

กลยุทธ์สร้างความสำเร็จของ OTOP และ SMEs ในการสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

เมื่อเดือน เม.ย.ที่ผ่านมา ผมและคณะนักศึกษาศรีวิภาวดี พิษณุโลก ได้มีโอกาสไปดูงานที่ประเทศญี่ปุ่น เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ในการสร้างความสำเร็จของสินค้าชุมชนในเมืองหลักของซัปโปโร สถานที่ทุกแห่งที่ได้ไปล้วนได้พบเห็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนประจำท้องถิ่นที่แตกต่างกันและมีความหลากหลายชวนให้ซื้อเป็นของฝากเป็นอย่างยิ่ง

แต่ละท้องถิ่นได้นำวัตถุดิบหรือจุดเด่นของชุมชนนั้นมาสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ และเมื่อเราเดินทางไปยังอีกสถานที่หนึ่ง เราก็ไม่พบว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนหนึ่งไปวางจำหน่ายในอีกชุมชนหนึ่ง (ถ้าจะเห็นก็น้อยมาก โดยมีเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวสำคัญเท่านั้น) หมายความว่า หากใครมีความประสงค์ซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชนใดก็ต้องเดินทางไปซื้อที่ชุมชนเท่านั้น

เหตุดังกล่าวมิใช่เป็นเหตุบังเอิญ แต่เป็นความตั้งใจของภาครัฐที่มีกลยุทธ์ในการบริหารจัดการหรือการกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชนนั้น นอกจากการมาซื้อสินค้าชุมชนแล้ว ก็เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปในตัวด้วย

แตกต่างกับสินค้าในแต่ละชุมชนของประเทศไทยที่มีการจัดจำหน่ายไปทั่วประเทศจนหาเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของสินค้านั้นไม่เจอ

กลยุทธ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งของสินค้าชุมชนในประเทศญี่ปุ่นนั้น สามารถรักษาหรือควบคุมคุณภาพของสินค้าชุมชนให้มีมาตรฐานเดียวกันได้และเพิ่มคุณค่าของสินค้าชุมชนนั้นๆ ทั้งนี้ หากมองในด้านโครงสร้างประชากรแล้วเป็นที่ทราบกันดีว่าปัจจุบันประเทศญี่ปุ่นถือว่าเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว ดังนั้น การมีสินค้าชุมชนและมีการจัดจำหน่ายในท้องถิ่นนั้นก็ช่วยให้บุคคลผู้สูงอายุได้มีกิจกรรมที่สามารถสร้างรายได้ลดการพึ่งพิงและลดภาระของลูกหลาน ซึ่งเป็นวัยแรงงาน ตลอดจนลดภาระหรือลดค่าใช้จ่ายในภาครัฐอีกทางหนึ่ง และหากประเทศไทย

สามารถนำกลยุทธ์นี้มาใช้ได้ก็ถือเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสม เนื่องจากประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเช่นเดียวกัน

ภายหลังกลับมาถึงประเทศไทยแล้ว เราได้มีการศึกษาข้อมูลต่างๆ เพิ่มเติมว่า ทำไมประเทศญี่ปุ่นจึงประสบความสำเร็จเกี่ยวกับธุรกิจดังกล่าว ในขณะที่ประเทศไทยก็มีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจำนวนมาก และก็ได้ดำเนินงานดังกล่าวมานานพอสมควร แต่ไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจของไทยได้มากนัก ซึ่งก็ได้ทราบว่าประเทศญี่ปุ่นถือเป็นประเทศต้นแบบและมีความเชี่ยวชาญอย่างมากในการพัฒนาสินค้า OTOP และ SMEs จนถือได้ว่าธุรกิจดังกล่าวมีสัดส่วนสูงมากจากธุรกิจทั้งหมด และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจญี่ปุ่นมาโดยตลอด

ส่วนสำคัญสำหรับการพัฒนา SMEs ของญี่ปุ่นก็คือ การมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และเน้นบทบาทของรัฐบาลที่เข้มแข็ง โดยการที่รัฐบาลจะมีการส่งถ่ายนโยบายกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าของรัฐบาลกลาง รวมทั้งการประสานงานระหว่างรัฐบาลท้องถิ่นต่างๆ และหน่วยงานที่ดูแล SMEs ให้ดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาลกลางและช่วยส่งเสริม เพื่อให้ SMEs ดำเนินกิจการประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ หน่วยงานที่ดูแล SMEs นั้นเป็นหน่วยงานสำคัญในการส่งเสริม SMEs ของญี่ปุ่น จะทำหน้าที่คิดนโยบายขึ้นมาและให้หน่วยงานสนับสนุน SMEs นำไปปฏิบัติ หลังจากหน่วยงานสนับสนุนดังกล่าวก็จะทำหน้าที่ให้คำปรึกษาแก่ธุรกิจ SMEs ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งไปจนถึงการสนับสนุนธุรกิจนั้นให้เติบโตบนพื้นฐานที่มั่นคงรวมการป้องกันธุรกิจ SMEs ซึ่งเป็นบริษัทลูกล้มละลายจากการที่บริษัทแม่ล้มละลายไปด้วย

สิ่งสำคัญของธุรกิจ SMEs ของญี่ปุ่นในการประสบความสำเร็จนั้น นอกจากมีการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและมีหน่วยงานต่างๆ ที่ประสานงานกันอย่างดีแล้ว ยังมีการประกาศกฎหมายพื้นฐาน

กลยุทธ์สร้างความสำเร็จของ OTOP และ SMEs ในการสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ของ SMEs เพื่อส่งเสริมความสามารถพื้นฐานทางการบริหารของ SMEs ให้มีประสิทธิภาพ และมีรากฐานที่มั่นคง ซึ่งในปัจจุบันกฎหมายดังกล่าวกลายเป็นข้อกำหนดพื้นฐานสำคัญในการเป็นแม่แบบในการพัฒนา SMEs ของญี่ปุ่นด้วย นอกจากนี้ ประเทศญี่ปุ่นยังมีศูนย์พัฒนา SMEs ที่มีวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนต่างๆ มีสำนักงานทั้งหมด 10 แห่ง กระจายอยู่ทั่วประเทศญี่ปุ่น โดยมีศูนย์บ่มเพาะ (Incubation Center) เป็นองค์กรซึ่งทำหน้าที่สนับสนุน

**ความสำเร็จของ
ธุรกิจ OTOP และ
SMEs ที่สำคัญนั้น เป็นการ
ร่วมมือร่วมใจของทุกๆ
หน่วยงานเพื่อมุ่งสร้าง
มูลค่าเพิ่มให้กับ
ผลิตภัณฑ์**

ผู้ประกอบการ SMEs และสินค้าจากท้องถิ่นให้ได้รับความช่วยเหลือและความร่วมมือในด้านต่างๆ จากหน่วยงานรัฐบาลองค์กรเอกชน สถาบันการเงิน และสถาบันวิจัย

จะเห็นได้จากกลยุทธ์ที่สร้างความสำเร็จของธุรกิจ OTOP และ SMEs ที่สำคัญนั้น เป็นการร่วมมือร่วมใจของทุกๆ หน่วยงานเพื่อมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และที่สำคัญบทบาทรัฐบาลต้องเข้มแข็งในการกำหนดนโยบายหรือเป้าหมายที่ชัดเจน โดยมีหน่วยรับผิดชอบโดยตรง มีกฎหมายกำหนดบทบาทหน้าที่การบริหารที่ชัดเจน รวมทั้งการสร้างรากฐานที่มั่นคงที่ต่อ



กับเศรษฐกิจ

จิรวัดน์ จันรสวง

นักศึกษาระดับปริญญาโท

หลักสูตรเศรษฐศาสตร์เพื่อการบริหาร (รุ่นที่ 1)

คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ นิติ

และที่ปรึกษากฎหมายกลุ่มศรีกรุงวัฒนา

www.econ.nida.ac.th

เนื่องและมั่นคงในการดำเนินธุรกิจนั้นๆ ให้สามารถพัฒนาและประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ท้ายที่สุด ในฐานะประชาชนคนไทยคนหนึ่งหวังอย่างยิ่งว่า ตามที่ปรากฏเป็นข่าวว่า คณะนายกรัฐมนตรีร่วมกับภาคเอกชนของไทยได้มีการเยือนประเทศญี่ปุ่นในช่วงที่ผ่านมา เพื่อศึกษาดูงานการพัฒนา OTOP และ SMEs ของญี่ปุ่นนั้น หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารัฐบาลน่าจะนำความรู้ประสบการณ์ที่ได้พบเห็นกลับมาใช้ปฏิบัติเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ OTOP และ SMEs ของไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจของไทยให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในทุกวันนี้ และเพื่อเป็นการรับรองการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปลายปี 2558 ที่จะส่งผลทำให้ประเทศไทยสามารถบริหารจัดการธุรกิจดังกล่าวให้มีประสิทธิภาพและมีรากฐานที่มั่นคง เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ ให้คุณภาพของประชาชนอยู่ดี กินดี มีความสุขที่มั่นคงและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ขอประชาสัมพันธ์สำนักคิด ผู้อ่านท่านใดที่สนใจจะมีประสบการณ์หรือความรู้ในด้านเศรษฐศาสตร์ที่จะนำไปใช้ได้จริงในชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว สามารถเข้าร่วมมาเป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตร์เพื่อการบริหาร (นอกเวลาราชการ) ของคณะพัฒนาการเศรษฐกิจ นิติ ที่เปิดรับสมัครตั้งแต่บัดนี้ถึงวันที่ 15 พ.ย.นี้ ■