

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และหาแนวทางร่วมกันในการพัฒนาธุรกิจร้านขายของที่ระลึกในเครือข่ายการท่องเที่ยว PTCC ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (2) เพื่อเผยแพร่ความรู้เรื่องการพัฒนาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายของที่ระลึกในเครือข่ายการท่องเที่ยว PTCC ในเครือข่ายการท่องเที่ยว ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ประชากรในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการและพนักงานกลุ่มร้านขายของที่ระลึก OTOP ที่เป็นสมาชิก และที่ไม่ได้เป็นสมาชิก จำนวน 16 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันในการพัฒนาธุรกิจร้านขายของที่ระลึกในเครือข่ายการท่องเที่ยว PTCC ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายของที่ระลึกผลิตภัณฑ์ OTOP กว่าร้อยละ 67 มีปัญหาด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน และกว่าร้อยละ 93 เห็นว่าหน่วยงานภาครัฐ/องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรเป็นผู้นำที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านขายของที่ระลึกผลิตภัณฑ์ OTOP และจากการประเมินสถานการณ์การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจร้านขายของที่ระลึกผลิตภัณฑ์ OTOP นั้นถูกจัดอยู่ในกลุ่มที่ 1 และจากการสังเคราะห์ประเด็นปัญหาในเรื่องของด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกันนั้นเป็นเรื่องของทุนมนุษย์ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจด้านการจัดการทั่วไป ด้านกลยุทธ์ ด้านอุตสาหกรรม ด้านความสัมพันธ์ และด้านความสามารถเฉพาะงาน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้จัดการฝึกอบรมผู้ประกอบการ พนักงาน บุคลากรและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจร้านขายของที่ระลึกผลิตภัณฑ์ OTOP ซึ่งพบว่า ภายหลังจากการฝึกอบรม ผู้สนใจเข้าร่วมฝึกอบรมมีการพัฒนาแนวความคิดการเป็นเครือข่ายวิสาหกิจร่วมกัน รวมถึงมีทักษะและศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 46.24 ซึ่งจากผลการศึกษาและได้มีการประเมินสถานการณ์พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจขนาดย่อมร้านขายของที่ระลึกผลิตภัณฑ์ OTOP และจัดระดับความสามารถและศักยภาพของกิจการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจขนาดย่อมร้านขายของที่ระลึกผลิตภัณฑ์ OTOP จะจัดอยู่ในกลุ่มที่ 4

อย่างไรก็ตาม การติดตามผลการฝึกอบรมโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เข้าร่วมอบรมในครั้งนี้

พบว่า ผู้บริโภคเห็นถึงการพัฒนาของผู้ประกอบการ พนักงาน และบุคลากรธุรกิจร้านขายของที่ระลึกผลิตภัณฑ์ OTOP อย่างมาก และเอาใจใส่ดูแลลูกค้านำเสนอและการใช้เทคนิคการปิดการขายขณะที่ลูกค้าเข้ามาเลือกซื้อหรือชมสินค้าในร้านพอสมควร ซึ่งทำให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายของที่ระลึกผลิตภัณฑ์ OTOP ตระหนักถึงการพัฒนาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน และการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจขนาดย่อม รวมถึงภาพลักษณ์ของธุรกิจร้านขายของที่ระลึกผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เกิดจากการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น

คำสำคัญ ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน การรวมกลุ่มเครือข่าย ภาพลักษณ์ ร้านขายของที่ระลึกผลิตภัณฑ์ OTOP การท่องเที่ยว

Abstract

This study aims (1) to analyze the potential, competitiveness and cooperation in developing souvenir shop business in Pataya Tourism Cluster Center (PTCC), Pattaya City, Chon Buri province (2) to publicize the knowledge of potential and competitiveness development for souvenir shop entrepreneurs in PTCC, Pattaya City, Chon Buri province (3) Pattaya City, Chon Buri province.

The population as well as the sample consists of, 16 in total, entrepreneurs and staffs at OTOP shops, both members and not member of the cluster. Descriptive statistics used for data analysis are frequency distribution, percentage, means, and standard deviation.

The findings show that more than 67% of the studied population is facing with the problems of relating and supporting industries and more than 93% of the studied population considers governmental / local administrative organizations the agents transforming and developing the potential and competitiveness of OTOP shops. From the competitiveness development evaluation, OTOP shop business is in 1st category and from the problem analysis and synthesis it shows that the problems are about human resources. The problems include the deficiencies of management knowledge, strategy, industrial knowledge, relationship, and expertise.

After having attended the training hosted by the researcher and the team, the OTOP shop entrepreneurs have developed the idea of cluster and their skill and competitiveness potential have increased higher than 46.24%. The findings of study and OTOP cluster development evaluation, the competitiveness and potential of OTOP cluster development is in 4th category.

The training follow-up, which is conducted by making use of a questionnaire given to the consumers visiting the OTOP shops, shows that the consumers realize a great improvement to the entrepreneurs, the shop assistants, and the staffs. They pay attention on the customers' needs, present the goods, and moderately implement techniques of closing the sales. This indicates that the OTOP entrepreneurs realize the importance of potential and competitiveness development, cluster, and image of the OTOP shop business which is built by more intensively paying attention to their customers.

Keywords: potential and competitiveness / cluster / image / OTOP shop / tourism