

การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวประเภทร้านขายของที่ระลึกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

DEVELOPMENT OF SOUVENIR SHOP TOURISM CLUSTER OF SMALL ENTERPRISE ENTREPRENEURS IN PATTAYA CITY, CHON BURI PROVINCE

ว่าที่ร้อยตรี ดร.ธนภณ นิธิเชาวกุล

อาจารย์ประจำสาขาการตลาด คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

E-mail : ro_tanawut@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในด้านจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจร้านขายของที่ระลึกเครือข่ายการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (2) เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้เรื่องการพัฒนาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนด้วยการรวมกลุ่มสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมด้วยกัน และกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (3) เพื่อกำหนดและหาแนวทางร่วมกันในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดย่อมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในการยกระดับความสามารถการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีลักษณะของการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างเชิงปริมาณ และคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งจากการวิเคราะห์ข้อมูล สภาวะการประกอบธุรกิจและตลาดของธุรกิจประเภทร้านขายของที่ระลึก ด้วยแบบสอบถาม และทำการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจและผู้ประกอบการที่มีส่วนร่วมในการเข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกที่จัดขึ้น 5 ครั้ง รวม 5 วัน ระยะเวลา 20 ชั่วโมง รวมจำนวน 13 ราย ที่เป็นสมาชิกศูนย์เครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเมืองพัทยาและวิเคราะห์ผล ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เนื้อหาตาม ตัวแบบสำหรับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเครือข่ายวิสาหกิจที่เรียกว่า "โดมอนต์โมเดล"

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกที่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารระหว่างกัน ซึ่งเป็นจุดแข็งที่สำคัญที่เอื้อต่อการพัฒนาในการรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกและลักษณะเด่นที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การเปิดรับโอกาสที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ร่วมกับการแบ่งปันประสบการณ์มีอยู่ ทำให้เกิดการเปิดกว้างทางด้านความรู้ และสามารถเข้าใจในเรื่องต่างๆ ได้ง่าย และปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนกลไกการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกให้ประสบความสำเร็จนั้น คือ การจัดสรรผลประโยชน์ทางการเงินให้กับธุรกิจบนพื้นฐานของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน การสร้างทัศนคติในทางบวกของสมาชิกในเครือข่าย การสร้างความสมดุล ในด้านการแข่งขัน และการผสมผสานระหว่างการควบคุมและการสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นพร้อมๆ กันกับการรักษาคุณภาพบริการที่เป็น

มาตรฐาน รวมถึงการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ต่างพื้นที่ซึ่งถือเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญของผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก และท้ายสุด หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้มีบทบาทสำคัญที่จะเป็นตัวกลางในการบูรณาการ สนับสนุนเชื่อมโยงทุกภาคส่วนเข้าด้วยกัน ซึ่งจะส่งผลให้สามารถขับเคลื่อนสู่ระดับปฏิบัติการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: เครือข่ายวิสาหกิจ การท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ร้านขายของที่ระลึก

ABSTRACT

The objectives of this study are (1) to examine the potential and competitiveness in terms of strength, weakness, opportunity, and threat of souvenir shop tourism cluster in Pattaya City, Chon Buri province, (2) to exchange knowledge on development of potential and sustainable competitiveness by forming into clusters among the small enterprise entrepreneurs and tourism related organizations in the area of Pattaya City, Chon Buri province, and (3) to determine shared guidelines for development of the tourism cluster involving small enterprise entrepreneurs and concerned organizations in the area of Pattaya City, Chon Buri province which lead to the upgrading of sustainable competitiveness of entrepreneurs. This is a mixed-method study including both the quantitative and qualitative research methodologies. Data were collected with the use of a questionnaire on the state of business and market of souvenir shop entrepreneurs and interviewing 13 entrepreneurs or decision makers who are members of Pattaya City tourism cluster center and participated in the workshops on development of souvenir shop tourism cluster that were held five times covering five days and taking 20 hours. The data were analyzed with descriptive statistics and content analysis based on the "Diamond Model" for analysis of competitiveness of enterprise clusters.

The results revealed that entrepreneurs of souvenir shops who had knowledge and understanding on enterprise cluster exchanged knowledge and information on the business among each other, which was a main strength that facilitated the development of souvenir shop tourism cluster. Another important distinguished characteristic was the opening up of opportunities to learn new knowledge together with the exchange of experiences that lead to the widening of knowledge and easiness of understanding matters. Also, major factors affecting the successful mechanism of development of souvenir shop tourism cluster were the allocation of financial benefits to the business on the basis of mutual trust, the creation of positive attitudes of the members of the cluster, the creation of balance in the competition, and the combination of control and collaboration simultaneously with maintaining standardized quality of services including the connection with other industries from various areas which were key sources of the raw materials for souvenir shop entrepreneurs. Lastly, the government sector played a major role to integrate supports in connecting all sectors together which would result in leading toward effectiveness at the practice level.

KEYWORDS: Cluster, Tourism, Entrepreneur, Souvenir shop

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งซึ่งมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจให้กับประเทศ เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ได้นั้น ย่อมสนับสนุนให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้จากการซื้อขายสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว นั้นๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เกิดการหมุนเวียนของกระแสการเงินไปทุกระดับชั้นของสังคมอย่างทั่วถึง

จากแผนการพัฒนาแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2544-2553) แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2544-2549) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) มุ่งเน้นการเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยการพัฒนาเครือข่ายประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาล ภาคเอกชน และประชาชน ควบคู่กับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นรากฐานที่เข้มแข็งในการสร้างรายได้ของประเทศตลอดจนเน้นการเชื่อมโยงเครือข่ายภาคการผลิตและบริการอย่างครบวงจร โดยการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ถือเป็นการบูรณาการที่ดึงความร่วมมือทุกส่วนผนวกไว้รวมกันอย่างครบวงจร มีหลักการที่สำคัญ คือ การสร้างความร่วมมือ เพื่อเสริมสร้างจุดเด่นและแก้ไขจุดอ่อนของกลุ่มอุตสาหกรรมของตนเองให้เข้มแข็งมากขึ้น โดยบทบาทที่ต้องเน้นมากที่สุด คือ การกระตุ้นผู้ประกอบการเกิดวิสัยทัศน์และจัดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับประโยชน์ของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ คือ การลดต้นทุน การเพิ่มประสิทธิภาพกิจการ และการแก้ไขปัญหาที่ตีกันทันที

เมืองพัทยาเป็นหนึ่งในหลายแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก ซึ่งเมืองพัทยาดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพค่อนข้างสูงในด้านการท่องเที่ยว มีธุรกิจท่องเที่ยวเกิดขึ้นมาก ได้แก่ โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ตัวแทนนำเที่ยว สปาและนวดแผนไทย คมนาคมขนส่ง และร้านขายของที่ระลึก ในปี 2550 ภาพรวมการเดินทางท่องเที่ยวของเมืองพัทยามีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.55 โดยขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยและชาวต่างชาติ ชาวต่างชาติมีอัตราการเติบโตร้อยละ 15.71 และคนไทยมีอัตราการเติบโตร้อยละ

12.30 ปัจจัยที่ส่งผลบวกต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา มาจากภาพลักษณ์ทางทะเลที่มีกิจกรรมสร้างความสนุกสนานใกล้กรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวง มีการเดินทางสะดวกและรวดเร็วกว่าแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลหลายแห่ง ประกอบกับทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกปี นอกจากนี้ จากการเปิดสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิในปี 2550 ส่งผลให้ระยะทางในการเดินทางจากสนามบินไปเมืองพัทยามีความสะดวกและใกล้มากขึ้น รวมไปถึงการที่เมืองพัทยายังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายประเภท เหมาะกับทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจึงทำให้การเดินทางท่องเที่ยวในเมืองพัทยามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

จากการสำรวจกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) (2549) พบว่าผู้ประกอบการของธุรกิจการท่องเที่ยวในพัทยาไม่มีการรวมตัวและเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นๆ หรือสถาบันสนับสนุนในรูปแบบคลัสเตอร์ แต่พบการรวมกลุ่มอยู่ในรูปสมาคมและชมรม โดยมี 3 กลุ่มสำคัญ คือ สมาคมนักธุรกิจการท่องเที่ยวพัทยา สมาคมโรงแรมไทยภาคตะวันออก และชมรมโรงแรมไทยพัทยา สมาคมเหล่านี้ทำกิจกรรมร่วมกันเป็นครั้งคราว เช่น กิจกรรมทางการตลาดหรือการจัดงานมหกรรมต่างๆ โดยมีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลาง เขต 3 จากข้อมูลทำให้เห็นว่า กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวพัทยามีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันให้เพิ่มมากขึ้นได้ เพราะมีปัจจัยพื้นฐานที่ดีเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและมีการรวมตัวของผู้ประกอบการที่มีกิจกรรมร่วมกันอยู่แล้วระดับหนึ่งและยังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานปกครองท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง รวมถึงผู้ประกอบการมีการทำการตลาดเชิงรุกเพื่อขยายฐานลูกค้าออกไปให้กว้างขึ้น อย่างไรก็ตาม การเชื่อมโยงกับหน่วยงานสนับสนุน หรือสถาบันเฉพาะทาง โดยเฉพาะกับสถาบันการศึกษามีน้อย ทำให้ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะธุรกิจร้านขายของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยาขาดแคลนบุคลากรทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ไม่สามารถคิดค้นบริการใหม่ๆ และการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการที่ยังเป็นไปแบบหลวมๆ ไม่มีการกำหนดพันธกิจ และเป้าประสงค์ร่วมกันเพื่อยกระดับความสามารถของธุรกิจในอนาคตไม่มีกิจกรรม

เพื่อยกระดับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลและพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยร่วมกัน

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญและโอกาสในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมเพื่อสร้างเครือข่ายทั้งทางตรงและทางอ้อมของธุรกิจร้านอาหารของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อให้สามารถยกระดับความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวได้ ซึ่งการศึกษาหาแนวทางในการรวมกลุ่มรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพ เนื่องจากการรวมกลุ่มวิสาหกิจจะมีผลต่อการอยู่รอดและการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการเอง โดยผู้ประกอบการจะยังคงตั้งอยู่บนพื้นฐานของการแข่งขัน ซึ่งแนวทางในการรวมกลุ่มนี้นำไปสู่การกำหนดมาตรการผลักดันให้เกิดการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจและเพื่อสร้างความสร้างความมั่งคั่งให้กับประเทศอย่างยั่งยืน อันจะส่งผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศในท้ายที่สุด ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมประเภทร้านอาหารของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ให้พัฒนาไปสู่ความเข้มแข็งและมีความยั่งยืนในระดับประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

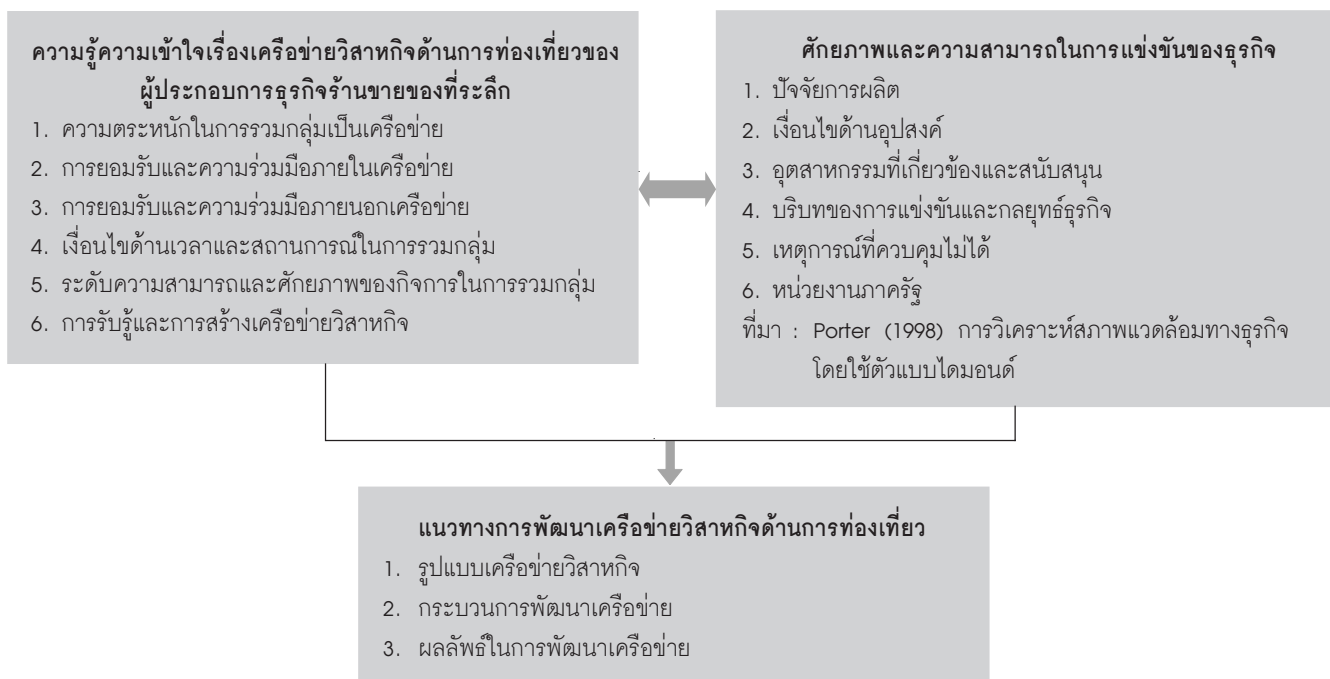
1. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในด้านจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคของ ธุรกิจเครือข่ายการท่องเที่ยวประเภทร้านอาหารของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

2. เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้เรื่องการพัฒนาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนด้วยการรวมกลุ่มสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมด้วยกันและกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายการท่องเที่ยวประเภทร้านอาหารของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

3. เพื่อกำหนดและหาแนวทางร่วมกันในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดย่อมประเภทร้านอาหารของที่ระลึกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในการยกระดับความสามารถการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มีกรอบแนวความคิดในการทำวิจัยที่ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาขึ้นตามแนวความคิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว โดยปัจจัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจ



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงการศึกษาความสนใจในการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ โดยทั้ง 2 ปัจจัยนี้จะนำไปสู่ศักยภาพในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวร้านค้าของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ดังนี้

ขอบเขตการวิจัย

การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวประเภทร้านอาหารของที่ระลึกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้ การศึกษาปัจจัยการประกอบธุรกิจ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ จำนวนการจ้างงาน ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน ประเภทลูกค้า และการรวมกลุ่มธุรกิจ รวมถึงการศึกษาความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ อันจะส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการประเภทธุรกิจร้านอาหารของที่ระลึก

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed-Methods Research) คือ เป็นการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม รวมถึงการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทธุรกิจร้านอาหารของที่ระลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลหลายๆ ด้าน ในการหาคำตอบร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถามและจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยคณะผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ ความเหมาะสมของการประชุมเชิงปฏิบัติการ และการนำไปปฏิบัติเป็นเวลา 7 เดือน (กรกฎาคม 2553 ถึงมกราคม 2554) และมีกระบวนการติดตามผล และสร้างองค์ความรู้ อีกเป็นเวลา 5 เดือน (กุมภาพันธ์ 2554 ถึงมิถุนายน 2554) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการดำเนินงานดังกล่าว

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรใช้ในการศึกษาวิจัยวิจัย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตามเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในการดำเนินการในธุรกิจ (SMEs) สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามของธุรกิจร้านอาหารของที่ระลึก ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกทุกหน่วยประชากรมาทำการศึกษาวิจัยเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารของที่ระลึกที่เป็นสมาชิกศูนย์เครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (Pattaya Tourism Cluster Center: PTCC)

2. กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในการดำเนินการในธุรกิจร้านอาหารของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีและที่เป็นสมาชิกศูนย์เครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (PTCC) จำนวน 13 ราย

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวประเภทร้านอาหารของที่ระลึกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อม ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี นี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ 5 ครั้ง วิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เนื้อหาตามตัวแบบโดมอนด์ ของพอร์เตอร์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อม ประเภทร้านอาหารของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปีและอายุระหว่าง 31-40 ปี ในสัดส่วนที่เท่ากัน มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประเภทกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว โดยระยะเวลาในการดำเนินงานอยู่ระหว่าง 1-3 ปีและมากกว่า 9 ปี ในสัดส่วนที่เท่ากัน มีจำนวนพนักงานต่ำกว่า 10 คน ทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1,000,000 บาท มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่างร้อยละ 50 ถึงร้อยละ 70 และลูกค้าส่วนมากเป็นลูกค้าประเภททัวร์

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมประเภทร้านอาหารของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.0$)

และมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านขายของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยตัวแบบโดมอนต์ ได้แก่ ปัจจัยในด้านการผลิต ($\bar{X} = 2.45$) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ ($\bar{X} = 2.50$) และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ($\bar{X} = 2.75$) ถือว่าเป็น โอกาสในการแข่งขัน ส่วนปัจจัยด้านบริบทของการแข่งขันและ กลยุทธ์ธุรกิจ ($\bar{X} = 2.78$) หน่วยงานภาครัฐ ($\bar{X} = 2.50$) ถือว่าเป็น จุดแข็งในการแข่งขัน แต่เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้ ($\bar{X} = 1.50$) เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคในการแข่งขัน (ตารางที่ 1) ซึ่งผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจร้านขายของที่ระลึก ดังการได้ถูกนำมาจัดเรียงเพื่อแสดงให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว วิสาหกิจขนาดย่อม ดังนี้

จุดแข็ง คือ ผู้ประกอบการมีทักษะและความสามารถในการผลิตของที่ระลึก โดยมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตและบริการนักท่องเที่ยว มีการรวมกลุ่มในการจัดซื้อ วัตถุดิบระหว่างผู้ประกอบการ มีการสร้างมาตรฐานการบริการ และการตรวจสอบคุณภาพจากหน่วยงานของรัฐร่วมกับเอกชน อีกทั้งการพัฒนา รูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยอยู่เสมอ

จุดอ่อน คือ ผู้ประกอบการขาดการพัฒนาในการเพิ่ม ศักยภาพทางการแข่งขัน ความยากลำบากในการเข้าถึงแหล่ง เงินทุนของผู้ประกอบการ มีการรวมกลุ่มของเครือข่ายวิสาหกิจ ที่ไม่เข้มแข็งจึงทำให้เกิดการแข่งขันกันเอง ซึ่งส่งผลกระทบต่ออำนาจ ในการต่อรองกับผู้ขายปัจจัยการผลิตด้วย

โอกาส คือ การที่เมืองพัทยาดังอยู่ใกล้กับกรุงเทพฯ และสนามบินสุวรรณภูมิ ซึ่งทำให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว โดยมีความจำเป็นที่จะต้องมียระบบสาธารณูปโภคที่ได้มาตรฐาน

มีการเชื่อมโยงทำให้เกิดการเกื้อกูลกันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในพื้นที่ มีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการสนับสนุนให้พ่ตยามีการจัดศูนย์การแข่งกีฬาทางน้ำระดับโลก

อุปสรรค คือ ความเข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมาย เป็นอุปสรรคในการขายสินค้าของผู้ประกอบการแก่นักท่องเที่ยว ที่ต้องการความสะดวกสบายในการซื้อสินค้านักท่องเที่ยว ยึดติดภาพลักษณ์เก่าๆ ของเมืองพัทยาทำให้การปรับเปลี่ยน เมืองพัทยาต้องทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป สินค้าอุปโภคบริโภค มีราคาสูงขึ้น รวมไปถึงภัยพิบัติและสถานการณ์ความไม่สงบ ภายในประเทศทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลการวิเคราะห์ถึงศักยภาพ ในการรวมกลุ่มและการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ทำให้ทราบถึงลักษณะของการรวมกลุ่มของ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายของที่ระลึกว่ามีกลุ่มหรือองค์กร ชุมชน ที่มีความร่วมมือแบบเครือข่าย โดยมีแบบแผนของ ความร่วมมือแบบ เครือข่ายเริ่มจากกลุ่มหรือองค์กรชุมชน มีการติดต่อแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกัน และจะพัฒนาไปเป็น ความร่วมมือแบบเครือข่าย และจากการวิเคราะห์คุณลักษณะร่วม ของเครือข่ายวิสาหกิจที่อยู่ในแต่ละกลุ่มและเปรียบเทียบระหว่าง กลุ่มศักยภาพระดับต่างๆ ซึ่งธุรกิจประเภทร้านขายของ ที่ระลึกจัดอยู่ในกลุ่มที่เพิ่งเริ่มรวมตัวกันเป็นกลุ่มที่รวมตัวกัน ไม่เหนียวแน่นและอยู่ในตลาดที่ไม่มีศักยภาพ โดยริเริ่มการรวมตัว จากผู้ประกอบการเป็นส่วนใหญ่ แต่เป็นการรวมกลุ่มกัน เพราะว่ามีสถานที่ตั้งอยู่ในบริเวณ เดียวกัน

จากผลการวิจัยสามารถสรุปถึงการพัฒนาเครือข่าย ที่เกิดจากความร่วมมือและความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานต่างๆ

ตารางที่ 1 สรุปผลความรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจ และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านขายของที่ระลึก

ความสามารถในการแข่งขัน (n=13)	\bar{X}	SD	ระดับ
ปัจจัยการผลิต	2.45	0.29	โอกาส
เงื่อนไขด้านอุปสงค์	2.50	0.26	โอกาส
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	2.75	0.23	โอกาส
บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ธุรกิจ	2.78	0.30	จุดแข็ง
เหตุการณ์ที่ควบคุมไม่ได้	1.50	0.57	จุดอ่อน/อุปสรรค
หน่วยงานภาครัฐ	2.50	0.32	จุดแข็ง

อย่างเข้มแข็งนั้น หน่วยงานภาครัฐมีความจำเป็นที่จะต้องเข้ามาประสานและกระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่ม ซึ่งการรวมกลุ่มจะเกิดขึ้นได้นั้นผู้ประกอบการร้านค้าขายของที่ระลึกจำเป็นต้องมีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน อันเกิดจากความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกเอง ประกอบกับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจกัน ซึ่งต้องขึ้นกับช่วงเวลาและสถานการณ์ที่เหมาะสมที่จะเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำไปสู่การรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย วิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืนต่อไป ในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ธุรกิจจะต้องร่วมมือกันทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และมีการส่งเสริมด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครือข่ายธุรกิจ การสร้างวิสัยทัศน์และชี้ให้เห็นถึงข้อดีในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจโดยทุกฝ่ายจะต้องให้ความร่วมมือและเชื่อใจซึ่งกันและกัน ในการประกอบธุรกิจที่จะนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทร้านค้าขายของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีความตระหนักและรู้ความเข้าใจเรื่องเครือข่ายวิสาหกิจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ และด้านระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่มาก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการร้านค้าขายของที่ระลึก แต่จากการวิจัยยังพบอีกว่าผู้ประกอบการร้านค้าขายของที่ระลึกยังไม่เคยรวมกลุ่มเครือข่ายมาก่อน อาจเป็นเพราะธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกในเมืองพัทยาผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกจำนวนมากทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงมากกว่าการที่จะรวมกลุ่มเพื่อทำการแข่งขัน

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า โดยรวมนั้นร้านค้าของที่ระลึกมีศักยภาพเพียงพอในการที่จะรวมกลุ่มกับธุรกิจท่องเที่ยวอื่นๆ และยินดีที่จะรวมกลุ่มกับธุรกิจท่องเที่ยวด้วยกัน ทั้งนี้ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกจำเป็นต้องมีพันธมิตรที่สามารถเกื้อหนุนประโยชน์ในด้านวัตถุดิบ การบริหารจัดการ ทรัพยากรมนุษย์

หรือด้านต่างๆ ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจในการเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันให้กับตนเองโดยมีภาครัฐเป็นแกนกลางที่มีความสำคัญในการรวมกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับ ชยุต แสนจันทร์กุล (2554) สถาบันวิจัยสังคม (2547) และ ธนชัย พลอยสุภผล (2547) รูปแบบการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจที่เกิดขึ้นในช่วงเริ่มต้นอาจเกิดจากธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกร่วมมือกันกับธุรกิจท่องเที่ยว อาทิ โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว และตัวแทนนำเที่ยว เป็นต้น ซึ่งการเกิดเครือข่ายวิสาหกิจโดยมีเอกชนเป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนและมีการร่วมมือกันอย่างเข้มแข็งนั้นจะประสบความสำเร็จมากกว่าหน่วยงานภาครัฐเป็นแกนหลัก เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายที่เข้าถึงกัน รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันเพื่อให้สะดวกต่อการวางแผนในการบริหารจัดการเครือข่ายเพื่อสร้างความแข็งแกร่งในการแข่งขัน

อนึ่ง หน่วยงานภาครัฐอาจไม่มีศักยภาพเพียงพอในการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจแก่ผู้ประกอบการ ดังนั้น การดึงสถาบันการศึกษามาช่วยในการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ข้อมูลทางวิชาการ และการพัฒนาทักษะความรู้ของบุคลากร ส่วนชมรมหรือ สมาคมต่างๆ ในเมืองพัทยา ส่วนหน่วยงานภาครัฐจะเป็นผู้ประสานงานให้กับธุรกิจท่องเที่ยวอย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจ แต่ต้องค้ำประคบที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่มีส่วนช่วยผลักดันให้การรวมกลุ่มประสบความสำเร็จได้นั้นคือความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ดังเช่นงานวิจัยของวนิดา วิชยประเสริฐกุล (2541) พิชญากรณ์ พุ่มไพศาลชัย (2549) และปรัชนันท์ กังวานปิยศักดิ์ (2550) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีศักยภาพ และความสามารถในการแข่งขันมากกว่ากลุ่มอื่นๆ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการศึกษาของผู้ประกอบการมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการแตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการร้านค้าขายของที่ระลึกจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในก่อตั้งเนื่องจากยังไม่เคยมีการรวมกลุ่มมาก่อน และยังคงต้องทำการศึกษาถึงแนวทางในการบริหารจัดการ การลงมือทดลอง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ประกอบการ หน่วยงานภาคเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงการนำความรู้เทคโนโลยี และประสบการณ์ที่มีจากการประกอบธุรกิจมา

ถ่ายทอดซึ่งกันและกัน ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการพัฒนาเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในการรวมกลุ่มและแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Good (1973: 325) ให้นิยามเกี่ยวกับความรู้ไว้ว่าเป็นความสามารถในด้านสติปัญญาและทักษะต่างๆ ที่เกิดจากการเรียนรู้ ที่กล่าวว่า ความรู้เป็นความสามารถในการจดจำและระลึกได้ รวมถึงประสบการณ์ต่างๆ ที่ได้รับรู้มา รวมทั้งสิ่งที่สัมพันธ์กันกับประสบการณ์นั้นๆ และถ่ายทอดกันต่อไป มาตั้งแต่ในอดีต จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้เห็นว่าธุรกิจร้านขายของที่ระลึกในเมืองพัทธานัน มีเครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันอย่างหลวมๆ และจากการวิเคราะห์คุณลักษณะร่วมของเครือข่ายวิสาหกิจที่อยู่ในแต่ละกลุ่มและเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มศักยภาพระดับต่างๆ พบว่า ธุรกิจประเภทร้านขายของที่ระลึกจัดอยู่ในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มเพิ่งเริ่มรวมตัวกัน เป็นกลุ่มที่รวมตัวกันไม่เหนียวแน่นและอยู่ในตลาดที่ไม่มีศักยภาพ โดยริเริ่มการรวมตัวจากผู้ประกอบการเป็นส่วนใหญ่ แต่เป็นการรวมกลุ่มกันเพราะว่ามีสถานที่ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน

กล่าวโดยสรุป การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการร้านค้าขายของที่ระลึกมีแนวโน้มใกล้เคียงกับกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันอย่างหลวมๆ ในขณะเดียวกันก็อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีโอกาสทางการตลาดและความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศไม่มากนัก (Fragmented Cluster) และประกอบเป็นเครือข่ายวิสาหกิจในกลุ่มเพิ่งเริ่มรวมตัวกัน เป็นกลุ่มที่รวมตัวกันไม่เหนียวแน่นและอยู่ในตลาดที่ไม่มีศักยภาพ ดังนั้น การพัฒนาเครือข่ายที่เกิดจากความร่วมมือและความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานต่างๆ อย่างเข้มแข็งนั้น หน่วยงานภาครัฐมีความจำเป็นที่จะต้องเข้ามาประสานและกระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่ม ซึ่งการรวมกลุ่มจะเกิดขึ้นได้นั้นผู้ประกอบการร้านค้าขายของที่ระลึกจำเป็นต้องมีความไว้ใจซึ่งกันและกัน อันเกิดจากรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกเอง ประกอบกับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างความสัมพันธ์และความไว้เนื้อเชื่อใจกัน ซึ่งต้องขึ้นกับช่วงเวลาและสถานการณ์ที่เหมาะสมที่จะเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำไปสู่การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจร้านค้าของที่ระลึกได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจะเป็นปัจจัยที่เอื้อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถเกิดขึ้นและดำรงอยู่ได้อย่างเหมาะสมภายใต้ระบบเศรษฐกิจพอเพียงและเอื้อต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานรากในที่สุดยั่งยืนต่อไป ยุภา

ประยงค์ทรัพย์ (2553) และ ภควัฒน์ จันทรงษ์ (2553) และจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้นมีข้อสรุปที่น่าสนใจ กล่าวคือ การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ธุรกิจจะต้องร่วมมือกันทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และมีการส่งเสริมด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครือข่ายธุรกิจ การสร้างวิสัยทัศน์และชี้ให้เห็นถึงข้อดีในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ โดยทุกฝ่ายจะต้องให้ความร่วมมือและเชื่อใจซึ่งกันและกันในการประกอบธุรกิจที่จะนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวประเภทร้านขายของที่ระลึกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมในเขตเมืองพัทธานัน จังหวัดชลบุรีให้มีความสามารถในการเติบโตอย่างเข้มแข็งและยั่งยืนขึ้นอยู่กับ การที่ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของการรวมกลุ่มเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ และเพื่อให้เกิดอำนาจในการต่อรองกับผู้ขายปัจจัยในการผลิต และสามารถลดต้นทุนในการผลิต รวมถึงการผสานความร่วมมือระหว่างกลุ่มเครือข่ายต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกัน ซึ่งจะนำมาสู่การพัฒนาที่มีความเข้มแข็งและยั่งยืนดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการดำเนินการร่วมกันในการจัดทำแผนพัฒนา และการแสวงหางบประมาณสนับสนุนในการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวประเภทร้านขายของที่ระลึก เพื่อให้เกิดชมรมหรือสมาคมของผู้ประกอบการร้านค้าขายของที่ระลึก
2. การแสวงหาแนวในการผสานความร่วมมือระหว่างกลุ่มเครือข่าย และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ในพื้นที่ เพื่อกำหนดเป้าหมายวางแผนในการพัฒนาเครือข่าย และจัดกิจกรรมร่วมกัน
3. เสริมสร้างและพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการและบุคลากรการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐาน อาทิ การบริหารจัดการสมัยใหม่ ภาษาต่างประเทศ และความชำนาญเฉพาะทาง ร่วมกับสถาบันการศึกษาในหรือนอกพื้นที่
4. ผู้ประกอบการควรมีการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันของกิจการ เพราะผู้ประกอบการต้องเผชิญหน้ากับสภาพแวดล้อม

ทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงและควรประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสของธุรกิจ ซึ่งจะทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นรวมทั้งการจัดให้มีการนำเทคโนโลยี มาใช้เพื่อความแม่นยำและรวดเร็วของข้อมูลและการตัดสินใจทางธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

- ชยุต แสนจันทร์กุล. 2554. "ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกิจการ การท่องเที่ยวเมืองพัทยาในทัศนะของผู้ประกอบกิจการ การท่องเที่ยว." วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานยุติธรรมและสังคม มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธนชัย พลอยศุภชัย. 2547. "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ." วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปรัชนันท์ กังวานเปี้ยศักดิ์. 2550. "การศึกษาขีดความสามารถ และความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท สถานประกอบการ สปามาตรฐานในภาคตะวันออก." วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พิชญภากรณ์ พุ่มไพศาลชัย. 2549. "ศักยภาพของผู้ประกอบการ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการเป็นผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและย่อม." วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภควัฒน์ จันทรังษี. 2553. "การจัดการองค์ความรู้ ของเครือข่าย วิสาหกิจ กล้วยไม้จังหวัดราชบุรี." วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ยุภา ประยงค์ทรัพย์. 2553. "การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีประเทศไทยและ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว." วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาพุทธศาสตร์การพัฒนากุมิภาค มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

วนิดา วิชยประเสริฐกุล. 2541. **ผลกระทบจากการพัฒนา การท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมเมืองพัทยา.** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สถาบันวิจัยสังคม. 2547. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านแม่กำปอง กิ่ง อ.แม่่ออน จ.เชียงใหม่. เชียงใหม่ : โครงการ พัฒนาการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืน ในภูมิภาคกลุ่มแม่โขง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Good, C. V. 1973. **Dictionary of Education.** New York: McGraw-Hill Book Company.

Porter, M. E. 1998. **Cluster and the New Economics of Competition.** Retrieved October 10, 2006 from Website: <http://www.wellbeingcluster.at/magazin/00/artikel/28775/doc/>



>> ว่าที่ร้อยตรี ดร.อนณ นธิเชาวกุล

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา จบปริญญาเอก บธ.ด. (การตลาด) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชปริญญาโท บธ.ม.(การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และปริญญาตรี บธ.บ. (การตลาด) มหาวิทยาลัยรามคำแหง