

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

พลวัตสังคมโลกมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เนื่องด้วยเงื่อนไขการปรับตัว และสภาพแวดล้อมในการดำรงชีวิตมนุษย์ อีกทั้งความเจริญทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ผุดบังเกิดนวัตกรรมต่างๆ มากมายเพื่อรองรับวิถีชีวิตมนุษย์ในศตวรรษที่ 21 ส่งผลให้หลายประเทศทั่วโลกต้องเผชิญกับความเสี่ยง และความท้าทายในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างยิ่ง การตระหนักถึงความเหลื่อมล้ำ และก้าวสู่ความมั่งคั่งอย่างยั่งยืนเป็นประเด็นที่หลายประเทศกำลังใช้ความพยายามอย่างจริงจังที่รัฐบาลพึงพิจารณากำหนดทิศทางในการบริหารประเทศภายใต้โลกาภิวัตน์ (Globalization) และการเตรียมรับมือกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 โดยสภาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum : WEF) ได้กำหนดดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันระดับโลก 4.0 (Global Competitiveness Index 4.0 : GCI) ซึ่งเกิดขึ้นบนฐานของการปฏิวัติดิจิทัลผนวกกับข้อมูลเชิงลึก และมุมมองสดใหม่ของผู้เชี่ยวชาญระดับโลกจากภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาควิชาการ และภาคประชาสังคม ที่จะทำให้ GCI 4.0 เป็นเครื่องมือที่ช่วยยกระดับขีดความสามารถในแข่งขันของแต่ละประเทศเพื่อตอบโจทย์โลกแห่งอนาคตได้จริง (Klaus, 2019 : 1-8) ซึ่งในปี พ.ศ. 2562 สภาเศรษฐกิจโลกได้เผยแพร่รายงานดัชนีขีดความสามารถทางการแข่งขันระดับโลก 4.0 เปรียบเทียบความสามารถการแข่งขันของ 140 ประเทศทั่วโลก พบว่า ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 40 จากการสำรวจ 140 ประเทศ ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายประเด็น พบว่า กลุ่มดัชนีระบบนิเวศของนวัตกรรม (Innovation Ecosystem) เสถียรภาพพลวัตของภาคธุรกิจ (Business Dynamism) ได้รับความจัดให้อยู่อันดับที่ 21 ของโลก ด้วยคะแนน 72 คะแนน ซึ่งมีตัวชี้วัดในประเด็นเกี่ยวข้องกับ การมีปฏิสัมพันธ์ และการจัดการความหลากหลาย การประสานความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ (Multi-stakeholder Collaboration) ดังแสดงในภาพที่ 1.1 ซึ่งข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการก้าวเข้าสู่โลกการแข่งขันทางธุรกิจของประเทศไทยยังจำเป็นต้องใช้องค์ความรู้ และการพัฒนากิจกรรมการมีปฏิสัมพันธ์ การจัดการความหลากหลาย และการประสานความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ เพื่อที่จะส่งเสริมให้ภาคธุรกิจของประเทศมีความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) กับนานาประเทศ เพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือทางธุรกิจให้อยู่แนวหน้าระดับโลกได้อย่างยั่งยืน

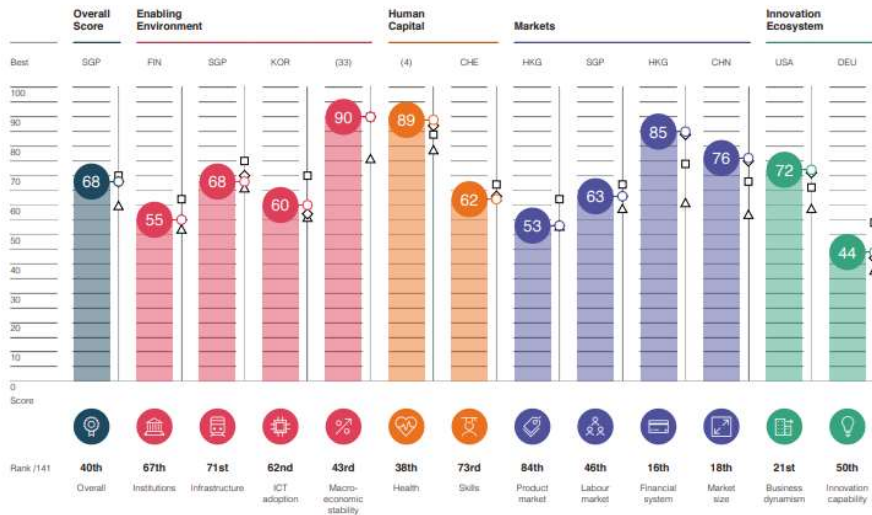
Thailand

40th / 141

Global Competitiveness Index 4.0 2019 edition

Rank in 2018 edition: 38th/140

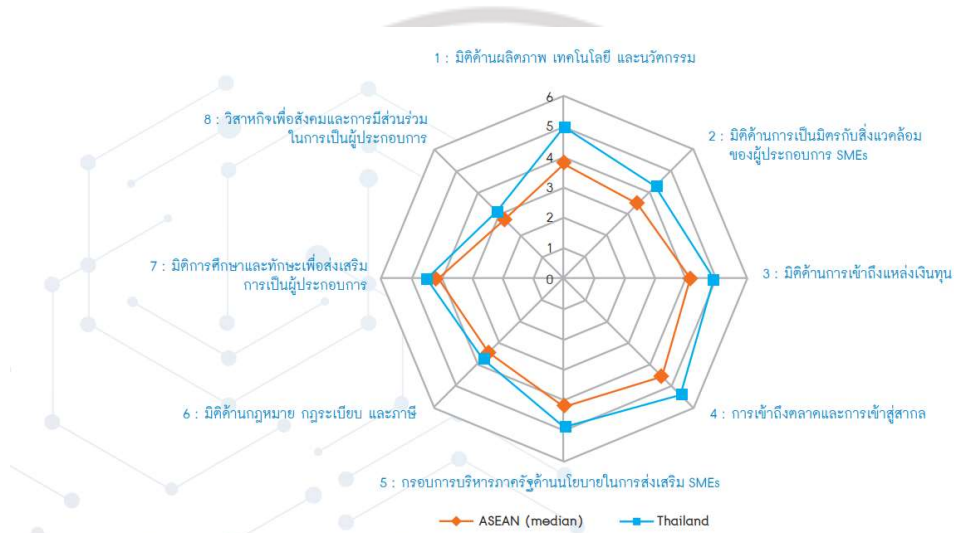
Performance Overview Key ◊ Previous edition ▲ Upper-middle-income group average □ East Asia and Pacific average
2019



ภาพที่ 1.1 ดัชนีความสามารถทางการแข่งขันระดับโลก 4.0 ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2562
ที่มา : (Klaus, 2019 : 550)

สำหรับตัวชี้วัดเชิงนโยบายในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise : SME) ในกลุ่มประเทศอาเซียน ปี พ.ศ. 2561 ได้มีการกำหนดตัวชี้วัดในมิติวิสาหกิจเพื่อสังคมและการมีส่วนร่วมในการเป็นผู้ประกอบการ (Social Enterprises and Inclusive SME) ซึ่งจากรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ในปี พ.ศ. 2561 ประเทศไทยได้คะแนนการประเมินความก้าวหน้าและความมีประสิทธิภาพของการดำเนินนโยบายการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมสูงกว่าค่ากลางของแต่ละประเทศในภูมิภาคอาเซียนทั้ง 8 มิติ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในแต่ละมิติ พบว่า ผลการประเมินในมิติวิสาหกิจเพื่อสังคมและการมีส่วนร่วมในการเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทย ได้คะแนนไม่สูงนัก ดังแสดงในภาพที่ 1.2 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562 : 1-20) ซึ่งผลการประเมินดังกล่าวนี้ เป็นข้อมูลที่สามารถยืนยันได้ว่า การมีส่วนร่วม การมีปฏิสัมพันธ์ การจัดการความหลากหลาย และการประสานความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ ของผู้ประกอบการของประเทศไทยต้องได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วน และมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้อง

สร้างความเข้มแข็งเชิงเครือข่ายให้กับผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ตามที่รัฐบาลไทยได้กำหนดนโยบายการพัฒนาประเทศนำไปสู่การหลุดพ้นกับดักรายได้ปานกลางสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูงในอนาคต



ภาพที่ 1.2 ประสิทธิภาพในการดำเนินนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยในมิติต่างๆ

ที่มา : (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562 : 1-20)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้จัดทำบนพื้นฐานของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งเป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 โดยในยุทธศาสตร์ที่ 3 เน้นการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และการค้าการลงทุนสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย รวมทั้งพัฒนาสังคมผู้ประกอบการ การเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งการสร้างสังคมผู้ประกอบการที่ผลิตได้ขายเป็น โดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว และมาตรฐานสากลของสินค้าและบริการที่สูงขึ้น รวมทั้งพัฒนาระบบและกลไกตลอดจนการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อกระจายโอกาสเศรษฐกิจให้คนในชุมชนและท้องถิ่น การแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ โดยการพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในประเด็นหลักสำคัญของการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจที่ได้รับการบรรจุอยู่

ในแผนฯ โดยสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมเพื่อพัฒนาธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล การสร้างความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจบริการ และส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันบนฐานการพัฒนาเชิงธุรกิจ และกระจายผลประโยชน์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน อีกทั้งให้ความสำคัญกับการบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อร่วมกันสนับสนุน และส่งเสริมการพัฒนาภาคบริการทั้งระบบ ควบคู่กับการกำกับ ดูแล และติดตามประเมินผล ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน อาทิ การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งจะเป็นการกระจายรายได้ไปสู่คนในชุมชนและท้องถิ่นทั่วประเทศอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2559 : 1-96)

จังหวัดระยองเป็นเมืองชายทะเลทางภาคตะวันออกของประเทศไทย อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตพื้นบ้าน อีกทั้งสภาพภูมิศาสตร์อยู่ติดกับทะเล จึงทำให้จังหวัดระยองมีรูปแบบ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ โดยข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติได้รายงานจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากนักท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2561 จะเห็นได้ว่าตัวเลขที่นำเสนอเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ดังแสดงในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากนักท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2561

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	รายได้จากนักท่องเที่ยว (ล้านบาท)	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)
2557	6,150,336	25,123.85	2,164.79
2558	6,650,710	28,379.66	2,270.33
2559	6,929,843	30,614.44	2,370.36
2560	7,319,948	33,811.36	2,482.65
2561	7,761,662	36,858.05	2,590.24

ที่มา : (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดระยองเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว อีกทั้งสอดคล้องกับนโยบายทางด้านเศรษฐกิจตามโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC : Eastern Economic Corridor Development) ซึ่งรัฐบาลเร่งเสริมสร้างศักยภาพด้านการค้าและการลงทุนให้จังหวัดระยองอย่างมหาศาล โดยแผนพัฒนาจังหวัดระยอง พ.ศ. 2561-2564 ได้กำหนดทิศทางสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สังคมสงบสุข เศรษฐกิจก้าวหน้า และประชาชนดำรงชีวิตอย่างมีความสุข โดยหนึ่งในยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนจังหวัดระยองคือยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพสินค้า และผลิตภัณฑ์ด้านการประมงให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลควบคู่กับการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว เนื่องด้วยจังหวัดระยองมีพื้นที่ชายฝั่งทะเลยาวประมาณ 100 กิโลเมตร การประกอบอาชีพประมงเป็นอาชีพสำคัญ นอกจากการทำประมงประเภทอาหารสดแล้ว ยังมีการนำผลผลิตมาทำเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปผสมผสานกับภูมิปัญญาในการถนอมอาหารสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประมงเพื่อจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวเป็นของฝาก หรือของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวได้อีกด้วย อีกทั้งมุ่งเน้นเสริมสร้างความเข้มแข็งกลุ่ม หรือภาคีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเชื่อมโยงภาคการท่องเที่ยว การเร่งสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อป้องกันความเสี่ยงต่างๆ และเสริมสร้างรากฐานการพัฒนาให้เข้มแข็ง รวมทั้งสร้างโอกาสในการพัฒนาให้ชุมชนต่างๆ เจริญก้าวหน้าต่อไป (สำนักงานจังหวัดระยอง, 2562 : 1-11)

การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการเป็นประเด็นหนึ่งที่นักวิชาการ และนักวิจัยทางธุรกิจให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องด้วยผู้ประกอบการมีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนา และความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องด้วยก่อให้เกิดการจ้างงาน และความมั่งคั่งของประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการในชุมชนต่างๆ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับทรัพยากรในท้องถิ่นโดยตรง (Constanzo et al. 2014 : 655-677) การสร้างเครือข่ายจึงเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือองค์กรต่างๆ เข้าด้วยกัน โดยมิตรภาพ เงินทุน หรือการเป็นสมาชิกของกลุ่ม (Hoang & Antoncic, 2003 : 165-187) อีกทั้งความสามัคคี และการมีใจเป็นหนึ่งเดียวกัน (Solidarity) ที่จะช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชน (Peretti, 2013 : 15-25) ซึ่งในบริบทของกระบวนการการเป็นผู้ประกอบการนั้น เครือข่ายเป็นสิ่งสนับสนุนที่สำคัญในการทำกิจกรรมต่างๆ ทางธุรกิจ รวมไปถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจอีกด้วย (Stuart & Sorenson, 2005 : 233-251) ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่สร้างความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมภายนอก และต้องการวิธีการที่รวดเร็วและประหยัดในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ เพื่อกำหนดการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ และแสวงหาโอกาสทางธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยเครือข่ายผู้ประกอบการถือเป็นกลยุทธ์สำคัญสำหรับการพัฒนาภาคธุรกิจขนาดเล็ก (Sullivan & Marval, 2011 : 185-206) และเป็นประเด็นที่รัฐบาลกำลังให้ความสนใจเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยมุ่งเน้นไปที่

ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน อีกทั้ง ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 จนกระทั่งปัจจุบัน เกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ทวีความรุนแรงทั่วโลก และส่งผลกระทบต่อในวงกว้างโดยมีจำนวนผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนองค์การอนามัยโรคประกาศให้การระบาดของโรคติดเชื้อนี้เป็นการระบาดใหญ่ หน่วยงานภาครัฐต้องบังคับใช้กฎหมาย และมาตรการต่างๆ เพื่อลดการแพร่ระบาดของเชื้อโรค อาทิ การกักตัว (Quarantine) การเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) การปิดเมือง หรือปิดประเทศ (Lock down) การทำงานที่บ้าน (Work from Home) การพึ่งพาเทคโนโลยีและสังคมออนไลน์ เป็นต้น ส่งผลให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ของมวลมนุษยชาติเปลี่ยนแปลงจนกลายเป็น “ความปกติใหม่” (New Normal) ซึ่งเป็นปัจจัยเร่งที่ทำให้ภาคธุรกิจทั่วโลกต่างต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดขององค์กรกันครั้งใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดระยองได้รับผลกระทบโดยตรงจากมาตรการต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง” เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง และเป็นรากฐานทางสังคมที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยอีกทางหนึ่งด้วย

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อสำรวจความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาสมรรถนะการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนในการพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง
3. เพื่อเสนอรูปแบบการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทำให้ภาคีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวทราบถึงความต้องการสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง
2. ทำให้ได้รูปแบบการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งเพื่อพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย และผู้ประกอบการในชุมชนที่ประกอบธุรกิจสินค้า ภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงสู่การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประมง การพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น และความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านท่าเรือ ตำบลแกลง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

4. ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลา 1 ปี (กุมภาพันธ์ 2563 – กุมภาพันธ์ 2564)

นิยามศัพท์เฉพาะ

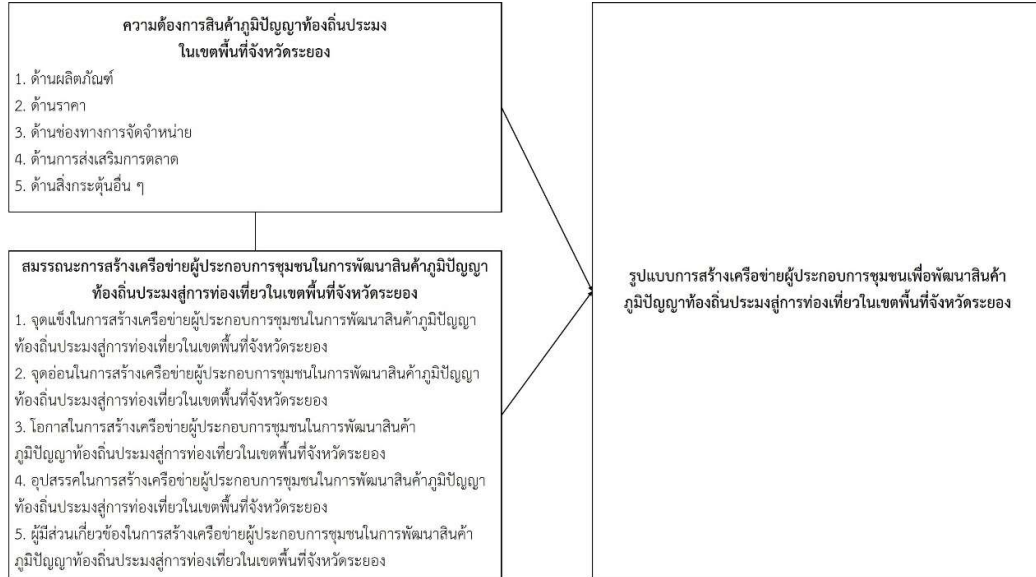
1. การสร้างเครือข่าย หมายถึง การเชื่อมโยงกลุ่มของคน หรือกลุ่มองค์กรที่สมัครใจที่จะ แลกเปลี่ยนข่าวสาร และกระทำกิจกรรมร่วมกันของชุมชนบ้านท่าเรือ ตำบลแกลง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

2. ผู้ประกอบการชุมชน หมายถึง ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมงใน ชุมชนบ้านท่าเรือ ตำบลแกลง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

3. สินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ หรือผลผลิตที่ได้จากการทำกิจกรรม ประกอบอาชีพทางทะเล โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความเชื่อ และศักยภาพของคนในชุมชน บ้านท่าเรือ ตำบลแกลง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย