หัวข้อวิจัย : การรับรู้และการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) กับยุทธศาสตร์โอทอป เพื่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ปี 2558
ผู้วิจัย : นางวรรณี งามขจรกุลกิจ
หน่วยงาน : คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2556

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการรับรู้และการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น(OTOP) กับยุทธศาสตร์โอทอป เพื่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ปี 2558 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้ ความรู้ความเข้าใจ และสื่อในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ AEC นโยบายด้านยุทธศาสตร์โอทอปกับความพร้อมด้านศักยภาพและความต้องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ OTOP เพื่อการเข้าสู่การค้าในเวที AEC จะเป็นไปในลักษณะใด การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามกับผู้ประกอบการในงาน “OTOP CITY 2012 มหกรรมภูมิปัญญาแห่งแผ่นดิน 1 ทศวรรษ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ไทย”

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในลักษณะที่สอดคล้องในเชิงธุรกิจ นโยบายและยุทธศาสตร์โอทอปที่รัฐบาลเป็นผู้กำหนดเพื่อพัฒนาศักยภาพของโอทอปและเศรษฐกิจของประเทศ กล่าวคือผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น(OTOP) ที่มีคุณลักษณะและมาตรฐานโอทอปสูง มีระดับการรับรู้และมีความรู้ความเข้าใจต่อสถานการณ์และผลที่เกิดขึ้นจากการที่ประเทศไทยจะเข้าสู่ AEC โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ ต่างแสดงความพร้อมและศักยภาพในการรับมือกับการแข่งขันด้านธุรกิจการค้าในเวที AEC ได้อย่างชัดเจน ทั้งในด้านเกี่ยวกับระดับการรับรู้ ความรู้ความเข้าใจที่มีต่อความสำคัญของการเข้าสู่ AEC และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพตามยุทธศาสตร์โอทอป เพียงแต่ในส่วนการเพิ่มศักยภาพให้แข็งแกร่งกว่าเดิมนั้นต้องการให้ภาครัฐและรัฐบาลเข้ามาช่วยเหลือ ส่งเสริม สนับสนุน โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ด้านการแข่งขันทางการตลาด การเจาะขยายตลาดใหม่ การวางแผนการส่งเสริมการตลาดหรือสื่อสารการตลาด ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี เพื่อการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพไปสู่เป้าหมายของการยกระดับ สร้างแบรนด์โอทอปไทยสู่ภูมิภาคอาเซียนและระดับนานาชาติต่อไป

คำสำคัญ : โอทอป อาเซียน ศักยภาพ การตลาด แบรนด์

SPU CHONBURI

Research Title : Perception and Capacity Development of OTOP Entrepreneurs with OTOP Strategy for the Upcoming ASEAN Economic Community in 2015
Name of Researcher : Mrs.Wannee Ngamcachonkulkid
Name of Institution : Faculty of Communication Arts, Sripatum University
Year of Publication : B.E. 2556

ABSTRACT

The objectives of this research are : to study the perception, awareness and knowledge of AEC and OTOP Strategy , to survey readiness for doing international businesses of OTOP in Thailand towards the ASEAN Economic Community and to find out the need of improving the competitive potentials of OTOP Entrepreneurs. This research is quantitative research and involves the usage of questionnaires to collect data from OTOP entrepreneurs during the time of the OTOP CITY 2012 Event.

The results show that most OTOP entrepreneurs acknowledge the competition and are ready for the upcoming AEC in 2015 when considering the overall OTOP competitive potentials. It also shows that most of OTOP with 5 star quality standards had a higher average score of business readiness and capacity than ones with 4 or 3 star. The 5 star entrepreneurs know that AEC opens great opportunities for their business and investment of the ASEAN country members. In addition to prepare for readiness-increase opportunities to strengthen competitive capacity both in AEC and international markets, the government should support by finding new markets, up-to-date and complete information resources related to ASEAN markets. Furthermore, training and seminars should be held to educate OTOP entrepreneurs and members on technology databases of ASEAN countries and customer database, marketing and competitive strategy, IMC (Integrated Marketing Communication) and CRM (Customer Relationship Management). All of these should be made for benefits of strengthening OTOP competitive capacity before entering AEC.

Keywords : OTOP, ASEAN Economic Community, Marketing, Branding, Strategy

SPU CHONBURI