

ชัยภูมิสำเนาโครงการ ผลกระทบจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558

ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

การสร้างเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของภูมิภาค

วันที่ 28 กันยายน 2555 เวลา 09.00 น. ณ ห้องประชุมคอนสาร ชั้น 1 โรงแรมชัยภูมิปาร์ค ตำบลบ้านเล่า อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ รศ.ดร.กิตติ สัมบุกุล ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม"สสว." เปิดการสัมมนาและชี้แจงผลกระทบจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 โดยมีผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร และเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องของจังหวัดชัยภูมิเข้าร่วมฟังการสัมมนานานมาก

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย

ซึ่งมีเป้าหมายของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็น “ตลาดและฐานการผลิตเดียว” โดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน

และแรงงานมีฝีมือภายในอาเซียนอย่างเสรี รวมถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้นภายในปี 2558

เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำ ธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม และยังรวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนด้วย

ในการที่จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเปิดเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะมีผลกระทบ

ต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ทำนายความสำเร็จสำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรม ก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีดังกล่าวได้

เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ประเทศต่างๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชน

และใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา

เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

(OTOP) โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อาจจะได้รับผลกระทบจากคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น

อันเนื่องมาจากสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำ หรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น

ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา

จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นและเกิดขึ้นทุน ในการปรับตัวอย่างไรก็ตาม ปัจจุบันผู้บริโภคในประเทศต่างๆ

กำลังอยู่ในกระแสบริโภคนิยมสินค้าที่เป็นธรรมชาติ สินค้าที่อิงกับวัฒนธรรม สินค้าที่ส่งเสริมสุขภาพ การมีส่วนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

หรือสินค้าที่ช่วยสนับสนุนชุมชน รวมถึงกระแสความนิยมในความเป็นเอเชีย ดังนั้น สินค้า OTOP สามารถได้รับประโยชน์จาก

การมีโอกาสส่งสินค้าไปขายในตลาดอาเซียนได้มากขึ้นจากการที่มีประชากรรวมกว่า 590 ล้านคน รวมถึงมีโอกาสในการขยายช่องทางตลาดไปยัง

ASEAN+3 (จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้) และ ASEAN+6 (ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อินเดีย) รวมไปถึงสามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

แรงงานและวัตถุดิบการผลิตที่มีความหลากหลายให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนิน ธุรกิจได้

โดยเฉพาะสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกรวมถึงสินค้าที่ตรงกับความต้องการของ ตลาดประเทศเพื่อนบ้าน ดังนั้น

จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้า ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล

เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรม ภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบการนำเสนอความโดดเด่น

เรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในตัวสินค้า สามารถเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันทางด้านราคา

ให้ความสำคัญและตระหนักถึงการสร้างตราที่ยั่งยืนให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้

ผู้ผลิตจำเป็นต้องกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสินค้าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ให้ชัดเจน

ศึกษารสนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภคและผลิตสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ซึ่งผู้ผลิตที่ยังไม่มีความชำนาญอาจแลกเปลี่ยนความรู้กับนักการตลาดและนัก พัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม

เพื่อพัฒนาตนเองจากผู้ผลิตที่ตอบสนองต่อความต้องการระดับท้องถิ่น ให้ยกระดับไปสู่ผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในระดับ

สากล และสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง

สำหรับผู้ผลิต OTOP คือ การพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจที่สร้างความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้าคู่สัญญา หรือแม้กระทั่งสถาบันการเงิน

โดยพัฒนาการบริหารจัดการให้มีมาตรฐานและเป็นระบบมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและเพิ่มช่อง

ทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

พัฒนาความสามารถในการรองรับคำสั่งซื้อที่มีปริมาณมากโดยเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตทั้งในรูปแบบกลุ่มที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน

และกลุ่มที่ผลิตสินค้าสนับสนุนในห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ อาจเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจต่างๆ

เพื่อสนับสนุนและเป็นช่องทางการเข้าถึงลูกค้าและเข้าสู่ตลาดอาเซียน อาทิ เครือข่ายนักประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการท่องเที่ยว เครือข่ายผู้ส่งออกสินค้า

สมาคมการค้าต่างๆ เป็นต้น การสร้างเสริมโอกาสของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในอีกทางหนึ่งซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศ นั่นคือ

ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งในเอเชีย การเติบโตของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก

ทำให้สินค้าเชิงสัญลักษณ์ยังเป็นที่ต้องการของตลาดและยังมีโอกาสทางการตลาด

และมากยิ่งขึ้นไปกว่านี้ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังมีความโดดเด่นด้านความแข็งแกร่งทาง วัฒนธรรมดังนั้น

การส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาคอาเซียนในการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ เอกลักษณ์

งานศิลปหัตถกรรมรวมถึงยกระดับสินค้าหัตถกรรมของประเทศสมาชิกอาเซียนให้มี คุณภาพสากล

ก็สามารถทำให้เกิดศูนย์กลางการค้าขายสินค้าหัตถกรรมของภูมิภาคอาเซียนเพื่อ การขายในตลาดโลกได้ในอนาคต

ในปัจจุบัน มีผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย จากข้อมูลล่าสุด ปี 2553

รวมทั้งสิ้น 33,228 ราย และมีสินค้า OTOP ที่ขึ้นทะเบียนไว้กว่า 85,173 รายการ ซึ่งการส่งเสริมผู้ประกอบการ OTOP และการพัฒนาสินค้า OTOP

จึงไม่เพียงแต่จะเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนและสร้างการจ้างงานใน ชุมชนท้องถิ่นทั่วประเทศเท่านั้น แต่ยังเป็นการรักษาสมดุลทางวัฒนธรรม

ภูมิปัญญาให้คงอยู่สืบต่อไปด้วย ทั้งนี้ ในปีงบประมาณ 2555 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ได้จัดทำโครงการยกระดับผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แบบบูรณาการ หรือในชื่อเรียกว่า“OTOP PLUS”

วัตถุประสงค์ของโครงการมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ OTOP โดยใช้เอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า และเสริมสร้างโอกาสทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้เกิดการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ และขยายโอกาสทางการตลาดเข้าสู่กลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กิจกรรมหลัก ประกอบด้วย

1.เสริมสร้างความสามารถในการดำเนินธุรกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดมูลค่า เพิ่ม สอดคล้องต่อความต้องการของตลาด โดยมีเป้าหมายดำเนินการพัฒนาผู้ประกอบการ OTOP ไม่ น้อยกว่า 200 รายและ2.ส่งเสริมให้ใช้ระบบออนไลน์ เว็บไซต์และโซเชียลเน็ตเวิร์กเพื่อการตลาด โดยมีเป้าหมายดำเนินการส่งเสริมผู้ประกอบการ OTOP ไม่น้อยกว่า 800 ราย ระยะเวลาดำเนินงานโครงการ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนกันยายน 2555

ภาพโดย : พฤษัช ช่างโดย : โดโต้