



10.1. ทางเลือกกลยุทธ์และการสนับสนุนเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเพื่อเข้าสู่ตลาดเกาหลีใต้

จากการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพในแต่ละอุตสาหกรรม โดยการประมวลผล การศึกษาและการระดมสมองในงานสัมมนา “โอกาสและแนวทางการเข้าสู่ตลาดเกาหลีใต้ของ SMEs ไทย โดยใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน – เกาหลี” คณะผู้วิจัยได้สรุป แนวทางเชิงกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ของไทยในการเข้าสู่ตลาดเกาหลีใต้ และ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง 4 แนวทาง ดังนี้

- 1.) แนวทางสนับสนุนโดยแบ่งแยกอุตสาหกรรม (Basic Model)
- 2.) แนวทางสนับสนุนจากการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมด้วยชื่อเสียงฝีมือแรงงานไทย (Cluster by Thai Craft Model)
- 3.) แนวทางสนับสนุนจากการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมโดยใช้ดิจิทัลคอนเทนต์เป็น อุตสาหกรรมหลัก ในการเชื่อมต่่อุตสาหกรรมอื่นๆ (Cluster by Digital Content Leading Model)
- 4.) แนวทางสนับสนุนโดยการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ (Transforming Strategy)

| | |
|-------------|--|
| แนวทางที่ 1 | แนวทางสนับสนุนโดยแบ่งแยกอุตสาหกรรม (Basic Model) |
|-------------|--|

จากผลการศึกษา คณะผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางสนับสนุนโดยแบ่งแยกตามราย อุตสาหกรรม เพื่อนำเสนอวิธีการเข้าสู่ตลาดเกาหลีใต้และกลยุทธ์ด้านการตลาดที่เหมาะสมกับ ผู้ประกอบการ SMEs ในแต่ละอุตสาหกรรมภายใต้ประโยชน์จากการเจรจาการค้าเสรีอาเซียน – สาธารณรัฐเกาหลี (ภาพที่ 10.1) ตามรายละเอียดที่ได้ปรากฏในรายงานบทที่ 6 – 9 ข้างต้น



ภาพที่ 10.1 : แนวทางสนับสนุนโดยแบ่งแยกอุตสาหกรรม (Basic Model)



ที่มา : คณะผู้วิจัย สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าว คณะผู้วิจัยถือว่าเป็นแนวทางที่มีการดำเนินการอยู่แล้วในปัจจุบัน(Basic Model) โดยได้พิจารณาข้อดี/ข้อเสีย และแนวทางที่หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนเพิ่มเติมสำหรับแนวทางสนับสนุนโดยแบ่งแยกอุตสาหกรรม ดังนี้

ข้อดี / ข้อเสียของแนวทางสนับสนุนโดยแบ่งแยกอุตสาหกรรม

| ข้อดี | ข้อเสีย |
|--|--|
| ☺ มีความคล่องตัวสูง เนื่องจากเป็นการแบ่งแยกการเข้าสู่ตลาดในแต่ละอุตสาหกรรม | ☹ ขาดพลังในการสนับสนุน และความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรม ☹ ภาครัฐขาดเงินทุนที่เพียงพอในการสนับสนุนทุกอุตสาหกรรมพร้อมกัน |



แนวทางที่หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุน

- ✓ เป็นผู้ประสานงานในการทำ Business Matching ให้กับผู้ประกอบการ SMEs ในแต่ละอุตสาหกรรมเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการเจรจาธุรกิจ
- ✓ ให้การสนับสนุนด้านภาษาเกาหลีให้กับผู้ประกอบการ SMEs เช่น มีกองทุนในการสร้างเว็บไซต์ภาษาเกาหลี สนับสนุนให้เรียนภาษาเกาหลีในราคาพิเศษ เป็นต้น
- ✓ มีการประสานงานกับหน่วยงานเกาหลี เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรมให้มากยิ่งขึ้น
- ✓ สนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ในแต่ละอุตสาหกรรมให้มีการรวมกลุ่มเชื่อมโยงระหว่างกัน เพื่อให้การทำตลาดในเกาหลีง่ายขึ้น
- ✓ ให้ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจในเกาหลีได้ เช่น สนับสนุนการจัดหลักสูตร Mini MBA สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการเข้าสู่ตลาดเกาหลีโดยเฉพาะ มีศูนย์แลกเปลี่ยนความรู้ด้านธุรกิจเกาหลี เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม คณะผู้วิจัยได้พิจารณาพบว่า ในปัจจุบันการดำเนินนโยบาย การทำการศึกษา ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มักจะดำเนินการโดยแยกเป็นรายอุตสาหกรรม ในลักษณะต่างคนต่างไป เป็นผลให้ขาดการเสริมแรงหรือเกื้อหนุนระหว่างอุตสาหกรรม ในขณะที่ปัจจุบัน ลักษณะของการทำตลาดและการดำเนินธุรกิจจะมีการบูรณาการ (Integrate) เชื่อมโยงกันระหว่างธุรกิจต่างอุตสาหกรรมมากขึ้น ซึ่งจากความสำเร็จในการบูรณาการหรือใช้ระบบ Cluster เข้ามาเป็นกลยุทธ์ในการกระตุ้นให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงนำเสนอแนวทางที่ 2 - 4



แนวทางการแบ่งส่วนตลาดและกลุ่มเป้าหมาย

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพและเหมาะสมกับยุทธศาสตร์การเข้าสู่ตลาดเกาหลีใต้โดยใช้ฝีมือแรงงานไทยและคุณภาพของไทยเป็นจุดเชื่อมโยง คือ กลุ่มผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้ให้ความสนใจถึงคุณภาพและแหล่งที่มาในการผลิตสินค้า

แนวทางด้านกลยุทธ์

การใช้จุดแข็งในเรื่องของฝีมือแรงงานไทยและคุณภาพของไทยเป็นจุดเชื่อมโยงแต่ละอุตสาหกรรมเพื่อเข้าสู่ตลาดเกาหลีใต้นั้น ผู้ประกอบการจะต้องร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อสร้างตราสินค้า (Branding) หรือตำแหน่งของสินค้าไทย (Positioning) ให้เป็นที่ชัดเจนในตลาดไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอด้านสินค้าหรือการบริการ ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยเสนอแนะจุดเด่นของฝีมือหรือหัวใจหลักของแต่ละอุตสาหกรรม ดังนี้



อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ : นำเสนอหัวใจหลักของการทำอัญมณี คือ ความประณีตและความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง (เทคนิคด้านการเผาพลอย และการเจียระไนของช่างฝีมือไทย)

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม : นำเสนอฝีมือแรงงานในอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนามาอย่างยาวนาน มีความประณีตในการตัดเย็บ ที่เครื่องจักรไม่สามารถเทียบเท่าได้





อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ : นำเสนอความได้เปรียบในเรื่องของ
พื้นฐานทักษะทางด้านศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งนำเสนอ
ผลงานที่ได้รับการยอมรับจากนานาชาติต่างๆ เป็นต้น

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว : นำเสนอจุดเด่นที่คนไทยมีความละเอียดอ่อนในจิตใจสูง มีอัธยาศัยที่
โอบอ้อมอารีและมีน้ำใจกับชาวต่างชาติ นอกจากนี้ ยังสามารถนำเสนอศิลปะ ความละเอียดอ่อน
ทางวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมของไทย เป็นต้น



แนวทางที่หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุน

- ✓ หน่วยงานภาครัฐ สมาคม องค์กรที่เกี่ยวข้อง และสถาบันต่างๆ ควรมีบทบาทสำคัญใน
การเชื่อมโยงและประสานงานภายในกลุ่มอุตสาหกรรม โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์
เป้าหมาย และแผนงานของกลุ่มอุตสาหกรรมร่วมกันอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรมเพื่อให้
การสนับสนุนด้านฝีมือแรงงานไทย เช่น กำหนดตราสัญลักษณ์ฝีมือไทย เป็นต้น
- ✓ สนับสนุนผู้ประกอบการในแต่ละอุตสาหกรรมให้ตระหนักถึงความสำคัญของ
อุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อให้เกิดแนวทางการดำเนินธุรกิจในลักษณะองค์รวมเพื่อสร้าง
ความเข้มแข็งกับ Position ด้านฝีมือแรงงานไทย
- ✓ ให้การสนับสนุนด้านสื่อประชาสัมพันธ์ในตลาดเกาหลีใต้ โดยมองภาพรวมที่ฝีมือ
แรงงานที่มีคุณภาพของไทยเป็นหลัก



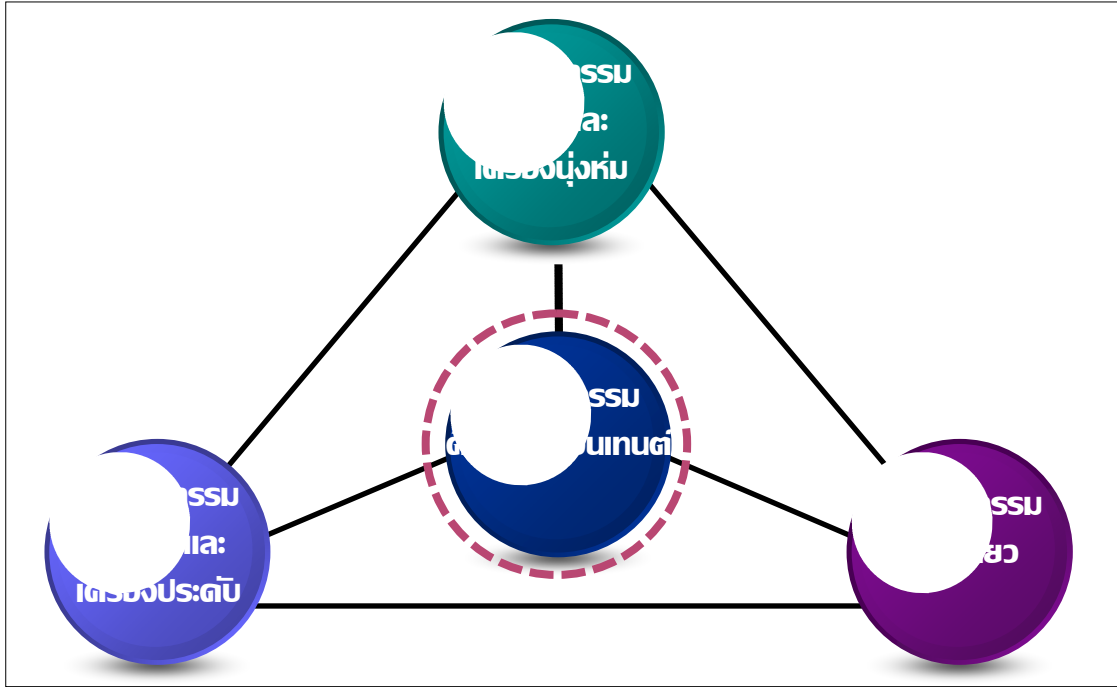
แนวทางที่ 3 แนวทางสนับสนุนจากการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมโดยใช้ดิจิทัลคอนเทนต์เป็นอุตสาหกรรมหลักในการเชื่อมต่ออุตสาหกรรมอื่น ๆ
(Cluster by Digital Content Leading Model)

สำหรับการพิจารณาอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งเป็นตัวนำร่อง เพื่อเป็นแนวทางเชื่อมโยงอุตสาหกรรมอื่น ๆ เข้าสู่ตลาดเกาหลีใต้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและพิจารณาเลือกอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์เป็นอุตสาหกรรมหลักในการเชื่อมโยงหรือบูรณาการอุตสาหกรรมทั้ง 4 เข้าด้วยกัน (ภาพที่ 10.3) เนื่องด้วยเหตุผลหลัก ดังนี้

- ดิจิทัลคอนเทนต์ถือเป็นอุตสาหกรรมภาคการบริการที่สามารถนำเสนอเนื้อหาสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมอื่น ๆ ในรูปแบบดิจิทัลได้
- ดิจิทัลคอนเทนต์เป็นสื่อหนึ่งที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคปลายทางได้โดยตรง ทั้งนี้ในปัจจุบัน มีสื่อและช่องทางที่หลากหลายสามารถรองรับดิจิทัลคอนเทนต์ได้ ไม่ว่าจะเป็น ภาพยนตร์ เกมส์ อินเทอร์เน็ต โฆษณา หรือแม้แต่โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น
- ประเทศเกาหลีใต้เป็นประเทศที่เปิดรับและมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต่างๆ จนกล่าวได้ว่า เป็นประเทศ Information Society ซึ่งผู้บริโภคในเกาหลีต่างให้ความสนใจและมีการใช้งานไอซีทีและระบบ E-Commerce ในอัตราส่วนที่สูง นอกจากนี้ เกาหลีใต้ยังมีการวางรากฐานตั้งแต่การสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานทางด้านโทรคมนาคม เพื่อสนับสนุน ICT ในประเทศ
- แนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ในประเทศไทยอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมีโอกาสดีเติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมมีการพัฒนาคุณภาพฝีมือแรงงานจนมีศักยภาพเป็นที่ยอมรับของชาติต่างๆ รวมทั้งเกาหลีใต้ นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสนใจและมีนโยบายในการสนับสนุนอุตสาหกรรมอย่างจริงจัง



ภาพที่ 10.3 : แนวทางสนับสนุนจากการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมโดยใช้ดิจิทัลคอนเทนต์เป็นอุตสาหกรรมหลัก ในการเชื่อมต่ออุตสาหกรรมอื่นๆ (Cluster by Digital Content Leading Model)



ที่มา : คณะผู้วิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนาฯ แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ข้อดี / ข้อเสียของแนวทางจากการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมโดยใช้ดิจิทัลคอนเทนต์เป็นอุตสาหกรรมหลัก ในการเชื่อมต่ออุตสาหกรรมอื่นๆ

| ข้อดี | ข้อเสีย |
|--|---|
| <p>☺ มีความเชื่อมโยงในแต่ละอุตสาหกรรม โดยมียุทธศาสตร์ดิจิทัลคอนเทนต์ซึ่งไทยมีความได้เปรียบทางการแข่งขันสูง ทั้งการผลิตต้นทุน และความคิดสร้างสรรค์ เป็นอุตสาหกรรมนำ</p> <p>☺ มีภาคเอกชน เช่น บริษัท GMM Grammy ให้ความสำคัญเข้าสู่ตลาดเกาหลีใต้ โดยเริ่มจากการนำศิลปินเข้าในตลาดในรูปแบบของช่องทางดิจิทัลคอนเทนต์</p> | <p>☹ มีความเสี่ยงจากการสนับสนุนอุตสาหกรรมหลัก อุตสาหกรรมเดียวเข้าสู่ตลาดก่อน</p> <p>☹ ปัจจุบัน อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย มีคู่แข่งที่เข้มแข็งหลายประเทศในเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น อินเดีย ไต้หวัน</p> |



แนวทางการแบ่งส่วนตลาดและกลุ่มเป้าหมาย

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ วัยรุ่นและวัยทำงาน เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพ และเหมาะสมกับยุทธศาสตร์การเข้าสู่ตลาดเกาหลีใต้โดยใช้อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์เป็น อุตสาหกรรมนำร่อง เนื่องจากเหตุผลดังนี้



- กลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ชาวเกาหลีจะมีความเป็นชาตินิยมลดน้อยลง มีการเปิดรับวัฒนธรรมและบริโภคสินค้าจากต่างชาติมากขึ้นเรื่อยๆ (สังเกตได้จากแฟชั่นบางส่วนในเกาหลีจะรับอิทธิพลมาจากประเทศญี่ปุ่น) ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภครุ่นก่อนๆ จะมีความเป็นชาตินิยมสูงและเลือกบริโภคสินค้าที่ผลิตในประเทศเกาหลีเท่านั้น



กลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่คุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารต่างๆในชีวิตประจำวันผ่านเทคโนโลยี

- กลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้มากขึ้น

ด้วยเหตุผลข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่า ควรพิจารณากลุ่มเป้าหมายดังกล่าวเป็นกลุ่มเป้าหมายเริ่มต้นในการเข้าสู่ตลาดเกาหลีใต้ ภายใต้แนวทางการเชื่อมโยงโดยใช้อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์

แนวทางด้านกลยุทธ์ - กรณีศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ไทยสามารถเชื่อมโยงสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น เครื่องประดับ หรือแม้แต่การท่องเที่ยว ผ่านรูปแบบและช่องทางต่างๆในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอผ่านทางเกมส์ ภาพยนต์ โฆษณา การ์ตูนแอนิเมชั่น คาแรกเตอร์ต่างๆ เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรเลือกนำเสนอสินค้าให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ได้นำเสนอข้างต้น (กลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ในวัยรุ่นและวัยทำงาน) เช่น



- อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ : นำเสนอเครื่องประดับที่ทันสมัย เข้ากับรูปแบบของเสื้อผ้าแนว Summer Collection มีราคาสมเหตุสมผลกับกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน เป็นต้น
- อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม : นำเสนอเสื้อผ้าแฟชั่น โดยเน้นแนว Summer Collection ที่ผู้ประกอบการไทยมีความชำนาญ
- อุตสาหกรรมท่องเที่ยว : นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับวัยรุ่นและวัยทำงาน เช่น กลุ่มวัยรุ่น นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวแนว Adventure มีกิจกรรมหลากหลายและราคาไม่สูงมากนัก ส่วนกลุ่มวัยทำงาน นำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่คล้ายกับกลุ่มวัยรุ่น และอาจมีแหล่งท่องเที่ยวโรมานติกเพิ่มเติม โดยมีราคาสูงกว่ากลุ่มวัยรุ่น เช่น ทัวร์คู่รัก Honeymoon เป็นต้น

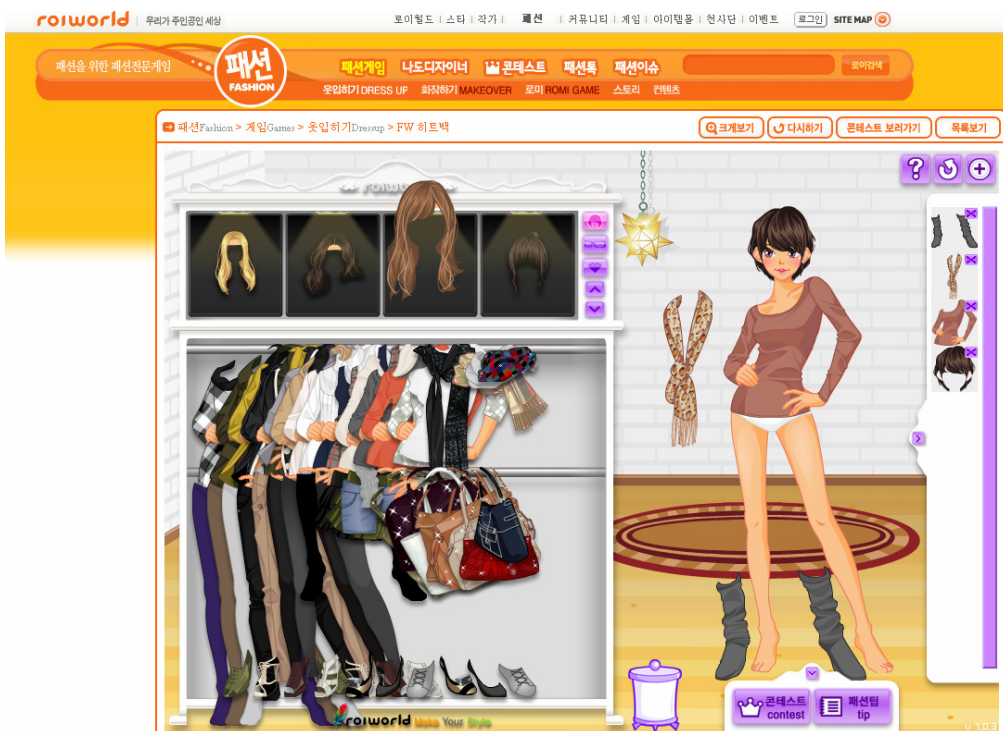
นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า ปัจจุบันมีการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมในกรณีศึกษาจากต่างประเทศ รวมทั้งมีการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมในไทย แต่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนและมีนโยบายจากหน่วยงานภาครัฐอย่างจริงจัง เป็นเพียงการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ ดังนี้

ตัวอย่าง / แนวทางการผสมผสานระหว่างดิจิทัลคอนเทนต์และสินค้าแฟชั่นในเกาหลีใต้

จากการศึกษาพบว่า มีเว็บไซต์เกาหลีชื่อ ROIWORLD.COM สร้างกระแสแฟชั่นการแต่งตัวแบบเกาหลี โดยใช้รูปแบบของ Flash Game บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งแรกเริ่มผู้ใช้ที่เป็นสมาชิกจะเข้าไปอยู่ในเกมส์แต่งตัวที่สามารถเลือกแนวแฟชั่นได้ตามหมวดที่มีให้ แล้วสามารถเลือกเสื้อผ้าเครื่องแต่งตัวเป็นร้อย ๆ พัน ๆ ชิ้น ผู้ใช้สามารถเชื่อมตัวละครที่ตกแต่งไว้กับระบบ E-Commerce เพื่อเชียร์ขายสินค้าที่นำมาตกแต่งและได้ค่า commission



ที่มา : <http://new.roiworld.com/main.asp>



ที่มา : http://www.roiworld.com/fashion/f_game/dress/game_view.asp?g_code=dr1180

นอกจากในเกาหลีแล้ว เว็บไซต์ดังกล่าวกำลังจะเปิดตัวในภาคภาษาอังกฤษประมาณต้นปี 2009 ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยในปัจจุบัน Roiworld.com ฉบับภาษาเกาหลี มีผู้เข้าชมเว็บไซต์ 2.8 ล้านคนต่อเดือน



LIFETIME MAKES MAJOR EXPANSION INTO CASUAL GAMING BY ACQUIRING KOREAN-BASED ROIWORLD.COM, A LEADING GLOBAL BRAND IN THE "DRESS-UP" CATEGORY

NEW YORK — Lifetime Networks today announced a major expansion of its digital division by acquiring Roiworld.com, one of the leading brands in the casual gaming area and the number one “Dress-Up” site for teens in Korea. Lifetime will use this acquisition to assemble the top talent and technology in the “Dress-Up” game category, launching a new Roiworld.com in the U.S. and creating Lifetime Game Studios Korea. The move allows Lifetime to continue its emphasis on connecting with women across all platforms.

“There’s no doubt that Korea produces some of the most vibrant and exciting games today, especially in the growing fashion and style category of the game industry,” said Dan Suratt, Executive Vice President, Digital Media and Business Development

ที่มา : <http://www.mylifetime.com/about-us/lifetime-makes-major-expansion-casual-gaming>

ตัวอย่าง / แนวทางการผสมผสานระหว่างดิจิทัลคอนเทนต์และสินค้าแฟชั่นในไทย

จากความร่วมมือของโรงภาพยนตร์ อีนิกมา เดอะ ซาโต้ สกรีน ของ พาราคอน ซีเนเพล็กซ์ ร่วมกับ บริษัท โซนี่ พิคเจอร์ รีลีสซิ่ง อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และเสื้อผ้าแบรนด์ Playboy ได้มีการจัดงาน “The House Bunny Exclusive Night” ขึ้นเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2551 ทั้งนี้ การจัดงานดังกล่าว เป็นการนำเสนอแฟชั่นโชว์จากเสื้อผ้าแบรนด์ Playboy ใน Collection Spring 2009 โดยนำมาประยุกต์ให้เข้ากับภาพยนตร์¹



¹ ที่มา : ข้อมูลข่าวจากเว็บไซต์ <http://www.siam2variety.com>



ความร่วมมือดังกล่าว ทำให้เห็นได้ว่าผู้ประกอบการภาคเอกชนพยายามสร้างความ
เกี่ยวข้องระหว่างอุตสาหกรรมโดยการเชื่อมโยงสินค้ากับอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อทำให้เกิดกระแส
นิยมและเทรนด์แฟชั่นใหม่ๆ ดังเช่น Playboy นำเสนอคอลเลกชันเสื้อผ้าในช่วงฤดูใบไม้ผลิปี
2009 ด้วยการเทียบเคียงกับการแต่งกายของตัวละครเอกในภาพยนตร์ที่กำลังฉายอยู่ในขณะนั้น
(House Bunny)

แนวความคิดการผสมผสานระหว่างดิจิทัลคอนเทนต์และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

➤ ให้บริการถ่ายทำคลิปการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ในประเทศไทย

แนวความคิดการ Integrate ระหว่างอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์และอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวไทย เช่น การเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวทั่วไปที่นักท่องเที่ยวถ่ายรูปเองเก็บเป็นที่ระลึก
เป็นการถ่ายทำภาพยนตร์เรื่องสั้น หรือ คลิป ให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในไทย โดยมี
ทีมถ่ายทำและคิดพอร์ตเรื่องให้ ซึ่งจะเป็นการช่วยเผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยวไทยและส่งเสริมความ
เชี่ยวชาญในการผลิตด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์

➤ สร้างนักแสดง ศิลปิน วีรบุรุษ เพื่อเชื่อมโยงไปยังอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น

นอกจากนี้ การสร้างนักแสดง ศิลปิน วีรบุรุษ หรือดาราจากภาพยนตร์ เช่น จา พนม ยัง
สามารถเชื่อมโยงไปถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆนอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวทาง
ทะเลที่ชาวเกาหลีนิยมได้ เช่น การจัดทัวร์พานักท่องเที่ยวตามรอยองค์บาก พานักท่องเที่ยวชม
การแสดงฝึกช้าง เป็นต้น

“จา พนม สุดดัง ที่เกาหลี”
“กรีดกันสลบ ที่เกาหลี ก็จะไม่ใคร่ชะอีก ก็พี่จา พนม ของเรานี้แหละ ดังกันสนั่นเมืองกิมจิ ให้สาว ๆ
หลงกันเกรียวกราว พี่จาเรดั่งจริง ๆ ไม่ได้โม้ เพราะมีเพื่อนที่ เกาหลี ทุกคนรู้จักจา พนมกันหมดทุก
คน เขาบอกว่า องค์บาก เนี่ยะ ดั่งสุดๆ และชอบจา พนมกันมาก ทั้งชายทั้งหญิง”

ที่มา : http://www.jabchai.com/main/view_joke.php?id=4802



งานวิจัยตัวอย่างของการพัฒนา

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

THAMMASAT UNIVERSITY RESEARCH AND CONSULTANCY INSTITUTE

จากข้อความข้างต้นทำให้เห็นว่า จาพนม หรือ Tony Jaa สำหรับชาวต่างชาติ เป็นนักแสดงของไทยที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในเกาหลีใต้ จากการศึกษา พบว่า กลุ่มวัยรุ่นนักรักชายและหญิงบางกลุ่มนำผ้าคล้ายผ้าขาวม้ามาพันรอบลำคอเพื่อเลียนแบบจาพนม รวมทั้งเลียนแบบท่าทางการชกต่อยตามการแสดงในภาพยนตร์



จากตัวอย่างกรณีศึกษาและแนวความคิดข้างต้น จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการสามารถใช้ดิจิทัลคอนเทนต์เป็นสื่อกลางในการนำเสนอสินค้า ให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในตัวสินค้าได้ และนอกจากเป็นสื่อกลางแล้ว การสร้างตัว Character จากงานแอนิเมชัน หรือตัวนักแสดง / ดารา จากภาพยนตร์ยังสามารถเป็นจุดเริ่มต้นของการผลักดันให้เกิดความต้องการสินค้าอื่นๆ ได้อีกด้วย

แนวทางที่หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุน

- ✓ ศึกษาจุดเด่นของแต่ละอุตสาหกรรมเพื่อเป็นแนวทางในการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมอื่นๆ กับอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์อย่างมีศักยภาพ
- ✓ ให้ความเข้าใจ และนำเสนอศักยภาพของอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอื่นๆ
- ✓ ยกระดับมาตรฐานคุณภาพของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์อย่างรอบด้าน เช่น ให้การสนับสนุนด้านซอฟต์แวร์ งบประมาณในการสร้างงานเพื่อการนำเสนอเบื้องต้น (Demo) และนำเสนอเป็นภาษาต่างๆ เป็นต้น



- ✓ ควรมีการสนับสนุนอุตสาหกรรมรองรับและอุตสาหกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้องอย่างครบวงจร รวมทั้งมีการจัดเตรียมปัจจัยการผลิตที่เหมาะสม ทั้งในด้านแรงงาน วัตถุดิบ เครื่องจักร เป็นต้น

แนวทางที่ 4 (Best Option)

**แนวทางสนับสนุนโดยการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์
(Transforming Strategy)**

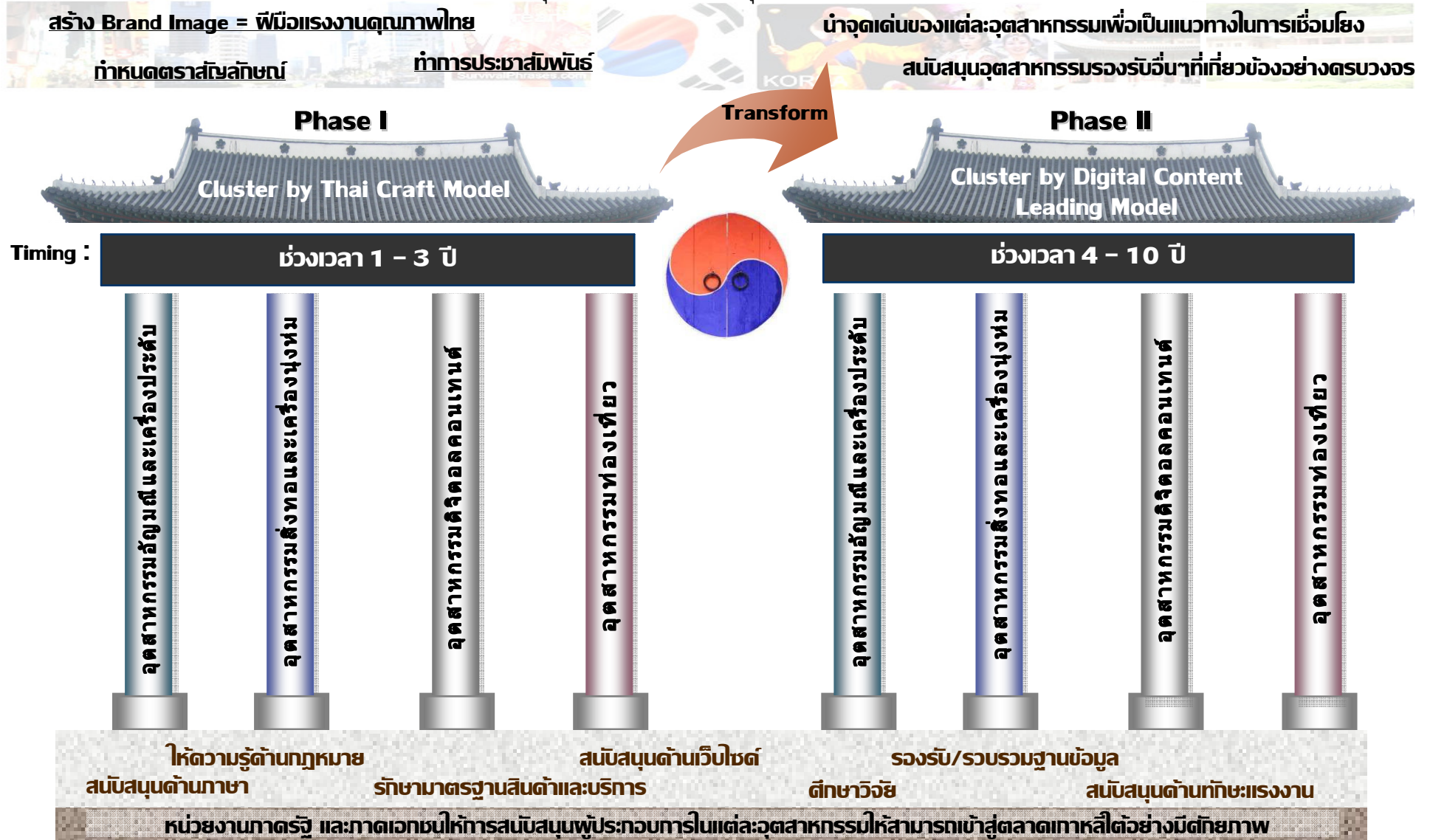
แนวทางที่ 4 แนวทางสนับสนุนโดยการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ เป็นแนวทางที่ทางคณะผู้วิจัยพิจารณาเห็นว่าเป็นแนวทางที่ดีที่สุด (Best Option) ซึ่งได้ผสมผสานแนวทางที่ 1 แนวทางที่ 2 และแนวทางที่ 3 เข้าด้วยกัน (ภาพที่ 10.4) ทั้งนี้ แนวทางการผสมผสาน (Integrate) โมเดลการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมดังกล่าว คณะผู้วิจัยพิจารณาความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ในปัจจุบันด้วยการนำเสนอฝีมือและคุณภาพแรงงานไทย เพื่อเข้าสู่ตลาดเกาหลีใต้ก่อนใน Phase 1 (ระยะเวลา 1-3 ปีแรก) เนื่องจากทั้ง 4 อุตสาหกรรมที่ทำการศึกษามีศักยภาพและความได้เปรียบอย่างเด่นชัดในเรื่องดังกล่าว รวมทั้งเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการสร้างความน่าเชื่อถือทางด้านคุณภาพสินค้าและบริการของไทย

ในขณะที่ ช่วง Phase 2 (ระยะเวลา 4-10 ปี) จะเป็นการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ (Transforming) โดยการพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อเป็นสื่อกลางที่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมอื่นๆให้เข้าสู่ตลาดเกาหลีใต้ เนื่องจากในระยะยาว วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีด้านการผลิตและการแลกเปลี่ยนด้านข้อมูลการค้าในธุรกิจ จะทำให้ทักษะด้านแรงงานและคุณภาพของประเทศต่างๆมีความใกล้เคียงกัน จึงทำให้คุณภาพฝีมือแรงงานไม่สามารถสร้างความแตกต่าง (Differentiation) เหนือคู่แข่งได้

อย่างไรก็ตาม การเข้าสู่ตลาดเกาหลีใต้โดยการแบ่งแยกในแต่ละอุตสาหกรรม ตามศักยภาพและข้อได้เปรียบที่แตกต่าง ยังเป็นสิ่งจำเป็นต่อผู้ประกอบการ SMEs ไทย ทั้งนี้ แต่ละอุตสาหกรรมจะต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ไม่ว่าจะเป็นการบูรณาการองค์ความรู้ในด้านต่างๆ เช่น กฎหมาย วัฒนธรรม ภาษา ทักษะฝีมือแรงงาน เป็นต้น หรือการรักษาภาพลักษณ์ของฝีมือแรงงานไทย เช่น การออกมาตรการควบคุมมาตรฐานสินค้าและบริการ เป็นต้น ซึ่งถือว่าการสนับสนุนดังกล่าวเป็นฐานหลักที่สำคัญในการเข้าสู่ตลาดเกาหลีใต้ อย่างยั่งยืน



ภาพที่ 10.4 : แนวทางสนับสนุนโดยการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ (Transforming Strategy)





งานวิจัยต่อวิสัยของการพัฒนา

ข้อดี / ข้อเสียของแนวทางสนับสนุนโดยการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์

| ข้อดี | ข้อเสีย |
|---|---|
| <p>☺ เนื่องจากเป็นแนวทางระยะยาว จึงมีแผนนโยบายเพื่อเชื่อมโยงอุตสาหกรรมและให้การสนับสนุนผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง</p> <p>☺ เป็นการเตรียมความพร้อมและสร้างพื้นฐานระยะยาวให้กับผู้ประกอบการ SMEs ไทยในการเข้าสู่ตลาดเกาหลีใต้</p> <p>☺ เป็นแนวทางที่ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชน สามารถนำไปปรับใช้กับการเข้าสู่ประเทศต่างๆได้</p> | <p>☹ ต้องมีแนวทางนโยบายทั้งภาครัฐและเอกชนในมุมมองและทิศทางเดียวกัน รวมทั้งต้องมีการดำเนินงานอย่างจริงจังในทุกภาคส่วน</p> <p>☹ ต้องใช้ระยะเวลา และงบประมาณในการดำเนินการเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการสูง เนื่องจากเป็นแนวทางกลยุทธ์ระยะยาว</p> |

แนวทางที่หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุน

- ✓ หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนให้การสนับสนุนผู้ประกอบการในแต่ละอุตสาหกรรมให้สามารถเข้าสู่ตลาดเกาหลีได้อย่างมีศักยภาพในระยะยาว เช่น
 - ให้ความรู้ด้านกฎหมาย
 - สนับสนุนด้านภาษาเกาหลี เว็บไซต์ภาษาเกาหลี
 - รวบรวมฐานข้อมูลที่สำคัญในการทำธุรกิจในเกาหลีใต้
 - ทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติม เช่น พฤติกรรมผู้บริโภคเกาหลี
 - สนับสนุนด้านทักษะแรงงาน
 - สร้างมาตรฐานด้านสินค้าและบริการ เป็นต้น

- ✓ ให้การสนับสนุนด้านสื่อประชาสัมพันธ์ในตลาดเกาหลี เพื่อสร้างกระแสให้กับสินค้าไทย



10.2. ข้อเสนอแนะด้านปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาคลัสเตอร์ ระหว่างอุตสาหกรรม

จากการศึกษา คณะผู้วิจัยนำเสนอข้อเสนอแนะถึงปัจจัยความสำเร็จ (Key Success Factor) สำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมอย่างมีศักยภาพ ดังนี้

- เนื่องจากการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรม (Cluster) ยังเป็นเรื่องใหม่ของผู้ประกอบการไทย ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ สมาคม องค์กรที่เกี่ยวข้อง และสถาบันต่างๆ ควรมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงและประสานงานภายในกลุ่มอุตสาหกรรม โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และแผนงานของกลุ่มอุตสาหกรรมร่วมกันอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม
- ควรมีการศึกษาและพัฒนาภายใต้การเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (Cluster) เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศและการขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- ควรมีการสนับสนุนอุตสาหกรรมรองรับและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างครบวงจร รวมทั้งมีการจัดเตรียมปัจจัยการผลิตที่เหมาะสม ทั้งในด้านแรงงาน วัตถุดิบ เครื่องจักร
- ผู้ประกอบการในแต่ละอุตสาหกรรมควรตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่อยู่ใน Cluster เดียวกัน เพื่อให้เกิดแนวทางการดำเนินธุรกิจในลักษณะองค์รวมเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับ Position ของประเทศไทย



10.3. ข้อเสนอแนะในการปรับตัวของผู้ประกอบการ SMEs ในการเข้าสู่ตลาดเกาหลีภายใต้ AKFTA

จากการศึกษาพบว่า ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี สามารถสร้างความได้เปรียบและเพิ่มโอกาสในการขยายอัตราการเติบโตในตลาดเกาหลีใต้ให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยใน 4 อุตสาหกรรมศักยภาพ โดยในภาคสินค้า จะได้รับประโยชน์โดยตรงจากการลดอุปสรรคด้านภาษี เช่น การยกเว้นภาษีสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับทันทีที่ข้อตกลงมีผลบังคับใช้ โดยไม่มีการกำหนดโควตา รวมทั้งจะได้รับผลประโยชน์จากการสะสมถิ่นกำเนิดสินค้า ทำให้เกิดความร่วมมือกันของผู้ประกอบการในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตและการตลาดของสินค้าลดลง ก่อให้เกิดศักยภาพการส่งออกของผู้ผลิตภายในกลุ่มประเทศสมาชิกมีมากขึ้น ในขณะที่ภาคบริการ ผู้ประกอบการ SMEs ไทยจะได้รับประโยชน์จากการเข้าไปลงทุนหรือก่อตั้งกิจการโดยสามารถถือหุ้นได้ 100% ทำให้เกิดความคล่องตัวและยืดหยุ่นในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการไทย ในขณะเดียวกัน ยังเป็นการสร้างโอกาสในการศึกษาและเข้าถึงผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้โดยตรง

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการ SMEs ไทยจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมและการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตและการบริการ เพื่อสามารถใช้ประโยชน์จากข้อตกลงได้อย่างเต็มที่ ซึ่งคณะผู้วิจัยพิจารณานำเสนอแนวทางในการปรับตัว ดังนี้

- ผู้ประกอบการ SMEs ควรทำการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของบริษัท เพื่อกำหนดทิศทางในการเข้าสู่ตลาดเกาหลี นอกจากนี้ ควรศึกษาถึงกรอบนโยบายความร่วมมือระหว่างไทย – เกาหลีใต้ในประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นข้อตกลงทางการค้าระหว่างกลุ่มอาเซียน หรือข้อตกลงการค้าอาเซียน – เกาหลี เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อหาโอกาสและช่องทางจากข้อตกลงดังกล่าวในการดำเนินธุรกิจ
- ผู้ประกอบการ SMEs ไทยควรสร้างเครือข่ายธุรกิจระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนทางด้านวัตถุดิบ ฝีมือแรงงาน นวัตกรรมและเทคโนโลยีระหว่างกัน ซึ่งจะเป็นผลให้เกิดความร่วมมือและยกระดับความสามารถในการแข่งขัน เช่น การจัดตั้งอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอาเซียน เพื่อใช้ประโยชน์จากกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าภายใต้ข้อตกลง AKFTA



- ผู้ประกอบการ SMEs ไทยควรมีส่วนร่วมและให้ข้อเสนอแนะแก่ภาครัฐในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น เช่น การกระตุ้นให้ภาครัฐช่วยสนับสนุนด้านการเรียนภาษาเกาหลีผ่านเว็บไซต์ (E-learning) หรือ ช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยมีเว็บไซต์เป็นภาษาเกาหลี เป็นต้น
- ผู้ประกอบการ SMEs ควรศึกษาวัฒนธรรมการทำธุรกิจของผู้ประกอบการเกาหลีใต้ เพื่อนำมาปรับใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ วิธีการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ และการทำตลาดในเกาหลีใต้
- เนื่องจากปัจจุบัน ความต้องการของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดรูปแบบสินค้าและบริการ ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรมีการศึกษาแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเกาหลีใต้อย่างใกล้ชิด เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงการออกแบบและผลิตสินค้า หรือการให้บริการที่ไม่เป็นที่ต้องการ / ล้าสมัยในตลาด
- เนื่องจากวัฒนธรรมของไทยและเกาหลีใต้มีความแตกต่างกัน รวมทั้งคนเกาหลีมีความเป็นชาตินิยมสูง ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรทำการศึกษาวัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตของคนเกาหลี เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่สอดคล้องตรงกับวัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตของคนเกาหลีให้มากที่สุด
- ในกรณีการทำ Business Matching ผู้ประกอบการ SMEs ควรเตรียมพร้อมในเบื้องต้น โดยการศึกษาบริษัทที่จะเข้าร่วมเจรจาการค้า เช่น ประเมินลักษณะการประกอบธุรกิจ และความต้องการของบริษัท เพื่อคัดกรองบริษัทที่เหมาะสมกับศักยภาพของผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มโอกาสประสบความสำเร็จในการเจรจา
- มีการสร้างความสัมพันธ์หรือเครือข่ายธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ไทย และเกาหลี โดยการจัดตั้งสมาคมผู้ประกอบการ SMEs ไทย-เกาหลี เป็นต้น