



นางอภิรดี ตันตราภรณ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า กระทรวงพาณิชย์จะจัดทำโครงการส่งเสริมแบรนด์สินค้าและบริการไทยสู่ตลาดโลก (MOC 4i : Thai Brand Heroes Program) โดยมุ่งผลักดันและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ธุรกิจรูปแบบใหม่ และธุรกิจ Startup เพื่อมุ่งสู่การเป็น Smart Enterprise โดยการสร้าง New Business Model ที่ผสมผสานนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีเข้าด้วยกันเพื่อนำไปสู่การสร้าง Global Brand ในอนาคต ซึ่งโครงการนี้เป็นการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และกรมทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งนี้ จะเริ่มต้นนำร่องใน 2 ธุรกิจได้แก่ ธุรกิจแฟรนไชส์ และธุรกิจบนพื้นฐานนวัตกรรมและการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value base enterprise)

ในการดำเนินงานดังกล่าวได้มีการแบ่งแนวทางการพัฒนาออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1 Inspiration เพื่อกระตุ้นให้มีการพัฒนา การขยายตลาดและขีดตลาดเป็นต้นนำ (Demand-Driven & Market Expansion) โดย พค. และ สค. จะเน้นการสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) และปรับวิธีคิดของผู้ประกอบการ (Entrepreneur Mindset) มุ่งเน้นการขีดตลาดเป็นต้นนำ (Demand driven) และเสริมทักษะการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value creation) ของสินค้า/บริการ ในรูปแบบสัมมนา Symposium และกิจกรรมส่งเสริมองค์ความรู้ โดยใช้เวลาดำเนินการทั้งปี กลุ่มเป้าหมายคือ ผู้ประกอบการ SMEs/ Startup จำนวนกว่า 2000 ราย โดยเริ่มอบรมไปแล้ว กว่า 900 ราย ตั้งแต่เดือนกันยายน 2559 และสามารถเปิดรับได้ต่อเนื่องตลอดทั้งปี

ระดับที่ 2 Incubation เริ่มดำเนินการเดือนธันวาคม 2559 เพื่อบ่มเพาะผู้ประกอบการ เกี่ยวกับแนวคิดการออกแบบและกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Branding Strategy & Design Thinking) เน้นการสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ (New business model) และการดำเนินธุรกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์ ใน 4 กลุ่มสินค้า ได้แก่ สินค้าเกษตรและอาหาร (Food & Agriculture) สุขภาพและความงาม (Health & Wellness) ธุรกิจบริการ (Hospitality & Service + Franchise) และสินค้าไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Product and Startup) โดยนำแนวคิดการออกแบบในกระบวนการธุรกิจ เพื่อสร้างความแตกต่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมายในแต่ละคลัสเตอร์ 30-40 ราย ตู้อคลัสเตอร์ รวมจำนวน 120 ราย โดยมีกรอบการดำเนินงาน แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน 1) Open House : รวบรวมข้อมูลบริษัท ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลในการจัดวางแผน/ออกแบบในกระบวนการธุรกิจ 2) Inspirations : สร้างแรงบันดาลใจ จุดประกายในการสร้างแบรนด์ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดนักออกแบบ นักสร้างแบรนด์ ผ่านการถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์และตัวอย่างบริษัทที่สร้างแบรนด์ จนประสบความสำเร็จ สามารถสร้างชื่อเสียงในระดับโลก 3) Disrupt Session : เวทีละลายพฤติกรรม เปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกในมุมมองของผู้บริโภค เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์เชิงสร้างสรรค์ นำไปสู่การพัฒนาในอนาคต 4) Constructive Brainstorming :

ระดมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ นักการตลาด นักวิเคราะห์ นักวางแผนกลยุทธ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ออกไปใช้ในการวางกลยุทธ์ต่อไป กลุ่มเป้าหมายคือ

กลุ่มผู้ประกอบการที่มีเครื่องหมายการค้า(Trademark)

มีความเข้าใจในความสำคัญของการสร้างแบรนด์และสร้างแบรนด์แล้วมาในระดับหนึ่ง แต่มักจะดำเนินธุรกิจโดยขาดการพัฒนาธุรกิจ/กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ให้ก้าวไปข้างหน้าอยู่เสมอ ขาดการพัฒนาสินค้าในเชิง R&D และภาพลักษณ์ในการสื่อสารให้ทันสมัย เพื่อมุ่งให้เกิดการสร้างโมเดลธุรกิจใหม่

การดำเนินธุรกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์รวมทั้งโรดแมปการสร้างแบรนด์ ซึ่งกำหนดระยะเวลาการดำเนินงาน ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2559 เป็นระยะเวลา 3 - 6 เดือน

ระดับที่ 3 Implementation เริ่มดำเนินการเดือนมกราคม 2560 เพื่อพัฒนาสินค้าเฉพาะกลุ่มและแบรนด์ที่เป็นฮีโร่ (Customization & Thai Brand Heroes) โดยการเสริมความเข้มแข็งสู่ตลาดต่างประเทศเป้าหมาย โดยมีการออกแบบเป็นการเฉพาะ (Customize)

สินค้า/บริการให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการของแต่ละตลาด พร้อมทั้งมุ่งหวังให้เกิดการสร้าง Thai Brand Heroes 10 - 20 แบรนด์ โดยมีกรอบการดำเนินงาน แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน 1) Selection Process จัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมแบรนด์ไทยสู่ตลาดโลก จากหน่วยงานภาครัฐ/เอกชนและองค์กรต่าง ๆ

ที่มีความเชี่ยวชาญในการสร้างแบรนด์ เพื่อคัดสรรผู้เชี่ยวชาญรวมกิจกรรมและรวมขับเคลื่อนโครงการ 2) Coaching & Consult บ่มเพาะให้คำแนะนำเป็นรายบริษัท (Collaborates with MAT & TMA) 3) Customize to market

เลือกตลาดให้ตรงกับสินค้า/บริการ 4) Brand Building Roadmap จัดทำแผนกลยุทธ์ด้านการสร้างแบรนด์ โดยเน้นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีแบรนด์ของตนเองแล้ว เป็นแบรนด์ที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

เป็นผู้ประกอบการที่มีคุณภาพและมีการดำเนินงานที่แข็งแกร่งที่เป็นธรรม

คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อสังคม มีการสร้างแบรนด์ในต่างประเทศแล้ว

แต่ต้องการพัฒนาธุรกิจและแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง เพื่อมุ่งให้เกิดการทดลองตลาดอย่างแท้จริง ด้วยการใช้กลยุทธ์การสร้างแบรนด์เป็นตัวนำ ซึ่งกำหนดระยะเวลาการดำเนินงานตั้งแต่เดือนมกราคม 2560 เป็นระยะเวลา 6 10 เดือน

ระดับที่ 4 Internationalization เริ่มดำเนินการเดือนมีนาคม 2560

เพื่อสร้างที่ยืนในตลาดโลกและการสร้างแบรนด์ร่วมกับพันธมิตรที่มีชื่อเสียงในเวทีโลก (Global Presence & Co-Brand with Champions) โดยจะสนับสนุนการแสวงหาพันธมิตรในต่างประเทศให้แก่ผู้ประกอบการ อาทิ การสร้างแบรนด์ผ่านสื่อชั้นนำ (X Media) ดีไซน์เนอร์ที่มีชื่อเสียง (X Designers) และแบรนด์ชั้นนำ (X Co-Brand) เน้นการต่อยอดให้เกิดการสร้างแบรนด์ร่วมกัน (Co-Branding)

และการสร้างเครือข่ายพันธมิตรในกลุ่มผู้ประกอบการและ Startup โดยเน้นกลุ่มแบรนด์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง มีนวัตกรรม มีการออกแบบที่ดี มีแบรนด์ของตนเองและมีแบรนด์เข้มแข็งแล้ว

ต้องการขยายสู่ตลาดโลกและมีความต้องการในการขยายตลาดและเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่แตกต่างกัน ซึ่งกำหนดระยะเวลาการดำเนินงาน ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2560 เป็นระยะเวลา 8 10 เดือน

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์