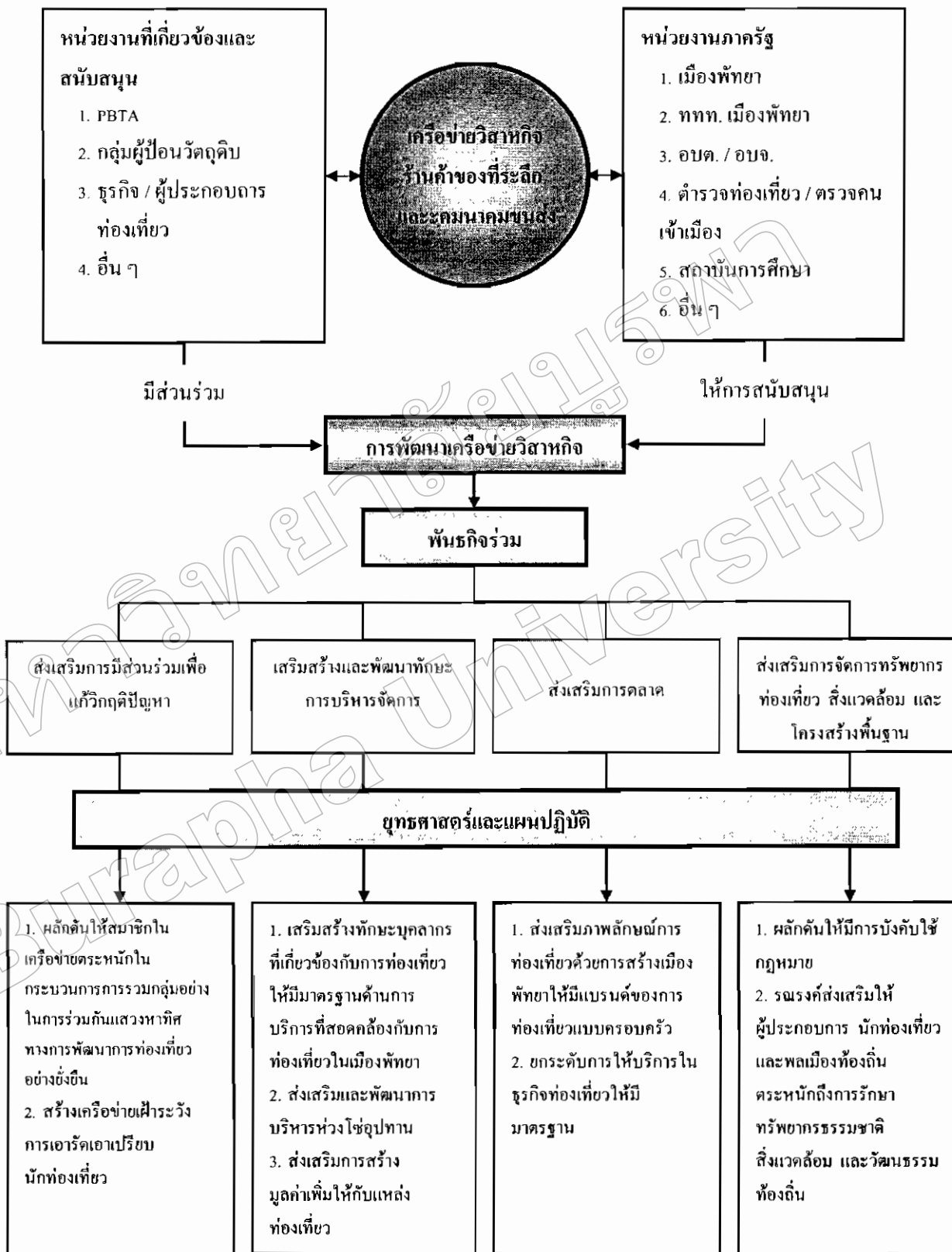
ตารางที่ 5 – 1 (ต่อ)

ระยะ	ผลลัพธ์
ระยะกลาง	2. เกิดธุรกิจใหม่ ๆ ภายในเครือข่ายวิสาหกิจ โดยพลวัตของการรวมกลุ่มจะส่งสัญญาณถึงโอกาสและช่องว่างของความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง กอปรกับข้อได้เปรียบในการรวมกลุ่มที่ทำให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น ทำให้ธุรกิจใหม่เกิดได้ง่าย ซึ่งช่วยให้กลุ่มมีการขยายตัวทั้งในแนวกว้างและแนวลึกซึ่งจะเพิ่มความได้เปรียบยิ่งขึ้น 3. สินค้า / บริการมีมาตรฐาน เนื่องจากการแข่งขันภายในกลุ่มสร้างแรงกดดันให้มีการเปรียบเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตลอดเวลา
ระยะยาว	1. เกิดการเสริมสร้างและพึ่งพาซึ่งกันและกัน เนื่องจากโครงสร้างของเครือข่ายวิสาหกิจเป็นระบบที่ครอบคลุมสายห่วงโซ่อุปทาน นับตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้บริการขนส่งและจัดเก็บสินค้า สถาบันการศึกษา สมาคมและหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้สมาชิกยังสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ของกันและกัน เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงแนวทางการดำเนินกิจกรรมของตนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 2. มีการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกิดจากความใกล้ชิดตลอดสายการผลิตกับลูกค้า ทำให้สามารถทราบความต้องการและแนวโน้มของลูกค้าเป็นอย่างดี นอกจากนี้ความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและสถาบันวิจัยและพัฒนา ก็ช่วยให้กระบวนการสร้างนวัตกรรมประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

ดังนั้น การพัฒนาผลิตภาพที่ยั่งยืนนั้นเป็นเป้าหมายที่กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งต่างมุ่งหวัง แต่การรวมกลุ่มของหน่วยงานธุรกิจเพียงอย่างเดียวไม่อาจประสบความสำเร็จได้ หากขาดความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และขาดความไว้วางใจภายในเครือข่ายที่จะสามารถนำพากลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจให้ประสบความสำเร็จในกระบวนความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งในเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องต่อการเข้าใจ ผู้วิจัยได้สรุปแนวทางในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ในภาพรวมสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังภาพที่ 5 – 10

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University



ภาพที่ 5 – 10 แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง ในเขตเมืองพัทยา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. การพัฒนาธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งให้มีศักยภาพในการแข่งขันเติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนนั้นภาครัฐมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากในการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแก่ผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความอยู่รอดให้กับธุรกิจและพัฒนาศักยภาพให้กับธุรกิจ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐจึงควรมีการจัดตั้งศูนย์บริการให้คำปรึกษาและแนะนำผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ร่วมกับการจัดเวทีหรือสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งอาจให้สถาบันการศึกษาเป็นผู้ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการที่มารับบริการ ทั้งนี้เพื่อเป็นการพัฒนาปรับปรุง และยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจโดยรวม อันจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งภาคธุรกิจเอกชน ภาครัฐ และการท่องเที่ยวโดยรวม

2. ควรมีส่งเสริมและผลักดันให้สมาชิกในเครือข่ายใช้กระบวนการรวมกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพในการร่วมกันแสวงหาและกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนร่วมกัน เพื่อสร้างการยอมรับและร่วมมือที่จะปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ร่วมกันกำหนดขึ้น โดยผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการดำเนินการร่วมกันในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ การหาแนวร่วมซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในพื้นที่ และจัดกิจกรรมเพื่อกำหนดเป้าหมายและวางแผนในการพัฒนาเครือข่ายร่วมกัน

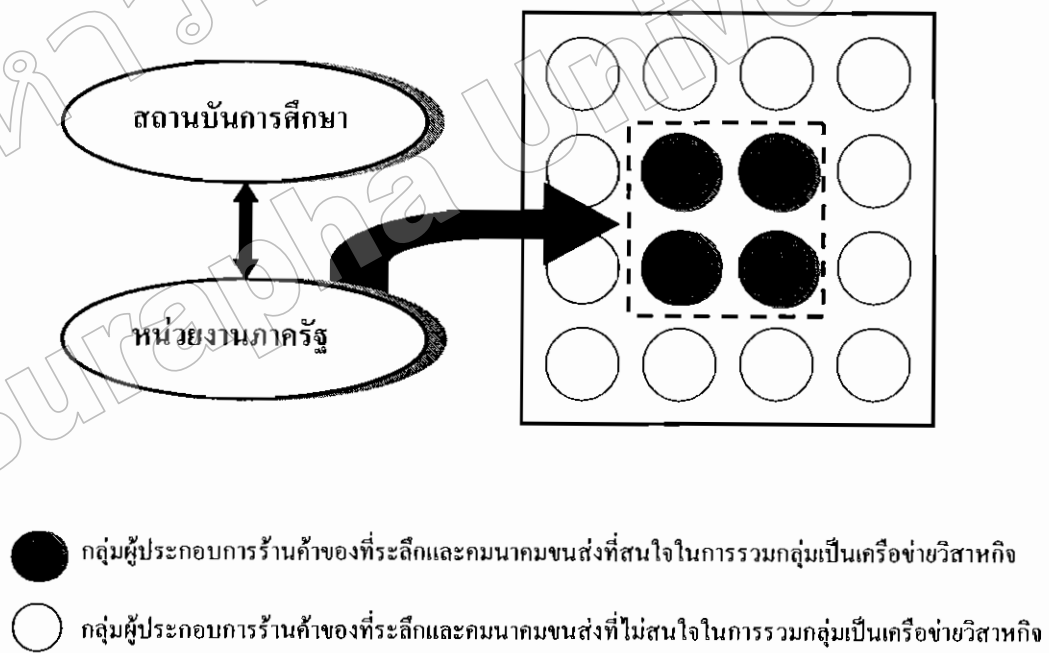
3. ควรมีการอบรมเสริมสร้างและพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่ง เช่น การบริหารจัดการสมัยใหม่ ภาษาต่างประเทศ และความชำนาญเฉพาะทาง โดยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา

4. ผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งควรมีการเตรียมความพร้อมในการกำหนดกลยุทธ์เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันตามลูกเงินเพื่อรองรับกับปัญหาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจหรือปัจจัยภายนอกที่อาจมีการเปลี่ยนแปลง และควรประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสของธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการจัดให้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อความแม่นยำและรวดเร็วของข้อมูลและการตัดสินใจทางธุรกิจ สำหรับสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจก็ควรจัดให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นผ่านทางการประชุมหรือจัดสัมมนาเฉพาะ เพื่อร่วมกันประเมินสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปและเตรียมรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

5. ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งซึ่งส่วนมากเป็นธุรกิจขนาดเล็กมักมีความสามารถในการแข่งขันน้อยกว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ ควรให้ความสำคัญใน

การสร้างพันธมิตรธุรกิจเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งในการเริ่มต้นอาจเกิดจากการเชื่อมโยงอย่างไม่เป็นทางการและพัฒนาไปเป็นการเชื่อมโยงอย่างเป็นทางการต่อไปในอนาคต เพื่อนำไปสู่การสร้างเครือข่ายเข้มแข็ง ในระยะเริ่มต้นผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกอาจอาศัยพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างธุรกิจท่องเที่ยวที่มีความใกล้ชิดกับธุรกิจมากที่สุดในยุคก่อน เช่น ธุรกิจคมนาคมขนส่ง ตัวแทนนำเที่ยว เป็นต้น ในการแนะนำและส่งต่อลูกค้าซึ่งกันและกัน ซึ่งจะเป็นการได้รับผลประโยชน์ด้วยกันทั้งสองฝ่ายหลังจากนั้นเมื่อเกิดความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดมากขึ้นแล้วจึงค่อย ๆ พัฒนาความสัมพันธ์ให้เกิดความเชื่อมโยงกันอย่างเข้มแข็งและขยายความเชื่อมโยงไปยังธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ต่อไป

6. รูปแบบการเริ่มการรวมกลุ่มเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจสำหรับธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งในเมืองพัทยา ซึ่งมีลักษณะการดำเนินธุรกิจและพื้นที่แวดล้อมเป็นเฉพาะควรเริ่มต้นจากหน่วยงานภาครัฐและประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เพื่อสืบหากลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวต่อไป



ภาพที่ 5 – 11 ภาพความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกและคมนาคมขนส่งที่สนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจัดทำแผนโครงการนำร่องการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา ให้เป็นรูปธรรมโดยคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายจริงจึงมาร่วมดำเนินการกับหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ดูแล ซึ่งมีสถาบันการศึกษาในพื้นที่เข้ามาช่วยให้ความรู้ในด้านวิชาการ

2. การศึกษานี้มีข้อจำกัดทั้งด้านเวลา ทุน และบุคลากร ทำให้ศึกษาประเด็นปัญหาต่าง ๆ ไม่ครบถ้วน ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาต่อยอดงานด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติแบบมีส่วนร่วม ประเด็นวิจัยที่ควรดำเนินการ ได้แก่ การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม เพื่อการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน และการบูรณาการแบบมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา