

**การรับรู้และศักยภาพความพร้อมต่อการเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ  
ASEAN Economic Community (AEC) ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี  
Perception and Readiness Competency for Tourism Business Preparation  
using ASEAN Economic Community (AEC) Framework, Bang-Saen Beach,  
Chon Buri Province**

วรัญชลี สุमितไพบูลย์\*  
Varanchalee Sumitpaibul\*  
นงลักษณ์ มโนวัลย์เลา\*\*  
Nongluck Manowaluilou\*\*

\*นักศึกษาปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

\*Student, Master of Education (Business Education Administration), Department of Vocational Education,  
Kasetsart University

\*Email: fuengg@hotmail.com

\*\*อาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

\*\*Lecturer, Business Administration Education Program Department of Vocational Faculty of Education,  
Kasetsart University

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การรับรู้และศักยภาพความพร้อมต่อการเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการรับรู้การเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC ของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี (2) เพื่อศึกษาระดับศักยภาพของชายหาดบางแสน ต่อการเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC ของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี (3) เพื่อศึกษาการรับรู้ผลกระทบต่อการเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC ของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี จำนวน 378 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 46 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการล้อเลื่อนและมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001-50,000 บาท ด้านการรับรู้การเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC ผู้ประกอบการชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี รับรู้จากสื่อมวลชนเป็นอันดับแรกโดยรับรู้จากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.05$ ) ด้านผลกระทบต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนจากการเปิดประชาคมอาเซียน ผู้ประกอบการเห็นว่า ภาษาต่างประเทศ เป็นอุปสรรคมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.49$ ) ด้านระดับศักยภาพของผู้ประกอบการบริเวณชายหาดบางแสน ผู้ประกอบการเห็นว่า เงินลงทุนที่แข็งแกร่งจากต่างชาติที่เข้ามาลงทุนได้อย่างเสรีมากขึ้นมีผลมากที่สุด ( $\bar{X} = 2.81$ )

**คำสำคัญ:** ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การรับรู้ ศักยภาพ ชายหาดบางแสน

### Abstract

This research focused on the “Perception and Readiness Competency for Tourism Business Preparation using ASEAN Economic Community (AEC) Framework, Bang-Saen Beach, Chon Buri Province”. The objectives of the study were 1) to study the readiness of the tourist services followed the AEC framework of the business entrepreneurs at Bang-Saen Beach, Chon Buri Province; 2) to study the competency of business entrepreneurs at Bang-Saen Beach, Chon Buri Province towards free trade tourist service; and 3) to study the perception on the free trade tourist service of the 378 business entrepreneurs at Bang-Saen Beach, Chon Buri Province based on the purposive sampling. The sampling method was the questionnaire survey. The analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The samples were females that mostly older than 46 years old with education lower than bachelor’s degree. Mostly, these business entrepreneurs were venders with income between 30,001-50,000 Baht. Most of the business entrepreneurs of Bang-Saen Beach, Chon Buri province received the ASEAN Framework agreement on tourism information from mass media, which was newspapers ( $\bar{X} = 4.05$ ). The business entrepreneurs indicated that the major effect on tourist at of Bang-Saen Beach, Chon Buri province from the ASEAN Economics Community (AEC) was international languages ( $\bar{X} = 3.49$ ). The competency of the business entrepreneurs of Bang-Saen Beach, Chon Buri province agreed that the international investment would effect the free trade tourist service the most ( $\bar{X} = 2.81$ ).

**Keyword:** ASEAN Economic Community (AEC), Perception, Competency, Bang-Saen Beach



## บทนำ

ในปีพุทธศักราช 2558 ประเทศสมาชิกอาเซียนได้กำหนดและวางแผนเพื่อพัฒนาและยกระดับความร่วมมือระหว่างกันไปสู่ทิศทางที่ก้าวหน้าอีกระดับหนึ่งด้วยการจัดตั้งประชาคมอาเซียน (ASEAN Community: AC) ขึ้นเพื่อสนับสนุนการรวมตัวและความร่วมมือระหว่างกันอย่างรอบด้าน ประกอบด้วย 3 เสาหลัก ได้แก่ ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political-Security Community: APSC) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) และประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community: ASCC) (สำนักนโยบายและแผน, สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย, 2555)

จากสถิติขององค์การการท่องเที่ยวโลกหรือ World Tourism Organization เปิดเผยว่า ปี พ.ศ. 2554 มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวไปทั่วโลก 980 ล้านคน ในจำนวนนี้ได้เข้ามาท่องเที่ยวในแถบเอเชียแปซิฟิก 217.1 ล้านคน และในแถบอาเซียน 77.1 ล้านคน และในจำนวนนักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาพักผ่อนในประเทศไทยถึง 19,230,430 คน รวมเป็นเม็ดเงินทั้งสิ้น 776,217 ล้านบาท และได้คาดการณ์ว่า ในอีก 8 ปีข้างหน้า หรือในปี พ.ศ. 2563 นักท่องเที่ยวทั่วโลกจะมีการเดินทางท่องเที่ยวแบบก้าวกระโดดถึง 1.6 พันล้านคน โดยกระจุกตัวอยู่ที่เอเชียแปซิฟิกประมาณ 400 ล้านคน และโดยเฉพาะแถบอาเซียน 160-200 ล้านคน (World Tourism Organization, 2011)

จากการคาดการณ์ข้างต้น ทำให้มีการตื่นตัวในธุรกิจภาคการท่องเที่ยวในแถบอาเซียนอย่างมาก และเป็นการคาดคะเนว่านักท่องเที่ยวจะเพิ่มสูงขึ้นกว่าปี ค.ศ. 2015 หรือ พ.ศ. 2558 ที่อาเซียน

ได้ประกาศจับมือเป็นหนึ่งเดียวกันหรือมีการรวมกลุ่มของประเทศสมาชิกอาเซียนเพื่อเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) และประเมินกันว่าจะมีนักท่องเที่ยวเข้าสู่กลุ่มประเทศอาเซียน 120 ล้านคน (ศูนย์ข้อมูลความรู้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2555) ทำให้ประเทศไทยถูกคาดหวังว่าจะยิ่งมีโอกาสได้กลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งจะเชื่อมโยงมาไทยก่อนกระจายไปสู่เพื่อนบ้านได้ ประกอบกับประเทศไทยถือเป็นส่วนสำคัญด้วยภูมิศาสตร์ที่ตั้งและมาตรฐานที่เป็นสากลกว่าบางประเทศในอาเซียน จึงทำให้กลายเป็นฐานของการค้าขายกับตลาดอื่น ๆ นอกภูมิภาคเนื่องจากข้อได้เปรียบในด้านมาตรฐานบริการที่คุ้มค่าเงิน หรืออัตราค่าบริการต่ำกว่าส่วนใหญ่ในประเทศในภูมิภาคเดียวกัน (ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2555)

ในภาคธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศไทย การเปิดเสรี AEC ถือเป็นโอกาสที่มากขึ้นเนื่องจากประเทศไทยมีความได้เปรียบและธุรกิจท่องเที่ยวถือเป็นจุดแข็งของประเทศไทย การท่องเที่ยวเป็นสาขาบริการที่ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติได้สูงที่สุดในอาเซียน โดยในช่วงเวลาของการท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติกว่า 18,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สูงกว่าประเทศมาเลเซียซึ่งมีรายได้สูงเป็นอันดับสองประมาณ 20% และยังมีข้อได้เปรียบจากที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักจำนวนมาก จึงมีแนวโน้มที่จะได้ประโยชน์จากโอกาสการเติบโตของกระแสการท่องเที่ยวเอเชียที่จะได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต ทั้งนี้จากข้อมูลของ World Tourism Organization ข้างต้นคาดการณ์ไว้อีก 10 ปีข้างหน้าสัดส่วนจำนวน

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวทวีปเอเชียแปซิฟิก จะเพิ่มขึ้นเป็น 27% จากประมาณ 20% ในปัจจุบัน ในขณะที่สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวยุโรปที่จะลดลงเหลือ 46% จากประมาณ 52% ในปัจจุบัน (World Tourism Organization, 2011)

การรวมตัวเป็นตลาดเดียวกันของอาเซียนจากการเปิดเสรี AEC นั้น ส่งผลกระทบด้านบวกต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างมาก เช่น สามารถต่อยอดให้ธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศไทย เพิ่มช่องทางหารายได้เพิ่มเติม ตัวอย่างการขยายแพคเกจทัวร์เป็นแพคเกจท่องเที่ยวอาเซียนแทนการจัดแพคเกจเพียงในประเทศไทยโดยอาศัยการสร้างเครือข่ายบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวกับประเทศสมาชิกอาเซียนด้วยกันหรือแม้แต่ลงทุนตั้งสาขาหรือสำนักงานย่อยในต่างประเทศโดยประเทศไทยจะมีข้อได้เปรียบจากการมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักจำนวนมากที่สุดในอาเซียนและสามารถใช้ชื่อเสียงดังกล่าวดึงดูดนักท่องเที่ยวก่อนต่อยอดขยายแพคเกจเดินทางไปสู่ประเทศอื่น ๆ ในอาเซียนต่อไปได้ หรือการบรรลุล่วง AEC จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีศักยภาพโดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมและที่พักสามารถขยายตลาดไปประเทศอื่นๆ ในอาเซียนได้ โดยเฉพาะเวียดนาม ลาว และฟิลิปปินส์ เนื่องจากการแข่งขันในประเทศดังกล่าวยังไม่มาก ขณะเดียวกันยังสามารถสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ประกอบการในอาเซียนที่มีจุดแข็งด้านเงินทุน เทคโนโลยี และการให้บริการที่ครบวงจร ซึ่งผู้ประกอบการในประเทศไทยสามารถใช้ความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการและด้านการบริการที่เป็นเลิศ เพื่อผนวกเป็นพันธมิตรที่แข็งแกร่งในตลาดต่างประเทศ (ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2555)

ด้วยศักยภาพที่แข็งแกร่งของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยจึงมีการคาดการณ์ว่า ประเทศไทยจะสามารถก้าวขึ้นเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอาเซียนได้ ทั้งนี้มีเงื่อนไขอยู่ที่หากผู้ประกอบการไทยสามารถปรับตัวและมีความพร้อมในการรับมือกับผลกระทบจากการเป็น AEC ได้ หัวใจสำคัญคือการทำความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่กับผู้ประกอบการ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนการทำตลาดเชิงรุกแทนการรับ โดยใช้นวัตกรรมทางการตลาดผสมผสานเทคโนโลยีสารสนเทศกับพันธมิตร

จากการตื่นตัวในการเข้าสู่ AEC นี้เองภาครัฐโดยหน่วยงานกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงได้กำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 และกระเจาญนโยบายสู่ภาคท้องถิ่นที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทั่วประเทศ โดยมุ่งเน้นสร้างการตื่นตัวของผู้ประกอบการเพื่อรองรับการเปิดเสรีในปี พ.ศ. 2558 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) ในภาคตะวันออกก็เช่นเดียวกัน องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่มีหน้าที่รับผิดชอบในด้านการท่องเที่ยวได้มีการตระหนักถึงความสำคัญของการเปิดเสรี AEC ในครั้งนี้เช่นกัน โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเทศบาลเมืองแสนสุขที่ดูแลรับผิดชอบชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี เนื่องด้วยชายหาดบางแสนซึ่งมีพื้นที่เป็นชายฝั่งทะเล มีจุดขายด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นสถานที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ มากที่สุด การเดินทางสะดวกสบาย จึงทำให้ชายหาดบางแสนเป็นแหล่งที่ผู้คนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมมาพักผ่อนและท่องเที่ยว บางแสนมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น เช่น ประเพณีวันไหลบางแสน ประเพณีแห่เทียนพรรษา เครื่องจักสานและการทำประมง ด้วยความ

สวยงามของธรรมชาติ และประเพณีศิลปวัฒนธรรม จึงเป็นตัวกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางท่องเที่ยวในบางแสน ส่งผลให้เศรษฐกิจก้าวหน้าไปอย่างมาก

เทศบาลเมืองแสนสุขเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจสำคัญในการบริหารราชการส่วนภูมิภาค การปรับตัวและเตรียมความพร้อมสำหรับผลกระทบทั้งเชิงบวกและลบที่จะเกิดขึ้นในระดับประเทศ หน่วยงาน พื้นที่และประชาชนก็ย่อมจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างความสามารถในการแข่งขันหรือเป็นแรงสนับสนุนที่จะทำให้การเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของไทยเป็นไปอย่างราบรื่นและเกิดประโยชน์สูงสุด อย่างไรก็ดีแม้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะไม่ได้ส่งผลกระทบต่อชายหาดบางแสนโดยตรง แต่เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามพิมพ์เขียว (AEC Blueprint) ซึ่งเป็นแผนบูรณาการงานด้านเศรษฐกิจเพื่อให้เห็นภาพรวมในการมุ่งไปสู่ AEC ซึ่งประกอบด้วยแผนงานเศรษฐกิจในด้านต่าง ๆ พร้อมกรอบระยะเวลาที่ชัดเจนในการดำเนินการมาตรการต่างๆ จนบรรลุเป้าหมายในปี 2558 รวมทั้งการให้ความยืดหยุ่นตามที่ประเทศสมาชิกได้ตกลงกันล่วงหน้าเพื่อสร้างพันธมิตรระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน โดยอาเซียนได้กำหนดยุทธศาสตร์การก้าวไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่สำคัญดังนี้ 1.การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน 2.การเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง 3.การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกันและ 4.การเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก (องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2555)

ดังนั้น การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ถือเป็นการเปิดประเทศอย่างเสรีในด้านต่างๆ เช่น ภาษา สินค้า บริการ การลงทุน และการ

เคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือ การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประเทศไทยต้องมีการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ทักษะทางด้านภาษา การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาวิชาชีพของคนในชุมชน โดยเฉพาะชายหาดบางแสนที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวในรูปของการบริหารจัดการกันเองจากผู้บริหารท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่การบริหารจะเป็นจากเจ้าของกิจการโดยตรง ผู้ประกอบการยังคงเป็นชาวบ้านในชุมชนที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาทักษะในด้านของภาษา ทักษะทางการบริการ ทักษะในการบริหารจัดการหรือมีการเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพราะการเปิดประเทศอย่างเสรีนั้น จะทำให้ผู้ประกอบการต้องเจอกับการแข่งขันที่สูงขึ้นจากต่างประเทศ ไม่ใช่การแข่งขันกันเองภายในชุมชนเหมือนแต่ก่อน และหากผู้ประกอบการยังไม่สามารถบริหารจัดการธุรกิจของตนเองให้รัดกุม โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านศักยภาพความพร้อมต่อการเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยว รวมไปถึงการพัฒนาทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศเพื่อสื่อสารและสร้างความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว อาจส่งผลต่อธุรกิจที่ผู้ประกอบการประกอบอยู่ได้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการรับรู้และศักยภาพความพร้อมต่อการเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยสอบถามความคิดเห็นในส่วนของผู้ประกอบการชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีเกี่ยวกับการเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC เพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้การเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC ของผู้

- ประกอบกรรมการท่องเที่ยว ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาระดับศักยภาพของชายหาดบางแสน ต่อการเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC ของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ผลกระทบต่อการเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC ของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี

### อุปกรณ์และวิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยการรับรู้และศักยภาพความพร้อมต่อการเปิดเสรีบริการ ด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี กำหนดรูปแบบการศึกษาเป็นเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้การวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) ด้วยการใช้แบบสอบถาม ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการ ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีทั้งหมดตามบัญชีรายชื่อในปี 2555 ของเทศบาลเมืองแสนสุข จำนวน 10 กลุ่ม คือ 1.กลุ่มหาบเร่ 2.กลุ่มห่วยยาง 3.กลุ่มเรือสกีเตอร์ 4.กลุ่มเก้าอี้ผ้าใบ 5.กลุ่มแผงลอยอาหาร 6.กลุ่มแผงลอยอาหารส่วนหย่อยแหลมแท่น 7.กลุ่มล้อเลื่อน 8.กลุ่มไถ่ย่าง 9.กลุ่มผู้ประกอบการหมวดชายหาด 10.กลุ่มแผงลอยถนนสุขุมวิท ดังนั้นจึงทำการสุ่มตัวอย่างจากจำนวนผู้ประกอบการ ชายหาดบางแสน 10 กลุ่ม ซึ่งมีจำนวน 2,152 คน (เทศบาลเมืองแสนสุข, 2554) ซึ่งผู้วิจัยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ ทาโร ยามาเน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) ดังนี้

$$n = 1 + \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = 1 + \frac{2,152}{1 + 2,152(0.05)^2}$$

$$= 377.30$$

โดยกำหนดให้  $n$  = จำนวนประชากรในกลุ่มตัวอย่าง  
 $N$  = จำนวนของประชากรทั้งหมด  
 $e$  = ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ 0.05

เพราะฉะนั้นได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 378 คน ซึ่งใช้เป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ประกอบการ ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีเท่านั้น และทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (ตามสัดส่วน) และได้สัดส่วนต่างๆ ตามตารางดังนี้

**ตารางที่ 1** การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบบโควต้า (ตามสัดส่วน)

| ประเภท                             | ประชากร | ตัวอย่าง |
|------------------------------------|---------|----------|
| กลุ่มหาบเร่                        | 530     | 93       |
| กลุ่มห้วงยาง                       | 292     | 51       |
| กลุ่มเรือสกีเตอร์                  | 160     | 28       |
| กลุ่มแก้อื้อผ้าใบ                  | 137     | 24       |
| กลุ่มแผงลอยอาหาร                   | 155     | 27       |
| กลุ่มแผงลอยอาหารส่วนหอย่อมแหลมแท่น | 22      | 4        |
| กลุ่มล้อเลื่อน                     | 537     | 94       |
| กลุ่มไก่อ่าง                       | 116     | 20       |
| กลุ่มผู้ประกอบการหมอนวดชายหาด      | 63      | 11       |
| แผงลอยถนนสุขุมวิท                  | 140     | 26       |
| รวม                                | 2152    | 378      |

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเนื้อหาของแบบสอบถามจะประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี เป็นคำถามแบบเลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และประเภทประกอบการ

ส่วนที่ 2 การรับรู้การเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC เป็นคำถามทดสอบความรู้ของผู้ประกอบการ ลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคลากร และสื่อเฉพาะกิจ

ส่วนที่ 3 ศักยภาพของชายหาดบางแสน เป็นคำถามแบบเลือกตอบตามลำดับความสำคัญ ใช้มาตรวัด Rating Scale พิจารณาค่าเฉลี่ยที่ได้

โดยแบ่งระดับค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 อันดับ ดังนี้

- |                |          |
|----------------|----------|
| 5 = มากที่สุด  | 4 = มาก  |
| 3 = ปานกลาง    | 2 = น้อย |
| 1 = น้อยที่สุด |          |

โดยแนวคำถามแบ่งเป็น 7 ด้านตามแนวความคิดการจัดกาเชิงกลยุทธ์ ได้แก่

1. จุดแข็งจุดอ่อนชายหาดบางแสน  
ตัวอย่างคำถาม เช่น ความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น ตู้เอทีเอ็ม แหล่งแลกเงินตราต่างประเทศ
2. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองแสนสุข  
ตัวอย่างคำถาม เช่น เทศบาลมีแผนกระตุ้นการท่องเที่ยวตลอดเวลา เช่น การจัดงานบางแสนย้อนยุค
3. การบริหารจัดการของเทศบาลเมืองแสนสุข



- ตัวอย่างคำถาม เช่น เทศบาลมีการให้ความรู้และการฝึกอบรมเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแก่ผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอ
4. ผู้บริหารเทศบาลเมืองแสนสุข  
ตัวอย่างคำถาม เช่น เทศบาลเมืองแสนสุขให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยว
  5. เจ้าหน้าที่เทศบาลเมืองแสนสุข  
ตัวอย่างคำถาม เช่น เจ้าหน้าที่ที่มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ
  6. ทักษะ ความรู้ ความสามารถผู้ประกอบการ  
ตัวอย่างคำถาม เช่น ทักษะด้านภาษาต่างประเทศของผู้ประกอบการ
  7. คำนิยมร่วมกันของคณะผู้บริหารเทศบาลเมืองแสนสุขและผู้ประกอบการ  
ตัวอย่างคำถาม เช่น ความเต็มใจร่วมมือกับหน่วยงานราชการในการพัฒนาชายหาดบางแสน

### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การรับรู้และศักยภาพความพร้อมต่อการเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (ตามสัดส่วน) โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือก คือ ผู้ประกอบการที่อยู่ในบริเวณชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 378 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศ

หญิง ร้อยละ 82.01 มีอายุ 46 ปีขึ้นไปมากที่สุด ร้อยละ 35.98 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 25-35 ปี ร้อยละ 29.63 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 57.14 รองลงมาคือ ปริญญาตรี ร้อยละ 41.53 อยู่ในกลุ่มล้อเลื่อนมากที่สุด ร้อยละ 24.87 รองลงมาคือ กลุ่มหาบเร่ ร้อยละ 24.60 มีรายได้ต่อเดือน 30,001-50,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 31.75 รองลงมาคือ 50,001-70,000 บาท ร้อยละ 23.02 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์การรับรู้การเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC ระดับการรับรู้การเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC ของผู้ประกอบการ ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยสามารถเรียงลำดับตามการรับรู้จากมากไปน้อยได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการ ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี มีการรับรู้การเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC โดยผ่านสื่อมวลชน ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.55$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ หนังสือพิมพ์ เป็นอันดับแรก ( $\bar{X} = 4.05$ ) รองลงมา คือ วิทยุ ( $\bar{X} = 3.71$ ) อันดับสาม คือ สื่ออื่นๆ เช่น เคเบิลทีวี ( $\bar{X} = 3.56$ ) และอันดับสุดท้าย คือ นิตยสาร/วารสาร ซึ่งผู้ประกอบการให้การรับรู้ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.43$ )
2. ผู้ประกอบการ ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี มีการรับรู้การเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC โดยผ่านสื่อบุคลากร ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.60$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านที่มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เป็นอันดับแรก ( $\bar{X} = 2.62$ ) และการแลกเปลี่ยน เรียนรู้จากเพื่อน/ สมาชิกในครอบครัว/ คนรู้จัก ตามลำดับ ( $\bar{X} = 2.57$ )

3. ผู้ประกอบการ ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี มีการรับรู้การเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ AEC โดยผ่านสื่อเฉพาะกิจ ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.85$ ) ได้แก่ 1)เว็บไซต์เกี่ยวกับ AEC ทางอินเทอร์เน็ต 2)สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook 3)แผ่นพับ/คู่มือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ AEC 4)ป้ายประชาสัมพันธ์ริมถนนหรือตามหน่วยงานราชการ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ แผ่นพับ/ คู่มือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ AEC เป็นอันดับแรก ( $\bar{X} = 3.11$ ) รองลงมา คือ ป้ายประชาสัมพันธ์ริมถนนหรือตามหน่วยงานราชการ ( $\bar{X} = 2.87$ ) อันดับสาม คือ เว็บไซต์เกี่ยวกับ AEC ทางอินเทอร์เน็ต ( $\bar{X} = 2.84$ ) และอันดับสุดท้าย คือ สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook ( $\bar{X} = 2.28$ ) ซึ่งผู้ประกอบการให้การรับรู้ในระดับน้อย

ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์การรับรู้ถึงผลกระทบต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนจากการเปิดประชาคมอาเซียน

ระดับการรับรู้ถึงผลกระทบต่อการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนจากการเปิดประชาคมอาเซียน ในความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม อยู่

ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.07$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผลกระทบในเรื่องของปัจจัยด้านภาษาเป็นอุปสรรคมากเป็นอันดับแรก ( $\bar{X} = 3.49$ ) รองลงมา คือ แรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานมากขึ้น ส่งผลให้ค่าแรงต่ำลง / เพิ่มขึ้น ( $\bar{X} = 3.29$ ) อันดับสาม คือ การพัฒนาด้านสาธารณูปโภคของบางแสนมากขึ้น ( $\bar{X} = 3.28$ ) อันดับสี่ คือ แรงงานเฉพาะด้านหรือมีความรู้เฉพาะทางมากขึ้น เช่น งานด้านการโรงแรม งานไกด์หรือมัคคุเทศก์ ( $\bar{X} = 3.22$ ) อันดับห้าคือ การที่แรงงานไทยเคลื่อนย้ายแรงงานได้อย่างเสรีมากขึ้น ( $\bar{X} = 3.13$ ) อันดับหกคือ เศรษฐกิจในพื้นที่บางแสนโดยทั่วไปจะดีขึ้น รายได้จากการค้าขายสินค้าและบริการมีมากขึ้น ( $\bar{X} = 2.92$ ) อันดับเจ็ดคือ นักลงทุนเข้ามาลงทุนประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในบางแสนมากขึ้น ( $\bar{X} = 2.83$ ) และอันดับสุดท้าย คือ การแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศต่างๆในระบบ AEC ( $\bar{X} = 2.78$ )

ส่วนที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพของผู้ประกอบการบริเวณชายหาดบางแสนในปัจจุบัน

ระดับศักยภาพของผู้ประกอบการบริเวณชายหาดบางแสนในปัจจุบัน ในความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.75$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เงินลงทุนที่แข็งแกร่งจากต่างชาติที่เข้ามาลงทุนได้อย่างเสรีมากขึ้น เป็นอันดับแรก ( $\bar{X} = 2.81$ ) รองลงมา คือ ความรู้และศักยภาพด้านภาษาอังกฤษ ( $\bar{X} = 2.75$ ) อันดับสาม คือ ความตื่นตัวหรือกระตือรือร้นเพื่อเตรียมตัวรองรับการแข่งขันที่รุนแรง ( $\bar{X} = 2.75$ ) อันดับสี่คือ ความรู้และความ

เข้าใจวัฒนธรรม ลักษณะนิสัยใจคอของประเทศสมาชิกอาเซียน ( $\bar{X} = 2.73$ ) อันดับห้า คือ ความรู้และศักยภาพด้านภาษาของประเทศในแถบอาเซียน ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการมีศักยภาพ ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.49$ ) และอันดับสุดท้าย คือ ความรู้ด้านการจัดการและบริหารธุรกิจของคนไทย เมื่อเทียบกับต่างชาติ ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.44$ )

ส่วนที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับศักยภาพของชายหาดบางแสน

ระดับศักยภาพของชายหาดบางแสนในความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.83$ ) โดยสามารถเรียงลำดับตามศักยภาพจากมากไปน้อยได้ดังนี้

1. ด้านค่านิยมร่วมกันของคณะผู้บริหารจัดการและผู้ประกอบการ มีศักยภาพโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.31$ ) โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความต้องการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ความเต็มใจร่วมมือกับหน่วยงานราชการในการพัฒนาชายหาดบางแสน ( $\bar{X} = 3.97$ ) อันดับสาม คือ การส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมทางความคิดเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในสินค้าการท่องเที่ยว เช่น การจัดการการท่องเที่ยวชุมชน การจัดการสินค้า OTOP และของที่ระลึก ( $\bar{X} = 3.89$ ) และอันดับสุดท้าย คือ ความร่วมมือในการเข้ารับการฝึกอบรมจากทางหน่วยงานราชการเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.79$ )
2. ด้านยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของ

เทศบาลเมืองแสนสุข โดยรวม ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เทศบาลมีแผนการกระตุ้นการท่องเที่ยวตลอดเวลา เช่น การแข่งขันแรลลี่ การแข่งมอเตอร์ไซค์ การจัดงานบางแสนย้อนยุค เป็นอันดับแรก ( $\bar{X} = 4.16$ ) รองลงมา คือ รูปแบบการจัดงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและสามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวบางแสนได้เป็นอย่างดี ( $\bar{X} = 3.69$ ) และด้านที่มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ เทศบาลให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ ( $\bar{X} = 3.47$ ) และอันดับสุดท้าย คือ รูปแบบการจัดงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสามารถเอื้อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการบริเวณชายหาดบางแสนได้เป็นอย่างดี ( $\bar{X} = 3.40$ )

3. ด้านเจ้าหน้าที่เทศบาลแสนสุข มีศักยภาพโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.80$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ เป็นอันดับแรก ( $\bar{X} = 3.94$ ) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่รับฟังปัญหาและข้อร้องเรียน ดำเนินการแก้ไขได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ( $\bar{X} = 3.93$ ) อันดับสาม คือ เจ้าหน้าที่มีจิตจรรีกรักบริการ และเต็มใจรับฟังข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการ ( $\bar{X} = 3.68$ ) และอันดับสุดท้าย คือ เจ้าหน้าที่มีความรู้และสามารถให้คำแนะนำผู้ประกอบการเกี่ยว

- กับ การรับมือการเข้ามาของ AEC ได้ ( $\bar{X} = 3.67$ )
4. ด้านผู้บริหารเทศบาลเมืองแสนสุข มี ศักยภาพโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.73$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผู้บริหารเทศบาล แสนสุขให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นอันดับแรก ( $\bar{X} = 3.95$ ) รองลงมา คือ ผู้บริหารเทศบาลแสนสุข ให้ความสำคัญและรับฟังปัญหาของผู้ ประกอบการบริเวณชายหาดบางแสน พร้อมให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ ในด้านต่างๆ ( $\bar{X} = 3.80$ ) อันดับสาม คือ ความสามารถในการจัดการและบริหาร งบประมาณการท่องเที่ยวได้อย่างมี ประสิทธิภาพ ( $\bar{X} = 3.52$ ) และอันดับ สดท้าย คือ วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร เทศบาลแสนสุขเกี่ยวกับการรับมือการ เข้ามาของ AEC ซึ่งมีศักยภาพในระดับ ปานกลาง ( $\bar{X} = 3.46$ )
  5. ด้านจุดอ่อนการท่องเที่ยวของชายหาด บางแสน มีปัญหาโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่เป็นจุดอ่อนอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ปัญหาการ ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะความ ชำนาญด้านภาษา ( $\bar{X} = 4.26$ ) เป็น อันดับแรก รองลงมา คือ ปัญหาคุณภาพ การบริการของร้านค้าและการบริการใน แหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.17$ ) อันดับสาม คือ ขาดแคลนจำนวนเจ้าหน้าที่รัฐในการ ให้บริการนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.16$ ) อันดับสี่คือ มาตรการป้องกันภัยต่างๆ เช่น บ่อมตำรวจ หน่วยฉุกเฉินยังไม่มี ประสิทธิภาพเท่าที่ควร ( $\bar{X} = 4.09$ ) อันดับห้า คือ ปัญหาความสะอาดของ สภาพแวดล้อม ( $\bar{X} = 4.08$ ) อันดับหก คือ ปัญหาจราจรในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น ( $\bar{X} = 4.04$ ) อันดับเจ็ด คือ ที่พักไม่เพียงพอในการ รองรับนักท่องเที่ยวในฤดูกาลท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.93$ ) และอันดับสุดท้าย คือ ขาดแคลนแหล่งน้ำจัดในพื้นที่ ซึ่งมี ศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.31$ )
  6. ด้านการบริหารจัดการของเทศบาลเมือง แสนสุข มีศักยภาพโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เทศบาลและ ผู้ประกอบการสามารถร่วมมือกันในการ พัฒนาการท่องเที่ยวบริเวณชายหาดบาง แสนได้เป็นอย่างดี เป็นอันดับแรก ( $\bar{X} = 3.94$ ) รองลงมา คือ ระบบเทคโนโลยี สารสนเทศในการนำมาใช้พัฒนาการ จัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ( $\bar{X} = 3.77$ ) อันดับสาม คือ เทศบาลมีการให้ ความรู้และการฝึกอบรมเกี่ยวกับการ พัฒนาการท่องเที่ยวแก่ผู้ประกอบการ อย่างสม่ำเสมอ ( $\bar{X} = 3.75$ ) อันดับสี่คือ กฎ ระเบียบ และบทลงโทษที่ชัดเจนใน การกำกับดูแลแหล่งท่องเที่ยว เช่น การ รักษาความสะอาด ความปลอดภัย หรือ การประพาดิผิดกฎหมาย ( $\bar{X} = 3.71$ ) และอันดับห้า คือ เทศบาลมีการแจ้งแผน ยุทธศาสตร์ให้กับผู้ประกอบการเพื่อ ความร่วมมือในการรับมือกับการเข้ามา

ของ AEC อย่างมีประสิทธิภาพ ( $\bar{X} = 3.43$ ) และอันดับสุดท้าย คือ งบประมาณการดำเนินโครงการการท่องเที่ยวของเทศบาลแสนสุขมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ( $\bar{X} = 3.31$ )

7. ด้านจุดแข็งการท่องเที่ยวของชายหาดบางแสน มีศักยภาพโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีศักยภาพอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้งเหมาะสมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภาคตะวันออกและของประเทศและใกล้เคียงนามบิณสุวรรณภูมิ ( $\bar{X} = 4.02$ ) เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ระบบการบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพจากโรงแรมหรือธุรกิจต่างๆในพื้นที่บริเวณชายหาดบางแสน ( $\bar{X} = 3.93$ ) อันดับสาม คือ ความสะดวกจากระบบคมนาคมที่สะดวกต่อการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ( $\bar{X} = 3.74$ ) อันดับสี่ คือ ความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น ตู้เอทีเอ็ม แหล่งแลกเปลี่ยนตราต่างประเทศ ( $\bar{X} = 3.65$ ) อันดับห้า คือ ความสะดวกจากระบบการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชน เช่น รถทัวร์ รถตู้ ( $\bar{X} = 3.53$ ) อันดับหก คือ สถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีความพร้อมในการเตรียมอาหาร ที่พัก และเครื่องดื่ม ( $\bar{X} = 3.43$ ) อันดับเจ็ด คือ ความพร้อมในระบบการบริการชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการ เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิตที่นำเชื่อกู้และปลอดภัย ( $\bar{X} = 3.40$ ) อันดับแปด คือ รูปแบบกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว

เที่ยวที่หลากหลาย เช่น แหล่งบันเทิงกีฬาทางน้ำ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.38$ ) อันดับเก้า คือ ความสะดวกจากระบบการขนส่งระหว่างกรุงเทพมหานครและชายหาดบางแสน ด้วยรถบริการนำเที่ยว รถรับจ้าง เช่น แท็กซี่ ( $\bar{X} = 3.33$ ) อันดับสิบ คือ ที่พักและโรงแรมจำนวนมากและครอบคลุมนักท่องเที่ยวทุกระดับ ( $\bar{X} = 3.32$ ) และอันดับสุดท้าย คือ ความพร้อมของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่บริการข้อมูล ป้ายสื่อความหมาย โสตทัศนูปกรณ์ สื่อสิ่งพิมพ์ นิทรรศการมัลติมีเดีย ( $\bar{X} = 3.29$ )

8. ด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถผู้ประกอบการ มีศักยภาพโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.50$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีศักยภาพอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บุคลิกภาพและจิตใจรักบริการ เป็นอันดับแรก ( $\bar{X} = 3.68$ ) รองลงมา คือ ทักษะและประสบการณ์ในการบริหารจัดการกิจการการท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.60$ ) อันดับสาม คือ จรรยาบรรณในการทำธุรกิจกับนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.60$ ) และอันดับสุดท้าย คือ ทักษะด้านภาษาต่างประเทศของผู้ประกอบการ ซึ่งมีศักยภาพในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.13$ )

#### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะและประเด็น การรับรู้และศักยภาพความพร้อมต่อการเปิดเสรีบริการด้านการท่องเที่ยว ตามกรอบ AEC ชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีสามารถอภิปรายผลโดยอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้



1. ผู้ประกอบการ ขยายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรีมีความต้องการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวขยายหาดบางแสนในระดับมาก และมีความเต็มใจร่วมมือกับหน่วยงานราชการในการพัฒนาขยายหาดบางแสน ดังนั้นผู้บริหารการท่องเที่ยวบางแสนควรมีแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรมและมีการสอบถามถึงความคิดเห็นของผู้ประกอบการรวมถึงนักท่องเที่ยวถึงความต้องการในการพัฒนาขยายหาดบางแสน เนื่องจากผลการวิจัยระบุว่า ผู้ประกอบการมีความเต็มใจในการร่วมมือกับหน่วยงานราชการในระดับมาก โดยอาจขอความร่วมมือในการเข้ารับการฝึกอบรมจากทางหน่วยงานราชการเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
2. จากผลการวิจัย เทศบาลมีแผนการกระตุ้นการท่องเที่ยวตลอดเวลา เช่น การแข่งขันแรลลี่ การแข่งมอเตอร์ไซค์ การจัดงานบางแสนย้อนยุค ถือเป็นเรื่องที่ดี และสามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว แต่ทั้งนี้การจัดงานควรมีรูปแบบการจัดงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและสามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวบางแสนมากขึ้น และควรวางกลยุทธ์การจัดงานที่มุ่งเน้นรูปแบบการจัดงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสามารถเอื้อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการบริเวณชายหาดบางแสนได้ให้มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าในความคิดเห็นผู้ประกอบการ การจัดงานอาจเอื้อต่อผู้ประกอบการรายย่อยน้อย แต่จะเป็นการมองในภาพรวมคือ ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาบริเวณชายหาดบางแสนเท่านั้น
3. ในส่วนเจ้าหน้าที่ พบว่า มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ รับฟังปัญหาและข้อร้องเรียน ดำเนินการแก้ไขได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ แต่ควรมีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ในส่วนของการให้ความรู้ และสามารถให้คำแนะนำผู้ประกอบการเกี่ยวกับ การรับมือการเข้ามาของ AEC ได้มากขึ้น นอกจากนี้ควรมีการจัดการฝึกอบรมทั้งเจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการเกี่ยวกับการเปิดเสรี AEC อย่างต่อเนื่อง โดยเป็นการอบรมทั้งภายในเองและเชิญวิทยากรที่มีความรู้ในส่วนต่างๆ เช่น การลงทุนด้านภาษา มาให้ความรู้โดยตรงแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่บางแสน โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
4. ผู้บริหารเทศบาลสนสนุให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญและรับฟังปัญหาของผู้ประกอบการบริเวณชายหาดบางแสน พร้อมให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการในด้านต่างๆ แต่ผู้บริหารเทศบาลสนสนุควรมีการสอบถามความคิดเห็นและความต้องการของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวมากขึ้น อาจมีการทำแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวบางแสนและนำข้อมูลมาวางกลยุทธ์รวมถึงมีการประเมินผลการดำเนินกลยุทธ์อย่างชัดเจนมากขึ้น นอกจากนี้ ทัศนคติของผู้บริหารเทศบาลเมืองสนสนุเกี่ยวกับการรับมือการเข้ามาของ AEC ควรให้ความสำคัญกับ AEC มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่เนื่องจาก

- การท่องเที่ยวบางแสนมีผลกระทบโดยตรง จากผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบที่เกิดจากการเปิดเสรี AEC ในความคิดเห็นของผู้ประกอบการคือ ปัจจัยภาษาเป็นอุปสรรคมากขึ้นและแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานมากขึ้น ส่งผลให้ค่าแรงต่ำลง / เพิ่มสูงขึ้น ดังนั้น ผู้บริหารควรให้ความสนใจในด้านการฝึกภาษาแก่ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่ราชการให้มากขึ้น และควรเริ่มเพื่อเตรียมตัวรองรับการเปิดเสรี AEC ทันทีไม่ควรรอเวลา
5. จุดอ่อนการท่องเที่ยวของชายหาดบางแสน อันดับแรกคือ ปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะความชำนาญด้านภาษารองลงมา คือ ปัญหาคุณภาพการบริการของร้านค้าและการบริการในแหล่งท่องเที่ยว ผู้บริหารการท่องเที่ยวควรมีกิจกรรมการฝึกอบรมด้านภาษาแก่ผู้ประกอบการ เช่น มีหลักสูตรอบรมภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาที่ใช้อย่างเป็นสากลเพื่อการท่องเที่ยว มีโครงการเกี่ยวกับการฝึกภาษาอย่างต่อเนื่องและมีการประเมินผลการฝึกอบรมอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ควรมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการของร้านค้าในบริเวณบางแสน อาจมีการจัดระเบียบที่เคร่งครัดมากขึ้น หรือปรับปรุงรูปแบบการจัดเรียงร้านค้าที่ไปในทิศทางเดียวกันเพื่อความสวยงามมากขึ้น นอกจากนี้ควรมีการควบคุมราคาขายสินค้าและบริการที่เคร่งครัด เพราะปัจจุบันพบว่า ราคาสินค้าโดยเฉพาะอาหารค่อนข้างสูงรวมไปถึงความสะดวกทางสุขอนามัย ควรมีการตรวจสอบและบังคับลงโทษอย่างชัดเจนมากขึ้น
  6. การบริหารจัดการของเทศบาลแสนสุข ควรมีการเปิดเผยการใช้งบประมาณการดำเนินโครงการการท่องเที่ยวของเทศบาลแสนสุขให้มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้มากขึ้น และเทศบาลมีการแจ้งแผนยุทธศาสตร์ให้กับผู้ประกอบการเพื่อความร่วมมือในการรับมือกับการเข้ามาของ AEC อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแจกแจงงบประมาณในการดำเนินการตีตประกาศให้เห็นชัดเจนแก่ผู้ที่สนใจอย่างโปร่งใส หรืออาจมีการเปิดประมูลให้ผู้เข้าร่วมได้มีส่วนร่วมมากขึ้นกว่าเดิม และไม่ควรให้บริษัทหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารงบประมาณเข้ามามีส่วนในการเข้าประมูลหรือรับงานของราชการ เพื่อป้องกันการทุจริต
  7. จุดแข็งการท่องเที่ยวของชายหาดบางแสน ผู้ประกอบการชายหาดบางแสน ประเมินทำเลที่ตั้งเหมาะสมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภาคตะวันออก และของประเทศและใกล้เคียงนามบินสุวรรณภูมิ และระบบการบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพจากโรงแรมหรือธุรกิจต่างๆในพื้นที่บริเวณชายหาดบางแสน รวมไปถึงความสะดวกจากระบบคมนาคมที่สะดวกต่อการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้บริหารการท่องเที่ยวควรนำศักยภาพดังกล่าวมาพัฒนาการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เช่น การจัดระบบคมนาคมภายในชายหาดบางแสน การกำหนดกฎเกณฑ์การเดินทางโดยสารสาธารณะ โดยเฉพาะ

- รถสองแถวที่ไม่มีระบบระเบียบและผู้ให้บริการไม่มีมาตรฐานในการให้บริการ นอกจากนี้ควรเพิ่มความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น ตู้เอทีเอ็ม แหล่งแลกเงินตราต่างประเทศให้มากขึ้น โดยอาจทำเป็นศูนย์ทางการเงินโดยเฉพาะ มีป้ายชัดเจน รวมถึงเจ้าหน้าที่ให้บริการมีความเชี่ยวชาญภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี และมีความพร้อมของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่บริการข้อมูล ป้ายสื่อความหมาย โสตทัศนูปกรณ์ สื่อสิ่งพิมพ์ นิทรรศการ มัคคุเทศก์ ควรมีการฝึกอบรมและกำหนดคุณภาพในการให้บริการ
8. ผู้ประกอบการขายหาดบางแสน ประเมินตนเองว่ามีบุคลิกภาพและจิตใจรักบริการ และมีทักษะและประสบการณ์ในการบริหารจัดการกิจการการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี แต่ขาดทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ผู้บริหารการท่องเที่ยวบางแสนควรให้ความสำคัญในด้านการเพิ่มทักษะในเรื่องภาษาต่างประเทศอย่างมาก และเป็นรูปธรรม ควรมีการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญของปัจจัยทางภาษาต่างประเทศมากขึ้นรวมถึงให้การสนับสนุนด้านการฝึกอบรมมากขึ้น
2. ควรศึกษาในส่วนของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชายหาดบางแสนในประเด็นความพึงพอใจและความคาดหวังในคุณภาพการบริการ
3. ควรศึกษากลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวในระดับประเทศ ในการนำมาดำเนินการในส่วนท้องถิ่น ว่ามีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำกลยุทธ์ดังกล่าวไปปรับใช้ ให้เข้ากับท้องถิ่นของตนเอง
4. เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้ในการวางแผนช่องทางการสื่อสาร ในการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสาร และส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุดและผู้รับสารสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลได้สูงสุด
5. เพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ในด้านการพัฒนาแนวทางการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ บุคลากรของเทศบาลเมืองแสนสุขและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นๆ ให้เป็นมาตรฐานสากล

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาประเมินทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศ และชี้ให้เห็นความสำคัญของการฝึกอบรม รวมไปถึงแนวทางในการวางกลยุทธ์การฝึกอบรมทางภาษาแก่ผู้ประกอบการ

### เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2550). *การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น*. นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์.
- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. (2551). *พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จินตนา บุญบงการ และ ญัฏฐพันธ์ เขจรนันท์. (2549). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- จิราภา เต็งไตรรัตน์. (2549). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2549). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เทศบาลเมืองแสนสุข. (2554). *ข้อมูลผู้ประกอบการ*. ชลบุรี: เทศบาลเมืองแสนสุข.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS (พิมพ์ครั้งที่ 11)*. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- ปรเม สตะเวทิน. (2551). *การสื่อสารมวลชนกระบวนการและทฤษฎี*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- พวงรัตน์ เกษรแพทย์. (2543). *การวางแผนกลยุทธ์ของนักศึกษา*. กรุงเทพฯ: ลูซี่ยาลาลัน.
- พจน์ เขจรธยา, เมตตา วิวัฒนานกุล และ ถิรนนท์ อนุวัชรวิวงศ์. (2551). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ข้าวฟ่าง จำกัด.
- พิบูล ทัพะपाल. (2551). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- ยุพดี ฐิติกุลเจริญ. (2547). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2551). กลยุทธ์ทางการตลาดจากการใช้ฐานข้อมูลลูกค้า. สืบค้น 11 มีนาคม 2557, จาก [http://www.Marketeer.Co.Th/Inside\\_Detail.Php?Inside\\_Id=619](http://www.Marketeer.Co.Th/Inside_Detail.Php?Inside_Id=619).
- ศุภร เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: บริษัท ภาวินาส จำกัด.
- ศูนย์ข้อมูลความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (2555). *ประวัติความเป็นมาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)*. สืบค้น 11 มีนาคม 2557, จาก <http://www.Thai-Aec.Com/Asean-Economic-Community>.
- สุชา จันทรเฒ. (2550). *จิตวิทยาทั่วไป*. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุพานี สุธงษ์วานิช. (2552). *พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่ : แนวคิดและทฤษฎี*. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2553). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสถียร เขยประทับ. (2548). *การสื่อสารและการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด อรุณการพิมพ์.

- สำนักงานนโยบายและแผน,สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย. (2551). *ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2015 กับกระทรวงมหาดไทย* สืบค้น 23 ตุลาคม 2555, จาก [http://www.ppb.moi.go.th/midev01/upload/asean\\_final.pdf](http://www.ppb.moi.go.th/midev01/upload/asean_final.pdf).
- องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (2553). *ประวัติความเป็นมาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC)* สืบค้น 15 กันยายน 2555, จาก <http://www.thai-aec.com>.
- Atkin, C. K. (1973). *Public Communication Campaigns*. London: Sage Publication.
- Klapper, J. T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. New York: The Free Press.
- Leslie, R. W. & Byars, L. L. (2000). *Management : Skill and Application*. (9th ed.). New York: Mcgraw-Hill Inc.
- Mason, R. D., Lind, D. A. & Marchal, W. G. (1999). *Statistical Techniques in Business and Economics: International Edition*. (10th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2000). *Strategic Management: Formulation, Implementation and Control*. (10th ed.). New York: Mcgraw-Hall.
- Peters, T. J., & Waterman, R. H. Jr. (1987). *In Search of Excellent*. New York: Harper and Law.
- Pitts, R. A., & Lei, D. (2000). *Strategic Management Building and Sustaining Competitive Advantage*. Dallas, Tx: Southern Methodist University.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2007). *Management*. (6th ed.). New Jersey: Prentice Hall. International.
- Rogers, E. M. & Shoemaker F. F. (1971). *Communication of Innovation: A Cross-Cultural Approach*. (2nd ed.). New York: Free Press.
- Schermerhorn, Jr. (2002). *Management*. (7th ed.). New York: John Wisley.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L. L. (1999). *Consumer Behavior*. (4th ed.). New Jersey: Englewood Cliffs.
- Taylor, K. (1996). *Principles of Marketing*. New Jersey: Englewood Cliffs.
- Wilbur, S. (1973). *The Process and Effects Of Mass Communication*. New Jersey: Englewood Cliffs.
- World Tourism Organization. (2011). Integrating Tourism into Planning. *Journal of Sustainable Tourism*, 411-421.