

การจัดการพันธมิตรทางการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขต
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี*
MANAGEMENT ALLIANCE BUSINESS TRAVEL (MICE) OF HOTELS IN
HUAHIN DISTRICT PRACHUAPKIRIKHAN PROVINCE AND CHA-AM
DISTRICT PETCHBURI PROVINCE

อธิษฐ์ สิริวริศรา¹, ฐิติมา โห้ล่ายอง² และ สมชาย กระแจะเจิม³

Athithat Sirawaritsara¹, Thitima Holomyong² and Somchai Krajaejerm³

¹⁻³มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล

¹⁻³Rajamongala University of Technology Rattanakosin (RMUTR), Wang Klai Kangwon Campus, Thailand

Corresponding author E-mail: krajaejermSomchai@gmail.com

Received 15 August 2023; Revised 6 September 2023; Accepted 25 October 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พรรณนาบริบทของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของ
โรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
2) ระบุปัญหาการจัดการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหินจังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ และอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 3) เสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยว
เชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และอำเภอชะอำ จังหวัด
เพชรบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 21 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การ

* อธิษฐ์ สิริวริศรา, ฐิติมา โห้ล่ายอง และ สมชาย กระแจะเจิม. (2566). การจัดการพันธมิตรทางการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของ
โรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี.

วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, 3(5), 18-32.

Athithat Sirawaritsara, Thitima Holomyong and Somchai Krajaejerm. (2023). Management Alliance Business
Travel (MICE) of Hotels in Huahin District Prachuapkirikhan Province and Cha-Am District Petchburi
Province. Journal of Political Science Mahamakut Buddhist University, 3(5), 18-32.;

DOI: <https://doi.org/10.>

<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jpsmbu/index>



สัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการสังเคราะห์แก่นสาระ

ผลการวิจัย พบว่า 1) บริบทการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน-ชะอำ ประกอบด้วย ด้านการคมนาคมทางอากาศและทางบก ภาครัฐและเอกชนร่วมมือกันผลักดันสนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ด้านความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ทั้งในท้องถิ่นและระดับนานาชาติ ด้านภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงเป็นเมืองเก๋อาย่อนยุค ด้านสภาพแวดล้อมเน้นการพัฒนา ด้านโครงสร้างพื้นฐานควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมแบบยั่งยืน มีภูมิประเทศเป็นที่ลาดเอียงจากป่าเขาจรดชายหาด และด้านความปลอดภัยของทรัพย์สินและร่างกายของประชาชน 2) ปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี อยู่ระหว่างกำลังพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมทางอากาศ และทางบก รถไฟรางคู่ ด้านการเตรียมความพร้อมมีการขับเคลื่อนส่งเสริม พัฒนา ให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและบุคลากรสม่ำเสมอ ด้านการใช้เทคโนโลยี กำลังปรับปรุงพัฒนาทั้งระบบ ออนไลน์ ออฟไลน์ และ AI 3) แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้ในการถ่ายทอด การประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงทุกกลุ่ม

คำสำคัญ: การจัดการการ,การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ,อำเภอหัวหิน-ชะอำ

Abstract

The purpose of this research was to 1) describe reports of various business tourism in the area of Hua Hin District. Prachuap Khiri Khan Province and Cha-am District, Phetchaburi Province. 2) Identify problems that may occur in business tourism in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province and Cha-am District, Phetchaburi Province. 3) Propose business tourism management guidelines for hotels in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province and Cha-am District, Phetchaburi Province. This research was a qualitative research. Twenty-one key informants were collected using in-depth interviews and



participant and non-participant observation. Analyze data by synthesizing the essence.

Research Results 1 . The context of business tourism management of hotels in Hua Hin-Cha-am district consists of air and land transportation. Public and private sectors work together to push and support the organization of activities to promote business tourism. Safety for tourists who come to use the service both local and international In terms of image and reputation, it is an ancient old town. The environment focuses on development. Infrastructure coupled with sustainable environmental preservation the terrain is sloping from the forest to the beach. 2) Problems of business tourism management of hotels in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province and Cha-am District, Phetchaburi Province. In the process of developing infrastructure Air and land transport, double-track railway In terms of readiness, there is a drive to promote, develop, and educate entrepreneurs and personnel on a regular basis. Technology currently developing both online, offline and AI systems. 3. Business tourism management guidelines for hotels in Hua Hin District Prachuap Khiri Khan Province and Cha-Am District, Phetchaburi Province Bring modern technology to adapt to broadcast. Public relations to reach all groups.

Keywords: Management, Business Tourism, Hua Hin – Chaam District

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นภาคการบริการที่สร้างรายได้จำนวนมาก และยังกระจายรายได้ที่เกิดขึ้นไปยังภาคธุรกิจต่างๆ อย่างกว้างขวางทั้งทางธุรกิจการท่องเที่ยวโดยตรง อันได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหารและบันเทิง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ธุรกิจพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงธุรกิจต่างๆ ที่ต่อเนื่องทางอ้อม ได้แก่ ธุรกิจการ



สื่อสาร ธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ธุรกิจธนาคาร เป็นต้น นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ คือ การสร้างงานสร้างอาชีพให้คนในสังคมนั้นอยู่ดีกินดี ซึ่งการท่องเที่ยวจะแบ่งตามวัตถุประสงค์ได้ 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ 1. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Leisure Travel) หมายถึงการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน เช่น นันทนาการ ศึกษารวมชาติ ศิลปะวัฒนธรรม เป็นต้น 2. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE Business Travel) หมายถึง การท่องเที่ยวขนาดใหญ่ 4 ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจการจัดการประชุมขององค์กร (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การจัดการประชุมนานาชาติ (Convention) และการจัดการแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) ซึ่งรวมเรียกธุรกิจทั้ง 4 นี้ว่า การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เป็นธุรกิจแขนงหนึ่งของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญต่อประเทศอย่างยิ่ง เพราะรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจจัด อยู่ในรายได้ของภาคบริการในบัญชีเดินสะพัดของประเทศที่ค่อนข้างสูงมาก ทำให้คุณภาพการ บริการเกินดุลและส่งผลให้ดุลการชำระเงินของประเทศปรับตัวดีขึ้น อีกทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างงาน และสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องด้วยกัน

การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้านสร้างโอกาสใหม่ ๆ แก่การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของไทยในการเจาะตลาดเพื่อนบ้านในขณะที่การแข่งขันยังมีน้อย การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการประชุมสัมมนาหรือจัดนิทรรศการที่เรียกว่า MICE เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้มหาศาลให้ประเทศไทยโดยมีการเจริญโตสูงเฉลี่ย 10% ต่อปีและที่สำคัญนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) เป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพมีกำลังซื้อสูงโอกาสการซื้อซ้ำมีมาก โดยเฉพาะเมื่อมีการเข้าสู่ AEC ของอาเซียนด้วยแล้ว จะส่งผลให้ประเทศไทยจะมีความเป็น (HUB) ด้าน MICE มากยิ่งขึ้น MICE ถือเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ได้แก่ การจัดการประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) ซึ่งกำลังขยายตัวในอาเซียน นักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) ส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจที่เข้ามาทำงานประชุมและพักผ่อนกับครอบครัวในเวลาเดียวกันจึงสร้างรายได้และก่อให้เกิดการต่อยอดสร้างรายได้หลากหลายให้กับเศรษฐกิจไทยทั้งนี้สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) เทียบกับรายได้จากการท่องเที่ยวมีสัดส่วนถึง 10% เลย



ที่เดียวโดยในปี 2556 นักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ(MICE)สร้างรายได้เข้าประเทศไทยกว่า 88,485 ล้านบาท (ไพศาล มะระพะฤกษ์วรรณะ, 2556)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจได้เข้ามามีบทบาทในเอเชียมากยิ่งขึ้นเพราะมีส่วนแบ่งทางการตลาดโลกถึง 70% จากเดิมที่ส่วนแบ่งเหล่านี้มักอยู่ที่ยุโรปและสหรัฐเป็นส่วนใหญ่ เหตุผลส่วนหนึ่งเป็นเพราะการส่งเสริมของรัฐบาลแต่ละประเทศที่ต้องการดึงดูดธุรกิจเหล่านี้เข้ามา เนื่องจากรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สูงกว่านักท่องเที่ยวปกติถึง 3-4 เท่าตัว และในอาเซียน แม้ไทยจะเป็นอันดับ 3 ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) รองจากสิงคโปร์และมาเลเซีย แต่ปัจจุบันมีแนวโน้มขยายตัวที่ดี โดยมีตลาดสำคัญคือการประชุมสัมมนานานาชาติ เช่น การประชุมวิสาหประชาโลกเป็นประจำทุกปี การประชุมโรตารีสากล การประชุมโลออนส์สากล ซึ่งได้รับความนิยมจากต่างชาติมาก ด้วยองค์ประกอบหลายอย่างของไทย ตลาดชนชั้นกลางในเอเชียเติบโตมากขึ้น 1.75 พันล้านคนในปี 2563 (ไพศาล มะระพะฤกษ์วรรณะ, 2556)

เมื่อเปรียบเทียบการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ในเขตอำเภอหัวหิน-ชะอำ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง กลับพบว่าการเจริญเติบโตที่อยู่ในระดับต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่นของประเทศไทย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเพื่อหวังว่าผลการวิจัยจะนำเสนอผู้บริหารโดยคาดว่าธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ในเขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จะได้ประโยชน์สูงสุด และมีโอกาสเป็น HUB ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในระดับประเทศในอนาคต

การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ MICE ตามคำนิยามของสมาคมส่งเสริมการประชุมกลุ่มประเทศเอเชีย (Asian Association Convention and Visitor Bureaus: AACVB) ให้คำนิยามว่าเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวที่มี วัตถุประสงค์เพื่อการจัดประชุมขององค์กรการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลการจัดประชุมนานาชาติและการจัดแสดงสินค้าเข้าด้วยกัน โดยมีการจัดการที่ดีและสมบูรณ์แบบอย่างมืออาชีพ ทั้งด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านการจัดประชุม ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านเครื่องมืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก ด้านการรับส่งสินค้าที่จะจัดแสดง ด้านพิธีการและศุลกากร ฯลฯ ประกอบด้วย 4 กลุ่มตามด้วยอักษรย่อ ที่มี ความต่อเนื่องและเชื่อมโยงกัน และมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ได้แก่ธุรกิจการจัดประชุมองค์กร (Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การจัดประชุมนานาชาติ (Conventions) และการจัดแสดงสินค้า (Exhibitions) รวมเรียกว่า MICE Business (บุญเลิศจิตตั้งวัฒนา, 2554) ได้ให้ความหมายของแต่ละธุรกิจไว้ คือ M: Meeting คือ การประชุมของ



กลุ่มบุคคลหรือผู้แทนจากบริษัทเดียวกันหรือบริษัทในเครือเดียวกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อ
ปรึกษาหารือหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน หรือเพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง
อันจะนำไปสู่ผลประโยชน์ทางสังคมและธุรกิจร่วมกัน I: Incentive Travel คือ การท่องเที่ยว
เพื่อเป็นรางวัล เป็นการจูงใจให้พนักงานเป็นหมู่คณะให้กับพนักงาน เพื่อตอบแทนที่ทำงานได้ตาม
เป้าหมายของบริษัท โดยบริษัทผู้ให้รางวัลจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายดังกล่าว C:
Convention หรือ Conferencing คือ การประชุมวิชาชีพโดยมีวัตถุประสงค์หลักคือการมุ่งไปที่
การให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมงาน การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมงานที่ก่อให้เกิดการอภิปราย
การเข้าสังคม หรือการเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ที่ถูกจัดขึ้น ส่วนใหญ่จะเป็นการจัดโดยสมาคม
ระดับนานาชาติซึ่งอาจจัดแบบหมุนเวียนตามประเทศสมาชิกหรือประมวลเพื่อเป็นประเทศ
เจ้าภาพในการจัดงาน E: Exhibition หมายถึง การจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ คือ
การแสดงผลงาน สินค้า ผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมให้กลุ่มเป้าหมายชม โดยการจัดแสดงงานสินค้า
มีวัตถุประสงค์หลักเชิงพาณิชย์ในการก่อให้เกิดการติดต่อซื้อขายระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ สรุปได้
ว่า การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจคือ ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็น
รางวัล การ จัดประชุม และการจัดแสดงสินค้าเข้าด้วยกัน โดยมีการจัดการอย่างมืออาชีพ

อำเภอหัวหินกับอำเภอชะอำเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในด้านความพร้อมของ
เมืองเนื่องจากมีโรงแรมระดับมาตรฐานและแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะ
ศึกษาการจัดการพันธมิตรการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ และอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพรรณนาบริบทของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อระบุปัญหาการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ และอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อเสนอแนวทางการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการจัดการพัณมิตรการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน-ชะอำ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อพรรณนาบริบท ระบุปัญหาและเสนอแนวทางการจัดการธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน-ชะอำ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการนำเสนอวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ พื้นที่วิจัย คือพัณมิตรการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน-ชะอำ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ภาครัฐ 4 คน บุคลากรภาคเอกชน ประกอบด้วยกลุ่มโรงแรม 6 คน กลุ่มสมาคม 3 คน กลุ่มนักท่องเที่ยว 3 คน และกลุ่มพัณมิตร 5 คน ประกอบด้วย ขนส่ง มัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหาร ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ที่ส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ทั้งหมดกับหัวข้อการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 21 คน เพื่อให้ทราบถึงนัยยะและความคิด ด้านกระบวนการหรือกลไกเกี่ยวกับการจัดการพัณมิตรทางการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมเขตอำเภอหัวหิน-ชะอำ โดยดำเนินการกระบวนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive random) เนื่องจากผู้ศึกษามีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลา การศึกษา จึงใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant Interview) คือการสัมภาษณ์โดยกำหนดตัวผู้ตอบเป็นการเฉพาะเจาะจง เพราะผู้ตอบเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ศึกษา ซึ่งบุคคลประเภทนี้เรียกว่า “ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ” อันเป็นการเลือกตัวอย่างที่ผู้ศึกษาได้ดำเนินการพิจารณาเลือกตัวอย่างด้วยตนเองเพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ได้รับจากกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพมาดำเนินการประมวลผลข้อมูลอันนำไปสู่ข้อค้นพบต่อไป

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยคำถามที่กำหนดไว้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 บริบทการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่อำเภอหัวหิน-ชะอำ ส่วนที่ 3 ปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน-ชะอำ ส่วนที่ 4 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน-ชะอำ

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้



การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ (Formal Interview) ใช้การพูดคุยในบรรยากาศ ที่เป็นกันเอง ซักถาม ข้อมูลและความคิดเห็น ควบคู่ไปกับการสังเกตการณ์ จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบแก่นสาระ (Thematic Analysis) เป็นการ รวบรวมข้อมูลจากผู้สัมภาษณ์ทั้งหมดแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ วางไว้

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยพบว่าจากผลของการศึกษา การจัดการพันธมิตรทางการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของ โรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน-ชะอำ มีประเด็นที่สำคัญต่อการอภิปรายผลการศึกษิตตาม วัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1.บริบทการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขต อำเภอหัวหิน-ชะอำ มีการจัดการโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วย ระบบคมนาคมทางอากาศ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนร่วมประชุมให้ข้อมูลร่วมกับท่าอากาศยาน เพื่อสนับสนุนส่งเสริม การเปิดสนามบินพาณิชย์และส่วนบุคคล ส่งเสริมการเพิ่มเที่ยวบินจากหัวหินไปยังภาคต่างๆ ของประเทศรวมถึงสนับสนุนให้เป็นสนามบินระดับนานาชาติ เช่น หัวหิน-เชียงใหม่ หัวหิน- อุดรธานี หัวหิน-กัวลาลัมเปอร์ และด้านระบบคมนาคมทางบก เช่น หัวหิน-สุพรรณภูมิ หัวหิน- เชียงใหม่ หัวหิน-ภูเก็ต หัวหิน-มุกดาหาร เพิ่มเส้นทางและปรับปรุงถนนสำหรับการเดินทางให้ สามารถเดินทางเข้าเมืองหัวหิน-ชะอำ ได้หลายเส้นทาง โดยทางรถไฟ รถขนส่งประจำทาง รถยนต์ส่วนตัว และรถโดยสารท้องถิ่น เป็นต้น ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจโดย ภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนการจัดงานตามโอกาส และตามประเพณี เช่น งานวิ่ง งาน ปั่นจักรยาน งานสงกรานต์ งานลอยกระทง งานเทศกาลดนตรี งานเทศกาลอาหาร การละเล่น ต่างๆ เพื่อกระตุ้นการส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจหน่วยงาน ภาครัฐ และเอกชนร่วมกันจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่น งานเทศกาลดนตรี งาน เทศกาลอาหาร งานแสดงสินค้า กิจกรรมด้านสุขภาพ วิ่ง ปั่นจักรยาน มีการทำงานร่วมกับภาคี เครือข่ายในการขยายโอกาสเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน และเชิญร้านค้าในชุมชน ร่วมออกร้านในการจัดกิจกรรมต่างๆเพื่อให้เกิดการกระตุ้นระบบเศรษฐกิจชุมชนในระดับ



พื้นที่ การจัดการด้านสถานที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกได้มาตรฐาน SHA, SHA. Plus+ มีจำนวนโรงแรมในเมืองหัวหินและชะอำ 1191 แห่ง เป็นต้น การจัดการด้านสถานที่จัดงานการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ มีหลากหลายขึ้นอยู่กับงานนั้นๆ เป็นงานตามประเพณี งานอีเว้นท์ ทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับนานาชาติ และโรงแรมได้รับการรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ การเดินทางสะดวกรวดเร็วทั้งทางอากาศและทางบก สามารถรับรองการจัดงานประชุมใหญ่ งานสัมมนา การจัดงานนิทรรศการ การแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์ ต่างๆ ในกลุ่มอุตสาหกรรม หน่วยงานที่มีชื่อเสียงในระดับภูมิภาค และบางหน่วยงานในกลุ่ม AEC ได้ มากกว่า 1000 คน เช่น งานประชุมใหญ่สโมสรไลออนส์ภาคสากล 310 การประชุมผู้บริหารและพนักงานของหน่วยงานบริษัทดอยคำ บริษัท จอห์นสัน แอนด์จอห์นสัน เป็นต้น ภาพลักษณ์และควมมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เป็นเมืองเก่าย้อนยุค มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และป่าเขา เป็นสถานที่พักตากอากาศพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีสถานที่ที่เป็นเอกลักษณ์จนได้รับการขนานนามว่า “เป็นราชินีแห่งเมืองสงบ” มีความปลอดภัย มีอาหารทะเลสด มีหาดทรายขาวยาวที่สวยงาม และเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ พระราชา เช่น อ่างเก็บน้ำห้วยไม้ตาย โครงการอ่างเก็บน้ำห้วยมงคล โครงการอ่างเก็บน้ำเขาเต่า โครงการชั่งหัวมัน โครงการวิจัยและพัฒนาสิ่งแวดล้อมแหลมผักเบี้ย เป็นต้น สภาพแวดล้อมการบริหารจัดการเมืองได้มาตรฐานสากล การพัฒนาทางกายภาพในด้านโครงสร้างพื้นฐานควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การกำจัดของเสีย ภูมิประเทศมีลักษณะทางกายภาพยาวติดแนวชายฝั่งทะเล พื้นที่ค่อยๆลาดต่ำลงมาจรดชายฝั่งทะเล การจัดการด้านความปลอดภัยมีการติดตั้งระบบ CCTV, SMARTSAFETY ZONE4.0 SMART POLE เพื่อหลีกเลี่ยงด้านความเสี่ยงและความปลอดภัยของทรัพย์สินและร่างกายของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ มีการฝึกอบรม ฝึกซ้อม ให้ความรู้ด้านความปลอดภัย ทั้งทางบกและทางน้ำเป็นประจำ ตามนโยบายการพัฒนาของเมืองท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ที่ 2 ปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน อยู่ระหว่างการปรับปรุงพัฒนาเส้นทางระบบการคมนาคมทางอากาศ และทางบก ระบบรถไฟรางคู่ การขยายถนน ปรับสภาพพื้นผิวถนน ไฟจราจรเพื่อความสะดวกในการเดินทางปรับปรุงซ่อมบำรุงเสาไฟฟ้าริมทางเพื่อความปลอดภัย เพิ่มขนาดท่อส่งน้ำประปาเพื่อรองรับจำนวนประชากรและนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ด้านการเปิดโอกาสให้ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน โรงแรม รีสอร์ท ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และชุมชนมีส่วนร่วมร่วมกัน



ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การสร้างธนาคารปูเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมระหว่าง การท่องเที่ยวนำไปปล่อยลงสู่ทะเล ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการเตรียมความพร้อม และค้นหาแพลตฟอร์มใหม่ๆ การประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล ในการประกอบธุรกิจ การสื่อสาร การประสานงานที่ถูกต้องชัดเจน การฝึกอบรมเพิ่มทักษะและ พัฒนาบุคลากร การให้บริการ การให้ความช่วยเหลือ และสิ่งอำนวยความสะดวกในทุกมิติ เพื่อ ขยายการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ด้านเทคโนโลยี แอปพลิเคชัน ออนไลน์ ออฟไลน์ อินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย ไลน์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ระบบสแกน คิวอาร์โค้ด AI เพื่อความสะดวกรวดเร็ว สำหรับการติดต่อสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ ต่างๆ การวิเคราะห์ปัญหา โอกาส การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ด้านทำเลที่ตั้งของเมืองเหมาะสำหรับการเป็นศูนย์กลางของการ ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัด นิทรรศการ การแสดงสินค้า อุปสรรค มักเกิดจากการให้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวยังไม่มากนักความพร้อมความเป็นไปได้ พัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานการ คมนาคม น้ำ ไฟฟ้า เทคโนโลยีให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน และอำนวยความสะดวกต่อสถานที่พัก การจัดงานต่างๆ การกำหนดวัตถุประสงค์ การคัดเลือกพันธมิตร การเจรจาต่อรองสร้าง ข้อตกลงเพื่อได้ประโยชน์ร่วมกันของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ มีการวิเคราะห์เชิงลึก ในเชิงเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคม การพัฒนาองค์ความรู้ การเขียนแผนให้สอดคล้องกับการ ท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน เกิดการสร้างรายได้ในชุมชน ให้ชุมชนมี ส่วนร่วมกับภาครัฐและเอกชน การกำหนดแผนรัฐวิสาหกิจของ ททท. แผนการบริหารความ เสี่ยง และแผนการท่องเที่ยวปีต่อไป

วัตถุประสงค์ที่ 3 เสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่ เขตอำเภอหัวหิน-ชะอำ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่อำเภอหัวหิน- ชะอำ ภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือสนับสนุนและเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัด กิจกรรมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้แก่ชุมชนทั้งในปัจจุบันและอนาคต จัดวางกลยุทธ์ทาง การตลาด นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้ในการถ่ายทอด การประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงทุก กลุ่ม เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยว ตระหนักและคงความเป็น เมืองแห่งการ ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงด้านงานบริการ ความปลอดภัยของทรัพย์สินและร่างกาย เพื่อสร้างความ เข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจ



อภิปรายผล

ผู้วิจัยพบว่าจากผลของการศึกษา การจัดการพันธมิตรทางการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของ โรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน-ชะอำ มีประเด็นที่สำคัญต่อการอภิปรายผลการศึกษาตาม วัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 บริบทการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขต อำเภอหัวหิน-ชะอำ การจัดการโครงสร้างพื้นฐาน ความสะดวกของระบบคมนาคมทางอากาศ และการคมนาคมทางบก ปัจจุบันนักท่องเที่ยวอาจได้รับการบริการด้านการจราจรที่ล่าช้า การเดินทางเข้าที่พักในเมืองหัวหิน-ชะอำ โดย รถขนส่งประจำทางสาธารณะ รถยนต์ส่วนบุคคล และอยู่ระหว่างการพัฒนาและขยายระบบการคมนาคมทางอากาศและทางบกเพื่อรองรับการ เพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวในอนาคต การจัดการด้านโอกาส มีการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวจัดขึ้นตามโอกาสและตามประเพณี เช่น งานวิ่ง งานสงกรานต์ งานลอย กระทง งานเทศกาลอาหาร งานเทศกาลดนตรี Jazz ในการกระตุ้นการท่องเที่ยวและเกิดการ ร่วมมือกับผู้ที่เกี่ยวข้องทุกส่วน การจัดการด้านสถานที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกได้ มาตรฐาน SHA, SHA. Plus+ การจัดการด้านสถานที่จัดงานการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ มีหลากหลายขึ้นอยู่กับงานนั้นๆ โรงแรมผ่านเกณฑ์มาตรฐาน สามารถรับรองการจัดงานประชุม ใหญ่ งานสัมมนา การจัดงานนิทรรศการ การแสดงสินค้า ผลิตภัณฑ์ ต่างๆ ในกลุ่มอุตสาหกรรม หน่วยงานที่มีชื่อเสียงในระดับภูมิภาค และบางหน่วยงานในกลุ่ม AEC ได้ มากกว่า 1000 คน เช่น งานประชุมใหญ่สโมสรโลออนส์ภาคสากล 310 การประชุมผู้บริหารและพนักงานของ หน่วยงานบริษัทออยล์ บริษัท จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงด้าน การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เป็นเมืองเก๋อายุนยุค มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และป่าเขา เป็น สถานที่ที่พักตากอากาศพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีสถานที่ที่เป็นเอกลักษณ์จนได้รับการ ชนานนามว่า “เป็นราชินีแห่งเมืองสงบ” มีความปลอดภัย มีอาหารทะเลสด มีหาดทรายขาว ยาวที่สวยงาม และเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ศาสตร์พระราชา สภาพแวดล้อมการบริหารจัด การเมืองได้มาตรฐานสากล การพัฒนาทางกายภาพในด้านโครงสร้างพื้นฐานควบคู่ไปกับการ ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การกำจัดของเสีย ภูมิประเทศมีลักษณะทางกายภาพยาวติดแนวชายฝั่ง ทะเล พื้นที่ค่อยๆลาดต่ำลงมาจรดชายฝั่งทะเล การจัดการด้านความปลอดภัยมีการติดตั้งระบบ ความปลอดภัยเพื่อหลีกเลี่ยงด้านความเสี่ยงและความปลอดภัยของทรัพย์สินและร่างกายของ



นักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ มีการฝึกอบรม ฝึกซ้อม ให้ความรู้ด้านความปลอดภัย ทั้งทางบกและทางน้ำเป็นประจำ ตามนโยบายการพัฒนาของเมืองท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ที่ 2 ปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน-ชะอำ ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอยู่ระหว่างการปรับปรุงพัฒนาเส้นทางระบบการคมนาคมทางอากาศ และระบบการคมนาคมทางบก ระบบรถไฟรางคู่ ขยายถนน ปรับสภาพพื้นผิวถนน ไฟจราจรเพื่อความสะดวกในการเดินทางปรับปรุงซ่อมบำรุงเสาไฟฟ้าริมทางเพื่อความปลอดภัย เพิ่มขนาดท่อส่งน้ำประปาเพื่อรองรับจำนวนประชากรและนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ด้านการเปิดโอกาสให้ภาครัฐ เอกชน โรงแรม รีสอร์ท ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจอาหาร มัคคุเทศก์ และชุมชนมีส่วนร่วมร่วมกันในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การสร้างธนาคารปูเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวนำไปปล่อยลงสู่ทะเล ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการวางแผนการจัดการเตรียมความพร้อม ค้นหาแพลตฟอร์มใหม่ๆ การประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลในการประกอบธุรกิจ การสื่อสาร การประสานงานที่ถูกต้องชัดเจน การฝึกอบรมเพิ่มทักษะและพัฒนาบุคลากร การให้บริการ การให้ความช่วยเหลือ และสิ่งอำนวยความสะดวกในทุกมิติด้านการใช้เทคโนโลยี การจัดการผ่านแอปพลิเคชัน ออนไลน์ ออฟไลน์ อินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย ไลน์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ระบบสแกน คิวอาร์โค้ด AI เพื่อความสะดวกรวดเร็ว สำหรับการติดต่อสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ ต่างๆ

วัตถุประสงค์ที่ 3 การเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของโรงแรมในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือสนับสนุนและเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้แก่ชุมชนทั้งในปัจจุบันและอนาคต จัดวางกลยุทธ์ทางการตลาดนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้ในการถ่ายทอด การประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงทุกกลุ่ม เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยว ตระหนักและคงความเป็น เมืองแห่งการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงด้านงานบริการ ความปลอดภัยของทรัพย์สินและร่างกาย เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจ



สรุป/ข้อเสนอแนะ

แนวโน้มของตลาดอุตสาหกรรมแม่พิมพ์โลหะขึ้นรูปเหรียญพระเครื่อง ในประเทศไทย การจัดส่วนประสมทางการตลาดให้มีความเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายนั้น จำเป็นต้องเริ่มต้นด้วยการแบ่งตลาดออกเป็นส่วนๆ โดยอาศัยปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้บริโภค หรือตลาดเป็นพื้นฐาน หลังจากนั้นจึงกำหนดตลาดเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้มีความสอดคล้องกับความชอบ ความต้องการ และพฤติกรรมของตลาดที่เลือกเป็นเป้าหมายนั้น ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอาจต้องประสพความสูญเสีย อันเนื่องมาจากภัยคุกคามจากผลิตภัณฑ์ซึ่งผลิตในอุตสาหกรรมอื่น แต่สามารถใช้ทดแทนได้กับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในอุตสาหกรรมอื่น และเมื่อกำหนดทดแทนกันได้แล้ว ระดับแห่งการทดแทนนั้นมีมากน้อยเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยที่ค้นพบครั้งนี้ไปเป็นแนวทางเพื่อใช้ในการพัฒนากิจกรรมทางด้านนวัตกรรมให้กับองค์กรได้ตามความเหมาะสม

2. จากข้อค้นพบขององค์ประกอบด้านการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมาก องค์กรจะต้องตอบสนองลูกค้าในมิติต่าง ๆ ให้เพิ่มมากขึ้น เช่น มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การลดต้นทุน การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างเหนือจากคู่แข่ง การจัดการด้านข้อมูล และการสื่อสาร ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา

3. การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร จะต้องกำหนดกลยุทธ์วิสัยทัศน์และเป้าหมาย เป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน เพื่อแสดงความมุ่งมั่นในการนำพาองค์กรไปสู่ การพัฒนานวัตกรรมที่ยั่งยืน และการตอบสนองที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยด้านเงินทุนและนโยบายส่งเสริมจากทางภาครัฐ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความพร้อมในการสนับสนุนด้านความรู้ การส่งเสริมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมว่ามีมากน้อยเพียงใด

2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษารูปแบบการนำนวัตกรรมธุรกิจของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อทำให้เห็นความชัดเจนและครอบคลุมความสำคัญขององค์กรแห่งนวัตกรรมมากยิ่งขึ้น



3. ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและระบบดิจิทัลมีความสำคัญอย่างมากต่อการวิจัยและพัฒนา จึงควรมีการศึกษาปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีและระบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมหลักของประเทศ

เอกสารอ้างอิง

กฤษกร จิรภานุเมศ.และคนอื่น ๆ. (2563). ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานการศึกษาเชิงประจักษ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ. ใน วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

กฤษณะ ดาราเรือง. (2559). ตัวแบบองค์การแห่งการเรียนรู้และการจัดการความรู้สู่การเป็น องค์การแห่งการเรียนรู้. วารสารวิชาการ, 21(8), 134-142.

_____ (2559). การรับรู้ระดับบุคคลด้านวัฒนธรรมองค์การและการจัดการความรู้ที่มี อิทธิพลต่อนวัตกรรม ของกลุ่มบริษัท KTIS มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา. วารสารสมาคม นักวิจัย, 21(9), 59-65.

ปรารธนา หลีกภัย และเกิดศิริ เจริญวิศาล. (2560). ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร. วารสารวิทยาการ จัดการ, 29(1), 77-90

ปรารธนา หลีกภัย และเกิดศิริ เจริญวิศาล. (2560). ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร. วารสารวิทยาการ จัดการ, 29(1), 77-90.

เผด็จ อมรศักดิ์. (2561). การพัฒนารูปแบบองค์การแห่งการเรียนรู้ในธุรกิจอุตสาหกรรมที่เป็น เลิศ. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจดุชะฎีกบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระ นครเหนือ.

ไพโรจน์ บุตรชีวัน. (2560). การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการเป็น องค์การ แห่งนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมเพื่อสร้าง ความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, 9(2), 85-97.



วิภาวี เนาวรังษี. (2560). การศึกษาผลการมุ่งเน้นการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานธนาคารออมสินภาค 13. ใน การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

สุชาติ หัตถ์สุวรรณ. (2560). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏในกรุงเทพมหานคร. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.