

รูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบ
ในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธุรกิจโรงแรม
ในประเทศไทย

A STRUCTURAL EQUATION MODEL OF VARIABLES AFFECTING
THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF SMALL AND MEDIUM
ENTERPRISES (SMEs) IN HOTEL INDUSTRY IN THAILAND



ดุษฎีนิพนธ์นี้สำหรับการศึกษิตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

คณะกรรมการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2563

KMITL-2020-FAM-D-011-001

รูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบ
ในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธุรกิจโรงแรม
ในประเทศไทย

A STRUCTURAL EQUATION MODEL OF VARIABLES AFFECTING
THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF SMALL AND MEDIUM
ENTERPRISES (SMEs) IN HOTEL INDUSTRY IN THAILAND



ดุษฎีนิพนธ์นี้สำหรับการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

คณะกรรมการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2563

KMITL-2020-EAM-D-011-001

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**A STRUCTURAL EQUATION MODEL OF VARIABLES AFFECTING
THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF SMALL AND MEDIUM
ENTERPRISES (SMEs) IN HOTEL INDUSTRY IN THAILAND**



**A DISSERTATION SUBMITTED IN FULFILLMENT
OF THE REQUIRMENTS FOR THE DEGREE OF
DOCTOR OF PHILOSOPHY IN INDUSTRIAL BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF ADMINISTRATION AND MANAGEMENT
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2020

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

KMITL-2020-FAM-D-011-001



COPYRIGHT 2020

FACULTY OF ADMINISTRATION AND MANAGEMENT

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ดูแลเนื้อหาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อคุณนิพนธ์	รูปแบบโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย
นักศึกษา	ชนิษฐา อุนะรัตน์
รหัสนักศึกษา	56611318
ปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม
พ.ศ.	2563
อาจารย์ที่ปรึกษาคุณนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.วรนารถ แสงมณี
อาจารย์ที่ปรึกษาคุณนิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงหะ ฉวีสุข

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทยและศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยด้านการสนับสนุนของรัฐ การเป็นผู้ประกอบการ นวัตกรรมบริการและความพร้อมในการแข่งขันของธุรกิจ โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่บริหารระดับผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการโรงแรมระดับ SME ในประเทศไทย จำนวน 280 ตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามแนวของไลเคิร์ต เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติที่ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) โดยใช้โปรแกรม LISREL

โดยรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างตัวแปรที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตลอดจนมีความสามารถในการพยากรณ์ความแปรปรวนของความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย (CA) ได้ระดับร้อยละ 0.75 และยังพบว่าความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย (CA) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ (GS) ปัจจัยการเป็นผู้ประกอบการ (ENT) ปัจจัยนวัตกรรมบริการ (SI) และความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.15, เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-0.52, 0.39 และ 0.87 ตามลำดับ และความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย (CA) ได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากปัจจัยการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ (GS) การเป็นผู้ประกอบการ (ENT) นวัตกรรมบริการ (SI) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ -0.24, 0.57 และ 0.31 ตามลำดับ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title	A Structural Equation Model of Variables Affecting the Competitive Advantage of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Hotel Industry in Thailand
Student	Miss Kanitta Ounarat
Student ID	56611318
Degree	Doctor of Philosophy
Major	Industrial Business Administration
Year	2020
Dissertation Advisor	Associate Professor Dr. Woranat Sangmanee
Dissertation Co-Advisor	Assistant Professor Dr. Singha Chaveesuk

ABSTRACT

The purpose of this research was to 1) studied the level that affects the competitive advantage of small and medium enterprises of the hotel industry in Thailand and 2) studied the relationship of the structures of government support, entrepreneurship, services innovations, and SME readiness competitiveness of small and medium hotels that affect their competitive advantage. Samples were 280 senior executives and assistant hotel managers or owners in Thai SME Hotel. Data were collected by questionnaire and analyzed by using a statistical program. This research deployed five-levels measurement scale. Data were subjected to analysis and presented as the descriptive statistic and influential statistic using SEM by lisrel program. In harmony with empirical data as well as being able to predict the variability of the competitive advantage of small and medium enterprises the variation of the Thai hotel industry (CA) was 0.75 percent. And also found that the competitive advantages of small and medium enterprises of the Thai hotel industry (CA) are directly influenced by SMEs' support from the government (GS), entrepreneurial factors (ENT), factors service innovation (SI) and competition readiness of small and medium enterprises (SME Read) with influence sizes equal to 0.15, -0.52, 0.39 and 0.87 respectively and the competitive advantage of SMEs Small and medium enterprises of the Thai hotel industry (CA) are indirectly influenced by the factors supporting SMEs from the government (GS), entrepreneurship (ENT), service innovation (SI) with the influence equals -

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

0.24, 0.57 and 0.31 respectively. All factors influencing the competitive advantage of small and medium enterprises (SMEs) in hotel industry had high mean level.

This indicated that the structural relationship model of a structural equation model of variables affecting the competitive advantage of small and medium enterprises (SMEs) in hotel industry in Thailand correlated with empirical data, meaning that the developed model could effectively explain the causal relationship and the consequences of the various factors under the conceptual framework.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

คุษฎีนิพนธ์ “เรื่องรูปแบบโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย” เล่มนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณารถ แสงมณี และ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงหะ ฉวีสุข ได้ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการบริหาร ธุรกิจอุตสาหกรรมและประสบการณ์ด้านการทำวิจัย คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำตลอดจน ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนทำให้คุษฎีนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ปริญานูช อภิภูณโยภาส ประธานกรรมการสอบ คุษฎีนิพนธ์ และคณะกรรมการสอบคุษฎีนิพนธ์ ซึ่งประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตัญญา ณ ป้อมเพ็ชร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ โรจนนิรุตติกุล ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมิน แบบสอบถามที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ อันทำให้คุษฎีนิพนธ์เล่มนี้มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่สอนในหลักสูตรปริญญาบัญญัตินิติศาสตร์ สาขาวิชา บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ได้ถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ และแนะนำให้คำปรึกษาอันมีค่า และ สนับสนุนส่งเสริมตลอดผู้ประกอบการและผู้บริหารธุรกิจโรงแรมผู้เสียสละเวลาในการให้ข้อมูล และตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัยเพื่อทำคุษฎีนิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบพระคุณ บุคคลทุกท่านที่เป็นแรงบันดาลใจของผู้วิจัย คุณค่าและประโยชน์ของ คุษฎีนิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอขอบแต่ บิดา มารดา ครูอาจารย์ ครอบครัว ญาติพี่น้อง ตลอดจน ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยิ่ง หากคุษฎีนิพนธ์เล่มนี้มีข้อผิดพลาดประการใดผู้วิจัยขอภัย มา ณ ที่นี้ด้วย

ขนิษฐา อุนะรัตน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญรูปภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามในการวิจัย.....	21
1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	22
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	22
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	24
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	24
1.7 บทสรุป.....	26
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	27
2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรม.....	27
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน.....	30
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม.....	44
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากภาครัฐ.....	54
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ.....	70
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมด้านบริการ.....	71
2.7 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	73
2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย ตัวแปรทางการวิจัย.....	83
2.9 สมมติฐานการวิจัย.....	91
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา.....	92
3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research).....	92

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	116
4.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	116
4.2 ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านสถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	117
4.3 ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย.....	119
4.4 ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA).....	124
4.5 ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย.....	130
บทที่ 5 การวิเคราะห์ อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	135
5.1 การวิเคราะห์และอภิปรายผลตามคำถามวิจัย.....	135
5.2 การค้นพบความสัมพันธ์ใหม่ของตัวแปร.....	137
5.3 การวิเคราะห์และอภิปรายผลตามงานวิจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรค้นกลางและตัวแปรแฝง.....	137
5.4 ข้อจำกัดของการวิจัย.....	139
5.5 ข้อเสนอแนะ.....	139
บรรณานุกรม.....	141
ภาคผนวก.....	156
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	157
ประวัติผู้เขียน.....	165

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	เปรียบเทียบลักษณะต่าง ๆ ของภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย.....2
1.2	สัดส่วนจำนวนการจ้างงาน และผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อภาพรวมของประเทศของภาคบริการ ภาคการค้าและการซ่อมบำรุงและภาคการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....3
1.3	เปรียบเทียบจุดอ่อนของ SMEs ในแต่ละประเทศของประชาคมอาเซียน.....5
1.4	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก ระหว่างปี 2533-2556.....10
1.5	จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาค และอัตราการเติบโต.....11
1.6	จำนวนผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติและการจ้างงานของผู้ประกอบการ โรงแรม และร้านอาหารปี 2554.....16
2.1	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำแนกตามถิ่นที่อยู่.....30
2.2	ความหมายของคำว่าความได้เปรียบในการแข่งขัน.....30
2.3	การทบทวนวรรณกรรมของตัวแปรสังเกตได้ของความได้เปรียบในการแข่งขัน.....42
2.4	แสดงลักษณะ ตัวชี้วัดของตัวแปรสำหรับการวิจัย.....86
3.1	แสดงอันดับของจังหวัดตัวอย่างใน 100 เมือง ที่นักท่องเที่ยวนานาชาติชอบมาเที่ยวมากที่สุดทั่วโลก (100 of the world's leading and most dynamic cities in term of international tourists arrivals) (เฉพาะประเทศไทย).....97
3.2	แสดงจำนวน โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมตามกลุ่มตัวอย่าง 280 ตัวอย่าง.....98
3.3	ตัวอย่างข้อคำถามในแบบสอบถามตัวแปร การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน.....101
3.4	ตัวอย่างข้อคำถามในแบบสอบถามตัวแปร การได้เปรียบในการแข่งขันด้านภูมิศาสตร์.....101
3.5	ตัวอย่างข้อคำถามในแบบสอบถามตัวแปร ความพร้อมทางเทคโนโลยี.....101
3.6	จำนวนข้อคำถามในแต่ละตัวแปรที่ศึกษา.....103
3.7	ระดับความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์.....112
3.8	ค่าสถิติที่เกี่ยวข้องในการประเมินความสอดคล้องของกรอบแนวคิดกับข้อมูลเชิงประจักษ์.....114
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม.....116
4.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม.....118

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย.....	119
4.4 เมตริกส์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง.....	131
4.5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย.....	133



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก ปี พ.ศ. 2573.....	10
1.2 จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว.....	13
1.3 แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยปี 2549-2578.....	14
2.1 ดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของโลกของ WEF.....	33
2.2 Composition of The three sub-indexes of the TTCI.....	34
2.3 The Breakdown of Competitiveness IMD Factors IMD.....	36
2.4 ตัวแบบเพชรของไมเคิล อี พอร์เตอร์.....	37
2.5 กรอบแนวความคิดปัจจัยของศักยภาพการแข่งขันของ SMEs.....	48
2.6 สรุปผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ตามแบบจำลอง Diamond.....	61
2.7 The Hotel Competitive Advantage Model.....	77
2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	84
3.1 ขั้นตอนที่ใช้ในการทำวิจัย.....	94
4.1 การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันด้านการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ.....	125
4.2 การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันด้านการเป็นผู้ประกอบการ (ENT).....	126
4.3 การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันด้านนวัตกรรมบริการ (SI).....	127
4.4 การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันด้านความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read).....	128
4.5 การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA).....	129
4.6 การวิเคราะห์เส้นทาง.....	132

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาทางเศรษฐกิจและถือเป็นกลไกหลักในการเสริมสร้างรายได้ และการจ้างงานของทุกประเทศในประชาคมอาเซียน ทั่วโลกให้ความสำคัญเสมือนหนึ่งเป็นกระดูกสันหลังของการเติบโตทางเศรษฐกิจของทุกประเทศ โดยมีส่วนในการสร้างงานจำนวนมากให้กับประชาชนวัยทำงานในแต่ละประเทศและเป็นองค์การที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศได้มากมาย (Rahman. 2001) หรือในอีกความหมายหนึ่งคือ กุญแจที่จะไปพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในบทบาทของการสร้างงานและความมั่งคั่งให้กับประชากรของประเทศนั้น ๆ (Phaho. 2008) หรือในอีกความหมายหนึ่งเสมือนหนึ่งเป็นเครื่องจักรของความเติบโตทางเศรษฐกิจไปทั่วโลก หรือมีบทบาทสำคัญที่จะบรรเทาความยากจน โดยสร้างงานจำนวนมากให้ประชาชน และสามารถพัฒนาการผลิตสินค้าจำนวนมากที่เต็มไปด้วยพลังและความคิดสร้างสรรค์ (Moad. 2008; Javed. 2011)

จากรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของสำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2556 ประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งสิ้น 2,781,945 ราย โดยร้อยละ 98.5 เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เท่ากับจำนวน 2,739,142 ราย มีการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 80.4 ของการจ้างงานรวมของประเทศ เท่ากับจำนวน 11,783,143 คน ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) คิดเป็นร้อยละ 37.4 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศ เท่ากับจำนวน 4,454,939.6 ล้านบาท และมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 28.8 ของมูลค่าการส่งออกรวมทั้งประเทศ เท่ากับจำนวน 2,043,665 ล้านบาท และได้แบ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็น 3 ประเภท คือ ภาคบริการ ประกอบด้วย โรงแรมและภัตตาคาร การขนส่ง สถานที่เก็บสินค้า การเป็นตัวกลางทางการเงิน กิจกรรมอสังหาริมทรัพย์ การศึกษา งานด้านสุขภาพ กิจกรรมด้านบริการชุมชน สังคม และบริการส่วนบุคคลอื่น ๆ ภาคการค้าและการซ่อมบำรุง ประกอบด้วย การขายส่ง ขายปลีก การซ่อมแซมและการยานยนต์ และภาคการผลิต ประกอบด้วย เกษตรกรรม การล่าสัตว์ การป่าไม้ การประมง การทำเหมืองแร่ และเหมืองหิน การผลิตอุตสาหกรรม การไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา การก่อสร้าง เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.1 เปรียบเทียบลักษณะต่าง ๆ ของภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย

ลักษณะ	ภาคการผลิต	ภาคการค้า	ภาคบริการ
1. เทคโนโลยี	✓	✓	✓
2. ICT (สร้างมูลค่าเพิ่ม)	✓	✓	✓
3. องค์กรความรู้วัฒนธรรมไทย	✓	-	✓
4. นวัตกรรม			
- ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์	✓	✓	-
- บริการนวัตกรรม	-	-	✓
5. การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจนโยบายภาครัฐ			
- การส่งออก	✓	✓	-
- การท่องเที่ยว	-	-	✓
6. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ			
- การจัดตั้งสหกรณ์เพื่อเป็นศูนย์กลางรับซื้อ-ขาย	✓	✓	-
- จัดทำฐานข้อมูลของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ขนส่งสินค้า	✓	✓	-
- จับคู่เจรจาการค้า	✓	✓	-
7. การลงทุนด้านบุคลากรและเงินทุน	มากเป็นอันดับที่ 1	น้อยปานกลาง	น้อยกว่าทั้ง 2 ภาค

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2559)

จากตารางที่ 1.1 เห็นได้ว่าทั้ง 3 ภาคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีลักษณะเฉพาะของแต่ละภาค เช่น นวัตกรรม นโยบายของภาครัฐ องค์กรความรู้ทางวัฒนธรรม การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น แต่บางหัวข้อทั้ง 3 ภาค ใช้ได้ทุกภาคเช่น การใช้เทคโนโลยีมาใช้ในการทำงาน การนำอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้ในงานบริหารข้อมูล อันเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจอย่างมาก เป็นต้น ซึ่งสามารถนำข้อสรุปจากตารางที่ 1.1 มาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับภาคทั้ง 3 ภาค ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะภาคการบริการ เนื่องจาก 1) ใช้เงินทุนน้อยที่สุดใน 3 ภาค ปริมาณคนที่จ้างงานจำนวนมาก และไม่ต้องมีวัตถุดิบในการผลิตเป็นหลักมากนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้งานในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2) สามารถได้ผลตอบแทนเป็นเงินเร็วกว่าทั้ง 2 ภาค เนื่องจากการลงทุนน้อยกว่า ทำให้คืนทุนเร็วกว่า 3) ถ้าสามารถทำให้ลูกค้าประทับใจมากเท่าไร โอกาสที่ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการก็มากเท่านั้น นั่นหมายถึงรายได้ที่มาจากลูกค้าเก่า จะไม่มีต้นทุนเท่ากับการหาลูกค้าใหม่ และที่สำคัญ 4) ภาคบริการเป็นภาคที่มีสัดส่วนต่อรายได้ประชาชาติมากเป็นลำดับรองจากภาคการค้าและการซ่อมบำรุงเท่านั้น ดังแสดงในตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 สัดส่วนจำนวนการจ้างงาน และผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อภาพรวมของประเทศของภาคบริการ ภาคการค้าและการซ่อมบำรุงและภาคการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

	จำนวนราย		การจ้างงานของการจ้างงานทั่วประเทศ		ของ GDP ล้านล้านบาท	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ภาคบริการ	1,035,089	38	4,021,275	30	1.644	12
2. ภาคการค้าและการซ่อมบำรุง	1,193,038	44	3,908,916	29	1.166	10.2
3. ภาคการผลิต	511,015	18	3,852,952	25	1.300	11.43
รวม 1+2+3	2,739,142	18	11,783,143	80.4	4.211	37

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) (2556)

หมายเหตุ : ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ทั้งประเทศ = 11.375 ล้านล้านบาท

การจ้างงานทั่วประเทศ = 14,662,812 คน

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้ศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและมาตรการรองรับประชคมเศรษฐกิจอาเซียนสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มประเทศอาเซียน พบว่า จุดแข็งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย คือ การมีทักษะในด้านงานศิลป์ มีจิตใจการให้บริการ และหากสามารถนำภูมิปัญญาไทยมาประยุกต์ในการบริการได้ จะเสริมให้การบริการไทยมีความโดดเด่นมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การพัฒนาความได้เปรียบของวิสาหกิจไทยที่ผ่านมามักเผชิญกับปัญหาอุปสรรคในเรื่องความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่ต่ำ ส่งผลให้การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้น้อย ขาดการวิจัยและพัฒนา ขาดการสื่อสารกับหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ การบันทึกบัญชีที่ไม่ถูกต้องหรือไม่สมบูรณ์ และข้อจำกัดทางด้านการสื่อสาร ภาษาอังกฤษ และภาษาท้องถิ่นของแต่ละประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศสิงคโปร์มีความเข้มแข็ง เนื่องจากสามารถสื่อสารได้หลายภาษา มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการผลิต รวมถึงมีการบริหารจัดการแบบสมัยใหม่ แต่สิงคโปร์มีจุดอ่อนด้านอัตราค่าจ้างแรงงานที่สูง

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศมาเลเซีย พบว่า มีความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ ยังมีต้นทุนการผลิตสินค้าอาหารฮาลาลที่ต่ำกว่าประเทศไทย จุดอ่อนของวิสาหกิจมาเลเซียในด้านอื่น ๆ นั้น ไม่แตกต่างจากวิสาหกิจไทยมากนัก จุดแข็งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอินโดนีเซีย คือ มีแรงงานจำนวนมากและอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำต่ำกว่าของประเทศไทย ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับไทย ขณะที่จุดอ่อนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่แตกต่างจากไทยมากนัก

ในประเทศเมียนมา ต้นทุนในด้านค่าจ้างแรงงานปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์ต่ำที่สุดในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน โดยค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำในประเทศเมียนมา ประมาณ 1 ดอลลาร์สหรัฐต่อวัน ซึ่งนับเป็นจุดแข็งสำหรับวิสาหกิจที่ดำเนินธุรกิจในประเทศนี้ แต่เนื่องจากปริมาณการผลิตกระแสไฟฟ้าสำหรับใช้ภายในประเทศยังไม่เพียงพอ ทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเมียนมาอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ

ปัญหาทั่วไปที่พบในวิสาหกิจลาว คือ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนที่อยู่ในเกณฑ์ต่ำ ทักษะของวิสาหกิจในด้านต่าง ๆ ยังมีน้อย การให้ความสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจของรัฐบาล สปป.ลาว อยู่ในระยะเริ่มต้น ส่งผลให้ขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจลาวอยู่ในระดับต่ำ

การเปิดเสรีด้านการค้า การบริการ การลงทุน และการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรี ทำให้สมาชิกอาเซียนแต่ละประเทศต่างตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น โดยคาดการณ์ว่า ในขณะที่การรวมกลุ่มทำให้เกิดตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้นซึ่งจะเป็น โอกาสสำหรับวิสาหกิจที่มีความได้เปรียบ ในอีกด้านหนึ่ง การแข่งขันย่อมทวีความรุนแรงมากขึ้น การเตรียมการเพื่อเผชิญกับสภาพการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นหมายถึง การสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความแข็งแกร่งมากขึ้น และขจัดปัญหาหรือแก้ไขจุดอ่อนในด้านต่าง ๆ ของวิสาหกิจให้น้อยลง ในการแข่งขันตลาดภายในประเทศของไทย นอกจากการเผชิญกับคู่แข่งจากประเทศที่มีต้นทุนต่ำ เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน ในอนาคตเมื่อวิสาหกิจในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีศักยภาพมากขึ้นและมีต้นทุนต่ำกว่าไทย โดยเฉพาะจากกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน จะกลายเป็นคู่แข่งรายสำคัญอีกด้านหนึ่ง

การมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และมีค่าจ้างแรงงานต่ำ รวมถึงการสร้างปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้เกิดการลงทุนนับเป็นสิ่งที่จูงใจนักลงทุน ซึ่งรัฐบาลในกลุ่มประเทศอาเซียนใหม่ (กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สหภาพพม่า และเวียดนาม) หันมาให้ความสนใจ และใช้เป็นเครื่องมือในการชักชวนให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ ปัจจัยสนับสนุนที่ประเทศเหล่านี้

ยอมทำให้ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของไทยเริ่มลดลง ผลกระทบที่ตามมา คือ นักลงทุนเอกชนนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายเก่าย้ายฐานการผลิตไปประเทศเหล่านั้น ส่วนกลุ่มนักลงทุนรายใหม่อาจให้ความสนใจและเลือกไปลงทุนในประเทศสมาชิกอาเซียนใหม่แทน (ยุทธศักดิ์ สุภสร. 2554)

การลงทุนการสร้างและบริหารธุรกิจโรงแรมในต่างประเทศถือเป็นส่วนหนึ่งของการขยายธุรกิจ อันเป็นการแสดงถึงความเติบโตของธุรกิจโรงแรม และเป็นแบบอย่างให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรมในการไปลงทุนในต่างประเทศด้วย ดังตัวอย่างของกลุ่มโรงแรมดุสิตธานีและกลุ่มโรงแรมเซ็นทรัล ในปี พ.ศ. 2557 บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) กับ Bird Hospitality Services Private Limited ในประเทศอินเดีย ได้ทำการจัดตั้งบริษัทร่วมทุนเพื่อประกอบธุรกิจการรับจ้างบริหารโรงแรมในประเทศอินเดีย ภายใต้ชื่อ Dusit Bird Hotel Private Limited จะดำเนินการบริหารโรงแรมภายใต้เครื่องหมายการค้า ‘ดุสิตธานี’ จำนวน 1 แห่งคือ โรงแรมดุสิตธานีแก้ว (Goa) อินเดีย ซึ่งได้เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2557 และทั้ง 2 บริษัทได้เปิดดำเนินการบริหารโรงแรมภายใต้เครื่องหมายการค้า ‘ดุสิตเดวาราณา’ จำนวน 3 แห่งในประเทศอินเดีย ได้แก่ โรงแรมดุสิต เดวาราณา นิวเคลี จะเปิดดำเนินการประมาณไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2555 โรงแรมดุสิต เดวาราณา ชัยปุระ (Jaimur) และโรงแรมดุสิตเดวาราณา ฤษีเกศ (Rishikesh) ได้เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2557

นอกจากนี้ บริษัท ดุสิตธานี จำกัด (มหาชน) ได้ลงนามในสัญญาจ้างบริหารโรงแรมดุสิตเดวาราณา รีสอร์ท ฟังงา ได้เปิดดำเนินการในปี พ.ศ. 2556 (ดุสิตธานี. 2554) ส่วนบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซ่า จำกัด ณ ปี พ.ศ. 2554 ได้รับจ้างเป็นผู้ดำเนินกิจการและบริหารโรงแรมภายใต้สัญญาบริหารโรงแรม (Hotel Management Agreement) ทั้งในและนอกประเทศ จำนวน 40 แห่งในประเทศไทย เวียดนาม อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ อินเดีย ศรีลังกา มอริเชียสและจีน มีจำนวนห้องพักรวมทั้งสิ้น 6,820 ห้อง และปี พ.ศ. 2557 มีแผนที่จะเปิดรีสอร์ทชื่อว่า Centara Ras Fushi Resort & Spa Maldives ซึ่งเป็นรีสอร์ทร่วมทุนแห่งที่ 2 ในประเทศมัลดีฟส์ (โรงแรมเซ็นทรัลพลาซ่า. 2554)

ตารางที่ 1.3 เปรียบเทียบจุดอ่อนของ SMEs ในแต่ละประเทศของประชาคมอาเซียน

	ไทย	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	บรูไน	เวียดนาม	เมียนมาร์	ลาว	กัมพูชา
1. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนอยู่ในเกณฑ์ต่ำ	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
2. การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในกระบวนการผลิตมี	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓

นอຍ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.3 (ต่อ)

	ไทย	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	อินโดนีเซีย	บรูไน	เวียดนาม	เมียนมาร์	ลาว	กัมพูชา
3. ขาดการวิจัยและพัฒนา	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. ขาดทักษะการบริหารสมัยใหม่	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษยังจำกัดเฉพาะกลุ่ม	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✓
6. การเข้าถึงข้อมูลและการขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐมีน้อย	✓	✗	○	○	○	○	○	○	○	○
7. ค่าจ้างแรงงานสูง	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗
8. แรงงานไม่เพียงพอต่อความต้องการ	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2554)

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง จุดอ่อน, ✗ หมายถึง จุดแข็ง, ○ หมายถึง ไม่มีข้อมูล

จากการเปรียบเทียบจุดอ่อนของ SMEs ในแต่ละประเทศของประชาคมอาเซียน สรุปได้ว่าทุกประเทศ ยกเว้นประเทศสิงคโปร์และประเทศบรูไน ประสบปัญหาเหมือนกัน คือ 1) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนอยู่ในเกณฑ์ต่ำ 2) การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการกระบวนการผลิตมีน้อย จากตารางที่ 1.3 สรุปได้ว่า รัฐบาลทั้ง 2 ประเทศ สามารถสนับสนุนทางการเงินอย่างถูกวิธี ประกอบกับฐานะทางการเงินของประเทศอยู่ในขั้นดี และให้ความสำคัญกับ SMEs ด้วย SMEs จึงเติบโตได้อย่างรวดเร็ว เพราะการเริ่มต้นของการตั้งกิจการ ปัจจัยการเงินเป็นสิ่งสำคัญที่สุด และมีผลทำให้สามารถนำเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ การศึกษาในครั้งนี้ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พบว่าแนวทางแก้ไขที่รัฐบาลมาเลเซียนำมาใช้โดยการลดความสำคัญของหลักทรัพย์ค้ำประกันและพิจารณาโอกาสของธุรกิจเป็นลำดับแรก ถือเป็นกรณีศึกษาที่สามารถแก้ไขปัญหาค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงแหล่งทุนของวิสาหกิจโดยเฉพาะขนาดย่อมในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม หากนำมาประยุกต์ใช้กับประเทศไทย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรศึกษาถึงความสามารถในการทำกำไรและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความมีระเบียบวินัยในการบริหารเงินของผู้ประกอบการโดยละเอียด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2554)

นโยบายของภาครัฐ ต่อการส่งเสริมสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) โดยกระทรวงอุตสาหกรรมได้จัดตั้ง สสว. ภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ในฐานะหน่วยงานรัฐมีหน้าที่เสนอแนะนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมทั้งเป็นศูนย์กลางประสานระบบการทำงานของส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจหรือองค์กรเอกชนที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้เกิดการบูรณาการงานส่งเสริมอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องในทิศทางเดียวกันและนำไปสู่การจัดสรรงบประมาณที่เกิดประโยชน์สูงสุด ในปัจจุบันนี้ กำลังใช้แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (2555-2559) โดยแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 1 อยู่ในช่วง พ.ศ. 2545-2549 และแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 2 อยู่ในช่วง พ.ศ. 2550-2554 ในขณะเดียวกัน แผนนี้ได้มีการพิจารณาถึงความเชื่อมโยงสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ที่กล่าวว่า ยุทธศาสตร์ การสร้างความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจในภูมิภาค ในการสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ทันกับสถานการณ์การเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาคที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อเสริมสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและเพิ่มระดับความเชื่อมั่นของประเทศไทยในเวทีระหว่างประเทศ โดยเพิ่มจำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมจากหลักสูตรที่ได้มาตรฐานสากล ให้สามารถประกอบธุรกิจระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตามปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 สสว. ได้จัดทำโครงการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายสาขา เพื่อศึกษาและส่งเสริมศักยภาพขีดความสามารถ เฉกเช่นอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว เพื่อเป็นกลไกในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยกำหนดพันธกิจในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและปัจจัยเกื้อหนุนที่เหมาะสมของ SMEs ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การส่งเสริมการใช้ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยว 2) การส่งเสริมความเชื่อมโยงและการมีส่วนร่วมในพื้นที่ มุ่งเน้นการพัฒนาความเชื่อมโยงเครือข่ายด้านท่องเที่ยวและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของหน่วยงานและประชาชนในพื้นที่ 3) การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของ SMEs ทั้งผู้ประกอบการและแรงงาน 4) การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของ SMEs รวมถึงการเสริมสร้างภาพลักษณ์และการสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2556)

นอกจากนี้ภาครัฐ โดย สสว. ที่อยู่ภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรมร่วมกับสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยและหอการค้าไทย ได้จัดสัมมนาใหญ่เพื่อเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เตรียมพร้อมของ SMEs ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันก่อนเข้าสู่ AEC 4 ครั้งใหญ่ ในรายการ AEC and SMEs Challenges: Next Step Phar 1-4 โดยเฉพาะครั้งที่ 3 เป็นการจัดสัมมนาเฉพาะการค้าบริการ ที่เน้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเท่านั้น เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2555 โดยทุกครั้งที่จัดที่โรงแรมพลาซ่าแอทธินี รอยัล เมริเดียน มีผู้ประกอบการเข้าร่วมสัมมนาไม่ต่ำกว่า 500 คนต่อครั้ง ซึ่งถือว่าเป็นความสำเร็จอย่างยิ่ง

ในยุคปัจจุบันพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้เป็นประธานการประชุมคณะรัฐมนตรีและคณะรัฐมนตรีได้มีมติรับทราบกรอบเป้าหมายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small Medium Enterprises : SMEs) ที่จะให้การส่งเสริมและพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ตามที่กระทรวงอุตสาหกรรม (อก.) เสนอ และมอบหมายให้สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นหน่วยงานเจ้าภาพหลักในการบูรณาการการดำเนินงานในรายละเอียดกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมติดตามประเมินผลการดำเนินงานต่อเนื่อง โดยมีสาระสำคัญของเรื่องว่าเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันประสบภาวะชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งมีจำนวนมากกว่า 2.7 ล้านราย ได้รับความกระทบและประสบปัญหาในการประกอบธุรกิจ อีกทั้งค่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ SMEs มีแนวโน้มลดลง ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการ SMEs กำลังประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจและขาดความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจ จำเป็นที่ภาครัฐจะต้องเข้าไปให้ความช่วยเหลือเพื่อให้ SMEs สามารถดำเนินธุรกิจและเติบโตต่อไปได้ นอกจากนี้กระทรวงอุตสาหกรรมจะต้องประสานและบูรณาการการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กษ.) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ทก.) กระทรวงแรงงาน (รง.) กระทรวงยุติธรรม (ยธ.) ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) และกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วท.) กระทรวงพาณิชย์ (พณ.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) แล้วเห็นสมควรเสนอมาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน SMEs โดยกำหนดเป้าหมายส่งเสริม SMEs ปีงบประมาณ พ.ศ.2559 จำนวน 97,503 ราย โดยแบ่งเป็นด้านต่าง ๆ คือ 1) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของ SMEs ที่ประกอบกิจการอยู่แล้ว (Regular) จำนวน 55,338 ราย 2) การสร้างผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Start-up) จำนวน 22,715 ราย 3) การช่วยเหลือ SMEs ที่ประสบปัญหาทางธุรกิจ (Turn-around) ในการปรับแผนธุรกิจเป็นการเร่งด่วน จำนวน 17,000 ราย และ 4) การสร้างและพัฒนาปัจจัยสนับสนุน (Enabling Business) จำนวน 2,450 ราย ในด้านการสนับสนุนเงินทุน การจดทะเบียนโรงงาน และการจดทะเบียนสัญญาธุรกิจ โดยแบ่งการดำเนินงานเป็น 2 ส่วน คือ

1) การดำเนินงานที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณแล้วในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ประกอบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1) การเสริมสร้างความเข้มแข็ง SMEs ที่ประกอบกิจการอยู่แล้ว (Regular) และสร้างผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Start-up) เป้าหมาย 53,040 ราย

1.2) การช่วยเหลือ SMEs ที่ประสบปัญหาทางธุรกิจ (Turn-around) ในการปรับแผนธุรกิจเป็นการเร่งด่วน เป้าหมาย 17,000 ราย

2) การดำเนินงานที่ขอรับการจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ในแผนงานเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน SMEs มีเป้าหมาย 27,463 ราย เป็นการบูรณาการการดำเนินงานระหว่าง อก. วท. พณ. และ สสว. ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างขีดความสามารถที่เชื่อมโยงการดำเนินงานตั้งแต่การสร้างความเป็นเลิศในกระบวนการดำเนินงานของ SMEs เพิ่มมูลค่า (High Value) จากการต่อยอดและใช้ประโยชน์งานวิจัยและเทคโนโลยี การพัฒนาการออกแบบและการเสริมสภาพคล่องทางการเงินให้กับ SMEs เพื่อสร้างพลังให้ SMEs มีศักยภาพในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้อย่างแท้จริง โดยแบ่งเป็น 3 ด้านคือ 1) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของ SMEs ที่ประกอบกิจการอยู่แล้ว (Regular) 2) การสร้างผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Start-up) และ 3) การสร้างและพัฒนาปัจจัยสนับสนุน (Enabling Business) ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจศึกษาว่าผลการส่งเสริมเหล่านี้ของรัฐบาลมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโรงแรมมากน้อยขนาดไหนและตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการหรือไม่อย่างไร

1.1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก

ภาพรวมของสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลก จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) พบว่า ในปี พ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลกจำนวน 1,087 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก 1,035 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2555 ร้อยละ 5 โดยนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนจะขยายตัวมากที่สุดและส่งผลกระทบต่อการบินตัวของนักท่องเที่ยวโลก และหากนับจากปี 2548 เป็นต้นมา ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวสูงที่สุดถึงร้อยละ 6.2 ทั้งนี้ UNWTO คาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2573 จำนวนนักท่องเที่ยวโลกจะเพิ่มเป็น 1,800 ล้านคน ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี และคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2558 เป็นต้นไป ตลาดเกิดใหม่หรือกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจะเป็นกลุ่มประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าตลาดประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

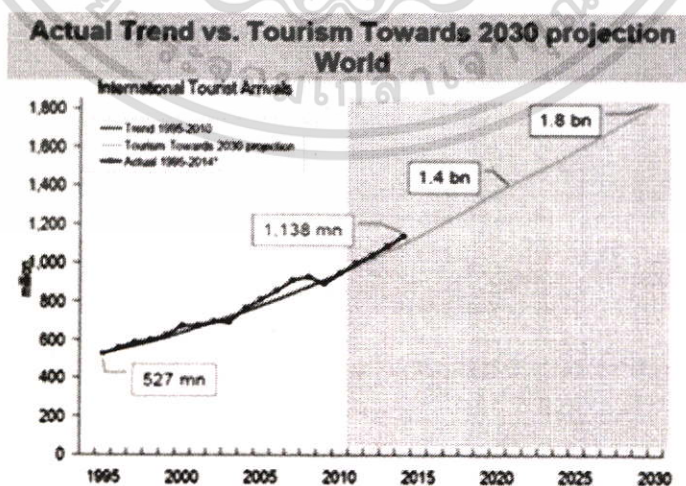
ตารางที่ 1.4 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก ระหว่างปี 2533-2556

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)							อัตราขยายตัว 2548-2556
	2533	2538	2543	2548	2553	2555	2556	
โลก	434	528	677	807	948	1,035	1,087	3.8
ยุโรป	261.1	304.0	388.2	448.9	484.8	534.4	563.4	2.9
เอเชีย/แปซิฟิก	55.8	82.0	110.1	153.5	204.9	233.5	48.1	6.2
อเมริกา	92.8	109.1	128.2	133.3	150.6	162.7	167.9	2.9
แอฟริกา	14.7	18.7	26.2	34.8	49.9	52.9	55.8	6.1
ตะวันออกกลาง	9.6	13.7	24.1	36.3	58.2	51.7	51.6	4.5

ที่มา : The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2014)

หมายเหตุ : เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูลจึงไม่สามารถจำแนกข้อมูลสถิติของอาเซียนจากเอเชียแปซิฟิกได้

จากข้อมูลสถิติดังกล่าว สะท้อนได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก (World Tourism Organization, 2011) ซึ่งจะส่งผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมโรงแรมทั้งระบบ ดังนั้นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องพัฒนาให้ทันกับแนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ที่มีเครือข่ายพันธมิตรต่างประเทศจำนวนมาก และมีแนวโน้มจะแข่งขันรุนแรงมากขึ้น



ภาพที่ 1.1 คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก ปี พ.ศ. 2573

ที่มา : The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2014)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิอนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิกจะมีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวโลกเพิ่มขึ้น จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลกในปี พ.ศ. 2538 พบว่าเกือบ 2 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลก หรือร้อยละ 59.8 ท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรป รองลงมาได้แก่ ภูมิภาคอเมริกา ร้อยละ 19.3 เอเชียตะวันออกและแปซิฟิก ร้อยละ 14.4 แอฟริกา ร้อยละ 3.6 ตะวันออกกลาง ร้อยละ 2.2 และเอเชียใต้ ร้อยละ 0.7 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เมื่อถึงปีพ.ศ. 2573 UNWTO คาดว่า ยุโรปยังคงเป็นภูมิภาคที่มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศสูงสุด แต่มีสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 45.9 ขณะที่ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นอันดับ 2 และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25.4 ภูมิภาคอเมริกาเป็นอันดับ 3 และมีสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 18.1 นอกจากนี้จากสถานการณ์ปัจจุบันที่หลายประเทศในภูมิภาคยุโรปประสบปัญหาเศรษฐกิจ ขณะที่เศรษฐกิจจีนและหลายประเทศในภูมิภาคเอเชียมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นภูมิภาคที่มีบทบาทหรืออิทธิพลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก ซึ่งปัจจัยด้านเศรษฐกิจดังกล่าวจะเป็นตัวแปรสำคัญที่กระตุ้นให้การท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว

ตารางที่ 1.5 จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาค และอัตราการเติบโต

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)			สัดส่วน (ร้อยละ)		อัตราเติบโต
	2538	2549	2563	2538	2563	
World	565	100	1561	100	100	2538-2563
Africa	20	47	77	3.6	5.0	4.1
Americas	100	190	282	19.3	18.1	5.5
East Asia and the Pacific	81	195	397	14.4	25.4	3.6
Europe	336	527	717	59.8	45.9	6.5
Middle East	14	36	69	2.2	4.4	3.1
South Asia	4	11	19	0.7	1.2	6.7

ที่มา : The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2014)

1.1.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวอาเซียน

สถานการณ์การท่องเที่ยวอาเซียนในภาพรวม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ในอาเซียน ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติเบื้องต้น (Gross Domestic Product : GDP) ในสาขาการเดินทางและท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนต่อ GDP ของประเทศต่าง ๆ ในอาเซียน World Economic Forum (2011) ได้มีการรวบรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลดังกล่าว (ยกเว้นข้อมูลของประเทศ สปป.ลาว และเมียนมาร์) ข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าประเทศที่มีสัดส่วนของสาขาการเดินทางและท่องเที่ยวต่อ GDP สูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ กัมพูชา ไทย มาเลเซีย และเวียดนาม ฟิลิปปินส์ โดยมีสัดส่วน ร้อยละ 8.9, 6.2, 5.1, 3.9 และ 2.9 ตามลำดับ และเมื่อทำการประมาณการอัตราการเติบโตของสัดส่วนของสาขาการเดินทางและการท่องเที่ยวต่อ GDP ในช่วงปี พ.ศ. 2555-2563 พบว่าประเทศที่มีอัตราการเติบโตสูงสุด ได้แก่ เวียดนาม รองลงมาคือ ไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย กัมพูชา และบรูไน ซึ่งมีอัตราการเติบโตร้อยละโดยเฉลี่ยที่ 7.6, 7.3, 6.5, 5.7 และ 4.8 ตามลำดับ การประมาณการข้างต้น สะท้อนให้เห็นบทบาทที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคอาเซียนได้อย่างชัดเจน (World Economic Forum, 2011)

นอกจากนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในทางอ้อมผ่านการสร้างแรงงานให้กับคนในประเทศ โดย World Economic Forum ได้รวบรวมและประเมินสัดส่วนของการจ้างงานในสาขาการเดินทางและท่องเที่ยวต่อการจ้างงานทั้งหมดของประเทศสมาชิกอาเซียน (ยกเว้น สปป.ลาว และเมียนมา) ชี้ให้เห็นว่ากัมพูชาเป็นประเทศที่มีสัดส่วนดังกล่าวสูงที่สุดในทุกปีที่พิจารณา โดยมีสัดส่วนของการจ้างงานในสาขาการเดินทางและท่องเที่ยวต่อการจ้างงานทั้งหมดของประเทศที่ร้อยละ 6.5, 6.9 และ 6.8 ในปี พ.ศ. 2549, 2551 และ 2563 ตามลำดับ หรือเฉลี่ยร้อยละ 6.7 ในขณะที่ประเทศไทยมีสัดส่วนดังกล่าวเป็นอันดับ 2 และมาเลเซียเป็นอันดับที่ 3 โดยมีสัดส่วนดังกล่าวเฉลี่ย 5.0 และ 4.9 ตามลำดับ (World Economic Forum, 2011)

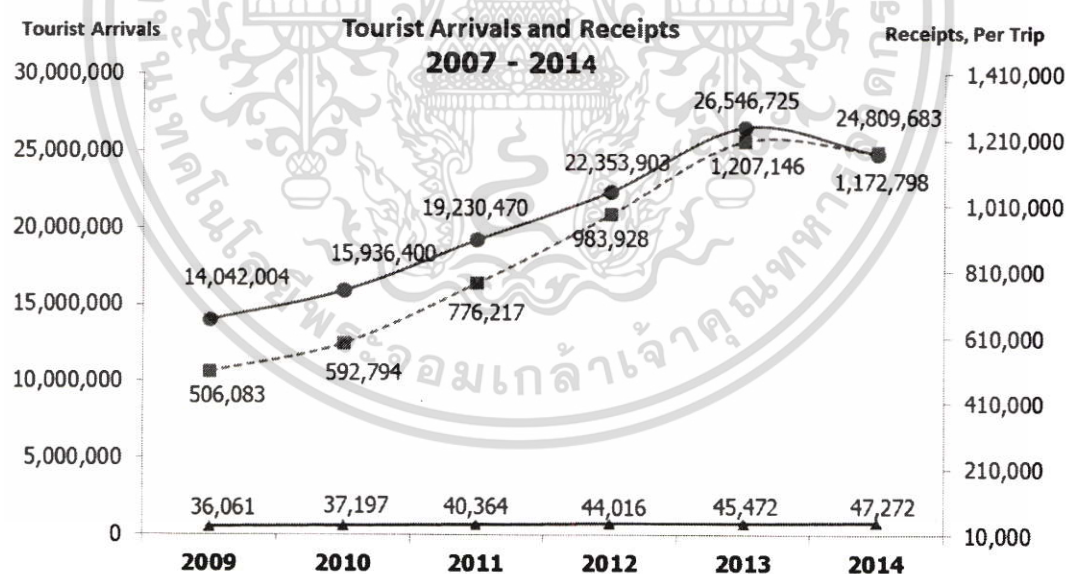
กล่าวโดยสรุป อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอาเซียนมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องตามแนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่มุ่งเดินทางมายังประเทศในแถบเอเชีย ส่งผลให้ราคาห้องพักเฉลี่ยต่อคืนปรับขึ้นตามความต้องการที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัญหาความวุ่นวายและไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองที่นำไปสู่ความรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของไทยในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้ธุรกิจที่พักแรมไทยลดลงเพียงช่วงระยะเวลาหนึ่ง แต่หลังจากที่รัฐบาลปัจจุบันมีนโยบายสนับสนุนอย่างเต็มที่การท่องเที่ยวไทยก็ได้ประโยชน์จากแนวโน้มความนิยมการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนตามประเทศอื่นในภูมิภาค ทั้งในด้านราคาห้องพักและอัตราเข้าพักของนักท่องเที่ยวที่มีราคาไม่สูงนัก และยังคงส่งผลต่อเนื่องไปยังภาวการณ์จ้างงานในตลาดแรงงานด้วย ดังนั้น การดำเนินนโยบายการส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวนอกเหนือจากจะต้องตระหนักถึงการขยายตลาดแล้ว การรักษาเสถียรภาพการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากปัจจัยเสี่ยงภายนอก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องดำเนินควบคู่กันไป

1.1.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย

1) การท่องเที่ยวไทยมีการขยายตัวมาอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวในระยะ 5 ปี ที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 14.0 ล้านคน ในปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พ.ศ. 2552 เป็น 24.8 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2557 โดยเพิ่มสูงสุดในปี พ.ศ. 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากถึง 26.5 ล้านคน และสูงสุดเป็นลำดับที่ 7 ของโลก แต่ลดลงในปี 2557 เนื่องจากประสบกับวิกฤตทางการเมืองและวิกฤตเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศยุโรป โดยตลาดหลักยังคงเป็น 10 ตลาดที่มีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันมากกว่าร้อยละ 60 ได้แก่ จีน อินเดีย สหราชอาณาจักร มาเลเซีย ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมนี เกาหลีใต้ และฝรั่งเศส สำหรับในปี พ.ศ. 2558 คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยว 28.5–29.0 ล้านคน ส่วนรายได้และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ. 2556 มีรายได้ 1.20 ล้านล้านบาท สูงสุดเป็นอันดับ 10 ของโลก และลดลงเหลือ 1.17 ล้านล้านบาท ในปี 2557 โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 26.35 ต่อปี และคาดว่าในปี พ.ศ. 2558 จะมีรายได้ 1.40 ล้านล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากค่าใช้จ่าย 36,061 บาท/คน/ครั้ง ในปี พ.ศ. 2552 เพิ่มเป็น 47,272 บาท/คน/ครั้ง ในปี พ.ศ. 2557 อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวค่อนข้างน้อย เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในระยะใกล้ โดยในปี พ.ศ. 2549 นักท่องเที่ยวมีจำนวนวันพักเฉลี่ย 8.62 วัน/ครั้ง เพิ่มเป็น 9.85 วัน/ครั้ง ในปี พ.ศ. 2556 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 0.1 วัน ซึ่งนับเป็นข้อจำกัดประการหนึ่งในการเพิ่มรายได้ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

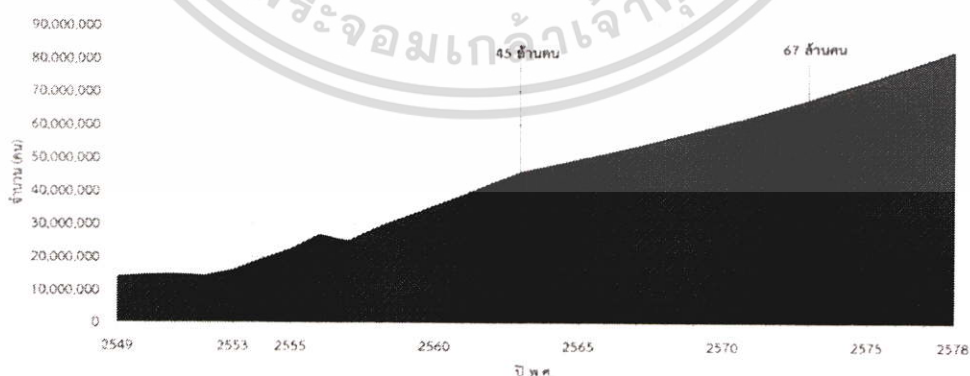


ภาพที่ 1.2 จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว
ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) นักท่องเที่ยวจากตลาดระยะใกล้ มีแนวโน้มเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว จนกลายเป็นนักท่องเที่ยวหลักของไทย ในปี พ.ศ. 2549 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก (รวมอาเซียน) มีสัดส่วนร้อยละ 57.46 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ยุโรปร้อยละ 24.03 ดังนั้น จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นนักท่องเที่ยวจากตลาดระยะใกล้ที่มีระยะเวลาเดินทางไม่นานและมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2556 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 60.40 ซึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็วของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนและมาเลเซีย รวมทั้งประเทศเพื่อนบ้านในแถบอาเซียน ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปลดลงเหลือร้อยละ 23.19 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมีสาเหตุสำคัญมาจากการหดตัวของเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป

3) ในอีก 15 ปีข้างหน้า กรมการท่องเที่ยวคาดการณ์ว่าประเทศไทยจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 67 ล้านคน สำหรับแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยในอีก 15 ปีข้างหน้า คาดการณ์ว่าจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากข้อมูลปัจจุบันในปี พ.ศ. 2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 24.7 ล้านคน จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็น 45 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2563 และเพิ่มเป็น 67 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2573 ทั้งนี้ การคาดการณ์ดังกล่าวเป็นไปตามแนวโน้มที่ควรจะเป็น และภายใต้สมมติฐานว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวไทยอยู่ในภาวะปกติ ไม่มีเหตุการณ์หรือวิกฤตการณ์ใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่อทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในช่วงเวลานับจากนี้เป็นต้นไป โดยกลุ่มตลาดหลักยังคงจะเป็นกลุ่มเดิม แต่นักท่องเที่ยวจีนจะมีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม โดยสภาพข้อเท็จจริงแล้วสถานการณ์เศรษฐกิจธรรมชาติขนาดใหญ่ โรคระบาดร้ายแรงและความขัดแย้งทางการเมืองทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ยังคงเป็นปัจจัยหลักที่จะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าว



ภาพที่ 1.3 แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยปี 2549-2578

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว (2555)

หมายเหตุ : F = forecast (ข้อมูลคาดการณ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรมการท่องเที่ยว (2555) ได้สรุปว่า ประเทศไทยมีรายได้เพิ่มจาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเมืองไทยเมื่อปี พ.ศ. 2554 ถึง 19.1 ล้านคน ในขณะที่ปี พ.ศ. 2553 มีเพียง 15.84 ล้านคน เท่ากับเพิ่มขึ้นร้อยละ 21 สามารถทำรายได้เข้าประเทศได้ถึง 776,217 ล้านบาท และในโครงสร้างประชากรโลก ตามบันทึกขององค์การอนามัยโลกประมาณการว่าจะมีประชากรในปี พ.ศ. 2593 ถึง 9.3 พันล้านคน ขณะเดียวกัน ปริมาณผู้สูงอายุจะมีมากขึ้น นักท่องเที่ยวจะเข้ามาเที่ยวในเมืองมากขึ้นอย่างแน่นอน โดยเฉพาะผู้สูงอายุในปัจจุบันมีเงินเก็บมากขึ้น และพร้อมที่จะเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศได้ ภาพรวมธุรกิจบริการสาขาการท่องเที่ยวของไทย ซึ่งรวมธุรกิจบริการด้านท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมหรือบริการด้านการเดินทางอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจขายของที่ระลึก การค้าปลีก ธุรกิจโรงแรม ที่พักภัตตาคาร บ้านพักวันหยุด สถานที่แคมป์ปิ้ง ร้านอาหาร การจัดเลี้ยง ตัวแทนท่องเที่ยวและจัดการท่องเที่ยว บริการจัดการโรงแรม นับได้ว่าเป็นภาคบริการที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากธุรกิจท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของการสร้างงานและทำให้เกิดรายได้ของประเทศ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2553) สถาบันชั้นนำ 2 สถาบัน คือ 1) World Economic Forum (WEF) และ 2) สถาบันพัฒนาการจัดการนานาชาติ (International Institute for Management Development : IMD) ได้มีวิธีการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันตามดัชนีชี้วัดต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศสมาชิก WEF ได้ทำดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 111 ตัว 3 กลุ่ม 12 เสาหลัก (Pillars) เช่น ดัชนีโครงสร้างพื้นฐาน ดัชนีการฝึกอบรม ดัชนีความพร้อมทางด้านบุคลากร ดัชนีความพร้อมทางเทคโนโลยี และดัชนีนวัตกรรม เป็นต้น และ WEF ยังได้ทำบทวิจัยเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันทางการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Competitiveness Index : TTCI) ประกอบด้วยดัชนี 14 ดัชนี เช่น โครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมทางบก ทางอากาศ การท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานทางด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ทางด้านทรัพยากรบุคคล เป็นต้น ส่วน IMD จะมีดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขัน 323 ตัว เช่น ดัชนีชี้วัดโครงสร้างพื้นฐาน รวมไปถึงดัชนีชี้วัดเทคโนโลยี เป็นต้น ทั้ง 2 สถาบัน เพื่อเป็นบรรทัดฐานที่จะทำให้แต่ละประเทศต้องพัฒนาเพื่อให้วิสาหกิจต่าง ๆ สามารถใช้ประโยชน์ให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศให้มากที่สุด ทั้งนี้เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันได้สูงขึ้นและความอยู่รอดอย่างยั่งยืนของประเทศได้ตลอดไป

จากฐานข้อมูลของสำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปริมาณวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคบริการรวมทั้งสิ้น 997,664 ราย ในปี พ.ศ. 2553 (สสว. 2555) สาขาบริการที่สามารถสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของไทยได้มากที่สุดคือ ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร รวมทั้งยังเป็นธุรกิจที่มีผู้ประกอบการในระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 1.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.6 จำนวนผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติและการจ้างงานของผู้ประกอบการ โรงแรมและร้านอาหารปี 2554

	จำนวน (ราย)	การจ้างงาน (คน)	ผลิตภัณฑ์มวลรวม ประชาชาติ (ล้านบาท)
SMEs ภาคบริการทั้งหมด	997,664	3,920,118	1,272,138
SMEs โรงแรมและร้านอาหาร	302,316	1,135,188	482,122
สัดส่วน	30%	29%	38%

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2554)

เมื่อพิจารณาโครงสร้างของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) กลุ่มโรงแรมและภัตตาคารตามขนาดของวิสาหกิจแล้ว พบว่ามีการกระจายอยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดย่อมร้อยละ 85 หรือ 409,804 ล้านบาท และอยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางร้อยละ 8 หรือ 38,570 ล้านบาท และอยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ร้อยละ 7 หรือ 33,748 ล้านบาทเท่านั้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ในกลุ่มโรงแรมและภัตตาคารนี้ วิสาหกิจขนาดย่อมเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสูงมาก ทั้งนี้รวมถึงการจ้างงานด้วย ซึ่งมีการจ้างงานถึง 1,059,480 คน หรือร้อยละ 93 ของการจ้างงานในกลุ่มโรงแรมและภัตตาคารทั้งหมด หรือร้อยละ 27 ของการจ้างงานในกลุ่มภาคบริการ (สสว. 2554)

ในด้านของจำนวนผู้ประกอบการนั้น กลุ่มโรงแรม มีจำนวนวิสาหกิจรวม 250,000 ราย แต่จดทะเบียนที่ถูกต้องตามกฎหมายกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเพียง 16,680 รายเท่านั้น เมื่อพิจารณาในโครงสร้างของธุรกิจดังกล่าวพบว่า ประมาณร้อยละ 93 เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมคือประมาณ 15,512 ราย ประมาณร้อยละ 5 เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางคือประมาณ 810 ราย ประมาณร้อยละ 2 เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดใหญ่คือประมาณ 358 รายเท่านั้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2554)

1.1.4 ผลกระทบจากการเปิดเสรีบริการ

1) การเปิดเสรีการค้าบริการ ความร่วมมือในสาขาบริการ การเปิดเสรีการค้าบริการในอาเซียนดำเนินการภายใต้กรอบความตกลงว่าด้วยบริการของอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Services : AFAS) มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดตลาดการค้าบริการระหว่างผู้ให้บริการจากประเทศสมาชิกอาเซียนด้วยกัน โดยให้ระดับการเปิดเสรีการค้าบริการมากกว่าที่สมาชิกอาเซียนเปิดเสรีในองค์การการค้าโลก (WTO) การเจรจาเปิดเสรีการค้าบริการเริ่มดำเนินตั้งแต่ พ.ศ. 2539 และเป็นการอำนวยความสะดวกต่อการเคลื่อนย้ายบริการ อาเซียนยังมีการเจรจาจัดทำความตกลงยอมรับร่วมกัน (Mutual Recognition Agreement : MRA) ในคุณสมบัติทางวิชาชีพ ให้ความสะดวกแก่นักวิชาชีพอาเซียนคือ เปิดให้วิชาชีพที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนด สามารถจดทะเบียนเป็นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ASEAN Chartered Professional ได้ ซึ่งจะช่วยในการขอใบอนุญาตประกอบวิชาชีพภายในอาเซียน ได้ ภายใต้การปฏิบัติตามกฎระเบียบภายในของประเทศนั้น ๆ

ผลกระทบจากการขอใบอนุญาตประกอบวิชาชีพภายในอาเซียนตาม MRA ทำให้ บุคลากรอาเซียนที่มีฝีมือ (Skilled Labor) ประเภทต่าง ๆ สามารถเข้ามาทำงานและอยู่ในทุกประเทศ สมาชิกอาเซียนสะดวกมากขึ้น (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2555) ก่อให้เกิดข้อดีและข้อเสีย สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ดังต่อไปนี้ ผลดี 1) แรงงานที่มีฝีมือของไทยสามารถ เดินทางไปทำงานประเทศต่าง ๆ ใน AEC ได้สะดวกมากขึ้นและมีรายได้มากขึ้น 2) ผู้ประกอบการ ไทยจะได้แรงงานที่มีฝีมือและสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ ค่าใช้จ่ายในการจ้างงาน ไม่สูงมากนัก ผลเสีย 1) ด้วยคุณสมบัติการสื่อสารด้านภาษาอังกฤษ แรงงานที่มีฝีมือจากอาเซียนอื่น ๆ จะมีโอกาส ได้งานมากกว่าแรงงานฝีมือไทย นั่นหมายถึงโอกาสที่แรงงานไทยจะไม่มีงานทำค่อนข้างสูง 2) สืบเนื่องจากการครองชีพในเมืองไทยต่ำ จึงเป็นโอกาสของแรงงานที่มีฝีมือจะอพยพมาทำงานใน ประเทศไทยมากขึ้นหมายถึงโอกาสที่แรงงานไทยมีฝีมือจะตกงาน อยู่ในอัตราที่สูงมาก

2) จากการที่ประเทศไทยจะเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ในปลายปี พ.ศ. 2558 อาเซียนต้องการพัฒนาเศรษฐกิจในกลุ่มของตน จึงสร้างอาเซียนให้เป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว (ASEAN single market and production base) เพื่อให้มีการเคลื่อนย้ายของสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรีมากขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมการรวมกลุ่มสาขาสำคัญของอาเซียนให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ดังนี้

2.1) การดำเนินการเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของสินค้าอย่างเสรี (Free Flow of Goods) โดยมุ่งเน้นการลดอุปสรรคในการนำเข้าส่งออกสินค้าของแต่ละประเทศในกลุ่มสมาชิก ไม่ว่าจะเป็นอุปสรรคที่เกิดจากด้านภาษีศุลกากร ข้อจำกัดทางการค้าที่มีไขว่คว้า การปรับปรุงกฎว่า ด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าของอาเซียนให้ทันสมัยและเอื้อต่อการค้าขายในภูมิภาค

2.2) การดำเนินการเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของบริการเสรี (Free Flow of Services) มีการเจรจาเพื่อลดอุปสรรคในการเข้ามาประกอบธุรกิจบริการ ผู้ประกอบการสามารถ ดำเนินธุรกิจได้อย่างเสรี และผู้บริโภคมิเสรีภาพที่จะเลือกใช้บริการต่าง ๆ ตามความพึงพอใจ การเจรจาเปิดเสรีบริการมีทั้งสิ้น 4 รูปแบบ (Mode of Supply) ได้แก่ 1) การให้บริการข้ามพรมแดน (Cross-border Supply) โดยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น การซื้อหนังสือผ่านเว็บไซต์ การจองที่พักใน โรงแรม การสำรองที่นั่งเครื่องบิน เป็นต้น ธุรกิจบริการใน Mode นี้ ประเทศระหว่างอาเซียนด้วยกัน ไม่มีข้อจำกัดในการเข้าสู่ตลาด 2) การเดินทางไปใช้บริการต่างประเทศ (Consumption Abroad) 3) การจัดตั้งธุรกิจ (Commercial Presence) นักลงทุนของแต่ละประเทศในอาเซียน สามารถเข้าไปลงทุนในธุรกิจของอาเซียน โดยการถือหุ้นเป็นสัดส่วนที่สูงไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 และ มีการยกเลิกหรือลดข้อจำกัดอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจอีกด้วย 4) การเคลื่อนย้ายบุคคลธรรมดา

(Movement of Natural Person) สามารถเดินทางและทำงานในประเทศอาเซียนได้สะดวกมากขึ้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างไรก็ตาม เป้าหมายต่าง ๆ ข้างต้นอาจมีความยืดหยุ่นได้บ้างในระดับหนึ่ง ซึ่งจะต้องมีการหารือระหว่างประเทศสมาชิก เพื่อกำหนดให้เกิดข้อปฏิบัติที่เหมาะสมและสอดคล้องกับมาตรการของแต่ละประเทศสมาชิกต่อไป

2.3) การดำเนินการเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของการลงทุนอย่างเสรี (Free Flow of Investment) มีการจัดทำความตกลงด้านการลงทุนของอาเซียนฉบับใหม่ (ASEAN Comprehensive Investment Agreement : ACIA) แทนความตกลงที่มีอยู่เดิม คือ ความตกลงเขตการลงทุนอาเซียน (Agreement on the ASEAN Investment Area : AIA) และความตกลงด้านการส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน (Agreement for the Promotion and Protection of Investment) ซึ่งความตกลงฉบับใหม่นี้ จะมีขอบเขตกว้างขึ้นและมีความครอบคลุมมากขึ้น โดยจะครอบคลุมเนื้อหา 4 ด้านหลัก คือ การคุ้มครองการลงทุน การอำนวยความสะดวกและความร่วมมือในการลงทุน การส่งเสริมการลงทุน และการเปิดเสรีการลงทุน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มและรักษาระดับความสามารถของอาเซียนในการดึงดูดการลงทุน โดยตรงจากต่างประเทศและการลงทุนภายในภูมิภาคอาเซียน

2.4) การดำเนินการเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของเงินทุนอย่างเสรี (Free Flow of Capital) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาตลาดทุนและการเคลื่อนย้ายเงินทุนให้มีความเสรีมากขึ้น โดยประเทศสมาชิกยังสามารถมีมาตรการเพื่อรักษาเสถียรภาพและความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศได้

2.5) การดำเนินการเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของแรงงานมีฝีมืออย่างเสรี (Free Flow of Skilled Labor) แสวงหาความร่วมมือที่จะสร้างมาตรฐานที่ชัดเจนของแรงงานมีฝีมือ และอำนวยความสะดวกให้กับแรงงานมีฝีมือที่มีคุณสมบัติตามมาตรฐานที่กำหนดให้สามารถเคลื่อนย้ายไปทำงานในกลุ่มประเทศสมาชิกได้ง่ายขึ้น

หากมีการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ข้างต้น ย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ ซึ่งมีข้อจำกัดทางการเงิน ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถในการบริหารจัดการ ความสามารถในการบริหารบุคคล และข้อจำกัดเกี่ยวกับองค์ความรู้ต่าง ๆ ผู้ประกอบการเหล่านี้จะไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมากในอนาคต หากไม่ได้รับการช่วยเหลือที่เหมาะสมจากภาครัฐในการเตรียมความพร้อม ซึ่งมีจำนวนมากถึง 997,664 ราย หรือประมาณร้อยละ 38% ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมด อาจส่งผลกระทบต่อการใช้งานภายใต้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดังกล่าวถึง 3,920,118 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 30 ของการใช้งานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมด และมีมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ถึง 1.272 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 12 ของ GDP ทั้งประเทศ (ข้อมูล ณ ปี 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในปี 2554 สมาชิกอาเซียนได้มีการจัดทำข้อผูกพันเปิดตลาดการค้าบริการไปแล้ว 7 ชุด แต่ยังมีระดับการเปิดตลาดที่ไม่สูงมากนัก ส่วนใหญ่เป็นการเปิดตลาดในรูปแบบการให้บริการข้ามพรมแดนคือ Mode 1 และ 2 แต่สำหรับ Mode 3 ซึ่งเป็นการจัดตั้งหน่วยธุรกิจหรือเป็นการลงทุนโดยตรงยังคงมีการเปิดตลาดในระดับที่ต่ำ โดยอนุญาตสัดส่วนการถือหุ้นของนิติบุคคลอาเซียนไม่เกินกว่าร้อยละ 49 ในทุกสาขาบริการ ขณะที่สมาชิกส่วนใหญ่มีการเปิดตลาดใน Mode 3 ไปบางสาขาแล้ว และอนุญาตให้สัดส่วนการถือหุ้นของนิติบุคคลอาเซียนเกินกว่าร้อยละ 50

การเปิดตลาดเพื่อให้เป็นไปตามกติกาของกรอบความตกลงด้านการค้าบริการ (ASEAN Framework Agreement on Services : AFAS) และดำเนินงานตาม Blueprint สมาชิกอาเซียนจึงต้องดำเนินการเปิดตลาดการค้าบริการเพิ่มขึ้นในทุกรอบการเจรจาหรือทุกตารางข้อผูกพัน (Schedule of Commitment) ในอาเซียนเรียกข้อผูกพันโดยย่อเป็นชุด (Package) ซึ่งขณะนี้สมาชิกอาเซียนกำลังจัดทำข้อผูกพันเปิดตลาดชุดที่ 8 และไทยเป็นประเทศหนึ่งที่จะมีการเปลี่ยนแปลงในเชิงผลกระทบจากการปรับปรุงข้อผูกพันให้มีการเปิดตลาดเพิ่มมากที่สุด เนื่องจากในข้อผูกพันเปิดตลาดในชุดที่ผ่านมาของไทย ยังไม่เคยมีการเปิดตลาดใน Mode 3 ในอาเซียนเกินกว่าร้อยละ 49 แต่ในข้อผูกพันเปิดตลาดในชุดที่ 8 ต้องเพิ่มสัดส่วนให้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 51 หรือร้อยละ 70 ในสาขาเร่งรัด ตามที่กำหนดไว้ในแผนงาน Blueprint ที่กำหนดให้สมาชิกอาเซียนต้องผูกพันเปิดเสรีการค้าบริการสาขาบริการที่กำหนดในแต่ละปี จนถึงปี พ.ศ. 2558 ทั้งนี้การค้าบริการต้องดำเนินการเปิดเสรีโดยแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา ซึ่งภายในปี พ.ศ. 2558 ไทยกับอีก 9 ประเทศอาเซียนต้องเปิดเสรีสาขาบริการโดยสมบูรณ์ตามหลักการ Progressive Liberalization แบ่งช่วงเวลาการเปิดเสรีดังนี้ สาขาเร่งรัดการเปิดเสรี 5 สาขา ภายในปี พ.ศ. 2554 ต้องเปิดเสรีร้อยละ 70 ประกอบด้วย สาขาสุขภาพ สาขาท่องเที่ยว สาขาโทรคมนาคม สาขาคอมพิวเตอร์ สาขาการขนส่งทางอากาศ (การบิน) สาขาโลจิสติกส์ ภายในปี พ.ศ. 2556 ต้องเปิดเสรีร้อยละ 70 และสาขาที่เหลือทั้งหมดภายในปี พ.ศ. 2558

จากการสัมมนาเวทีสาธารณะเรื่อง การลดมาตรการที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าบริการในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ชุดที่ 8 เมื่อวันศุกร์ที่ 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 ณ โรงแรมอมารี ออร์คิด พัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้แทนกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ให้ข้อคิดเห็นว่า ประเด็นที่ควรทำความเข้าใจ คือ คำว่าถือหุ้นร้อยละ 70 นั้นหมายถึง การถือหุ้นของนักลงทุนอาเซียนอย่างน้อยร้อยละ 70 หรือมากกว่าก็ได้ หากรัฐบาลประเทศนั้น ๆ อนุญาต แต่ถือหุ้นต่ำกว่าร้อยละ 70 ไม่ได้

สรุปผลกระทบจากการที่ประเทศไทยเข้าสู่ AEC มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ดังต่อไปนี้ ข้อดี 1) เป็นการเปิดโอกาสการค้าบริการ สำหรับสาขาที่ไทยมีความเข้มแข็ง เช่น ธุรกิจโรงแรม 2) ขยายการส่งออกและเพิ่มโอกาสทางการค้า 3) เพิ่มพูนขีดความสามารถของผู้ประกอบการในประเทศจากการใช้ทรัพยากรการผลิตร่วมกันและเป็นพันธมิตรดำเนินธุรกิจร่วมกับอาเซียนอื่น ๆ จะทำให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) โดยเลือกใช้จุดแข็งของแต่ละประเทศในการผลิต/ส่งออก ทำให้ลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มขีดความสามารถแข่งขัน 4) ยกระดับความเป็นอยู่ของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชาชนในประเทศ เนื่องจากการเข้าร่วม AEC จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของสมาชิกอาเซียน จะทำให้เกิดการจ้างงานและยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของพลเมือง 5) ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการราคาถูกและหลากหลายมากขึ้นและมีความคุ้มครองผู้บริโภคที่กว้างขวางมากขึ้น ข้อเสีย : ในการก้าวไปสู่การเป็น AEC นั้น ประเทศสมาชิกอาเซียนทุกประเทศรวมถึงประเทศไทยมีพันธกรณีที่จะต้องลดและยกเลิกมาตรการหรือกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าสู่ตลาดของสินค้าบริการและการลงทุน เช่น การสูญเสียรายได้จากการเก็บภาษีนำเข้าหรือค่าธรรมเนียมอื่น ๆ ตลอดจนสร้างความกังวลให้แก่ผู้ประกอบการของประเทศจากการที่มีคู่แข่งที่มาจากประเทศอาเซียนมากขึ้น (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2555)

1.1.5 ผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้าด้านธุรกิจโรงแรม

ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2554) วิจัยผลกระทบของการเปิดเสรีบริการที่มีผลต่อธุรกิจโรงแรมดังต่อไปนี้ 1) บุคลากรขาดความสามารถในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ 2) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยังไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับ AEC 3) สถานะการแข่งขันที่รุนแรงจากนักลงทุนอาเซียน ซึ่งมีทั้งเงินทุนและความพร้อมทางเทคโนโลยีที่มากกว่า 4) ปัญหาการขาดเสถียรภาพทางการเมือง และ 5) ปัญหาความไม่มีระเบียบ ความเสื่อมโทรม และมลพิษด้านต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อเป็นการรองรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นอย่างมากเมื่อมีการเปิดเสรีทางการค้าด้านธุรกิจโรงแรม จำเป็นต้องดำเนินการยกระดับการให้บริการพร้อมทั้งส่งเสริมความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจโรงแรม ดังนั้นภาครัฐต้องส่งเสริมความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของ SMEs ด้าน โรงแรมให้มีความพร้อมในการแข่งขันกับ SMEs ทั้งในและนอกประเทศ ด้วยเหตุผล ดังนี้

- 1) ผู้ประกอบการไทย ยังมีจุดอ่อนอีกหลายด้าน ที่ต้องปรับปรุง อาทิ 1) ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่ใช้คนหรือทรัพยากรบุคคลเป็นหลัก ในการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ยังมีปริมาณไม่มากพอต่อการเติบโตของธุรกิจโรงแรมที่นับวันจะมีมากขึ้นเรื่อย ๆ (Sainaghi, 2009)
- 2) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนอยู่ในเกณฑ์ต่ำ อันเป็นผลทำให้การขยายธุรกิจไม่เป็นตามแผนที่ควร 3) การเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยยังมีน้อยมาก 4) การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารน้อยมาก อันเป็นผลทำให้การจัดการไม่มีประสิทธิภาพ 5) ข้อจำกัดทางด้านภาษาอังกฤษ รวมถึงภาษาถิ่นของแต่ละประเทศ เป็นข้อที่คนไทยมีจุดอ่อนในเรื่องนี้อย่างมาก (สสว. 2554) ซึ่งในปัจจุบันยังคงเป็นปัญหาที่ชัดเจนเพิ่มขึ้นเรื่อยจากข้อมูลที่ปรากฏว่าเรื่องภาษานั้นเราแย่มากเป็นลำดับที่แปดของประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยไม่รวมเมียนมาร์และลาว ผลการจัดอันดับคุณภาพการศึกษาโดย World Economic Forum (WEF)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) มีหน่วยงานจากภาครัฐหลายหน่วยงานที่มีหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ ยังขาดงบประมาณและการทำงานที่บูรณาการกัน จึงทำให้การส่งเสริมและสนับสนุนไม่ต่อเนื่อง ซึ่งมีผลต่อการเตรียมพร้อมในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของ SMEs เป็นอย่างมาก (สสว. 2554)

3) ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่ยังไม่รวมตัวกันเป็นชมรมหรือสมาคมหรือเครือข่ายวิสาหกิจเพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนซึ่งกันและกัน ขณะเดียวกัน ยังสามารถเรียกร้องสิ่งที่ต้องการจากภาครัฐดีกว่า และภาครัฐก็สามารถแก้ปัญหาได้ตรงตามความต้องการของคนส่วนใหญ่ได้ง่ายและตรงประเด็นมากกว่า (สถาบันคินัน. 2554)

4) สืบเนื่องจากนักลงทุนจากประเทศอาเซียนสามารถถือหุ้นได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 ในปี 2553 ในการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวขึ้น (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2555) ย่อมส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากนักลงทุนจากประเทศอาเซียน ที่มีทั้งเงินทุนและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ประกอบกับหลายประเทศในอาเซียน โดยเฉพาะเวียดนาม มาเลเซีย และสิงคโปร์ ต่างได้เร่งปรับตัวและพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเดินทางเข้ามาในอาเซียนมากขึ้น ซึ่งถือเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมาก

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิจัยในเรื่อง รูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย ในขณะเดียวกันข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นตัวแบบ (Model) ในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของวิสาหกิจโรงแรมของไทยอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อนำไปปรับใช้ได้ง่าย เข้าใจง่าย และเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันกับ SMEs ต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะในประชาคมอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนตลอดไป

1.2 คำถามในการวิจัย

1.2.1 รูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมโรงแรม มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่และมีลักษณะอย่างไร

1.2.2 ตัวแปรใดบ้างที่มีอิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1.3.1 เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบสมการ โครงสร้างของตัวแปรที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทยจากข้อมูลเชิงประจักษ์

1.3.2 เพื่อพัฒนารูปแบบสมการ โครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย

1.3.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมในการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบสมการ โครงสร้างของตัวแปร พัฒนารูปแบบสมการ โครงสร้างของตัวแปร ตลอดจนศึกษาอิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย

1.4.1 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเก็บรวบรวม ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสรุปเป็นตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาได้ดังนี้

1.4.1.1 ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variables) คือ ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์หรือตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) ต้นทุน (Cost) 2) คุณภาพ (Quality) 3) การสร้างความแตกต่าง (Differentiate)

1.4.1.2 ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator/Intervening Variable) มีจำนวน 1 ตัวแปร ความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์หรือตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัว คือ 1) ความพร้อมทางเทคโนโลยี 2) ความพร้อมด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

1.4.1.3 ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ตัวแปรการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์หรือตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure Development) (2) การสนับสนุนแหล่งทุน (Supporting Loan) และ (3) การสร้างพันธมิตรของวิสาหกิจ (Partnership to Cluster)

2) ตัวแปรการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์หรือตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) การมีนวัตกรรม (2) ความกระตือรือร้น และ (3) ความกล้าที่จะเสี่ยง

3) นวัตกรรมบริการ ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์หรือตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการ (2) นวัตกรรมกระบวนการ และ (3) นวัตกรรมการตลาด

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่เป็น โรงแรม 1) ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เขตตะวันออก เช่น จังหวัดชลบุรี และ 3) เขตภาคใต้ เช่น ภูเก็ต กระบี่ เป็นต้น เนื่องจากทั้ง 3 เขตมีนักท่องเที่ยวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 85 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด (กรมการท่องเที่ยว. 2557)

1.4.3 ขอบเขตทางด้านประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษา คือ กลุ่มผู้ให้บริการ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในส่วนของ การโรงแรม ค่ายพัก และที่พักชั่วคราวจำนวน 250,000 ราย ซึ่งจัดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์ประมาณ 16,322 รายเท่านั้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2554)

1.4.4 ขอบเขตด้านเวลา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะมีการกำหนดระยะเวลาในการดำเนินงานโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1.4.4.1 ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเป็นแบบข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าจากการเก็บรวบรวมจากแหล่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผู้วิจัยจะเริ่มเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 8 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2558 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2558

1.4.4.2 ส่วนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นแบบข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ด้วยการ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยการส่งแบบสอบถามไปทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไปรษณีย์ เข้าเก็บในพื้นที่และการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ผู้วิจัยจะเริ่มเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลาประมาณ 6 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2559 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2559

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ด้านบริหาร เป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารระดับสูงของภาครัฐ ในการตัดสินใจ กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และแผนงาน และโครงการ ในการเตรียมความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการโรงแรม

1.5.2 ด้านบริการ เป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในเรื่องความพร้อมทางเทคโนโลยี การพัฒนาทรัพยากรบุคคล เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

1.5.3 ด้านวิชาการ เป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม เพราะผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องความได้เปรียบในการแข่งขัน การสนับสนุนจากภาครัฐ ความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และความเป็นผู้ประกอบการซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญมากในตัวผู้ประกอบการ

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 **วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs)** หมายความว่าตามกฎหมายกระทรวงกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 ที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 119 ตอนที่ 93 ก หน้า 17 วันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2545 หมายถึงธุรกิจที่มีเอกชนเป็นเจ้าของ ดำเนินการ โดยเจ้าของเอง มีต้นทุนในการดำเนินงานและมีพนักงานตามที่แสดงในตาราง แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ วิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อม ของกิจการบริการ มีรายละเอียดจำแนกวิสาหกิจขนาดกลางจะมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน และมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อมของภาคบริการ มีการจ้างงาน 51 - 200 คนและมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวร 51 – 200 ล้านบาท

1.6.2 **โรงแรม (Hotel)** หมายถึง สถานที่พัก สำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลที่จะหาที่อยู่ หรือที่พักชั่วคราวจะต้องประกอบ ด้วยการจัดบริการอาหาร และเครื่องดื่มให้แก่ผู้ที่เข้าพักตามความต้องการเฉพาะที่เป็น โรงแรมที่ตรงกับลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อม เท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.3 การสนับสนุนของภาครัฐที่มีต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง การที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือองค์การเอกชนที่ประสงค์จะขอรับความช่วยเหลือ ส่งเสริม หรือสนับสนุน ทั้งเรื่องการเงินและเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการก่อตั้งหรือขยายกิจการ โดยมีสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นศูนย์กลาง ทั้งนี้ การขอและการให้ความช่วยเหลือ การส่งเสริมหรือการสนับสนุน ตลอดจนคุณสมบัติของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและองค์การเอกชน ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง (สว. 2554)

1.6.4 ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้สามารถบริหารธุรกิจได้อยู่รอดใน โลกของการแข่งขัน หรือความสามารถที่เพิ่มขนาดส่วนแบ่งการตลาดและผลกำไรขององค์การได้ ตัวชี้วัดคือ ต้นทุน (Cost) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) และบริการที่มีคุณภาพ (Quality) ที่สามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าได้

1.6.5 ความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง คุณสมบัติของบุคคลที่จะประกอบธุรกิจ ประกอบด้วยคุณสมบัติ 3 ข้อ 1) ความตั้งใจที่จะมีนวัตกรรมในการทำธุรกิจ 2) ความตั้งใจที่จะกระตือรือร้นในการทำงานให้บรรลุความสำเร็จ และ 3) ความพร้อมที่จะเสี่ยงในการทำธุรกิจ

1.6.6. การเตรียมความพร้อมในการแข่งขัน คือ ปัจจัยสำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการเข้าสู่อุตสาหกรรม โรงแรมในภาวะที่แข่งขันทั้งภายในและต่างประเทศ อันประกอบด้วย 1) ความพร้อมทางเทคโนโลยี และ 2) ความพร้อมในทรัพยากรบุคคล

1.6.7 นวัตกรรมบริการ หมายถึง นวัตกรรมเป็นเรื่องของกระบวนการแสวงหาคำนิยาม จัดเก็บ ตลอดจนใช้ประโยชน์จากข้อมูลในด้านการสร้างความรู้ การวิจัยและพัฒนา การผลิต การพาณิชย์ และการอยู่รอดของธุรกิจ (Perez-Bustamante, 1999) และยังหมายรวมถึง นวัตกรรมเป็นการใช้ความคิดหรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ในองค์การและนวัตกรรมสามารถเป็นได้ทั้งผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือเทคโนโลยีใหม่ อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะเฉียบพลันหรือค่อยเป็นค่อยไป (Herkema, 2003) ซึ่งตรงความหมายของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2549) ‘นวัตกรรม คือสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม’ ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์หรือตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการ 2) นวัตกรรมกระบวนการ และ 3) นวัตกรรมการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 บทสรุป

จากบทบาทสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธุรกิจโรงแรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งมีแนวโน้มจะขยายตัวในอนาคตอย่างต่อเนื่องประกอบกับความเข้มข้นกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทั้งคู่แข่งที่เป็นผู้ประกอบการในประเทศด้วยกันเองที่มีอยู่เป็นจำนวนมากแล้ว ยังมีแนวโน้มต้องแข่งขันกับทุนของผู้ประกอบการที่มาจากต่างประเทศอีกจำนวนมากเช่นกัน ทำให้เพื่อทราบแนวทางความสัมพันธ์ที่แท้จริงของตัวแปรต่าง ๆ ของการสนับสนุนของรัฐมีอิทธิพลมากน้อยต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยแค่ไหน ปัจจัยตัวแปรการเป็นผู้ประกอบการเองของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรมและนวัตกรรมด้านบริการมีอิทธิพลต่อความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรมแค่ไหนและตัวแปรต่าง ๆ เหล่านี้มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการไทยจึงเกิดงานวิจัยนี้ขึ้นเพื่อเป็นข้อมูลในการสนับสนุนของรัฐบาล และเพื่อเป็นประโยชน์ในการวางกลยุทธ์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรมในอนาคตต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบสมการ โครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมโรงแรม เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้วิจัยศึกษาบทบาทของภาครัฐ และปัจจัยสำคัญที่ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความพร้อมมากที่สุด เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย อันจะเป็นตัวแบบที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยมีหัวข้อที่ทำการศึกษาค้นคว้าดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมโรงแรม
- 2.2 ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
- 2.3 ความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2.4 การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ
- 2.5 การเป็นผู้ประกอบการ
- 2.6 นวัตกรรมด้านบริการ
- 2.7 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิด
- 2.9 สมมติฐานการวิจัย

การนำเสนอส่วนต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น เป็นการนำเสนอบนพื้นฐานของการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งอ้างอิงที่มีความเชื่อถือได้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรม

2.1.1 ความหมายของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท

พระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรมมีมาแล้วหลายฉบับ โดยฉบับที่ใช้ในปัจจุบันได้แก่ พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ซึ่งในพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ยกเลิกพระราชบัญญัติบางฉบับ ได้แก่

- 1) พระราชบัญญัติโรงแรม พุทธศักราช 2478
- 2) พระราชบัญญัติโรงแรม (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2484
- 3) พระราชบัญญัติโรงแรม (ฉบับที่ 3) พุทธศักราช 2495
- 4) พระราชบัญญัติโรงแรม (ฉบับที่ 4) พุทธศักราช 2503

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยพระราชบัญญัติโรงแรม พุทธศักราช 2547 มาตรา 4 กล่าวว่า โรงแรม หมายถึง สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจ เพื่อให้บริการที่พักชั่วคราว สำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ไม่รวมถึง

1) สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้น เพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวซึ่งดำเนินการโดยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์กรมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ หรือเพื่อการกุศล หรือการศึกษา ทั้งนี้โดยมิใช่เป็นการหาผลกำไร หรือรายได้มาแบ่งปันกัน

2) สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักอาศัย โดยคิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไปเท่านั้น

3) สถานที่พักอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

นอกจากนี้ ราชกิจจานุเบกษาได้ระบุกฎกระทรวง เรื่อง กำหนดประเภทและหลักเกณฑ์การประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2551 ได้แบ่งประเภทของโรงแรม เป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

โรงแรมประเภท 1 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการเฉพาะห้องพัก

โรงแรมประเภท 2 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพักและห้องอาหาร หรือ สถานที่สำหรับบริการอาหาร หรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร

โรงแรมประเภท 3 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหาร หรือสถานที่สำหรับบริการอาหาร หรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร และสถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ หรือห้องประชุมสัมมนา

โรงแรมประเภท 4 หมายความว่า โรงแรมที่ให้บริการห้องพัก ห้องอาหาร หรือสถานที่สำหรับบริการอาหาร หรือสถานที่สำหรับประกอบอาหาร สถานบริการตามกฎหมายว่าด้วยสถานบริการ และห้องประชุมสัมมนา

การจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมไทย (Thai Standard Industrial Classification : TSIC. 2008) ได้จัดธุรกิจ โรงแรมและรีสอร์ท เป็นธุรกิจบริการด้านที่พักแรม (Accommodation) รหัส 55101 โดยให้ความหมายของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ไว้ว่า ที่พักแรมแบบให้เช่าเป็นรายวัน หรือรายสัปดาห์ สำหรับผู้ที่มาพักแรมระยะสั้น โดยรวมถึงห้องพักแขกและห้องชุดที่มีการตกแต่งพร้อมเข้าพัก หรือห้องชุดพร้อมเครื่องครัว โดยมีหรือไม่มีแม่บ้านให้บริการ ก็ตาม และอาจรวมถึงการให้บริการอื่น ๆ เช่น การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ที่จอดรถ บริการซักรีด สระว่ายน้ำและห้องออกกำลังกาย สิ่งอำนวยความสะดวกด้านนันทนาการ และห้องประชุม รวมถึงที่พักที่จัดโดยโรงแรม โรงแรมรีสอร์ท โรงแรมห้องชุด ที่พักและโรงแรมริมทางหลวง โดยไม่รวมเกสต์เฮาส์ที่พัก สัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) และที่พักแรมอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากที่กล่าวมา

ธุรกิจ โรงแรมและรีสอร์ท เป็นธุรกิจบริการธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยที่นับเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศมากกว่า

9 แสนล้านบาท ปรากฏดังตารางที่ 2.1 โดยรายได้ของประเทศจากธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การขยายตัวสูงขึ้น เป็นลำดับ จากมูลค่า 309,622 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2548 เป็น 439,720 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2551 ทั้งนี้มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.25 ต่อปี หรือคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้ ประชาชาติของประเทศไทยประมาณร้อยละ 4.9 โดยมีสัดส่วนมากเป็นอันดับที่ 5 รองจากภาคการผลิต (ร้อยละ 34.2) ภาคค้าปลีกค้าส่ง (ร้อยละ 14.1) ภาคเกษตร ลำสัตว์และป่าไม้ (ร้อยละ 10.3) และการขนส่ง จัดเก็บและการสื่อสาร (ร้อยละ 7.2) ตามลำดับ

จากการท่องเที่ยวในช่วงสามไตรมาสของปี พ.ศ. 2558 ขยายตัวเฉลี่ยกว่าร้อยละ 28.82 จากปีก่อนหน้า เนื่องจากความรุนแรงที่เกิดขึ้นตามท้องถนนในกรุงเทพฯ เมื่อช่วงต้นปี พ.ศ. 2557 ที่ผ่านมา การหดตัวของอุปสงค์ในประเทศ ภาคอุตสาหกรรมการผลิตและการท่องเที่ยวหดตัวลง ในช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2557 รวมไปถึงอุปสงค์ภายในประเทศและการส่งออกสินค้าและบริการก็ได้ลดลงด้วยเช่นกัน การผลิตในช่วงครึ่งแรกของปีลดตัวลงร้อยละ 2.1 จากปีก่อน รายได้ จากภาคธุรกิจ โรงแรมและภัตตาคารยังคงหดตัวอย่างต่อเนื่องที่ร้อยละ 3.6 แต่ปี พ.ศ. 2558 การท่องเที่ยวกลับมาขยายตัวต่อเนื่องจากปลายปี พ.ศ. 2557 ที่ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวเริ่ม กลับมาส่งผลให้ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทยได้คาดการณ์ว่าตลอดทั้งปีนี้ พ.ศ. 2558 จำนวน นักท่องเที่ยวทั้งหมดน่าจะมากกว่า 30 ล้านคน ซึ่งก็สอดคล้องกับผลการศึกษาการขยายตัวของ องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ระบุกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (International Standard Industrial Classification : ISIC) ด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย (1) โรงแรมและร้านอาหาร (บางส่วนของ ISIC55) (2) การคมนาคมทั้งทางอากาศ ทางเรือ และทางบก (บางส่วนของ ISIC60, 61, 62, 71) (3) ธุรกิจนำเที่ยว (บางส่วนของ ISIC63) และ (4) กิจกรรมนันทนาการ (บางส่วนของ ISIC92) จาก กิจกรรมทางเศรษฐกิจ (ISIC) ข้างต้น สามารถจำแนกธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

- 1) ธุรกิจสนับสนุน คือ ธุรกิจที่สนับสนุนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจคมนาคมขนส่ง รวมถึงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์
- 2) ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร รวมถึงธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
- 3) ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง คือ ธุรกิจที่ได้รับประโยชน์หรือเกิดต่อเนื่องมาจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจนันทนาการต่าง ๆ อาทิ ธุรกิจสวนสนุก ธุรกิจการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ธุรกิจสปา ธุรกิจบันเทิง เป็นต้น รวมถึงธุรกิจสินค้าและของที่ระลึก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จำแนกตามถิ่นที่อยู่ (พันคน)

	2556		2557		2558	
เอเชียตะวันออก	15,912	14,562	3,179	3,102	3,785	4,496
ยุโรป	6,306	6,156	2,240	1,132	1,063	1,821
อื่นๆ	4,329	4,062	957	963	999	1,143
รวม	26,547	24,780	6,376	5,097	5,847	7,460
อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	18.8	-6.7	-9.0	-15.9	-10.1	7.0

จากแนวโน้มทิศทางการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของการท่องเที่ยวไทยซึ่งเป็นการขยายตัวทางด้านอุปสงค์ที่สำคัญของอุตสาหกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของโรงแรมที่ต้องสร้างความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ที่มักจะมีทุนจากต่างประเทศและเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตเพื่อรองรับกับแนวโน้มการขยายตัวของอุปสงค์ในอนาคต

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน

นักวิจัยแต่ละคนและสถาบันที่จัดการแข่งขัน ต่างให้ความหมายของการแข่งขันที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมมา พอสรุปได้เป็นสังเขปดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.2 ความหมายของคำว่าความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผู้วิจัย	ความหมายของความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)
1. Porter (1985)	เป็นการสร้างขีดความสามารถเพื่อให้สามารถบริหารธุรกิจได้อยู่รอด ประกอบด้วย กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านความแตกต่างและเน้นด้านจุดที่สนใจ
2. Newal (1994)	การแข่งขันเป็นการผลิตที่เทียบพร้อมด้วยคุณภาพของบริการมีผลทำให้ลูกค้าประทับใจ ซึ่งจะเป็นตัวบ่งบอกถึงความสำเร็จของธุรกิจ
3. Papadakis (1994)	ในมุมมองของผู้บริโภคแล้ว ตัวเล็กระหว่างสินค้า 2 อย่างหรือมากกว่า ในการพิจารณาถึงตัวเงินเป็นหลักเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการแข่งขันที่เกิดขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ผู้วิจัย	ความหมายของความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)
4. Tefertiller and Ward (1995)	การแข่งขันจะสัมพันธ์ไปถึงการเพิ่มของความสามารถในการผลิตและส่งผลต่อความแตกต่างของคุณภาพราคา ต้นทุนการจำหน่าย ความสามารถที่จะเข้าตลาดและประสิทธิภาพของระบบการสนับสนุน และการตลาดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้
5. Ritche & Crouch (2000) Kim (2012)	Destination competitiveness หรือการแข่งขันที่จุดหมายปลายทางใน 2 ความหมายของความได้เปรียบในการแข่งขันและความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ ให้ความสำคัญของความสามารถของการเจริญเติบโตของจุดหมายปลายทางที่เสื่อมสภาพที่ไม่ได้รับการพัฒนา ได้รับการพัฒนา จนสามารถสร้างความแข็งแกร่งในชุมชนจนสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคล
6. Jones (2003)	ความยืดหยุ่นขององค์กรจะเป็นกุญแจที่สำคัญของความได้เปรียบในการแข่งขัน สำหรับ SME มากที่สุด
7. Schwab (2009)	ระบบเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันมากเท่าไรจะมีผลไปถึงความสามารถในการผลิตรายได้ของพลเมืองที่สูงกว่าระดับปกติทั่วไปมากเท่านั้น
8. Angelov (2010)	ความสามารถในการบริการที่เด่นกว่าคู่แข่ง
9. Rodriguez (2001)	การสร้างนวัตกรรมบริการใหม่ ๆ
10. IMD (2001)	สภาพแวดล้อมของประเทศที่สร้างความยั่งยืนให้กับระดับความสามารถในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจต่าง ๆ
11. WEF (2012)	การแข่งขันระดับโลกเหมือนกลุ่มสถาบัน แนวนโยบายระดับประเทศ และปัจจัยต่าง ๆ ที่ชี้ให้เห็นถึงระดับการผลิตของประเทศแต่ละประเทศและระดับธุรกิจด้วยกัน

จากการรวบรวมความหมายการแข่งขันของผู้วิจัยต่าง ๆ และสถาบัน เช่น IMD และ WEF ผู้วิจัยสามารถสรุปว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง คุณสมบัติในตัวผู้ประกอบการที่สามารถพัฒนาออกมาให้มีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งอื่น ๆ ได้ เช่น พัฒนาความคิด นวัตกรรมทางด้านบริการ เพื่อหาบริการใหม่ ๆ ที่สามารถทำให้ลูกค้าประทับใจ พอใจ จนกลับมาใช้บริการขององค์กรอีก พัฒนาความสามารถในการบริหารกิจการให้อยู่รอดได้อย่างยั่งยืน พัฒนาความสามารถในการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้ง่ายและสะดวก พัฒนาความสามารถในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำงานร่วมกับองค์กรอื่น ๆ เช่น รวมตัวกันเป็นชมรมหรือสมาคม เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้เกิดขึ้นกับทุกกิจการในเครือข่าย เป็นต้น ทั้งนี้เน้นทางบริหารต้นทุนให้เหมาะสมและทำให้สินค้าและบริการแตกต่างจากคู่แข่ง

สถาบันชั้นนำที่จัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่าง ๆ มีหลายสถาบัน โดยสถาบันที่มีการยอมรับอย่างสูง จำนวน 2 สถาบัน คือ สถาบันพัฒนาการจัดการนานาชาติ (International Institute for Management Development : IMD และ World Economic Forum (WEF) มีวิธีการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันที่แตกต่างกัน ตามดัชนีชี้วัดต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศสมาชิก

2.2.1 วิธีการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของ WEF

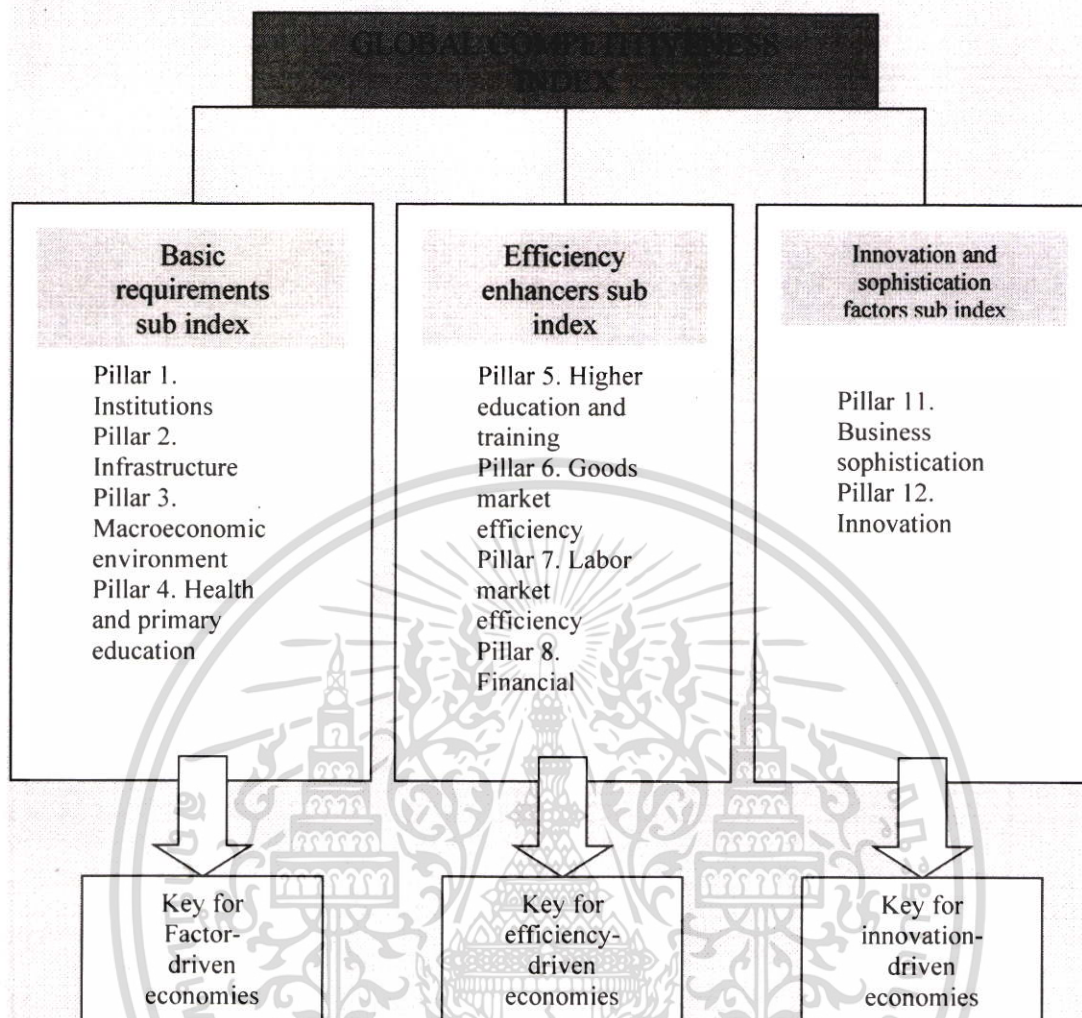
WEF ได้จัดทำดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของโลก (Global Competitiveness Index : GCI) จำนวน 111 ตัว เพื่อจัดอันดับให้กับประเทศต่าง ๆ จำนวน 139 ประเทศ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม มี 12 เสาหลัก (Pillar) ตามปัจจัยสำคัญดังนี้

1) กลุ่มดัชนีพื้นฐาน (Basic Requirement) ประกอบด้วย 4 เสาหลัก มีดัชนีชี้วัด 46 ตัวที่วัดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศโดยใช้ปัจจัยการผลิตซึ่งมักเป็นประเทศกำลังพัฒนาที่ยังมีการพัฒนาน้อย ปัจจัยเหล่านี้วัดจาก (1) สถาบัน (Institution) มีดัชนีชี้วัด 21 ตัว (2) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures) มีดัชนีชี้วัด 9 ตัว (3) ความมั่นคงของเศรษฐกิจมหภาค (Macroeconomic Stability) มีดัชนีชี้วัด 6 ตัว และ (4) สุขภาพและการศึกษาขั้นพื้นฐาน (Health and Primary Education) มีดัชนีชี้วัด 10 ตัว

2) กลุ่มดัชนีการเพิ่มประสิทธิภาพ (Efficiency Enhancers) ประกอบด้วย 6 เสาหลัก มีดัชนีชี้วัด 49 ตัวที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศโดยใช้ประสิทธิภาพซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนา ปัจจัยเหล่านี้วัดจาก (1) การศึกษาและการอบรมขั้นสูง (Higher Education and Training) มีดัชนีชี้วัด 8 ตัว (2) ประสิทธิภาพของตลาดสินค้า (Goods Market Efficiency) มีดัชนีชี้วัด 15 ตัว (3) ประสิทธิภาพของตลาดแรงงาน (Labor Market Efficiency) มีดัชนีชี้วัด 9 ตัว (4) การพัฒนาตลาดการเงิน (Financial Market Development) มีดัชนีชี้วัด 9 ตัว (5) ความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technological Readiness) มีดัชนีชี้วัด 6 ตัว และ (6) ขนาดของตลาด (Market Size) มีดัชนีชี้วัด 2 ตัว

3) กลุ่มดัชนีนวัตกรรมและปัจจัยที่มีความซับซ้อน (Innovation and Sophistication Factors) ประกอบด้วย 2 เสาหลัก มีดัชนีชี้วัด 16 ตัวที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศโดยใช้นวัตกรรมซึ่งมักเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ปัจจัยเหล่านี้วัดจาก (1) ความซับซ้อนทางธุรกิจ (Business Sophistication) มีดัชนีชี้วัด 9 ตัว และ (2) นวัตกรรม (Innovation) มีดัชนีชี้วัด 7 ตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.1 ดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของโลกของ WEF

ที่มา : Schwab, K. (2013)

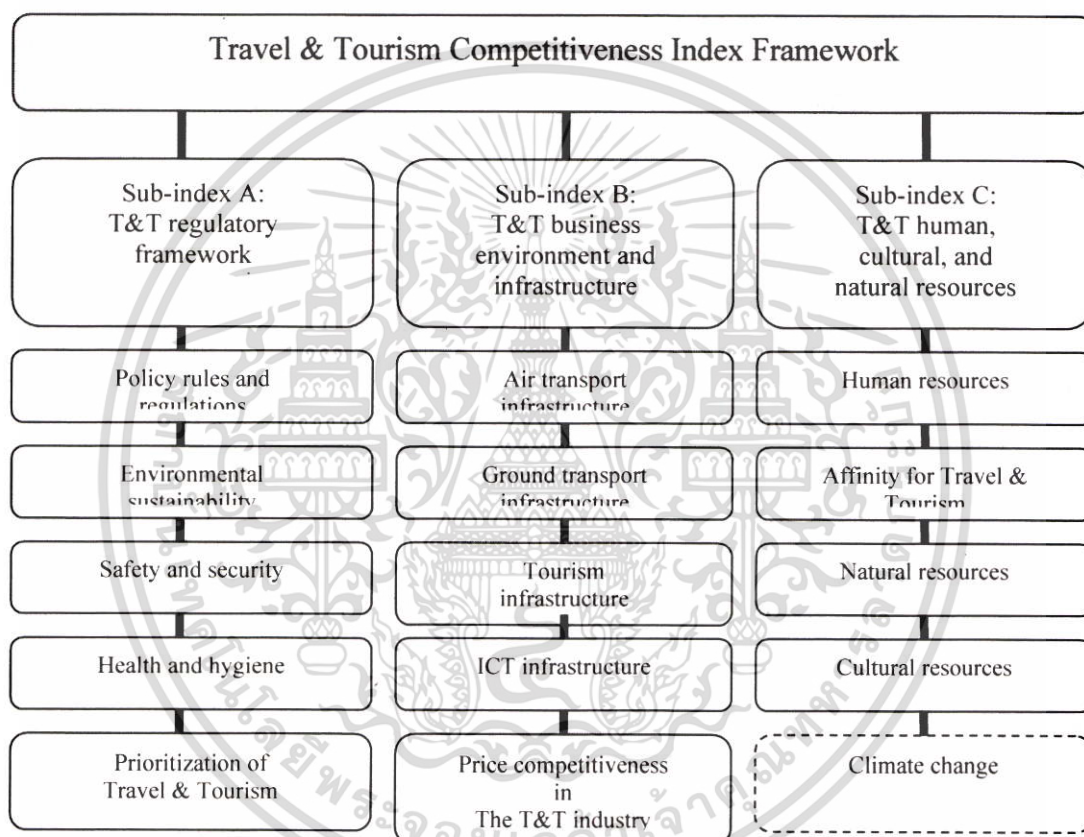
2.2.2 การแบ่งกลุ่มประเทศ

ประเทศ 139 ประเทศ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตามระดับขั้นของการพัฒนา (Stage of Development) คือ

- 1) กลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยปัจจัยการผลิต (Factor-Driven Economy)
- 2) กลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยประสิทธิภาพ (Efficiency-Driven Economy)
- 3) กลุ่มประเทศที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยนวัตกรรม (Innovation-Driven Economy)

WEF ได้จัดทำบทวิจัยเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันทางด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ ในโลก 140 ประเทศ โดยจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันทุก ๆ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2 ปี ประกอบด้วย ดัชนีย่อย 14 ดัชนี (Travel & Tourism Competitiveness Index : TTCI) คือ กฎเกณฑ์ นโยบาย และกฎหมาย ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม ความมั่นคงปลอดภัย สุขภาพและสุขอนามัยที่ดี การให้ความสำคัญต่อการเดินทางและท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมทางอากาศ โครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมทางบก โครงสร้างพื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานทางด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ราคาบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่แข่งขันได้ ทรัพยากรบุคคล ปัจจัยเกื้อหนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม



ภาพที่ 2.2 Composition of The three sub-indexes of the TTCI

ที่มา : The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report (2555)

ในการจัดอันดับในปี 2556 ประเทศไทยอยู่ที่อันดับที่ 43 ปี 2011 ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 41 และปี 2009 ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 39 ลดลงเป็นลำดับอย่างสม่ำเสมอ สถาบันบริการธุรกิจ ศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและทีดีอาร์ไอ ได้ร่วมกันจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับประเทศไทยดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดัชนีที่ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่เป็นผลดี 1) โครงสร้างพื้นฐานทางการคมนาคมทางอากาศอยู่ในอันดับที่ 21 2) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อันดับที่ 23 มีความหลากหลายมาก 3) ความสามารถในการแข่งขันด้านราคา อันดับที่ 25 4) โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวอันดับที่ 31 และ 5) ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อันดับที่ 36

ดัชนีที่ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ต้องนำมาปรับปรุง 1) โครงสร้างพื้นฐานทางท่าเรืออันดับที่ 56 2) โครงสร้างพื้นฐานทางรถไฟ อันดับที่ 64 ยังด้อยคุณภาพ 3) โครงสร้างพื้นฐานทางบก อันดับที่ 62 ยังมีจำนวนน้อยเกินไปเมื่อเทียบกับจำนวนประชากร 4) ปัจจัยทางด้านทรัพยากรมนุษย์ อันดับที่ 70 การศึกษาประชากรในวัยเรียนต่ำกว่าประเทศอื่น ๆ และการจ้างงานชาวต่างชาติยาก 5) ปัจจัยทางด้านสุขภาพและสุขอนามัย อันดับที่ 84 ไทยมีจำนวนแพทย์น้อย จำนวนเตียงคนไข้น้อย 6) ปัจจัยด้านความมั่นคงปลอดภัย อันดับที่ 87 ไทยมีความไม่สงบทางการเมืองที่กระทบธุรกิจเกิดขึ้นบ่อย บริการของตำรวจไม่น่าเชื่อถือ ซึ่งมีผลไปถึงอุบัติเหตุบนท้องถนนในอัตราสูงและอาชญากรรมและความรุนแรงก็สูงเช่นเดียวกัน 7) โครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศและการสื่อสาร อันดับที่ 90 และ 8) ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม อันดับที่ 99 เป็นจุดที่น่าห่วงเป็นอย่างยิ่ง ถ้าเราไม่สามารถรักษาสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพดีได้ตลอดเวลา

2.2.3 วิธีการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันของ International Institute for Management Development (IMD)

IMD ได้จัดทำดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันจำนวน 323 ตัว เพื่อจัดอันดับให้กับประเทศต่าง ๆ 61 ประเทศ โดยมุ่งเน้นการวัดความสามารถในการสร้างสภาพแวดล้อมต่อการแข่งขันใน 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

1) กลุ่มดัชนีวัดศักยภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Performance) มีดัชนีชี้วัด 76 ตัวประกอบด้วย (1) เศรษฐกิจในประเทศมีดัชนีชี้วัด 25 ตัว (2) การค้าระหว่างประเทศมีดัชนีชี้วัด 22 ตัว (3) การลงทุนจากต่างประเทศมีดัชนีชี้วัด 17 ตัว (4) การจ้างงานมีดัชนีชี้วัด 8 ตัว และ (5) ราคามีดัชนีชี้วัด 4 ตัว

2) กลุ่มดัชนีวัดประสิทธิภาพของภาครัฐ (Government Efficiency) มีดัชนีชี้วัด 70 ตัวประกอบด้วย (1) ฐานการคลังมีดัชนีชี้วัด 12 ตัว (2) นโยบายการคลังมีดัชนีชี้วัด 14 ตัว (3) การอบการบริการด้านสถาบันมีดัชนีชี้วัด 12 ตัว (4) กฎหมายด้านธุรกิจมีดัชนีชี้วัด 21 ตัว และ (5) การอบการบริการด้านสังคมมีดัชนีชี้วัด 11 ตัว

3) กลุ่มดัชนีวัดประสิทธิภาพธุรกิจ (Business Efficiency) มีดัชนีชี้วัด 67 ตัวประกอบด้วย (1) ผลผลิตการผลิตมีดัชนีชี้วัด 11 ตัว (2) ตลาดแรงงานมีดัชนีชี้วัด 22 ตัว (3) การเงินมีดัชนีชี้วัด 19 ตัว (4) การบริหารจัดการมีดัชนีชี้วัด 8 ตัว และ (5) ทักษะคิดและค่านิยมมีดัชนีชี้วัด 7 ตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) กลุ่มดัชนีวัดโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) มีดัชนีชี้วัด 110 ตัว ประกอบด้วย (1) สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานมีดัชนีชี้วัด 26 ตัว (2) โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีมีดัชนีชี้วัด 21 ตัว (3) โครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์มีดัชนีชี้วัด 21 ตัว (4) สุขภาพและสิ่งแวดล้อมมีดัชนีชี้วัด 25 ตัว และ (5) การศึกษามีดัชนีชี้วัด 17 ตัว

Economic Performance	Government Efficiency	Business Efficiency	Infrastructure
Domestic	Public Finance	Productivity	Basic
International	Fiscal Policy	Labor Market	Technological Infrastructure
International Investment	Institutional Framework	Finance	Scientific Infrastructure
Employment	Business Legislation	Management Practices	Health and Environment
Prices	Societal Framework	Attitudes and Values	Education

ภาพที่ 2.3 The Breakdown of Competitiveness IMD Factors IMD

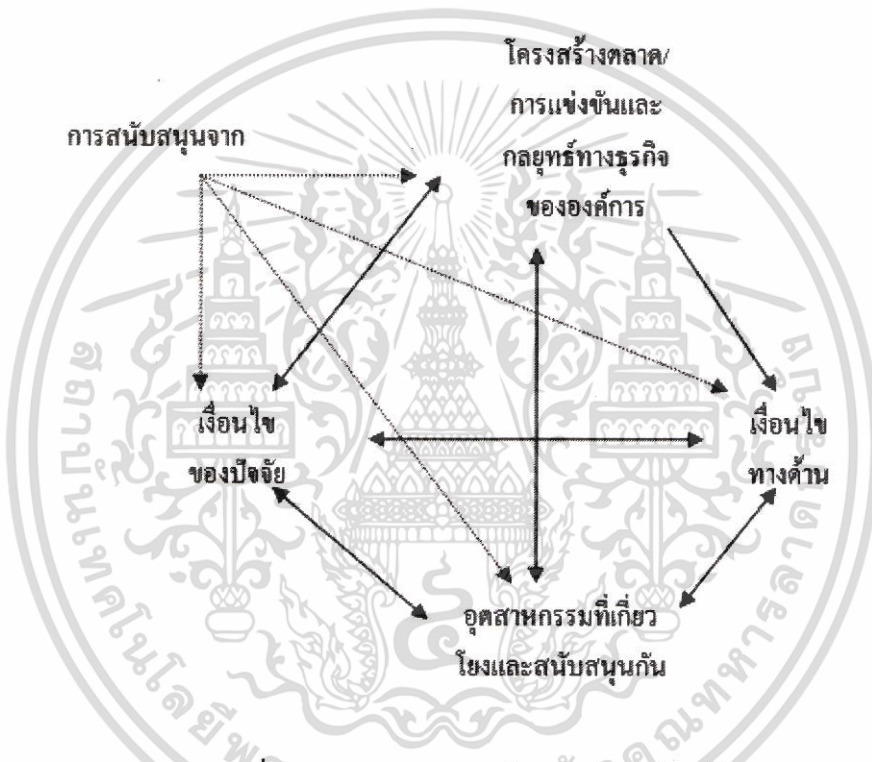
ที่มา : IMD WORLD COMPETITIVENESS YEARBOOK

การคำนวณความสามารถในการแข่งขันนั้นจะกำหนดให้น้ำหนักและสัดส่วนคะแนนในการคำนวณอันดับเท่ากันทั้งหมดทุกประเทศทั้ง 61 ประเทศ โดยไม่มีการแบ่งกลุ่มประเทศและถ่วงน้ำหนักคะแนนแตกต่างกันเหมือนวิธีคำนวณของ WEF ในการคำนวณคะแนนเพื่อจัดอันดับนั้น IMD จะกำหนดให้คะแนนสูงสุดเท่ากับ 100 คะแนน อันดับที่ 1 สหรัฐอเมริกา ได้ 100 คะแนน ส่วนของประเทศไทยนั้นได้อันดับที่ 30 ลดลงหนึ่งอันดับจากปี พ.ศ. 2557 ที่ผ่านมา

การเพิ่มการแข่งขันที่จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะเป็นหนทางที่เพิ่มระดับเศรษฐกิจของประเทศให้ดีขึ้น และปรับปรุงให้มาตรฐานในการดำรงชีวิตของประชากรที่อาศัยในแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้นด้วย (Kim, 2012) และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable tourism development) จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมอย่างยั่งยืน อันเป็นผลทำให้มีผลกำไรในระยะยาว เป็นการรักษาความภักดีของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจ และรักษานักงานให้ทำงานอยู่กับองค์กรได้อย่างยาวนาน ทั้งนี้รวมไปถึงโรงแรมจะมีกิจกรรมที่ทำให้สิ่งแวดล้อมทั้งกายภาพ เศรษฐกิจและสังคมดีขึ้นไปด้วย (Fotiadis, 2009)

ความสามารถในการบริการที่เด่นกว่าคู่แข่ง จะมีผลทำให้ความได้เปรียบในการแข่งขันดีกว่าคู่แข่ง (Angelov, 2010) และการสร้างนวัตกรรมทางการบริการใหม่ ๆ เป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรบรรลุถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ นอกจากนี้รวมไปถึงการสร้างพันธมิตรกับองค์กรอื่น ๆ ด้วย (Rodriguez, 2011) ดังนั้น การศึกษาถึงแนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนที่เหมาะสมกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย ตัวแบบเพชร (Diamond Model) ซึ่งคิดค้นโดย ดร. ไมเคิล อี พอร์เตอร์ (Porter, 1985) จะช่วยให้การวิเคราะห์ครอบคลุมในทุกด้าน เช่น ภาครัฐจะมีส่วนสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นอย่างมาก โดยผ่านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนและ โครงสร้างตลาด/การแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร ดังที่แสดงไว้ในภาพที่ 2.4 ในตัวแบบเพชร ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.4 ตัวแบบเพชรของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2011)

เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) ในที่นี้หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์ ฯลฯ ซึ่งภายใต้แนวคิดของพอร์เตอร์ ประเทศที่มีเงื่อนไขของปัจจัยการผลิตที่ดีมีคุณภาพเป็นพื้นฐานที่ช่วยสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่ประเทศได้ และหากประเทศนั้น ๆ สามารถพัฒนาและยกระดับปัจจัยการผลิตให้มีมูลค่าเพิ่มในลักษณะที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง โดยที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบหรือทำตามได้จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในบริบทของการวิเคราะห์เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิตในโครงการนี้จะมุ่งเน้นถึงศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การวิเคราะห์จะทำให้เห็นถึงความจำเป็นในส่วนการพัฒนาทักษะและขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ดียิ่งขึ้น

เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) ในที่นี้เป็นการพิจารณาถึงความต้องการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ การเข้าใจถึงความต้องการของผู้ประกอบการจะทำให้การกำหนดมาตรการหรือวิธีการส่งเสริมและสนับสนุนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries) ภายใต้วัยแบบเพชร หากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกันมีความได้เปรียบ รวมทั้งมีความเชื่อมโยงในลักษณะของความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างอุตสาหกรรมต่าง ๆ ทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง จะช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากความร่วมมืออย่างใกล้ชิดช่วยให้การพัฒนาธุรกิจเกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมโดยรวม ในขณะที่เดียวกันธุรกิจสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตในลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการของตนได้มากขึ้น

โครงสร้างตลาด/การแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร (Firm Strategy, Structure and Rivalry) นอกเหนือจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันซึ่งเป็นไปในลักษณะพลวัตที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้พร้อมรับกับการแข่งขันทั้งจากภายในและต่างประเทศอยู่ตลอดเวลา นโยบายของภาครัฐเป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่งที่มีผลกระทบต่อโครงสร้างตลาดและการดำเนินธุรกิจ เช่น การกำหนดกรอบว่าองค์กรภาคเอกชนในลักษณะเช่นใดที่นับรวมอยู่ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปัจจัยดังกล่าวย่อมส่งผลต่อการรับสิทธิประโยชน์การให้การสนับสนุนจากภาครัฐที่แตกต่างกันไป และส่งผลต่อเนื่องถึงขีดความสามารถในการแข่งขันที่แตกต่างกันเมื่อต้องแข่งขันกันระหว่างประเทศ

ฉะนั้น การวิเคราะห์ตามตัวแบบ นี้จะแสดงให้เห็นว่า ภาครัฐจะส่งเสริมความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการสามารถแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ นอกจากนี้การวิเคราะห์รวมถึงผลจากนโยบายสาธารณะซึ่งในที่นี้หมายถึง นโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.2.4 การวิเคราะห์ตัวแบบที่ส่งผลถึงความได้เปรียบในการแข่งขัน

ปกติตัวแบบที่ใช้แทนความได้เปรียบในการแข่งขันมีหลายตัวแบบ เช่น ตัวแบบเพชร ตัวแบบ Balance Score Card (BSC) ตัวแบบ Five Force แต่นักวิจัยยกตัวอย่างมาเพียง 2 ตัวแบบคือ ตัวแบบเพชร และ ตัวแบบ BSC เพราะสามารถใช้อธิบายความได้เปรียบในการแข่งขัน แต่ก็มีข้อแตกต่างกัน ดังที่จะอธิบายต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) การวิเคราะห์ตัวแบบ Balance Score Card (BSC) ตัวแบบ Balance Score Card เป็นตัวชี้วัดของความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ (R. Kaplan & D. Norton. 1992) ประกอบด้วย 4 กลุ่ม 1) ทางด้านการเงิน 2) ความพึงพอใจของลูกค้า 3) การตรวจสอบธุรกิจภายใน และ 4) นวัตกรรม ซึ่งกลุ่มทางด้านการเงินมีตัวชี้วัดคือ อัตราผลตอบแทนของการลงทุน ผลกำไร การเติบโตของรายได้ การลดต้นทุนและปริมาณการส่งออก กลุ่มทางลูกค้ามีตัวชี้วัดคือ การสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้า อัตราความคงอยู่ของลูกค้า การหาลูกค้า และส่วนแบ่งการตลาดในส่วนที่เป็นลูกค้า หลายบริษัทจึงวัดความซื่อสัตย์ของลูกค้าด้วยวิธีการเติบโตของธุรกิจไปพร้อมกับปริมาณลูกค้า กลุ่มการตรวจสอบภายในธุรกิจเป็นการตรวจสอบเฉพาะของแต่ละกิจการ มีตัวชี้วัดคือความพึงพอใจของลูกค้า การรักษาลูกค้าให้อยู่ในธุรกิจและอัตราการผลิตของลูกค้าเป็นต้น กลุ่มนวัตกรรม มีตัวชี้วัด คือ จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ของปริมาณยอดขายทั้งหมด และกรอบเวลาที่จะใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เป็นต้น

2) การวิเคราะห์ตัวแบบเพชร(Diamond Model) Porter (1990) ได้คิด ตัวแบบเพชรขึ้นมาซึ่งเป็นประโยชน์ต่อองค์การที่สามารถช่วยปรับปรุงผลผลิตเช่น บริการที่สร้างความประทับใจ โดยมีหลักการสำคัญที่รอบการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน พอสรุปได้ดังนี้ 1) ความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นผลมาจากการผสมผสานระหว่างกลยุทธ์ขององค์การกับสิ่งแวดล้อม 2) ความได้เปรียบในการแข่งขันจะรักษาให้ยั่งยืนได้โดยการทำงานนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและยกระดับของความสามารถในการผลิตขององค์การตลอดเวลา 3) องค์การต้องการบ้านที่มีความสุขเป็นฐานในการช่วยเหลือ การพัฒนาที่ยั่งยืนให้กับความสามารถในการทำงานนวัตกรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของผู้นำของการแข่งขันในระดับชาติ แต่อย่างไรก็ตามมีนักวิจัยจำนวนหนึ่งที่ได้แย้งกับแนวคิดของ Porter พอสรุปได้ดังนี้ 1) ถึงแม้ว่างานของ Porter จะส่งผลไปถึงทฤษฎีการค้าระหว่างชาติและการจัดการกลยุทธ์ แต่ตัวชี้วัดทั้ง 4 ปัจจัยก็ไม่มีอะไรใหม่ (Barney. 2002) 2) ขาดรูปแบบการวิเคราะห์แบบปกติ (Oz. 1999) หมายความว่าตัวแบบเพชรเป็นกรอบแนวคิดแบบอธิบายมากกว่าจะเป็นทฤษฎีที่ทุกอย่างถูกกำหนดไว้ มีเหตุผลของมันเอง 3) ตัวแบบของ Porter ไม่น่าสนใจที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับธุรกิจในอนาคตได้เสมอ 4) แนวคิดของ Porter ให้ความสนใจกับคู่แข่งที่มาจากในประเทศมากกว่าคู่แข่งที่มาจากนอกประเทศ (Malley & Van Egeraat. 2000)

ข้อสังเกตของ Go et al. (1994) ได้ชี้ให้เห็นว่า อุตสาหกรรมการโรงแรมสอดคล้องกับตัวแบบเพชรของ Porter โดยเฉพาะผลประกอบการของอุตสาหกรรมการโรงแรมที่แสดงถึงเงื่อนไขการผลิต (Factor Conditions) ที่รวมพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดีและการมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี ส่วนเงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Condition) เช่น ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว การสนับสนุนอุตสาหกรรมการขนส่งและการท่องเที่ยว การสร้างตลาดใหม่ ๆ เช่น ตลาดสุขภาพ การส่งเสริมการลงทุนร่วมกันในเทคโนโลยี เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ภาครัฐต้องให้ออกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ขึ้นด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญเพราะเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเตรียมพร้อมในการแข่งขันของอุตสาหกรรม โรงแรม จะเห็นได้ว่า การใช้ตัวแบบเพชรของ Porter ที่เป็นตัวชี้วัดแทน BSC เพราะงานวิจัยฉบับนี้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ และจัดให้เป็นตัวแปรอิสระหลายตัวแปรที่ ภาครัฐเข้ามาเกี่ยวข้อง นักวิจัยจึงใช้ตัวแบบเพชรเป็นตัวแบบแทน BSC

2.2.5 ความเป็นมาของทฤษฎีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage Theory)

ความได้เปรียบในการแข่งขัน พิจารณาจากแนวคิดพื้นฐานในยุคของชาลส์ คาร์วิน ที่กล่าวว่า การแข่งขันจะเป็นไปตามการคัดเลือกของธรรมชาติ ผู้รอดคือผู้ที่แข็งแรงที่สุด ความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้มีการใช้กันมาก่อน Porter ซึ่งมีประกาศใช้ความหมายนี้อย่างเป็นทางการตั้งแต่ปี 2528 ถึงแม้ Porter จะเขียนหนังสือตั้งแต่ 2522-2523 ก็ตาม (Barney. 2002) ทั้งนี้ เหมือนกับ Penrose (1959), Ansoff (1965) Caves (1984), Day (1984), Spence (1984) และ Barney (1986) ได้มีการใช้ความหมายของการได้เปรียบในการแข่งขันเหมือน Porter เหมือนกัน เพียงแต่ ไม่ได้ประกาศให้คนทั่วไปทราบ ต่อมา Buckley et al (1988) ได้เปิดเผยในงานวิจัยวิชาการของการแข่งขันว่าเป็นการทำก่อนการแข่งขัน กระบวนการจัดการและผลของการแข่งขัน Francis and Tanankan (1989) ได้แยกการแข่งขันออกเป็น 3 ระดับ คือ 1) ระดับธุรกิจ 2) ระดับอุตสาหกรรม และ 3) ระดับชาติ

Prahalad & Hamel (2000) ได้ชี้ว่า ทรัพยากรขององค์กร เช่น ทรัพยากรบุคคลและ ทรัพยากรเงินทุน รวมถึงความสามารถและสมรรถนะต่าง ๆ ของทรัพยากรองค์กร จะเป็นแหล่งที่ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าสิ่งแวดล้อมนอกองค์กร

De Wit & Meyer (1999), Buffam (2000) and Christensen (2001) ได้กล่าวว่า ความ ได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ หมายถึง การกำจัดคู่แข่งออกไปโดยการแข่งขันที่ทำให้ลูกค้า สะดวกสบายมากขึ้น

Freurer and Chaharbaghi (1994) ได้เสนอตัวชี้วัดของการแข่งขันเชิงปริมาณ โดยใช้กำไร ความสามารถในการเพิ่มทุน และการมีเงินสดที่มีสภาพคล่องตลอดเวลา Soliman (1998) ได้เสริมว่า ควรเพิ่มต้นทุน คุณภาพการขนส่งอย่างอิสระ ความยืดหยุ่นและการมีนวัตกรรม

ความได้เปรียบในการแข่งขันของกิจการ เป็นความสามารถที่จะบรรลุเป้าหมายซึ่งขึ้นอยู่กับ สภาพแวดล้อมแต่ละกิจการ (Barney. 2002) องค์กรที่เต็มไปด้วยความได้เปรียบในการแข่งขันจะ พัฒนาและรักษาผลงานได้อย่างยั่งยืนของระดับผลการปฏิบัติงาน ซึ่งจะแปรผลออกมาเป็น ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) โอกาสในการได้ทำงานและความมั่งคั่งของประชาชน จากมุมมองของเศรษฐศาสตร์มหภาค แต่ถ้าจากมุมมองของผู้ประกอบการ องค์กรที่เต็มไปด้วย ความได้เปรียบในการแข่งขันต้องการให้กิจการอยู่รอดได้ในตลาดการแข่งขัน และบรรลุเป้าหมายที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นส่วนแบ่งตลาดและรวมไปถึงผลกำไร ความสำเร็จขององค์กรที่เต็มไปด้วยความได้เปรียบในการแข่งขันจะถูกวัดด้วยหลักเกณฑ์ทั้งวัตถุดิบและหลักเกณฑ์อ้อม วัตถุดิบจะรวมอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ส่วนแบ่งตลาด ผลกำไร และยอดขาย ขณะที่หลักเกณฑ์ทางอ้อมจะรวมความสามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจ และคุณภาพของการบริการดีขึ้น (Barney, 2002) นอกจากนี้การใช้กลยุทธ์ในการสร้างพันธมิตรทางการตลาดก็เป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในกลุ่มหรือเครือข่ายเหมือนกัน (Bretheron & Chaston, 2005)

จากที่ได้ศึกษาจากนักวิจัยและนักวิชาการหลาย ๆ ท่าน ที่ได้ให้ความหมายของความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) คือ แนวคิดที่ผู้ประกอบการ ผู้ทำธุรกิจ ที่อยู่ภายใต้สภาวะแวดล้อมที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในสภาวะปัจจุบัน และการแข่งขันที่จะก้าวเข้าสู่การแข่งขันในระดับนานาชาติจากการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน (AEC) ทำให้ผู้ประกอบการ โรงแรมต้องพยายามปรับตัวเพื่อเพิ่มความได้เปรียบของตัวเองให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ โดยการสร้างคุณลักษณะเด่นจากการสร้างความแตกต่างเฉพาะให้กับองค์กร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการพัฒนาบริการใหม่ ๆ การพัฒนากระบวนการผลิตใหม่ให้มีความทันสมัย ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยผลิตทำให้ผลิตได้รวดเร็วขึ้น ลดต้นทุนการผลิตที่เกิดขึ้น การรักษาคุณภาพหรือเพิ่มคุณภาพของบริการ รวมถึงการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการภายในองค์กรเพื่อการสร้างองค์กรที่ยั่งยืน จะทำให้มีบริการที่หลากหลายเข้าสู่ตลาดที่รวดเร็วขึ้น การใช้ต้นทุนในการผลิตลดลง ระยะเวลาที่ใช้การผลิตบริการทำได้เร็วขึ้น และส่งผลต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนงานวิจัยและวรรณกรรมของตัวแปรความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีนักวิชาการและนักวิจัยหลาย ๆ ท่าน ได้ทำการศึกษาเอาไว้ สามารถสรุปตัวแปรประจักษ์หรือตัวแปรสังเกตได้ ได้ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 การทบทวนวรรณกรรมของตัวแปรสังเกตได้ของความได้เปรียบในการแข่งขัน

นักวิชาการ/ผู้วิจัย	เรื่องที่ศึกษา	ตัวแปรแฝงภายใน	ตัวแปรเชิงประจักษ์	อุตสาหกรรม
Leonidas C. Leomidou et. Al (2013)	ทรัพยากรและความสามารถในการขับเคลื่อนของกลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและประสิทธิภาพการทำงาน	ความได้เปรียบในการแข่งขัน	1. ต้นทุน 2. คุณภาพ 3. ความแตกต่าง	อุตสาหกรรม
Wenli Li et. al (2012)	ผลกระทบของการจ้างผู้ผลิตภายนอกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการใช้การวิเคราะห์เส้นทาง(Path Analysis)	ความได้เปรียบในการแข่งขัน	1. การขายสินค้า 2. ต้นทุนสินค้า 3. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ 4. ผู้จัดจำหน่ายที่มีคุณภาพ 5. ความสามารถ	อุตสาหกรรม การผลิต
Ching-Hsum Chang (2010)	อิทธิพลของจริยธรรมทางด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรที่ ได้เปรียบในการแข่งขัน: บทบาทของนวัตกรรมสีเขียว	ความได้เปรียบในการแข่งขัน	1. คุณภาพกระบวนการและผลิตภัณฑ์ 2. ความสามารถในการวิจัยและพัฒนาดีกว่าคู่แข่ง 3. กำไร 4. การบริหารจัดการดีกว่าคู่แข่ง 5. ภาพลักษณ์ของบริษัทดีกว่าคู่แข่ง 6. คู่แข่งยากที่จะทดแทน	อุตสาหกรรม การผลิต

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

นักวิชาการ/ผู้วิจัย	เรื่องที่ศึกษา	ตัวแปรแฝงภายใน	ตัวแปรเชิงประจักษ์	อุตสาหกรรม
Tzu-Yun Chiou et al (2011)	อิทธิพลของซัพ-พลายเออร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และนวัตกรรมสีเขียว ต่อผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและความได้เปรียบ ในการแข่งขันในได้วัน	ความได้เปรียบใน การแข่งขัน	1. การตอบสนองต่อลูกค้า 2. การออกแบบผลิตภัณฑ์และ นวัตกรรม 3. คุณภาพของ ผลิตภัณฑ์และการ บริการ 4. ต้นทุนในการผลิตต่ำ	อุตสาหกรรม การผลิต
	การวิเคราะห์เส้นทาง PLS สำหรับความได้เปรียบในการ แข่งขันและประสิทธิภาพทางการเงินของ SMEs ใน ประเทศไทย	ความได้เปรียบในการ แข่งขัน	1. การส่งมอบ 2. ความยืดหยุ่น 3. ความพึงพอใจของลูกค้า 4. ต้นทุน 5. การควบคุมคุณภาพ 6. การควบคุมคลังสินค้า	SMEs

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความพร้อมในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพราะคู่แข่งทางการค้า นอกจากจะแข่งขันเองภายในประเทศ ยังต้องแข่งขันจากคู่แข่งที่มาจากประเทศในอาเซียน ซึ่งจะมีทั้งเงินทุนและเทคโนโลยีบวกกับนวัตกรรมทางสินค้าและบริการที่หลากหลาย ความพร้อมในการแข่งขันจะเป็นอุปสรรคที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จในทางธุรกิจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวร้อยละ 18.7 สูงขึ้นจากที่ขยายตัวร้อยละ 13.5 ในไตรมาสที่แล้ว โดยบริการภัตตาคาร ขยายตัวร้อยละ 11.4 ส่วนบริการ โรงแรม ขยายตัวสูงร้อยละ 31.2 ตามจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 37.6 จากที่ขยายตัว ร้อยละ 23.1 ในไตรมาสที่แล้ว เป็นผลจากฐานต่ำในปีก่อน (2557) เนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในประเทศ ประกอบกับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจีน มาเลเซีย และเวียดนาม ส่วนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป ลดลงร้อยละ 9.0 ปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสที่แล้ว ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยว ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 34.5 จากที่ขยายตัวร้อยละ 21.0 ในไตรมาสที่แล้ว สำหรับอัตราการเข้าพักที่ปรับฤดูกาลแล้วอยู่ที่ร้อยละ 64.9 ปรับตัวดีขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 61.2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมต้องเตรียมความพร้อมในการแข่งขันอย่างน้อย 2 เรื่องใหญ่ คือ 1) ความพร้อมทางเทคโนโลยี จะช่วยให้การสร้างความประทับใจให้ผู้บริโภคได้ ทั้งคุณภาพของสินค้าและความรวดเร็วในการบริการ (Louis. 2003) เช่น การจองที่พักผ่านทาง Online Booking และการค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบในการตัดสินใจเลือกสถานที่พัก เป็นต้น 2) การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน เป็นอีก 1 วิชาชีพที่ข้อตกลงยอมรับร่วม (MRA) ของประเทศทางอาเซียนเห็นชอบร่วมกัน ตามการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีของ AEC ถือเป็นทุนมนุษย์หรือทรัพยากรบุคคลขององค์กรที่ต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษ (Partier and Mia. 2009) และการฝึกอบรมต่อเนื่องจะทำให้การเรียนรู้มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และความมั่นใจในความพร้อมในการแข่งขันก็จะมีมากขึ้น (Awuah & Amal. 2009)

การเปิดเสรีการค้าบริการเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญเป็นส่วนหนึ่งของการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งเกิดจากการลดข้อจำกัดต่อผู้ให้บริการ ในการใช้บริการและการเข้ามาจัดตั้งกิจการ ในประเทศสมาชิกอื่นตามเงื่อนไขกฎเกณฑ์ภายในของแต่ละประเทศ (แผนการจัดตั้ง AEC. 2007) การเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกี่ยวเนื่อง ภายใต้กรอบ AEC ถูกจัดให้อยู่ในสาขาเร่งรัดการรวมกลุ่ม (Priority Integration Sectors: PIS) เช่นเดียวกับภาคบริการอื่น ๆ อีก 4 สาขา ได้แก่ คอมพิวเตอร์และโทรคมนาคม บริการสุขภาพ การขนส่งทางอากาศและโลจิสติกส์ ซึ่งกำหนดให้ยกเลิกเงื่อนไขต่าง ๆ ที่เป็นข้อจำกัดทั้งหมด รวมทั้งเพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนอาเซียนให้สูงขึ้นเป็นร้อยละ 70 (ยกเว้นสาขาโลจิสติกส์ ที่กำหนดให้เพิ่มสัดส่วนการถือหุ้นเป็นร้อยละ 51 ในปี พ.ศ. 2553 และเพิ่มเป็นร้อยละ 70 ในปี พ.ศ. 2563) ส่งผลให้ผู้ประกอบการ SMEs มากกว่าร้อยละ 70 ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ไทย ต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่มีแนวโน้มสูงขึ้น

ธุรกิจการค้าบริการมีความแตกต่างจากการค้าสินค้า มีความหลากหลายในรูปแบบและวิธีการใช้บริการต่อผู้บริโภค และบริการบางประเภทยังเป็นต้นทุนของสินค้า รวมทั้งมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ยิ่งเศรษฐกิจมีการพัฒนาขึ้นมากเท่าไร ภาคบริการจะยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้นไปเป็นลำดับ ในประเทศพัฒนาแล้ว ภาคบริการมักจะมีสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงกว่าภาคเกษตร/อุตสาหกรรม เช่น EU มีภาคบริการร้อยละ 72.8 สำหรับไทย มีภาคบริการอยู่ที่ร้อยละ 45.1 (World Economic Outlook Database, 2553)

การเปิดเสรีบริการ ตามข้อตกลง GATS และ AFAS ความตกลงทั่วไปทางการค้าด้านบริการ (General Agreement on Trade in Services: GATS) เป็นความตกลงพหุภาคีว่าด้วยการค้าบริการระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดหลักการและกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการเปิดเสรีการค้าบริการระหว่างประเทศสำหรับประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) ได้ถือปฏิบัติตามพันธกรณีต่าง ๆ ภายใต้ GATS อย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน โดยรูปแบบการค้าบริการตามความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าบริการขององค์การการค้าโลก มี 4 รูปแบบ (Mode of Supply) ดังนี้

รูปแบบที่ 1 : การบริการข้ามพรมแดน (Cross-border Supply) หรือเรียกว่า Mode 1 เป็นการให้บริการจากพรมแดนของประเทศสมาชิกผู้ให้บริการไปยังพรมแดนของประเทศผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการยังคงอยู่ในประเทศตน ไม่ต้องไปลงทุนหรือร่วมลงทุนจัดตั้งธุรกิจให้บริการในประเทศผู้รับบริการ ซึ่งมีลักษณะเหมือนกับการนำเข้าและส่งออกสินค้าแต่เปลี่ยนจากสินค้าเป็นการให้บริการ เช่น การจองโรงแรม สามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

รูปแบบที่ 2 : การบริโภคในต่างประเทศ (Consumption Abroad) หรือเรียกว่า Mode 2 เป็นการให้บริการที่เกิดขึ้นในพรมแดนของประเทศผู้ให้บริการ โดยผู้รับบริการเดินทางจากประเทศของตนเองเข้ามาขอรับบริการในประเทศผู้ให้บริการเช่น การบริการด้านการท่องเที่ยว การเดินทางออกไปรับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลในต่างประเทศ หรือการไปศึกษาในต่างประเทศ เป็นต้น

รูปแบบที่ 3 : การจัดตั้งธุรกิจเพื่อให้บริการ (Commercial Presence) หรือเรียกว่า Mode 3

เป็นการที่ผู้ให้บริการเข้าไปลงทุนจัดตั้งหน่วยธุรกิจของสถานประกอบการวิชาชีพหรือธุรกิจ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Establishment of Business Entity) ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้บริการในประเทศผู้รับบริการการจัดตั้งธุรกิจอาจทำในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดตั้งบริษัท การจัดตั้งสาขา การจัดตั้งสำนักงานตัวแทน เป็นต้น

รูปแบบที่ 4 : การให้บริการโดยบุคคลธรรมดา (Presence of Natural Person) หรือเรียกว่า Mode 4 เป็นการเข้าไปทำงานประกอบอาชีพในสาขาบริการด้านต่าง ๆ เป็นการชั่วคราวในประเทศผู้รับบริการ เช่น การเข้ามาทำงานในประเทศไทยของ สถาปนิกและวิศวกรชาวต่างชาติ หรือสถาปนิกและวิศวกรชาวไทยเดินทางเข้าไปทำงานในประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย เป็นต้น

การเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายของแรงงานจากประเทศสมาชิกหนึ่งไปยังตลาดแรงงานของอีกประเทศสมาชิกหนึ่งจัดอยู่ในรูปแบบที่ 4 หรือ Mode 4 ของการค้าบริการภายใต้กรอบ AFAS หรือกรอบความตกลงระดับภูมิภาค ที่เรียกว่า ASEAN Framework Agreement on Services ด้วยในลักษณะที่มีการขยายขอบเขตความร่วมมือของการเปิดเสรีให้มากกว่าที่กลุ่มประเทศอาเซียนได้ตกลงกันไว้ภายใต้ GATS เพื่อให้การเปิดเสรีการค้าด้านบริการเกิดขึ้นได้จริง โดยเน้นที่การลดหรือยกเลิกข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่เป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงตลาด ซึ่งเป็นไปตามหลักการปฏิบัติเยี่ยงคนชาติ (National Treatment – NT)

2.3.1 แนวคิดทางด้านความพร้อมในการใช้เทคโนโลยี

ความพร้อมทางเทคโนโลยีเป็นหนึ่งใน 14 เสาหลัก ที่เป็นตัวชี้วัดระดับการแข่งขันของ The global competitiveness index (2555– 2556) และเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของ The ASEAN travel & tourism competitiveness report (2555) ด้วยเทคโนโลยีมีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างมากที่จะแข่งขันและสร้างความเจริญก้าวหน้าให้ธุรกิจ และสามารถทำให้การสื่อสารโดยใช้อุปกรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพในชีวิตประจำวันอันเป็นนวัตกรรมใหม่เพื่อใช้ในการแข่งขันได้ ฉะนั้น เทคโนโลยีสารสนเทศจะเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของ SME ดีขึ้นในเรื่องความพร้อมทางเทคโนโลยีได้ทั้งหมด

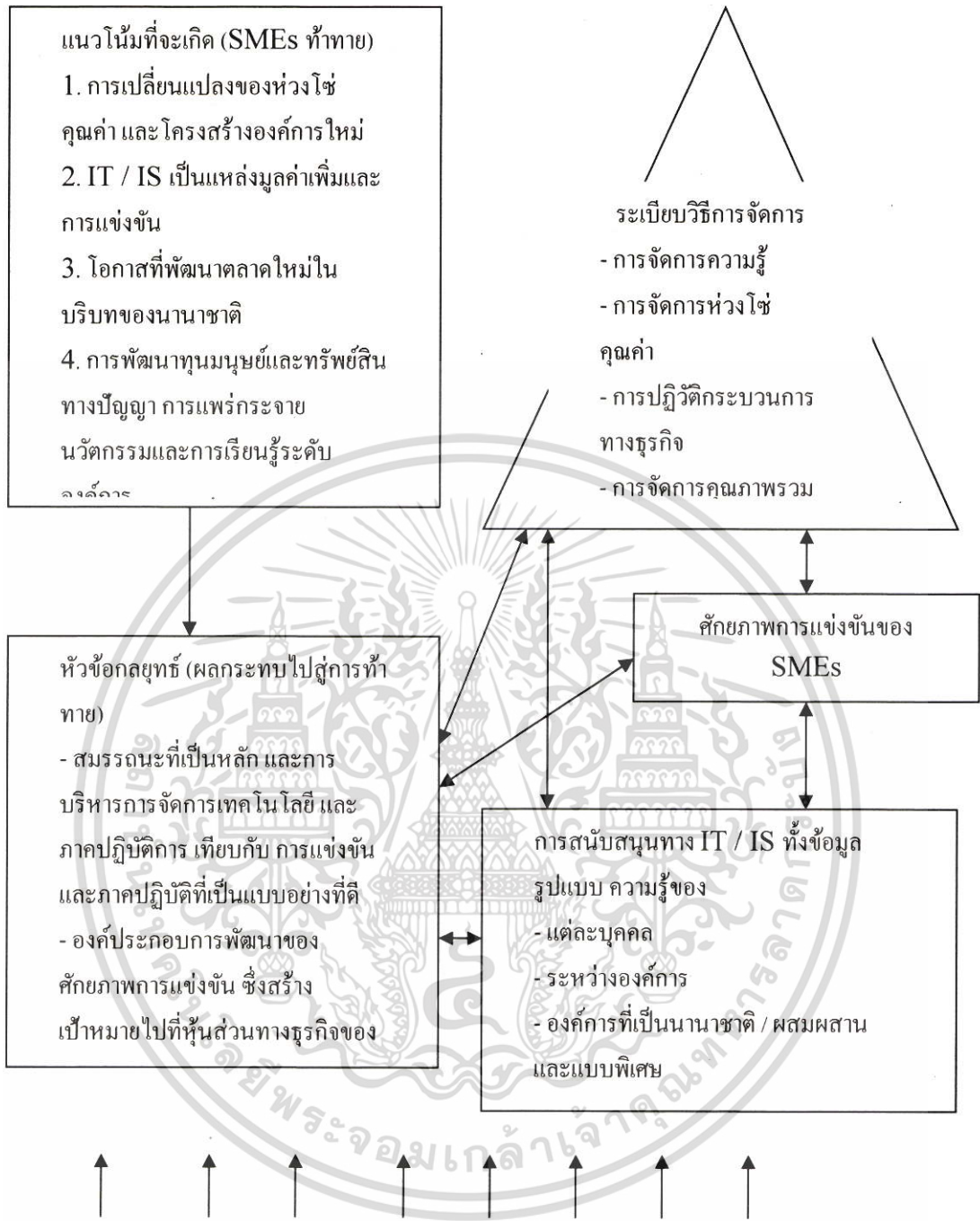
เทคโนโลยี คือ การรวมตัวกันของความสามารถต่าง ๆ การอำนวยความสะดวก ทักษะในการทำงาน ความรู้ และองค์การ ที่จะสร้างสรรค์ให้เกิดความสำเร็จในการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีประโยชน์ต่อส่วนรวม (Branscomb. 1993)

ตลาดเกิดใหม่ของ SMEs มักถูกจำกัดด้วยแหล่งทรัพยากร เช่น เงินทุน เป็นต้น ระบบบริหารจัดการ และระบบเทคโนโลยี มีผลต่อการสร้างตราสินค้าและสินค้าที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ (Aulakh et al. 2010) ตัวผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้แนวคิดทางเทคโนโลยี เพื่อจะค้นหาโอกาสทางเศรษฐกิจจากองค์การที่ตั้งขึ้นมาแล้ว ไปสู่แนวทางใหม่ โดยใช้กลยุทธ์การตลาดของนวัตกรรมทางเทคโนโลยีแบบใหม่ (Stewart. 2011)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความพร้อมในการเข้าถึงเทคโนโลยี จะแบ่งออกเป็น 3 ประเภท กล่าวคือ 1) ธุรกิจที่ปราศจากเทคโนโลยี (Technology Neutral Business) ซึ่งมีการลงทุนในเทคโนโลยี แต่องค์การไม่ยอมนำไปใช้ (Sipp. 2011) ซึ่งในศตวรรษที่ 21 วิสาหกิจไม่สามารถอยู่อย่างยั่งยืนได้ ถ้าปราศจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศรวมกับการใช้เทคโนโลยีเฉพาะงาน เพื่อจะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ 2) ธุรกิจที่อาศัย เทคโนโลยีเป็นฐาน จะเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจมีผลกำไร แต่ตัวเทคโนโลยีไม่ใช่ตัวสินค้า บริการ หรือประสบการณ์ในการทำธุรกิจที่จะถูกนำขาย (Sipp. 2011) ธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีนำขึ้นอยู่กับการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ในการผลิตสินค้าตามความต้องการของธุรกิจอื่น ๆ (Carayannis & Formica. 2008) 3) ธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อน ซึ่งกำไรจะไปตามความคิดสร้างสรรค์อย่างเต็มที่ หรือเป็นการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในภาคปฏิบัติ (Sipp. 2011) หรือเป็นการนำนวัตกรรมไปใช้ ธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อน สามารถแข่งขันการผลิตด้วยเทคโนโลยีซึ่งจะทำให้การสนองต่อลูกค้าได้อย่างพอใจและยั่งยืน (Carayannis & Formica. 2011)

ความสำคัญของเทคโนโลยีในอีกรูปแบบหนึ่ง ก็คือ ความสามารถในการรวมหลายธุรกิจเข้าด้วยกัน โดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวทำ ซึ่งเป็นปัจจัยของการแข่งขันของ SMEs ในสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจใหม่เพื่อความร่วมมือกันในการอยู่รอดทางธุรกิจ เราสามารถใช้กรอบแนวคิดหนึ่งมาเป็นตัวอธิบายดังกล่าวได้เป็นอย่างดี



ความรุนแรงของสิ่งแวดล้อม (โลกาภิวัตน์ เศรษฐกิจที่เป็นความรู้และข่าวสาร ความเป็นตลาดนานาชาติ เทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งหมดจะเป็นตัวผลการค้าเสรี การลดกฎระเบียบลง

ภาพที่ 2.5 กรอบแนวความคิดปัจจัยของศักยภาพการแข่งขันของ SMEs

ที่มา : Raymond, Louis (2003)

จากภาพจึงสรุปได้ว่า เทคโนโลยีมีส่วนสำคัญอย่างมากที่จะทำให้งานหลายอย่างสามารถทำงานได้อย่างสอดคล้องกัน และยิ่งเทคโนโลยีทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากเท่าไร ก็จะทำให้เอกสารเป็นเอกสารที่ส่งมันไวส์สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาก็เป็นไป เมื่อผู้ดูแลเห็นไปใช้ประโยชน์กันการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถแข่งขันจนสร้างความประทับใจให้ผู้บริโภคได้ ทั้งคุณภาพของสินค้า และความประทับใจ การบริการ พร้อมความรวดเร็วในการบริการ เป็นต้น ในสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจที่เต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายและการแข่งขันระดับนานาชาติ องค์การต้องการความสามารถทางเทคโนโลยีสมัยใหม่และค้นหากระบวนการดำเนินธุรกิจเพื่อที่จะ ดำรงกิจการให้มีผลกำไรในระยะยาว (Vanhaverbeke and Peeters, 2005)

เทคโนโลยีและนวัตกรรมจะเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญในการพัฒนาความสัมพันธ์และความร่วมมือทางธุรกิจ จะสะท้อนความสัมพันธ์อย่างถ่วงน้ำหนักระหว่างสถาบันและพื้นที่ทางด้าน เทคโนโลยี (Arias, 2538)

แนวคิดทางด้านการใช้ Information and Communications Technologies : ICT ให้สะดวก กับ SMEs เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information and Communications Technologies : ICT) รวม เทคโนโลยี เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ ตัวซอฟต์แวร์ และอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต กับข้อมูล ข่าวสารและกระบวนการที่ทำหน้าที่ส่งสาร Porter (2001) ได้ให้นิยามของ อินเทอร์เน็ตว่าเป็น เทคโนโลยีที่มีความสามารถมาก และเป็นเครื่องมือที่มีอำนาจสามารถนำไปใช้ได้อย่างฉลาด ใน เกือบทุกอุตสาหกรรมและทุกกลยุทธ์ขององค์กร การแนะนำอินเทอร์เน็ตและ World Wide Web จะนำไปเปลี่ยนแปลงขั้นพื้นฐานของตัวแบบการจัดการทางธุรกิจ (Kleindle, 2001) Porter (2001) ได้ชี้แนะว่า SMEs จำนวนมากที่ประสบความสำเร็จจึงใช้อินเทอร์เน็ตเป็นตัวช่วยให้องค์กรแข่งขัน ได้ แต่ไม่ได้ใช้ในการเป็นส่วนหนึ่งของการจัดตั้งองค์กร

SMEs จะใช้ส่งข่าวสารทางอิเล็กทรอนิกส์ แบบ e-business ใน 3 ขั้นตอน คือ 1) ใช้ อินเทอร์เน็ตเหมือนเป็นเครื่องมือสำหรับรับและส่งข้อมูล 2) ใช้ในการซื้อและขายสินค้า และ 3) เริ่ม ขั้นตอนการรับและส่งเงินทางธนาคาร (OECD, 1998, 2000) SMEs เริ่มสนใจที่จะใช้ระบบ เทคโนโลยีแบบ ICT มากขึ้น การทำการค้าร่วมกัน การใช้อินเทอร์เน็ตมีผลต่อการตลาดระหว่าง ประเทศของธุรกิจต่อธุรกิจด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ทางตรงก็ทางอ้อมอย่างแน่นอน โดยผ่าน กิจกรรมความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับการตลาดธุรกิจต่อธุรกิจด้วยกัน กิจกรรมที่เป็นเป้าหมาย ของการตลาดนานาชาติและผลงานทางการตลาด มันจึงมีความหมายว่า การได้เปรียบเชิงการ แข่งขันของการตลาดกับการยอมรับในการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างอัตโนมัติ (Eid, Trueman and Ahmed, 2003) อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ ICT จะมีความสำคัญหรือมีประโยชน์ต่อธุรกิจ SMEs ยังมี SMEs จำนวนมากที่ไม่เข้าใจต่อการพัฒนาเทคโนโลยีในอนาคต (Tang et al. 2003)

รูปแบบการทำงานประสานกันระหว่างความสามารถทางเทคโนโลยีและการผลิตกับความ ต้องการของตลาด จะมีความสัมพันธ์กันระหว่าง การวิจัยและพัฒนาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ ระหว่าง ธุรกิจกับฝ่ายผลิต ระหว่างธุรกิจด้วยกันเอง และระหว่างธุรกิจกับสถาบันทั้งที่เป็นเอกชนและ หน่วยงานของภาครัฐ ฉะนั้น แนวความคิดที่จะผลิตสินค้าและบริการที่เป็น ไปตามความต้องการ

ของตลาด จำเป็นต้องอาศัยส่วนวิจัยและพัฒนา เพื่อค้นหาแนวทางที่จะผลิตสินค้าหรือนวัตกรรม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใหม่ ๆ ที่จะนำมาผลิตสินค้าด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย อันเป็นผลทำให้สินค้ามีคุณภาพตามความต้องการของตลาดและมีราคาถูก ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีมาผลิตในรูปแบบของ Economic of scale นั้นเอง

ฉะนั้น ความพร้อมทางเทคโนโลยีจึงมีความสำคัญต่อความพร้อมในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม และเป็นตัวชี้วัดที่มีความสำคัญของการได้เปรียบในการแข่งขัน Parasuraman (2000) กล่าวว่า บุคคลมักชอบใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อบรรลุเป้าหมายทั้งในงานและชีวิตส่วนตัว ความพร้อมทางเทคโนโลยี มี 36 สเตล ประกอบด้วย 4 มิติ คือ 1) การมองโลกในแง่ดี 2) นวัตกรรม 3) ความไม่สะดวก และ 4) ความไม่ปลอดภัย โดยเฉพาะมิติที่เป็น การมองโลกในแง่ดีและมิตินวัตกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อความพร้อมทางเทคโนโลยีเท่านั้น เพราะทั้ง 2 มิติจะเป็นตัวกระตุ้นให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดี ต่อการใช้บริการหรือสินค้าที่มีเทคโนโลยี ส่วนอีก 2 มิติจะเป็นตัวทำให้เกิดทัศนคติลบต่อการใช้เทคโนโลยี (Lin & Hsieh, 2005 : 1600)

2.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพื่อรองรับการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีตาม AEC Blueprint

แนวทางการดำเนินงานเพื่อนำไปสู่การเป็น AEC Blueprint ในส่วนของการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี ซึ่งระบุในแผนงานการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) ยังไม่ได้มีการตั้งเป้าหมายการเจรจาเปิดเสรีไว้อย่างชัดเจน ขณะนี้เป็นการเจรจาเพื่อหาแนวทางอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้ามาทำงานของแรงงานวิชาชีพให้รวดเร็วโปร่งใส มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน โดยยังไม่มีการจัดทำข้อผูกพันการเปิดเสรีเป็นการเฉพาะ ทั้งนี้ ประเทศสมาชิกอาเซียนได้จัดทำข้อตกลงยอมรับร่วม (Mutual Recognition Agreement – MRA) เกี่ยวกับคุณสมบัติของแรงงานวิชาชีพ

การอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายบุคลากรนักวิชาชีพในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยอาเซียนตกลงกันว่า จะยอมรับคุณสมบัติในขั้นตอนการขอใบอนุญาต แต่ไม่ไปถึงขั้นที่จะยอมรับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพซึ่งกันและกันและเน้นหลักว่านักวิชาชีพต่างด้าวจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบภายในของประเทศที่ตนต้องการเข้าไปทำงาน โดยแบ่งเป็น MRA ที่เป็นข้อตกลง หรือ Agreement จำนวน 5 สาขาวิชาชีพ คือ ทันตแพทย์ แพทย์ พยาบาล วิศวกร และสถาปนิก และเป็นกรอบข้อตกลงหรือ Framework Agreement จำนวน 2 สาขาวิชาชีพ คือ ด้านการสำรวจ และนักบัญชี

นอกจาก 7 วิชาชีพที่กล่าวมาข้างต้น อาเซียนได้จัดทำความตกลงยอมรับร่วมกันในคุณสมบัติของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ASEAN Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals) ในการเคลื่อนย้ายบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวในอาเซียน และแลกเปลี่ยนข้อมูลการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best practices) ในการสอนและฝึกอบรมบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยว โดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้สมรรถนะเป็นหลัก (Competency-based) ทั้งนี้เพื่อร่วมมือและเสริมสร้างความสามารถในหมู่สมาชิกอาเซียน ขณะนี้ อาเซียนอยู่ระหว่างการจัดทำหลักสูตรท่องเที่ยวแห่งอาเซียนสำหรับ 32 ตำแหน่งงาน ใน 6 สาขาแล้วเสร็จและสามารถนำไปใช้ได้ โดยแบ่งเป็น 1) บริการท่องเที่ยว (Travel Services) 9 ตำแหน่งใน 2 สาขา คือ Travel Agencies และ Tour Operation 2) บริการทางโรงแรม 23 ตำแหน่ง ใน 4 สาขา คือ Front office House Keeping Food Production และ Food and Beverage Service

สิ่งที่จะเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกอาเซียนเปิดตลาดจนบรรลุเป้าหมายในปี 2558 1) บุคลากรอาเซียนที่มีฝีมือ (Skilled Labor) ประเภทต่าง ๆ สามารถเข้ามาทำงานและพำนักในทุกประเทศสมาชิกอาเซียนอย่างสะดวกมากขึ้น และ 2) ผู้ประกอบวิชาชีพในสาขาต่าง ๆ สามารถเข้ามาทำงานในประเทศสมาชิกอาเซียนได้สะดวกขึ้น โดยผ่านข้อตกลงยอมรับร่วม (Mutual Recognition Agreements – MRAS) (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2555)

ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะที่เกี่ยวกับการโรงแรม ผู้ประกอบการเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากในการสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับ SMEs นอกจากการบริหารจัดการที่ดี เงินทุน เทคโนโลยี และการคิดนวัตกรรมใหม่ในส่วนที่เป็นเรื่องบริการ และถือได้ว่า กิจการโรงแรมเป็นธุรกิจที่ใช้คนนำ ซึ่งเป็นความร่วมมือกันระหว่างพนักงานและลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ จึงเป็นความสำคัญสำหรับการบรรลุผลสำเร็จของความซื่อสัตย์ของลูกค้า (Particr and Mia. 2009) ฉะนั้น ทรัพยากรบุคคลมีความสำคัญต่อธุรกิจทุกชนิดและทุกขนาดองค์กร โดยเฉพาะ SMEs ซึ่งต้องการแรงงานที่เข้มข้นกว่าองค์กรที่มีขนาดใหญ่กว่า (Miller. 2530) การพัฒนาทรัพยากรบุคคลมีบทบาทสำคัญในการรักษาและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจให้อยู่รอดได้ (Siengthai and Bechter. 2011)

การพัฒนาทรัพยากรบุคคลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้ 1) ทูมนมนุษย์ (Human Capital) และ 2) การฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง ในส่วนที่เป็นทุนมนุษย์ ถือเป็นสินทรัพย์ประเภทหนึ่งขององค์กร แต่เป็นสินทรัพย์ที่วัดไม่ได้ (Intangible Assets) และถือเป็นความรู้ ที่ไม่สามารถเขียนหรืออธิบายได้ของแต่ละคน ถือเป็นสมาชิกขององค์กร (Tacit Knowledge) แต่จะมีความฉลาด ทักษะการทำงานและความเชี่ยวชาญเป็นวัตถุดิบในตัวคนในแต่ละองค์กร (Bollen, Vergauwen, & Schnieders. 2005) Tacit Knowledge จำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้จากการกระทำการฝึกฝนอยู่ในสมองคน เชื่อมโยงกับประสบการณ์ ความเชื่อ จิตใจ แนวคิด ค่านิยม ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาได้ทั้งหมด (Bontis. 1998) ตรงข้ามกับความรู้ที่ปรากฏชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถเขียนหรืออธิบายเป็นตัวอักษรได้และง่ายต่อการถ่ายทอด (Kluyver & Pearce. 2006) เพราะฉะนั้น Tacit Knowledge สามารถสร้างสรรค์คุณค่าเพิ่มในทรัพยากรที่มีอยู่ได้ (Prahalad & Hamel. 1990) และถือเป็นบริบทและความเป็นมืออาชีพที่

เฉพาะเจาะจงที่อยู่ในจิตใจของผู้เชี่ยวชาญเท่านั้น (Brakensiek & Drucker, 2005) ฉะนั้น ทักษะการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำงาน ความรู้และความเชี่ยวชาญของพนักงานกิจการบริการ จะถือเป็นตัวแทนของทุนมนุษย์ขององค์กรและแสดงว่ามีคุณค่าของการบริการ (Westhead & Wright. 2001) ความสามารถของพนักงานบริการที่สามารถวิเคราะห์ พัฒนา สร้างสรรค์ และสร้างวิธีแก้ปัญหาใหม่ๆ สำหรับลูกค้าแต่ละคนได้มากแค่ไหน ทรัพยากรบุคคลขององค์กรนั้นที่ใช้ประโยชน์ ทักษะในการบริการได้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและปรับตัวเข้ากับลูกค้าที่มาจากหลายแห่งก็จะมีมูลค่ามากเพียงนั้น (Skaggs & Youndt. 2003)

อย่างไรก็ตาม ทุนมนุษย์ร่วมกับความเป็นผู้ประกอบการ จะส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความคิดทางนวัตกรรมบริการและมีแนวคิดในแนวมาตรฐานสากลมากขึ้น (Radulovich. 2008) และการพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่เป็นทุนมนุษย์ขององค์กร จะมีอิทธิพลต่อผลประกอบการในทางบวกเสมอ ทั้งความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ความพึงพอใจทั้งของลูกค้าและพนักงาน และผลกำไร (Wang. 2005) นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ของทุนมนุษย์ ทุนองค์กร และทุนสังคมระหว่างกัน จะมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรทั้งส่วนต่อและเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน (Youndt & Subramaniam. 2005)

โดยทั่วไป SMEs โดยส่วนใหญ่จะดำเนินธุรกิจด้วยคนภายในครอบครัวเดียวกัน ไม่ว่าจะธุรกิจขนาดเล็กหรือกลางก็ตาม (Moore and Barrett. 2005) รวมทั้งในประเทศไทยด้วย สมาชิกในครอบครัวมักจะมีอยู่ในตำแหน่งระดับสูงเช่น กรรมการผู้จัดการ หรือรองกรรมการผู้จัดการ ที่ดูแลเรื่องบัญชีและการเงิน หรือตำแหน่งที่สำคัญขององค์กรแล้วแต่องค์กรจะมีขนาดใหญ่เพียงไร ต่างกับธุรกิจที่ไม่ได้ดำเนินโดยคนในครอบครัวเดียวกัน มักจะต้องการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้เกิดความซื่อสัตย์ขึ้น (Tsang. 2001) สิ่งเหล่านี้เป็นการชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการฝึกอบรม ถ้าคนในครอบครัวไม่มีการฝึกอบรมในเรื่องความเชี่ยวชาญในเรื่องธุรกิจที่ทำ ก็อาจจะถูกต่อต้านจากพนักงานในเรื่องงานก็เป็นไปได้

SMEs โดยส่วนใหญ่ไม่ประสงค์ที่จะมีการแต่งตั้งใครมาดำรงตำแหน่งฝ่ายบุคคล เพราะเจ้าของกิจการต้องการควบคุมการบริหารจัดการทั้งหมดขององค์กรนั่นเอง (Hirschman. 1998) ฉะนั้นในธุรกิจครอบครัว ฝ่ายบุคคลต้องการความไว้วางใจและการยอมรับจากเจ้าของกิจการ เพราะตำแหน่งจะมีความใกล้ชิดกับพนักงานทั้งหมด และมีอิทธิพลสำคัญต่อโครงสร้างธุรกิจ การฝึกอบรมและการต่อเนื่องของตำแหน่งงาน (Brown and Davison. 1996) จากการทบทวนวรรณกรรม จึงเห็นความสำคัญของการฝึกอบรมใน SMEs ว่ามีความจำเป็น เฉกเช่นเดียวกับ SMEs มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศและเข้าใจถึงระดับของการฝึกอบรมให้กับองค์กรของ SMEs ให้พนักงานและผู้ประกอบการมีความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (Miller, Mar chant and Thassanabunjong. 2009)

ระดับขั้นของโครงสร้างการฝึกอบรม การเรียนรู้ในระหว่างการทำงาน (On The job training) เป็นการฝึกอบรมที่ไม่มีรูปแบบที่คิดที่สุดวิธีหนึ่ง เป็นการฝึกอบรมที่สัมพันธ์กับโครงสร้างเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การฝึกอบรมที่ไม่ได้เป็นตามขั้นตอนและรวมพนักงานที่ต้องการเรียนรู้ในสถานที่ทำงาน ซึ่งเป็นรูปแบบที่ไม่เป็นทางการเหมือนวิธี 'sit-by-Nellie' (เป็นเทคนิคการฝึกอบรมวิธีหนึ่งของการฝึกอบรมในสถานที่ทำงาน ซึ่งเน้นทักษะทางวิชาการและทักษะความเป็นมืออาชีพ ส่วนใหญ่จะไม่อบรมในห้องเรียน ถือเป็น การเรียนรู้ประสบการณ์จากเจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์ โดยวิธีเรียนรู้แบบสังเกตและแบบการมีส่วนร่วมระหว่างกัน นับได้ว่าเป็นการอบรมและใช้ต้นทุนในการอบรมที่มีประสิทธิผลมาก บางครั้งเรียกว่า 'Sitting next to Nellie' มีความหมายว่า Nellie เป็นบุคคลในหน่วยงานที่รู้ทุกอย่างเกี่ยวกับวิธีการทำงานอย่างไรและสามารถสอนความรู้ที่มีอยู่ให้ผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพในที่ทำงาน ในปัจจุบันเรียกกันใหม่ว่า 'On the job training' นั่นเอง (Clifford and Thorpe, 2007) กับอีกวิธีหนึ่งที่เรียกว่า การอบรมนอกเวลางาน (Off the job training) เป็นการอบรมที่เป็นรูปแบบที่ต้องการทักษะการทำงานและคุณสมบัติเฉพาะ (Green et al. 2001) ประโยชน์ของการอบรมแบบนี้พนักงานไม่ต้องกังวลกับงานที่ทำ สามารถตั้งใจที่จะรับการฝึกอบรมได้ แต่มีผลต่องบประมาณค่าใช้จ่ายของบริษัท ซึ่งเป็นสิ่งที่ SMEs ต้องพิจารณาถึงต้นทุนของบริษัทที่เกิดขึ้นว่า คู่กันหรือไม่ สรุปได้ว่า งบประมาณสนับสนุนทางการเงินคือกุญแจสำคัญที่จะทำให้การฝึกอบรมประสบความสำเร็จได้ (Daly, 2005; Echols, 2005) การฝึกอบรมของ SMEs มี 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ 1) การฝึกอบรมทักษะความเป็นผู้ประกอบการได้เรียนรู้กระบวนการทำธุรกิจตั้งแต่เริ่มต้น กล่าวคือเขียนแผนธุรกิจได้ รู้จักธุรกิจของตัวเอง รู้จักการวางแผนการทำธุรกิจ รู้จักการตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้า 2) การฝึกอบรมการบริหารจัดการ รู้จักคัดเลือกคนมาเป็นพนักงาน รู้จักอบรมพนักงานให้ทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย จัดสรรประโยชน์และสวัสดิการที่เหมาะสมให้พนักงาน เพื่อให้ทำงานให้กับ SMEs อย่างเต็มที่ อันเป็นผลทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

การเรียนรู้ที่เกิดการฝึกอบรม จะเป็นส่วนหนึ่งขององค์การที่มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยผ่านทางพันธมิตรทางธุรกิจเป็นตัวเสริม (Awuah & Amal, 2009) และการฝึกอบรมผ่านอินเทอร์เน็ตจะเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวได้ เพียงแต่ผู้ประกอบการต้องมีทัศนคติที่เป็นบวกต่อการฝึกอบรมและยอมรับวิธีการใช้เทคโนโลยีผ่านอินเทอร์เน็ตเท่านั้น (Fyllingness, 2009)

อย่างไรก็ตาม การลงทุนในเรื่องการฝึกอบรมไม่สามารถปรับปรุงการทำงานให้ได้ผลดีในระยะเวลาอันสั้นได้สำหรับ SMEs ในอุตสาหกรรมของประเทศอังกฤษ (Wood, 2006) แต่สามารถฝึกอบรมผู้ประกอบการช่วยกิจการ SMEs ให้มีความก้าวหน้าไปได้ตลอดเวลา

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากภาครัฐ

การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากภาครัฐเป็นหัวข้อสำคัญทั่วโลก ที่ทำให้สังคมมีการเจริญเติบโต และมีความอุดมสมบูรณ์ โดยการสร้างงานและธุรกิจใหม่ให้กับท้องถิ่นเสมอ (Storey. 1994) รัฐบาลจากหลาย ๆ ประเทศให้ความสนใจที่จะบรรจุโครงการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายของรัฐบาล (OECD. 1994, 1997, 1998) ทั่วโลกได้ยอมรับว่า ส่วนที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ กล่าวคือ มีส่วนทำให้เกิดการสร้างงาน ผลกระทบที่เป็นนวัตกรรมใหม่และเกิดการแข่งขันกันอย่างสร้างสรรค์อันเป็นผลดีต่อผู้บริโภค (Storey., 1994; Carter and Jones-Evans. 2006)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้เล็งเห็นความสำคัญที่ประเทศไทยจะเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ. 2558 โดยที่ AEC มีวัตถุประสงค์หลักในการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน (ASEAN single market and production base) เพื่อให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุนและแรงงานมีฝีมืออย่างเสรีมากขึ้น รวมทั้งการส่งเสริม การรวมกลุ่มสาขาสำคัญของอาเซียนให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น พร้อมกับการเปิดเสรีบริการ (Free flow of service) ซึ่งเป็นหนึ่งในกระบวนการสำคัญที่ประเทศสมาชิกอาเซียนมีข้อตกลงร่วมกันที่จะกำหนดให้ยกเลิกข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าบริการในอาเซียน เช่น ผู้ประกอบการอาเซียนเข้ามาดำเนินธุรกิจ โดยสามารถถือหุ้นในธุรกิจบริการได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 จะส่งผลให้การเข้ามาจัดตั้งธุรกิจของต่างชาติ (ทั้งสัญชาติอาเซียนจริงและผู้ใช้สิทธิสัญชาติอาเซียน) ซึ่งมีเงินทุนมากกว่าและมีการใช้เทคโนโลยีก้าวหน้า ทำให้การแข่งขันในประเทศมีความรุนแรงมากขึ้น SMEs ที่ไม่มีความได้เปรียบเพียงพออาจต้องยกเลิกธุรกิจ และส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อผู้ประกอบการ SMEs ไทย จากการเข้ามาดำเนินธุรกิจจากนักลงทุนจากอาเซียน ซึ่งได้เปรียบในด้านเงินทุน การบริหารจัดการและเทคโนโลยี ตลอดจนข้อจำกัดทางองค์ความรู้ต่าง ๆ จึงจำเป็นที่ภาครัฐจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยเหลืออย่างเต็มที่ เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป (สสว. 2554-2555)

แนวทางที่ภาครัฐจะส่งเสริมและสนับสนุน SMEs (ธุรกิจ โรงแรม) ให้มีความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1) รัฐบาลกำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติและได้กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)

2) ในส่วนที่เป็นหมวดโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดลอมที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ อันเป็นหน้าที่ของภาครัฐที่จะเข้ามาดูแล เนื่องจากเป็นโครงการใหญ่และต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก หรืออาจจะเป็นการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน จึงใจให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่อผู้ญาติเห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลและรวมกลุ่มกันเป็นชมรม สมาคม หรือเครือข่ายวิสาหกิจ ทั้งนี้ด้วยวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ 1) เพื่ออำนวยความสะดวกให้วิสาหกิจเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้สะดวก 2) เพื่อร่วมกันทำตลาด ร่วมมือกันในการพัฒนาสินค้าใหม่ หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน (Porter. 1996) ภาครัฐควรจัดงบประมาณสนับสนุนเงินทุนในรูปแบบ Government Financing Program ที่มีรูปแบบดังนี้ 1) ไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน 2) มีกระบวนการขอกู้เงินไม่ซับซ้อน ใช้เวลาสั้นและใช้เอกสารน้อย และ 3) เกณฑ์ในการพิจารณาใช้เวลาน้อยในการอนุมัติ (สถาบันคีนัน. 2554)

3) ภาครัฐควรสนับสนุนการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Industry Cluster) และการส่งเสริมเครือข่ายผู้ประกอบการ (สถาบันคีนัน. 2554) เป็นการรวมกลุ่มของธุรกิจให้การสนับสนุนซึ่งกันและกัน ตั้งแต่สามารถเข้าถึงข้อมูลกลางร่วมกัน การใช้เทคโนโลยีร่วมกัน อาจพัฒนาเป็นสมาคมหรือสถาบันต่าง ๆ ทั้งนี้เกิดจากการประสานงานกันของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันและช่วยกันกระตุ้นให้เกิดการปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ให้ดีขึ้น อันเป็นผลดีทั้งต่อส่วนรวมและสมาชิกทุกคนในองค์กรนั้น ๆ (Fisher & Rueber. 2000)

รูปแบบการสนับสนุน SMEs ของภาครัฐในประเทศต่าง ๆ นโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของรัฐบาลในประเทศใน EU คณะกรรมาธิการประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (The European Economic Community – EEC) ได้ให้ความสำคัญต่อ SMEs เป็นอย่างมาก เนื่องจาก SMEs สามารถสร้างรายได้ การจ้างงาน การพัฒนานวัตกรรมและผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมถึงเป็นผู้สนับสนุนพัฒนาการทางสังคมแก่ชุมชน ปัจจุบัน SMEs ในสหภาพยุโรปมีไม่น้อยกว่า 23 ล้านราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมดและสร้างงานได้มากถึง 75 ล้านตำแหน่ง EEC จึงได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมธุรกิจ SMEs ในยุโรป โดยใช้หลักการ ‘เริ่มต้นจากเล็ก’ และสอดคล้องนโยบายการส่งเสริม SMEs ให้อยู่ในทุกนโยบายร่วมของสหภาพยุโรปและนโยบายของแต่ละประเทศสมาชิก ซึ่งความสำคัญของนโยบายมีทั้งหมด 9 ด้าน ดังต่อไปนี้

- 1) การสร้างบรรยากาศที่สนับสนุนให้เกิดความสนใจในการประกอบธุรกิจเพื่อสร้างให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่
- 2) การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลแห่งสหภาพยุโรป (Euro Info Centers) เพื่อจับคู่ทางการค้าระหว่างผู้ประกอบการ ซึ่งทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าสู่ตลาดได้มากขึ้น โดยเฉพาะตลาดการค้าชายแดน
- 3) การลดขั้นตอนและกฎระเบียบต่าง ๆ ของภาครัฐ เช่น ค่าธรรมเนียม การปรับปรุงรูปแบบรายงานให้ง่าย เพื่อให้เอื้อกับธุรกิจขนาดเล็ก
- 4) การกำหนดโครงการสนับสนุนแบบต่อเนื่องเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5) การปรับโครงสร้างศูนย์ข้อมูลแห่งสหภาพยุโรป (Euro Info Centers) เป็นเครือข่ายองค์กรแห่งสหภาพยุโรป (Enterprise Europe Network) เพื่อให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลมีประสิทธิภาพมากขึ้น

6) การจัดตั้งศูนย์ถ่ายทอดนวัตกรรม (Innovation Relay Centers : IRC) เพื่อเป็นศูนย์กลางในการสร้างเครือข่ายให้เกิดการถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนนวัตกรรมระหว่างวิสาหกิจ

7) การจัดตั้งหน่วยประสานงานแห่งชาติ (National Contact Points : NCPs) ขึ้นเพื่อให้เกิดการพัฒนาและกีดกันเทคโนโลยีใหม่ๆ

8) การสร้างมาตรการเพื่อปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาที่มีประสิทธิภาพ

9) การอำนวยความสะดวกแก่การ โอนธุรกิจเพื่อให้กิจการที่มีแนวโน้มที่ดีสามารถดำเนินต่อไปได้ (สสว. 2554)

นโยบายส่งเสริม SMEs ของรัฐบาลประเทศญี่ปุ่น

ในปี 2542 รัฐบาลญี่ปุ่นได้ออกกฎหมายที่ชื่อว่า Law on Supporting Business Innovation of Small and Medium Enterprises ที่ส่งเสริมและสนับสนุน SMEs ในด้านการพัฒนามาตรการที่จะมีนวัตกรรมทางธุรกิจให้มากขึ้น ต่อมารัฐบาลญี่ปุ่นได้ออกกฎหมายพื้นฐานของ SMEs ที่เรียกว่า SMEs Diet ในปี 2542 ดังมีสาระสำคัญต่อไปนี้ 1) ส่งเสริมให้ SMEs มีนวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อความยั่งยืน เพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของธุรกิจทั่วไป เช่น การคิดนวัตกรรมทางบริการอย่างหลากหลาย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า เป็นต้น 2) การสร้างความเข้มแข็งพื้นฐานของการบริหารจัดการ SMEs ในด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลและการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าขององค์กรด้วย 3) ให้ความช่วยเหลือในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจ เช่น อัตราแลกเปลี่ยนที่ผันผวน การเกิดภัยพิบัติครั้งใหญ่ เช่น แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด หรือการเกิดสึนามิ เมื่อเดือนมีนาคม 2011 ที่ผ่านมา สร้างความเสียหายอย่างมหาศาล เป็นต้น

รัฐบาลญี่ปุ่นให้การช่วยเหลือ SMEs ทุก ๆ ด้าน โดยใช้งบประมาณจำนวนมาก เป็นการดำเนินการร่วมกันระหว่าง รัฐบาลส่วนกลางกับส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีหน่วยงานต่าง ๆ รองรับ อันเป็นวิธีช่วยเหลือตั้งแต่ระดับชาติสู่ระดับท้องถิ่นที่บูรณาการได้อย่างดียิ่ง

สรุปมาตรการพัฒนา SMEs ของญี่ปุ่น ประกอบด้วย 5 กลุ่ม

1) ด้านการเงินและการลงทุน ประกอบด้วย สินเชื่อระยะยาว เพื่อปรับโครงสร้างกิจการ สินเชื่อเพื่อวิสาหกิจรายย่อย และสินเชื่อเพื่อสร้างแรงจูงใจในการรวมกลุ่ม

2) ด้านการรวมกลุ่ม เพื่อส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจใหม่ โดยสนับสนุนการเงินโดยตรง และโดยอ้อมผ่าน Venture Capital Companies และ Business Matching

3) ด้านการค้ำประกันสินเชื่อ เพื่อให้ SMEs สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้โดยง่ายขึ้น โดยมีระบบประกันสินเชื่อ (Credit Guarantee)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) ด้านการคลังและภาษี เพื่อให้แรงจูงใจและลดภาระภาษีแก่ SMEs ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล และสนับสนุนให้ SMEs ได้รับการจัดซื้อจัดจ้างจากภาครัฐเป็นกรณีพิเศษ

5) ด้านการรับช่วงผลิต การเชื่อมโยงธุรกิจ: เน้นการให้ความช่วยเหลือและเป็นตัวกลางในการทำ Business Matching ดูแลสร้างความเป็นธรรมในระบบ Sub-contract ให้บริการฐานข้อมูลแก่ SMEs ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

นอกจากนี้ รัฐบาลญี่ปุ่นยังสนับสนุน 1) ให้ความช่วยเหลือด้านแหล่งเงินทุนและด้านพัฒนาบุคลากร Technology center ในระดับท้องถิ่น Patent center และ Business Incubation Center 2) ส่งเสริมการรวมเป็นเขตการค้าของ SMEs และส่งเสริมบทบาทของสมาคม สหกรณ์ และ 3) สนับสนุนบทบาทของเอกชนและการใช้ IT เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการรวมกลุ่ม เป็นต้น (สสว. 2554)

การส่งเสริม SMEs ของรัฐบาลประเทศเกาหลีใต้

รัฐบาลของประเทศเกาหลีใต้ได้ให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการสนับสนุนเงินทุนเพื่อทำงานวิจัยและพัฒนา หวังที่จะให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากประเทศอื่น ๆ อันเป็นผลทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขายสินค้าได้มากขึ้น และนำเงินต่างประเทศกลับสู่ประเทศเกาหลีมาขาย ขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศเกาหลีใต้ต้องมีพนักงานต่ำกว่า 500 คน ถือเป็นเสาหลักที่สำคัญและมั่นคงมากเสาหนึ่งของประเทศ ตามสถิติแห่งชาติกล่าวว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนับได้ถึงร้อยละ 99 ของปริมาณธุรกิจและจ้างงานได้ถึงร้อยละ 88 ของการจ้างงานทั้งหมดในประเทศ รัฐบาลจึงสนับสนุนเรื่องนี้และเรื่องอื่น ๆ เช่น การเงิน, การบริหารบุคคล ฯลฯ ให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นอย่างมาก (Nam, 2553) ประเทศเกาหลีใต้ได้ตั้งโครงการนโยบายเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระดับโลก โดยออกโปรแกรมการฝึกอบรมเสริมสร้างทักษะให้กับลูกจ้าง ซึ่งสามารถเพิ่มผลิตภัณฑ์ของฝ่ายทรัพยากรบุคคลในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระหว่าง 10 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลได้ทดสอบความได้เปรียบเชิงของความแข็งแกร่งใน 8 เรื่อง คือ 1) เทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ 2) ส่งเสริมการใช้ระบบ computer แบบ Digital 3) ออกโปรแกรมธุรกิจแบบร่วมทุนเทคโนโลยีขั้นสูง 4) การช่วยเหลือการจัดการความไว้วางใจตนเอง 5) สนับสนุนกิจกรรมการตลาด 6) สร้างความแข็งแกร่งให้ผู้ช่วยสำหรับผู้ประกอบการที่เป็นผู้หญิง 7) สนับสนุนความร่วมมือระดับนานาชาติ 8) สร้างประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สอดคล้องกับแนวนโยบายของรัฐบาล ผลปรากฏว่า ข้อ 1 ข้อ 4 ข้อ 5 และข้อ 7 ที่นำมาใช้ เป็นหลักปฏิบัติที่มีประโยชน์ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาก (Small and Medium Business Administration, 2553)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การส่งเสริม SMEs ของรัฐบาลประเทศสิงคโปร์

รัฐบาลสิงคโปร์ได้ทำแผนแม่บท ‘SME Master Plan’ ผ่านคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภาพและนวัตกรรมแห่งประเทศไทย (Standards, Productivity and Innovation Board of Singapore: SPRING) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและแนวทางการส่งเสริม โดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างและส่งเสริมขีดความสามารถของวิสาหกิจ ซึ่งแนวทางที่ให้ความสำคัญประกอบด้วย 1) การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี 2) การพัฒนาทรัพยากรบุคคล 3) การเพิ่มโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ 4) การสร้างระบบบัญชีและการเงินที่โปร่งใสและ 5) การปรับปรุงคุณภาพการผลิต นอกจากนี้ ยังสร้าง one stop SME ซึ่งเป็นการจัดทำเว็บไซต์เฉพาะเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลทั้งหมดจากแหล่งเดียว (เช่น Enterprise one) และที่สำคัญที่สุดคือผู้ประกอบการรายใหม่ในสิงคโปร์ที่สามารถแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจที่นำเสนอมีแนวโน้มที่สดใสจะได้รับเงินอุดหนุนแบบให้เปล่า ซึ่งจะช่วยให้เกิดนักลงทุนรายใหม่ที่มีความเข้มแข็งและมีความได้เปรียบ (สสว. 2554)

การส่งเสริม SMEs ของรัฐบาลประเทศมาเลเซีย

รัฐบาลให้ความสำคัญของกลุ่ม SMEs ในการสร้างงาน รายได้ให้กับประเทศ โดยจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริม SME (National SME Development Council : NSDC) ทำงานเชิงบูรณาการอย่างจริงจัง ประกอบด้วย รัฐมนตรี 15 กระทรวง เพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การส่งเสริมและสนับสนุน SMEs ผ่านหน่วยงาน ‘SME Corp’ มีหน้าที่กำหนดนโยบายส่งเสริม SMEs และจัดสรรงบประมาณให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและสนับสนุน SMEs และเป็นหน่วยงานกลางที่ให้ข้อมูลและคำปรึกษาแก่ SMEs ทั่วไป เพื่อให้เกิดความมั่นคงในสังคม ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 3 แนวทาง กล่าวคือ 1) มุ่งเน้นการพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความได้เปรียบและทักษะเพิ่มขึ้น 2) สร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการและการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ พร้อมกับพยายามพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นให้ได้อย่างเพียงพอ 3) ขจัดอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่ม SMEs สามารถเข้าถึงแหล่งทุนได้สะดวกผ่าน SME Bank ซึ่งเป็นธนาคารภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการต่างประเทศและอุตสาหกรรม ได้ให้ความสำคัญกับความเป็นไปได้ของโครงการเป็นลำดับแรกและพิจารณาหลักทรัพย์ค้ำประกันเป็นลำดับถัดไป ในกรณีโครงการที่น่าสนใจ ผู้ประกอบการที่ขอสินเชื่อสามารถนำหลักทรัพย์ค้ำประกันมาขึ้นได้ในภายหลัง (สสว. 2554)

ส่วนของประเทศไทยรัฐบาลได้พยายามส่งเสริมกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตั้งแต่ปี 2000 โดยตั้งเป็นสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย แต่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยก็ยังมีเผชิญหน้ากับอุปสรรคต่าง ๆ จำนวนมากในช่วงปฏิบัติงานอยู่เสมอ เช่น ขาดข้อมูลทางการตลาด ขาดแหล่งทุน ขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ เป็นต้น (Osathanunkul, 2010)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ในหลายประเทศมักจะไม่สามารถได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลเหมือนที่กล่าวมาข้างต้น จะมีแต่กิจการรายใหญ่เท่านั้นที่สามารถได้รับความช่วยเหลือ ซึ่งไม่เป็นธรรมกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเลย (White, 2542) แต่ในความเป็นจริงมักปรากฏอยู่เสมอว่า ในภาวะเศรษฐกิจที่ขึ้น ๆ ลง ๆ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักที่จะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องความช่วยเหลือจากโครงการช่วยเหลือของรัฐบาลค่อนข้างน้อย และกระทบต่อความเติบโตของธุรกิจ (Kangasharju, 2000) บางครั้งความสับสนของกฎหมาย กฎและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ มักสร้างความยุ่งยากหรือความลำบากในการทำธุรกิจอยู่เสมอ สิ่งเหล่านี้มีการสรุปว่า บทบาทการช่วยเหลือของรัฐบาลจะเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Khader and Gupta, 2005)

สรุปรูปแบบการสนับสนุน SMEs ของภาครัฐในประเทศต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาในด้านความแตกต่างกันและด้านที่เหมือนกันดังต่อไปนี้

ด้านที่แตกต่างกัน 1) การส่งเสริมและสนับสนุน SMEs รัฐบาลเป็นตัวหลักในการทำงาน เช่น ประเทศต่างในประเทศ EU ให้คณะกรรมการประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (The European Economic Community: ECC) เป็นหน่วยงานหลัก ประเทศมาเลเซีย ผ่าน SMECORP ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศสิงคโปร์ ผ่านหน่วยงาน ‘SPRING’ ไม่เหมือนในประเทศไทย หน่วยงาน SME ซึ่งสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม มีหน้าที่เพียงสนับสนุนกิจกรรม ส่วนเรื่องงบประมาณในการสนับสนุนจะมาจากหลายหน่วยงานและทำงานไม่บูรณาการกัน จึงทำให้การส่งเสริมกิจกรรม SMEs ไม่ต่อเนื่อง อันมีผลทำให้การพัฒนาไม่ยั่งยืน และ 2) ไม่มีรัฐบาลไหนที่ให้สินเชื่อแก่ SMEs โดยไม่มีหลักประกัน ยกเว้นรัฐบาลประเทศสิงคโปร์จะให้เงินอุดหนุนแบบให้เปล่ากับธุรกิจที่นำเสนอแนวคิดของธุรกิจแล้วมีแนวโน้มที่สดใส และประเทศมาเลเซียให้ความสำคัญกับความเป็นไปได้ของโครงการเป็นลำดับแรก และพิจารณาหลักทรัพย์ค้ำประกันเป็นลำดับถัดไป

ด้านที่เหมือนกัน 1) รัฐบาลของทุกประเทศให้ความสำคัญต่อ SMEs เนื่องจาก SMEs สามารถสร้างรายได้และการจ้างงานให้ประเทศเป็นอย่างมาก และ 2) SMEs เกือบทุกประเทศประสบปัญหาเรื่องการเข้าถึงแหล่งทุนและขาดหลักประกันในการกู้ยืมเป็นหลักเหมือนกัน ยกเว้นสิงคโปร์ ส่วนการเข้าถึงเทคโนโลยี ขาดแนวการบริหารจัดการ ขาดแนวการตลาด เป็นลำดับถัดมา

ฉะนั้น โดยส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการ SMEs ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ในเรื่องของ 1) การควบคุมภายใน 2) การหาโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ และ 3) การวางแผนในการทำธุรกิจ ให้ประสบความสำเร็จ (Nazemi & Shirazi, 2010) หรือ รัฐบาลอินโดนีเซียสนับสนุน SMEs 2 ทาง คือ 1) ทางตรง สนับสนุนโครงการเงินกู้พิเศษและโครงการฝึกอบรมสำหรับ SMEs โดยเฉพาะ 2) ทางอ้อม สนับสนุนบริการสาธารณะทั่วไปและโครงการสาธารณสุขขั้นมูลฐาน เพื่อกระตุ้นการ

เจริญเติบโตของ SMEs (Tambunan, 2008) เฉกเช่น นโยบายของรัฐบาลจากประเทศจอร์แดน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สนับสนุน SMEs โดยส่งเสริมกฎหมายและระบบที่สนับสนุนการพัฒนาและการสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศพร้อมกับออกมาตรการเพื่อค้ำประกันเงินกู้ที่ผ่านทางธนาคารภาครัฐและภาคเอกชนด้วยความเชื่อถือของภาครัฐ (Sultan. 2007) และภาครัฐได้ส่งเสริมการขยายช่องช่วงความถี่ เพื่อให้ E-Government และ E-Commerce ทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนที่รวม SME ได้ใช้ประโยชน์ต่อธุรกิจอย่างเต็มที่ (Turk & Trkman. 2009)

ผลผลิตที่ได้จากการดำเนินการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทุกประเทศนับเป็นส่วนสำคัญที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ แต่ขณะเดียวกัน วิสาหกิจในกลุ่มนี้มักมีจุดอ่อนในหลาย ๆ ด้าน ทั้งในด้านการเข้าถึงแหล่งทุน การเข้าถึงข้อมูลเพื่อการค้า การพัฒนาทักษะ ฯลฯ ส่งผลให้หน่วยงานภาครัฐต้องให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ และเนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment) รวมถึงระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน ส่งผลให้การกำหนดนโยบาย ตลอดจนมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนของแต่ละแห่งมีความหลากหลาย.

จากตัวแบบเพชร (Diamond Model) ของไมเคิล อี พอร์เตอร์ นั้น ทางสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้นำมาวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย จะเห็นได้ชัดเจนมากขึ้นว่า วิสาหกิจต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐในทุกด้าน โดยเฉพาะการเข้าถึงแหล่งทุน และจะเห็นแนวทางที่ภาครัฐจะช่วยส่งเสริมด้านใดให้ตรงจุดอันเป็นผลทำให้ประหยัดเวลางบประมาณ ซึ่งจะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ทั้งนี้ได้มีการนำตัวแบบเพชรมาวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย เพื่อจะได้เข้าใจได้ชัดเจนขึ้น ดังภาพการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.6 สรุปผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยตามแบบจำลอง Diamond

ที่มา : ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการสรุปผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยตามแบบจำลองเพชร สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคด้านการลงทุนสำหรับภาคการท่องเที่ยวในส่วนของโรงแรมและภัตตาคารได้ดังนี้

จุดแข็ง 1) ที่ตั้งของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ 2) มีความสามารถในการแข่งขันด้านราคาเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน 3) ผู้ประกอบการโรงแรมมีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็ง 4) ใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน 5) ระบบสาธารณูปโภคมีความพร้อม 6) ระบบการคมนาคมดีกว่ามาตรฐานเฉลี่ยของประเทศในกลุ่ม AEC 7) ลักษณะของคนไทยมีความยิ้มแย้มแจ่มใสและมีจิตใจในการให้บริการ 8) ความหลากหลายของสถานที่และทรัพยากรการท่องเที่ยว 9) มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางได้ตลอดปี

จุดอ่อน 1) ความไม่มีระบบระเบียบ ความเสื่อมโทรมและมลพิษด้านต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว 2) ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 3) ปัญหาการขาดเสถียรภาพทางการเมือง 4) บุคลากรขาดความสามารถในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ 5) ผู้ประกอบการระดับ SMEs ยังไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับ AEC 6) อัตราการเข้าพักในโรงแรมต่ำ มีเพียงร้อยละ 50-55 7) บุคลากรไทยค่อนข้างถูกจำกัดโอกาสทำงานด้านบริหารระดับกลางขึ้นไป 8) การบังคับใช้กฎหมายของไทยไม่เข้มงวด เช่น ในเรื่องของการจัดระเบียบผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ไม่ได้จดทะเบียนอย่างถูกต้อง 9) หลักสูตรการโรงแรมในสถาบันการศึกษาเน้นแต่ทฤษฎี

โอกาส 1) การแข่งขันในอุตสาหกรรมสายการบิน ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางระหว่างประเทศลดลง 2) การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์เอื้อต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ประชากรมีแนวโน้มแต่งงานช้าลงทำให้มีเวลาและรายได้เพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น ฯลฯ) 3) นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะพักแรมหลายคืนในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 4) การเป็นสมาชิก AEC จะทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของบุคลากรและเงินทุนหมุนเวียนดีขึ้น 5) การรวมกลุ่ม AEC จะทำให้มีตลาดขนาดใหญ่ขึ้น และมีหุ้นส่วนทางธุรกิจจากต่างประเทศมากขึ้น

อุปสรรค 1) สภาพการแข่งขันที่รุนแรงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจากนักลงทุนอาเซียน 2) นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของไทย คือ สหรัฐ ยุโรป และญี่ปุ่น มีจำนวนน้อยลงเนื่องจากปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อวันสูงกว่ากลุ่มอื่น

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคด้านการลงทุนสำหรับภาคการท่องเที่ยวในส่วนของโรงแรมและภัตตาคาร จะเห็นได้ว่า ภาครัฐมีบทบาทสำคัญที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งในส่วนการหาหลักคำประกัน รวมถึงแหล่งเงินทุน การสร้างโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเป็นโครงการใหญ่ และใช้งบประมาณจำนวนมาก พร้อมกับเป็นหลักในการส่งเสริมการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยวและการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการอุตสาหกรรม โรงแรม แยกเช่นการสนับสนุน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับผูกขาดในแง่ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศญี่ปุ่น ประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และกลุ่มประเทศ EU เป็นต้น

2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

ตามที่ The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report 2555 ได้ให้ความสำคัญของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ประกอบไปด้วย การขนส่งทางบก ทางอากาศ ทางทางท่องเที่ยว ทางเทคโนโลยีสารสนเทศและทางการแข่งขันด้านราคา จะมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงการเจริญเติบโตและการบูรณาการทั้งภูมิภาคของประเทศโดย ปรับปรุงผลผลิตของประเทศได้ดีขึ้น การเชื่อมโยงกัน การเข้าถึงได้สะดวกและเป็นที่น่าดึงดูดใจของโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพที่สร้างขึ้นมาได้ ฉะนั้น โครงสร้างพื้นฐานที่มีคุณภาพและการจัดการสิ่งแวดล้อมที่อยู่ในมาตรฐานสากล ไม่เพียงแต่ทำให้การท่องเที่ยวดีขึ้นเท่านั้น แต่มีผลดีไปถึงเศรษฐกิจของประเทศด้วย (ATTCR. 2555)

รัฐบาลภายใต้นายกรัฐมนตรีชื่อ นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ได้ออกพระราชบัญญัติให้อำนาจกระทรวงการคลังกู้เงินเพื่อการวางระบบบริหารจัดการน้ำและสร้างอนาคตประเทศในวงเงิน 350,000 ล้านบาท และ พ.ร.บ. พื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศในอีก 7 ปีข้างหน้าในวงเงิน 2.2 ล้านล้านบาท ที่จะนำมาใช้ในปีหน้าเพื่อรองรับกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกในอีก 3 - 5 ปีข้างหน้า ตั้งแต่ช่วงครึ่งหลังของปี 2556 เป็นปัจจัยขับเคลื่อนให้เกิดการใช้จ่ายในประเทศและสนับสนุนให้เศรษฐกิจเติบโตขึ้นเป็นลำดับ

โครงสร้างพื้นฐาน 2 ล้านล้านบาท สามารถประหยัดน้ำมันแสนลิตร/ปี ภาพรวมการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งของไทย ปี 2556-2563 ประกอบด้วย 1) การขยายถนน 4 ช่องจราจร 45 โครงการ ระยะทางรวม 1,864 กิโลเมตร 2) การก่อสร้างทางหลวงเชื่อมโยงระหว่างประเทศ 11 โครงการ ระยะทางรวม 292 กิโลเมตร 3) การบูรณะถนนสายหลัก 12 โครงการ จำนวน 235 โครงการ ระยะทางรวม 2,162 กิโลเมตร 4) การก่อสร้างทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองหรือมอเตอร์เวย์ 3 เส้นทาง ระยะทางรวม 326 กิโลเมตร 5) การก่อสร้างทางหลวงสนับสนุนท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าเรือแหลมฉบัง ท่าเรือเชียงแสน ระยะทางรวม 159 กิโลเมตร 6) การก่อสร้างทางหลวงชนบทเชื่อมต่อการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ระยะทางรวม 328 กิโลเมตร 7) การก่อสร้างรถไฟทางคู่ 11 สายทางเก่า และ 3 สายทางใหม่ ระยะทางรวม 2,857 กิโลเมตร 8) การก่อสร้างรถไฟความเร็วสูง 4 เส้นทาง ระยะทางรวม 1,360 กิโลเมตร และ 9) การก่อสร้างรถไฟฟ้ามหานครและปริมณฑล จำนวน 13 สายทาง ระยะทางรวม 256 กิโลเมตร

สำหรับเป้าหมายลงทุนประกอบด้วย 1) ลดต้นทุน โลจิสติกส์ต่อจีดีพีไม่น้อยกว่าร้อยละ 2 จากปัจจุบันที่มีสัดส่วนร้อยละ 15.2 ต่อจีดีพี 2) สัดส่วนผู้เดินทางระหว่างจังหวัด โดยรถยนต์ส่วนบุคคลลดเหลือร้อยละ 40 จากร้อยละ 59 3) ความเร็วเฉลี่ยของขบวนรถไฟขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้นเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

60 กิโลเมตร/ชั่วโมง จากปัจจุบัน 39 กิโลเมตร/ชั่วโมง และขบวนรถไฟขนส่งผู้โดยสารเพิ่มขึ้นเป็น 100 กิโลเมตร/ชั่วโมง จากปัจจุบัน 60 กิโลเมตร/ชั่วโมง 4) สัดส่วนการขนส่งสินค้าทางรางเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5 จากปัจจุบันร้อยละ 2.5 5) สัดส่วนการขนส่งสินค้าทางน้ำเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 19 จากปัจจุบันร้อยละ 15 6) สัดส่วนการเดินทางโดยรถไฟไฟฟ้าเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30 จากปัจจุบันร้อยละ 5 7) ปริมาณผู้โดยสารรถไฟเพิ่มขึ้นเป็น 75 ล้านเที่ยว/ปี จากปัจจุบัน 45 ล้านเที่ยว/ปี 8) ลดความสูญเสียจากน้ำมันเชื้อเพลิงไม่ต่ำกว่าปีละ 1 แสนล้านบาท 9) ปริมาณการขนส่งสินค้าผ่านเข้า-ออก ด่านการค้าชายแดนที่สำคัญเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และ 10) ลดระยะเวลาการเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยังเมืองภูมิภาคด้วยรถไฟความเร็วสูงภายในรัศมี 300 กิโลเมตรรอบกรุงเทพฯ ในระยะเวลาไม่เกิน 90 นาที จากปัจจุบันที่ใช้เวลาเฉลี่ยประมาณ 3 ชั่วโมง (กรุงเทพธุรกิจ. 2556)

โครงการโครงสร้างพื้นฐาน 2 ล้านล้านบาท ประกอบด้วย 1) โครงการรถไฟทางคู่ ใช้งบ 403,214 ล้านบาท 2) โครงการรถไฟความเร็วสูง ใช้งบ 783,230 ล้านบาท 3) โครงการรถไฟฟ้าใช้ งบ 472,448 ล้านบาท 4) โครงการสร้างถนน 4 ช่องสะพานข้ามรถไฟ บูรณะทางและสร้างถนน เชื่อมประตูการค้า ใช้งบ 183,569 ล้านบาท 5) โครงการสร้างมอเตอร์เวย์ ใช้งบ 91,820 ล้านบาท และ 6) อื่น ๆ อีก 65,719 ล้านบาท (กระทรวงคมนาคม. 2556)

2.4.2 แนวคิดการสนับสนุนแหล่งทุน

ทฤษฎีเกี่ยวกับทรัพยากรแหล่งเงินทุน ทฤษฎีการจัดสรรสินเชื่อ (Theory of Credit Rationing) เป็นทฤษฎีที่สนับสนุนสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แสดงถึงความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูลอันจะนำไปสู่ปัญหาการเลือกผิด (Adverse Selection) โดยนำแนวคิดเรื่องความอสมมาตรของข้อมูล (Asymmetric Information) มาใช้ (Stiglitz & Weiss. 2524) โดยอธิบายว่า ก่อนการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ ธนาคารไม่สามารถแยกผู้กู้ที่คาดว่าจะมีผลตอบแทนที่สูงเมื่อเทียบกับความเสี่ยงออกจากผู้กู้ที่มีผลตอบแทนที่ต่ำกว่า รวมถึงไม่สามารถบ่งชี้ได้ว่าผู้กู้รายใดจะมีพฤติกรรมไร้จรรยาบรรณ (Moral Hazard) ซึ่งนำสินเชื่อที่ได้รับไปใช้ในโครงการอื่นที่มีความเสี่ยงสูง จากปัญหาดังกล่าว เมื่อความต้องการสินเชื่อเพิ่มขึ้น ธนาคารจึงไม่ได้ใช้กลไกของอัตราดอกเบี้ยเพื่อสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว แต่ใช้วิธีการจัดสรรสินเชื่อ (Credit Rationing) เนื่องจากผู้กู้ที่มีความเสี่ยงสูงยินดีที่จะจ่ายอัตราดอกเบี้ยในระดับที่สูงกว่าผู้กู้ที่มีความเสี่ยงต่ำ (Lehman & Neuberger. 2001) และผู้กู้ที่จ่ายอัตราดอกเบี้ยที่สูงมีแนวโน้มที่จะนำเงินกู้อไปลงทุนในโครงการที่มีความเสี่ยงสูงกว่า ทั้งนี้ SMEs ต้องเผชิญกับปัญหาการจัดสรรสินเชื่อมากกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ เนื่องจากความอ่อนแอในระบบบัญชีและการเงิน ตลอดจนลักษณะการบริหารงานแบบครอบครัว ทำให้ความอสมมาตรของข้อมูลระหว่างธนาคารกับ SMEs มีมากกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ส่งผลให้ SMEs ที่มีโครงการซึ่งมีความเป็นไปได้สูงและมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value-NPV) เป็นบวก มีโอกาสไม่ได้รับสินเชื่อธนาคารพาณิชย์พยายามหาแนวทางใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การป้องกันปัญหาการเลือกผิด (Adverse Selection) ด้วยการขจัดความไม่เท่าเทียมของข้อมูลโดยกำหนดให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่รวบรวมและรายงานข้อมูลที่จะสามารถแยกแยะกิจการที่ได้ออกจากกิจการที่ไม่ดีได้ ในต่างประเทศหน่วยงานที่ดำเนินการดังกล่าว คือ บริษัทที่จัดอันดับเครดิต (Credit Rating) เช่น Standard and Poor's หรือ Moody's Investors Service ซึ่งในทางปฏิบัติบริษัทเหล่านี้จะประเมินข้อมูลของธุรกิจขนาดใหญ่มากกว่าธุรกิจขนาดเล็กสำหรับการป้องกันปัญหาการไร้จรรยาบรรณ (Moral Hazard) นั้น ธนาคารใช้วิธีการอนุมัติสินเชื่อให้กับโครงการที่มีสัดส่วนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิสูงเทียบกับขนาดของวงเงินสินเชื่อ เพื่อให้ผู้กู้มีความรับผิดชอบในการใช้เงิน นอกจากนี้ การขอหลักประกันจากผู้กู้ถือได้ว่าเป็นอีกหนทางหนึ่งที่ธนาคารใช้ในการป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ (Mishkin, 2001)

อย่างไรก็ตาม นักวิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกจาก 52 บริษัทผู้รับเหมาในฮ่องกง สรุปได้ว่าแหล่งเงินที่มีความสะดวกในการขอสินเชื่อและต้องการสัดส่วนหนี้สินต่อทรัพย์สินต่ำ และความสามารถในการใช้เทคโนโลยี จะมีอิทธิพลเป็นบวกต่อศักยภาพการแข่งขันที่มีตัววัดคือ กำไรของกิจการและส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มมากขึ้น (Man, 2008) และ (Fraser, 2008) ได้แบบสอบถาม 1,250 แบบสอบถามจากทั้งหมดที่ส่ง 2,500 แบบสอบถาม สรุปได้ว่า ปัจจัยที่เป็นตัวแปรอิสระที่ขึ้นอยู่กับตัวแปรตามที่เป็นความสะดวกในการหาแหล่งเงิน ได้แก่ ชนิดของหลักประกัน ลักษณะของธุรกิจ (จำนวนลูกจ้างและอายุของกิจการ) ข้อมูลที่เป็นสัดส่วนทางการเงิน (ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ (RCA) หรือสัดส่วนหนี้สินต่อทรัพย์สิน) ความสัมพันธ์กับสถาบันการเงิน ชนิดของเงินกู้ (ดอกเบี้ยคงที่หรือดอกเบี้ยลอยตัว) สถาบันการเงินที่ปล่อยจะเองค์ประกอบเหล่านี้มาพิจารณา แต่ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปรตามมากที่สุดคือ ชนิดของหลักประกัน ชนิดของเงินกู้

ศิริพร นพวัฒน์พงศ์ (2550) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการสนับสนุนสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทดลองจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SME ในธุรกิจอาหาร ขึ้นส่วนยานยนต์ อัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 224 คน สรุปได้ว่า ลักษณะของกิจการที่มีผลต่อการได้รับสินเชื่อ คือ ขนาดกิจการ อายุกิจการ รูปแบบกิจการ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยกิจการที่มีขนาดใหญ่กว่า ที่ก่อตั้งมานานกว่าที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลมีโอกาสดำเนินการได้รับสินเชื่อมากขึ้น ในแง่ความสัมพันธ์ระหว่างกิจการและสถาบันการเงิน พบว่า กิจการที่มีระยะเวลาติดต่อกับสถาบันการเงินนานกว่า กิจการที่มีจำนวนสถาบันการเงินที่ติดต่อกันมากกว่า จะมีโอกาสได้รับสินเชื่อมากขึ้น และทำเลที่ตั้งมีผลต่อการได้รับสินเชื่อด้วย โดยกิจการที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีโอกาสดำเนินการได้รับสินเชื่อมากกว่า กิจการที่ตั้งอยู่ในภูมิภาค นอกจากนี้ ความมั่นคงของหลักประกันที่ใช้ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อสินเชื่อที่ได้รับและอัตราดอกเบี้ยที่สถาบันจะคิดให้ ข้อเสนอแนะที่สำคัญคือ สถาบันการเงินพิเศษของรัฐควรรื้อให้การสนับสนุนทางการเงินกับ SME ที่มีโอกาสได้รับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินเชื่อน้อยกว่า ได้แก่ กิจกรรมที่มีขนาดเล็กและเพิ่งก่อตั้ง ยังไม่มีหลักประกันที่น่าเชื่อถือได้ และกิจกรรมที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เพื่อให้โอกาสในการเจริญเติบโตต่อไป

กองทุนสหภาพยุโรปเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันคินันแห่งเอเชีย ได้ศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับ โครงสร้างการให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ประเทศสมาชิกของสหภาพยุโรป ประกอบด้วย 2 กองทุนหลักคือ กองทุนปรับ โครงสร้าง (Structural Fund) และกองทุนสร้างความแน่นแฟ้น (Cohesion Fund) ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การช่วยเหลือประเทศที่ด้อยพัฒนาว่า ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้เท่าเทียมกัน ตลอดจนการลดช่องว่างของความเจริญทั้งในด้านเศรษฐกิจ การคมนาคม การสื่อสารและพัฒนาศักยภาพมนุษย์ โดยมีงบประมาณ ปี 2007-2556 ของทั้ง 2 กองทุน คือ 348,000 ล้านยูโร แบ่งเป็นกองทุนปรับ โครงสร้าง เท่ากับ 278,000 ล้านยูโร และกองทุนสร้างความแน่นแฟ้น เท่ากับ 7,000 ล้านยูโร ทั้งนี้กองทุนปรับ โครงสร้างได้จัดสรรกองทุนที่เน้นการลดช่องว่างทางเศรษฐกิจและสังคมและส่งเสริม SMEs ได้แก่ 1) กองทุนเพื่อพัฒนาภูมิภาคยุโรป (The European Regional Development Fund : ERDF) เพื่อทำหน้าที่กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศที่ได้รับการพัฒนาน้อยที่สุดในภูมิภาคยุโรป และขจัดความไม่เท่าเทียมกันด้านเศรษฐกิจและทรัพยากร โดยเน้น (1) การให้ความช่วยเหลือแก่ภูมิภาคที่ต้องการเงินทุนเพื่อลงทุนใน SME ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านการรวมภูมิภาคเป็นหนึ่งความสามารถในการแข่งขันของภูมิภาค การสร้างงานที่ยั่งยืน และความร่วมมือระหว่างอาณาเขต (2) การสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็นและเชื่อมโยงถึงกัน เพื่อการศึกษาวิจัยในการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร สิ่งแวดล้อม พลังงานและการขนส่ง (3) สร้างศักยภาพภายในธุรกิจขนาดเล็กให้เข้มแข็ง โดยผ่านเครื่องมือทางการเงิน เช่นการร่วมลงทุน ให้สินเชื่อ เงินทุนค้ำประกัน เป็นต้น 2) แหล่งทุนร่วมในสหภาพยุโรปเพื่อ SME หรือ Joint European Resources for Micro and Medium Enterprises หรือ JEREMIE โดยมีวัตถุประสงค์ การสนับสนุนให้ SMEs เข้าถึงแหล่งเงินทุนด้วยความช่วยเหลือทางเทคนิค เงินให้เปล่า และเครื่องมือทางการเงินอื่น ๆ เช่น การร่วมทุนหรือการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ผ่านเงินค้ำประกัน ลดความต้องการหลักทรัพย์ค้ำประกันด้วยการปล่อยเงินกู้ค้ำประกัน กระจายเงินทุนหลักทรัพย์และเพิ่มความน่าเชื่อถือทางการเงินแก่ธุรกิจระดับย่อย เป็นต้น

ปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยส่วนใหญ่มักจะมีปัญหาเกิดจากการไม่มีเงินมาทำกิจการ พอจะแบ่งแยกประเด็นได้ดังต่อไปนี้ 1) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ทราบถึงแหล่งเงินทุน และไม่มีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน 2) มีค่าใช้จ่ายสูงในการชำระดอกเบี้ยเงินกู้จากแหล่งเงินทั้งในและนอกระบบ 3) ไม่มีหลักทรัพย์เพียงพอที่จะไปขอเงินกู้จากสถาบันการเงินได้ 4) ไม่สามารถแสดงผลประกอบการและบันทึกบัญชีได้ถูกต้อง เป็นจุดอ่อนสำคัญอีกประการหนึ่งอันเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการพึ่งพิงเงินทุนจากสถาบันการเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ฉะนั้น ความสามารถในการหาแหล่งเงินทุนได้ง่ายและความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจจะเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันได้เป็นอย่างดี คือ การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน การพัฒนาเทคโนโลยี และการแสวงหานวัตกรรมใหม่นั้นเอง (Chan, 2008) อุปสรรคที่สำคัญที่สุดของผู้ประกอบการคือ การเข้าถึงแหล่งเงิน และจากการศึกษาได้พบว่า การไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินจะมีส่วนสัมพันธ์อย่างมากต่อการเติบโตของ SMEs (Irwin, 2006) อันที่จริง ปัญหาของแหล่งเงินที่จะให้สินเชื่อแก่ SMEs คือ ต้องมีหลักทรัพย์มาค้ำประกันเพื่อป้องกันความเสี่ยง แต่ SMEs โดยส่วนใหญ่ ไม่สามารถหาหลักทรัพย์ในการขอสินเชื่อได้ (Bougheas et al. 2005) เพราะสถาบันการเงินมีความเชื่อว่า หลักทรัพย์ที่นำมาค้ำประกันตามต้องการ จะลดปัญหาภาวะภัยทางศีลธรรม กล่าวคือถ้าผู้ประกอบการมีความคิดชั่วระเหิน ก็อาจจะต้องระวังหลักทรัพย์ที่นำมาค้ำประกัน ไม่เหมือนกับถ้าขอสินเชื่อมาได้โดยไร้หลักค้ำประกัน ทางสถาบันการเงินมีความมั่นใจว่า ผู้ประกอบการตัดสินใจที่ไม่ชั่วระเหินย่อมมีความเป็นไปได้สูง ถ้าธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จจนถึงขั้นล้มละลาย แต่ Barbosa and Mora (2004) ได้โต้แย้งว่า โดยส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการลงทุน ในทรัพย์สินที่จับต้องได้อย่างมากและมีความตั้งใจที่ทำรายได้ให้มากกว่าเงินลงทุน ตั้งแต่ผู้ประกอบการสามารถขอสินเชื่อด้วยอัตราดอกเบี้ยต่ำ ถ้าหนี้สินที่เกิดขึ้นมีหลักทรัพย์มาค้ำประกัน เท่าที่สรุปผลได้ สมมติฐานระหว่างการมีหลักทรัพย์มาค้ำประกันกับการเข้าถึงแหล่งเงินกู้ได้จากสถาบันการเงิน มักจะมีผลในทางบวกเสมอ นอกจากนี้การไม่มีหลักทรัพย์มาค้ำประกัน ในการมาขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินหรือมีหลักทรัพย์แต่ไม่เพียงพอต่อการขอสินเชื่อแล้ว ทางสถาบันก็ให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการมีข้อมูลทางธุรกิจในการขอสินเชื่อและสามารถในการบริหารจัดการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการทำกำไรของกิจการ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ผู้ประกอบการต้องวางแผนในการทำธุรกิจมากพอสมควรว่า ถ้าไม่มีเงินทุนเพียงพอ สิ่งสำคัญ 3 ประการดังกล่าวข้างต้นต้องเตรียมการเป็นอย่างดี ทั้งนี้ เพื่อให้สถาบันการเงินสามารถให้สินเชื่อตามที่ขอได้อย่างมีความมั่นใจ (Asah, 2011)

จากปัญหาดังกล่าวมา ภาครัฐจะมีบทบาทอย่างสำคัญในการหาแหล่งเงินทุนและหาหลักประกันให้ SMEs ควบคู่กันด้วย กล่าวคือ ภาครัฐมีธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยหรือ SME BANK จัดตั้งขึ้นตาม ‘พระราชบัญญัติธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2548’ ปรึบสถานะจาก บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) มีฐานะเป็นนิติบุคคลด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 300 ล้านบาท ต่อมากระทรวงการคลังได้เพิ่มทุนหลายครั้ง ครั้งสุดท้าย พ.ศ. 2552 ทำให้ทุนเรือนหุ้นเพิ่มขึ้นเป็น 11,600 ล้านบาท เป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนาของรัฐที่ช่วยเหลือและสนับสนุน SMEs ไทย ให้มีความพร้อมในการแข่งขัน เพื่อให้มีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในเวทีโลก และช่วยพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบการบริหารจัดการขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ และ **ธรรมาภิบาลด้วย** และให้บริการทางการเงินและบริการอื่น ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของ SMEs เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาครัฐได้ตั้งบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมหรือ บสย. อันเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง จัดตั้งขึ้นตาม “พระราชบัญญัติบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม พ.ศ. 2534” เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2534 ที่ผ่านมา มีหน้าที่ในการออกหนังสือค้ำประกันหนี้สินที่ SME ขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินอื่น ๆ และเร่งกระจายสินเชื่อให้ SMEs อันจะส่งผลให้การสร้างความพร้อมในการแข่งขันของ SMEs และการจ้างงานบรรลุเป้าหมายตามนโยบายรัฐบาล ซึ่งจะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันของ SMEs ต่อไป โดยมีความสำคัญทั้งต่อสถาบันการเงิน ให้มีความมั่นใจในการปล่อยสินเชื่อต่อ SMEs และช่วยให้ SMEs ได้รับสินเชื่อจากสถาบันการเงินมากขึ้น จากความสำคัญของ บสย. ดังกล่าว ขอสรุปผลดีของการค้ำประกันต่อ SMEs ได้ดังนี้ 1) ช่วย SMEs หาแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น อันเป็นผลช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดได้ 2) ลดค่าใช้จ่ายจากการกู้เงินนอกระบบได้มาก 3) เป็นการเพิ่มโอกาสการเติบโตของ SMEs และขอสรุปผลดีของการค้ำประกันของ SMEs ต่อสถาบันการเงิน ดังนี้ 1) สถาบันการเงินมีความมั่นใจที่จะให้สินเชื่อกับ SMEs ที่มีความเสี่ยงสูงมากขึ้น 2) สามารถลดการตั้งสำรองของสถาบันการเงิน

2.4.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

Preble, Reichel & Hoffman (2000) และ Pine & Philips (2005) ได้ร่วมกัน สนับสนุนบทบาทของการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจในโลกของการแข่งขันในธุรกิจโรงแรม การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจกำหนดรูปแบบกับธุรกิจที่มีการแข่งขันกันที่เป็นเจ้าของทรัพยากรและความชำนาญที่คล้าย ๆ กัน (Varadarajan และ Cunningham. 2538) แหล่งทรัพยากรที่เป็นองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ที่ตั้ง ชื่อของตราสินค้า และการมีฐานรายชื่อลูกค้า ผลประโยชน์โดยตรงสำหรับลูกค้าที่เกิดจากการรวมเครือข่ายวิสาหกิจ เช่น สามารถหาโรงแรมต่าง ๆ ได้รวดเร็วขึ้น การมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้น มีความเสี่ยงในการทำธุรกิจลดลงเนื่องจากการใช้ทรัพยากรบางอย่างร่วมกัน และได้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ของนักการเมืองท้องถิ่นของหุ้นส่วนด้วยกัน

Sing (2001) ได้อธิบายเสนอว่า มาตรการผลปฏิบัติทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณได้ชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จของเครือข่ายวิสาหกิจในการเพิ่มความได้เปรียบในแข่งขันและอยู่อย่างยั่งยืน บางประการดังต่อไปนี้ 1) การนำเสนอธุรกิจค้ำประกันและธุรกิจตามน้ำ 2) ระดับของการใส่เงื่อนไขแข่งขันลงไป เช่น บริการ เครื่องจักร อุปกรณ์ต่าง ๆ 3) ระดับของการจ้างงานของกิจกรรมธุรกิจทั้งหมดที่สัมพันธ์กับเครือข่ายวิสาหกิจ 4) อัตราการเพิ่มมูลค่าเพิ่มของตัวสินค้าและบริการ 5) อัตราการเพิ่มของการส่งออกของสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มแล้ว 6) จำนวนวิสาหกิจที่ตั้งขึ้นมาใหม่ 7) ความร่วมมือของธุรกิจระหว่างประเทศและคุณภาพของการเชื่อมต่อกันและการกระทำร่วมกัน

อย่างไรก็ตาม SMEs ที่รวมอยู่ในเครือข่ายวิสาหกิจและชมรม/สมาคมจะมีความสามารถในการชิงการแข่งขันและในเชิงความคิดสร้างสรรค์ได้มากกว่า SMEs ที่ไม่ได้เข้าร่วม (OECD. 2000)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเชื่อมต่อกันยินยอมให้ SMEs รวมขนาดที่เล็กเข้าด้วยกันและความยืดหยุ่นที่มากกว่าด้วยปริมาณมาก จะทำให้ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจขนาดย่อมจะมีอิทธิพลอย่างแข็งแกร่งในระดับความร่วมมือของธุรกิจนานาชาติ การเชื่อมต่อจะแตกต่างกันในขนาดธุรกิจที่แตกต่างกันแต่มาเชื่อมต่อกัน ในรูปผลิตร่วมกัน ทำตลาดร่วมกัน หรือซื้อของร่วมกัน ร่วมมือกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน (Potter, 1990) แต่อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์การกำหนดจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องการความร่วมมือและรูปแบบเฉพาะการฝึกการสร้างงานอย่างพร้อมใจกันยิ่งขึ้น และต้องมีความซื่อสัตย์เป็นข้อยึดมั่นในการแลกเปลี่ยนข้อมูลพร้อมกับความชำนาญในงานแต่ละชนิดและต้องรวมความสัมพันธ์ระหว่างกันให้เป็นหนึ่งเดียวกันให้ได้ (Presenza and Cipollina, 2010)

การรวมกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกันหรือช่วยสนับสนุนซึ่งกันและกันมาอยู่รวมกันที่เรียกว่า Cluster จะเป็นการเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน ข้อได้เปรียบของการรวมตัวเป็น Cluster ดังนี้ 1) ทำให้ต้นทุนการผลิตของธุรกิจต่ำกว่าบริษัทนอก 2) จะดึงดูดบุคลากรมาร่วมงานด้วยเมื่อรวมกันแล้วมีชื่อเสียง 3) ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและสถาบันการศึกษาที่อยู่ใน Cluster 4) พัฒนาความสามารถด้านนวัตกรรม เพราะความใกล้ชิดระหว่างผู้ประกอบการ ตลอดจนสายการผลิตกับลูกค้า ทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าและแนวโน้มของตลาดได้เป็นอย่างดี 5) มีการร่วมมือกันประสานงานในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะการหาทางออกแก้ไขปัญหาาร่วมกัน แต่ขณะเดียวกันผู้ประกอบการแต่ละรายยังมีความเป็นอิสระในการแข่งขันซึ่งกันและกัน (Porter, 1990)

อย่างไรก็ตาม ไมเคิล อี พอร์เตอร์ ได้บรรยายพิเศษในหัวข้อ 'Thailand's Competitiveness : Creating the foundation for higher productivity' ในฐานะที่ปรึกษาโครงการศึกษาพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศไทย เพื่อเสนอแนวทางที่จะยกระดับขีดความสามารถของประเทศไทยให้สูงขึ้น ซึ่งจัดโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กล่าวถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยว่าเป็นศูนย์กลางขององค์ประกอบจำนวนมากที่เกื้อหนุนต่อการสร้าง Cluster แต่องค์ประกอบเหล่านั้นไม่ได้รับการวางกลยุทธ์ที่ถูกต้องแม้จะมีสมาคมต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมายในอุตสาหกรรมนี้ แต่ยิ่งทำให้เกิดการกระจกระบายในเป้าหมายและนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ที่แตกต่าง Porter ได้เสนอแนะให้ภาครัฐและเอกชนต้องร่วมมือกันในการสร้าง Cluster เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างกัน

ฉะนั้น การรวมตัวกันของ SMEs ไม่ว่าจะเป็นชมรม สมาคมต่างถือได้ว่าเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่นำความร่วมมือกันไม่ว่าจะเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลในธุรกิจเดียวกัน การรวมกันเพื่อช่วยกันหาลูกค้าต่างก็เป็นประโยชน์ด้วยกันทุกฝ่าย และจะเป็นการแบ่งงานกันทำเพื่อบริการให้กับลูกค้ากลุ่มเดียวกัน ได้ อย่างที่คุณอรินทร์ จิรา ประธานสภาที่ปรึกษาธุรกิจอาเซียน หรือคุณประพัทธ์โชติ ธนวรศาสตร์ ผู้อำนวยการบริหารสภาหอการค้าไทย หรือคุณวินุบลักษณ์ วัฒนรักษ์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ปรึกษาการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ และ ดร.วิมลกานต์ โกสุมาส รองผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่างก็ให้ความเห็นในเชิงสนับสนุนแนวคิดการรวมตัวเป็นเครือข่ายวิสาหกิจทุกท่าน ภาครัฐจะต้องพยายามใช้เครือข่ายเหล่านี้ให้เป็นประโยชน์ทั้งในด้านเป็นฐานข้อมูล ในการส่งเสริมหรือสนับสนุนเครือข่ายแต่ละเครือข่ายได้ตรงเป้าหมาย จะเป็นการประหยัดทั้งงบประมาณและเวลา เมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในเครือข่ายวิสาหกิจใด ภาครัฐก็สามารถแก้ปัญหาได้เป็นจุด ๆ ไป ถือได้ว่า การรวมกลุ่มของ SMEs เป็นเครือข่ายวิสาหกิจจึงเป็นสิ่งที่ดีด้วยกันทุกฝ่ายอย่างแท้จริง

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ

การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการรายใหม่ สามารถดำเนินการได้โดยการสร้างแรงจูงใจและจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการ เสริมสร้างทัศนคติและประสบการณ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ ให้แก่ประชาชนทั่วไปที่สนใจ ส่งเสริมให้มีการจดทะเบียนนิติบุคคล (แผนการส่งเสริม SMEs. 2555-2559) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ภายใต้การสนับสนุนของภาครัฐ ได้ทุ่มงบประมาณเพื่อสร้างพัฒนาผู้ประกอบการรายใหม่ ให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน อันมีผลทำให้ความพร้อมของ SME ไปสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันต่อไป

ความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลหรือหน้าที่ที่ทำทั่วทั้งองค์การ (Schumpeter. 1943) หรือหมายถึง นิยามของกระบวนการ การฝึกและกิจกรรมการตัดสินใจที่จะ ไปสู่การเปิดตลาดใหม่ๆ (Lumpkin & Dess. 1996) จากการทบทวนวรรณกรรมชี้ให้เห็นว่า ส่วนใหญ่ของการวิจัย สรุปว่า 3 มิติของนิยามความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย พฤติกรรมของผู้มีนวัตกรรม ความกระตือรือร้น และกล้าที่จะเสี่ยง (Naman & Slewin. 1993; Wilklund & Shepherd. 2005; Griffith. Noble & Chen. 2006) อย่างไรก็ตาม ความเป็นผู้ประกอบการ ในองค์การมีผลกระทบต่อผลประกอบการขององค์การที่สำคัญที่สุด (Miller. 2526) และในพฤติกรรมระดับของค์การ พฤติกรรมของความเป็นผู้ประกอบการจะมีอิทธิพลต่อการจัดการและกำลังแรงที่ได้จากทรัพยากรของกิจการ รวมไปถึงทุนมนุษย์ด้วย (Sapienza, Autio, George & Zahra. 2006) ดังรายละเอียดเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

2.5.1 ความมีนวัตกรรม (Innovativeness)

เป็นการพรรณนาถึงแนวโน้มของกิจการที่จะสนับสนุน แนวคิดใหม่ การทดลอง และกระบวนการสร้างสรรค์ที่จะทำให้เกิดสินค้าใหม่ บริการใหม่ หรือกระบวนการเทคโนโลยีใหม่ ๆ (Lumpkin & Dess. 1996) และนวัตกรรมยังสร้างสรรค์การพัฒนาทางเศรษฐกิจพร้อมกับเป็นแหล่งของการเติบโตของกิจการและการสร้างสรรค์ความมั่งคั่งด้วย Schumpeter เป็นคนแรกที่ทำให้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญความมีนวัตกรรมเหมือนเป็นส่วนของกระบวนการความเป็นผู้ประกอบการในกิจกรรมของความเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวอย่างของการมีนวัตกรรมและช่วยปรับเปลี่ยนวิวัฒนาการของระบบเศรษฐกิจ (Schumpeter. 2477)

2.5.2 ความกล้าที่จะเสี่ยง (Risk-Taking)

Venkatraman (1989) ให้ความหมายเชิงปฏิบัติการว่า เป็นระดับที่ผู้จัดการยอมรับกลยุทธ์แบบอนุรักษ์นิยมของเส้นทางการทำงานที่เป็นจริง ที่จะก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่คาดหวังว่าจะเกิดขึ้นอย่างแน่นอน ในความหมายทางการเงิน ความเสี่ยงอ้างถึง ความน่าจะเป็นไปได้ของการสูญเสียทางการเงิน หรือผลที่ได้อาจจะไม่ดี (Lumpkin & Dess. 1996) Miller (1983) ให้ความหมายที่กระฉ่างขึ้นว่า ความกล้าที่จะเสี่ยงไม่ได้เพียงแต่เป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงทางการใช้เงิน แต่ยังมีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในตลาดของผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมทางเทคโนโลยีด้วย อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

2.5.3 ความกระตือรือร้น (Proactiveness)

เป็นภาพที่กำหนดเป้าหมายในอนาคตอย่างมุ่งมั่น Venkatraman (1989) ให้ความหมายที่ตกผลึกว่า ความกระตือรือร้นของผู้ประกอบการ ที่ทุ่มเทอย่างเต็มที่ที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งใจให้ลุ่ล่งไปให้ได้

สรุปแล้วความเป็นผู้ประกอบการหรือการกำหนดเป้าหมายเป็นผู้ประกอบการจะประกอบด้วย 3 มิติ 1) ความมีนวัตกรรม 2) ความกระตือรือร้น และ 3) ความกล้าที่จะเสี่ยง เป็นคุณสมบัติขั้นพื้นฐานในการทำธุรกิจให้เจริญรุ่งเรืองได้

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมด้านบริการ

ความสามารถเรื่องนวัตกรรมในระดับประเทศหรือระดับภูมิภาค เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของความได้เปรียบในการแข่งขันในอนาคต เปรียบเสมือนการสะสมคลังความรู้ซึ่งสามารถเพิ่มความสามารถในการผลิตของวิสาหกิจในระดับท้องถิ่นของประเทศนั้น ๆ ได้ มันเป็นการยากที่วัด 'นวัตกรรม' ว่ามากหรือน้อยกว่ากันในแต่ละประเทศ นักวิจัยโดยส่วนใหญ่ให้ความเชื่อถือในเรื่องจำนวนของสิทธิบัตรที่ลงทะเบียนไว้ โดยปกติจะเป็นมาตรวัดที่มาจาก The US Patent and Trademark Office (USPTO) (ASEAN Competitiveness Report. 2011)

นวัตกรรม เป็นเครื่องมือที่สำคัญของผู้ประกอบการในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในเชิงธุรกิจและความมั่งคั่ง โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่หรือจากการสร้างขึ้นมาใหม่ รวมทั้งเป็นการพัฒนาขึ้นจากความรู้ใหม่ (Drucker. 1985, 1994) นวัตกรรมเป็นเรื่องของกระบวนการแสวงหา

คืบเนิงาน จัดเก็บ ตลอดจนใช้ประโยชน์จากข้อมูลในด้านการสร้างความรู้ การวิจัยและพัฒนา เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำมาใช้ในเชิงพาณิชย์หรือการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การผลิต การพาณิชย์ และการอยู่รอดของธุรกิจ (Perez-Bustamante, 1999) และความหมายสุดท้ายของนวัตกรรมเป็นการใช้ความคิดหรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ในองค์การและนวัตกรรมสามารถเป็นได้ทั้งผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือเทคโนโลยีใหม่ อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะเฉียบพลันหรือค่อยเป็นค่อยไป (Herkema, 2003) ซึ่งตรงความหมายของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2006) ‘นวัตกรรม คือสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม’ เป็นบทสรุปที่มีความกระชับและชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมุมมองทางด้านเศรษฐศาสตร์ นวัตกรรมสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้และทำให้กระบวนการหรือตัวสินค้า กลายเป็นหัวข้อที่สำคัญที่สุดขององค์การซึ่งจะเป็นตัวเชื่อมด้วยความคิดสร้างสรรค์ให้ตลาดอยู่อย่างยั่งยืนล้อมรอบการเริ่มต้นของตัวสินค้าหรือบริการที่ใหม่และเป็นเลิศอยู่เสมอ (Carayannis and Gonzalez, 2003) ความสนใจสำหรับความร่วมมือระหว่าง SMEs และนวัตกรรม จะเป็นจุดเด่นในการเร่งการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ (Franco, 2003) การตีความที่ผสมผสานของนวัตกรรมเหมือนหน้าทีของการสะสมของความคิดสร้างสรรค์ ทั้งด้านอุปสงค์และด้านอุปทานของตลาด (Carayannis and Gonzalez, 2003)

กระบวนการที่ทำให้เกิดนวัตกรรม (Process of Innovation) สามารถพิจารณาได้หลายมุมมอง โดยจำแนกตามปัจจัยหลักของการเกิดนวัตกรรมซึ่งประกอบด้วย เทคโนโลยี (Technology) และความต้องการของผู้บริโภค (Market Demand) (Cropalakrishnan & Damanpour, 1997) สามารถจำแนกลักษณะของกระบวนการที่ทำให้เกิดนวัตกรรมได้ 3 ลักษณะคือ 1) การผลักดันด้วยเทคโนโลยี (Technology Push) เกิดขึ้นจากความเข้มแข็งของการลงทุนและพัฒนาในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 2) การดึงด้วยความต้องการของผู้บริโภค (Demand Pull) การเกิดนวัตกรรมในลักษณะนี้ เป็นการพิจารณาจากปัญหาและความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักและนำกลับมาสู่การสร้างและพัฒนาวัตกรรมการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และ 3) การผสมผสานทั้งด้านเทคโนโลยีและความต้องการของผู้บริโภค (Coupling) เป็นการสร้างนวัตกรรมโดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคและเทคโนโลยีที่มีอยู่ เพื่อพัฒนานวัตกรรมให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคภายใต้การพัฒนาและยกระดับเทคโนโลยีที่มีอยู่ไปพร้อม ๆ กัน (Rothwell, 1994; Smith 2006) นิยามของนวัตกรรมทางเทคโนโลยี คือ การพัฒนาแนวใหม่ตามสถานการณ์ซึ่งคนสามารถควบคุมเหนือสิ่งแวดล้อมได้ เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญชนิดหนึ่ง ที่ทำให้มนุษย์สามารถทำอะไรๆ ได้ ฉะนั้นนวัตกรรมทางเทคโนโลยีจึงเป็นข้อมูลพื้นฐานที่จะทำในสิ่งต่าง ๆ ในวิธีใหม่ ๆ อยู่เสมอดังนั้น ปริมาณการถ่ายทอดทางเทคโนโลยีของข้อมูลข่าวสารจึงเป็นเรื่องปกติ ที่จะไปจากองค์การหนึ่งไปสู่องค์การอื่น ๆ (Tomazky & Fleischer, 1990) อย่างไรก็ตาม เมื่อพูดถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นวัตกรรมทางด้านบริการก็เป็นสิ่งจำเป็น ไม่น้อย นวัตกรรมทางบริการมีอิทธิพลต่อความ

ได้เปรียบในการแข่งขันของ SMEs ไม่ทางตรงก็ทางอ้อมเสมอ เพราะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภค เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประทับใจจนมาใช้บริการ และใช้ซ้ำแล้วซ้ำอีก จึงเป็นสิ่งยืนยันได้ว่า นี่คือเอกลักษณ์เฉพาะตัวของวิสาหกิจแต่ละที่ นั่นเป็นเพราะใช้นวัตกรรมเข้ามามีส่วนร่วมทำให้การบริการแตกต่างกันออกไป ปัจจัยของนวัตกรรม พบว่าความเป็นมืออาชีพของผู้จัดการจะมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับนวัตกรรม (Atuahene Gima. 1996)

การนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ นอกจากจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตแล้ว ยังเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาค่าแรงงานที่สูงขึ้นได้ ซึ่งจะช่วยให้ขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มสูงขึ้น แม้ในประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างประเทศสิงคโปร์ โดยรัฐบาลให้การสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจ ให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้ช่วยกันนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) มาใช้กันมาก ๆ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2554)

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว. 2554) ได้ทำการวิจัยการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและมาตรการการรองรับ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มประเทศอาเซียน ได้ศึกษาเรื่องการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า วิสาหกิจไทยโดยเฉพาะกลุ่มขนาดย่อมและวิสาหกิจรายย่อยยังมีจุดอ่อนในหลายด้าน อาทิ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนที่อยู่ในเกณฑ์ต่ำ การบันทึกบัญชีที่ไม่ถูกต้องหรือไม่สมบูรณ์ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารและการผลิตมีน้อย และข้อจำกัดด้านภาษาต่างประเทศ หน่วยงานภาครัฐต่างตระหนักและเข้าใจถึงข้อดีของวิสาหกิจดังกล่าว แต่ด้วยโครงสร้างการบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐในปัจจุบันทำให้ประสิทธิภาพในการให้บริการและการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมลดลง เนื่องจากไม่ได้นำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้กำหนดไว้ไปใช้เป็นกรอบในการจัดสรรงบประมาณให้กับหน่วยปฏิบัติอย่างเต็มที่ เป็นผลให้การส่งเสริมวิสาหกิจในแต่ละหน่วยงานเป็นลักษณะต่างฝ่ายต่างดำเนินการ เกิดความซ้ำซ้อน และสร้างความสับสนกับผู้ประกอบการ

ผลของการศึกษาในครั้งนี้นำมาสู่ยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ซึ่งหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปขยายผลเป็นแผนปฏิบัติ เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยได้ประโยชน์จากการร่วมเป็นสมาชิกในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่หนึ่ง : ปรับปรุงกระบวนการทำงานของภาครัฐให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ยุทธศาสตร์ที่สอง : พัฒนาความได้เปรียบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้

เข้มแข็ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยุทธศาสตร์ที่สาม : ส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยขยายการค้า-การลงทุนในประเทศสมาชิกอาเซียนใหม่

ยุทธศาสตร์ที่สี่ : ส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยเข้าสู่ระบบห่วงโซ่อุปทานระดับโลก

โดยกำหนดให้การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นวาระแห่งชาติ นอกจากนี้ ควรปรับโครงสร้างการบริหารของหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย รวมถึงประสานงานให้เป็นศูนย์กลางอย่างแท้จริงและเป็นที่ยอมรับของหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงผลักดันระบบการเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (National Single Window) มาใช้โดยเร็วเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และสร้างเว็บท่า (A Single Portal) แห่งเดียว ในการให้คำปรึกษาการดำเนินธุรกิจเพื่อลดความสับสนในการเข้ามาขอรับบริการจากภาครัฐ การจัดสรรงบประมาณหรือการทำแผนและโครงการควรใช้วิธีงบประมาณแบบต่อเนื่อง (Rolling Budget) มากกว่าการจัดสรรในลักษณะงบประมาณประจำปี (Annual Budget) วิธีนี้จะช่วยให้เกิดความต่อเนื่องและสร้างเครือข่ายการส่งเสริมระหว่างหน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนกลาง-ส่วนภูมิภาค และระหว่างหน่วยงานภาครัฐ-เอกชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยสามารถขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนาความได้เปรียบของตนเองได้ดียิ่งขึ้น ขณะเดียวกันยังเป็นการจูงใจให้วิสาหกิจรายเดิมสนใจที่จะเข้าระบบโดยจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลที่ถูกต้องตามกฎหมาย การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอีกทางหนึ่ง คือ การสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าโดยการผสมผสานศิลปะไทยในชิ้นงาน การวัดระดับศักยภาพและส่งเสริมวิสาหกิจที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันให้สามารถส่งออก จะเป็นแนวทางหนึ่งที่กระตุ้นให้วิสาหกิจพยายามพัฒนาตนเอง อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับวิสาหกิจที่สามารถผลิตสินค้าได้มีคุณภาพ

การส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความได้เปรียบและสนใจการขยายกิจการ หรือดำเนินธุรกิจใหม่ในกลุ่มประเทศนอกภูมิภาคอาเซียน รัฐบาลควรให้บริการข้อมูลด้านธุรกิจที่ควรลงทุนแก่วิสาหกิจไทย

เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นและอำนวยความสะดวกให้แก่นักลงทุนต่างชาติ หน่วยงานภาครัฐควรดำเนินการในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติมดังนี้คือ การประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลอย่างต่อเนื่องถึงสถานการณ์ของประเทศไทยว่ามีความสงบและไม่มีอันตราย การสร้างความเชื่อมั่นให้นักลงทุนมั่นใจว่านโยบายการส่งเสริมการลงทุนนั้นจะไม่เปลี่ยนแปลงตามการเปลี่ยนรัฐบาล การลดขั้นตอนและกฎระเบียบของหน่วยงานภาครัฐที่ซ้ำซ้อน และการจัดทำกฎหมายและกฎระเบียบของไทยให้มีหลายภาษา

ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2554) ได้

ดำเนินการศึกษาโครงการศึกษา วิเคราะห์นโยบาย ติดตามและประเมินผลนโยบายระหว่างประเทศ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกี่ยวกับสาขาบริการ 3 สาขา คือ สาขาท่องเที่ยว สาขาสุขภาพและสาขาโลจิสติกส์นั้น ในส่วนที่เป็นสาขาท่องเที่ยว ได้สรุปผลดังต่อไปนี้ การท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ สามารถสร้างรายได้ให้ประเทศเป็นจำนวนมาก ซึ่งในจำนวนนี้เป็นรายได้ที่มาจากผู้ประกอบการ SMEs ในสัดส่วนที่สูง จุดแข็งของภาคการท่องเที่ยวไทย เช่น ท่าเรือที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ความหลากหลายของสถานที่และทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ราคาและค่าครองชีพอยู่ในระดับไม่สูงนักเมื่อเทียบกับประเทศอาเซียนอื่น คุณสมบัติของคนไทยที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและมีจิตใจในการให้บริการ ในขณะที่เดียวกันก็มีจุดอ่อนหลายประการ เช่น ปัญหาการขาดเสถียรภาพทางการเมือง ปัญหาบุคลากรขาดความสามารถในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ ปัญหาความเสื่อมโทรมและมลพิษด้านต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว สำหรับผลกระทบจาก AEC ที่จะมีต่อธุรกิจโรงแรมนั้น ในระยะสั้นคาดว่าจะไม่น่าจะมีมากนัก เนื่องจากการผูกพันเพื่อเปิดเสรีของไทยในธุรกิจกลุ่มนี้จะมีน้อยมาก โดยเป็นการเปิดเสรีเฉพาะ โรงแรมในระดับ Superior Deluxe หรือระดับสูงกว่า 5 ดาวขึ้นไป แต่หากพิจารณากรณีการเปิดเสรีอย่างเต็มรูปแบบในระยะยาวแล้วพบว่า ผลกระทบต่อธุรกิจกลุ่มนี้จะมีมากขึ้น แต่จะเกิดกับธุรกิจขนาดกลางเป็นส่วนใหญ่ คาดว่าจะประสบกับความเสี่ยงด้านการเงินภายใต้การแข่งขันจากทุนต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น จึงเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการควรมีการเตรียมการเพื่อรองรับการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นอย่างรุนแรงในอนาคต

2.7.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน

Kim (2555) ได้ทำวิจัยเรื่อง Tourism destination competitiveness, Globalization, and strategic development from a development economics perspective จากกลุ่มตัวอย่าง 139 ตัวอย่าง สรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระ 4 ตัว คือ 1) core resources and attractions 2) demand condition 3) destination management และ 4) complementary condition แต่ละตัวมีอิทธิพลในทางบวกต่อตัวแปรตาม คือ Tourism destination competitiveness ตัวชี้วัดของตัวแปรตามคือ 1) จำนวนของนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว 2) ส่วนแบ่งตลาด 3) อัตราการเติบโตของค่าใช้จ่ายต่อการเดินทางแต่ละครั้ง 4) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 5) ประสิทธิภาพ และ 6) สัดส่วนของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่จ่ายจริงต่อผลรวมของรายได้ประชาชาติที่แท้จริง สรุปโดยรวม การเพิ่มการแข่งขันที่จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเป็นทางที่เพิ่มระดับเศรษฐกิจของประเทศให้ดีขึ้น และยังปรับปรุงให้มาตรฐานในการดำรงชีวิตของประชากรที่อาศัยในแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้นด้วย

Angelov (2010) ได้ทำวิจัยเรื่อง Service design capability: Towards a service-based view of the firm ทดลองจาก 984 ตัวอย่าง โดยการสัมภาษณ์จากงานบริการทั่วไป สรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระคือ Distinctive service capability มีอิทธิพลเชิงบวกต่อตัวแปรตามคือ Sustainable competitiveness advantages (SCA) โดยที่ความสามารถทางการบริการ เช่น ฐานการตลาด ฐานความรู้และฐานเทคโนโลยี จะเป็นตัวกระตุ้นตัวแปรอิสระทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ จน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

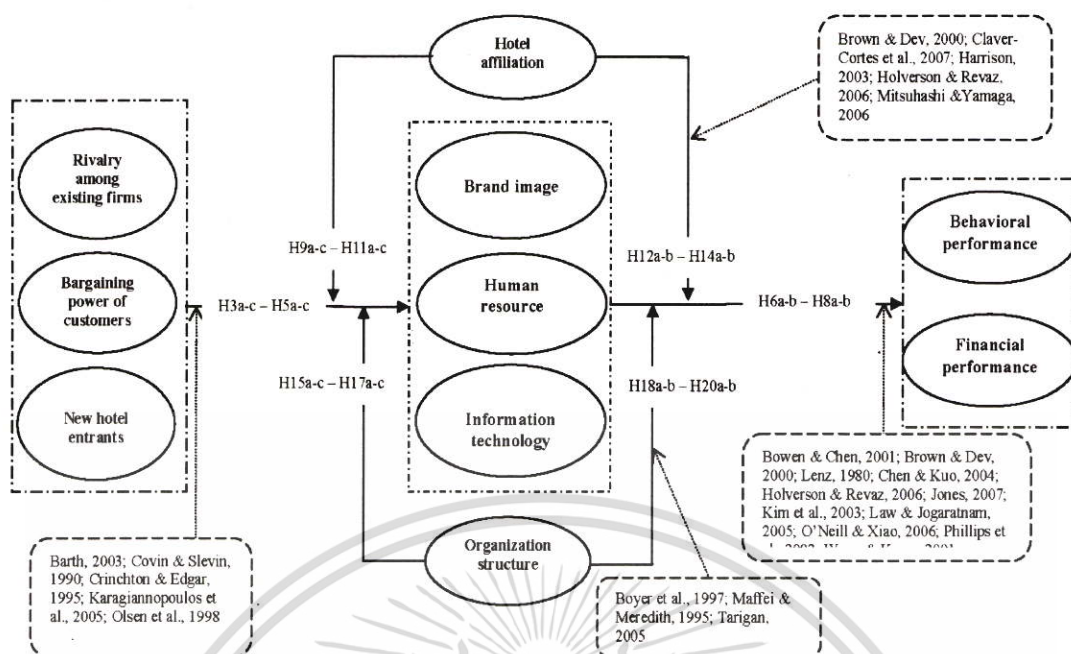
ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืนต่อองค์กร จนทำให้ผลประกอบการของธุรกิจประสบความสำเร็จ โดยตัวชี้วัดของ SCA คือ บริการ ความสามารถ การออกแบบ และตัวชี้วัดของผลประกอบการของธุรกิจคือ ส่วนแบ่งตลาดและผลกำไรทางการเงิน

Rodriguez (2011) ได้ทำวิจัยเรื่อง The competitiveness of Puerto Rican Small and Medium-Sized Enterprises จากกลุ่มตัวอย่าง 218 SMEs โดยใช้แบบสอบถามสรุปได้ว่า ตัวแปรตามคือการแข่งขันที่นับเป็นคะแนน ตัวแปรอิสระคือ ชนิดของกิจการ จำนวนลูกจ้าง สายงานหลักของกิจกรรมธุรกิจ จำนวนปีที่ทำธุรกิจ และจำนวนปีที่ส่งสินค้าออกไปขายต่างประเทศ ได้ผลว่าตัวแปรอิสระ 2 ตัว คือ สายงานหลักของกิจกรรมธุรกิจและจำนวนปีที่ส่งสินค้าออกไปขายต่างประเทศเท่านั้นที่มีอิทธิพลในทางบวกกับตัวแปรตาม และจากการวิจัยยังสรุปได้อีกว่า 1) ความสามารถในการทำนวัตกรรมสิ่งใหม่ๆ คุณภาพของแรงงาน และความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาการสร้างพันธมิตรกับองค์กรอื่น ๆ จะเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้ระดับการแข่งขันขององค์กรมีประสิทธิภาพถึงบรรลุเป้าหมายได้ 2) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการประจำท้องถิ่น จะเป็นสิ่งที่จะเติมเต็ม โดยกลยุทธ์ crafting internationalizes จะตอบสนองไปตามความต้องการของวิสาหกิจท้องถิ่นได้ การแข่งขันที่นับเป็นคะแนน โดยคำนวณตาม Global Competitiveness Report ที่ใช้ในการประชุม World Economic Forum (WEF) ดังนี้ 0.8 คะแนน วัดจากคุณภาพของสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจระดับชาติ ประกอบด้วย 1) เงื่อนไขปัจจัยการผลิต 2) เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ 3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน และ 4) โครงสร้างตลาด / การแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร ส่วนอีก 0.2 คะแนน วัดจาก ส่วนที่รวมของนวัตกรรม และความซับซ้อนของฝ่ายปฏิบัติการและกลยุทธ์องค์กร

Fotiadis et al. (2009) ได้ทำวิจัยเรื่อง Sustainable development and small and medium hotel enterprises: The case of Pieria Prefecture จากกลุ่มตัวอย่างการใช้โทรศัพท์ 84 ราย และการใช้แบบสอบถาม 68 ราย สรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable tourism development: STD) จะก่อให้เกิด ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Sustainable competitive advantage: SCA) ของธุรกิจโรงแรม ที่ทำให้มีผลกำไรในระยะยาว เป็นการรักษาความภักดีของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจให้อยู่ยั่งยืนและรักษาพนักงานให้ทำงานอยู่กับองค์กรได้อย่างยาวนาน และวิจัยฉบับนี้ คาดหวังว่า โรงแรมจะทบทวนกิจกรรมของโรงแรมให้สัมพันธ์ที่ดีกับสิ่งแวดล้อมทั้งกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม

Tavitayaman (2009) ได้ วิ จ ย เ รื่ อ ง The Impact of Industry Forces on Resource Competitive Strategies and Hotel Performance โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Structural Equation Modelling (SEM) ตามกรอบแนวคิดการวิจัยของวิจัยฉบับนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.7 The Hotel Competitive Advantage Model

2.7.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

Presenza and Cipollina (2010) ได้ทำวิจัยเรื่อง Analyzing tourism stakeholders networks จากกลุ่มตัวอย่าง 354 ธุรกิจบริการทางด้าน โรงแรมโดยใช้แบบสอบถาม สรุปได้ว่า 1) ส่วนได้เสียขององค์กรต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับความร่วมมือกัน ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน 2) กลยุทธ์การกำหนดจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องการความร่วมมือและรูปแบบเฉพาะการฝึกการสร้างงานอย่างพร้อมใจกันยิ่งขึ้น และต้องมีความซื่อสัตย์เป็นข้อยึดมั่นในการแลกเปลี่ยนข้อมูล และความชำนาญในงานแต่ละชนิดพร้อมกับต้องรวมความสัมพันธ์ระหว่างกันให้เป็นหนึ่งเดียวกันให้ได้ 3) ผู้รับผิดชอบแต่ละองค์กรสามารถให้เครือข่ายวิสาหกิจหรือพันธมิตรทางธุรกิจ ไปเพิ่มความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในเชิงธุรกิจได้เป็นอย่างดี 4) หน่วยงานภาครัฐ (สำนักงานการท่องเที่ยว, หน่วยงานรัฐส่วนภาคและจังหวัด) เป็นตัวจักรสำคัญสำหรับกิจกรรมการตลาดและการจัดการมากกว่าหน่วยงานภาคเอกชนในการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว ยกเว้น Travel Agencies ที่จะมีความพึงพอใจที่จะทำงานเป็นเอกเทศ

2.7.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน

Nazemi & Shirazi (2010) ได้วิจัยเรื่อง Effectiveness of Government supports of Small manufacturing firms in Iran ทดลองจากตัวอย่าง สรุปได้ว่า ความเป็นผู้ประกอบการของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ในเรื่องของ 1) การควบคุมภายใน 2) ความต้องการที่จะบรรลุเป้าหมาย 3) การหาโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ และ 4) ความสามารถเฉพาะทางสังคม จะมีอิทธิพลในทางบวกของความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในทางบวก พร้อมกับความมีโชคจากภายในและภายนอกองค์กร ก็จะมีอิทธิพลในทางบวกต่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเหมือน โดยมีตัวชี้วัดคือ ความแตกต่างของตัวผลิตภัณฑ์ และการทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าต่ำ Tambunan (2008) ได้เขียนวิจัยเรื่อง SMEs development in Indonesia: Do economic growth and government support matter? สรุปได้ว่า รัฐบาลสนับสนุน SMEs 2 ทางกล่าวคือ 1) ทางตรง ภาครัฐสนับสนุน โครงการเงินกู้พิเศษและโครงการฝึกอบรมสำหรับ SMEs โดยเฉพาะ 2) ทางอ้อม ภาครัฐสนับสนุน บริการสาธารณะทั่วไปและโครงการสาธารณสุขขั้นมูลฐาน ผู้วิจัยได้วิจัยเชิงปริมาณ โดยมีตัวแปรตาม คือ SME-GDP ตัวแปรอิสระ คือ GDP P.C และ G/GDP (G/GDP กระจุกตัวกว่า GDPPC (Level real income per capita = ระดับรายได้ที่แท้จริงต่อ 1 คน) โดยมีตัวแปรควบคุมคือ ค่าใช้จ่ายวิจัยและการพัฒนา เช่น จำนวนร้อยละของยอดขายการจ้างงานแรงงานที่มีฝีมือ) ผลปรากฏว่า ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปรตาม และยังสรุปได้ว่า 1) SMEs ทำให้การแข่งขันและความเป็นผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น และทำให้ประโยชน์ภายนอกเพิ่มขึ้น เช่น ประสิทธิภาพของการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การมีนวัตกรรมเกิดขึ้น และการสะสมการเติบโตทางด้านผลิต 2) การสนับสนุนทางการเงินสำหรับ SMEs จะกระตุ้นการพัฒนาและการเติบโตทางเศรษฐกิจให้ดีขึ้น 3) SMEs อยู่รอดได้เพราะการได้รับการช่วยเหลือโดยตรงจากภาครัฐ โดยเฉพาะ เงินทุน การฝึกอบรม และการช่วยเหลือทางเทคนิคต่าง ๆ

Suhail Sami Sultan (2007) ได้กล่าวว่า นโยบายของรัฐบาลประเทศจอร์แดน ในการสนับสนุน SMEs ควรจะยึดกับระดับนานาชาติ ระดับภูมิภาคและส่วนท้องถิ่นและรวมไปถึง 1) นโยบายระดับมหภาคที่มั่นคง เช่น การแข่งขัน การค้าระหว่างประเทศและการลงทุน ตลาดเงิน ตลาดแรงงานและการศึกษา 2) ทำกรอบทางข้อบังคับให้สอดคล้องกับความต้องการของ SMEs 3) ส่งเสริมกฎหมายและระบบที่สนับสนุนการพัฒนาและการกระจายเทคโนโลยี ในทางที่ช่วยกระตุ้น SMEs กระทำให้เกิดประโยชน์แก่พวกเขา 4) ช่วยลดอุปสรรคที่จะทำให้ SMEs เข้าสู่ตลาดโลก 5) ความรับผิดชอบของภาครัฐ ที่จะประเมินต้นทุนและผลประโยชน์ของเงินกู้ที่ผ่านทางธนาคารด้วยความเชื่อถือของภาครัฐ

Turk & Trkman (2009) ได้ทำวิจัยเรื่อง A conceptual model for the development of broadband and E-Government สรุปได้ว่า การพัฒนาการขยายช่องช่วงความถี่ จะมีอิทธิพลในทางบวกต่อการใช้ E-Government และ การใช้ E-commerce ประโยชน์ของการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นปัจจัยหลักของการใช้ E-Government และผู้ใช้บริการห่วงเกี่ยวกับคุณภาพของข่าวสารและคุณภาพการบริการมากกว่าคุณภาพของระบบที่ส่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

Youndt, M. A., Subramaniam, M., & Snell, S. A. (2004) ได้เขียน วิจัยเรื่อง Intellectual capital profiles: An examination of investments and returns ทดลองตัวอย่างจากการส่งแบบสอบถาม 919 องค์กร แต่ได้คืนเพียง 208 องค์กร สรุปได้ว่า จากการตรวจสอบจะลงทุนอย่างไรในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยีสารสนเทศและการวิจัยพัฒนาของทุนทางทรัพย์สินทางปัญญา (ทุนมนุษย์ ทุนทางสังคมและทุนทางองค์กร) และตรวจสอบความแตกต่างระหว่างการได้ผลตอบแทนทางการเงินและ Tobin'sq พบว่า การลงทุนทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์และทางเทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลในทางบวกต่อทุนทางทรัพย์สินทางปัญญามากกว่าการลงทุนทางวิจัยและพัฒนาการลงทุนทางทุนมนุษย์และทุนทางสังคม ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลในทางบวกต่อผลตอบแทนทางการเงินมากกว่าทุนทางองค์กร ในขณะที่การลงทุนทางเทคโนโลยีสารสนเทศจะมีอิทธิพลในทางบวกต่อทุนทางสังคมมากกว่าอย่างอื่น

Youndt, M. A., subramaniam, M. (2005) ได้ร่วมกันเขียนวิจัยเรื่อง The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities ทดลองตัวอย่างจาก 93 องค์กร ในการศึกษา Longitudinal, multiple informant ได้ค้นพบว่า ทุนมนุษย์ ทุนองค์กร และทุนสังคมที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมทั้งส่วนต่อและเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน ทุนทางองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อนวัตกรรมแบบส่วนต่อเดิมขณะที่ทุนมนุษย์มีปฏิกริยาร่วมกัน ทุนทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกต่อนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน อย่างไรก็ตาม ทุนมนุษย์โดยตัวมันเองสัมพันธ์ทางลบกับนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน และทุนทางสังคมมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมทั้ง 2 แบบ

Radulovich (2008) ได้เขียน วิจัยเรื่อง An empirical examination of the factors affecting the internationalization of professional service SMEs: The case of India กลุ่มตัวอย่าง 200 SMEs ที่เกี่ยวข้องกับ professional service firms สรุปได้ว่า Entrepreneurial Orientation และ Human Capital มีอิทธิพลต่อ Service Innovation และ Degree of Internationalization ในเชิงบวก และยังไปมีอิทธิพลต่อ Performance ในทางบวก และ Service Innovation มีอิทธิพลต่อ Degree of Internationalization ในทางบวก

Wang (2005) ได้ทำ วิจัย เรื่อง Strategic human resources, innovation and entrepreneurship fit ทดลองตัวอย่าง 358 ผู้จัดการจาก 75 บริษัท

สรุปได้ว่า หน้าที่ของ HRM จะมีอิทธิพลในทางบวกของส่วนแต่ละส่วนของผลประกอบการองค์กรทุกตัว อันประกอบด้วย ผลประกอบการทางการตลาด ผลกำไร สักยภาพการแข่งขัน ผลประกอบการที่เป็นนวัตกรรม การลาออกของพนักงานลดลง ความสำเร็จในงาน ความพึงพอใจของพนักงานและกลยุทธ์ของ HRM จะมีอิทธิพลในทางบวก ส่วนแต่ละส่วนของผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกอบการองค์การเฉพาะผลประกอบการที่เป็นนวัตกรรม การลาออกของพนักงาน ความสำเร็จในงาน ความพึงพอใจของพนักงานเท่านั้น

2.7.3.2 วิจัยที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมและพัฒนา

Awuah & Amal (2009) ได้เขียน วิจัยเรื่อง Impact of globalization. The ability of less developed countries' firms to cope with opportunities and challenges จากตัวอย่างได้ผลสรุป ดังนี้ ความสามารถขององค์การที่แบ่งเป็นการสร้างนวัตกรรม การเรียนรู้ และ ความเป็นนานาชาติ จะมีอิทธิพลในทางบวกต่อศักยภาพการแข่งขันของ SME โดยผ่านพันธมิตรทางธุรกิจหรือเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นตัวเสริม โดยศักยภาพการแข่งขันมีตัวชี้วัด คือ

Fyllingness (2009) ได้วิจัยเรื่อง Internet as a training tool in small tourism and hospitality business in Norway จากการทดลองกลุ่มตัวอย่าง 615 ตัวอย่าง ได้ค้นพบสมบรูณ์ 149 ตัวอย่าง สรุปได้ว่า การฝึกอบรมผ่าน Internet จะเป็นสิ่งที่สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของ SMEs ได้ แต่ผู้ประกอบการต้องมีทัศนคติที่เป็นบวกต่อการฝึกอบรมและการยอมรับวิธีการใช้เทคโนโลยีผ่านอินเทอร์เน็ต การวิจัยค้นพบว่า อุปสรรคต่อการฝึกอบรมและพัฒนาคือทัศนคติของผู้ประกอบการ ขาดหลักสูตรที่สอดคล้องกับกิจการ ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม ความไม่สะดวกของเวลาและสถานที่ที่จะส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรม

2.7.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ

Tanvisuth (2007) ได้ทำวิจัยเรื่อง International Entrepreneurship Activities Among Thai SMEs ทดลองจากตัวอย่างสรุปได้ดังนี้ ลักษณะขององค์การที่ประกอบด้วยความเป็นผู้ประกอบการ วิชิตคิดทำการค้าระดับโลก ความสามารถในการเลียนแบบและความยืดหยุ่นของกลยุทธ์จะมีอิทธิพลในทางบวกต่อผลประกอบการขององค์การที่ประกอบด้วย ผลประกอบการที่เป็นกลยุทธ์แบ่งออกเป็น ความสามารถในการแข่งขัน การเรียนรู้การใช้เทคโนโลยี การเรียนรู้บริหารจัดการ และวิธิตติดต่อพร้อมสร้างเครือข่าย และผลประกอบการด้านการเงินแบ่งออกเป็น ยอดขาย (ROS) และผลตอบแทนที่เป็นทรัพย์สิน (ROA) ทั้งนี้มีตัวแปรเสริมคือ ความเป็นผู้ประกอบการนานาชาติ ที่มีคุณสมบัติดังนี้ มีความรู้ในการนำเข้าและส่งออก การลงทุนจากต่างประเทศโดยตรง กลยุทธ์การสร้างพันธมิตร การใช้จ้างเหมาผู้อื่นมาทำงานให้เราที่เราไม่ชำนาญ ที่เป็นตัวที่ทำให้ลักษณะขององค์การมีอิทธิพลในทางบวกต่อผลประกอบการขององค์การมากขึ้น นอกจากนี้การวิจัยยังค้นพบอีกว่า ความเป็นผู้ประกอบการของ SMEs ไทย จะมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในทางบวกเฉพาะ การมีความคิดทางนวัตกรรมกับความกระตือรือร้นในการทำงานเท่านั้น ส่วนการเผชิญกับเสียงต่าง ๆ ของผู้ประกอบการไทยจะมีน้อย ซึ่งตรงกับธรรมเนียมนิสัยของไทย โดยส่วนใหญ่ที่ไม่ค่อยชอบความเสี่ยงนัก และยังคงค้นพบในส่วนของความสามารถในการเลียนแบบ จะมีอิทธิพลในทางบวกต่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีทางธุรกิจ

Willie (2011) ได้วิจัยเรื่อง A comparative study of the hotel industry: revenue management strategy in Canada and The United States ใช้กลุ่มตัวอย่าง โรงแรม 70 แห่งในประเทศอเมริกาและอีก 70 แห่งในประเทศแคนาดา ได้ผลสรุปดังนี้ อิทธิพลและการควบคุมของสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการแข่งขันเครือข่ายวิสาหกิจด้วย และผลกระทบทางเศรษฐศาสตร์มหภาคพร้อมกับการใช้เทคโนโลยี ความเชี่ยวชาญของทรัพยากรมนุษย์ และผลกระทบทางสถาบัน มีอิทธิพลทางบวกต่อผลประกอบการที่จัดการด้านโรงแรม

Blotnicky (2009) ได้วิจัยเรื่อง Examining the impact of marketing orientation on information technology adoption in Canadian firms ทดลองกลุ่มตัวอย่าง 217 ตัวอย่าง สรุปได้ว่าแนวคิดทางการตลาด ตัวแปรอิสระที่เป็นการใช้หลักของเทคโนโลยีและการตลาด competitive intensity และตัวแปรอิสระที่เป็นขนาด (จำนวนลูกค้าและจำนวนห้อง) ผู้ประกอบการและประสบการณ์ในการทำงาน จะมีอิทธิพลทางบวกต่อการยอมรับในเทคโนโลยีที่ข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต และยังมีอิทธิพลต่อการจัดการตลาดจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งทั้ง 2 ตัวแปรอาจเป็นตัวแปรอิสระหรือตัวแปรตาม และในที่สุดต่างมีอิทธิพลในทางบวกต่อผลกระทบเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสารที่มาจากอินเทอร์เน็ต จะเป็นได้ว่า การยอมรับในเทคโนโลยีที่ผ่านอินเทอร์เน็ต จะทำให้เป็นประโยชน์ในการใช้งานอย่างมาก

2.7.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมทางด้านบริการ

Walsh, M., Lynch, P., and Harrington, D. (2011) ได้วิจัยเรื่อง A Capability-Based Framework for Tourism Innovativeness สามารถสรุปได้ว่า วัฒนธรรมและบรรยากาศการทำงานในองค์กร กลยุทธ์ของกิจการพร้อมกับทุนทางปัญญา จะก่อให้เกิดนวัตกรรมหรือความคิดสร้างสรรค์ใหม่ อันมีผลทำให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืนขององค์กร ได้ทำการทดลองกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไอร์แลนด์ ซึ่งเป็นส่วนที่ทำได้ให้ประเทศชาติไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 4 ของรายได้ประชาชาติรวมและก่อให้เกิดการจ้างงานมากกว่า 200,000 คนในประเทศ (Tourism Ireland, 2547)

Walker, Damanpour, & Avellanda (2007) ได้วิจัยเรื่อง Combinative effects of innovation type on performance: A longitudinal study of public services ทดลองตัวอย่างจาก Longitudinal study of English Public Services สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระคือ นวัตกรรมทางบริการ นวัตกรรมทางเทคโนโลยี และ นวัตกรรมทางการจัดการ ตัวแปรตามคือ ผลประกอบการขององค์กร ตัวแปรควบคุม คือ 1) ขนาดขององค์กร 2) การมีลักษณะเป็นเมืองมากกว่าชนบท ทั้ง 2 องค์ประกอบเป็นตัวสร้างผลประกอบการให้มากขึ้น ส่วนอีก 2 องค์ประกอบ คือ 3) ความต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการ และ 4) การแตกตัวออกไปจากการบริการ ซึ่งจะไปจำกัดผลประกอบการ ผล ตัวแปรอิสระ ทุกตัวมีอิทธิพลในทางบวกต่อตัวแปรตาม

Cainelli, Evangelisa, & Savona (2006). ได้ วิ จั ย เรื อ ง Innovation and economic performance in services: A firm level analysis ทดลองตัวอย่างจาก Longitudinal study of Services in Italy สามารถสรุปได้ว่า 1) มีความแตกต่างกันอย่างเด่นชัดระหว่างนวัตกรรมทางสินค้าและกระบวนการในด้านบริการ รวมไปถึงผลกระทบต่อผลประกอบการทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ 2) ตัวชี้วัดของผลประกอบการคือ อัตราการเติบโตโดยยอดขายประจำปีโดยเฉลี่ยและยอดขายต่อพนักงาน โดยเฉลี่ย 3) ธุรกิจที่มีผลประกอบการดีที่สุดมาจากการทำนวัตกรรม และ 4) นวัตกรรม เป็นกุญแจสำคัญที่มีผลกระทบต่อผลประกอบการทางเศรษฐกิจและกิจกรรมทางด้านนวัตกรรมมีผลกระทบในทางบวกต่อระดับการผลิตใน 3 ปีที่ตามมา จึงสรุปได้ว่า องค์กรที่มีผลงานดีที่สุดจะ ใช้ นวัตกรรมเป็นตัวนำเสนอ

Agarwal, Erramilli, & Dev (2003) ได้ วิ จั ย เรื อ ง Market orientation and performance in service firms: Role of innovation ทดลองตัวอย่างจาก โรงแรมนานาชาติ 201 แห่ง สามารถสรุปได้ ว่า 1) นวัตกรรมบางอย่างจะอยู่ตรงกลางความสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายทางการตลาดและผล ประกอบการ 2) เป้าหมายทางการตลาดที่ประสบความสำเร็จกระตุ้นการใช้ นวัตกรรมควบคู่กัน ไป Nijssen, Hillebrand, Vermeulen, & Kemp (2006) ได้ วิ จั ย เรื อ ง Exploring product and service innovation similarities and differences ทดลองตัวอย่าง 217 หน่วยบริการและ 105 หน่วยผลิตสินค้า ของ SMEs ในประเทศเนเธอร์แลนด์ สามารถสรุปได้ว่า 1) ผลกระทบของนวัตกรรมมีผลต่อการ บริการมากกว่าตัวสินค้าทั้งในเรื่องความหนักแน่นและการแพร่กระจาย และการเปรียบเทียบของ การพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ยืนยันว่า ความ โน้มเอียงของกิจการในเรื่องนวัตกรรมจะมีอิทธิพล ในทางบวกต่อผลงานอย่างรุนแรงทั้งตัวสินค้าและบริการอย่างมาก 2) ผลกระทบมีผลต่อการ บริการมากกว่าตัวสินค้า 3) การ ได้ เปรียบทางด้านตัวสินค้าหรือคุณค่าการรับรู้ของผู้บริ โภคของนวัตกรรม ใหม่ ๆ มีส่วนสัมพันธ์ไปถึงคู่แข่ง ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จและผลประโยชน์ทางการเงินที่เป็นผลมา จากนวัตกรรม

Atuahene-gima (1996) ได้ วิ จั ย เรื อ ง Market orientation and innovation ทดลองตัวอย่างจาก 117 หน่วยบริการ และ 158 หน่วยผลิตสินค้าของธุรกิจในประเทศออสเตรเลีย สรุปได้ว่า 1) การ ได้ เปรียบเชิงตัวสินค้าที่ใช้ นวัตกรรม จะเป็นเสมือนองค์ประกอบแห่งความสำเร็จองค์ประกอบหนึ่ง ที่มีส่วนทำให้ผลงานทางการเงินมากขึ้น 2) กลยุทธ์ทางด้านทรัพยากรมนุษย์กับการพัฒนาบริการ ใหม่เป็น 2 องค์ประกอบร่วมกันที่สำคัญที่ทำให้เกิดผลสำเร็จต่อกิจการ 3) การ ได้ เปรียบตัวสินค้าจะ เป็นปัจจัยหลักที่ชี้วัดความสำเร็จของการตลาด และ 4) สินค้าใหม่ออกมาไปถึงผู้บริโภคมีอิทธิพล ในทางลบต่อความสำเร็จของการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

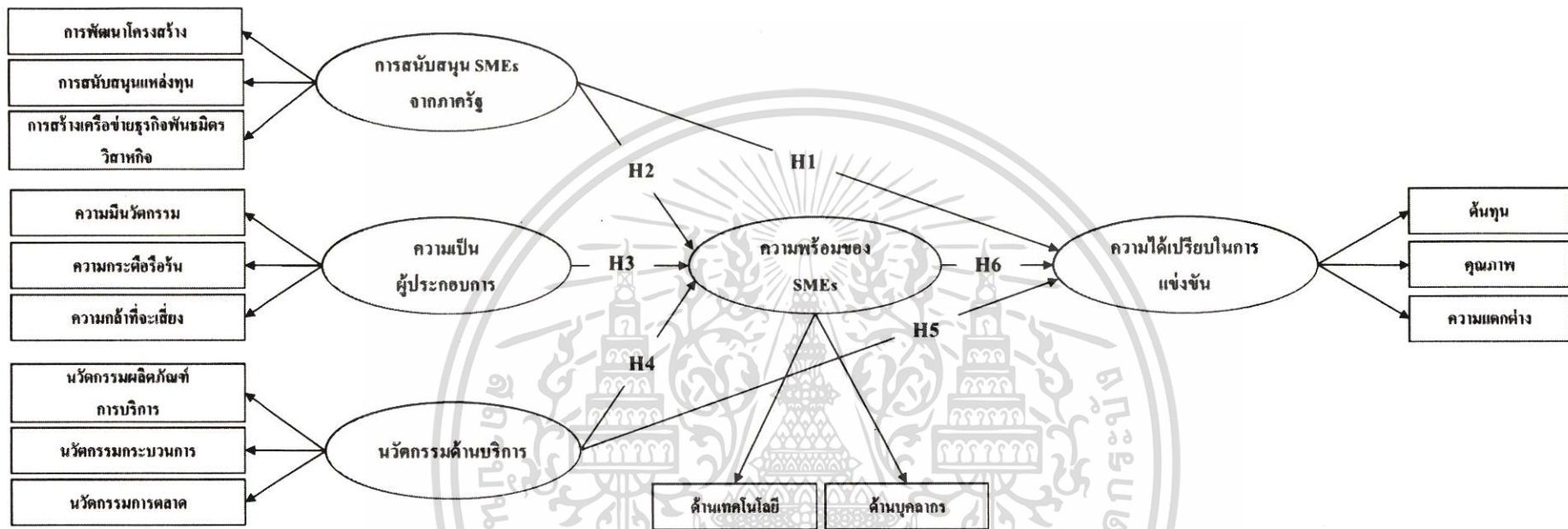
Angelov (2553) ได้เขียน วิจัยเรื่อง Service design capability : towards a service based view of the firm ทดลองตัวอย่าง 984 ตัวอย่างแบ่งเป็นส่วน คำจำกัดความของบริการ 292 ตัวอย่าง เป็นส่วนความสามารถเฉพาะตัว 301 ตัวอย่างและ ส่วนกระบวนการออกแบบอีก 337 ตัวอย่าง ได้ผลสรุปดังนี้ พื้นฐานเกี่ยวกับ การตลาด ความรู้และเทคโนโลยีเป็นส่วนประกอบของ ความสามารถทางบริการ ที่จะทำให้บริการเด่นชัดยิ่งขึ้น อันมีผลทำให้ความ ได้เปรียบเชิงการ แข่งขันยั่งยืน โดยมีลักษณะขององค์กรที่เป็นขนาดและปริมาณธุรกิจที่มีและลักษณะทางบริการซึ่ง เป็นสิ่งที่ไม่มีความยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงแบบถ่ายถอดได้ เป็นตัวสนับสนุนและในที่สุดทำให้ผล ประกอบการของธุรกิจดีขึ้น โดยมีตัววัดคือ การเงินและการตลาด เป็นต้น

2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย ตัวแปรทางการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา สามารถเขียนเป็นรูปกรอบแนวคิดการวิจัย ตัวแปร ทางการวิจัยและสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

2.8.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้อยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีการ ได้เปรียบในเชิงการแข่งขันและแนวคิดการวิจัย ที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก ทั้งนี้เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของการวิจัยในครั้งนี้ การอธิบายถึงปัจจัย ชีววัดของความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและ รูปแบบการศึกษาที่ประกอบด้วยองค์ประกอบหลักที่มีผลต่อความพร้อมในการแข่งขันของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรม โรงแรมไทย ซึ่งสามารถแสดง ในภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.8.2 ตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัย

ประกอบด้วย ตัวแปรตาม คือ ความได้เปรียบในการแข่งขันประกอบด้วยปัจจัยทางด้านต้นทุน ด้านคุณภาพและปัจจัยทางด้านความแตกต่าง ตัวแปรอิสระมี 4 กลุ่ม คือ 1) การสนับสนุนของภาครัฐ ประกอบด้วย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การสร้างเครือข่ายวิสาหกิจและการสนับสนุนแหล่งทุน 2) ความเป็นผู้ประกอบการ 3) นวัตกรรมด้านบริการ 4) ตัวแปรคั่นกลางคือ ความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความพร้อมทางเทคโนโลยีและปัจจัยความพร้อมทางด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ และการฝึกอบรมต่อเนื่อง จากกรอบแนวคิดการวิจัย สามารถสรุปเป็นเบื้องต้นก่อนได้ว่า ตัวแปรอิสระที่เป็นการสนับสนุนของภาครัฐ ตัวแปรที่เป็นผู้ประกอบการ และตัวแปรนวัตกรรมบริการต่างมีผลต่อตัวแปรคั่นกลางคือ ความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ก่อนที่จะส่งผลไปถึงความได้เปรียบในการแข่งขัน

ตัวแปรตาม : ความได้เปรียบในการแข่งขัน

ตัวแปรอิสระ: ทั้งประเภทตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรคั่นกลาง

ตัวแปรอิสระทั้ง 2 กลุ่ม ที่มาจากการทบทวนวรรณกรรมจะมีมาตรวัดของแต่ละตัวแปรดังต่อไปนี้ ตัวแปรอิสระที่เป็นการสนับสนุนของภาครัฐประกอบด้วย การสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ใช้คำถามจาก The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report 2555 ในส่วนของการสร้างหลักประกันในการกู้เงิน ใช้แบบสอบถามของศิริพร นพวัฒนพงศ์ (2007) ในส่วนการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจ วัดจากจำนวนครั้งที่ภาครัฐจัดกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อปีโดยผ่านเครือข่ายวิสาหกิจการท่องเที่ยว และตัวแปรคั่นกลางที่เป็นความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นองค์ประกอบสำคัญของวิสาหกิจ และถ้ามีความพร้อมในการแข่งขันตลอดเวลา จะทำให้วิสาหกิจมีความเจริญเติบโตแบบยั่งยืนด้วย ประกอบด้วย 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) ปัจจัยความพร้อมทางด้านเทคโนโลยี ใช้มาตรวัด Technological Readiness Index และใช้แบบสอบถามจาก Blotnick (2009) 2) ปัจจัยทางด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลการท่องเที่ยว ในส่วนที่เป็นทุนมนุษย์ใช้ 'HOINCAP' scale และแบบสอบถามทุนมนุษย์ของ Radulovich (2008) และ Youndt & Subramaniam (2008) ส่วนการฝึกอบรมต่อเนื่อง ใช้คำถามของ WEF (2009-2553) และแบบสอบถามของ Fyllingness (2009)

ตารางที่ 2.4 แสดงลักษณะ ตัวชี้วัดของตัวแปรสำหรับการวิจัย

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	นิยาม	ตัวชี้วัด	มาตรวัด	ผู้วิจัย หรือแหล่งที่มา
CA ความได้เปรียบ ในการแข่งขัน	Cost ลด Q คุณภาพ DF ความแตกต่าง ของบริการ	การสร้างขีดความสามารถทำ ให้บริการ รุทธิจอยู่รอด ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้าน ต้นทุน คุณภาพและด้านสร้าง ความแตกต่าง	1. ต้นทุน 2. คุณภาพ 3. การสร้างความแตกต่าง	- แบบสอบถามจาก Sekyewa (2009) ร่วมกับ Likert Scale - แบบสอบถามจาก Yoon (2005) ร่วมกับ Likert Scale	Sekyewa (2009); Yoon (2005)
GS การสนับสนุน ของภาครัฐ	ID การพัฒนา โครงสร้าง พื้นฐาน	ประกอบด้วย การขนส่งทาง บก ทางอากาศ ทางเทคโนโลยี สารสนเทศ	1. ขนส่งทางบก 2. ขนส่งทางอากาศ 3. ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ	ใช้คำถามจาก The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report 2555 พร้อม Likert scale	The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report (2555); The global competitiveness index (2555-2556)
	SL การสนับสนุน แหล่งเงินทุน	สนับสนุนแหล่งเงินกู้ได้ง่าย และสะดวกและหา หลักประกันในการกู้เงิน	1. ความสะดวกในการหา แหล่งเงินกู้ 2. หลักประกันในการกู้เงิน	ใช้แบบสอบถามจาก ดร.ศิริพร พร้อม Likert scale	Man (2008); ศิริพร นพวัฒน์พงศ์ (2007); Munikrishnan & Veerakumaran (2555)

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	นิยาม	ตัวชี้วัด	มาตรวัด	ผู้วิจัย หรือแหล่งที่มา
GS การสนับสนุน ของภาครัฐ	CB การสร้าง พันธมิตรทาง ธุรกิจ	การรวมกลุ่มอุตสาหกรรมที่ เกี่ยวเนื่องกัน หรือ ช่วย สนับสนุนซึ่งกันและกัน เป็น การเพิ่มความได้เปรียบในการ แข่งขัน	1. ต้นทุนการผลิตของธุรกิจ ต่ำลง 2. มีความร่วมมือในการทำ กิจกรรมและแก้ปัญหา ร่วมกัน 3. พัฒนาความสามารถใน นวัตกรรมบริการร่วมกัน	วัดจากจำนวนครั้งต่อปีของ การร่วมมือการจัดนิทรรศการ ท่องเที่ยวพร้อม Likert scale	Presenza & Cipollina. 2553; Preble, Reicheal & Hoffman (2000); Pine & Philips (2005); OECD (2000); Singh (2001)
SME Readiness	TR ความพร้อม ทางเทคโนโลยี	ความสามารถในการนำ เทคโนโลยีมาใช้ในการ บริหารธุรกิจได้ง่ายและสะดวก รวมถึงการนำเทคโนโลยี สารสนเทศมาบริหารข้อมูลใน การนำไปใช้ให้เกิดความ คล่องตัวและถูกต้องกับ ผู้ใช้บริการ	ความพร้อมในการใช้ เทคโนโลยี	ใช้แบบสอบถามจาก Lin & Hsieh (2007) ร่วมกับการใช้ Likert scale	Man (2008); Michma et al (2011); Pham et al (2011); Turk & Trkman (2009); Bilgihan et al (2011); The global competitiveness index 2555-2556; Go et al (1994)

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	นิยาม	ตัวชี้วัด	มาตรวัด	ผู้วิจัย หรือแหล่งที่มา
SME Readiness	T การฝึกอบรม ต่อเนื่อง	เพื่อบริหารองค์การให้ประสบความสำเร็จ ทั้งในเรื่องธุรกิจที่ ทำและการบริหารธุรกิจที่ดี	การฝึกอบรม	ใช้แบบสอบถามของ Fyllingness (2009) และใช้ คำถามจาก WEF (2009-2553) ร่วมกับใช้ Likert scale	Radulovich (2008), Wang (2005), Awuah & Amal (2009), Walsh et al (2011), Rosli et al (2555), Fyllingness(2009), Tugores (2553), Patiar (2005), Go et al (1994), Kim (2555)
	HC ทูมมนุษย์	เสริมสร้างบุคลากรให้บรรลุ เป้าหมาย มีความคิด สร้างสรรค์ มีทักษะในการ ทำงาน	1. ทักษะในการทำงาน 2. มีความคิดสร้างสรรค์	1. วัดโดยใช้ แบบสอบถาม Youndt & Scubramaniam (2008) 2. ใช้แบบสอบถามของ Fyllingness (2009) และใช้คำถามจาก WEF (2009-2553) ร่วมกับใช้ Likert scale	Radulovich (2008), Wang (2005), Awuah & Amal (2009), Walsh et al (2011), Rosli et al (2555), Fyllingness(2009), Tugores (2553), Patiar (2005), Go et al (1994), Kim (2555)
	ENT ความเป็น ผู้ประกอบการ	คุณสมบัติของบุคคลที่จะ ประกอบธุรกิจให้ประสบ ความสำเร็จ	1. ความมีนวัตกรรม 2. ความกระตือรือร้น 3. ความกล้าที่จะเสี่ยง	ใช้แบบสอบถามจาก Radulovich (2008) พร้อม Likert Scale	Radulovich (2008), Wilklund & Shepherd (2005), Griffith et al (2006)

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	นิยาม	ตัวชี้วัด	มาตรวัด	ผู้วิจัย หรือแหล่งที่มา
SME Readiness	SI นวัตกรรม ทางด้านบริการ	ความสามารถคิดประดิษฐ์ นวัตกรรมใหม่ ทางด้านบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการ ของลูกค้า	1. รูปแบบในการบริการ 2. คุณภาพในการบริการ 3. ความแตกต่างในการบริการ	- ใช้แบบสอบถามของ Radulovich (2008) ร่วมกับ Likert scale	Radulovich (2008), Angelov (2553), Michma et al (2011), Awuah & Amal (2009), Walker et al (2007).
	CS การสร้างความ พึงพอใจแก่ลูกค้า	คุณภาพของการบริการที่ดีมีผล ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ	ความพึงพอใจต่อลูกค้า	ใช้แบบสอบถามจาก Dickinson (2009) ร่วมกับ Likert scale	Olorunniwo (2006), Parasuraman (2531,2534)
	TR ความพร้อม ทางเทคโนโลยี	ความสามารถในการนำ เทคโนโลยีใช้ในการบริหาร ธุรกิจได้ง่ายและสะดวก รวมไปถึง ถึงการนำเทคโนโลยีมาบริหาร ข้อมูลให้เกิดความคล่องตัวและ ถูกต้องกับผู้ใช้บริการ	1. ความพร้อมในการใช้ เทคโนโลยี	1. ใช้แบบสอบถามจาก Lin & Hsieh (2007) ร่วมกับการใช้ Likert scale	Man (2008), Michma et al (2011), Pham et al (2011), Turk & Trkman (2009), Bilgihan et al (2011), The global competitiveness index 2555- 2556, Go et al (1994)
	T การฝึกอบรม ต่อเนื่อง	เพื่อบริหารองค์การให้ประสบ ความสำเร็จ ทั้งในเรื่องธุรกิจที่ ทำและการบริหารธุรกิจที่ดี	การฝึกอบรม	ใช้แบบสอบถามของ Fyllingness (2009) และใช้ คำถามจาก WEF (2009-2553) ร่วมกับใช้ Likert scale	Radulovich (2008), Wang (2005), Awuah & Amal (2009), Rosli (2555), Fyllingness (2009), Tugores (2553), Patiar (2005), Go (1994), Kim (2555)

ตารางที่ 2.4 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	นิยาม	ตัวชี้วัด	มาตรวัด	ผู้วิจัย หรือแหล่งที่มา
SME Readiness	HC ทูนมมนุษย์	เสริมสร้างบุคลากรให้บรรลุเป้าหมาย มีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะในการทำงาน	1. ทักษะในการทำงาน 2. มีความคิดสร้างสรรค์	1. วัดโดยใช้ แบบสอบถาม Youndt & Scubramaniam (2008) 2. ใช้แบบสอบถามของ Fyillingness (2009) และใช้คำถามจาก WEF (2009-2553) ร่วมกับใช้ Likert scale	Radulovich (2008), Wang (2005), Awuah & Amal (2009), Walsh et al (2011), Rosli et al (2555), Fyillingness (2009), Tugores (2553), Patiar (2005), Go et al (1994), Kim (2555)
	ENT ความเป็นผู้ประกอบการ	คุณสมบัติของบุคคลที่จะประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ	1. ความมีนวัตกรรม 2. ความกระตือรือร้น 3. ความกล้าที่จะเสี่ยง	ใช้แบบสอบถามจาก Radulovich (2008) พร้อม Likert Scale	Radulovich (2008), Wilklund & Shepherd (2005), Griffith et al (2006)
	SI นวัตกรรมทางด้านบริการ	ความสามารถคิดประดิษฐ์ นวัตกรรมใหม่ ทางด้านบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	1. รูปแบบในการบริการ 2. คุณภาพในการบริการ 3. ความแตกต่างในการบริการ	- ใช้แบบสอบถามของ Radulovich (2008) ร่วมกับ Likert scale	Radulovich (2008), Angelov (2553), Michma et al (2011), Awuah & Amal (2009), Walker et al (2007).
	CS การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า	คุณภาพของการบริการที่ดี มีผลทำให้เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้า	ความพึงพอใจต่อลูกค้า	ใช้แบบสอบถามจาก Dickinson (2009) ร่วมกับ Likert scale	Olorunniwo (2006), Parasuraman (2531,2534)

2.9 สมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยไว้ตามตัวแบบความสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นจากการประมวลแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถแสดงเป็นรายชื่อได้ดังต่อไปนี้

2.9.1 สมมติฐานที่ 1 H1 : การสนับสนุนจากภาครัฐมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

2.9.2 สมมติฐานที่ 2 H2 : การสนับสนุนจากภาครัฐ มีอิทธิพลทางตรงต่อความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.9.3 สมมติฐานที่ 3 H3 : ความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีอิทธิพลทางตรงต่อความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.9.4 สมมติฐานที่ 4 H4 : นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.9.5 สมมติฐานที่ 5 H5 : นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.9.6 สมมติฐานที่ 6 H6 : ความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมโรงแรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่องรูปแบบสมการ โครงสร้างตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบสมการ โครงสร้างของตัวแปรที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทยจากข้อมูลเชิงประจักษ์

2) เพื่อพัฒนารูปแบบสมการ โครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย

3) เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย

โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย เชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยได้ศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เช่น หนังสือ วารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี จากตัวอย่าง 280 แห่ง และเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ค่าทางสถิติและรูปแบบสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM)

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.2 การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1.3 เครื่องมือในการวิจัยและการสร้างมาตรวัด

3.1.4 คุณภาพของเครื่องมือวัด

3.1.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

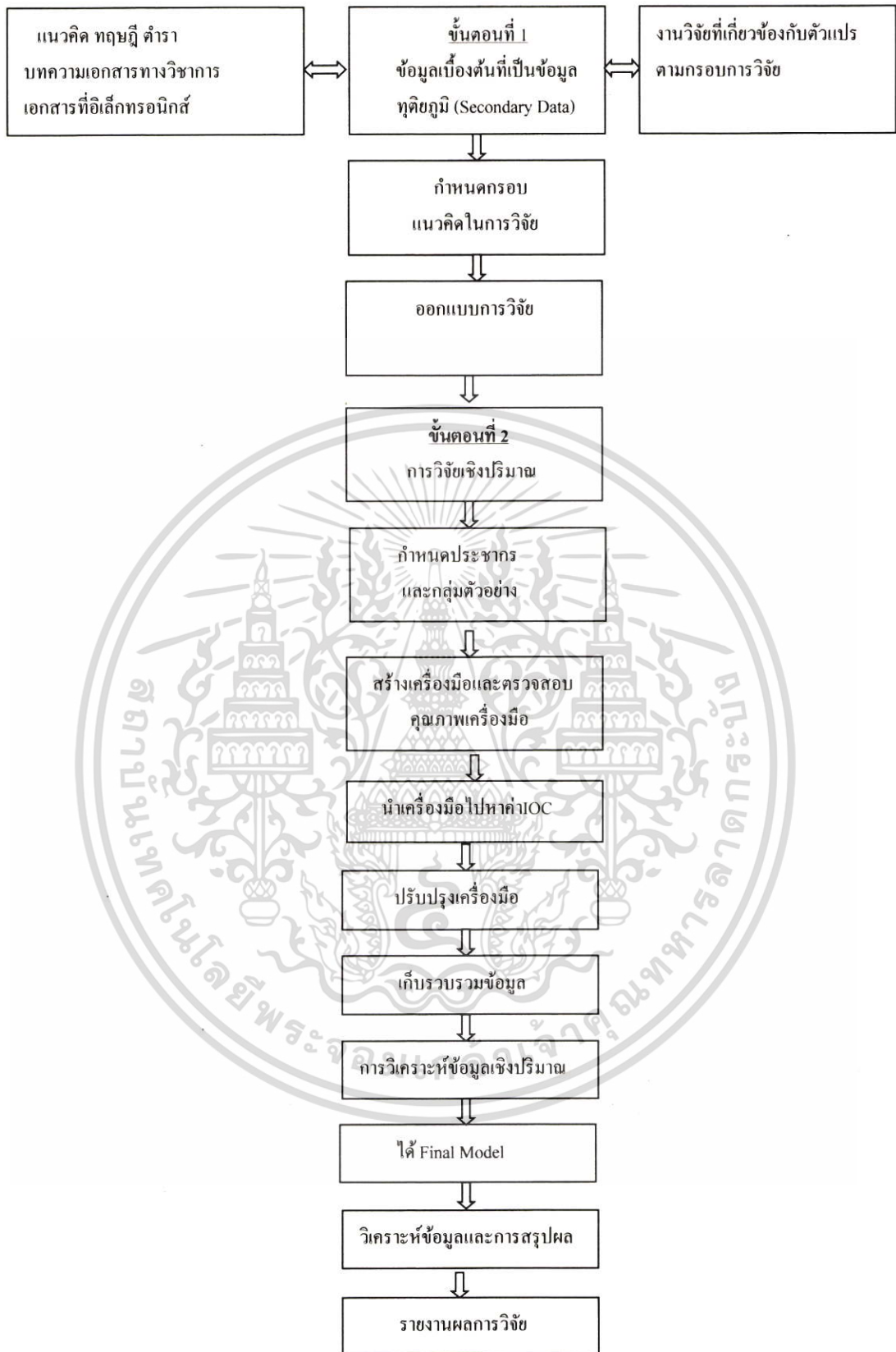
3.1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งกรอบแนวความคิดของการวิจัย ผู้วิจัยได้นำเสนอไว้ในบทที่ 2 ดังนั้นเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย จึงได้มีการเน้นการได้มาซึ่งผลการวิเคราะห์ และข้อเท็จจริงเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเสริมคุณภาพให้กับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้มีแนวทางวิธีการปฏิบัติในการวิจัย 3 ขั้นตอน ดังภาพที่ 3.1

ขั้นตอนที่ใช้ในการวิจัยมี 3 ขั้นตอนหลัก คือ ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยจะทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี บทความ วารสารวิชาการ เอกสารออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรแฝง ตัวแปรคั่นกลาง และตัวแปรเชิงประจักษ์ตามกรอบแนวความคิดการวิจัย เมื่อศึกษาจำนวนที่มากพอและครอบคลุมตามกรอบแนววิจัย โดยให้และผู้เชี่ยวชาญทบทวนและยืนยันตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมา เพื่อนำข้อมูลที่ศึกษามาวางกรอบความคิดเห็นและนำไปสู่การสร้างแบบสอบถาม เพื่อให้ได้มาซึ่งตัวแปรที่สามารถนำมาวิจัยในกรอบแนวความคิดได้อย่างถูกต้อง และมีคุณภาพ ในขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้แล้วทำการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยนำเครื่องมือไปหาค่า IOC โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน นำเครื่องมือไปปรับปรุงแล้วนำไปทดลองเก็บจริงกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ราย แล้วนำไปหาค่าความเชื่อถือ (Reliability) โดยวัดจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา แล้วจึงนำเครื่องมือไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับตัวอย่างจริง แล้วจึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจนได้ Final Model และเพื่อยืนยัน Final Model แล้วจะทำการเปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ทำการวิเคราะห์ สรุปผลการวิจัย และรายงานการวิจัย ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนที่ใช้ในการทำวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบของการสำรวจวิจัยประชากรหรือหน่วยในการวิเคราะห์นี้ ใช้กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทธุรกิจ โรงแรม ค่ายพัก และที่พักชั่วคราว ซึ่งจากรายงานสถานการณ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2556 ของสสว. รายงานว่าปี 2555 มีจำนวน 247,831 ราย แต่ตัวเลขของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ปี 2555 มีเพียงประมาณ 16,680 รายเท่านั้น ที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการหลาย ๆ รายไม่ได้ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัท แต่เป็นการทำในลักษณะของครอบครัว เช่น home stay หรือในรูปแบบอื่น ๆ หรือผู้ประกอบการด้านที่พักบางรายจดทะเบียนในลักษณะของอพาร์ทเมนต์ แต่ดำเนินธุรกิจในการให้ที่พักรายวัน ซึ่งทำให้ตัวเลขของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าต่ำกว่าจำนวนผู้ประกอบการจริง ซึ่งปรากฏว่าเป็นผู้ประกอบการ SMEs ถึงร้อยละ 97.6 (จำนวน 16,322 ราย) โดยเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อม (SE) ถึงร้อยละ 90 (จำนวน 15,512 ราย) ที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 50 ล้านบาท และเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่มีเพียงร้อยละ 2.4 (จำนวน 358 ราย) เท่านั้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2554)

3.1.1.1 ขนาดตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ซึ่งมีลักษณะการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรมประเทศไทย โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์รูปแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) หรือการวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร การวิจัยสหสัมพันธ์ที่วิเคราะห์ด้วยสถิติขั้นสูง และมีรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างหรือจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ควบคู่กับจำนวนตัวแปรอิสระที่เกี่ยวข้อง การกำหนดค่าประมาณค่าของขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นอัตราส่วนต่อจำนวนตัวแปร Stevens J. (1986) ได้กล่าวว่าจะต้องพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรกับจำนวนพารามิเตอร์อิสระที่ต้องการค่าประมาณ โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาคงจะเป็นอัตราส่วน 20 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปร Schumacker and Lomax (2010) ได้กล่าวว่าการวิเคราะห์รูปแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) ต้องมีการกำหนดขนาดตัวอย่างที่ใหญ่มากกว่าการวิเคราะห์ด้วยแนวทางอื่น เพื่อให้การประมาณค่าที่ถูกต้องและสามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้ดี โดยให้ใช้เกณฑ์อัตราส่วน 20 เท่าต่อจำนวนตัวแปร และ Hair (2006) ได้กล่าวว่าการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากพอที่จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการประยุกต์ใช้รูปแบบสมการโครงสร้าง การแจกแจงข้อมูลเป็นแบบโค้งปกติ (Normal Curve) และไม่เกิดการผันแปรร่วมกันมากเกินไป (Multicollinearity) ตามข้อกำหนด การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรประจักษ์ หรือตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) จำนวนทั้งหมด 14 ตัวแปร ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องการตามข้อกำหนดทั้งหมดเท่ากับ 280 คน ($20 \times 14 = 280$) (Schumacker and Lomax. 2010) ซึ่งจากจำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ถือว่าอยู่ในจำนวนที่เหมาะสมที่จะใช้โปรแกรม LISREL ช่วยในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร

3.1.1.2 การสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจโรงแรมประเทศไทย จากตารางที่ 3.1 ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) สรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

- 1) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
- 2) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) ด้วยการจำแนกประชากรออกเป็น 3 ขนาดธุรกิจ ที่กระจายตัวอยู่ในประเทศไทย
- 3) แบ่งจำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีสัดส่วนเทียบกับประชากรของแต่ละกลุ่ม ในแต่ละขนาดธุรกิจ
- 4) ใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการสร้างกรอบในการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Frame) เพื่อสุ่มตัวอย่างจากประชากรแต่ละกลุ่มอีกครั้ง (ธานีนท์. 2555) โดยแต่ละกลุ่มจะมีความคล้ายคลึงกัน แต่ภายในกลุ่มจะมีความแตกต่างหรือความหลากหลายอย่างครบถ้วน (กลลยา. 2553)

จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการแบ่งจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีเทียบสัดส่วนกับประชากรของแต่ละขนาดธุรกิจ จนครบ 300 ตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 3.2 จากนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้การจับฉลากซึ่งมีการสร้างกรอบในการสุ่มตัวอย่างจากรายชื่อของบริษัท แล้วทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใส่คืน คือ ตัวอย่างที่ถูกเลือกมาแล้วจะไม่ถูกเลือกอีก เลือกได้เพียงครั้งเดียว (ธานีนท์. 2555)

ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ 1.1) แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่ จากประชากรโรงแรมทั่วประเทศ ดังนี้ 1) กรุงเทพมหานคร 2) ภาคเหนือ 3) ภาคกลาง 4) ภาคใต้ และ 5) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1.2) เลือกตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Primary Sampling Unit's หรือเรียก psu) โดยเลือกมา 4 ภาค เพราะมีนักท่องเที่ยวมา 4 ภาคเท่ากับ 85-90% ของปริมาณนักท่องเที่ยวทั้งหมด (กรมการท่องเที่ยว, 2554) 1.3) ภายในแต่ละภาคที่ถูกเลือก จะมีหลายจังหวัด ยกเว้น กทม. เช่น ภาคกลาง และภาคใต้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยแต่ละจังหวัดจะเป็น Secondary Sampling Unit's (SSU) เช่น ภาคกลางเลือกชลบุรี ภาคใต้เลือกภูเก็ต และภาคเหนือเลือกเชียงใหม่

ในแต่ละจังหวัด เลือกตัวอย่างโรงแรมชนิดไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ใช้วิธีแบบเจาะจง (Purposive Sampling) หรือแบบใช้วิจารณญาณ (Judgment Sampling) โดยมีคุณสมบัติของโรงแรมที่เลือกเป็นตัวอย่างทดสอบดังต่อไปนี้ 1) ต้องมีจำนวนพนักงานไม่ต่ำกว่า 2 คน 2) ต้องดำเนินธุรกิจมาไม่น้อยกว่า 2 ปี 3) มียอดขายต่อปีไม่ต่ำกว่า 2 ล้านบาท เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ผ่านการยินยอมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) มีสถานภาพเป็นนิติบุคคล เหตุที่ใช้คุณสมบัติดังกล่าวเพราะต้องการที่จะได้ผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพเพราะระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 2 ปี จึงสามารถพิสูจน์ได้ว่า สามารถทำได้ประกอบกับความสามารถในการบริหารธุรกิจที่ประสบความสำเร็จต้องมียอดขายไม่ต่ำกว่า 2 ล้านบาท จึงจะสามารถดำรงธุรกิจให้อยู่รอดได้ จำนวนตัวอย่างที่จะนำมาทดลองคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง

พื้นที่ที่ใช้กิจการ โรงแรมเป็นกลุ่มตัวอย่าง จะอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคเหนือ เนื่องจากทั้ง 4 พื้นที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติคิดเป็นเท่ากับร้อยละ 85 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด (กรมการท่องเที่ยว, 2554) และเลือกจังหวัดที่จะมาเป็นตัวแทนของแต่ละพื้นที่ โดยดูจาก Euromonitor International ที่ได้จัด 100 เมืองที่นักท่องเที่ยวนานาชาติชอบมาเที่ยวมากที่สุดในโลก ซึ่งจากตารางที่สรุปจะได้อันดับที่ 1 คือ กรุงเทพมหานคร อันดับที่ 2 คือ พัทยา เป็นตัวแทนของ ภาคกลาง อันดับที่ 3 คือ ภูเก็ต เป็นตัวแทนของภาคใต้และอันดับที่ 4 คือ เชียงใหม่ เป็นตัวแทนของภาคเหนือ นอกจากนี้ยังได้จัดสัดส่วนตามปริมาณนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเมืองทั้ง 4 เมือง และสัดส่วนระหว่างปริมาณวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อมตามเกณฑ์ของ สสว. (ดังได้แสดงตามตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1 แสดงอันดับของจังหวัดตัวอย่างใน 100 เมือง ที่นักท่องเที่ยวนานาชาติชอบมาเที่ยวมากที่สุดทั่วโลก (100 of the world's leading and most dynamic cities in term of international tourists arrivals) (เฉพาะประเทศไทย)

เมือง	ปี 2552		ปี 2553		ปี 2554		ปริมาณนักท่องเที่ยวเฉลี่ย 3 ปี (พันคน)
	ลำดับ	จำนวนนักท่องเที่ยว (พันคน)	ลำดับ	จำนวนนักท่องเที่ยว (พันคน)	ลำดับ	จำนวนนักท่องเที่ยว (พันคน)	
กรุงเทพมหานคร	2	9,985	5	10,984	6	12,357	11,109
พัทยา	19	4,259	21	4,430	17	6,002	4,897
ภูเก็ต	29	3,359	26	3,612	24	4,893	3,955
เชียงใหม่	73	1,685	73	1,769	90	1,632	1,696
รวม		19,288		20,795		24,884	22,928
ปริมาณนักท่องเที่ยว			15.84 ล้านคน		19.1 ล้านคน		

ที่มา : Euromonitor International (2012)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมตามกลุ่มตัวอย่าง 280 ตัวอย่าง

จังหวัด	ปริมาณนักท่องเที่ยว เฉลี่ย 3 ปี (หน่วย : ล้านคน)	% ของจำนวนของ SME Hotel	จำนวน SME Hotel
1. กรุงเทพฯ	11,109	51	143
2. พัทยา	4,897	23	65
3. ภูเก็ต	3,955	18	50
4. เชียงใหม่	1,696	8	22
รวม	21,657	100	280

หมายเหตุ : 1) ปริมาณโรงแรมและรีสอร์ทขนาดเล็ก มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 79 ห้อง เท่ากับ 65%
 2) ปริมาณโรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลาง มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 80 -200 ห้อง เท่ากับ 20%
 3) ปริมาณโรงแรมและรีสอร์ทขนาดใหญ่ มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 200 ห้องขึ้นไป เท่ากับ 15%
 เพราะฉะนั้น เมื่อเทียบเฉพาะ SME ด้วยกัน ปริมาณโรงแรมและรีสอร์ทขนาดเล็ก = 77% ส่วน
 ปริมาณโรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลาง = 23% (สสว. 2555)
 4) ประเทศไทยมีจำนวนที่พักรวม (โรงแรม, รีสอร์ท, เกสต์เฮาส์และบังกะโล = 6,588 ห้องมีจำนวน
 ห้องพักรวม = 369,745 ห้อง (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. 2555)

หลังจากได้กลุ่มตัวอย่างตามคุณสมบัติที่กำหนดในขั้นที่ 2 อันจะถือได้ว่าเป็นกลุ่มตัวอย่าง
 ที่ถือว่ามีคุณภาพ จึงทำการหาขนาดตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling)
 ประเภทเจาะจง (Purposive Sampling)

3.1.2 การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเก็บรวบรวม ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี
 วรรณกรรมและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสรุปเป็นตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาได้ดังนี้

3.1.2.1 ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variables) คือ ความได้เปรียบใน
 การแข่งขัน (Competitive Advantage) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรม
 โรงแรมของไทย ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์หรือตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่
 1) ต้นทุน (Cost) 2) คุณภาพ (Quality) 3) การสร้างความแตกต่าง (Differentiate)

3.1.2.2 ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator/Intervening Variable) มีจำนวน 1 ตัวแปร ความ
 พร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์
 หรือตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัว คือ 1) ความพร้อมทางเทคโนโลยี 2) ความพร้อมด้านการพัฒนา
 ทรัพยากรบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2.3 ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่

1) ตัวแปรการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์หรือตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure Development) 2) การสนับสนุนแหล่งทุน (Supporting Loan) 3) การสร้างพันธมิตรของวิสาหกิจ (Partnership to Cluster)

2) ตัวแปรการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์หรือตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) การมีนวัตกรรม 2) ความกระตือรือร้น 3) ความกล้าที่จะเสี่ยง

3) นวัตกรรมบริการ ประกอบด้วยตัวแปรเชิงประจักษ์หรือตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการ 2) นวัตกรรมกระบวนการ 3) นวัตกรรมการตลาด

3.1.3 เครื่องมือในการวิจัยและการสร้างมาตรวัด

เพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงเลือกใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนคือแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป

3.1.3.1 ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ คือนำแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษาผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์พิจารณาว่ามีเนื้อหาสาระครบถ้วนในเรื่องที่วัดหรือสิ่งที่ต้องการทำความเข้าใจหรือไม่ จากนั้นปรับปรุงคำถามในแบบสอบถามให้มีความกระชับและเข้าใจง่ายตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ 7 ท่าน อันประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการศึกษาและการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ได้แก่ รศ.ดร.รัฐจวน ประวัตินเมือง อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง รศ.ดร.มานิกา วิชาเสถียร รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ผศ.ดร.ปรารธนา ยศสุข วิทยาลัยการบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ผศ.ดร.วอนชนก ไชยสมุทรา อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผศ.ดร. ณัฐวุฒิ โรจน์นริศตกุล หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจบัณฑิต(นานาชาติ)สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ดร.วราภรณ์ ดวงแสง คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และดร.ณัฐวุฒิ ชีรนนทวานิช โรงแรมวิลล่า วิลล่า พัทยา ชลบุรี

3.1.3.2 แบบสอบถาม

1) แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการวิจัยครั้งนี้สร้างขึ้นมาเพื่อเป็นเครื่องมือในการวัดตามกรอบแนวคิดและนิยามเชิงปฏิบัติ การสร้างเครื่องมือวัดหรือแบบสอบถาม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะใช้มาตรวัดแบบ 5-Point Likert Scale (Likert, 2513) และใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขันข้อคำถามแบบเลือกตอบแบบ Scale มีจำนวน 7 ตัวเลือก ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ มีข้อคำถามจำนวน 63 ข้อคำถาม ได้กำหนดค่าคะแนนดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยมาก
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลผล ระดับปัจจัยด้านต่าง ๆ จะแปลผลคะแนนเป็น 5 ระดับ โดยใช้ระดับคะแนนดังนี้

$$\begin{aligned} \text{การแปลผล} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับที่ต้องการ}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลงความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลการดำเนินงานของสถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามที่เกี่ยวกับ ประเภทธุรกิจ จำนวนพนักงาน ลักษณะการประกอบการ และประเภทกิจการ (ฉัตรแก้ว และ วรณโณ, 2555) ใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) มาตรอันดับ (Ordinal Scale) และมาตรวัดอัตราส่วน (Ratio Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ตำแหน่งงานปัจจุบัน ประสบการณ์ในการทำงาน และระดับการศึกษา (ฉัตรแก้ว และ วรณโณ, 2555) ใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) มาตรอันดับ (Ordinal Scale) และมาตรวัดอัตราส่วน (Ratio Scale)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาตรวัดตัวแปรที่ศึกษา ในการวิจัยครั้งนี้ สร้างรายการข้อคำถามของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแต่ตัวแปรจากการทบทวนวรรณกรรม โดยผู้วิจัยได้แสดงตัวอย่างข้อคำถาม ตามกลุ่มตัวแปรที่จะวัดมีการระบุไว้ 3 กลุ่มตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรแรก คือ การสนับสนุนจากภาครัฐวัดจากข้อคำถาม ดังตัวอย่างข้อคำถามในแบบสอบถาม ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 ตัวอย่างข้อคำถามในแบบสอบถามตัวแปร การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

ข้อความ	1	2	3	4	5
0 การขนส่งทางบกมีประสิทธิภาพในการทำธุรกิจเพื่อไปสู่ศูนย์กลางธุรกิจ					
00 ความสะดวกในการใช้ท่าอากาศยานในประเทศ					

ตัวแปรที่สอง คือ การได้เปรียบในการแข่งขัน วัดจากข้อคำถาม ดังตัวอย่างข้อคำถามในแบบสอบถาม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.4 ตัวอย่างข้อคำถามในแบบสอบถามตัวแปร การได้เปรียบในการแข่งขันด้านภูมิศาสตร์

ข้อความ	1	2	3	4	5
0 ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย สะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยว					
00 นักท่องเที่ยวชื่นชอบในศิลปะมวยไทย					

ตัวแปรที่สาม คือ ความพร้อมในการแข่งขันวัดจากข้อคำถามรายการ ดังตัวอย่างข้อคำถามในแบบสอบถาม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.5 ตัวอย่างข้อคำถามในแบบสอบถามตัวแปร ความพร้อมทางเทคโนโลยี

ข้อความ	1	2	3	4	5
0 เทคโนโลยีส่งผลให้เกิดการประหยัดค่าใช้จ่ายของบริษัทได้มาก					
00 เทคโนโลยีเป็นตัวเพิ่มการสื่อสารร่วมกันระหว่างธุรกิจ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้วิจัยได้สรุปข้อคำถามของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแต่ละตัวแปร ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม โดยนำข้อคำถามมาจากนักวิชาการที่ได้ศึกษามาก่อนแล้วนำมาบูรณาการใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ ดังตารางที่ 3.6



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.6 จำนวนข้อความในแต่ละตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	ข้อความจากนักวิชาการ	ข้อความ
<p>ตัวแปรแฝงภายนอก</p> <p>การสนับสนุนของภาครัฐประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว</p> <p>1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน</p> <p>2) การสนับสนุนแหล่งเงิน</p> <p>3) การสร้างเครือข่ายธุรกิจโรงแรม</p>	<p>ใช้คำถามจาก The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report 2555 ,ดร. สิริพร นพวัฒนพงศ์. (2550). Presenza and Cipollina (2010) พร้อม Likert scale</p>	<p>มีคำถาม 13 ข้อ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ภาครัฐมีการจัดโครงการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ 2. ภาครัฐมีระบบการคมนาคมขนส่งที่อำนวยความสะดวกต่อการประกอบธุรกิจของท่าน 3. การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของภาครัฐในแนวทางปัจจุบันนี้ส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจของท่าน 4. ภาครัฐมีการส่งเสริมการดำเนินงานด้านต่างๆ ให้กับองค์กรธุรกิจเพื่อความทัดเทียมมาตรฐานระดับนานาชาติเช่นการพัฒนา EEC ความร่วมมือลุ่มน้ำโขง 5. กิจการทราบถึงแหล่งเงินทุนที่รัฐบาลจัดสรรเพื่อการทำธุรกิจ 6. กิจการมีขีดความสามารถเพียงพอต่อการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่รัฐบาลจัดสรรเพื่อการทำธุรกิจ 7. ภาครัฐมีแหล่งเงินทุนที่สามารถเข้าถึงได้หลายช่องทาง 8. แหล่งเงินทุนจากทางภาครัฐเพียงพอต่อการขับเคลื่อนธุรกิจของภาคเอกชน 9. ภาครัฐมีนโยบายและแนวทางในการสนับสนุนช่วยเหลือทางด้านแหล่งเงินทุนแก่ภาคเอกชน 10. ภาครัฐมีส่วนอย่างมากในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม 11. ภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจนในการสร้างเครือข่ายและชมรม 12. รัฐมีส่วนร่วมในเครือข่ายของธุรกิจหลากหลายประเภททำให้มีความสามารถในการเชื่อมโยงการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจโรงแรม 13. รัฐช่วยในการวิเคราะห์หาแนวทางความได้เปรียบเสียเปรียบด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจของท่าน

ตารางที่ 3.6 (ต่อ)

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	ข้อความถามจากนักวิชาการ	ข้อความถาม
<p>ตัวแปรแฝงภายนอก</p> <p>ความเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว</p> <p>1) ความมีนวัตกรรม</p> <p>2) ความมีความกระตือรือร้น</p> <p>3) ความกล้าที่จะเสี่ยง</p>	<p>ใช้แบบสอบถามจาก</p> <p>Radulovich (2005),</p> <p>Cunningham and</p> <p>Lischeron,(1991);</p> <p>Cantillon, (1931) ,</p> <p>Frederick; Kuratko;</p> <p>Hodgetts,(2007),</p> <p>Khandwalla,(1985)</p> <p>พร้อม Likert Scale</p>	<p>มีคำถาม 12 ข้อ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีความคิดแบบก้าวหน้า เพื่อปรับปรุงธุรกิจของท่านให้ทันสมัย 2. มีการลงทุนและสนับสนุนงบประมาณเพื่อการวิจัย 3. มีนโยบายสนับสนุนให้บุคลากรภายในองค์กรเสนอความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ 4. มีการพัฒนาสินค้าหรือบริการอยู่เป็นประจำ 5. มีการค้นคว้าหรือศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ 6. พยายามทำงานให้บรรลุถึงมาตรฐานแห่งความเป็นเลิศ 7. ความมุ่งมั่น อดทน และไม่ย่อท้อต่อปัญหาและอุปสรรค 8. หาโอกาสสร้างเครือข่ายพันธมิตรเสมอๆและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับธุรกิจอื่น ๆ อยู่บ่อย ๆ 9. มักเลือกช่องทางการทำงานเพื่อผลตอบแทนที่คุ้มค่า แม้ว่าจะเป็นงานที่ยากและท้าทายก็ตาม 10. ยอมรับความเสี่ยงต่อการตัดสินใจในการลงทุนที่คิดว่าได้ผลกำไรสูงขึ้น 11. เชื่อว่าโอกาสในการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องพร้อมเผชิญหน้ากับความเสี่ยง 12. ทุ่มเทพรพย์สินจำนวนมากเพื่อการลงทุนที่วิเคราะห์แล้วว่าสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่งทางธุรกิจได้

ตารางที่ 3.6 (ต่อ)

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	ข้อความคำถามจากนักวิชาการ	ข้อความคำถาม
<p>ตัวแปรแฝงภายนอก</p> <p>นวัตกรรมบริการประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว</p> <p>1) นวัตกรรมบริการ</p> <p>2) นวัตกรรมกระบวนการ</p> <p>3) นวัตกรรมการตลาด</p>	<p>ใช้แบบสอบถามของ Radulovich (2008) Olorunniwo (2006) และ Parasuraman (1988), Urabe, Child and Kagono, (1988) ร่วมกับ Likert scale</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. บริการมีคุณลักษณะที่บ่งบอกเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้อย่างชัดเจน 2. บริการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่งในท้องตลาด 3. ผลิตภัณฑ์มีบริการและ Packaging ที่หลากหลาย 4. มีผลิตภัณฑ์บริการใหม่ที่พัฒนามาจากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เดิม เช่น พัฒนาเป็นรูปแบบที่แตกต่าง 5. มีการผลิตบริการเสริมเพื่อเพิ่มการใช้งานผลิตภัณฑ์หลัก 6. มีรูปแบบและขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน 7. มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาปรับใช้ในการให้บริการลูกค้า 8. มีระบบและกระบวนการการให้บริการที่รวดเร็วและทันสมัย 9. มีบุคลากรคอยให้คำอธิบายเมื่อผู้รับบริการเกิดข้อสงสัย 10. มี Call Center เพื่ออำนวยความสะดวกด้านข้อมูลบริการให้กับลูกค้า 11. ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้หลากหลายช่องทาง 12. มีการปรับราคาให้เป็นที่ยอมรับกับกลุ่มลูกค้าอยู่เสมอ 13. มีการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น การสำรวจความต้องการของลูกค้า 14. มีช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าในหลายช่องทางใหม่ เช่น การออกบูธในสถานที่ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ 15. มีการเสนอผลิตภัณฑ์เข้าถึงกลุ่มลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ 16. ผู้บริหารมีความพร้อมในการเสนอแนวคิดทางการตลาดใหม่

ตารางที่ 3.6 (ต่อ)

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	ข้อความคำถามจากนักวิชาการ	ข้อความคำถาม
<p>ตัวแปรคั่นกลาง</p> <p>การเตรียมความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม</p> <p>ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัว</p> <p>1) ทุมนมนุษย์ การฝึกอบรมในองค์กร</p> <p>2) ความพร้อมทางเทคโนโลยี</p>	<p>โดยใช้แบบสอบถาม</p> <p>Youndt & Scubramaniam (2005) , Blotnicky (2000) ร่วมกับการใช้ Likert scale</p>	<p>มีคำถาม 12 ข้อ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพสำหรับกระบวนการผลิตบริการของโรงแรม 2. มีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีใหม่ ๆ เสมอ 3. มีการนำสินค้าและบริการที่ใช้เทคโนโลยีล่าสุดมาใช้เพื่อให้เกิดความสะดวกในการทำงานมากขึ้น 4. เทคโนโลยีที่ใช้ในกิจการโรงแรมมีส่วนช่วยให้พนักงานเพิ่มความสามารถในการทำงานมีความยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น 5. เป็นผู้ริเริ่มทางความคิดในการนำเทคโนโลยีมาผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ 6. ผู้ประกอบการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนา 7. มีการวางแผนด้านการจัดการบุคลากร 8. มีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ 9. มีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ 10. มีระบบการประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรอย่างเป็นระบบและยุติธรรม 11. มีระบบการให้สวัสดิการและค่าจ้างที่เหมาะสม 12. มีการตั้งเป้าหมายในการทำงานและสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากร

ตารางที่ 3.6 (ต่อ)

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	ข้อความจากนักวิชาการ	ข้อความ
<p>ตัวแปรแฝงภายใน</p> <p>ความได้เปรียบในการแข่งขัน</p> <p>1) ด้านต้นทุน (Cost)</p> <p>2) ด้านคุณภาพ (Quality)</p> <p>3) ความแตกต่าง (Diffentiation)</p>	<p>Sekyewa (2552),</p> <p>Yoon (2545)</p> <p>Ching-Hsun Chang (2554)</p> <p>Yinghong (Susan) Wei, Qiong Wang (2554)</p> <p>Hill & Jones, 2547</p>	<p>มีคำถาม 10 ข้อ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีการสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานทุกกิจกรรม 2. กิจการสามารถรักษาระดับต้นทุนในการดำเนินงานให้เท่าเดิมหรือลดลงได้ 3. กิจการลงทุนขนาดใหญ่เพื่อช่วยให้เกิดการประหยัดต่อขนาด 4. กิจการพยายามที่จะบังคับคู่แข่งให้ออกจากตลาดด้วยการควบคุมต้นทุนอย่างดี 5. กิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลาและเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด 6. กิจการมุ่งเน้นปรับปรุงการบริการจากข้อเสนอแนะของลูกค้าอย่างต่อเนื่องทันที เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า 7. บริการมีคุณภาพ ไว้วางใจ และเชื่อถือได้ในระยะยาวเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า 8. กิจการสามารถให้บริการที่ใหม่และหลากหลายเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง 9. มีการสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลข่าวสารทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง 10. กิจการให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขายและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เพื่อความประทับใจเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

ตารางที่ 3.6 (ต่อ)

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	ข้อความจาก นักวิชาการ	ข้อความ
คำถามทั่วไป ข้อมูลด้านสถานประกอบการ		<ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนห้องพัก 2. การเป็นสมาชิกของสมาคมโรงแรมไทย 3. อายุตั้งแต่ก่อตั้ง 4. ประเภทการจดทะเบียน 5. จำนวนทุนจดทะเบียน 6. จำนวนพนักงานเต็มเวลา 7. การบริหารงานของโรงแรม(โดยครอบครัวตัวเองหรือจ้างมืออาชีพ)
คำถามทั่วไป ข้อมูลของผู้ตอบ		<ol style="list-style-type: none"> 1. เพศ 2. อายุ 3. ระดับการศึกษา 4. ตำแหน่ง 5. ประสบการณ์การทำงาน

3.1.4 คุณภาพของเครื่องมือมาตรวัด

การตรวจสอบคุณภาพมาตรวัดจากแบบสอบถาม ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็นหาความเที่ยงตรง (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ความเที่ยงตรง (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เป็นลักษณะพิเศษที่สำคัญของมาตรวัดที่ดี เป้าหมายของการสร้างตัวแบบคือ การยอมรับมาตรวัดที่เที่ยงตรงและมีความเชื่อถือได้ ความเที่ยงตรงเป็นการวัดที่ถูกต้อง ในขณะที่ความเชื่อถือได้เหมือนองศาตัวแปรที่สังเกตได้ สามารถวัดค่าที่แท้จริงได้ ซึ่งวัดที่ครั้งผลการวัดต้องเหมือนกัน (Hair et al. 2549)

3.1.4.1 ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำข้อคำถามผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญจำนวน 7 ท่าน และได้รับการแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ นำมาปรับปรุงข้อคำถาม โดยได้รับการเสนอแนะและคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องด้านวิชาศึกษานาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมธุรกิจ โรงแรม การนำเสนอความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาในรายงานการวิจัย นอกจากการเสนอค่า IOC ของคำถามแต่ละข้อแล้ว จากนั้นนำผลการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านมารวมกันคำนวณหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ซึ่งคำนวณจากความสอดคล้องระหว่างประเด็นที่ต้องการวัดกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น ดัชนีที่ใช้แสดงค่าความสอดคล้องเรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) (Rovinelli & Hambleton, 2520) โดยให้คะแนนระดับความสอดคล้องดังนี้ 1 = สอดคล้อง 0 = ไม่แน่ใจ -1 = ไม่สอดคล้อง

โดยมีสูตรที่ใช้ในการคำนวณ ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{n} \quad (3.1)$$

เมื่อ R = ผลคูณของคะแนนกับจำนวนผู้เชี่ยวชาญในแต่ละระดับความสอดคล้อง

n = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

การแปลความหมาย

ค่า IOC มีค่าระหว่าง -1 ถึง 1 ข้อคำถามที่ดีควรมีค่า IOC ใกล้ ๆ 1 ส่วนข้อที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรมีการปรับปรุงแก้ไขหรือควรคัดออก เพื่อจะได้ทราบความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามว่าเป็นไปในทิศทางที่ผู้วิจัยเข้าใจหรือไม่อย่างไร แล้วนำมาแก้ไขปรับปรุงให้ถูกต้องอีกครั้งหนึ่ง ก่อนที่จะนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจริง โดย

+1 = เมื่อผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา

0 = เมื่อผู้เชี่ยวชาญไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา

-1 = เมื่อผู้เชี่ยวชาญไม่เห็นว่าเป็นข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาค่า IOC ดังนี้

- 1) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 – 1.00 มีค่าความเที่ยงใช้ได้
- 2) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ต้องปรับปรุงยังใช้ไม่ได้

3.1.4.2 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยต้องนำแบบวัดแต่ละฉบับที่ได้หาค่าความเที่ยงตรงแล้วไปทดลองใช้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมธุรกิจโรงแรม ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อในข้อคำถามที่เป็นมาตรวัดเชิงจิตพิสัย ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) และเลือกเฉพาะข้อที่มีค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (r) เป็นบวก ต้องได้ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ มีค่าตั้งแต่ 0.500 ขึ้นไป และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α-coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ในการใช้วิธีวัดความสอดคล้องภายในด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (α-coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) เพื่อคำนวณหาค่าเฉลี่ยของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ข้อมูลสเกลแบบช่วง โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เป็น likert scale (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552 : 35) ดังสูตร

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{S^2} \right] \quad (3.2)$$

เมื่อ α = สัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ
 k = จำนวนข้อคำถามในเครื่องมือ
 s_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนคำถามแต่ละข้อ
 S^2 = ความแปรปรวนของคะแนนคำถามรวมของผู้ตอบทั้งหมด

การแปลผล หากค่า α อยู่ระหว่าง 0.50-0.65 ถือว่ามีความเชื่อถือได้ในระดับปานกลาง หากมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ถือว่ามีความเชื่อถือได้สูง หากค่าอัลฟามีค่าต่ำกว่า 0.50 ถือว่ามีความเชื่อถือได้น้อย

ผู้วิจัยยังวัดด้วยวิธีอื่นขนานกันไปคือความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent validity) และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) อีกครั้งตามวิธีที่กระทำในการวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้าง

3.1.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีข้อมูลจาก 2 แหล่ง วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจึงแตกต่างกันไป

3.1.5.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิ เช่น เอกสารสถิติมาจาก สสว., กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ตำราและเอกสารทางวิชาการ รวมทั้งบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงและที่มีเนื้อหาใกล้เคียง ข่าวสารและสื่อเอกสาร สื่อเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งงานไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อิเล็กทรอนิกส์ นำมาถั่นกรองแนวคิด ทฤษฎี และเพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้มาจัดกลุ่มตัวแปร นำมา ทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการอภิปรายผลการวิจัย

3.1.5.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ได้จากจัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่ง ส่วนของแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ข้อมูล เกี่ยวข้องกับตัวแปร และ 3) การสนับสนุนจากภาครัฐ

3.1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

หลังจากผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาและได้ทำการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อมูลก่อนกำหนดรหัสข้อมูล จากนั้นทำการลงรหัสและตรวจสอบข้อมูลพื้นฐานให้ ตรงตามข้อตกลงของการวิเคราะห์ การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (α) ที่ 0.05 ในการทำการทดสอบทางสถิติ หรือการยอมรับเกิดความ คลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ และการใช้ค่าสถิติดังนี้

1) การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ทราบถึงลักษณะการแจกแจงของ กลุ่มตัวอย่างโดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และการ วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการพัฒนารูปแบบประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ (Manifest / Observed Variables) จำนวน 14 ตัวแปร และเพื่อให้ทราบถึงลักษณะการแจกแจงและ การกระจายของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการศึกษาในการพัฒนารูปแบบสมการ โครงสร้างของตัว แปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธุรกิจ โรงแรมในประเทศไทย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) โดย ใช้โปรแกรม SPSS และ LISREL โ้้งการแจกแจงปกติมีค่า $SK = 0$ ถ้า $SK > 0$ (มีค่าเป็นบวก) หมายถึง โ้้งเบ้ขวาหรือเบ้ขวาทางบวก ข้อมูลจะอยู่หนาแน่นบริเวณค่าต่าง ๆ และถ้า $SK < 0$ (มีค่า เป็นลบ) หมายถึง โ้้งเบ้ซ้าย แสดงว่า ข้อมูลจะอยู่หนาแน่นบริเวณค่าสูง ๆ และหาก $KU = 3$ (หรือ $KU-3$ มีค่าเป็นศูนย์) หมายถึง เป็น โ้้งแจกแจงแบบ Mesokurtic หรือ โ้้งการแจกแจงความถี่มี ขนาดสูงปานกลาง ถ้า $KU > 3$ (หรือ $KU-3$ มีค่าเป็นบวก) หมายถึง เป็น โ้้งแจกแจงแบบ Leptokurtic หรือเป็น โ้้งการแจกแจงความถี่มีขนาดสูงโด่ง และหาก $KU < 3$ (หรือ $KU-3$ มีค่าเป็น ลบ) หมายถึง เป็น โ้้งแจกแจงแบบ Platykurtic หรือ โ้้งการแจกแจงความถี่มีขนาดเตี้ยแบน นอกจากนี้ยังตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลว่าตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีการแจกแจงแบบ ปกติหรือไม่ โดยพิจารณาจากสถิติทดสอบของ Kolmogorov-Sminov Test (Kline. 2011)

2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการใช้ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรเพื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ และพิจารณาสภาพปัญหาที่อาจเกิดจากการผันแปรร่วมกันมากเกินไป (Multicollinearity) ดังนี้ (1) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หรือ Bivariate Correlation ของตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์ในโมเดล โดยค่าความสัมพันธ์ไม่ควรมีค่ามากกว่า 0.7 (Schroeder, 1990) สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตามตารางที่ 3.10 (2) ค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VFI) โดยพิจารณาเกณฑ์ค่า Tolerance จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-1 และค่า VFI ≤ 10 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556) เพื่อตรวจสอบว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์รูปแบบสมการ โครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธุรกิจ โรงแรม ในประเทศไทย

ตารางที่ 3.7 ระดับความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ระดับความสัมพันธ์
$r > 0.8$	ถือว่ามีระดับความสัมพันธ์กันในระดับสูงหรือสูงมาก
$0.6 < r < 0.8$	ถือว่ามีระดับความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง
$0.4 < r < 0.6$	ถือว่ามีระดับความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
$0.2 < r < 0.4$	ถือว่ามีระดับความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ
$r < 0.2$	ถือว่ามีระดับความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ที่มา : พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2540)

3) ตรวจสอบความสอดคล้องของกรอบแนวคิดสมการ โครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรม โรงแรม ในประเทศไทย ที่ได้สร้างมาจากการทบทวนวรรณกรรม ทั้งแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยรูปแบบสมการ โครงสร้าง (Structural Equations Model : SEM) เพื่อตอบคำถามวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Model Causality) ซึ่งใช้เทคนิควิเคราะห์ต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ เป็นไปตามคุณสมบัติระดับการวัด โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ (Path Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์สมการ โครงสร้าง (SEM) เหตุผลในการเลือกใช้ SEM เนื่องจาก 1) ตัวแปรแฝงสามารถวิเคราะห์มุมมองจาก Regression 2) ในการใช้ SEM สามารถวัดความผิดพลาด (Error) ได้ 3) ในการใช้ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linear) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก (Additive) และเป็นความสัมพันธ์ทางเดียว (Recursive Model) ระหว่าง

ตัวแปรภายนอก (Exogenous Variables) และตัวแปรภายใน (Endogenous Variables) ในการ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการกำหนดตัวแปรสังเกตได้ (Manifest Variable) กับตัวแปรแฝง (Latent Variable) ผู้วิจัยควรมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎีการวัดแบบ Reflective และ Formative เสียก่อน เพื่อประโยชน์ต่อผู้วิจัยในการกำหนดโมเดลความสัมพันธ์ระหว่างตัวชี้วัดหรือตัวแปรที่สังเกตได้กับตัวแปรแฝงได้อย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่การตีความและสรุปผลการศึกษาที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง การกำหนดข้อมูลจำเพาะของรูปแบบ (Specification of the Model) ซึ่งมีขั้นตอนของการวิเคราะห์สมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) คือ การทบทวนวรรณกรรมและศึกษาตัวแปรที่จะนำมาใช้ในการทำวิจัย การเขียนโครงสร้างของโมเดล การเขียนโครงสร้างวิธีการ การเก็บรวบรวมข้อมูล ทดสอบโมเดล คู่มือการทดสอบและการแปลความหมาย (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2553) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows และโปรแกรมวิเคราะห์รูปแบบสมการ โครงสร้าง LISREL

3.1.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) ชานินทร์ ศิลป์จารุ (2555) อธิบายว่า SEM คือ โมเดลที่เกิดจากการรวมตัวของหลักการของสถิติการวิเคราะห์ 2 ประเภทเข้าด้วยกัน คือ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) และการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) กฤตกร กัลยาวัฒน์ (2553); Hair et. al. (2549) อธิบายว่าโมเดลสมการ โครงสร้างเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรพหุ ซึ่งได้รวมการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เข้าด้วยกัน ซึ่งทำให้ผู้วิจัยได้ประโยชน์จากเทคนิค SEM เป็นอย่างมาก โดยนำมาใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในกรอบแนวความคิดทั้งทางตรง-ทางอ้อมได้ภายในครั้งเดียว โปรแกรมสถิติที่นิยมใช้ในการตรวจสอบ SEM ได้แก่ LISREL

การกำหนดข้อมูลจำเพาะของรูปแบบ (Specification of the Model) ซึ่งมีขั้นตอนของการวิเคราะห์สมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) คือ การทบทวนวรรณกรรมและศึกษาตัวแปรที่จะนำมาใช้ในการทำวิจัย การเขียนโครงสร้างของโมเดล การเขียนโครงสร้างวิธีการ การเก็บรวบรวมข้อมูล ทดสอบโมเดล คู่มือการทดสอบและการแปลความหมาย (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2553) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows และ โปรแกรมวิเคราะห์รูปแบบสมการ โครงสร้าง LISREL

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำโปรแกรม LISREL Version 8.72 มาใช้วิเคราะห์เพื่อศึกษาถึง 1) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงด้วยกันโดยทดสอบอยู่บนพื้นฐานทางทฤษฎี และ 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับการชี้วัดหรือตัวแปรเชิงประจักษ์ โดยตรวจสอบบนคุณภาพการวัด โปรแกรม LISREL เพิ่มโอกาสในการวิเคราะห์ความผันแปร (Variance) และการผันแปรร่วม (Covariance) โดยนำเทคนิคนี้มาประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Confirmatory Factor Analysis : CFA) เพื่อตรวจสอบความกลมกลืน ความถูกต้องหรือความสอดคล้องของการสร้างมาตรวัด มีวัตถุประสงค์ของเทคนิคคือ การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรประจักษ์ (Manifest Variance) และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variables) กับตัวแปรภายใน (Endogenous Latent Variables) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคณะ. 2551)

การวิเคราะห์การผันแปรร่วมในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยคาดว่าจะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความผันแปรของตัวแปรทั้งหมดโดยศึกษาเป็นภาพรวมตามรูปสมการ เพื่อยืนยันความถูกต้องสมบูรณ์ หรือความล้มเหลวของการนำตัวแปรชี้วัด หรือตัวแปรเชิงประจักษ์มาใช้ในการสร้างตัวแปรเชิงทฤษฎี ตลอดจนค่าสถิติที่เกี่ยวข้องในการประเมินความสอดคล้องของกรอบแนวคิดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ผู้วิจัยขอเสนอในตารางที่ 3.8

ตารางที่ 3.8 ค่าสถิติที่เกี่ยวข้องในการประเมินความสอดคล้องของกรอบแนวคิดกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สถิติที่เกี่ยวข้อง	สัญลักษณ์	วัตถุประสงค์	เกณฑ์ในการพิจารณา
Chi-square	χ^2	เพื่อยืนยันสมมติฐาน คือ โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	p-value>0.05
Relative Chi-square	χ^2/df	ตรวจสอบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	<2.00 สอดคล้องกลมกลืนดี 2.00-5.00 สอดคล้องกลมกลืนในระดับที่ยอมรับได้ พอใช้ได้
Comparative Fit Index	CFI	เพื่อวัดระดับความกลมกลืน โดยมีค่าระหว่าง 0 - 1.00	≥ 0.95 สอดคล้องกลมกลืนดี 0.90 – 0.95 มีความสอดคล้องกลมกลืน พอใช้ได้
Goodness of Fit Index	GFI	เพื่อวัดระดับความกลมกลืน โดยมีค่าระหว่าง 0 - 1.00	≥ 0.95 สอดคล้องกลมกลืนดี 0.90 – 0.95 มีความสอดคล้องกลมกลืน พอใช้ได้
Adjusted Goodness of Fit Index	AGFI	เพื่อวัดระดับความกลมกลืน โดยมีค่าระหว่าง 0 - 1.00	≥ 0.95 สอดคล้องกลมกลืนดี 0.90 – 0.95 มีความสอดคล้องกลมกลืน พอใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.8 (ต่อ)

สถิติที่เกี่ยวข้อง	สัญลักษณ์	วัตถุประสงค์	เกณฑ์ในการพิจารณา
Root Mean Square Error of Approximation	RMSEA	เพื่อบอกค่าความคาดเคลื่อนของโมเดลในรูปของค่ารากเฉลี่ยกำลังสองของความคาดเคลื่อนโดยมีค่าระหว่าง 0 - 1.00	<0.05 สอดคล้องกลมกลืนดี 0.05 – 0.08 สอดคล้องกลมกลืนพอใช้ได้ 0.08 – 0.10 สอดคล้องกลมกลืนไม่ค่อยดี >0.10 สอดคล้องกลมกลืนไม่ดี >0.08 ไม่มีความกลมกลืน ควรปรับปรุงโมเดล
Standardized Root Mean Square Residual	SRMR	เพื่อบอกค่าความคาดเคลื่อนของแบบจำลองในรูปของรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปคะแนนมาตรฐาน โดยมีค่าระหว่าง 0 - 1.00	<0.05 มีความกลมกลืน ≤ 0.08 มีความกลมกลืน

ที่มา : Wheaton et al. (1977); Joreskog and sorbom (1989); Bentler (1990); Browne and Cudeck (1993); Hair et al. (2006); เสรี ชัดแจ้ง (2551); Schumacker & Lomax (2010)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องรูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

- 4.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านสถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.3 ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย
- 4.4 ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA)
- 4.5 ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

4.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=280)

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	177	63.2
หญิง	103	36.8
อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	3	1.1
31-35 ปี	21	7.5
36-40 ปี	26	9.3
41-45 ปี	34	12.1
46-50 ปี	31	11.1
51-55 ปี	48	17.1
56-60 ปี	55	19.6
61 ปีขึ้นไป	62	22.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	0.7
ปริญญาตรี	171	61.1
ปริญญาโท	107	38.2
ปริญญาเอก	0	0.0
ตำแหน่ง		
ผู้จัดการ โรงแรม	130	46.4
ผู้ช่วยผู้จัดการ โรงแรม	37	13.2
ที่ปรึกษาโรงแรม	18	6.4
กรรมการบริหาร	51	18.2
ผู้ประกอบการ	44	15.7
ประสบการณ์การทำงาน		
น้อยกว่า 3 ปี	5	1.8
3-5 ปี	10	3.6
6-8 ปี	15	5.4
9-11 ปี	58	20.7
12-14 ปี	73	26.1
15 ปีขึ้นไป	119	42.5

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 63.2 ส่วนใหญ่มีอายุ ตั้งแต่ 56 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 41.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.1 โดยมากดำรงตำแหน่งผู้จัดการ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 46.4 และมีประสบการณ์การทำงานส่วนใหญ่ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 42.5

4.2 ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านสถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=280)

ข้อมูลด้านสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนห้องพัก		
น้อยกว่า 10 ห้อง	4	1.4
10-50 ห้อง	22	7.9
51-100 ห้อง	93	33.2
101-200 ห้อง	161	57.5
การเป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย		
เป็น	267	95.4
ไม่เป็น	13	4.6
อายุตั้งแต่ก่อตั้ง		
น้อยกว่า 3 ปี	2	0.7
3-5 ปี	4	1.4
6-8 ปี	12	4.3
9-11ปี	99	35.4
12 ปี ขึ้นไป	163	58.2
ประเภทการจัดทะเบียน		
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	6	2.1
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	12	4.3
บริษัทจำกัด	262	93.6
จำนวนทุนจดทะเบียน		
น้อยกว่า 1 ล้านบาท	1	0.4
1-10 ล้านบาท	4	1.4
11-50 ล้านบาท	38	13.6
51-100 ล้านบาท	143	51.1
101-200 ล้านบาท	94	33.6
จำนวนพนักงาน		
น้อยกว่า 10 คน	1	0.4
10-50 คน	4	1.4
51-100 คน	95	33.9
101-200 คน	180	64.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลด้านสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
การบริหารงานของโรงแรม		
โดยครอบครัว	77	27.5
จ้างมืออาชีพ	203	72.5

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนห้องพักในโรงแรม 101-200 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 57.5 และส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของสมาคมโรงแรมไทย คิดเป็นร้อยละ 95.4 อายุของกิจการตั้งแต่ก่อตั้งส่วนใหญ่ตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 58.2 โดยมากจดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 93.6 ส่วนใหญ่จดทะเบียนด้วยทุนจดทะเบียน 51-100 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 51.1 จำนวนพนักงานในกิจการตั้งแต่ 101-200 คน เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 64.3 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บริหารโรงแรมด้วยการจ้างมืออาชีพ คิดเป็นร้อยละ 72.5

4.3 ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ปรากฏดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

รายการประเมิน		Mean	S.D.
ด้านการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ		3.83	0.789
การพัฒนาโครงสร้าง		3.89	0.79
1	ภาครัฐมีการจัดโครงการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ	3.77	.766
2	ภาครัฐมีระบบการคมนาคมขนส่งที่อำนวยความสะดวกต่อการประกอบธุรกิจของท่าน	4.03	.653
3	การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของภาครัฐในแนวทางปัจจุบันนี้ส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจของท่าน	3.90	.809

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการประเมิน		Mean	S.D.
4	ภาครัฐมีการส่งเสริมการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ให้กับองค์กรธุรกิจเพื่อ ความทัดเทียมมาตรฐานระดับนานาชาติเช่นการพัฒนา EEC ความ ร่วมมือลุ่มน้ำโขง	3.84	.935
การสนับสนุนแหล่งทุน		3.76	0.86
1	กิจการทราบถึงแหล่งเงินทุนที่รัฐบาลจัดสรรเพื่อการทำธุรกิจ	3.67	1.057
2	กิจการมีขีดความสามารถเพียงพอต่อการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่รัฐบาล จัดสรรเพื่อการทำธุรกิจ	4.01	.898
3	ภาครัฐมีแหล่งเงินทุนที่สามารถเข้าถึงได้หลายช่องทาง	3.75	.931
4	แหล่งเงินทุนจากทางภาครัฐเพียงพอต่อการขับเคลื่อน ธุรกิจของ ภาคเอกชน	3.60	.685
5	ภาครัฐมีนโยบายและแนวทางในการสนับสนุนช่วยเหลือทางด้านแหล่ง เงินทุนแก่ภาคเอกชน	3.75	.725
การสร้างเครือข่ายธุรกิจ		3.90	0.74
1	ภาครัฐมีส่วนอย่างมากในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม	3.79	.570
2	ภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจนในการสร้างเครือข่ายและชมรม	3.70	.646
3	รัฐมีส่วนร่วมในเครือข่ายของธุรกิจหลากหลายประเภททำให้มี ความสามารถในการเชื่อมโยงการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจโรงแรม	3.99	.733
4	รัฐช่วยในการวิเคราะห์หาแนวทาง ความได้เปรียบเสียเปรียบด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจของท่าน	4.01	.851
ด้านการเป็นผู้ประกอบการ		4.18	0.836
ความมีนวัตกรรม		4.17	0.77
1	มีความคิดแบบก้าวหน้า เพื่อปรับปรุงธุรกิจของท่านให้ทันสมัย	4.28	.834
2	มีการลงทุนและสนับสนุนงบประมาณเพื่อการวิจัย	4.18	.737
3	มีนโยบายสนับสนุนให้บุคลากรภายในองค์กรเสนอความคิดริเริ่ม เกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ	4.24	.769
4	มีการพัฒนาสินค้าหรือบริการอยู่เป็นประจำ	3.96	.747

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการประเมิน		Mean	S.D.
ความกระตือรือร้นของผู้ประกอบการ/ผู้บริหาร		4.15	0.83
1	มีการค้นคว้าหรือศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ	3.96	.779
2	พยายามทำงานให้บรรลุถึงมาตรฐานแห่งความเป็นเลิศ	4.14	.851
3	มีความมุ่งมั่น อดทน และไม่ย่อท้อต่อปัญหาและอุปสรรค	4.36	.759
4	หาโอกาสสร้างเครือข่ายพันธมิตรเสมอๆและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับธุรกิจอื่น ๆ อยู่บ่อย ๆ	4.13	.943
ความกล้าที่จะเสี่ยง		4.22	0.90
1	มักเลือกช่องทางการทำงานเพื่อผลตอบแทนที่คุ้มค่า แม้ว่าจะเป็นงานที่ยากและท้าทายก็ตาม	4.14	1.047
2	ยอมรับความเสี่ยงต่อการตัดสินใจในการลงทุนที่คิดว่าได้ผลกำไรสูงขึ้น	4.21	.963
3	เชื่อว่าโอกาสในการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องพร้อมเผชิญหน้ากับความเสี่ยง	4.33	.743
4	ทุ่มเทพยายามจำนวนมากเพื่อการลงทุนที่วิเคราะห์แล้วว่าสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่งทางธุรกิจได้	4.18	.854
ค่านวัตกรรมบริการ		4.08	0.763
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์		4.02	0.75
1	ผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะที่บ่งบอกเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้อย่างชัดเจน	4.09	.756
2	ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งในท้องตลาด	3.90	.783
3	ผลิตภัณฑ์มีบริการและ Packaging ที่หลากหลาย	3.96	.737
4	มีผลิตภัณฑ์บริการใหม่ที่พัฒนามาจากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เดิม เช่น พัฒนาเป็นรูปแบบ ที่แตกต่าง	4.07	.789
5	มีการผลิตบริการเสริมเพื่อเพิ่มการใช้งานผลิตภัณฑ์หลัก	4.07	.703
นวัตกรรมกระบวนการ		4.09	0.759
1	มีรูปแบบและขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน	3.89	.707
2	มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับใช้ในการให้บริการลูกค้า	4.17	.757
3	มีระบบและกระบวนการการให้บริการที่รวดเร็วและทันสมัย	4.24	.784
4	มีบุคลากรคอยให้คำอธิบายเมื่อผู้รับบริการเกิดข้อสงสัย	4.23	.814
5	มี Call Center เพื่ออำนวยความสะดวกด้านข้อมูลบริการให้กับลูกค้า	3.94	.735

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการประเมิน		Mean	S.D.
นวัตกรรมการตลาด		4.01	0.870
1	ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้หลากหลายช่องทาง	4.39	.777
2	มีการปรับราคาให้เป็นที่ยอมรับกับกลุ่มลูกค้าอยู่เสมอ	4.10	.794
3	มีการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเช่นการสำรวจความพึงพอใจ/ความต้องการของลูกค้า	3.96	.730
4	มีช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าในหลายช่องทางใหม่เช่น การออกบูธในสถานที่ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ	3.98	.812
5	มีการเสนอผลิตภัณฑ์เข้าถึงกลุ่มลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่	4.23	.710
6	ผู้บริหารมีความพร้อมในการเสนอแนวคิดทางการตลาดใหม่	4.12	.821
ด้านความพร้อมของ SMEs		4.01	0.902
ด้านเทคโนโลยี		4.13	0.774
1	มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพสำหรับกระบวนการผลิตบริการของโรงแรม	4.04	.78
2	มีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีใหม่ ๆ เสมอ	3.91	.965
3	มีการนำสินค้าและบริการที่ใช้เทคโนโลยีล่าสุดมาใช้เพื่อให้เกิดความสะดวกในการทำงานมากขึ้น	3.97	.996
4	เทคโนโลยีที่ใช้ในกิจการโรงแรมมีส่วนช่วยให้พนักงานเพิ่มความสามารถในการทำงาน มีความยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น	4.17	.833
5	เป็นผู้ริเริ่มทางความคิดในการนำเทคโนโลยีมาผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่	3.84	.820
6	ผู้ประกอบการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนา	4.08	.815
ด้านบุคลากร		4.02	0.934
1	มีการวางแผนด้านการจัดการบุคลากร	4.00	.845
2	มีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ	3.97	.998
3	มีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ	4.18	.889
4	มีระบบการประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรอย่างเป็นระบบและยุติธรรม	3.95	.977
5	มีระบบการให้สวัสดิการและค่าจ้างที่เหมาะสม	3.92	.908
6	มีการตั้งเป้าหมายในการทำงานและสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากร	4.12	.986

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการประเมิน		Mean	S.D.
ด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน		3.96	0.878
ต้นทุน		3.89	0.888
1	มีการสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานทุกกิจกรรม	3.91	.929
2	กิจการสามารถรักษาระดับต้นทุนในการดำเนินงานให้เท่าเดิมหรือลดลงได้	3.88	.898
3	กิจการลงทุนขนาดใหญ่เพื่อช่วยให้เกิดการประหยัดต่อขนาด	3.83	.816
4	กิจการพยายามที่จะบังคับคู่แข่งให้ออกจากตลาดด้วยการควบคุมต้นทุนอย่างดี	3.95	.909
คุณภาพ		3.98	0.87
1	กิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันเวลาและเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด	3.91	.892
2	กิจการมุ่งเน้นปรับปรุงการบริการจากข้อเสนอแนะของลูกค้าอย่างต่อเนื่องทันที เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.01	.853
3	บริการมีคุณภาพ ใจกว้าง และเชื่อถือได้ในระยะยาวเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า	4.03	.873
ความแตกต่างของกิจการ		4.01	0.845
1	กิจการสามารถให้บริการที่ใหม่และหลากหลายเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	3.95	.866
2	มีการสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลข่าวสารทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง	3.93	.946
3	กิจการให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขายและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เพื่อความประทับใจเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	4.15	.794

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจ โรงแรมในประเทศไทย พบว่าองค์ประกอบด้านการเป็นผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} =4.18, S.D.=0.836)

โดยมีองค์ประกอบย่อยด้านความกล้าที่จะเสี่ยงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{x} = 4.22, S.D.=0.900) รองลงมาคือองค์ประกอบด้านนวัตกรรมบริการ (\bar{x} = 4.08, S.D.=0.763) และองค์ประกอบ

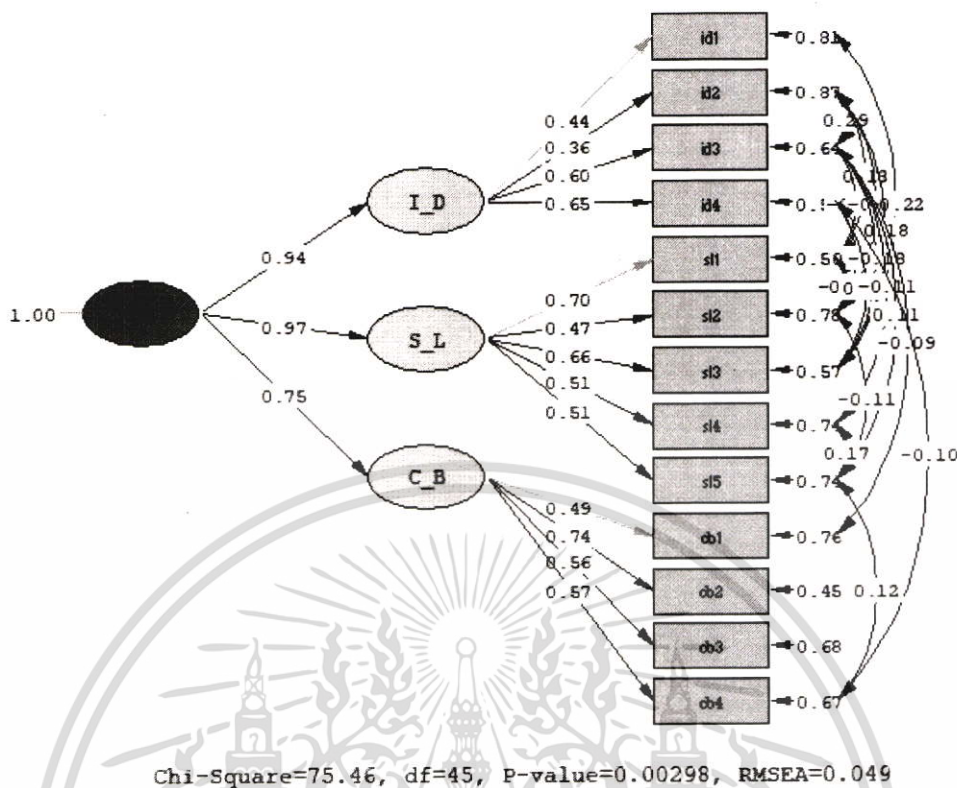
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 3.83$, S.D.=0.879) โดยมีองค์ประกอบย่อยด้านการสนับสนุนแหล่งทุน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 3.76$, S.D.=0.860)

4.4 ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA)

ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) อันดับที่สอง เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบต่าง ๆ จำนวน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบด้านการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ (GS) ด้านการเป็นผู้ประกอบการ (ENT) ด้านนวัตกรรมบริการ (SI) ด้านความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Readiness) และด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย โดยแบ่งการวิเคราะห์ ดังนี้

ตอนที่ 4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) อันดับที่สอง เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบด้านการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ องค์ประกอบด้านการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (ID) ด้านการสนับสนุนแหล่งทุน (SL) และด้านการสร้างพันธมิตรของวิสาหกิจ (CB) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยใช้โปรแกรม Lisrel แสดงผังแผนภาพที่ 4.1



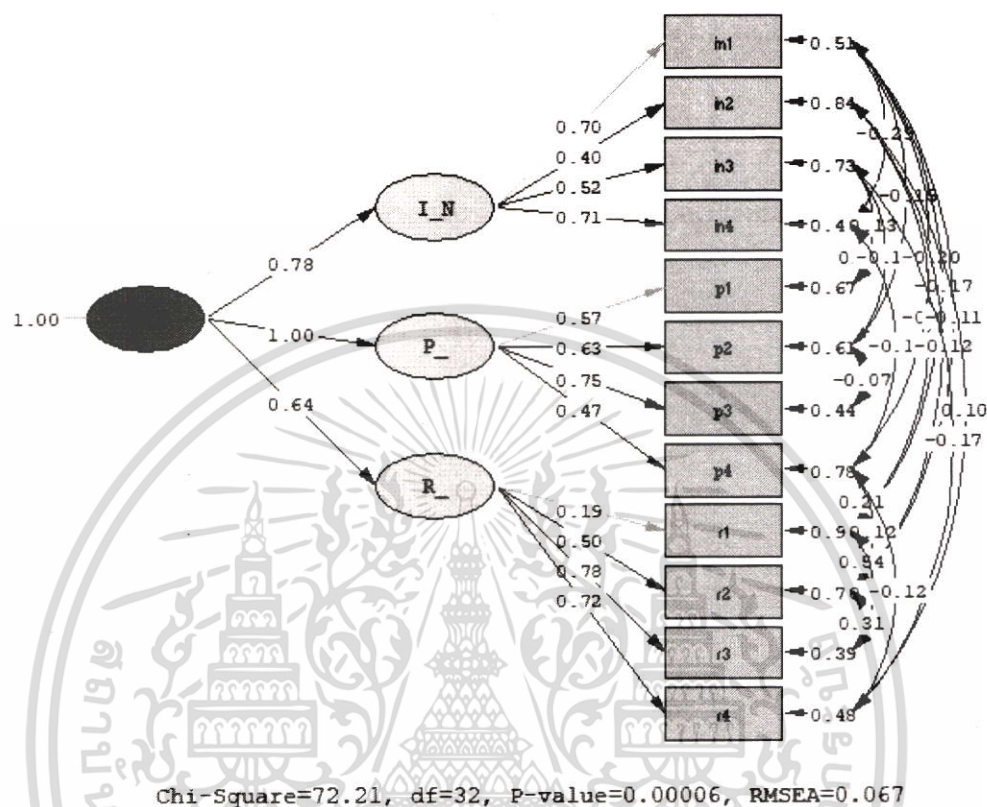
ภาพที่ 4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้านการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ

จากแผนภาพที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ มีค่าเท่ากับ 75.46 องศาอิสระ เท่ากับ 45 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ มีค่า 1.68 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.96 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.92 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.98 ค่าดัชนีเปรียบเทียบ (NFI) เท่ากับ 0.96 ซึ่งมากกว่า 0.90 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ(RMR) เท่ากับ 0.028 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.049 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หมายความว่า องค์ประกอบด้านการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ ประกอบด้วยตัวแปรแฝง 3 ตัว ได้แก่ ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (ID) ด้านการสนับสนุนแหล่งทุน (SL) และด้าน การสร้างพันธมิตรของวิสาหกิจ (CB)

ตอนที่ 4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) อันดับที่สอง เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบด้านการเป็นผู้ประกอบการ (ENT) องค์ประกอบด้านการเป็นผู้ประกอบการ (ENT) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นวัตกรรม (IN) ความกระตือรือร้น (P) และความกล้าที่จะเสี่ยง (R) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโดยใช้โปรแกรม Lisrel แสดงดังแผนภาพที่ 4.2

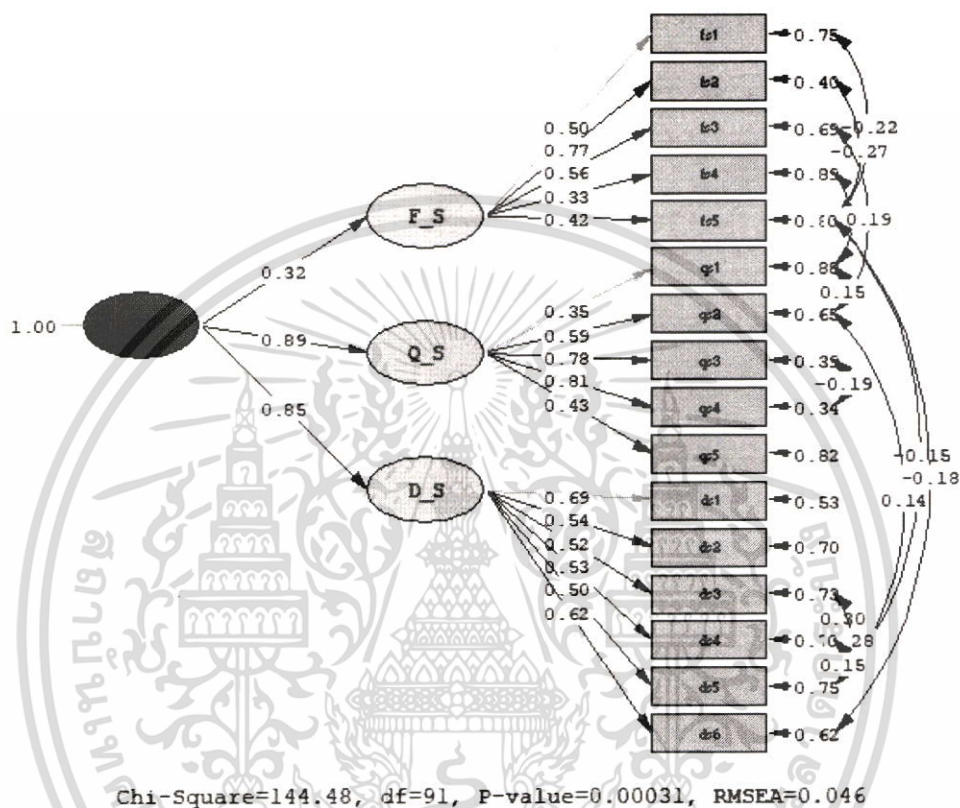


ภาพที่ 4.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้านการเป็นผู้ประกอบการ (ENT)

จากแผนภาพที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ มีค่าเท่ากับ 72.21 องศาอิสระ เท่ากับ 32 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์มีค่า 2.23 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.96 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.90 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.97 ค่าดัชนีเปรียบเทียบ (NFI) เท่ากับ 0.96 ซึ่งมากกว่า 0.90 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ 0.06 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.067 ซึ่งใกล้เคียง 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หมายความว่าองค์ประกอบด้านการเป็นผู้ประกอบการ (ENT) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การมีนวัตกรรม (IN) ความกระตือรือร้น(P) และความกล้าที่จะเสี่ยง (R)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) อันดับที่สอง เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบด้านนวัตกรรมบริการ (SI) องค์ประกอบด้านนวัตกรรมบริการ (SI) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการ (FS) นวัตกรรมกระบวนการ (QS) และนวัตกรรมการตลาด (DS) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโดยใช้โปรแกรม Lisrel แสดงดังแผนภาพที่ 3



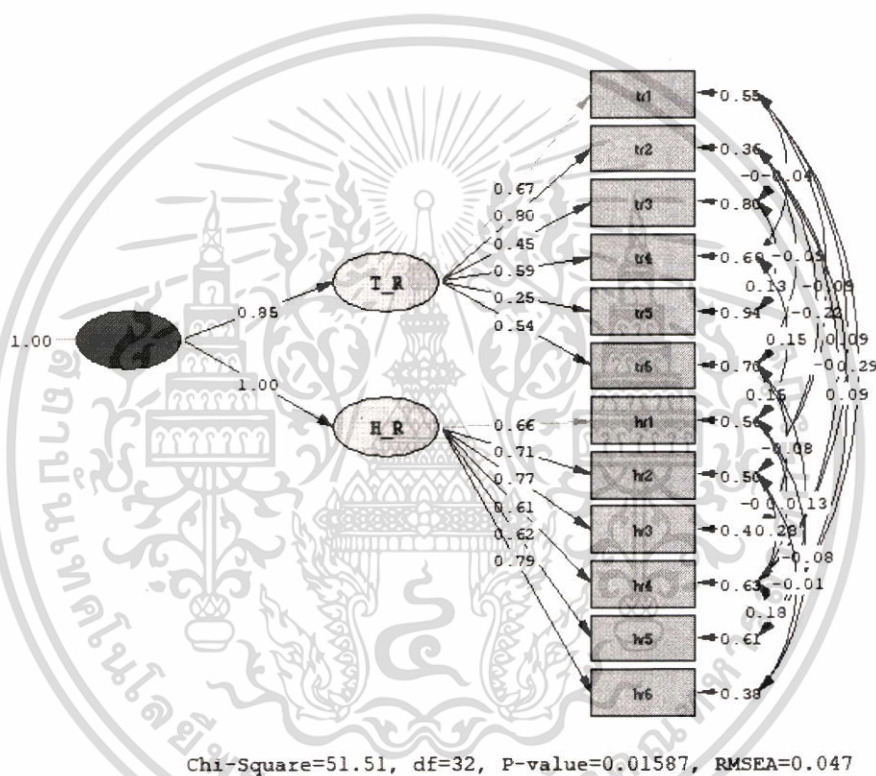
ภาพที่ 4.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้านนวัตกรรมบริการ (SI)

จากแผนภาพที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ มีค่าเท่ากับ 144.48 องศาอิสระ เท่ากับ 91 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์มีค่า 1.59 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.94 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.91 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.97 ค่าดัชนีเปรียบเทียบ (NFI) เท่ากับ 0.92 ซึ่งมากกว่า 0.90 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ 0.032 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.046 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หมายความว่าด้านนวัตกรรมบริการ (SI) ประกอบด้วย 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบ ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการ (FS) นวัตกรรมกระบวนการ (QS) และ นวัตกรรมการตลาด

ตอนที่ 4.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) อันดับที่สอง เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบด้านความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) องค์ประกอบด้านความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ความพร้อมทางเทคโนโลยี (TR) ความพร้อมด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล (HR) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโดยใช้โปรแกรม Lisrel แสดงดังแผนภาพที่ 4.4



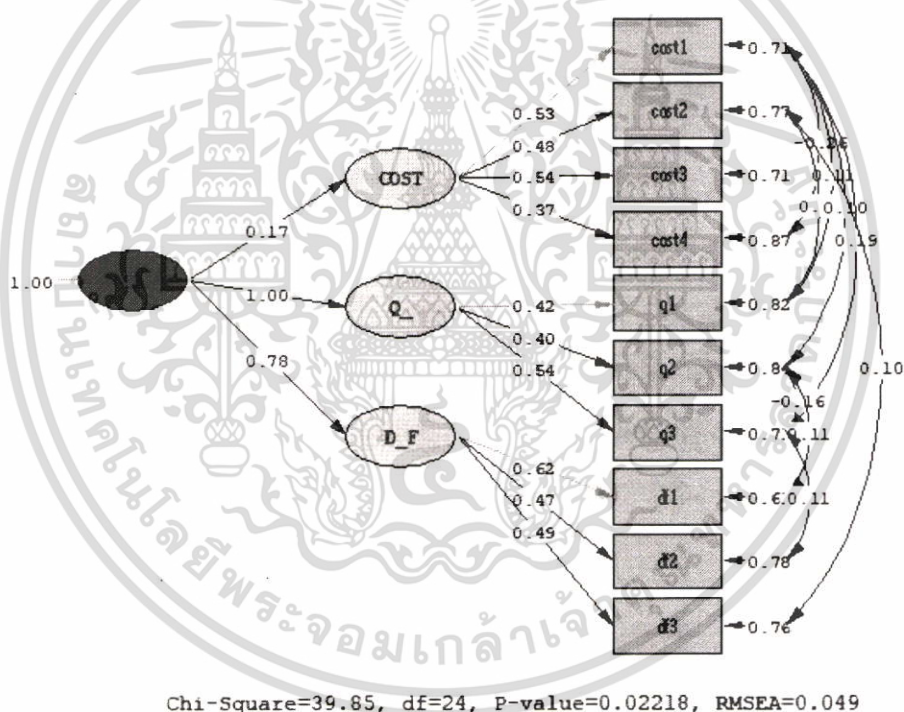
ภาพที่ 4.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้านความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read)

จากแผนภาพที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ มีค่าเท่ากับ 51.51 องศาอิสระ เท่ากับ 32 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์มีค่า 1.61 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.97 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.93 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.99 ค่าดัชนีเปรียบเทียบ (NFI) เท่ากับ 0.98 ซึ่งมากกว่า 0.90 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ 0.035 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.047 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หมายความว่าองค์ประกอบด้านความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ความพร้อมทางเทคโนโลยี (TR) ความพร้อมด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล (HR) (DS)

ตอนที่ 4.5 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) อันดับที่สอง เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย

องค์ประกอบด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ต้นทุน (Cost) คุณภาพ (Q) และการสร้างความแตกต่าง (D_F) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโดยใช้โปรแกรม Lisrel แสดงดังแผนภาพที่ 4.5



ภาพที่ 4.5 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA)

จากแผนภาพที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ มีค่าเท่ากับ 39.85 องศาอิสระ เท่ากับ 24 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์มีค่า 1.66 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.97 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.94 ค่าดัชนีเปรียบเทียบ (NFI) เท่ากับ 0.90 ค่าดัชนีวัดระดับเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.95 ซึ่งมากกว่า 0.90 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ 0.039 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.049 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หมายความว่าองค์ประกอบด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ต้นทุน (Cost) คุณภาพ (Q) และการสร้างความแตกต่าง (DF)

4.5 ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

สำหรับตอนที่ 5 จะเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ด้วยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) โดยใช้โปรแกรม Lisrel 8.72 ประกอบด้วยตัวแปรแฝงทั้งหมด 5 ตัวแปร ได้แก่ การสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ (GS) การเป็นผู้ประกอบการ (ENT) นวัตกรรมบริการ (SI) ความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) และความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย (CA) แบ่งเป็นตัวแปรแฝงภายนอกได้แก่ การสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ (GS) การเป็นผู้ประกอบการ (ENT) และนวัตกรรมบริการ (SI) ตัวแปรต้นกลาง คือ ความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) และตัวแปรแฝงภายในคือ ความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย (CA) ผลการวิเคราะห์แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เส้นทางและการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

ก่อนที่จะทำการวิเคราะห์เส้นทาง ผู้วิจัยได้นำตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดไปวิเคราะห์เพื่อทดสอบว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้แตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์หรือไม่ โดยใช้สถิติทดสอบ Bartlett's test of Sphericity พบว่ามีค่าสถิติเท่ากับ 9430.096 ค่า $p = 0.00$ แสดงว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้แตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และค่าดัชนี KMO (Kaiser-Meyer-Olkin of Sampling Adequacy) เท่ากับ 0.729 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเหมาะสม

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ขนาดและทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง แสดง

ตารางที่ 4.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 เมตริกสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	GS	ENT	SI	SME Read	CA
GS	1.000				
ENT	0.260**	1.000			
SI	0.212**	0.431**	1.000		
SME Read	0.239**	0.369**	0.535**	1.000	
CA	0.028	0.195**	0.410**	0.437**	1.000

หมายเหตุ : ** $p < 0.01$

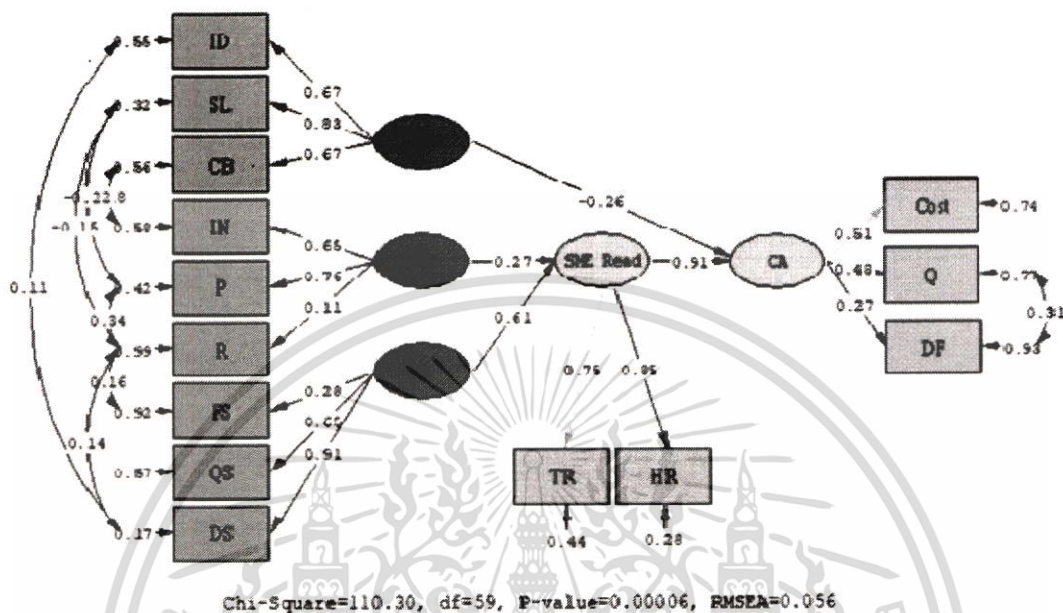
จากตารางที่ 4.4 พิจารณาเมตริกสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงตั้งแต่ 0.028-0.535 โดยคู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุดคือตัวแปรนวัตกรรมบริการ (SI) และความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.535 รองลงมาคือตัวแปรปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย (CA) และความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.437

จากเมตริกสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีขนาดไม่ถึง 0.90 ทำการทดสอบการเกิด Multicollinearity ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ (GS) การเป็นผู้ประกอบการ (ENT) นวัตกรรมบริการ (SI) ความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) พบว่าทุกตัวแปร มีค่า Tolerance มากกว่า 0.10 และค่า VIF น้อยกว่า 10 ทุกค่า แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ระหว่างตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรอิสระ นอกจากนี้ได้ตรวจสอบทอมของความคลาดเคลื่อน (error) มีความแปรปรวนคงที่ (homoscedascity) หรือไม่ โดยการตรวจสอบแผนภาพการกระจายระหว่าง Regression Studentized Residual กับ Regression Standardized Predicted Value พบว่าแผนภาพกระจายในลักษณะเป็นไปอย่างสุ่ม (Null plot) แสดงว่าค่าความแปรปรวนแต่ละค่าของตัวแปรอิสระบนสมการทำนายเท่ากัน

จากการทดสอบเมตริกสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ มีความแตกต่างจากเมตริกสหสัมพันธ์เอกลักษณ์ และค่าดัชนี KMO (Kaiser-Myyer-Oilkin of Sampling Adequacy) มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเหมาะสม นอกจากนี้เมตริกสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ระหว่างตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรอิสระ และความคลาดเคลื่อน (error) มีความแปรปรวนคงที่ (homoscedascity) ดังนั้นจึงสามารถนำไปวิเคราะห์เส้นทางด้วยโปรแกรม **Eisrel** ต่อไปได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์เส้นทางและการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย แสดงดังภาพที่ 4.6



ภาพที่ 4.6 การวิเคราะห์เส้นทาง

จากแผนภาพที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์เส้นทาง(Path analysis) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์มีค่าเท่ากับ 110.30 องศาอิสระเท่ากับ 59 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์มีค่า 1.87 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.95 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.90 ค่าดัชนีเปรียบเทียบ (NFI) เท่ากับ 0.94 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.97 ซึ่งมากกว่า 0.90 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ 0.016 และ ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.056 ซึ่งมีค่าใกล้เคียง 0.05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย แสดงดังตารางที่ 4.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

ตัวแปรผล ตัวแปรเหตุ	SME Read			CA		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE
GS	-	-	-	-0.26*	-	-0.26
ENT	0.27*	-	0.27	0.25*	0.25	-
SI	0.61*	-	0.61	0.56*	0.56	-
SME Read	-	-	-	0.91*	-	0.91
ค่าสถิติ	ไค-สแควร์=110.31 GFI=0.95 AGFI=0.90 RMR=0.016					
ตัวแปรสมการโครงสร้าง	SME Read	CA				
R-SQUARE	0.64	0.75				

หมายเหตุ : * $p < 0.05$

จากตารางที่ 4.5 พบว่าความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากการเป็นผู้ประกอบการ (ENT) และนวัตกรรมบริการ (SI) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.27 และ 0.61 ตามลำดับ

ความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย (CA) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ (GS) และความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ -0.26 และ 0.91 ตามลำดับ

ความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย (CA) ได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการเป็นผู้ประกอบการ (ENT) และนวัตกรรมบริการ (SI) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.25 และ 0.56 ตามลำดับ

ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R-SQUARE) ของตัวแปรความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) เท่ากับ 0.64 แสดงว่าปัจจัยด้านการเป็นผู้ประกอบการ (ENT) และนวัตกรรมบริการ (SI) สามารถอธิบายความแปรปรวนของด้านความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) ได้ร้อยละ 64

ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R-SQUARE) ของความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย (CA) เท่ากับ 0.75 แสดงว่าปัจจัยด้านการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ (GS) ความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) การเป็นผู้ประกอบการ (ENT) และนวัตกรรมบริการ (SI) สามารถ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อธิบายความแปรปรวนของการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรม
โรงแรมของไทย (CA) ได้ร้อยละ 75



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

การวิเคราะห์ อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรม โรงแรมวิเคราะห์รูปแบบความสามารถในการแข่งขันและระดับอิทธิพลปัจจัยที่ส่งผลคือการสนับสนุนของภาครัฐบาล ภาวะการณ์เป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรม โรงแรมในประเทศไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยทำการสำรวจจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ ผู้บริหาร โรงแรมทั้งสิ้นจำนวน 280 คน และทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ทั้งหมดด้วยเทคนิคการสร้างรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นปัจจัยเชิงสาเหตุ (Path Analysis) ด้วยโปรแกรม Lisrel เพื่อตอบคำถามงานวิจัยที่ว่าปัจจัยใดที่มีผลหรืออิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรม โรงแรมในประเทศไทยอย่างไรและมีระดับใดเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจ โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในอนาคตต่อไป

5.1 การวิเคราะห์และอภิปรายผลตามคำถามวิจัย

5.1.1. คำถามวิจัย รูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรม โรงแรม มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่และมีลักษณะอย่างไร

ผลการศึกษา พบว่า รูปแบบการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสรุปผลได้ว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ทั้ง 5 องค์ประกอบทั้งบทบาทการสนับสนุนของภาครัฐที่ประกอบด้วย องค์ประกอบทั้งการพัฒนาโครงสร้างการสนับสนุนแหล่งทุนและการสร้างเครือข่ายธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วย องค์ประกอบ ความกระตือรือร้นของผู้ประกอบการ/ผู้บริหาร และความกล้าที่จะเสี่ยง ด้านนวัตกรรมบริการประกอบด้วยองค์ประกอบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการและนวัตกรรมการตลาด ด้านความพร้อมของ SMEs ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านเทคโนโลยีและด้านบุคลากร ด้านความได้เปรียบในการแข่งขันประกอบด้วย องค์ประกอบต้นทุน คุณภาพและความแตกต่างของบริการ โดยระดับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมเห็นว่าการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือด้านนวัตกรรมบริการ ความพร้อมในการแข่งขัน

และบทบาทภาครัฐอยู่ในลำดับที่น้อยที่สุดจากตารางที่ 4.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2 ตัวแปรใดบ้างที่มีอิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีแนวโน้มในการสร้างรายได้เข้าประเทศไทยให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับ ธุรกิจโรงแรมจัดเป็นธุรกิจหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนั้น ผลของการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากการเป็นผู้ประกอบการ (ENT) และนวัตกรรมบริการ (SI) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.27 และ 0.61ตามลำดับ

ความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย (CA) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ (GS) และความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ -0.26 และ 0.91 ตามลำดับ

ความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย (CA) ได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการเป็นผู้ประกอบการ (ENT) และนวัตกรรมบริการ (SI) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.25 และ 0.56 ตามลำดับ

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (R-SQUARE) ของตัวแปรความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) เท่ากับ 0.64 แสดงว่าปัจจัยด้านการเป็นผู้ประกอบการ (ENT) และนวัตกรรมบริการ (SI) สามารถอธิบายความแปรปรวนของด้านความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) ได้ร้อยละ 64

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (R-SQUARE) ของความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย (CA) เท่ากับ 0.75 แสดงว่าปัจจัยด้านการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ (GS) ความพร้อมในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Read) การเป็นผู้ประกอบการ (ENT) และนวัตกรรมบริการ (SI) สามารถอธิบายความแปรปรวนของการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมโรงแรมของไทย (CA) ได้ร้อยละ 75

จะมีส่วนช่วยเป็นแนวทางให้ผู้บริหารของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อม ควรให้ความสนใจต่อการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจของตน เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงและยั่งยืนของธุรกิจต่อไป ให้สามารถเปลี่ยนแปลงและปรับตัวได้ตลอดเวลาตามสถานการณ์ในขณะนั้น ช่วยเพิ่มคุณภาพบริการที่เป็นรูปธรรม ธุรกิจโรงแรมที่ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารเคยได้รับประสบการณ์จากการสนับสนุนหรือการส่งเสริมจากภาครัฐบาลทั้งทางด้านการพัฒนาโครงสร้าง เงินทุนและการช่วยส่งเสริมการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ แต่การที่ผู้ให้บริการจะดำเนินการได้เช่นที่กล่าวมาจะต้องมีพนักงานที่มีทักษะความสามารถในการให้บริการ ดังนั้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ให้บริการต้องมีการฝึกฝน อบรมพนักงานจนเกิดทักษะของการให้บริการที่ดีเพื่อเป็นการสร้างความพร้อมในการแข่งขัน

5.2 การค้นพบความสัมพันธ์ใหม่ของตัวแปร

ผลการศึกษานี้ ได้ข้อค้นพบทางวิชาการ คือ ปัจจัยการสนับสนุนของภาครัฐมีผลในทางตรงกับความในการแข่งขันและความได้เปรียบในการแข่งขัน ค่าอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม ที่ค้นพบว่ามีค่าในทางตรงกันข้ามกับทฤษฎีทั่วไปที่มักกล่าวว่บทบาทของภาครัฐมีผลส่งเสริมต่อทั้งสองปัจจัยแต่ผลการศึกษากลับพบว่าการที่รัฐลดบทบาทของตนเองลงอาจจะเป็นผลดีต่อการสร้างความพร้อมให้กับธุรกิจ SMEs มากกว่าการเข้าไปสนับสนุนของรัฐ ซึ่งก็สอดคล้องกับผลการวิจัยของ OECD ว่าอุตสาหกรรม SMEs ที่มีผู้ประกอบการที่มีภาวะผู้ประกอบการเต็มที่ ไม่ต้องการพึ่งพิงการสนับสนุนจากรัฐมากนักเพราะสามารถดำเนินการด้วยตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพอยู่แล้ว แต่ถ้าเป็นผู้ประกอบการมือใหม่หรือขาดประสบการณ์ยังคงต้องการการสนับสนุนจากรัฐอย่างเต็มที่

5.3 การวิเคราะห์และอภิปรายผลตามงานวิจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรคั่นกลาง และตัวแปรแฝง

จากการวิจัยที่ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อใช้เป็นสมมุติฐานของงานวิจัย และผลจากการวิเคราะห์เชิงปริมาณทำให้ได้ข้อค้นพบที่จะไปสู่การนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ภาคธุรกิจ โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ซึ่งรายละเอียดของการวิเคราะห์และอภิปรายผลของงานวิจัยโดยเรียงลำดับตามค่าอิทธิพลรวมของแต่ละตัวแปรที่มีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันดังนี้

5.3.1 ความพร้อมในการแข่งขัน มีอิทธิพลโดยรวมสูงสุดต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ปัจจัยด้านความพร้อมในการแข่งขัน (Readiness for Competition) จะประกอบด้วย ความพร้อมด้านเทคโนโลยี ความพร้อมด้านบุคลากรเป็นปัจจัยคั่นกลางที่มีอิทธิพลทางตรงสูงสุดต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งผลของงานวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับทฤษฎีของการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง จะทำให้การเรียนรู้มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และความมั่นใจในความพร้อมในการแข่งขันก็จะเพิ่มขึ้น (Awuah & Amal, 2009) บุคคลมักชอบใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อบรรลุเป้าหมายทั้งในงานและชีวิตส่วนตัว (Parasuraman (2000) การพัฒนาทรัพยากรบุคคลมีบทบาทสำคัญในการรักษาและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจให้อยู่รอดได้ (Siengthai and เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Bechter. 2011) ทุมนมนุษย์ร่วมกับความเป็นผู้ประกอบการ จะส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความคิดทางนวัตกรรมบริการและมีแนวคิดในแนวมาตรฐานสากลมากขึ้น (Radulovich. 2007) ก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อกันว่าจะได้รับความปลอดภัยจากการใช้บริการ อันนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันในที่สุด

5.3.2 นวัตกรรม มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน จากการวิเคราะห์พบว่า นวัตกรรมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยรวมต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และมีอิทธิพลโดยตรงต่อความพร้อมในการแข่งขันเป็นลำดับถัดจากความเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ นวัตกรรมเป็นกระบวนการในการสร้างสิ่งใหม่ กระบวนการปรับปรุงความสามารถ ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ และความมั่งคั่งโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ หรือจากการสร้างขึ้นใหม่ Drucker (1985) นวัตกรรมประกอบด้วยพื้นฐานคือนวัตกรรมกระบวนการและนวัตกรรมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบริการใหม่ๆ และแนวความคิดที่มีความสำคัญต่อการเติบโตของบริษัท และผลการดำเนินงานด้านการเงิน นวัตกรรมกระบวนการช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของบริษัท Hui -Ling Huang (2014) การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิด นวัตกรรมบริการใหม่ที่ทันสมัยมากขึ้น โดยโรงแรมมักหันมาให้ความสำคัญต่อความสะดวก รวดเร็ว ง่าย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งานและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า Ilyas Akhisar et al. (2015)

5.3.3 การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลโดยตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันแต่มีค่าติดลบซึ่งหมายความว่า การที่รัฐสนับสนุนธุรกิจ โรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีผลทำให้ความได้เปรียบในการแข่งขันลดลง ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมักเป็นผู้มีประสบการณ์ในธุรกิจนี้มายาวนานจึงไม่ต้องการให้รัฐยื่นมือเข้ามาออกกฎระเบียบหรือกฎหมายซึ่งจะเป็นข้อยุ่งยากในการประกอบการมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ OECD ของ SME ในหลายๆประเทศเช่นกันไม่ว่าจะเป็นเรื่องของแหล่งเงินทุนหรือการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจธุรกิจเหล่านี้ประกอบการมานานจนเป็นที่ยอมรับมีความน่าเชื่อถือไม่จำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนของรัฐ

5.3.4 สมมติฐานด้านการสนับสนุนของภาครัฐที่ส่งผลโดยตรงต่อความพร้อมในการแข่งขันและสมมติฐานนวัตกรรมบริการที่ส่งผลโดยตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันก็ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในตัวแบบนี้

5.4 ข้อจำกัดของการวิจัย

ด้านระเบียบวิธีวิจัยและด้านการเข้าถึงข้อมูลในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ จะต้องจัดเก็บข้อมูลจากผู้บริหารและผู้ประกอบการของโรงแรม ซึ่งการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้เป็นเรื่องที่ยากมากเพราะส่วนใหญ่เค้าไม่ค่อยมีเวลาตอบแบบสอบถามอย่างเต็มที่ จึงเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาและความอดทนของผู้เก็บแบบสอบถามและผู้วิจัย

5.5 ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้ข้อเสนอแนะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภาคธุรกิจโรงแรม ผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อเสนอแนะ รวม 3 ประเด็น คือ 1) ข้อเสนอแนะทางวิชาการ 2) ข้อเสนอแนะเชิงวิชาชีพ และ 3) ข้อเสนอแนะของการวิจัยในครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.5.1 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ธุรกิจโรงแรม เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศเพิ่มขึ้น ซึ่งผลงานวิจัยครั้งนี้จะสามารถนำไปใช้ในเชิงวิชาการ โดยผลงานวิจัยยืนยันและเพิ่มเติมองค์ความรู้จากเดิม จากแนวคิดทฤษฎีของ Parasuraman, et al. (1985) ซึ่งแนวคิดทฤษฎีของ Parasuraman ได้กล่าวถึงคุณภาพการบริการว่า ปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริหารใช้ในการตัดสินใจคุณภาพการบริการ จะนำมาซึ่งการเข้าใจและการรู้จักลูกค้า และนำมาซึ่งสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องดำเนินการเพื่อความพร้อมในการให้บริการ เช่น ความสามารถของผู้ให้บริการ การตอบสนองความต้องการ และยังรวมถึงความเป็นรูปธรรมของการบริการ และความรวดเร็วในบริการหรือคุณภาพของบริการที่มีตัวตน ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความไว้วางใจจากผู้ให้บริการ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการเอง

5.5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภาครัฐ

จากความสำคัญที่เพิ่มขึ้นเป็นลำดับของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เข้าประเทศจำนวนมากการศึกษาของไทยควรที่จะสร้างหลักสูตรด้านการท่องเที่ยวด้านการบริการให้เพิ่มมากขึ้น ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การให้บริการของธุรกิจโรงแรม ซึ่งเป็นธุรกิจหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับ ความเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการ ความถูกต้อง และความตรงต่อเวลาในการให้บริการ โดยการสร้างหลักสูตรการศึกษาจำเป็นต้องมีผลงานวิจัยรองรับเพื่อให้ทราบความต้องการบุคลากรของทั้งระบบ และจะต้องเป็นหลักสูตรการศึกษาที่สอดคล้อง และสอดคล้องกับนโยบาย แนวโน้มเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้หลักสูตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาที่เหมาะสมจะเป็นการสร้างเตรียมพร้อมด้านบุคลากรให้มีความเหมาะสม พร้อมรับการแข่งขันที่จะมีความรุนแรงเพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้าอย่างมาก ส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารสามารถกระจายได้ทั่วถึงและรวดเร็วเป็นปัจจุบันในทุกสถานที่ ซึ่งก่อให้เกิดจากการช่วงชิงโอกาสทางการตลาดอย่างเข้มข้น แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ข้อเสนอแนะทางนโยบายภาครัฐมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น สมควรดำเนินการวิจัยเพิ่มเติม โดยใช้กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหาร โรงแรมแห่งอื่นให้ทั่วถึงทุกภูมิภาคและเป็นตัวแทนที่ดี ทั้งนี้เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้บริหารและเจ้าของผู้ประกอบการ โรงแรมเพียงบางส่วนเท่านั้นและส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่มีขนาดกลางมากกว่าขนาดย่อม

5.5.3 ข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยเก็บข้อมูลจากโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมเพียง 280 โรงแรมแห่งเท่านั้น คือ โรงแรมเพียงส่วนน้อยของประเทศไทยเท่านั้น และนอกจากนี้ควรเพิ่มเติมการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ไปกับการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้อง เชื่อถือให้มากขึ้นด้วย ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปที่น่าจะดำเนินการศึกษาเพิ่มเติม ประกอบด้วย

1) ข้อเสนอแนะในการวิจัยเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

1.1) เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ มีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารและเจ้าของผู้ประกอบการและผู้จัดการซึ่งจะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างดังกล่าว คือ เป็นผู้บริหารและผู้ประกอบการ ซึ่งอาจมีแนวคิดบางอย่างที่ใกล้เคียงกัน จึงเห็นควรเสนอแนะให้ดำเนินการวิจัยโดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากขึ้น ทั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมั่นใจมากยิ่งขึ้น ทำให้สามารถนำผลการวิจัยปรับใช้ในเชิงวิชาการ รวมทั้งเชิงนโยบายภาครัฐต่อไป

1.2) งานวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีประสบการณ์ดำเนินงานโรงแรมมานานส่วนใหญ่ ดังนั้น จึงควรดำเนินการวิจัยจากผู้บริหารระดับที่เพิ่งเริ่มดำเนินงานโรงแรมก็อาจจะได้มุมมองในบางเรื่องที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นการยืนยันของผลงานวิจัยครั้งนี้ จะส่งให้มีข้อเสนอแนะต่าง ๆ มีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น และสามารถนำไปปรับใช้เป็นข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ได้ดีมากยิ่งขึ้นด้วย

2) ข้อเสนอแนะในหัวข้อการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเพื่อค้นหาปัจจัยเชิงประจักษ์ด้านความเตรียมความพร้อมในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กจริง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจโรงแรมที่เพิ่งเริ่มต้นดำเนินการว่ามีมุมมองหรือประสพภาวะเหมือนหรือแตกต่างจากธุรกิจที่เติบโตมาในอดีตหรือไม่อย่างไรเพื่อเป็นการศึกษาสภาพการดำเนินการในยุคปัจจุบันอย่างแท้จริง

บรรณานุกรม

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2555. คำถาม-คำตอบ AEC คืออะไร. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : https://www.bic.moe.go.th/images/stories/AEC_360.pdf.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2554. ข้อมูลธุรกิจ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=7485.
- กระทรวงคมนาคม. 2556. ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://www.econ.tu.ac.th/oldweb/doc/seminar/421/1_Symposium_Pracha.pptx.
- กรุงเทพธุรกิจ. 2556. สนข.ตั้งงบ'แสนล้าน'ลุยโครงสร้างพื้นฐานปี58. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/587131>.
- กฤตกร กัลยารัตน์. 2553. ผลกระทบเชิงประจักษ์ของสถานการณ์การแข่งขัน การจัดการความรู้ บรรยากาศการเรียนรู้ ความพร้อมในการปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลง และนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานสาขาของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2553. สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2555. สรุปรายได้และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2555. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : https://www.mots.go.th/old/more_news.php?cid=549&filename=index.
- ธนพล วีราสา และคณะ. 2547. กลยุทธ์ทางการจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีและการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม. กรุงเทพฯ : สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2555. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : บิซซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. 2542. โมเดลอิสระ: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประภัสสร เทพชาตรี. 2552. โครงการอาเซียนศึกษา. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. **การสร้างและพัฒนาและทดสอบผลสัมฤทธิ์**. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว. 2545. **ศาสตร์แห่งการวิจัยทางการเมืองและสังคม**. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ : สถาบันวิทย์ไทยและสมาคมรัฐศาสตร์แห่งประเทศไทย.
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. 2554. **ขีดความสามารถ SMEs ไทยในเวทีอาเซียน**. กรุงเทพฯ : กระทรวงอุตสาหกรรม.
- วรรณโณ ฟองสุวรรณ. 2553. **ธุรกิจระหว่างประเทศ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ศิริพร นพวัฒน์พงศ์. 2550. “ปัจจัยที่มีผลต่อการสนับสนุนสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.” คุยภูมินพนธ์สังคมศาสตร์คุยภูมินพนธ์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์. 2554. **โครงการศึกษาวิเคราะห์นโยบายติดตามและประเมินผลนโยบายระหว่างประเทศ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2554. **รูปแบบและกรอบแนวทางการจัดตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาคอาเซียน**. กรุงเทพฯ : กระทรวงการต่างประเทศ.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2555. **การศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและมาตรการรองรับประชามตรัฐกิจอาเซียนสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มประเทศอาเซียน**. กรุงเทพฯ : กระทรวงอุตสาหกรรม.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2546. **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : สามลดา.
- สุภาวศ์ จันทวานิช. 2552. **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์.
- สุรพล กาญจนะจิตรา. 2549. **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี ชัดเข้ม. 2551. “การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน.” วารสารการวิจัยวัดผลการศึกษา. 2 : 15-42.
- Agarwal, S., Erramilli, M. K., & Dev, C. S. 2003 “Market orientation and Performances in service firms: Role of innovation.” **Journal of Services Marketing**. 17(1) : 68-83.
- Ajiboye, Iyabode Ayodeji. 2010. “International Technology transfer to less developed countries, firm characteristics and domestic investment climate: A mimic model.” Dissertation School of Economic Political and Policy Sciences, The University of Texas at Dallas.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D.R. 1994. "Customer satisfaction and word of mouth." **Journal of Service Marketing**. 1(1) : 5-17.
- Angelov, B. 2010. "Service design capability: Towards a service-based view of the Firm." Dissertation Polytechnic Institute, New York University.
- Ansoff, H.I. 1965. **Corporate Strategy**. New York : McGraw-Hill.
- Arias, J. T. 1995. "Do networks really foster innovation?." **Management Decision**. 33(9) : 52-56.
- Asha, Francis. 2011. "The Impact of firm and Entrepreneurial characteristic on access to debt finance by SMEs in King Williams's Town, South Africa International." **Journal of Business and Management**. 6(8).
- Atuahene-Gima, K. 1996. "Differential potency of factors affecting innovation performance in manufacturing and services firms in Australia." **Journal of Product Innovation Management**. 13(1) : 35-52.
- Atuahene-Gima, K. 1996. "Market orientation and innovation." **Journal of Business Research**. 35(2) : 93-103.
- Aulakh, P. S., et al. 2010. "Do international acquisitions by emerging – economy firms create shareholder value? The case of Indian firms." **Journal of International Business Studies**. 41 :397-418.
- Barbosa, E.G., & Moraes, C.C. 2004. Determinants of the firm's capital structure: The case of the very small enterprises. [Online]. Available : <http://econpa.wustl.edu.8089/eps/fin/papers/0302/0302544.pdf>.
- Barney, J. 1986. "Organizational culture: can it be a source of sustained competitive advantage?." **Academy of Management Review**. 11 : 656-665.
- Barney. 2002. **Gaining and Sustaining Competitive Advantage**. 2nd ed. New Jersey : Prentice Hall.
- Bartlett, W. 2001. "SMEs Development Policies in different stages of transition." **MOCT-MOST**. 11 : 197-204.
- Batista Franco, Mario Jose. 2003. "Collaboration among SMEs as a mechanism for innovation: An Empirical study". **New England Journal of Entrepreneurship**. 6(1) : 23.
- Beeho, A. J., & Prentice, R. C. 1997. "Conceptualizing the experiences of heritage tourists: A case study of New Lanark World Heritage Village." **Tourism Management**. 18(2) : 75-87.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Besanko, D., & Thakor, A. V. 1987. "Collateral and rationing: Sorting equilibria in monopolistic and competitive credit markets." **International Economic Review**. 28(3) : 671-690.
- Bilgihan, A., Okumus, F., Nusair, K., and Kwan, D.J.W. 2011. "Information technology applications and competitive advantage in hotel companies." **Journal of hospitality and tourism technology**. 2(2) : 139-153.
- Blotnicky, K. A. 2009. "Examining the impact of marketing orientation on information technology adoption in Canada Firms." Dissertation KA Blotnicky, Northcentral University.
- Bollen, L., Vergauwen, P., & Schnieders, S. 2005. „Linking intellectual capital and intellectual property to company performance." **Management Decision**. 43(9) : 1161-1185.
- Bontis, N. 1998. "Intellectual capital: An exploratory study that develops measures and modes." **Management Decision**. 36(2) : 63-77.
- Bougheas, S., Mizen, P., & Yalcin, C. 2005. "Access to external finance: Theory and evidence on the impact of monetary policy and firm-specific characteristics." **Journal of Banking & Finance**. 30(1) : 199-227.
- Brakensiek, F. C., & Drucker, P. F. 2002. "Knowledge management for EHS professionals." **Occupational Health & Safety**. 71(1) : 72-75.
- Branscomb, L. 1993. **Empowering technology: Implementing a U.S. Strategy**. Cambridge : MIT Press.
- Bretherton, P., & Chaston, I. 2005. "Resource Dependency and SME strategy: an empirical study." **Journal of Small Business and Enterprise Development**. 12(2) : 274- 289.
- Broinowski, Alison. 1982. **Understanding ASEAN**. London : Macmillan.
- Brown, F.H. and Davison, H. 1996. "HR challenges in family businesses." **The Human Resource Professional**. 9(6) : 29-32.
- Buffam, W. 2000. **E-Business and IS Solutions**. Cambridge : Addison Wesle.,
- Cainelli, G., Evangelista, R., & Savona, M., 2006. "Innovation and economic performance in services: a firm-level analysis." **Cambridge Journal of Economics**. 30 : 435.
- Carayannis, E.G., & Formica, P. 2008. **Knowledge matters: Technology, Innovation and entrepreneurship in innovation networks and knowledge clusters**. London : Palgrave Macmillan.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Carayannis, E.G., Gonzalez, G., 2003. **Creativity and innovation = competitiveness? When, how, and why.** Amsterdam : Pergamon Press.
- Carter, S., and D. Jones-Evans. 2006. **Introduction in Enterprise and Small Business: Principles, Practice and Policy.** 2nd Ed. Harlow: Pearson Education.
- Caves, R.R. 1984. "Economic analysis and the question for competitive advantage." **American Economic Review.** 74 : 127-132.
- Chan, Yee Man Theresa. 2008. "The Role of Finance in Competitiveness of indigenous Contractors in Hong Kong." Dissertation Department of Building and Real Estate (BRE), The Hong Kong Polytechnic University.
- Cilan, CA., Balaban, E., Coskun, E., and Sharma, D. 2007. "An exploratory study of information technology utilization and its influence on business performance of upscale hotel industry in Turkey." **International Academy of Business and Economics.** 7(2).
- Clark, John and Guy Ken. 1998. "Innovation and competitiveness: A review." **Technology Analysis & Strategic Management.** 10(3) : 363.
- Clifford, J. and Thorpe, S. 2007. **Workplace Learning and Development: Delivering Competitive Advantage for Your Organization.** London : Kogan Page.
- Connolly, D., M. Olsen, et al. 1998. "The Internet as a Distribution Channel, Cornell Hotel and Restaurant." **Administration Quarterly.** 18 : 42-54.
- Corbett, L.M. and Campbell-Hunt, C. 2002. "Grappling with a gusher! Manufacturing's response to business success in small and medium enterprises." **Journal of Operations Management.** 20(5) : 495-517.
- Daly, J. L. 2002. "Strategic marketing of training initiatives in underdeveloped Countries: the case of Swaziland." **Public Personnel Management** 31(3) : 309-316.
- Damanpour, F. 1991. "Organizational innovation: A meta-analysis of effects of Determinants and moderators." **Academy of Management Journal.** 34(3) : 555-590.
- Day, G.S. 1984. **Strategic Market Planning: The Pursuit of Competitive Advantage.** MN : West Publishing Company.
- De Wit, B. & Meyer, R. 1999. **Strategy Synthesis: Resolving Strategy Paradox to create Comparative Advantage.** UK : ITP.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Dickinson, J. Barry. 2009. "The role of business process capabilities and market based assets in Creating customer value and superior performance." Dissertation of marketing, Drexel University.
- Drucker, P. F. 1985. "The Discipline of Innovation." **Harvard Business Review**. 68(4) : 67-72.
- Drucker, P. F. 1994. **Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles**. London : Heinemann.
- Echols, M. E. 2005. "Invest in people." **Leadership Excellence**. 22(6) : 20.
- Eid, R., Trueman, M., and Ahmed, A.M. 2006. "B2B International Internet marketing: A benchmarking exercise, benchmarking." **An International Journal**. 10(1).
- Eshima Yoshihiro. 2003. "Impact of public policy on innovative SMEs in Japan." **Journal of Small Business Management**. 41(1) : 85-93.
- Fan, Y. W. 2001. **Structural equation modeling: Present and future**. Lincolnwood, IL : Scientitic Software International.
- Feurer, R. & Chaharbaghi, K. 1994. "Defining Competiveness: A Holistic Approach." **Management Decision**. 26(4).
- Fogel, Georgine, Zapalska, Alina. 2001. "A Comparison of Small and Medium Size Enterprise Development in Central and Eastern Europe." **Comparative Economic Studies**. 43(3) : 35.
- Fyllingness, J.L. 2009. "Internet as a training tool in small tourism and hospitality Business in Norway." Dissertations Seattle University.
- Galliers, R. D. 1987. **Information system planning in the UK and Australia: A Comparison of Current Practice**. Oxford : Oxford University.
- Garrigos-Simon, F. J., Margues, D. & Narangajavana, Y. 2005. "Competitive strategies and performance in Spanish hospitality firms." **International Journal of contemporary hospitality management**. 17(1) : 22-38.
- Ghobadian, A. and Gallear, D. N. 1996. "Total Quality Management in SMEs." **International Journal of Management Science**. 24(1) : 83-106.
- Go, F.M., Pine, R., & Yu, R. 1994. "Hong Kong: Sustaining competitive advantage in Asia's hotel industry." **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**. 35(5) : 50-61.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Gopalakrishnan, S. & Damanpour; F. 1997. "A review of Innovation Research in Economics. Sociology and Technology Management." **The International Journal of Management Science**. 25(1) : 15-28.
- Green, F., Ashton, D. and Felstead, A. 2001. "Estimating the determinants of supply of computing, problem-solving, communication, social, and teamworking skills." **Oxford Economic Papers**. 53(3) : 406.
- Griffith, D. A., Noble, S.M., & Chen, Q. 2006. "The performance implications of entrepreneurial proclivity: A dynamic capabilities approach." **Journal of Retailing**. 82(1) : 51-62.
- Herkema, S. 2003. "A Complex Adaptive Perspective on Learning within Innovation Projects." **The Learning Organization**. 10(6) : 340-346.
- Hester, D. D. 1979. "Customer relationships and terms of loans: Evidence from a pilot survey." **Journal of Money, Credit and Banking**.
- Hirschman, C. 1998. "All in the family." **HR Magazine**. 43(11) : 90-95.
- Hult, G. T. M., Hurley, R. F., & Knight, G. A. 2004. "Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance." **Industrial Marketing Management**. 33(5) : 429-438.
- in 4 Australian Cases." **Annals of tourism research**. 35(1) : 169-88.
- International Journal of Academic Research Vol.3.No 4. July, 2011. Foreign Direct Investment Volatility and Economic Growth In ASEAN-Five Countries.
- Irwin, David, 2006. "Financing Entrepreneurship at the regional and local level in South East Europe." **OECD papers**. 6(12) : 14-42.
- Jasra, J.M., et al. 2011. "Determinants of business success of small and medium enterprises." **International Journal of Business and Social Science**. 2 : 274-280.
- Kangasharju, A. 2000. "Growth of the smallest: determinants of Small firm growth during strong macroeconomic fluctuations." **International Small Business Journal**. 19(1) : 28-43.
- Kaplan, R.S., and Norton, D.P. 1992. "The Balanced Scorecard-Measures that drive Performance." **Harward Business Review**. Jan-Feb : 71-79.
- Keaveney, S. M. 1995. "Customer switching behavior in service industries: An exploratory study." **Journal of Marketing**. 59(April) : 71-82.
- Kelloway, E. K. 1998. **Using LISREL for structural equation modeling**. Thousand Oakes, CA : Sage.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Khader, S.A. and C. P. Gupta 2000. **Global Development and Small and Medium Enterprises. in Enhancing SME Competitiveness in the Age of Globalizations.** Tokyo : Asian Productivity Organization.
- Kim, N. 2012. "Tourism destination competitiveness, globalization, and strategic development from a development economics perspective." Doctoral dissertation, University of Illinois.
- Kleindle, B., 2001. "Competitive dynamics and new business models for SMEs in The virtual Market." **Journal of Development Entrepreneurship.** 1.
- Kluyver, C., & Pearce, J. 2006. **Strategy: A view from the top: An executive perspective.** Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall.
- Lehmann, E., & Neuberger, D. 2001. "Do lending relationships matter?: Evidence from bank survey data in Germany." **Journal of Economic Behavior & Organization.** 45(4) : 339-359.
- Lewin, K. 1938. **The conceptual representation and measurement of psychological forces.** Durham, NC : Duke University Press.
- Li, H., & Atuahene-Gima, K. 2001. "Product innovation strategy and the performance of new technology ventures in China." **Academy of Management Journal.** 44 : 1123-1134.
- Lin, J.S, C & Hsieh, P-L. 2007. "The influence of technology readiness on satisfaction and behavioral intentions towards self-service technologies." **Computers in Human Behavior.** 23 : 1597-1615.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. 1996. "Clarifying the entrepreneurial orientation Construct and linking it to performance." **Academy of Management Review.** 21(1) :135-1725.
- Man, MMK. 2009. "The Relationship Between Distinctive Capabilities, Innovativeness, Strategy Types and The Performance of Small and Medium-Size Enterprises (SMEs) of Malaysian." **Manufacturing Sector, The International Business & Economic Research Journal.** 8(11) : 21-33.
- McDougall, G. H., & Levesque, T. 2000. "Customer satisfaction with services: Putting perceived valued into the equation." **Journal of Services Marketing.** 14(5) : 392-410.
- Miller, D. 1983. "The correlates of entrepreneurship in three types of firms." **Management Science.** 29 : 770-791.
- Miller, E. M. 1987. "A comparison of large and small firm productivity, labor Compensation, and investment rates." **Review of Financial Economics.** 23(1) : 26-37.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Miller, P., Marchant, T., and Thassanabunjong, K. 2009. "Training in Thai SMEs Journal of Small Business and Enterprise Development." 16 : 678-693.
- Momaya Kiran and Selby Kenneth. 1998. "International Competitiveness of the Canadian Construction Industry: A Comparison with Japan and the United States." **Canadian Journal of Civil Engineering**. 25 : 640-652.
- Moravcsik, Andrew. 1991. "Negotiating the Single European Act: National Interests and Conventional Statecraft in the European Community." **International Organization**. 45(1) : 19-56.
- Mull, A. 1998. "Family business may be at a loss." **The Business Journal**. 18(3) : 32.
- Munikrishnan & Veerakumaran. 2012. "A survey on business success factors influencing budget hotel in Klang Valley." **Journal of global entrepreneurship**. 2(1) : 21-35.
- Nam Myungwoo. 2010. "The Impact of Government R&D subsidies on SMEs in Korea. Do Government R&D subsidies make SMEs more competitive in the market?." Thesis of Faculty of the Graduate School of Arts and Sciences, Georgetown University.
- Naman, J. L., & Slevin, D. P. 1993. "Entrepreneurship and the concept of fit: A model and empirical tests." **Strategic Management Journal**. 14(2) : 137-153.
- Narula, R. 2004. "R & D collaboration by SMEs: new opportunities And limitations in the face of globalization, Technovation." 24(2) : 153-161.
- Nazemi, S & Shirazi, A. 2010. "Effective of government supports of Small Manufacturing Firms in Iran." **Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business**. 2(8) : 295-310.
- Nijssen, E. J., Hillebrand, B., Vermeulen, P.A.M., and Kemp, R.G.M. 2006. "Exploring product and service innovation similarities and differences." **Intern. J. of Research in Marketing**. 23 : 241-251.
- Olavarrieta, S., & Friedmam, R. 1999. "Market-oriented culture, knowledge-related Resources, reputation assets and superior performance: A conceptual Framework." **Journal of Strategic Marketing**. 7 : 215-228.
- Osathanukul, Rossarin. 2010. "Barriers Encountered and Public Policies toward SMEs : A case study of Thailand." **International Council for Small Business (ICSB) World Conference Proceedings**. Paris, France.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Othman, P. & Rosli, M. 2011. "The impact of tourism on small business performance: Empirical evidence from Malaysia Islands." **International Journal of Business and Social Science**. 2(1) : 11-21.
- Oz, Ozlem. 1999. **The Competitive Advantage of Nations, the case of Turkey: Assessing Porter's Framework for National Advantage**. Surrey, United Kingdom : Ashgate Publishing.
- Papadakis, M. 1994. "Did (or does) the United States have a competitiveness crisis?." **Journal of Policy Analysis and Management**. 13(1) : 1-20.
- Parasuraman, A. 2000. "Technology readiness index (TRI): A multiple-item scale to measure readiness to embrace new technologies." **Journal of Service Research**. 2(4) : 307-321.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. 1985. "A conceptual model of service quality and its implications for future research." **Journal of Marketing**. 49(4) : 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. 1988. "SERVQUAL-multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality." **Journal of Retailing**. 64(1) : 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. 1991. "Understanding customer expectations of service." **Sloan Management Review**. 32(3) : 39-48.
- Penrose, E. 1995. **The Theory of the Growth of the Firm**. Revised edition. Oxford : OUP.
- Perez-Bustamante, G. 1999. "Knowledge Management in Agile Innovative Organizations." **Journal of Knowledge Management**. 3(1) : 6-17.
- Petersen, M. A., & Rajan, R. G. 1994. "The benefits of lending relationships : Evidence from small business data." **The Journal of Finance**. 49(1) : 3-37.
- Pham, L. & Pham, L, N., and Nguyen, D, T, T. 2011. "Determination of E-commerce adoption in Vietnamese small and medium sized enterprises." **International Journal of Entrepreneurship**. 15 : 45-72.
- Pine, R. & Philips, P. 2005 "Performance comparisons of hotels in China." **International Journal of Hospitality Management**. 24(1) : 57-73.
- Porter, M. 1998. "The Adam Smith address: Location, cluster, and the 'new' microeconomics of competition." **Business Economics**. 33(1) : 7-14.
- Porter, M. 2000. "Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy." **Economic Development Quarterly**. 14(1) : 15-35.
- Porter, M. E. 1985. **Competitive Advantage**. New York : Free press.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Porter, M.E. 1998. **Clusters and competition: New agendas for government Companies and Institution.** Boston, Massachusetts : Harvard Business School.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. 1990. "The core competence of the corporation." **Harvard Business Review.** 68(3) : 79-91.
- Preble, J.F., Reichel, A. & Hoffman, R.C. 2000. "Strategic alliances for competitive advantage: Evidence from Israel's hospitality industry." **International Journal of Hospitality Management.** 19(3) : 327-341.
- Presenza, A. & Cipollina, M. 2010. "Analysing tourism stakeholders networks." **Tourism Review.** 65(4) :17-30.
- Radulovich, L. P. 2008. "An empirical examination of the factors affecting the internationalization of professional service SMEs : The case of India." Dissertation business administration, Cleveland State University.
- Rahman, S. 2001. "A comparative study of TQM practice and Organizational performance of SMEs with and without ISO 9000 certification." **International Journal of Quality & Reliability Management.** 18(1) : 35-49
- Raymond, L. 2003. "Globalization, the knowledge economy, And competitiveness: A business intelligence framework for the Development SMEs." **Journal of American Academy of business. Cambridge.** 3(1/2) : 260.
- Ricardo, D. 1817. **On the Principles of Political Economy and Taxation.** London : John Murray.
- Ritchie, J.R.B. & Crouch, G.I. 2000. "The competitive destination; a sustainability perspective." **Tourism Management.** 21(1) : 1-7.
- Rosli, M., Kuswantor, F., and Omar, A.R.C. 2012. "Competitive strategies and firm performance: a comparative study of Malaysian and Indonesian Small and Midium Enterprises." **3rd international conference on business and economic research (3rd ICBER 2012) proceeding.** Bandung, Indonesia.
- Sainaghi, R. 2009. "Hotel Performance: state of the art." **International Journal of Contemporary Hospitality Management.** 22(7) :920-952.
- Sapienza, H. J., Autio, E., George, G., & Zahra, S. A. 2006. "A capabilities Perspective on the effects of early internationalization on firm survival and growth." **Academy of Management Review.** 31(4) : 914-933.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Schumacker, R.E., & Lomax, R.G. 1996. **A beginner's guide to structural equation modeling.** Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates.
- Schumpeter, J. A. 1934. **The theory of economic development.** Cambridge, MA : Harvard University Press.
- Schwab, K. & Brende, B. 2012. **The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report 2012.** Thailand : World Economic Forum
- Scott N., Cooper, C. and Baggio, R. 2008. "Destination networks theory and practice
- Sekyewa, G., 2009. "Accessibility to long-term finance: its determinants and effect on growth of EIB-FUND Small and Medium size enterprises in Uganda's hotel industry." Dissertation, University of Makerere, Uganda.
- Shemwell, D.J., Yavas, U., and Bilgin, Z. 1998. "Customer service provider relationships: an empirical test of a model of service quality, satisfaction and relationship – oriented outcomes." **International Journal of Service Industry Management.** 9 : 155-168.
- Siengthai, S. and Bechter, C. 2004. **Human resource management in Thailand.** Budhwar I. P. Ed. London : Routledge.
- Sing, I. 2001. "Natural Resource Based Clusters in the new economy: Theory and Reality." **the 4th Annual International Conference of the competitiveness Institute.** Tucson, Arizona.
- Singh, R. K, Garg, S. K. and Deshmukh, S.G. 2003. "Strategy development by SMEs for competitiveness: a review." **International Journal.** 15(5) : 525-547.
- Sinha, Sachidanand. 2008. "Fostering a newly defined Entrepreneurship in impoverished communities: A key component of the solution for eradicating poverty in America." Dissertation Faculty of The School of Policy, Planning, and Development, University of Southern California.
- Sipp, C. M. 2011. "Why, when and how are real options used in strategic technology venturing?." Dissertation School of Business, Washington University.
- Smith, David. 2006. **Exploring Innovation.** Berkshire : Mcgraw-Hill Education.
- Soliman, F. 1998. "Optimum Level of Process Mapping and Least Cost Business Process Re-Engineering." **International journal of Operations & Product Management.** 2(1).
- Soto Rodriguez, E. 2011. "The Competitiveness of Puerto Rican Small and Medium Sized Enterprises." **Competition Forum.** 9(1) : 19-25.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Spence, A.M. 1984 "Industrial organization and competitive advantage in multinational industries." **American Economic Review**. 74 : 356-360.
- Stevens J. 1986. **Applied multivariate statistics for the social sciences**. Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum Associates.
- Stewart, McDonald. 2011. "Technology Entrepreneurship: A deliberation on success and failure in technology venturing toward a grounded theory of dystechnia." Dissertation, The George Washington University.
- Stiglitz, J., & Weiss, A. 1981. "Credit rationing in markets with imperfect information." **American Economic Review**. 71 : 393-410.
- Storey, D. 1994. **Understanding the Small Business Sector**. London : Routledge.
- Tambunan, Tulus. 2008. "SMEs development in Indonesia: Do economic growth and government support matter?". **IJAPS**. 4(2).
- Tang et al. 2003. "Development of an electronic-business planning model for small and medium-sized enterprises." **International Journal of Logistics: Research & Application**. 6(4).
- Tanvisuth, Arunee. 2007. "International Entrepreneurship activities Among Thai SMEs." Dissertation University of Colorado at Boulder.
- Tefertiller, K.R. & Ward, R.W. 1995. "Revealed comparative production advantage: Implications for competitiveness in Florida's vegetable industry." **Agribusiness**. 11(2) : 105-115.
- Tornatzky, L.G., and Fleischer, M. 1990. **The Process of Technology Innovation**. Lexington, MA : Lexington Books.
- Trkman, P., & Turk, T. 2009. "A conceptual model for the development of broadband and E-Government." **Government Information Quarterly**. 26(2) : 416-424.
- Tsang, E.W.K. 2001 "Internationalizing the family firm: a case study of a Chinese Family business." **Journal of Small Business Management**. 39(1) : 88-94.
- Tugores, Maria. 2010. "Human capital and innovation as determinant factors of competitiveness: an application to the Balearic hotel industry." **6th Annual International Conference on Tourism**. St George Lycabettus.
- Tukamuhabwa, B, R. 2011. "A Conceptual Model for Explaining Supply Chain Performance in Uganda's SMEs." **Information Management and Business Review**. 3(6) : 336-344.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Tung, G., Cheng, T.M., Wu, L.C., 2009. "The measurement of competitiveness of international tourist hotel in Taiwan." **The Journal of international management studies**. 4(2) : 41-49.
- Vanhaverbeke, W. and Peeters, N. 2005. "Embracing innovation as strategy: corporate venturing, competence building and corporate strategy making." **Creativity and Innovation management**. 14(3) : 246-257.
- Varadarajan, P.R. & Cunningham, M.H. 1995. "Strategic alliances: A synthesis of conceptual foundations." **Journal of the Academy of Marketing Science**. 23(4) : 282-296.
- Venkatraman, N. 1989. "Strategic orientation of business enterprises: The construct, dimensionality, and measurement." **Management Science**. 35(8) : 942-962.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. 2529. "Measurement of business performance in Strategy research: A comparison of approaches." **Academy of Management Review**. 1(4) : 801-814.
- Vos, J.P. 2005. Developing strategic self descriptions of SMEs, *Technovation*, Vol 25, No 9, pp 989-999.
- Walsh, M., Lynch, P., and Harrington, D. 2011. "A Capability-Based Framework." **Irish journal of management**. 21-40.
- Wang, Z. & Zang, Z. 2005. "Strategic human resources, innovation and entrepreneurship fit." **International Journal of Manpower**. 26 : 544-559.
- Westhead, P., & Wright, M. 2001. "The internationalization of new and small firms: A resource-based view." **Journal of Business Venturing**. 16(4) : 333-359.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. 2005. "Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach." **Journal of Business Venturing**. 20(1) : 71-91.
- Willie, P. 2011. "A comparative study of the hotel industry: revenue management strategy in Canada and The United States." Dissertation of Business Administration (DBA), Nova Southeastern University.
- Wincent, J. & Westerberg, M. 2005. "Personal traits of CEOs, inter-firm networking and Entrepreneurship in their firms: investigating strategic SME network participants." **Journal of Developmental Entrepreneurship**. 10(3) : 271-284.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Wood, E.H. 2006. "The internal predictors of business performance in small firms: a logistic regression analysis." **Journal of Small Business and Enterprise Development**. 13(3) : 441-53.
- Yoon, Y. 2002. "Development of Structural Model for Tourism Destination Competitiveness from Stakeholders' Perspectives." Thesis of Virginia Polytechnic Institute, State University.
- Zaheer, A., & Bell, G. G. 2005. „Benefiting from network position : Firm capabilities, Structural holes, and performance." **Strategic Management Journal**. 26 : 809-825.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

เรื่อง รูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย จากข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย และเพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านสถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง	
อายุ	<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 30 ปี	<input type="checkbox"/> 31-35 ปี	<input type="checkbox"/> 36-40 ปี
	<input type="checkbox"/> 41-45 ปี	<input type="checkbox"/> 46-50 ปี	<input type="checkbox"/> 51-55 ปี
	<input type="checkbox"/> 56-60 ปี	<input type="checkbox"/> 61 ปีขึ้นไป	
ระดับการศึกษา	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	
	<input type="checkbox"/> ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก	
ตำแหน่งงานปัจจุบัน	<input type="checkbox"/> ผู้ประกอบการ	<input type="checkbox"/> ผู้จัดการโรงแรม	
	<input type="checkbox"/> ผู้ช่วยผู้จัดการโรงแรม	<input type="checkbox"/> กรรมการบริหาร	
	<input type="checkbox"/> ที่ปรึกษาโรงแรม	<input type="checkbox"/> อื่นๆ	
ประสบการณ์ในการทำงาน	<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 3 ปี	<input type="checkbox"/> 3 - 5 ปี	<input type="checkbox"/> 6-8 ปี
	<input type="checkbox"/> 9-11 ปี	<input type="checkbox"/> 12-14 ปี	<input type="checkbox"/> 15 ปี ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านสถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม

- จำนวนห้องพัก น้อยกว่า 10 ห้อง 10-50 ห้อง
 51-100 ห้อง 101-200 ห้อง
- การเป็นสมาชิกของสมาคมโรงแรมไทย เป็น ไม่เป็น
- อายุตั้งแต่ก่อตั้ง น้อยกว่า 3 ปี 3-5 ปี 6-8 ปี
 9-11 ปี 12 ปีขึ้นไป
- จดทะเบียนธุรกิจประเภทไหน ห้างหุ้นส่วนสามัญที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล
 ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด
- จำนวนทุนจดทะเบียน น้อยกว่า 1 ล้านบาท 1-10 ล้านบาท 11-50 ล้านบาท
 51-100 ล้านบาท 101-200 ล้านบาท
- จำนวนพนักงาน น้อยกว่า 10 คน 10-50 คน
 51-100 คน 101-200 คน
- การบริหารงานของโรงแรม โดยครอบครัวตัวเอง จ้างมืออาชีพ
 อื่น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านโดยยึดหลักเกณฑ์การพิจารณาดังนี้ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

รายการประเมิน		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านการสนับสนุน SMEs จากภาครัฐ						
การพัฒนาโครงสร้าง						
1	ภาครัฐมีการจัดโครงการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ					
2	ภาครัฐมีระบบการคมนาคมขนส่งที่อำนวยความสะดวกต่อการประกอบธุรกิจของท่าน					
3	การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของภาครัฐในแนวทางปัจจุบันนี้ส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจของท่าน					
4	ภาครัฐมีการส่งเสริมการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ให้กับองค์กรธุรกิจเพื่อความทัดเทียมมาตรฐานระดับนานาชาติเช่นการพัฒนา EEC ความร่วมมือลุ่มน้ำโขง					
การสนับสนุนแหล่งทุน						
1	กิจการทราบถึงแหล่งเงินทุนที่รัฐบาลจัดสรรเพื่อการทำธุรกิจ					
2	กิจการมีขีดความสามารถเพียงพอต่อการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่รัฐบาลจัดสรรเพื่อการทำธุรกิจ					
3	ภาครัฐมีแหล่งเงินทุนที่สามารถเข้าถึงได้หลายช่องทาง					
4	แหล่งเงินทุนจากทางภาครัฐเพียงพอต่อการขับเคลื่อนธุรกิจของภาคเอกชน					
5	ภาครัฐมีนโยบายและแนวทางในการสนับสนุนช่วยเหลือทางด้านแหล่งเงินทุนแก่ภาคเอกชน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการประเมิน		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
การสร้างเครือข่ายธุรกิจ						
1	ภาครัฐมีส่วนอย่างมากในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม					
2	ภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจนในการสร้างเครือข่ายและชมรม					
3	รัฐมีส่วนร่วมในเครือข่ายของธุรกิจหลากหลายประเภททำให้มีความสามารถในการเชื่อมโยงการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจโรงแรม					
4	รัฐช่วยในการวิเคราะห์หาแนวทาง ความได้เปรียบเสียเปรียบด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจของท่าน					
ด้านการเป็นผู้ประกอบการ						
ความมีนวัตกรรม						
1	มีความคิดแบบก้าวหน้า เพื่อปรับปรุงธุรกิจของท่านให้ทันสมัย					
2	มีการลงทุนและสนับสนุนงบประมาณเพื่อการวิจัย					
3	มีนโยบายสนับสนุนให้บุคลากรภายในองค์กรเสนอความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าและบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ					
4	มีการพัฒนาสินค้าหรือบริการอยู่เป็นประจำ					
ความกระตือรือร้นของผู้ประกอบการ/ผู้บริหาร						
1	มีการค้นคว้าหรือศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ					
2	พยายามทำงานให้บรรลุถึงมาตรฐานแห่งความเป็นเลิศ					
3	มีความมุ่งมั่น อดทน และไม่ย่อท้อต่อปัญหาและอุปสรรค					
4	หาโอกาสสร้างเครือข่ายพันธมิตรเสมอๆ และแลกเปลี่ยนข้อมูลกับธุรกิจอื่น ๆ อยู่บ่อย ๆ					
ความกล้าที่จะเสี่ยง						
1	มักเลือกช่องทางการทำงานเพื่อผลตอบแทนที่คุ้มค่า แม้ว่าจะเป็นงานที่ยากและท้าทายก็ตาม					
2	ยอมรับความเสี่ยงต่อการตัดสินใจในการลงทุนที่คิดว่าได้ผลกำไรสูงขึ้น					
3	เชื่อว่าโอกาสในการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องพร้อมเผชิญหน้ากับ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการประเมิน		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
	ความเสี่ยง					
4	ทุ่มเทพรุษย์สินจำนวนมากเพื่อการลงทุนที่วิเคราะห์แล้วว่าสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่งทางธุรกิจได้					
ด้านนวัตกรรมบริการ						
นวัตกรรมบริการ						
1	บริการคุณลักษณะที่บ่งบอกเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้อย่างชัดเจน					
2	บริการ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งในท้องตลาด					
3	ผลิตภัณฑ์มีบริการและ Packaging ที่หลากหลาย					
4	มีผลิตภัณฑ์บริการใหม่ที่พัฒนามาจากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เดิม เช่น พัฒนาเป็นรูปแบบที่แตกต่าง					
5	มีการผลิตบริการเสริมเพื่อเพิ่มการใช้งานผลิตภัณฑ์หลัก					
นวัตกรรมกระบวนการ						
1	มีรูปแบบและขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน					
2	มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับใช้ในการให้บริการลูกค้า					
3	มีระบบและกระบวนการการให้บริการที่รวดเร็วและทันสมัย					
4	มีบุคลากรคอยให้คำอธิบายเมื่อผู้รับบริการเกิดข้อสงสัย					
5	มี Call Center เพื่ออำนวยความสะดวกด้านข้อมูลบริการให้กับลูกค้า					
นวัตกรรมการตลาด						
1	ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้หลากหลายช่องทาง					
2	มีการปรับราคาให้เป็นที่ยอมรับกับกลุ่มลูกค้าอยู่เสมอ					
3	มีการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น การสำรวจความพึงพอใจ/ความต้องการของลูกค้า					
4	มีช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าในหลายช่องทางใหม่ เช่น การออกบูธในสถานที่ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ					
5	มีการเสนอผลิตภัณฑ์เข้าถึงกลุ่มลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่					
6	ผู้บริหารมีความพร้อมในการเสนอแนวคิดทางการตลาดใหม่					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการประเมิน		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านความพร้อมของ SMEs						
ด้านเทคโนโลยี						
1	มีอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพสำหรับกระบวนการผลิตบริการของโรงแรม					
2	มีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีใหม่ ๆ เสมอ					
3	มีการนำสินค้าและบริการที่ใช้เทคโนโลยีล่าสุดมาใช้เพื่อให้เกิดความสะดวกในการทำงานมากขึ้น					
4	เทคโนโลยีที่ใช้ในกิจการโรงแรมมีส่วนช่วยให้พนักงานเพิ่มความสามารถในการทำงานมีความยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น					
5	เป็นผู้ริเริ่มทางความคิดในการนำเทคโนโลยีมาผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่					
6	ผู้ประกอบการมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนา					
ด้านบุคลากร						
1	มีการวางแผนด้านการจัดการบุคลากร					
2	มีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ					
3	มีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ					
4	มีระบบการประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรอย่างเป็นระบบและยุติธรรม					
5	มีระบบการให้สวัสดิการและค่าจ้างที่เหมาะสม					
6	มีการตั้งเป้าหมายในการทำงานและสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากร					
ด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน						
ต้นทุน						
1	มีการสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานทุกกิจกรรม					
2	กิจการสามารถรักษาระดับต้นทุนในการดำเนินงานให้เท่าเดิมหรือลดลงได้					
3	กิจการลงทุนขนาดใหญ่เพื่อช่วยให้เกิดการประหยัดต่อขนาด					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการประเมิน		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
4	กิจการพยายามที่จะบังคับคู่แข่งให้ออกจากตลาดด้วยการควบคุมต้นทุนอย่างดี					
คุณภาพ						
1	กิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันเวลาและเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด					
2	กิจการมุ่งเน้นปรับปรุงการบริการจากข้อเสนอแนะของลูกค้าอย่างต่อเนื่องทันที เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า					
3	บริการมีคุณภาพ ใ้วางใจ และเชื่อถือได้ในระยะยาวเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า					
ความแตกต่างของกิจการ						
1	กิจการสามารถให้บริการที่ใหม่และหลากหลายเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					
2	มีการสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลข่าวสารทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง					
3	กิจการให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขายและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เพื่อความประทับใจเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวนิษฐา อุระรัตน์
วัน เดือน ปีเกิด 11 ธ.ค. 2506
ที่อยู่ 12 ถนนศรีนครินทร์ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

ประวัติการศึกษา

2531 พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต ด้านพัฒนาการเศรษฐกิจ
 สาขาวิเคราะห์และประเมิน โครงการ
 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA)
 2528 เศรษฐศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประวัติการทำงาน

2554 – ปัจจุบัน อาจารย์ประจำคณะกรรมการบริหารและจัดการ
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 2537 – 2553 อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 2531 – 2537 นักวิชาการศึกษา ด้านประเมินผล
 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ
 2531 – 2531 เศรษฐกร บมจ. กสิกรไทย

เครื่องราชอิสริยาภรณ์ ชั้นสูงสุดที่ได้รับพระราชทาน

2548 เบญจมาภรณ์ช้างเผือก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้