

มติชน

วันจันทร์ที่ 27 พฤษภาคม พุทธศักราช 2556 ปีที่ 36 ฉบับที่ 12861 ราคา 10 บาท

กว่า 40 ชีวิต ที่เป็นตัวแทนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือเอสเอ็ม อี และตัวแทนของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือโอท็อป ได้มีโอกาสเดินทางไปดูงานที่ญี่ปุ่น เป็นงานที่หลายฝ่ายของภาครัฐจัดขึ้น ทั้งกระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี เพื่อให้ทั้งเอสเอ็มอีและโอท็อป

บ้านเราได้ศึกษากลยุทธ์ วิธีการ และหาข้อดี จากประเทศญี่ปุ่น โดยกลุ่มที่พามาครั้งนี้มีทั้งสาขาอุตสาหกรรมสนับสนุน อุตสาหกรรมอาหาร โอท็อป แฟชั่นดีไซน์และสินค้าไลฟ์สไตล์

อย่างกรณีของโอท็อปที่มานั้น จะต้องมีช่องทางจัดจำหน่าย และได้เห็นกลไกในการจัดจำหน่ายสินค้าโอท็อปที่แอนเทนนา ซ็อบ เพราะอย่างสินค้าโอท็อปในบ้านเรานั้น ขายไม่ได้ทุกวันอยู่แล้ว อาศัยออกงานต่างๆ มากกว่า แต่ที่แอนเทนนา ซ็อบ เป็นห้างที่รวบรวมบรรดาโอท็อปต่างๆ ของญี่ปุ่นไว้ในที่เดียวกัน ซึ่งผู้ที่มาดูงานครั้งนี้

เอสเอ็มอี-โอท็อปไทย เรียนรู้กลยุทธ์แดนปลาดิบ



นายชุตินทร คงศักดิ์ (ซ้ายสุด) อธิบดีกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ เยี่ยมชมแอนเทนนา ซ็อบ ที่กินซ่า



คุณกัลยา จิงสมานญาติ กับผลิตภัณฑ์กระเจียบกรอบ



คุณภูษิต กาญจนศิริปาน กับผลิตภัณฑ์ไซริจิตร

นี้ ก็จะได้มีโอกาสสัมผัสผลิตภัณฑ์ร้านค้าในแบบนี้ด้วย

และในงานจับคู่ทางธุรกิจระหว่างโอท็อปของไทยกับผู้ประกอบการญี่ปุ่น ระหว่างการดูงานที่ญี่ปุ่นครั้งนี้ ก็ได้รับความสนใจอย่างยิ่ง ตัวอย่างของโอท็อปที่มาร่วมงาน เช่น ผลิตภัณฑ์ไพรทพิพย์ จากจังหวัดนครปฐม ที่ทำกระเจียบแปรรูป ปูรุกรสดต่างๆ รวมทั้งเห็ดหอมและบร็อกโคลีอบแห้งปูรุกรสด

คุณกัลยา จิงสมานญาติ ประธานกลุ่มวิสาหกิจ จนครปฐม ที่นำ **ผลิตภัณฑ์ไพรทพิพย์** มาร่วมงาน บอกว่า ชาวญี่ปุ่นนิยมกินกระเจียบสดอยู่แล้ว จึงอยากให้ชาวญี่ปุ่นได้ลองกินกระเจียบแปรรูปดูบ้าง เดิมทีญี่ปุ่นมีการตั้งบริษัทรับซื้อกระเจียบจากชาวบ้านที่นครปฐมอยู่แล้ว แต่จะมีการคัดกรองกระเจียบให้ได้ตามมาตรฐาน ชาวบ้านจึงนำกระเจียบที่เหลือมาแปรรูปอบกรอบเพื่อเพิ่มรสชาติที่หลากหลาย และให้เก็บไว้ได้นานขึ้น จนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ไพรทพิพย์ขึ้นมา แล้วจึงมาทำเป็นบร็อกโคลีและเป็นเห็ดหอมอบแห้ง

อีกหนึ่งสินค้าที่น่าสนใจคือ **ไซริจิตร สมุทรสาคร** ฝีมือ **คุณภูษิต กาญจนศิริปาน** ที่สร้างสรรค์งานจากเปลือกไซมานานนับสิบปี และมีการเปิดขายผ่านทางเว็บไซต์มานานแล้ว ซึ่งก็มีคำสั่งซื้อเข้ามา แต่จะมีปัญหาเรื่องการผลิตไม่ทันกับความต้องการ เพราะเป็นงานฝีมือ

จริงๆ แต่ตอนนี้ได้เริ่มพัฒนา มีคนมาช่วยงานเพิ่มมากขึ้นสิบกว่าคน ก็สามารถผลิตผลงานได้มากขึ้น ซึ่งจุดเด่นของไซริจิตรที่นำจะสะดุดตาชาวต่างชาติรวมทั้งคนไทย คือ งานฝีมือจากเซที่มีชิ้นเดียวในโลก มีทั้งเป็นกระเป่า กล่องใส่ของ สร้อยคอ ที่ห้อยกระเป่า ที่ถือว่าคุ้มค่าราคา ที่ผ่านมาเคยออกงานต่างประเทศหลายครั้งทั้งยุโรปและตะวันออกกลาง แต่ยังไม่เคยมาที่ญี่ปุ่น การมาครั้งนี้ถือเป็นโอกาสในการเปิดตลาดอีกครั้ง

นอกจากนี้ ยังมีสินค้าโอท็อปอีกจำนวนมากที่มาร่วมงานครั้งนี้ และได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการญี่ปุ่นอย่างมาก ที่พากันสนใจสินค้าของไทยอย่างล้นหลาม

นายชุตินทร คงศักดิ์ อธิบดีกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ กล่าวถึงโครงการในครั้งนี้ว่า โครงการนี้มีขึ้นเพื่อช่วยผู้ประกอบการรายย่อยให้สามารถเข้าถึงการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น เป็นนโยบายของท่านนายกรัฐมนตรียิ่งลักษณ์ ชินวัตร ให้ไว้ และมีการกำหนดให้นำผู้ประกอบการเอสเอ็มอีและโอท็อปมา ซึ่งเป็นที่รู้จักว่าญี่ปุ่นเป็นต้นแบบของโอท็อป และอีกแนวคิดที่ได้รับคำแนะนำจากคุณไชยยง รัตนอังกูร จากศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือทีซีดีซี เรื่องการเข้าชม ดี 47 (D47) สถานที่รวบรวมสินค้าที่มีดีไซน์และอาหารจาก 47 จังหวัดของญี่ปุ่นเอาไว้ในที่เดียว เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายสินค้าโอท็อปโดยญี่ปุ่นมีสินค้าเอสเอ็มอี และ โอท็อป เหมือนเรา

แต่จัดเต็มกว่า ทำให้มีการกระจายสินค้าที่สุด ช่องทางการนำเสนอ สำหรับคนไทยอาจจะมุ่งเน้นไปที่เรื่องของราคาเป็นหลัก แต่ก็ต้องคิดถึงความเป็นอยู่ของผู้ผลิตสินค้าโอท็อป หรือผู้ประกอบการเอสเอ็มอีด้วย เพราะราคาไม่ใช่มีมิติเดียว

และที่อยากพามาเพื่อให้เห็นว่าญี่ปุ่นทำอย่างไร วิธีไหนที่เราจะทำได้ สิ่งที่เราทำได้ดีขึ้นเพราะมองว่าเรายังไม่ได้จัดเต็มเหมือนกับญี่ปุ่นอย่างที่ ดี 47 ก็จะทำให้ผู้ประกอบการได้แรงบันดาลใจที่แตกต่างกันไป และเชื่อว่าอาจจะเห็นจุดพลิกผันอีกจุด เหมือนตอนที่มาดูงานโอท็อปของญี่ปุ่น จนนำมาสู่โอท็อปของไทย และเชื่อว่าตอนนี้ก็อาจจะเห็นอีกจุดหนึ่งที่ทำให้โอท็อปพัฒนาไปสู่อขั้นต่อไป อย่างตอนนี้ กรมพัฒนาชุมชนก็เริ่มมองหาจุดวางขายสินค้าโอท็อปในเมือง เช่นที่แอร์พอร์ตลิงก์ สนามหลวงสอง หรือจตุจักร เป็นต้น

อีกอันที่สังคมไทยเราลืมไปคือ มิติของการออกแบบ ซึ่งไทยเองก็มีมรดกเยอะ ถ้าขายสินค้าโดยมีเรื่องเล่า มีที่มาที่ไป ภูมิปัญญาดั้งเดิมที่ออกแบบผลิตภัณฑ์ สินค้าของเราจะมีคุณค่ามาก ไม่ใช่แค่วัตถุดิบบวกกับกำไร

ความสำเร็จของงานครั้งนี้คือ การจุดประกาย แต่ก็ยังเป็นงานที่ต้องมีการสานต่อไปอีก เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนทั้งเอสเอ็มอีและโอท็อปของไทย

ศรีสกุล ลีลาพีระพันธ์