

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญ

หนึ่งในหลายแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก คือ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ถือเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างสูงเห็นได้จากภาพรวมการเดินทางท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในปี 2550 ที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 14.55 โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอัตราการเติบโต ร้อยละ 15.71 และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 12.30 หากย้อนหลังไป 2 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2548-2549 พบว่า มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองพัทยามีเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.54 และ 14.55 ตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ปัจจัยที่ส่งผลทางบวกต่อการท่องเที่ยวในพัทยามาจากภาพลักษณ์ของทะเลที่สวยงามและมีกิจกรรมทางน้ำและทางบกมากมาย กรอบกับพื้นที่ตั้งใกล้กรุงเทพฯ ทำให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างชาติมีการเปลี่ยนเส้นทางท่องเที่ยวจากฝั่งทะเลอันดามันมาท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกแทน จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าธุรกิจท่องเที่ยวเป็นฐานรายได้หลักที่สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศและเมืองพัทยาปีหลายพันล้านบาท (สถานการณ์การท่องเที่ยวพัทยา จังหวัดชลบุรี, 2551)

ธุรกิจท่องเที่ยวถือเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้เข้าสู่เมืองพัทยอย่างมหาศาลและหนึ่งในนั้นคือ ร้านอาหาร ซึ่งปัจจุบันมีร้านอาหารขนาดใหญ่จนถึงร้านขนาดย่อมจำนวนถึง 340 แห่งในพื้นที่ (ร้านอาหารในเมืองพัทยา, 2550) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารกลางและขนาดย่อมกว่าร้อยละ 80 ที่เน้นการแข่งขันแบบ “ต่างคนต่างอยู่” ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบใหม่ของการค้าโลก ยังคงยึดถือแนวทางการประกอบธุรกิจที่มองว่าผู้อื่นเป็นคู่แข่ง หรือมีแต่ตัดดวงเอาแต่ผลประโยชน์ จึงขาดความร่วมมือในด้านต่าง ๆ ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน (Pyke, 1992; โสริยา พงษ์ประยูร, 2546) ทำให้เกิดปัญหาด้านวัตถุดิบอาหารในพื้นที่ อาทิ อาหารทะเลที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ ทำให้ต้องเสียค่าต้นทุนในการสั่งซื้อวัตถุดิบนอกพื้นที่ รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ส่งกระทบโดยตรงต่อต้นทุนค่าอาหาร ทำให้ร้านอาหารต้องรับภาระตรงส่วนนี้เพิ่มขึ้น (วีรดา เรืองรุ่ง, 2550) การแข่งขันตัดราคา การลอกเลียนแบบสินค้า/บริการ และการขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ (Jordanian National Competitiveness Team, 2009) นอกจากนี้พบว่าร้านอาหารในเมืองพัทยาได้จัดตั้งชมรมและสมาคมต่าง ๆ เช่น ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหาร และสมาคมธุรกิจและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา แต่ก็เป็นเพียงแค่

การรวมกลุ่มกันแบบหลวม ๆ เนื่องจากภายในชมรม/ สมาคมเกิดปัญหาความขัดแย้งทางด้านผลประโยชน์ (Clara Russo and Tomlinson, 2006) และบางชมรม/ สมาคมมีสมาชิกเป็นคนนอกพื้นที่เมืองพัทยา จึงไม่ค่อยให้ความสนใจกับการพัฒนาเมืองพัทยอย่างจริงจังมากนัก

สถานการณ์ดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องตระหนักถึงความอยู่รอดของกิจการด้วยการอาศัยความรู้ ประสบการณ์ และความสามารถในการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ผสมรวมกับความสามารถในการแข่งขันที่ยังเป็นจุดอ่อนของร้านอาหาร โดยปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจร้านอาหารสามารถประสบความสำเร็จและรอดพ้นจากภาวะวิกฤตได้ คือ การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่มีใช้เฉพาะในธุรกิจเดียวกัน แต่เป็นการสร้างความร่วมมือกันของธุรกิจท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Dini, 1998; Carson et al, 2000; Chaston, 2000) ซึ่งถือเป็นการบูรณาการที่ดีซึ่งเอาความร่วมมือจากทุกภาคส่วนไว้รวมกันอย่างครบวงจร (Porter, 1998; OECD, 1999; Keeble & Wilkinson, 2000; อธิพิศ คุณปลื้ม, 2552) เพื่อแก้ไขปัญหาด้านต้นทุนวัตถุดิบ มาตรฐานการบริการ และการขาดแคลนบุคลากร (Hector, 2004; Harrison, 1994 อ้างถึงใน Karlsson, 2008) ผลการศึกษาของสำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2549) ที่ได้สำรวจเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา พบว่า การรวมกลุ่มของธุรกิจท่องเที่ยวเป็นแบบหลวม ๆ และขาดการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ผลการวิจัยระบุได้ว่า การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจส่งผลให้การประกอบการดีขึ้นทั้งแนวตั้งและแนวนอน (Porter, 2006) แต่ภายในกลุ่มยังไม่มีกำหนดพันธกิจและเป้าประสงค์ร่วมกันเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอย่างแท้จริง ดังนั้นการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจถือเป็นทางเลือกหนึ่งในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจให้สามารถยืนหยัดและแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยหลักการที่สำคัญ คือ การสร้างความร่วมมือ เพื่อเสริมสร้างจุดเด่นและแก้ไขจุดอ่อนของกลุ่มเครือข่ายให้เข้มแข็งมากขึ้น (DTI, 1998; Garelli, 1997; สุกิตติ เอื้อมเจริญ, 2547)

จากแนวคิดข้างต้น ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงของธุรกิจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งแนวตั้งและแนวนอน โดยการเชื่อมโยงนี้มีได้จำกัดเพียงแค่ธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำเท่านั้น แต่เป็นการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชนไว้ในเครือข่ายเดียวกัน ซึ่งถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจร้านอาหารในปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับสภาพการแข่งขันที่รุนแรง และศักยภาพการแข่งขันค่อนข้างจำกัด จากปัญหาดังกล่าวนำไปสู่การตั้งคำถามและหาทางออกในการแก้ไขปัญหาวิกฤตที่เกิดขึ้น ด้วยการศึกษามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ตลอดจนผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมีระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจระดับใด เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนาเครือข่าย

วิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา ที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร ที่ส่งผลต่อความสนใจในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ
3. เพื่อศึกษาศักยภาพการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
4. เพื่อศึกษาอำนาจการทำนายลักษณะของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจกับประเภทกิจการ ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน และความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว
5. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

### สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทร้านอาหาร ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการประกอบธุรกิจต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน สามารถแบ่งสมมติฐานย่อย ได้แก่

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีเพศต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีอายุต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้



สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.6 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีขนาดกิจการต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.7 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประเภทร้านอาหารต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีจำนวนการจ้างงานต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.9 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีทุนจดทะเบียนต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.10 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มียอดขายเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.11 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีประเภทลูกค้าหลักต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.12 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีการรวมกลุ่มต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

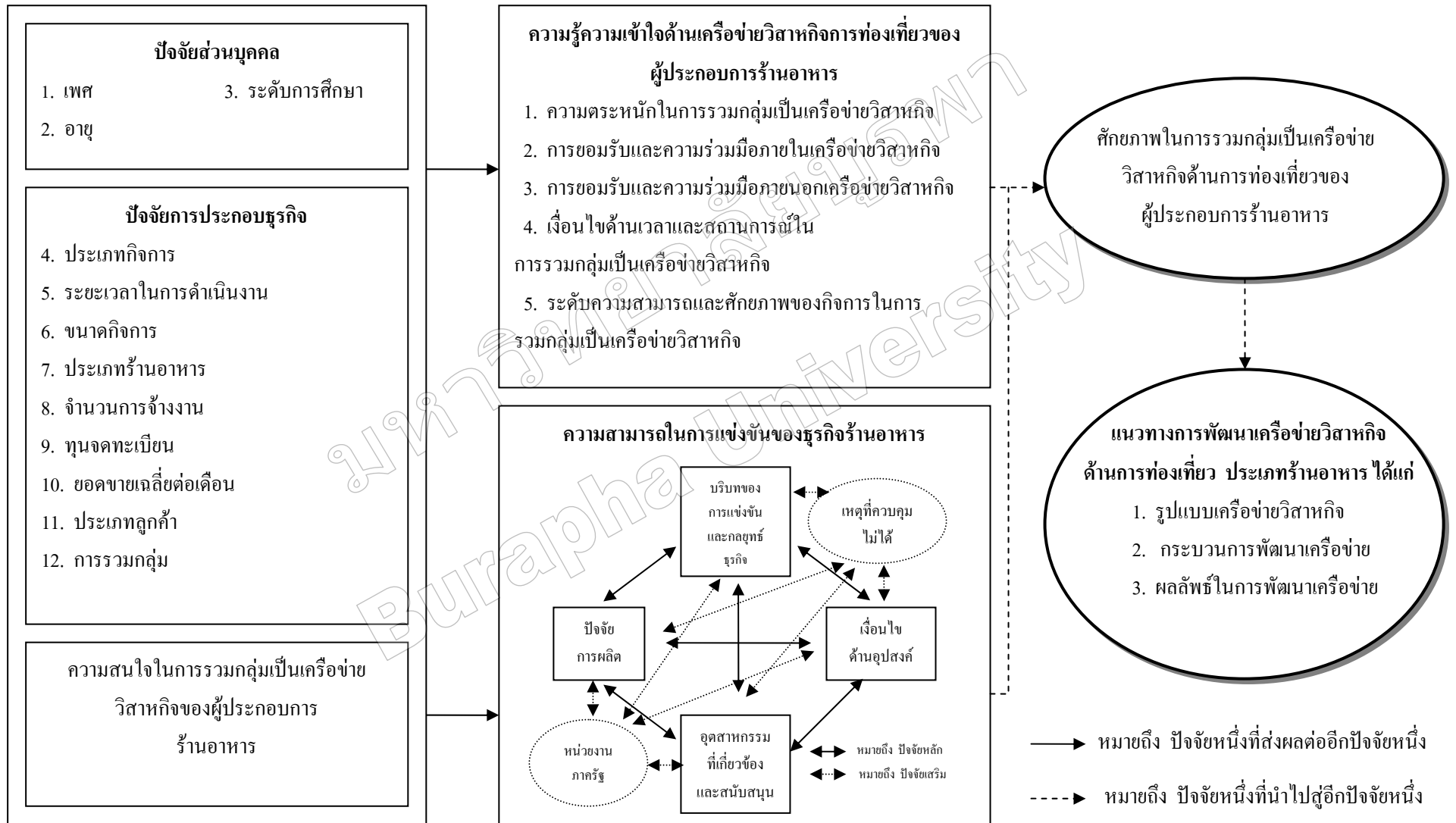
สมมติฐานที่ 3 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มต่างกันมีความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจมีอิทธิพลสามารถร่วมทำนากับประเภทกิจการ ทุนจดทะเบียน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน และความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวความคิดในการวิจัยนี้ (ภาพที่ 1-1) เป็นการศึกษาความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร รวมทั้งประเมินศักยภาพของการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยวและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร โดยนำผลการศึกษาไปพัฒนาหรือเพิ่มเติมในส่วนที่ผู้ประกอบการต้องการหรือยังขาดอยู่ให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจนออุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยกัน
2. การศึกษานี้สามารถตอบ โจทย์และสะท้อนถึงปัญหาการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ที่สนใจ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการส่งเสริม ผลักดัน และพัฒนาการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและธุรกิจท่องเที่ยว เมืองพัทยาต่อไปในอนาคต
3. ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ที่สนใจ หรือหน่วยงานต่าง ๆ สามารถนำผลการศึกษานี้มาใช้เป็นโครงการนำร่องในการพัฒนาศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย

## ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานแบบเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยขอบเขตการวิจัยประกอบด้วย

1. ศึกษาทบทวนกรอบแนวคิด หลักเกณฑ์การวิเคราะห์ และรูปแบบการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ โดย
  - 1.1 ใช้กรอบแนวคิดซึ่งประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการประกอบธุรกิจ ความสนใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจของผู้ประกอบการ ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหาร (ภาพที่ 1-1) ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นเป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้
  - 1.2 ศึกษาและทบทวนเนื้อหาเกี่ยวกับเครือข่ายวิสาหกิจของกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ได้มีการดำเนินการจัดทำแล้วจากหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายวิสาหกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. กำหนดกรอบการสำรวจ โดยการศึกษานี้จะคัดเลือกกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวน 86 คน และกระจายไปเก็บข้อมูลตามพื้นที่ ได้แก่ เขตพัทยาเหนือ กลาง และใต้ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ
  - กลุ่มที่ 1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการใช้ในการตอบแบบสอบถาม จำนวน 86 คน จากตาราง

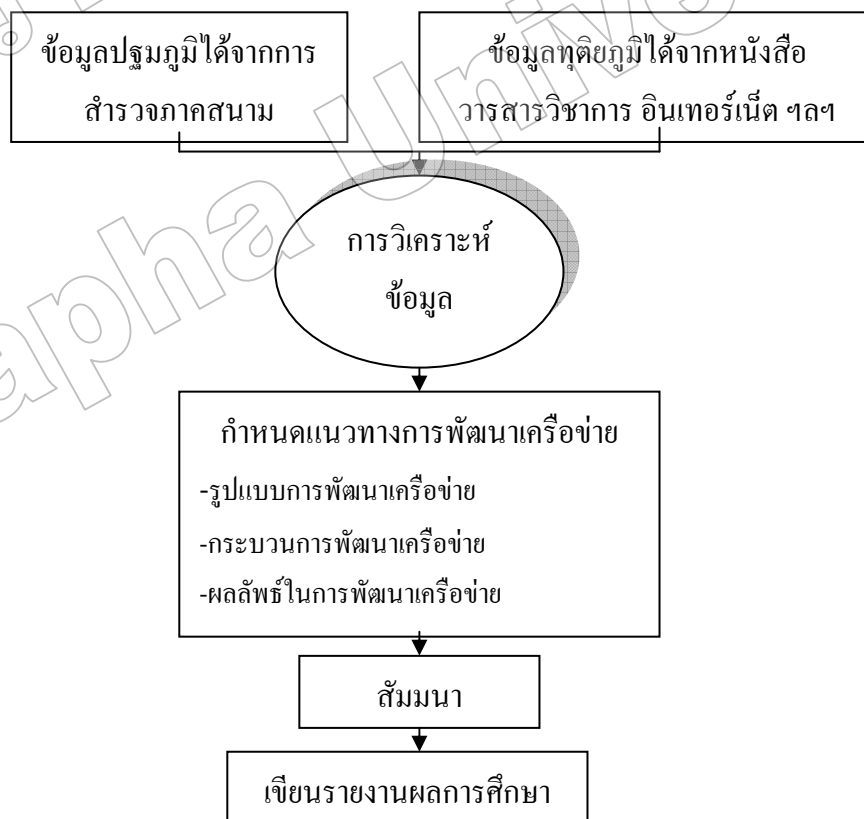
จำนวนตัวอย่างสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan คัดเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบหลาย  
ขั้นตอน (Multi -Stage Sampling)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับใช้ในการตอบแบบสัมภาษณ์เจาะลึก ซึ่งถูกเลือกตัวอย่าง  
โดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบก้อนหิมะ (Snowball Sampling) โดยการหาตัวแทนที่เป็นผู้นำ  
กลุ่ม (Key Person) เพื่อทำการสัมภาษณ์จำนวน 7 คน

3. นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและสัมภาษณ์มาศึกษาวิเคราะห์และประเมินศักยภาพ  
ของเครือข่ายเพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของ  
ร้านอาหาร ในเมืองพัทยา

4. จัดสัมมนาผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ดังภาคผนวก จ) จำนวน 1 ครั้ง ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์  
พ.ศ. 2552 เพื่อตรวจสอบข้อมูล ทบทวนการวิเคราะห์ และรับฟังข้อเสนอแนะและความคิดเห็นที่  
เป็นประโยชน์ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวต่อไป

5. นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและสัมภาษณ์มาศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และเขียน  
รายงานการวิจัย



ภาพที่ 1-2 ขั้นตอนการสำรวจและศึกษาข้อมูล (ปรับปรุงจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ  
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)



## นิยามศัพท์เฉพาะ

เครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มของธุรกิจท่องเที่ยวและสถาบันที่เกี่ยวข้องมารวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่เมืองพัทยา มีความร่วมมือ เกื้อหนุน เชื่อมโยงและส่งเสริมซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร ทั้งแนวตั้งและแนวนอน ซึ่งแนวตั้ง ได้แก่ การเชื่อมโยงของธุรกิจท่องเที่ยวตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ แนวนอน ได้แก่ การเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยและพัฒนา การปกครองท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน คือ การเพิ่มผลิตภาพ ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ความร่วมมือที่เกิดขึ้นอยู่บนพื้นฐานของการแข่งขัน มีการกำหนดทิศทางและเป้าหมายร่วมกัน กำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาร่วมกัน รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้ ตลอดจนทรัพยากรต่าง ๆ ระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโดยรวม

ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Competitiveness) หมายถึง ปัจจัยแวดล้อมของเครือข่ายวิสาหกิจที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มผลิตภาพกิจการ นั่นคือ มูลค่าเพิ่มที่เกิดการผลิตต่อวันทำงานและต่อหนึ่งหน่วยของทุนหรือทรัพยากรเชิงกายภาพที่ใช้ไป อันจะนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ด้าน และปัจจัยเสริม 2 ด้าน ดังนี้

1. ปัจจัยหลัก คือ เหตุการณ์หรือสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเพิ่มผลิตภาพของธุรกิจที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งประกอบด้วย

1.1 ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) คือ การวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่อไปนี้ ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource) และทรัพยากรทุน (Capital Resource) และโครงสร้างพื้นฐาน (Physical Infrastructure) เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และสาธารณูปโภคต่าง ๆ เป็นต้น

1.2 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) คือ การวิเคราะห์ถึงคุณภาพของความต้องการภายในประเทศ รวมทั้งพิจารณาถึงระดับความต้องการด้านคุณภาพและรูปแบบของผู้บริโภค ซึ่งกระตุ้นให้ผู้ประกอบการในประเทศปรับตัวและพัฒนาการผลิตสินค้า/บริการ นอกจากนี้ อุปสงค์ของผู้บริโภคภายในประเทศก็มีความสำคัญในการคาดการณ์อุปสงค์ของผู้บริโภคในประเทศอื่นด้วย โครงสร้างในการวิเคราะห์อุปสงค์ในประเทศ ได้แก่ ทัศนคติ รสนิยม และความเรียกร้องต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่อสินค้าและบริการของกิจการมีความพิถีพิถันมากน้อยเพียงใด

1.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) คือ ความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันของการดำเนินงานทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน พิจารณา 2 ลักษณะ คือ การเชื่อมโยงเชิงกิจกรรมและการเชื่อมโยงเชิงความร่วมมือ

1.4 บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท (Context for Firm Strategy Structure and Rivalry) คือ การวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมที่ธุรกิจเกิดขึ้น ดำเนินการ ตลอดจนธรรมชาติของการแข่งขันในท้องถิ่นว่าทำให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมหรือเอื้อต่อการเพิ่มผลผลิตหรือไม่

2. ปัจจัยเสริม คือ เหตุการณ์หรือสิ่งทีส่งผลกระทบต่อความสามารถในการในการเพิ่มผลิตภาพของธุรกิจที่อยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งประกอบด้วย

2.1 เหตุที่ควบคุมไม่ได้ (Chance) คือ เหตุการณ์หรือสิ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม

2.2 หน่วยงานภาครัฐ (Governance Agency) คือ หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ประเภทร้านอาหาร ในเมืองพัทยา อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัทยา ศาลาที่ว่าการเมืองพัทยา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และวิทยาลัยอาชีวะบางละมุง เป็นต้น

แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การประเมินศักยภาพในการรวมกลุ่มเครือข่ายควบคู่กับการที่นายความสนใจในการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการร้านอาหารในเมืองพัทยา เพื่อใช้ในการกำหนดรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจ กระบวนการพัฒนาเครือข่าย และผลลัพธ์ที่ได้จากการพัฒนาเครือข่าย

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะต่าง ๆ ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. อายุ หมายถึง ช่วงปีตั้งแต่เกิดจนถึงปัจจุบันของผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการดำเนินการ

2. ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดที่ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการดำเนินการสำเร็จการศึกษาหรือกำลังศึกษาอยู่

3. ประเภทกิจการ หมายถึง รูปแบบการจัดตั้งสถานที่พักแรมตามกฎหมายกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ แบ่งเป็น บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน รวมถึงร้านอาหารที่มีได้จัดตั้งขึ้นในรูปแบบของนิติบุคคลหรือเป็นเจ้าของคนเดียว

ปัจจัยการประกอบธุรกิจ หมายถึง ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจร้านอาหารที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ได้แก่

1. ระยะเวลาดำเนินการ หมายถึง ระยะเวลาเริ่มก่อตั้งกิจการและดำเนินงานจนถึงปัจจุบัน

2. ขนาดกิจการ หมายถึง ความสามารถในการรองรับลูกค้าที่มาใช้บริการของทางร้าน โดยวัดขนาดกิจการจากใช้จำนวนที่นั่ง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพื้นที่บริการและจำนวนพนักงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านการบริการและการปรุงอาหารมีหลักเกณฑ์ดังนี้

กิจการที่มีจำนวนที่นั่งน้อยกว่า 150 ที่นั่ง จัดเป็นกิจการขนาดย่อม

กิจการที่มีจำนวนที่นั่งตั้งแต่ 151-400 ที่นั่ง จัดเป็นกิจการขนาดกลาง

3. ประเภทร้านอาหาร หมายถึง รูปแบบในการดำเนินการ ประเภทของอาหารและการบริการ แบ่งเป็น 2 กลุ่มตามลักษณะของอาหาร ได้แก่ ร้านอาหารที่มีเมนูหลักเป็นอาหารไทย และร้านอาหารที่มีเมนูหลักเป็นอาหารต่างประเทศ

4. จำนวนการจ้างงาน หมายถึง จำนวนแรงงานหรือบุคลากรที่ทำงานอยู่ในฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติการทั้งหมดในสถานประกอบการ

5. ทุนจดทะเบียน หมายถึง มูลค่าเงินลงทุนตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการ

6. ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง ยอดขายสุทธิก่อนหักต้นทุน ดอกเบี้ย และภาษีคำนวณจากยอดขายของร้านอาหารตลอดทั้งปีหาร 12 เดือน โดยยอดขายนั้นมาจากการขายอาหาร

7. ประเภทลูกค้า หมายถึง กลุ่มผู้บริโภค/ ผู้ใช้บริการของร้านอาหารซึ่งในที่นี้จะแบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่

7.1 กลุ่มลูกค้าที่เดินทางมาเอง (Walk-in)

7.2 กลุ่มลูกค้าบริษัท ห้างร้าน และหน่วยงานราชการ (Corporate Clients)

7.3 กลุ่มลูกค้าที่มาจากการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ จากตัวแทนและผู้ประกอบการค้าส่งการท่องเที่ยว

7.4 กลุ่มลูกค้าประชุมสัมมนา

8. การรวมกลุ่ม หมายถึง กิจการมีการรวมตัวเป็นเครือข่ายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ชมรม สมาคม และเครือข่ายวิสาหกิจ เป็นต้น

ความรู้ความเข้าใจด้านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว หมายถึง ทักษะหรือความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่เกิดจากการสังมมาจากการศึกษาหรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติและทักษะ ตลอดจนความเข้าใจของผู้ประกอบการในการรวมตัวเป็นเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย

1. ความตระหนักในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การที่ผู้ประกอบการมีความตระหนักและ/หรือเข้าใจในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ ซึ่งวิเคราะห์จากสถานการณ์แข่งขันและความจำเป็นที่ต้องการความช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่างผู้ประกอบการ หน่วยงานเอกชน หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานวิชาการ/ วิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การยอมรับและความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การเห็นพ้องต่อการมีส่วนร่วมและบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียภายในเครือข่ายวิสาหกิจ

3. การยอมรับและความร่วมมือภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง การเห็นพ้องต่อการมีส่วนร่วมและบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจ

4. เงื่อนไขด้านเวลาและสถานการณ์ในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง ระยะเวลาที่เหมาะสมหรือสถานการณ์ในการรวมกลุ่ม เช่น ธุรกิจท่องเที่ยวแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มการท่องเที่ยว และไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ส่งผลต่อการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจที่แตกต่างกันได้ และเป็นเงื่อนไขในการกำหนดการรวมกลุ่มว่าเริ่มต้นหรือสิ้นสุดลงเมื่อใด

5. ระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจ หมายถึง ชีตความสามารถของกิจการในการรวมตัวเป็นเครือข่ายวิสาหกิจกรท่องเที่ยวผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลซึ่งดำเนินการและบริหารองค์กรธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงเพื่อต้องการผลตอบแทนในเชิงธุรกิจ

ร้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง สถานที่ที่จัดไว้เพื่อประกอบอาหารหรือปรุงอาหารจนสำเร็จและจำหน่ายให้ผู้ซื้อสามารถบริโภคได้ทันที สำหรับงานวิจัยฉบับนี้จะใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดของร้านอาหารด้วยตัวแปร 2 แบบ คือ ประเภทร้านอาหารและขนาดกิจการ ซึ่งไม่นับรวม ร้านแผงลอย ร้านที่จำหน่ายเฉพาะเครื่องดื่ม ขนมหวาน หรือไอศกรีม บาร์ Pub & Restaurant ห้องอาหารในโรงแรม และร้านอาหารที่เป็นเฟรนไชน์ของประเทศไทยและต่างประเทศ ร้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องได้รับการรับรองมาตรฐานจากโครงการ “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ปี 2551